

Универзитет уметности у Београду,
Факултет драмских уметности, Београд

DOI 10.5937/kultura2069221V

УДК 316.722:316.774

316.774

316.752

оригиналан научни рад

МЕДИЈИ И КУЛТУРА - ДИЈАЛЕКТИКА ВРЕДНОВАЊА

Сажетак: *Напореда са изучавањем света културе, Милена Драгићевић Шешић бавила се промишљањима у области медија. Активности у назначеним областима, по нашем уверењу, представљају једну јединствену парадигму, унутар које се узајамно сусрећу, конфликтуално посредују и боре за доминацију два различита вредносна система, егзистирајућа у данашњем времену. Начелно на страни културе и њених интереса и могућности, М. Драгићевић Шешић не упада у замку технофобије, али, такође, не фетишизира постојећу медијску реалност. Непристрасно анализујући актуелну медијску сцену, ауторка дискретно подржава културу у њеној борби за равноправнији статус у односу на медијски диктум, у ери владавине савремених комуникационих технологија. Не оспоравајући идеју и праксу убрзаног техничко-технолошког напретка, М. Драгићевић Шешић критички валоризује свет медија, залажући се за културалну вредносну парадигму, делујућу како унутар медијске праксе, тако и у оквирима њених спољашњих домета, односно, у простору целокупне друштвено-економске заједнице.*

Кључне речи: *култура, медији, технологија, вредност*

Научно-истраживачки рад, те педагошко усмерење проф. др Милене Драгићевић Шешић крећу се, углавном, у два правца. С једне стране, ту су питања културе, њеног развоја, анимације и менаџерских знања, као и алтернативне уметности и отпора према доминантним друштвено-културалним вредносним оријентацијама, док су, на другој страни

медији: почевши од штампе, преко радија, телевизије, па све до интернета и друштвених мрежа. Ова два истраживачка правца, примењивана, истовремено, како у теоријским радовима, тако и у настави, истраживањима, и у пракси¹, често се дијалектички прожимају, чинећи једну динамичну целину.

У времену које, посматрано с техничко-технолошког аспекта, захтева прилагођавање културе новој парадигми комуникационих технологија и медија, док се, у исто време, сагледано у дијалектичком кључу из угла културе, претходно речено доводи у питање, узајамно се сучељавају две битно различите вредносне основе мишљења. Поменуте тенденције ауторка разуме, чини се, као два момента јединственог кретања у коме би ваљало да превагне култура, и то у измењеном виду, тако да је прилагођена свом времену. Медији су, отуда, посредна инстанца у трансформативним процесима разноликих поља културе, али свакако нису и крајњи исход коме култура треба да тежи. Но, како овај процес промена није неупитан, М. Драгићевић Шешић трага за његовим перспективама, напоредо с изналажењем странпутица, које ове промене стихијно изазивају. Тако се у њеном раду теме везане за етичке аспекте културне политике и менаџмента, а посебно медијске етике, јављају још од деведесетих година 20. века², често и у директном међусобном преплитању³.

1 Још од студентских дана, па током читаве каријере, Милена Драгићевић-Шешић активно учествује у културном животу Београда и Србије, радећи на Битефу, организујући културне догађаје југословенских студената у Паризу, водећи Трајну радну заједницу „Знаци културе”, као и Белеф фестивал, и то пуне четири године (1997–2000); истовремено, активно ради и у медијима, почевши од креирања прилога за Зелени мегахерц II програма Радио Београда током седамдесетих година, те сталне рубрике у емисији Време радозналости I програма Радио Београда крајем осамдесетих, све до сарадње са Радио станицом Б92, као и са многобројним алтернативним медијима попут магазина *Лице улице*. Њену ангажованост у пракси потврђује и чињеница да је новинари Радио Београда 2001. године укључују у свој Етички комитет.

