

**Prof. dr Braco Kovačević, redovni profesor, naučni savjetnik Evropskog
defendologija centra Banja Luka**

AMERIKANIZACIJA MASOVNE KULTURE (1)

Američka masovna kultura je od pedesetih i šezdesetih godina prošlog vijeka počela da postaje globalnom kulturom, a posebno onaj njen proizvod koji se odnosi na rok muziku, filmove, stil oblačenja, kao i druge komercijalne kulturne proizvode.

Kao američki proizvod, *rokenrol* je uticao na kuturnu profilaciju u drugim državama i zemljama, pa i u onim „hidrauličnim“ i „zatvorenim“ kakve su bila socijalističke država pa, prema tome, i bivša Socijalistička Federativna Republika Jugoslavija (SFRJ). Kao proizvod te kulture, njegova pojava u bivšoj SFRJ naišla je na snažnu kritiku totalitarnog establišmenta zbog, kako je rigidna birokratija isticala, „skretanja sa revolucionarnog puta“, „svijetlih staza revolucije“ i „tekovina NOB-a i bratstva i jedinstva jugoslovenskih naroda“. Neki su konformistički i kvazikonformistički pjevači u svojim izjavama, tekstovima i izvedbama, nastojali da „amortizuju“ problem, otpjevavši kompozicije o „partizanskoj bluzi“ i „računajte na nas“. Neki se, opet, nisu dodvoravali Režimu, pa su se u svojim pjesmama kritički odnosili prema državno-partijskim dogmama, manipulacijama, političkom kriminalu i kriminalu uopšte. Uostalom, društvene prilike su se neumitno kretale manje-više daleko od proklamovanih partijskih parola „crvene buržoazije“ koja se sve više klasno, ekonomski i socijalno odvajala od „običnog naroda“. I, tada se dogodio „novi talas“ u muzici, filmu, pozorištu, novinarstvu, literaturi, pa i u nauci. Za primjer ćemo uzeti film u tadašnjoj kinematografiji SFR Jugoslavije, a koji je nastajao pod uticajem zapadne kinematografije i kritike domaće „partizanske“ kinematografije i „trule“ ideologije koja je podržavala i podražavala tu kinematografiju koja je bila posvećena apologetskim ratnim temama kao izvorištu „legitimiteta“ u totalitarnoj državi. Bili su to filmovi tzv. *crnog talasa*.

Filmovi tzv. „crnog talasa“ odnose se na filmove koji su se u jugoslovenskoj kinematografiji pojavili u periodu između 60-tih i 70-tih godina XX vijeka kao kritika dominantnoj filmskoj industriji. Suprotno ideološkoj matrici partizanskih filmova i pravljenja idolopokloničkog odnosa prema socijalističkoj državi, filmovi „crnog talasa“ prikazuju „tamnu stranu“ Jugoslavije snažno kritikujući stanje u društvu, dominantnu ideologiju, lažnu propagandu, politiku i vlast režima totalitarne socijalističke države na čelu sa Josipom Brozom Titom. Pojavljujući se u vremenu studentskih demonstracija i pobune mladih protiv represivnog totalitarnog državnog režima, otuđenja i društvene marginalizacije, kinematografija „crnog talasa“ se bavila „običnim malim čovjekom“ i pukotinama društva u kojem živi, a koje se odnose na otuđenje, anksioznost i razočarenje mladih, svakodnevna poniženja, nezadovoljstvo, socijalno-patološke pojave u društvu, agresiju, nasilje i ubistva,

itd. Filmovi „crnog talasa“ su bili sasvim realistični jer su snažno kritikovali lažnu idealnu sliku „Potemkinovih sela“ koju je, da bi sačuvala svoje privilegije, ideološki pružala dominantna totalitarna vlast tadašnje Jugoslavije, prikazujući društvenu i političku stvarnost onakvom kakva ona zapravo i jeste.

Promjene koje je amerikanizacija pokrenula zahvatile su ekonomiju, politiku, kulturu, obrazovanje, medije, film, muziku, sport i svakodnevni život u dobrom dijelu svijeta. Individualni i kolektivni identiteti su u neprestalnom previranju i procesualnom razvijanju i mijenjanju. Ništa više nije jednostavno, monolitno, autarhično i zatvoreno. Sada je unifikovani i standardizovani kulturni okcidentalni pritisak sa Zapada, a posebno američki, ne samo postao vidljiv, nego je postao i uticajan na filmu, televiziji, u muzici, sportu, kao i u drugim oblastima. Globalizaciju ekonomije pratila je i globalizacija kulture.

Države su se dugo vremena borile za oblikovanje kulturnih identiteta, ali u globalizacijskim procesima su naišle na velike otpore.

