

JELENA S. PETKOVIĆ*

Univerzitet u Nišu
Filozofski fakultet
Niš

UDK 316.776:316.32, 316.7

Originalan naučni rad
Primljen: 21.3.2012
Odobren: 11.4.2012

KULTURA I MASOVNO KOMUNICIRANJE U KONTEKSTU GLOBALNIH PROMENA SAVREMENOG DRUŠTVA**

Sažetak: Savremeni razvoj postojećih i stvaranje novih medijskih tehnologija, kao i internacionalizacija tekovina kulture u eri globalnog umrežavanja, posebno se nameću istraživačkoj interdisciplinarnoj naučnoj pažnji. Ovaj rad ima za cilj upravo da analitičkim sociološkim i kulturološkim pristupom, uz korišćenje pažljivo odabranih, relevantnih bibliografskih izvora, ukaže na značaj i ulogu masovnog komuniciranja u savremenim promenama globalnog društva i njegove kulture. Autorka naročito ukazuje u kojoj meri savremena medijska sveprisutnost omogućava procese globalizacije, te na koji način dolazi do oblikovanja kulturnog identiteta u medijski posredovanoj stvarnosti. Takođe, razmatra se mogućnost (zlo)upotreba masovnih medija u ostvarivanju kulturne saradnje i difuzije kulturnih elemenata, ili podsticanju međunarodnih sukoba i ostvarivanju kulturnog i političkog nacionalizma u savremenom svetu.

U zaključnom razmatranju naglašava se važnost kulturološke osnove ljudske komunikacije, koja je, nesumnjivo, oduvek omogućavala, značajno podsticala i funkcionalno pratila razvoj čovekove kulture. Ovaj rad predstavlja svojevrsan prilog raspravama o ovoj kompleksnoj problematici, naglašavajući značaj i aktuelizaciju kulture u kontekstu društvenog delovanja savremenih medijskih tehnologija.

Ključne reči: masovno komuniciranje, kultura, globalno društvo, masovni mediji, (zlo)upotreba medija, kulturne različitosti

* jelena-p@filfak.ni.ac.rs

** Rad predstavlja rezultat aktivnosti na ostvarivanju ciljeva makroprojekta *Tradicija, modernizacija i nacionalni identitet u Srbiji i na Balkanu u procesu evropskih integracija* (179074), u realizaciji Centra za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Nišu, koji je finansiran od strane Ministarstva za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije.

Uvod

Sve aktuelnije i brojnije interdisciplinarne rasprave usmerene su ka promišljanju značaja kulture i masovnog komuniciranja, njihovih međusobnih odnosa, jasno ponuđenih ili latentnih uticaja, efekata, načina i oblika delovanja u multikulturnom, informatičkom, globalnom društvu. Izvesno je priznanje da se radi o fenomenima koji u kontekstu globalnih promena savremenog društva sasvim opravdano zaslužuju ozbiljnu naučnu pažnju.

Novi razvojni i modernizacijski procesi zahtevaju i omogućavaju ne samo ekonomski i politički, već i neophodan kulturni, tehnološki i informacijski progres. Kulturološko promišljanje savremenih društvenih problema navodi na razmatranje pojedinih pitanja koja pokreće (post)modernost u kome živimo, a koje inicira promenjeni naučni diskurs o odnosu savremene kulture i masovnog komuniciranja. U korelaciji sa aktuelnom društvenom realnošću (globalnim ekonomskim i političkim promenama, naučno - tehnološkom revolucijom, razvojem naročito elektronskih medija, globalizacijom medijskog prostora, internacionalizacijom tekovina kulture), analitičkoj i istraživačkoj pažnji počinju da se nameću promene u oblasti masovnog komuniciranja i globalne kulture. Razume se, u ponuđenom kontekstu ne treba govoriti isključivo o jednosmernom procesu i uticaju, budući da promene koje se dešavaju u oblasti savremene kulture i masovnog komuniciranja, nepobitno proizlaze iz globalnih društvenih, političkih, ekonomskih promena, ali ih i same povratno uslovljavaju i oblikuju. Savremeni razvoj postojećih i stvaranje novih medijskih tehnologija doprinosi internacionalizaciji tekovina kulture u eri globalnog umrežavanja. Moderne, interaktivne medijske platforme, koje se ponosno oslanjaju na sve savršenije telekomunikacione sisteme, satelite, računare, njegovo veličanstvo Internet, mobilnu telefoniju i ostale medijsko-tehnološke inovacije, utiču na društvene promene na globalnom nivou, koje se poslednjih decenija sve snažnije i brže manifestuju u svakodnevnom životu nas samih, kao i društava i kultura kojima pripadamo.

Informišući, edukujući, reklamirajući, zabavljajući, indoktrinirajući, savremeni mediji u stvari identifikuju, (de)mistifikuju i oblikuju savremenost. Pri tome utiču, između ostalog, na planetarno povezivanje ljudi, na izgrađivanje društvene svesti, formiranje javnog mnjenja, na oblikovanje ili preoblikovanje kulturnih potreba i preispitivanje kulturnih i svih drugih vrednosti savremenog, modernog čoveka. Eto prilike za otvaranje brojnih pitanja, koja navode na promišljanje sledećeg: *šta podrazumeva i čime je uslovljena međuzavisnost kulture i komunikacije; na koji način i u kojoj meri medijska svepri-*

sutnost uslovljava procese globalizacije; da li globalizacija masovnog komuniciranja relativizuje ili naglašava kulturne različitosti; kakva je uloga masovnih medija u savremenom svetu, u kontekstu ostvarivanja kulturne saradnje ili podsticanja međunacionalnih sukoba; na koji način masovno komuniciranje oblikuje kulturu savremenih društava?

Medijska stvarnost u okviru savremene kulture svojom kontroverzom nas gotovo svakodnevno podseća na neospornu aktuelnost ovih i drugih pitanja, štaviše daje nam za pravo i za svojevrсну obavezu da o njima razmišljamo. Ovaj tekst ima za cilj upravo da u „komunikaciji” sa relevantnom naučnom literaturom, u kontekstu teorijskog promišljanja pomenutih pitanja, ukaže na značaj i ulogu masovnog komuniciranja u savremenim promenama globalnog društva i njegove kulture. Namera je, takođe, da se ukaže na izvesne predikcije o daljem razvoju medija u vremenima koja dolaze, te njihovom uticaju na oblikovanje masovnog komuniciranja i na razvoj kulture i društva uopšte. Sve to uz svesnost smisla pomalo aforističnog upozorenja jednog od izumitelja interneta, koji smelo zaključuje da ne gledamo dovoljno daleko, ukoliko znamo šta budućnost nosi (Timothy John Berners-Lee).