2 Драгићевић Шешић, М. Документаризам и етика, у: *Филм & Видео студије, полемике, огледи и разговори*, ур. Кнежевић, М. и Зечевић, Б. (1997), Београд: Фестивал југословенског документарног и краткометражног филма; Dragičević Šešić, M. (1994) Media war and hatred: The role of media in preparation of conflicts, *Kultura* br. 93/94, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.

3 Драгићевић Шешић, М. Ауторитарни систем, аутономија медија и цивилно друштво, у: *Потиснуто цивилно друштво*, ур. Павловић, В. (1995), Београд: Еко центар; Dragičević Šešić, M. (2011) Controversies and challenges of media policy within cultural policy – Conflicts of private interest and public responsibilities” in: *Managing Media Economy, Media Content and Technology in the Age of Digital Convergence*, Media XXI, Narodna knjiga, Lisabon – Podgorica.

Када непосредно говори о корелацији између сфера медија и културе, интересантно је да у домену медија уплив културе Милена Драгићевић Шешић види као допринос не само формалним и садржинским карактеристикама савремених медија, већ и њиховом (пожељном) деловању у смеру достизања одређених моралних вредности. Тако, у извесном смилу речи, култура и етика, с обзиром на деловање медија, имају, или би ваљало да имају, сличну, регулативну улогу (у смислу тежње ка достизању високих етичких и културалних идеала). Ако је етика медија вредносни рефлекс културе у овој области људских делатности, то је њено одсуство један од узрока пада вредносних критеријума у области информисања, односно тзв. медијске културе. У том смислу, поткрепићемо ову тезу скраћеном формулацијом, преузетом из прес-клипинга Форума новинара културних рубрика, а која се односи на излагање Милене Драгићевић Шешић.

„Проф. др Милена Драгићевић-Шешић, са Факултета драмских уметности, говорила је о етици у информисању, залажући се за борбу против пада вредности у култури. Она је инсистирала на поштовању етичког кодекса код новинара и њиховој одговорности према професији, као на компетентном информисању јавности ...”⁴

Поменута целина у кретању, тиче се, заправо, успостављања једне врсте конкурентског односа између културе и медија, при чему ауторка настоји да успостави равнотежу – што је, истовремено, једна од основних карактеристика њених укупних теоријских интенција. Поставља се, надаље, питање на који начин се успоставља овај „крхки баланс”, у чему су исходшта и упоришта кретања и на који начин дијалектичка борба између културе и медија, евидентна у раду Милене Драгићевић Шешић, представља данашњи цивилизацијски оквир вредновања. А овде је управо реч о вредновању; јер, неспорно је да актуелни цивилизацијски прогрес, који репрезентују медији, доводи у питање основе културе, која са своје стране, настоји да одговори на тај изазов – било тако што ће истрајавати на традиционалним вредностима, било што ће се делом прилагодити, или у потпуности трансформисати у јединствени софтвер Манович, (Manovich) односно глобалну медијску културу.

С тим у вези, могло би се закључити да стваралачки/теоријски опус Милене Драгићевић Шешић детектује ове мène, означава путоказе и потенцира оно превредновање

4 Видети текст: „Novinari su prokonzuli u republici reči“, на страници: <http://www.mc.rs/novinari-su-prokonzuli-u-republici-reci.6.html?eventId=13020>, приступљено: 29. 05. 2020.

како света културе, тако и области деловања медија, које ће очувати темељне културалне вредности, а ипак бити у интерференцији с техничко-технолошким прогресом и медијским трансформисањем целокупног хоризонта друштвених збивања. Но, као и свака дијалектика, ово извођење није кохерентно и на први поглед видљиво; оно се, заправо, може уочити тек из целине рада, тј. већине ауторкиних излагања која неретко и унутар себе изгледају релативно несагласно. Рецимо, менаџмент у култури насупрот културе отпора, хаковање и медијска субверзивност наспрам деловања јавних сервиса, култура сеоског становништва и радништва vs. креативне индустрије, и сл. У том смислу, сви ови радови могу се читати и кроз настојање за „уравнотежењем деловања” (*balancing act*)⁵ јавних културних и медијских политика у нашој земљи.

