

## Tranzicija kao prelaz od kulture Polisa u kulturu Megalopolisa

Godine 1902. Jovan Dučić je održao govor prilikom otkrivanja spomenika Vojislavu Iliću u Beogradu. Ta beseda predstavlja značajan autpoetički dokument u kome se razotkriva Dučićev koncept poezije. Međutim, ona bi mogla biti značajna i za sociologe, budući da se u njoj razotkrivaju obrisi nečega što želim da nazovem kulturom polisa. Ta sintagma je opravdana vezom između umetnosti i društvenog života velikih gradova koju Dučić spominje navodeći Ilićeve pesme „Darovi neba” i „Pesnik”. Za pomenute pesme on tvrdi da bi nas predstavile „strancima, ako ne tačnije, a oni bez sumnje, ljepše nego i jedna knjiga – predstavile bi nas kao jedno inteligentno pleme, otmeno, i koje ima nekoliko vijekova civilizacije, koje živi društvenim životom velikih gradova, i koje je slučajno na Orijentu.”<sup>1</sup>

Nekoliko stvari treba zapaziti povodom ove Dučićeve opaske: prvo, da jedan pesnik, za koga su u istom tekstu kaže da nije bio „takozvani narodni pesnik”, ipak predstavlja jedan narod ili ga bar može predstaviti. Druga stvar: Po Dučiću, Ilić nas pretstavlja kao jedno inteligentno, otmeno, civilizovano pleme, a sve te vrednosti krunisane su sintagmom društvenog života velikih gradova. Ta sintagma predstavlja Dučićev ideal, kulturni ideal, kome je pesnik stremio ceo život, a to je ideal Lepote, civilizovanosti, otmenosti, racionalnosti, u čemu prepoznajemo ideje građanskog duha i dominantnog toka francuske kulture u godinama pre Velikog rata, koje su formirale duhovni stav Dučića. Nasuprot ovih vrednosti, stoji Orijent koji treba shvatiti šire od opozicije između Okcidenta i Orijenta. Orijent je za Dučića simbol ne samo Istoka, već i jedne književne, ali i kulturne paradigma koja je vladala srpskom književnošću pre Vojislava. To je romantizam. Romantičarski koncept identiteta, utemeljen na Herderovim idejama, podrazumeva da je identitet jednog naroda proizilazi iz njegovog duha, koji je nepromenljiv i koji se najjasnije izražava u njegovoj usmenoj/narodnoj književnosti. Otpor prema gradu je prisutan u svim evropskim romantizmima, pre svega zato što se grad poima kao tvrđava racionalnosti prema kojoj su romantičari gajili osećanje netrpeljivosti. Međutim, u srpskom romantizmu, kod Branka Radičevića na primer, grad je prokazan i zbog moći da odrodi pojedinca od nacionalne zajednice i kulture kojoj pripada. Za romantičare, grad je problematičan zato što je moderan.

Prema tome, kada Dučić kaže da je njegovo pleme živi društvenim životom velikih gradova, onda to predstavlja simtom značajne promene paradigme nacionalnog i kulturnog identiteta. Najkraće rečeno, kulturni identitet se distancira od romantičarske paradigme po kome je Drugi češće neprijatelj, nego prijatelj, dok je sopstvo zaokruženo u svojoj nepromenljivosti i datosti, pa je kao takvo, distancirano od velikog grada koji teži da uniformizuje/promeni identitet svojih građana bez obzira na njihove „prirodne” identitete. Povezujući nacionalni i kulturni identitet sa velikim gradovima, Dučić želi da sopstveni narod predstavi drugačije od dominantne romantičarske paradigme, odnosno

---

<sup>1</sup> Jovan Dučić, *Pesme, putopisi, eseji*, Srpska književnost u 100 knjiga, Matica srpske, SKZ, Novi Sad – Beograd, Novi Sad / Beograd 1957, str, 352

želi da ga približi jednom novom setu vrednosti koje se vrhune u velikim gradovima Zapada. Ta želja odgovara prelazu iz romantičarske kulture u kulturu polisa.