Sociokulturološki pristup fenomenu masovnog komuniciranja

Kao jedna od osnovnih egzistencijalnih potreba čoveka, naglašava se i potreba za opštenjem i komuniciranjem u isprepletanoj mreži društvenih odnosa, procesa i uloga. Proces komunikacije određuje se u kontekstu slanja i primanja poruka, prenošenja ili razmene informacija, najrazličitijih sadržaja svesti, ideja ili osećanja. Etimološki kontekst latinskog glagol *comunicare* ukazuje, pak, da se u retorici antičkog polisa pod ovim pojmom podrazumevao i način motivisanja i aktivnog uključivanja publike u raspravu, budući da su se besedništvo i polemički govor visoko vrednovali u okviru grčke i rimske kulture. Stoga, teoretičari različitih gnoseoloških vokacija danas često vrlo raznoliko promišljaju i tematski prilaze ovom fenomenu, pri tome ne osporavajući njegov značaj sagledan u činjenici da svaki društveni čin, proces, akcija ili interakcija zahteva komunikaciju kao esencijalni (pred)uslov.

Budući da komuniciranje, između ostalog, ima svoju užu ontološku i širu društvenu dimenziju, tretira se kao mnogostruko i raznovrsno utvrđen lični i društveni odnos i svojevrсна socijalno-psihološka veza, koja se u misaonom procesu, verbalno ili neverbalno (simbolima, znacima, slikama, vizuelnim efektima), uspostavlja između dva ili više lica, unutar jedne ili između više društvenih i kulturnih grupa. Štaviše, kvalitet i sadržaj komunikacije predstavljaju jednu od osnovnih demarkacionih linija kojom se uspostavlja

važne tačke razlikovanja ljudi i životinja. Naime, životinje se služe instiktivnim sistemom sporazumevanja kao načinom borbe za opstanak, koristeći pri tome mnogobrojne signale da bi ostvarile svoje biološko opštenje.¹ (Pinker, 1994). S druge strane, ono što čovekovu komunikaciju čini posebnom jeste stvaranje i korišćenje informacija, koje su sadržane u jeziku, sistemu simbola, apstraktnom mišljenju, načinu zaključivanja i donošenju vrednosnih sudova. Jedna od mnogobrojnih teorija o komuniciranju, teorija simboličke interakcije, upravo naglašava osobenost ljudske interakcije posredovane upotrebom signifikantnih simbola – Dž. H. Mid (George Herbert Mead), tumačenjem, odnosno utvrđivanjem značenja tuđih postupaka, kroz upoređivanje sebe sa drugima i kroz sagledavanje simbolički struktuiranih događaja okoline. Neosporno je, dakle, da je komuniciranje suštinski sadržaj i forma društvenih i kulturnih aktivnosti, krucijalni element i osnov čovekovog sporazumevanja, njegovog kooperativnog i ukupnog delovanja pomoću koga se ljudski odnosi izgrađuju i razvijaju. Naučnim, tehničkim i tehnološkim razvojem, standardizacijom i institucionalizacijom određenih komunikacionih aktivnosti, centara i kanala, omogućeno je da ljudski odnos zasnovan na komunikaciji postane i masovno posredovan. Komunikacija se na taj način javlja u funkciji ekonomskog, kulturnog i socijalnog mehanizma, koji preko direktne interpersonalne komunikativne veze ili preko masovne difuzije informacija u prostoru i vremenu, omogućava funkcionisanje društva na savremenim osnovama.

Masovno komuniciranje, kao javno, organizovano, institucionalizovano i kontrolisano opštenje, obeleženo je velikim brojem posredničkih faktora u recepciji poruka i informacija, što apostrofira višestепенost i difuznost ovog procesa. Sociokulturološki pristup masovno komuniciranje posmatra kao kompleksan društveni, kulturni i komunikacioni proces. Pri tome nastoji da ukaže na društveni značaj, ali i na determinisanost komunikacionog čina i samog recipijenta, kao njegovog osnovnog subjekta, od niza društvenih i kulturnih činioca, procesa, uloga i odnosa. Rezultatima mnogobrojnih empirijskih istraživanja potvrđeno je da isti sadržaj poruke ili informacije, prenesen na isti način, istim masovnim medijem, ne izaziva isti efekat kod recipijenata

¹ Baveći se fenomenom životinjske komunikacije, većina naučnika je sklona tvrdnji da je osnovna funkcija sporazumevanja među životinjama upravo organizacija ponašanja unutar grupe, održavanje hijerarhije u cilju reprodukcije i brige o mladima. Utvrđeno je da postoje signali za identifikaciju pojedinaca, koje koriste ptice, recimo, za raspoznavanje svoga para, ili za identifikaciju grupa, pa tako pčele stražari ubijaju pčele čije signale ne identifikuju. Najraznovrsniji su signali o stanju jedinki, npr. gladi, seksualnoj potrebi, strahu itd. Ovakva komunikacija ima pre svega funkciju socijalne simbioze, jer menja ponašanje drugih jedinki, ali se ne može govoriti o saopštenjima i prenošenju informacija, a naročito ne o upotrebi simbola, što je osnovna karakteristika upravo ljudske komunikacije. Videti detaljnije: Pinker, S. (1994). *The Language Instinct: How the Mind Creates Language*. New York City: William Morrow and Company

koji pripadaju različitim društvenim grupama, a naročito ne različitim kulturnim sistemima i modelima. Ovim se potvrđuje da masovno komuniciranje deluje usled dinamičnih procesa društveno-kulturne i psihološke interakcije i da je samo jedan od faktora koji utiču na recipijenta.² Zapravo, može se reći da na mogućnost i kvalitet međuljudskog komuniciranja, pa i onog poredovanog medijima, u velikoj meri utiču društveni faktori (obrazovanje, materijalni i porodični status, politička pripadnost, religijsko/konfesionalno opredeljenje, mesto stanovanja). To, ipak, ne znači da, skretanjem pažnje na čoveka kao značajnog subjekta komuniciranja u okviru datog društva i kulture, treba nekritički prihvatiti klasičnu Klaperovu (Joseph Klapper) misao, da su mediji bezlične tehnike posredovanja (Klapper, 1960). Naprotiv, modernistički pristup i makluanovski stav da je „medij poruka” navode na razmišljanje o značaju medija i njihovom uticaju na sadržaj i kvalitet društvenog komuniciranja. Ovaj vizionar medijske revolucije iz temelja je pomerio način razumevanja novih medija, sasvim ispravno ukazujući da njihovu ulogu u procesu komuniciranja ne treba potcenjivati, jer ona nije ni neutralna, ni bezlična. (Makluan, 1970). To se potpuno jasno potvrđuje današnjim zahuktalim tehnoprogresom i brzim protokom informacija, uz asistenciju naročito elektronskih, digitalnih, interaktivnih medija, koji bezrezervno naglašavaju da je društvena i kulturna stvarnost u velikoj meri medijski intonirana.