Испрва су, наиме, истраживања о медијима, о којима ћемо овде углавном говорити имајући у виду културални опсег преиспитивања, била реализована у контексту теоријских расправа организовања културног живота (и културне политике) – што се посебно односило на филм, радио и телевизију, да би се касније ова истраживачка линија у све већој мери профилисала, настављајући да реферира на проблематику културне индустрије (и креативних индустрија), као и на актуелну ситуацију унутар тзв. „медијске културе”. Стога мислимо да су ова два истраживачка плана подједнако присутна у раду М. Драгићевић Шешић, с тим што је „менаџерска линија” изучавања културе познатија у јавности, пошто је у нашим условима била одиста пионирска, што не искључује претпоставку о важном доприносу ауторке и у заснивању теорије медија у нас.

Поводом два паралелна тока мишљења и истраживања, у раду Милене Драгићевић Шешић може се запазити, додуше индиректно, да су мас-медији носиоци техничког (цивилизацијског) прогреса (тзв. „медијска култура” – Келнер / Kellner); насупрот томе, наставни и научни процеси, спадајући у домен културе схваћене у традиционалном смислу речи, а која још рачуна на медијум књиге, остају у модалитету деловања тзв. Гутенбергове галаксије, или претходне парадигме. Ова почетна дискрепанција, унутар које су медији означени као онај систем што се везује

5 Видети: François Matarasso, Charles Landry, *Balancing Act: Twenty-one Strategic Dilemmas in Cultural Policy*, Cultural Policies Research and Development Unit, *Policy Note* No. 4, Council of Europe Publishing, April 1999, на страници: https://books.google.rs/books?id=mufg31vHyfoC&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false, приступљено: 02. 08. 2020.

за технологију, док се садашњи школски, али и научни поредак знања темеље на „старом” медију – књизи, односно цивилизацији штампаних медија, представља полазиште за преиспитивање дијалектике односа медија и културе у појединим текстовима Милене Драгићевић Шеших.

„Гутенбергова цивилизација још траје. Ова јесте у заметку, ако имамо у виду да је код нас технолошки формиран само медијски систем. Школа је и даље заснована на цивилизацији књиге, на науци, на цивилизацији знања, на узрочно-последичним односима. Кад кажем ми, мислим на све оне рођене у 20. веку а још живе, чији су видокрузи, хоризонти формиран у породици образованој у претходној цивилизацији и у школи. Дакле, налазимо се у сталном процепу и конфликту, и у сукобу вредности. Зато нам се чини да нам се нова цивилизација не допада, било да је реч о цивилизацији слике или овој новој дигиталној, интернет цивилизацији.”⁶

Конфликтуална дијалектика односа медија и културе истовремено је и супротстављање различитих стандарда обликованих у оквирима борбе за доминацију одређене вредносне оријентације, односно владајуће парадигме знања. Тај сукоб може се сагледати као дијалектика довођења у питање оног “другог тока”, али и као јединствени полигон збивања, где су разлике, у ствари, врло мале. У наставку цитата, како се види, управо је о таквој дијагнози (стања) реч.

„Упркос свему, промена културног обрасца суштински није велика. Дакле, медији су не само преносиоци вредности, они су и ствараоци вредности. Рецимо, вредности новца, вредности успеха по сваку цену, става да је у животу важна само слава, а да су вредности солидарности или пријатељства досадне. Отпор томе се јавља код великог броја нас интелектуалаца и усмерен је пре свега ка оним медијским продуктима који су намењени јевтиној, брзој, лакој, лагодној комерцијализацији. Више то нису само ТВ-новеле и забавне емисије најнижег нивоа. Чак и емисије вести, јутарњи и поподневни програми, постају на неки начин забавни кич програми у којима и водитељи постају забављачи. Додуше и од нас професора се све више тражи да будемо забављачи, да анимирамо студенте, то је просто део тих нових вредности.”⁷

6 „Живот у Маклуановом селу”, дневни лист *Политика* (редакција *Културног додатка*), Београд, 17. 06. 2011, на страници: <http://www.politika.co.rs/sr/clanak/181199/Zivot-u-Maklunovom-selu>, приступљено: 27. 05. 2020.