Sa druge strane, Dučić još uvek nije spreman da prizna da njegovo pleme te vrednosti nema, pa da stoga mora da ih uči ili prihvata. To je bitan gest, jer govori da transformacija kulturne paradigme nije izraz radikalne, već kontrolisane modernizacije koja podrazumeva da nova kulturna matrica ne smenjuje staru, nego se na nju, takoreći nastavlja. Dučiću Vojislav Ilić služi kao primer da su te nove vrednosti već u njegovom plemenu/narodu, što znači da čin modernizacije kao simbolički prelaz iz Orijenta (romantizma) u velike gradove (Okcident) nije povezan sa ukidanjem jednog identiteta i preuzimanjem drugog, već sa promenom akcenta u setu već postojećih vrednosti.

Dučićev tekst nam pruža mogućnost da makar okvirno definišemo šta bi to bila kultura Polisa: radi se o sintagmi koja povezuje nacionalnu kulturu i modernost ali tako da proces modernizacije ne dovede u pitanje identitet. Modernizacija ne raskida sa identitetom, već ga preoblikuje i to tako što otvara drugačiju kulturnu matricu unutar već postojećeg kulturnog identiteta. Reč „polis” u sintagmi kultura polisa upućuje da je ta nova kulturna matrica kultura gradova, ali istovremeno upućuje i na osećanje građanske mere u samom procesu modernizacije.

Dobar primer za tekst koji nastaje unutar ovako zamišljene kulture polisa jeste poznata Rakićeva pesma „Na Gazi Mestanu”. U njoj Rakić usvaja tip stiha koji je karakterističan za tadašnju francusku poeziju da bi tu formalnu modernizaciju ukrotio gestom konzervacije nacionalnog identiteta oličenog u kosovskom mitu. Stoga pesma i nosi naziv „Na Gazi Mestanu.”

Ova napetost između modernizacije i konzervacije predstavlja osnovni motiv u kulturi polisa. Ona se ponavlja u nizu opusa srpskih pisaca i pesnika koji su nastavljali liniju ove vrtse kulturnog, ali i političkog opredeljanja čak i u vremenu kada građansko društvo u Srbiji biva politički poraženo: čak i tada, u delima Pekića, Jovana Hristića, Ivana V. Lalića i Milorada Pavića, između ostalih, vidimo napor da umetnost stvara, unutar jedne matrice koja će istovremeno biti i moderna i konzervativna, što će reći da gestovi modernost neće voditi ka ukidanju nekog starijeg, nemodernog identita, već će, pre svega, funkcionisati kao čin preoblikovanja već postojeće nacionalne kulturne tradicije.

Još jedna osobenost kulture polisa jeste u tome da se u okviru ove kulturne matrice oblikuje identitet grada. Grad tada postaje nesvodiv na druge gradove, on ima svoju dušu, svoj duh, svoje posebnosti koje ga razlikuju. Kada je u pitanju identitet Prestonice (dakle, Beograda) onda se identitet grada posmatra kao sinegdoha nacionalnog identiteta. To se dobro vidi u monumentalnoj Crnjanskoj pesmi „Lament nad Beogradom”, koja nije samo pesma o Beogradu, već šifrovana patriotska pesma. Beograd se ne izdiže tu u odnosu na provinciju, poput Špenglerovog svetskog grada, već u odnosu na svetska iskustva lirskog subjekta koja ne mogu ni sa zamene, ni da nadvisu iskustvo odabranog grada, odnosno srpske prestonice, koja je istovremeno i simbol domovine. Isto tako, afirmacija Beograda kod Dušana Radovića (*Beograde, dobro jutro*) ili u prozi Mome Kapora, takođe nije označavala izdizanje prestonice u odnosu na provinciju, već pre utvrđivanje jednog zajedničkog duha grada (kod Radovića), odnosno njegovo ugrađivanje u mrežu svetskih velegrada, ali tako da se izbegne hijerarhijski odnos između tačaka te mreže (Kapor).