Parafrazirajući jednog od kritičara medija, Majkl Parentija (Michael Parenti), zaključićemo: *možda mediji nisu uvek sposobni da nam kažu kako da razmišljamo* (jer smo kao recipijenti, kao ličnosti, najpre, psihološki određeni, a zatim smo i pod značajnim uticajem normi društvenih grupa i celokupne društvene strukture, kao i pod značajnim uticajem određene kulture kojoj pripadamo, koju nosimo u sebi i prenosimo drugima), *ali su mediji vrlo uspešni u nametanju tema o kojima treba razmišljati*. Imajući to u vidu, nemoguće je u naučnom diskursu pripisati preimućstvo ili neku vrstu isključive dominacije pojedinačnim pristupima u razmatranju brojnih i raznovrsnih problema masovnog komuniciranja. Zarad naučno adekvatne i što sveobuhvatnije analize i interperetacije, njih bi trebalo da se prihvataju istovremeno naučnici različitih usmerenja – komunikolozi, sociolozi, kulturolozi, psiholozi i socijalni psiholozi, filozofi, ekonomisti, politikolozi i drugi.

Međuzavisnost kulture i komunikacije

Kao temeljni socijalni proces koji se odvija na mnogim nivoima i na razne načine, komuniciranje stvara uslove za nastanak, funkcionisanje i raz-

² O posredničkim faktorima koji deluju u komunikacionoj situaciji videti detaljnije: Klapper, Joseph (1960): *The Effects of Mass Communication*, The Free Press of Glencol, Illinois

voj različitih materijalnih i duhovnih tvorevina koje su odlika određene kulture i civilizacije. Osvrćući se na povezanost ovih fenomena, Dragan Koković navodi sledeće: „Da bi bilo koji oblik kulture postao društveni sadržaj, i da bi se zaista pretvorio u *kulturu* mora da postane subjekt i predmet *komunikacije*, što ga po prirodi stvari čini komunikativnim. S druge strane, komunikacija je predmet kulture, to je način na koji se kultura širi i postaje stalna i delotvorna. Nema komunikacije bez kulture niti kulture bez komunikacije” (Koković, 2005: 267, 268). Dakle, ljudsku sposobnost za međusobno opštenje i sporazumevanje ne treba shvatiti kao „uzgrednu veštinu”, već kao osnovni preduslov ljudskog opstanka i razvoja ljudske kulture. Put od prvih pećinskih crteža do grafičkih tabli za crtanje na računaru, od mastiljavog guščijeg pera do kompjuterske tastature, bio je zasnovan na svojevrsnom biološko-psihološko-socijalno-tehnološkom kompromisu, te iako evolutivan, sasvim sigurno ima revolucionarni značaj za razvoj različitih oblika ljudskog komuniciranja, brojnih civilizacija i kultura.

Hronološki posmatrano, u dugom hodu istorije početne oblike ljudske neverbalne komunikacije možemo povezati sa prepoznavanjem izraza lica koji je pratio određene emocije prvobitnih ljudi, sa njihovim gestovima, pokretima, mimikom, sa namerom da se članovima grupe prenesu izvesna osećanja i zapažanja. Ipak, početak komunikacije u istoriji kulture vezuje se upravo za nastanak i razvoj čovekovog govora, što je omogućilo usmeno razmenjivanje misli i informacija. Početni oblici verbalne komunikacije bili su ograničeni kratkim ljudskim pamćenjem, malim brojem sagovornika i opasnošću od sknavljenja smisla poruke interpersonalnim prenošenjem, budući da je pamćenje sadržaja poruke bilo od presudnog značaja. Obično se navodi da krucijalan i temeljan napredak u procesu komunikacije i kulturnom razvoju čovečanstva predstavlja, najpre, pronalazak fonetskog pisma u periodu od IX do VII veka pre nove ere³, a zatim i Guttembergov izum štamparske prese u renesansnoj Evropi. Time su, u značajnoj meri, bile prevaziđene dotadašnje tehničke, prostorne i vremenske granice, a komunikacija i prenošenje znanja nisu više bili toliko zavisni od ljudskog pamćenja i neposrednog fizičkog kontakta. Sa razvojem čovekove svesti i potreba, sa razvojem ljudskog društva i njegovih dostignuća, čovek je razvijao sposobnost da osmisli i razmeni svoje mišljenje, verbalno ga iskazujući ili simbolički predstavljajući, u čitavom spektru raznovrsno nijansiranih znakova i značenja.

Razmatrajući međuzavisnost koja je postojala kako u prošlosti, tako i danas između tehnike i kulture, odnosno kulture i komunikacije, Režis Debre (Regis Debray) opravdano smatra da mediji masovnog komuniciranja nisu

³ Grci su preuzeli fonetsko pismo od Feničana, prilagodili ga svom jeziku, i olakšali pisanje uvođenjem oznaka i za samoglasnike koje Feničani nisu poznavali.