S kraja 60-tih i početkom 70-tih godina prošlog stoljeća se na nekim područjima ličnog, društvenog i javnog života intenzivno započeo razvijati vesternizacijski i amerikanizacijski uticaj i kod nas. Iz jedne unoformizacije sirotinjskog *stila oblačenja*, prelazilo se na sasvim drugu „uniformizaciju“, onu koju su u SFRJ mnogi željeli. Amerikanizirana unifikacija kulturnih sadržaja i proizvoda počela je zahvatati države, čak i one zatvorene u koje su spadale Socijalistička Federativna Republika Jugoslavija, Sovjetski Savez, i druge. Za nas je, prije svih destinacija, Trst bio jedna od najznačajnijih „šoping“ destinacija, gdje smo, obično petkom uveče odlazili vozom (kako bi cijelu subotu obilazili trgovačke radnje), posebno u njihovim robnim kućama Đovani i na čuvenoj pijaci, „buvljaku“ *Ponte rosso*, kupovali deficitarne proizvode koje nismo mogli kupovati u SFRJ - ploče, farmerke, majice, cipele, kafu, „slobodnije“ časopise, igračke za djecu, itd. Mladići su počeli sve više nositi „farmerke“ i dužu kosu, a djevojke „farmerke“ i „mini suknje“, na što su se starije konzervativne generacije zgražavale. Sve je očigledniji bio generacijski i kulturološki jaz, a s njim i stidljiva ideološka divergencija. Muzika je ubrzala taj proces. Od prepjeva popularnih meksikanskih i kubanskih pjesama, slušanja laganih francuskih šansona i italijanskih kancona, počelo se prelaziti na slušanje brzih i glasnijih ritmova koje su muzici donijeli *twist* i rokenrol. Pod tim uticajem nastajale su prve pop i rok grupe bivše Jugoslavije – *Silnete*, *Zlatni dečaci*, *Elipse*, *Crni biseri*, *Bijele strijele*, *Dinamiti*, *Indeksi*. Njihovom pojavom nastale su promjene u oblačenju, frizurama, međusobnim komunikacijama i načinu ponašanja. Krute šeme su zamijenjene liberalnijim formama ne samo ponašanja, nego i mišljenja.

S procesom amerikanizacije kulture je u uskoj vezi išao i proces komercijalizacije koji je doveo do unifikacije i prodaje kulturnih sadržaja. Sada niko nije želio da bude „staromodan“ i „zastario“; svako je htio da bude „moderan“ i *in* i da te sadržaje koristi. Svi su željeli slušati pop i rok muziku, imati tranistor na „pikniku“, u kući gramofon sa pločama, gledati filmove „vječito mladog“ Džemsa Dina, oblačiti „džins“ i „farmerice“, nositi dužu kosu,

žvakati „žvake“, piti pivo ili „koka kolu“, itd. Sada su zapadni obrasci mišljenja, životnog stila, oblačenja i ukupnih vrijednosti snažno počeli da mijenjaju sve ono što je bilo dominantno prije toga. Ljudi su željeli lagodnost, hedonizam i potrošnju što je, sasvim razumljivo, nailazilo na snažan otpor rigidne birokratije u totalitarnim socijalističkim državama.

Standardizovana i unifikovana „kulturna industrija“ je nudila ista potrošna dobra i isti stil potrošnja, iste životne stilove, ukuse i zabave, iste filmove i televizijske programe, kao i muziku. Posljedica razvoja globalizacije se odnosila na širenje *american way of life* kao gubitka raznolikosti u svemu.

Američki *way of life* je postao primamljiv i prijemčiv velikom dijelu svijeta jer se smatralo da se u Americi dobro živi, da je Amerika slobodna i demokratska država, da je zemlja demokratije i ljudskih prava, da podstiče privatnu inicijativu, i da je, zahvaljujući svemu tome, a posebno efikasnoj proizvodnji, svijetu podarila mnogobrojne proizvode svakodnevnog života – električnu sijalicu, telefon, automobil, avion, bioskop, autoput, nebodere, pišaču mašinu, frižider, električni aparat za brijanje, žvakaću gumu, „masovnu kulturu“, „industriju snova“ i „industriju mašte“ (visokotiražnu štampu, film, Holivud, fotografije, strip, crtane filmove, radio feljton, modu, televiziju, telefilm, muziku, džez, rok, zabavne parkove) i masovnu potrošnju putem reklama, marketinga, supermarketa i megamarketa, trgovačkih centara i trgovačkih lanaca, „multilevela“, „*pay per view*“, itd. Ne samo ujednačavanje i standardizovanje običaja, nego i po Evropi širenje džinsa, western filmova, TV šou-programa, hamburgera, koka-kole, pepsija, self-services usluge, supermarketa, itd. pokazuje moć amerikanizacije kulture u Evropi. Sa svojim kosmopolitskim duhom globalna kultura je započela uticati na promjene vrijednosti tradicije i lokalnih kultura. Pod tim uticajem su se započele i razvijati i novi vrijednosni i kulturni *homogenizirajući ukusi* koji su zahvatili stil oblačenja i modu, muziku i film, ishranu, kao i druga područja svakodnevnog života čiji se proizvodi sada mogu naći na policama supermarketa.

Širenje holivudskih filmova, engleskog jezika, potrošačkog konzumerističko-hedonističkog stila života, sporta, rokenrola, ne predstavlja samo ekspanziju određenih vrsta društvenih dobara, djelatnosti i sadržaja, nego predstavlja i difuziju određenih kulturnih vrijednosti. Globalizacija je istovremeno i *aksiologija*, jer širenje *american way of life* istovremeno znači i širenje *američkih vrijednosti* koje postaju kulturno standardizovane i unifikovane...