Devedesetih godina prošlog veka – u okviru tranzicije – dolazi do promene kulturne paradigme. Kulturu Polisa, shvaćenu kao gest istovremene modernizacije i konzervacije identiteta, zamenjuje koncept kulture Megalopolisa. Osnovna razlika između kulture polisa i kulture megalopolisa jeste u tome što je kultura polisa još uvek vezana za neko „mi”: nacionalno mi, koji se istovremeno menja i ne menja (Rakić), mi grada/prestonice koja ima svoju nesvodivu posebnost, pa prema tome i pravo na egzistenciju. Nasuprot tome, kultura Megalopolisa je usmerena ka pojedincu koga izdvaja iz kolektiva i njegovog javnog prostora. Kultura Megalopolisa to čini tako što pojedinca transformiše u potrošača, pri čemu istovremeno ukida njegov građanski i nacionalni identitet: ostajući bez ičega, takvom potrošaču je potrebno sve, jer sebe vidi kao nekoga ko nema ništa. Drugim rečima, dok je kultura Polisa građanina videla kao proizvođača kulture jednog zajedničkog identiteta (nacije ili grada) kultura megalopolisa subjekt proizvodnje (građanina) pretvara u objekt proizvodnje, u onoga ko se proizvodi, u sam proizvod.

Da bismo razumeli funkcionisanje kulture Megalopolisa, potrebno je da objasnimo značenje same reči Megalopolis. Ta reč ne označava samo veliki grad, već i hijerarhiju velegradova unutar jedne civilizacije. Megalopolis je dakle, naziv te hijerarhijske mreže gradova. Istovremeno to je zbirno ime centralnog polja unutar te mreže. U to centralno polje sustiču se putevi biomase iz periferije, dok se iz tog polja širi urbani diskurs koji legitimizuje postojeću hijerarhiju kao i (kontrolisanu, ograničenu) mobilnost biomase. Urbani diskurs treba razumeti kao metadiskurs unutar koga dejstvuju različiti diskurs poput studija nacionalizma (koje razgrađuju nacionalni identitet) postkolonijalne studije (koja afirmišu hibridni identitet povezujući ga sa pripadništvom Megalopolisu), studije kulture (koje premeštaju interesovanje sa nacionalnih književnih kanona na proizvode kulturne industrije koji nastaju u Megalopolisu). Međutim, najvidljiviji element urbanog diskursa svakako je sam pojam urbanog po kome smo diskurs i nazvali.<sup>2</sup>

Reč „urbano” nije nova, ali je njena visoka frekventnost u javnom prostoru Srbije relativno skora pojava. Povećanje njene frekventnosti upućuje na tranziciju između dve kulturne matrice. Recimo, u predgovoru Radovićeve knjige *Beograde dobro jutro*, atribut urbano se ne spominje. Umesto njega, pojavljuje se prisvojni pridev „beogradski”. Radović piše: „Autor bi najradije i emisiju i knjigu smatrao skromnim doprinosom beogradskom folkloru, usmenom predanju Beograda nešeg vremena.”<sup>3</sup> Metafora beogradskog folkloru upućuje nas na to da Radović svoju emisiju zamišlja kao zasnivanje duha/identiteta grada po analogiji sa usmenom/narodnom književnošću koja utemeljuje jedan kolektiv unutar koga ta književnost cirkuliše. Iako je u Radovićevom zapažanju, prisutan blag nanos ironije, ipak ta analogija ima smisla, budući da Radovićeve aforizmi zaista zasnivaju identitet Beograda i tako implicitno od njega grade polis – dakle, tačku u mreži gradova nesvodivih jedan na drugi.