samo kanali prostorne distribucije poruka – -ovde/drugde, nego i mediji očuvanja i transmisije kulture – -nekad/sada/ubuduće (Debre, 2000). Komuniciranje kultura, njihovo prožimanje, dodirivanje, prelamanje i preplitanje u ranijoj istoriji bilo je spontano, karakteristično za ratove, seobe, različite oblike kolonizacije i druge burne društvene procese, pri čemu su se kulturni elementi prenosili i širili dosta sporo. Današnji tehnološki razvoj, pak, ponudio nam je mogućnost da uz pomoć laserskih uređaja, koji ispunjavaju prostor trodimenzionalnim holografskim simulacijama, prihvatajući svojevrstnu vizuelnu iluziju, komuniciramo i ostvarujemo kontakt sa mnogobrojnim prostorno dislociranim osobama. Sve do nedavno, mašine su bile konstruisane i korišćene isključivo kao usavršavanje i upotpunjavanje čovekovih fizičkih mogućnosti i sposobnosti, što je omogućavala sve razvijenija tehnologija. Danas smo, pak, svedoci razvoja računara koji poseduju veštačku inteligenciju, koji usavršavaju, a često i zamenjuju, čovekove mentalne sposobnosti. Činjenica je, međutim, da za tako nešto mnogi pojedinci i čitava društva danas nisu ni psihološki, ni socijalno, ni kulturno, a naročito ne tehnološki i ekonomski spremni. Suočavanje i prilagođavanje svetu koji su naselili računari sposobni da „misle” i vizuelno manipulišu, roboti sposobni da rade i „osećaju” i svemogućí elektronski mediji, nekim ljudima danas deluje čudno i pomalo zastrašujuće, gotovo isto kao što je davne 1895. godine delovala prva projekcija filma Ula-zak voza u stanicu (L'Arrivée d'un Train À la Ciotat) braće Limijer (des frères Lumières). Tada su malobrojni, znatiželjni i neiskusni gledaoci poskakali od straha misleći da voz, snimljen metodom dubinskog kadra, naleće na njih. Danas su prisutni svakodnevni strahovi, osećanja beznađa ili rezignacije sa kojima naročito pojedinci iz nerazvijenih društava i kultura doživljavaju „složen i komplikovan svet” oko sebe. Stoga je savremeni čovek prosto prinuđen i upućen na to da ovlada novim tehnologijama i modernim medijima, da postane svestan mogućnosti njihove upotrebe i zloupotrebe, da potčini njihove moći svojim potrebama i bukvalno da nauči da živi sa njima i uz pomoć njih.

Od prvobitnog prajezika, o kome nam istorijska lingvistika ne nudi pouzdane podatke, preko razvijenog jezika Homo sapiensa, stečenog pre oko stotinak hiljada godina, preko otkrića pisma, razvoja tradicionalnih i modernih elektronskih medija, sve do otkrića i razvoja savremene kompjuterske mreže (interneta), komuniciranje je omogućavalo, značajno podsticalo i funkcionalno pratilo razvoj čovekove kulture. E. V. Sokolov (Э. В. Соколов) je, izdvajajući komunikativnu funkciju kulture kao najvažniju, ukazivao na međuzavisnost kulture i komunikacije. „Ciljevi socijalnog uzajamnog uticaja određuju ne samo forme i uslove komunikacije, nego i sadržaj informacije koja se prenosi. Podaci koje čovek želi da dobije i koje on usvaja uvek su u korelaciji sa njegovim mestom u društvu i njegovim odnosom prema kulturi” (Sokolov, 1976: 113). Kulturolozi naročito promišljaju komuniciranje kao

esencijalni segment svakog društva i svake kulture, kao krucijalni preduslov kulturnog opstajanja, prožimanja i međudonošenja. Nikola Božilović osobenost društvene komunikacije dovodi neupitno u vezu sa kulturom, odnosno sa nacionalnom i kulturnom tradicijom. „To se može potvrditi na globalnim primerima (kulture Zapada i kulture Istoka), a takođe i na obilju kulturnih specifičnosti etničkih grupa i nacija, poput Amerikanaca i Rusa, Kineza i Indusa, Engleza, Francuza. Kulturne osobenosti određene nacije (u pogledu na svet, ponašanju, veri, običajima, modi, kulinarstvu i načinu ishrane, zdravstvenim i higijenskim navikama i drugim „sitnicama“) mogu omogućiti, pospešiti i poboljšati, ali ništa manje ometati, pa čak i onemogućiti komunikaciju” (Božilović, 2008: 75). Ukazujući na međusobnu povezanost savremene medijske kulture i komunikacije, mnogi teoretičari su skloni potpunom odbacivanju njihove binarne podele ili, pak, davanju isključive primarnosti, odnosno prednosti jednoj na račun druge. Postavljanju takvih oštih razlika između kulture i komunikacije protivi se i Daglas Kelner (Douglas Kellner), koji u svojoj istoimenoj knjizi, analizujući moderne oblike komuniciranja, uverljivo pokazuje da je dominantan i nezaobilazan oblik savremene kulture upravo *Medijska kultura* (Kelner, 2004).

Sve navedeno implicira zaključak o međuzavisnosti kulture i komunikacije – bilo kakav cilj da ima komunikacija, i bilo u kakvoj formi da se ona obavlja, nesumnjiva je njena determinisanost raznovrsnim socijalno-kulturnim uslovima, kao što su, istovremeno, egzistencija i razvoj kultura oduvek bili nezamislivi bez posredovanja najrazličitijih segmenata komunikacionog delovanja.

(Zlo)upotreba masovnih medija u kontekstu globalnih promena savremenog društva

Naučno-tehnološka revolucija, njom oblikovano savremeno informatičko društvo, procesi globalizacije i integracije u velikoj meri su istakli značaj masovnog komuniciranja za *modus (co)vivendi* ljudi u savremenom svetu, kao i njegovu ulogu u oblikovanju svekolikog kulturnog miljea. Modernizacijske vrednosti u oblasti kulture inicijalno su, između ostalog, sadržane u težnji da se promoviše i razvije povećana sposobnost pojedinaca za aktivno uključivanje u socijalnu interakciju i komunikaciju između ljudi različitog kulturnog porekla.

Činjenica je da su mediji postali nesumnjiva i neporeciva potreba, važan, sastavni deo modernog društva. Usavršavanje i razvoj mogućnosti medija istovremeno su povećali delotvornost masovnog komuniciranja i stepen

izloženosti uticaju masovnih medija savremenog čoveka. Utoliko je neophodna svest o moći medija, tim pre što se oni nameću kao vrlo bitan agens formiranja i menjanja moralnih, estetskih, političkih stavova, čime obezbeđuju sebi značajan uticaj u oblikovanju javnog mnjenja, zahvaljujući svojoj gotovo hipnotičkoj moći ubeđivanja. Budući, dakle, da medijski ostvareno komuniciranje predstavlja jedan od dominantnih faktora u ostvarivanju nezaustavljivih procesa globalizacije, nameće se potreba za sagledavanjem uloge masovnog komuniciranja u kreiranju savremenog svetskog društva i ostvarivanju koncepta takozvane planetarne kulture. Imajući u vidu činjenicu da je globalizacija multidimenzionalan i kompleksan proces svetskog ujedinjavanja, koji ima različite implikacije na razvoj pojedinih regiona i društava u svetu, moguće je promišljati i naznačiti kako pozitivne doprinose i prednosti, tako i izvesna ograničenja i nedostatke koje medijski ostvareno komuniciranje ima u savremenom, globalnom društvu.

Najpre, valja ukazati na pozitivne efekte koje masovni mediji ostvaruju, a tiču se kulturne komunikacije unutar i između različitih pojedinaca i naroda. Sociokulturološki adekvatno sagledavanje uloge koju masovni mediji ostvaruju u savremenom svetu (u intrakulturnoj i interkulturnoj komunikaciji) govori u prilog njihovog značajnog posredovanja u stvaranju otvorenog svetskog društva, prevladavanju prostorne izolovanosti i naglašavanju procesa akulturacije u životu savremenog sveta. Sa razvojem naročito modernih sredstava masovnog komuniciranja, bržim protokom informacija, lakšom dostupnošću aktuelnim vestima, inovacijama, otvorena je mogućnost bržeg opštenja, povezivanja i širenja međusobnih uticaja različitih kultura. Posredstvom savremenih medija omogućeno je prenošenje kulturnih tvorevina iz sredina koje prostorno nisu bliske, što između ostalog doprinosi proširenju muzičkih, likovnih, književnih i uopšte umetničkih sklonosti i drugih kulturnih tvorevina, pronalazaka, ideja na teritorijalno i vremenski udaljena područja. Saopštenja i informacije danas dosežu masovnu publiku za relativno kratko vreme ili čak istovremeno sa aktuelnim, javnim zbivanjima. Više gotovo da i ne postoji medij ili značajni pojedinci, društvene i kulturne grupe, koji nisu povezani sa svetskim sistemom računarskih mreža (internetom), koji nesumnjivo uslovljava i određuje način na koji funkcionišu moderni globalni komunikacioni sistemi.⁴

⁴ Nekada sarkastična misao da će doći vreme kada će se poglavari obraćati svojim vernicima preko satelita i interneta, danas je potvrdila svoju aktuelnost. Naime, predsednika Papskog veća za odnose sa javnošću predstavio je novu internet stranicu www.pope2you.net, koja je direktno povezana sa društvenom mrežom Facebook, a koja Katoličkoj crkvi služi za približavanje mladima i za dovođenje u kontakt s papom Benediktom XVI. Ova inicijativa je započeta kao deo aktivnosti vezanih za Svetski dan medija, koji je u Crkvi svečano obeležen 2009. godine pod geslom "Nove tehnologije, novi odnosi". Osim toga, Papa je pokrenuo kanal na

Neosporno je, dakle, da savremeni mediji predstavljaju vrlo značajan segment globalizacije, omogućavajući difuziju kulturnih elemenata, a time i planetarno povezivanje ljudi, stimulišući svestranije opštenje i širenje međusobnih uticaja različitih kultura. Branimir Stojković skreće pažnju na „izrazit trend *hiperkulturacije* savremenog sveta, kojim se označava porast interesovanja najširih slojeva stanovništva za kulturne aktivnosti i događanja u sferi kulture” (Stojković, 1995: 13), koji je u značajnoj meri i medijski omogućen. Kada je u pitanju interkulturalna komunikacija, upotreba masovnih medija svakako može doprineti promociji kulturnih različitosti i učiniti da spoznajom *drugih*, prihvatanjem mogućnosti postojanja različitih tradicija, jezika, navika, običaja, ostvarenja, iskustava i potreba odredimo sopstvenu specifičnost i shvatimo da je ona samo jedan od mnoštva oblika ljudskog postojanja u toliko šarolikom savremenom svetu. S druge strane, u kontekstu intrakulturalnog komuniciranja, mediji mogu, u okviru afirmativne i demokratske nacionalne i kulturne politike, posredovati u prevazilaženju kulturnog nacionalizma, u ostvarivanju jednakog prava svih ljudi na kulturu, kao i očuvanju kulturnih različitosti u brojnim mogućnostima komuniciranja, ostvarivanja dijaloga i saradnje. Kada su u pitanju nacionalne manjine u okviru posebnih država, to se svodi na neophodnost omogućavanja njihovog kulturnog opstajanja, razvoja i očuvanja njihove kulturne posebnosti, između ostalog, i korišćenjem informacija na maternjem jeziku, kao i davanjem svake slobode i prava na posebno organizovanje i delovanje u medijskom prostoru. Time se, zapravo, apostrofira značaj medijske zastupljenosti i uključivanja svih građana i manjinskih grupa u dijalog o mnogim bitnim pitanjima od javnog interesa. „(...) Komuniciranje identiteta je tema koja tangira svekoliko medijsku praksu – pre svega i posebno, kao/kroz pitanje „vidljivosti” u medijima, priznavanja prava na pripadanje određenoj (etničkoj, religijskoj, rodnoj i dr.) manjinskoj grupi i na njeno manifestovanje, uvažavanja i afirmisanja tog prava” (Kristović, 2007: 219). Doprinos medija u podsticanju kulturnog pluralizma ogleda se, dakle, u samom medijskom pluralizmu i u raznovrsnosti medijskih sadržaja, kao bitnih faktora za funkcionisanje demokratskog društva.

Tragamo li, međutim, za determinacijskim sklopom koji određuje ulogu masovnih medija u savremenom svetu, ne možemo prevideti čitav niz negativnih efekata i uticaja koji oni ostvaruju. Antiglobalistički intonirana promišljanja ove problematike ukazuju, pre svega, na medijski posredovanu mistifikaciju savremenog društva, na ostvarivanje kulturnog imperijalizma, na

YouTube-u, ohrabrio sveštenike da pišu blogove i mladim vernicima uputio poruku da koriste internet kako bi promovisali, širili i osnažili svoju veru. Navedeno prema URL:

http://www.kriz-zivota.com/zoom/4401/papa_do_mladih_preko_facebook/.