Ako nam danas retorika Radovićevog tumačenja vlastitog dela izgleda zastarela, onda je to jasan signal da se nalazimo u eposi kulture Megalopolisa – ono što nam nedostaje jeste atribut urbano. Njegov izostanak je posledica prisustva prisvojnog atributa beogradski i samog imena grada: ta činjenica nam pokazuje da porast frekventnosti

---

<sup>2</sup> Više o urbanom diskursu u knjizi: Slobodan Vladušić, *Crnjanski, Megalopolis*, Službeni glasnik, Beograd, 2011.

<sup>3</sup> Dušan Radović, *Baš svašta*, sabrani spisi, Zavod za izdavanje udžbenika, Beograd, 2006, str. 880

upotrebe atributa „urbano” korespondira sa smanjenom upotrebom atributa „beogradski”. Iz toga možemo da zaključimo da se „urbano” ne suprotstavlja „ruralnom”, nego pre svega „gradskom”, u smislu zasebnog identiteta grada, (beogradskom, niškom, novosadskom...) odnosno „nacionalnom”. Unutar kulture Megalopolisa nemoguće je dakle, proizvesti identitet grada ili duh mesta, pre svega zato što pojam urbanog unutar ove kulturne matrice ima osnovni zadatak da izbriše nacionalni/gradski identitet, da izbriše veze sa tradicijom i da tako onemogući proizvodnju identiteta na način na koji to čini kultura polisa – istovremenim gestom modernizacije i konzervacije. Biti urban znači stoga biti odvojen od prostora u kome se boravi, od zajednice kojoj se pripada. Urbano prazni identitet prostora i zajednice koja ga naseljava, prikazujući ih kao neurbane i to posredstvom jake binarne opozicije u kojoj sve što nije urbano postaje „ruralno”, „lokalno”, „zaostalo”. Urbano nije poziv na modernizaciju identiteta, već poziv za njegovo napuštanje.

Urbano je u kulturi Megalopolisa ovaploćeno u fenomenu brenda. Osnovno svojstvo brenda koje ga razlikuje od robne marke, ili anonimnog proizvoda jeste njegova moć atrakcije. Brend privlači njegovog potrošača Megalopolisu, ali istovremeno i onemogućuje pojavljivanje domaćih brendova. Urbano naime, uništava identitet polisa, pa to onda znači da brendovi nikada ne mogu da nastanu u samom polisu, već samo u Megalopolisu. Za razliku od kulture Polisa unutar koje se proizvodio identitet, unutar kulture Megalopolisa moguća je samo potrošnja brendova čije je mesto porekla Megalopolis, čak i onda kada „brend” nastaje u domaćem prostoru.

Pokazaću to na nekoliko primera: za vreme jednog dužeg boravka u Poljskoj saznao sam od jednog tamošnjeg kolega da se lanac butika garderobe pod imenom *Reserved* zapravo u vlasništvu jedne poljske firme, iako bi se, po engleskom nazivu, kazalo da je u pitanju svetski brend. Očigledno, engleski jezik, kao jezik Megalopolisa, poslužio je ovde da izazove efekat svetskog brenda, tj. brenda čije je poreklo Megalopolis. Slično se dešava i u Srbiji, gde domaće kompanije svesno uzimaju strane nazive, kako bi postigli sličan efekat – primer bi mogla biti upravo firma *Legend*, iza koje stoji oznaka *world wide*, iako to „world wide”, najverovatnije ne prelazi granice regiona. Najzad, dovoljno je pogledati i reklame na srpskim televizijama: čak i ako su kompanije koje se reklamiraju još uvek srpske, poput MTS-a, na primer, scenografija tih reklama stvara utisak kao da se sve dešava negde daleko, a ne ovde, jer prepoznatljivost toponima nikada nije simbolički oplemenjena – prepoznatljivost je pre ono što se zabašuruje, nego što se otkriva.