Posećeno 16.02.2011.

stvaranje veštačkih potreba, na prihvatanje i plasiranje kulturno i estetski bezvrednih sadržaja u težnji da se ostvari kontakt sa što većim delom publike. Činjenica da je vlasništvo medija ograničeno, da su oni pod značajnim uticajem velikih političkih i privrednih interesnih grupa, koje vrše nadzor, kontrolišu, usmeravaju i diktiraju sadržinu poruka i informacija, dovoljan je razlog za opravdani zaključak da je zloupotreba medija danas moguća i prisutna.

Dakle, globalizacija koja se ostvaruje posredstvom medija se u kontekstu kulturoloških razmatranja često ocenjuje kao proces koji, uprkos povezivanju kultura i jačanju interakcija, istovremeno preči uniformizacijom, posredujući u ostvarivanju kulturnog neokolonijalizma. Dodamo li ovoj priči i nezaobilazan ekonomski, komercijalni kontekst, značajno zasnovan na podatku da medijska i informatička industrija, pored farmaceutske i duvanske, spadaju u četiri najprofitabilnije na svetu – eto novih mogućnosti sagledavanja zloupotrebe savremenih medija u oblikovanju društvene i kulturne stvarnosti. Teoretičari najčešće pokazuju naklonjenost kritici usmerenoj ka izrazitoj dominaciji pojedinih zemalja, pre svih Sjedinjenih Američkih Država i Japana, u oblasti kulturne industrije, masovnih komunikacija i informatičkih tehnologija. Ovakva konstatacija pronalazi svoje utemeljenje u podatku da je od deset najvećih globalnih medijskih, komunikacionih i informacionih kompanija, čak sedam iz SAD, pri čemu samo program CNN-a dnevno prati preko pola milijarde ljudi uz pomoć velikog broja satelita. Uzmimo u obzir i činjenicu da je zahvaljujući razvoju medijske tehnologije u čitavom svetu došlo do umnožavanja, gotovo eksplozije različitih medijskih kanala. To nas, međutim, može navesti u pravcu pogrešnog zaključivanja o većoj mogućnosti izbora modernog „medija--čoveka”. Budući da sadržinski i koncepcijski plediraju na masovnost, da se sve više obraćaju globalnom auditorijumu, pripadnicima različitih naroda, rasa, religija, kultura, velike medijske kompanije smišljeno „pristaju” na prveovlađujuću ponudu zabavnog sadržaja, koji je velikim delom standardizovan i uglavnom prilagođen masovnoj publici i konformističkom ukusu. Homogenizovanost i komercijalizam masovne kulture, koja je poprimila kosmopolitski karakter rušeći sve nacionalne barijere, utemeljeni su na prosečnosti, a vrlo često i na primetnom unižavanju estetskih kriterijuma i kulturnih potreba, naročito u slučaju kada se masovni mediji nude i prihvataju kao jedini mogući izbor u njihovom zadovoljavanju.

S druge strane, izvesno je da su u savremenom političkom međunarodnom kolopletu mnogi narodi i kulture danas ugroženi upravo medijskom manipulacijom. To se ogleda u svojevrsnoj indoktrinaciji ideja, u ideološko-političkom oblikovanju poželjnog ponašanja, u nastojanju da se pomoću masovnih medija nametnu određena shvatanja, verovanja ili „poželjni” modeli međusobnog ophođenja. Zloupotreba medija može imati svoje implikacije,

najpre, *unutar jednog društva ili kulture*. To kao epilog omogućava perfidno ili potpuno otvoreno plasiranje medijskih sadržaja u korist podsticanja nacionalističkih težnji i vizija, revanšizama, zaoštavanja pitanja i sudbine nacionalnih manjina, u korist ksonofobičnog čuvanja sopstvene tradicije i identiteta, oživljavanja tradicionalističkih kulturnih obrazaca, manipulativnom evociranju fragemanata prošlosti i sl. Često prisutno monopolsko vlasništvo nad medijima i selekcija medijskih sadržaja, kao svojevrsna negacija alternativa u saglasnosti sa političkim poretkom, preovlađujućim ideološkim i vrednosnim sistemom i važećim kulturnim standardima, nesumnjivo ugrožavaju pluralizam i demokratičnost savremenih društava. Jednodimenzionalna medijska slika, plasirana onda kada je „najpotrebnije” - uglavnom u kriznim društvenim momentima, može doprineti sprečavanju svake suštinske društvene promene.

Zloupotreba medija, s druge strane, može biti ostvarena i u *međunacionalnim odnosima*, na širem međunarodnom planu. To izaziva vrlo problematične posledice u pogledu slike koja se gradi o nekom narodu u svetu, njegovom položaju u međunarodnom sistemu, a zatim i na svekoliki razvoj njegovog društva i kulture. „Globalizam je prinudio kulture i nacije na mešanje, pri čemu svi rado prihvataju ciljeve i interese koji im odgovaraju, ali isto tako i odbacuju vrednosti grupa sa kojima ne žele da se identifikuju. Otuda veliki uticaj stereotipa i predrasuda, neznanja i manipulativnosti, jer moderno društvo opstaje na svojevrsnom paradoksu: sve savršeniji mediji, sve nesavršeniji ljudi!” (Jevtović, Aracki, 2011: 405). Konstruisanje „istinitosti” sve više se svodi na selekciju informacija koje nam nude uticajne medijske imperije. Pod kontrolom i rukovođenjem moćnih grupa i zemalja u svetu, neobjektivnim i neistinitim informisanjem masovni mediji bivaju upleteni kao posredni učesnici u mnoge međunarodne sukobe i krize, podržavajući tako diskutabilne nacionalne ideje i interese. Dobro formulisanim, strateški ponuđenim sadržajima, mediji u velikoj meri mogu doprineti izgrađivanju pojednostavljenih i vrednosno iznijansiranih predstava o određenim narodima, plasirajući politički i ideološki ciljane zablude, doprinoseći netoleranciji, čak otvorenom animozitetu svetske javnosti prema nekima od njih.⁵ Baveći se odnosom medija i demokratije, Naom Čomski (Noam Chomsky) je u svojoj knjizi *Mediji, propaganda i sistem* ukazao na moć indoktrinacije medija u sistemu masov-

⁵ U medijskoj teoriji poznat je tzv. „CNN efekat”, koga pojedini istraživači, poput Mehdi Sematija (Semati, 2001), određuju kao poseban televizijski žanr. Odlikuje ga, po mišljenju pomenutog autora, medijsko praćenje događaja iz različitih delova sveta pomoću satelita, pri čemu se snimci sa lica mesta upotpunjavaju „nefiltriranim” izjavama zvaničnika, što značajno utiče na kvalitet izveštavanja, globalno javno mnjenje, pa čak i na samu međunarodnu politiku. Videti URL: <http://www.tbsjournal.com/Archives/Spring01/Semati.html>.