Slično se može zaključiti iz primera iz savremene srpske književnosti: u romanu *Više od nule*, Zvonka Karanovića, u kome je verovatno najupečatljivije prikazano delovanje kulture Megalopolisa ili urbane kulture, nailazimo na junake koji insistiraju na tome da slušaju samo stranu muziku, a nikako domaću, ili pak da čitaju samo stranu književnost, ali ne i domaću.<sup>4</sup> Unutar kulture polisa ovakva restrikcija bi mogla da izazove samo humorni efekat, koji bismo mogli nazvati efektom pokondirene tikve, po poznatoj Sterijinoj komediji, dok u okvirima kulture Megalopolisa ona može biti objavljena kao najčistiji oblik privlačne moći Megalopolisa koja isključuje pojedinca iz

---

<sup>4</sup> Navodim dva primera iz ove knjige: 1) Aleksandar Đorđević Korto: “Nemam ni jednog domaćeg pisca, ni jedan domaći CD” (str. 34) 2) Đole, njegov drugar “ [Caca] prebire po diskovima. Ne nalazi ništa domaće, jer Đole to ne poseduje” (str. 39); (Svi navedeni citati su iz izdanja: Zvonko Karanović, *Više od nule*, Zograf, Niš, 2004.)

njegovog domaćeg okruženja (domaća muzika, domaća književnost) i uključuje ga u sferu Megalopolisa.

Brend dakle, ima ulogu da privuče Megalopolisu pojedince koji su izuzeti iz svog prostora i svoje zajednice: tako se stvara jedna nova vrsta identiteta i jedan novi tip individue koju bismo mogli nazvati virtuelni stanovnik Megalopolisa.<sup>5</sup> On u u političkoj, ekonomskoj i kulturnoj sferi pripada Megalopolisu, dok istovremeno, Megalopolis prema njemu nema nikakve obaveze; ni političke, ni ekonomske, ni pravne. To samo pokazuje da je priroda brendova lažna: oni su obećanje bliskosti koje se nikada ne ispunjava, ali koje nastavlja da se obećava. Usled te neispunjene bliskosti koja se želi, jer se u urbanoj kulturi ništa drugo ne može ni želiti, virtuelnog stanovnika Megalopolisa prožima istovremeno i želja za fizičkim prisustvom u Megalopolisu i autošovinizam, odnosno mržnja prema vlastitom identitetu oličenom u tradiciji koja mu stoji na raspolaganju, nacionalnom identitetu i identitetu polisa. Za razliku od kulture Polisa, koja je grad posmatrala kao čvorište u kome su se skladno ukrštala nacionalna tradicija i spoljni uticaji koji su je oplemenjivali, urbana kultura je interegnum koji naseljavaju oni koji su nešto prestali da budu, a da realno ništa drugo nisu ni postali.

Posledica dominantne kulture Megalopolisa u Srbiji su katastrofalne: ne samo da je je populacija uvek spremna za napuštanjem zemlje (čime se ispunjava funkcija urbanog diskursa) već ne postoji nikakva svest da te ljude treba zadržati u zemlji. Sem toga, lojalnost koju virtuelni stanovnici Megalopolisa gaje prema Megalopolisu, a da mu realnu i politički ne pripadaju, čine kulturu Megalopolisa savršenom ideološkom matricom koja omogućava potpuno preuzimanje resursa jedne zemlje od strane Megalopolisa, pri čemu Megalopolis zauzvrat ne daje zapravo ništa. Ako elitu jedne nacije definišemo kao grupu ljudi čija je moć sagledavanja sveta šira od lične koristi, onda je pred takvom nacionalnom elitom epohalni zadatak: kao preosmisлити kulturu Polisa tako da ona može da se pojavi prvo kao konkurent urbanoj kulturi, a onda i kao nova dominantna kulturna matrica, bez koja, objektivno, nije moguće zamisliti ne samo opstanak ove države i ovog naroda već i goli biološki opstanak ljudi na ovim prostorima.

---

<sup>5</sup> Vidi: Slobodan Vladušić, „Virtuelni stanovnik Megalopolisa”, Letopis Matice srpske, knj. 491, sv. 1-2, god 198. str 118-130.