Posećeno: 20.03.2012.

nog komuniciranja, govoreći o moćnom mehanizmu kontrole koji onemogućava jasno razumevanje događaja u svetu (Chomsky, 2002). U modernoj konfuziji identiteta i pluralizmu kulturnih modela prisutan je izvestan strah od globalizma, od homogenizacije i asimilacije, koji rađa neizvesnost u pogledu očuvanja demokratskih vrednosti, političke stabilnosti, nacionalnog i kulturnog identiteta.

Uprkos osnovanim bojaznima, savremeni svet treba razvojno usmeravati i posmatrati kao riznicu kulturne različitosti i brojnih mogućnosti iskazivanja njihove međuzavisnosti. U skladu sa šansama i pretnjama globalizacije, ovaj proces se može prepoznati i kao novi vid akulturacije omogućen procesom masovnog komuniciranja, uz nove potencijale za difuziju kulturnih elemenata, a time i promociju pojedinaca, naroda i kultura uz neizostavnu potrebu očuvanja njihovih specifičnosti. Sasvim je izvesno da se pri tome nužno mora pretpostaviti izvestan stepen političke, medijske i svake druge korektnosti i demokratičnosti, kao značajanih strategijskih resursa i nezaobilazne osnove za razvoj i opstanak umreženog društva i savremene kulture. Pitanje koje ovo poglavlje samo dotiče, a odnosi se na (zlo)upotrebu masovnih medija u globalnim promenama svetskog društva zahteva, naravno, detaljniju teorijsku eksplikaciju i empirijsku analizu. Ostaje potreba da se uvek iznova ispituje i promišlja moć masovnih medija na oblikovanje individualnih i kolektivnih identiteta, na formiranje stavova i odnošenje prema drugom i drugačijem, na stilizovanje naših predstava o kulturnim specifičnostima, potrebama i vrednostima. Ovo u težnji da masovni mediji doprinesu prihvatanju kulturnih različitosti, konstruktivnom komuniciranju i prožimanju onog najvrednijeg u svakoj od postojećih kultura. Da profilišu demokratske političke potencijale, nacionalno raznolike i vredne kulturne i umetničke sadržaje, a izbegnu nepovoljne i društveno dezintegrišuće aspekte u oblikovanju modernog svetskog društva.

Zaključak

Inovativne tehnologije i moderni elektronski mediji postali su osnovna potreba čoveka u sporazumevanju i orijentaciji u socijalnom životu, pružajući gotovo neograničene informativne, saznavne i razvojne pogodnosti. U tom smislu, savremenom čoveku se prosto „ne dozvoljava” tehnološka ravnodušnost kao svojevrsna paraliza uma, sposobnosti i kreativnosti. Od njega se zahteva stvaralački prilog i očekuje aktivno odnošenje prema novonastalim promenama, kao i prihvatanje i uspostavljanje drugačijih prioriteta ličnih i

kolektivnih vrednosti, radi snalaženja u multiplikovanoj stvarnosti i zahtevnim vremenima koja traju i dolaze.

Dinamičnost promena u savremenom svetu, mnoštvo ponuđenih alternativa, a naročito „medijsko ubrzanje istorijskog toka” posredovano brojnim i raznovrsnim načinima komuniciranja u okviru i posredstvom globalnog društva, doprinose sve većem značaju savremene medijske i informatičke kulture. Sveukupna složenost društvenog i kulturnog ambijenta zasniva se na obilju mogućnosti današnjice, na svakodnevnim promenama i inovacijama, koje savremenog čoveka, pak, čine neodlučnim u pogledu ispravnosti izbora, izgrađivanja sopstvenog i odnošenja prema identitetima drugih. Otuda se može zaključiti da savremeno doba informatičke kulture i tehnološki razvoj stvaraju nove pravce društvenih kretanja, menjajući vrednosne sisteme i samu društvenu strukturu.

Ključni elementi komuniciranja pojedinaca i društava danas su obeleženi difuzijom kulturnih elemenata, razmenom stvaralačkih iskustava i brojnih kulturnih specifičnosti. Razvoj moćnih elektronskih medija nesumnjivo je omogućio globalizacijsko povezivanje i zblizavanje ljudi u savremenom svetu, ukidajući vremenske, geografske i kulturološke distance. U prilog ovoj tezi neosporno govori jedna zanimljiva istorijska paralela – u V veku pre nove ere, u antičkoj Grčkoj, vojnik i glasnik Fidipid pretrčao je nakon bitke na Maratonskom polju čak 42 kilometra da bi Atinjanima preneo vest o pobedi nad Persijancima. U XXI veku moderna tehnologija je britanskom princu Čarlsu omogućila „pojavlјivanje na dva mesta u isto vreme”. Zahvaljujući trodimenzionalnoj holografskoj projekciji, koja je trajala šest minuta i simulirala njegovo prisustvo, princ od Velsa se prisutnima obratio na otvaranju Samita o svetskoj budućnosti u energetici u Abu Dabiju, iako je uistinu u tom trenutku obilazio zatvoreni ugljenokop na jugozapadu Škotske.⁶ Dakle, više je nego očigledno da se razvojem ljudske civilizacije i kulture brzina i kvalitet prenošenja informacija značajno poboljšao, a vremenski razmak između događanja i primanja vesti o njima višestruko smanjio, da bi danas čak u potpunosti bio ukinut njihovim istovremenim medijskim praćenjem ili simuliranjem. To je učinilo da linija koja razdvaja stvarnost i virtuelni svet postane vrlo tanka, gotovo neprimetno provlačeći se kroz naše živote, nudeći nam nekakav koncept posredovanja, lažni smisao ili stvaran kontekst simulacije (Bodrijar, 1991).

U anticipaciji budućeg razvoja treba poći od sigurno utemeljene pretpostavke: budućnost tehnologija, medija i komuniciranja neće biti slučajnost,

⁶ Prilog se može pogledati na internet strani Multimedia Vision Online: http://www.musion.co.uk/Prince_Charles.html. Posećeno: 26.03.2012.

kao što to ni njihova sadašnjost nije. Ona će, po svemu sudeći, biti rezultat iskrenog napora za savlađivanjem (ne)mogućeg, naučno zasnovanog usmjerenja i veštog sprovođenja današnjih zamisli čovečanstva. Jasno je, dakle, da će opstanak masovnih medija zavisiti od njihove sposobnosti da se prilagode razvoju informacionih tehnologija. Kvalitet čovekovog života i kulture zavisice, u velikoj meri, od učenja novih navika, razvijanja praktičnih veština u savlađivanju tehnoloških medijskih inovacija, ali i od mudrog izbora između mnogobrojno ponuđenih razvojnih alternativa. Shvatajući neophodnost i značaj masovnog komuniciranja za budući razvoj društava, opravdano je verovanje da će mnoge zemlje sveta, poput Finske, pristup internetu proglasiti ustavnim pravom. Ovakav idejni koncept danas podržavaju Ujedinjene nacije zalaganjem da se internet uvrsti u osnovna ljudska prava. To ne znači da će tradicionalni mediji nestati, ali će sasvim sigurno oni morati da se prilagođavaju novim tehnologijama kako bi opstali. Internet će omogućavati potpunu integrisanost svih medija, pa će ljudi sve više postajati korisnici digitalne kulture na planetarnom nivou. Publikacije i knjige će se i dalje digitalizovati i sve više čuvati, umesto na policama biblioteka, u memorijama računarskih sistema, dok će hologramima moći relativno lako i brzo da se obezbedi „pristup“ ljudi iz različitih delova sveta. Razvoj tehnologija ima nesumnjivo veliki uticaj na proces modernizacije medija, te se budući razvoj društava i kultura bez njih ne može zamisliti. Nova, nastajuća društvena stvarnost, sasvim izvesno, obeležena je brojnim mogućnostima samoostvarivanja i rekonstrukcije identiteta pojedinaca i širih zajednica. S druge strane, praćena je imaginarnim distancama, alternativnim vrednostima, veštačkim potrebama i konfuzijom multiplikovanih identiteta u okviru planetarne, medijski intonirane kulture.

Ma koliko pretendovale na sadržinsku potpunost promišljanja odnosa kulture i masovnog komuniciranja u kontekstu globalnih promena savremenog društva, rasprave na ovu temu ne mogu računati na svoju problemsku dovršenost. Otvarajući pojedina pitanja i „provocirajući“ izvesna promišljanja naznačenog odnosa, ovaj rad nudi svojevrstan prilog postojećim analizama ove kompleksne problematike, uz apostrofiranje i aktuelizaciju značaja kulture i komuniciranja u medijski posredovanoj stvarnosti.

Literatura:

1. Bodrijar, Žan (1991): *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad
2. Božilović, Nikola (2008): *Umetnost, kreacija, komunikacija*, Filozofski fakultet u Nišu, Niš
3. Čomski, Naom (2002): *Mediji, propaganda i sistem, Što čitaš?*, Zagreb
4. Debre, Režis (2000): *Uvod u mediologiju*, Clio, Beograd
5. Jevtović, Zoran; Aracki, Zoran (2011): Identitet novih medija i njihov uticaj na duštvne promene, u: *Tradicija, modernizacija, identiteti – Mesto tradicije i modernizacije u različitim koncepcijama i strategijama razvoja zemalja u tranziciji*, Filozofski fakultet, Univerzitet u Nišu, Centar za sociološka istraživanja, Niš
6. Kelner, Daglas (2004): *Medijska kultura*, Clio, Beograd
7. Klapper, Joseph (1960): *The Effects of Mass Communication*, The Free Press of Glencol, Illinois
8. Koković, Dragan (2005): *Pukotine kulture*, Prometej, Novi Sad
9. Križ života (hc) (2009): *Novi projekt iz Vatikana uz svjetski dan medija, Papa do mladih prekeko Facebooka*. Posećeno 16.02.2011. URL: http://www.krizzivota.com/zoom/4401/papa_do_mladih_preko_facebooka/
10. Kristović, Mirjana (2007): Izvođenje TV intervjuja kao komunikativnog čina proizvodnja u izražavanja identiteta, u: *Identiteti i kultura mira u procesima globalizacije i regionalizacije Balkana*, Filozofski fakultet – Univerzitet u Nišu, Centar za sociološka istraživanja, Niš
11. Makluan, Maršal (1970): *Poznavanje opštila – čovekovih produžetaka*, Prosveta, Beograd
12. Pinker, Steven (1994): *The Language Instinct: How the Mind Creates Language*, William Morrow and Company, New York City
13. Semati, Mehdi (2001): Reflections on the Politics of the Global 'Rolling News' Television Genre. *Transnational Broadcasting Studies*, No. 6, Spring/Summer 2001. Posećeno 01.03.2011. URL: <http://www.tbsjournal.com/Archives/Spring01/Semati.html>
14. Sokolov, E. V. (1976): *Kultura i ličnost*, Prosveta, Beograd
15. Stojković, Branimir (1995): *Kulturna politika evropske integracije – Evropska unija i Savet Evrope*, Institut za evropske studije, Beograd

CULTURE AND MASS COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF GLOBAL CHANGES IN THE MODERN SOCIETY

Summary: Modern development of existing and creation of new media technologies, and internationalization of cultural heritage in the era of global networking, especially impose on the interdisciplinary scientific research attention. This paper precisely aims at indicating the importance and role of mass communication in contemporary changes in global society and its culture, through analytic sociological and cultural approach, using carefully selected, relevant bibliographic sources. The author points out, in particular the, extent to which contemporary media omnipresence enables the processes of globalization, as well as in what manner is cultural identity formed within a media-mediated reality. Also, the topic discussed is the possibility of (mis) use of mass media in bringing about cultural cooperation and diffusion of cultural elements, or encouraging inter-ethnic conflict, and realization of cultural and political nationalism in the modern world.

The conclusion of this paper emphasizes the importance of cultural foundations of human communication, which has, without doubt, always allowed, strongly encouraged and functionally followed the development of human culture. This paper represents a sort of a contribution to the already existing debates on this complex issue, stressing the importance and actualization of culture in the context of social activity of contemporary media technologies.

Key words: mass communication / culture / global society / mass media / (ab) use of media / cultural diversity.

III

KULTURNA BAŠTINA