7 Исто.

На овом месту стижемо до тематизовања педагошког рада Милене Драгићевић Шешић, тј. њених вишедеценијских активности у оквирима предавачке делатности на Факултету драмских уметности и Универзитету уметности у Београду, али и другим образовним, како домаћим тако и светским институцијама. Стручној и научној јавности мање је познат податак да је проф. др Милена Драгићевић Шешић, стратешки промишљајући проблематику медија, још 90-их година протеклог века, у оквиру тадашњег студијског програма Факултета драмских уметности у Београду (ФДУ), испрва факултативно, а потом и као обавезни предмет за студенте Катедре за менаџмент у култури, позоришну и радио продукцију, те за тзв. филмске смерове Факултета, основала и увела у наставу предмет – Медији масовних комуникација. Напоредо с предавањима на такође иновативном предмету Менаџмент у култури (уведеном на истој Катедри), настава у области изучавања мас-медија привукла је пажњу великог броја студената, па је предмет Медији масовних комуникација убрзо постао саставни део редовног наставног програма који је похађао велики број студенткиња и студената основних студија ФДУ.

Поред најновије теоријске литературе која је изучавана у оквирима овог предмета – поменућемо само неке од аутора који су обрађивани, као што су: Адорно (Theodor Adorno) и Хоркхајмер (Max Horkheimer), Гинтер Андерс (Günther Anders), Жан Бодријар (Jean Baudrillard), Јирген Хабермас (Jürgen Habermas), Пол Вирилио (Paul Virilio) и други – настава је била организована кроз предавања и пропратни дијалог, при чему се дискутовало о практичком деловању савремених медија, понајвише телевизије, која је у то време, како у свету тако и у Србији, била најутицајнији медиј масовног комуницирања. О актуелним медијским садржајима најчешће се разговарало кроз призму моралних дилема, чиме је, заправо, етика медија дискретно бивала укључена у изучавање опште медијске проблематике, те уже гледано – образовања за медије (тзв. „медијска писменост“). Наиме, посебна етичка питања која су се, примера ради, тицала представљања/злоупотребе деце у медијима, репрезентовања културалних или родних стереотипа, приказивања ратова или проблематичних рекламних садржаја, касније су, проистекавши из предмета Медији масовних комуникација, с једне стране, као и захтева савремене медијске сцене, с друге стране, обликовала нови предмет Етика медија, који је Милена Драгићевић Шешић, у сарадњи с Мирјаном Николић, засновала и предавала у оквиру докторских студија Факултета драмских уметности у

Београду, на Катедри за менаџмент у култури, позоришну и радио продукцију.

Интуирајући и антиципирајући значај тзв. „медијске културе” за целокупну друштвену заједницу, те борећи се за оно медијско образовање које у себи садржи промишљену рефлексију и критику најразличитијих медијских система и феномена, током ректорског мандата на Универзитету уметности у Београду (УУ) Милена Драгићевић Шешић подстакла је увођење низа предмета на мастер и докторским студијама у оквирима неколико интердисциплинарних студијских програма овог универзитета. Уједно, својим активностима у наведеним пољима педагошког деловања, инспирисала је оснивање истих или сличних предмета и на другим државним, односно приватним факултетима, како у земљи тако и у иностранству.

Ипак, теоријско-проблемско бављење медијима, у оквирима како предавачког тако и научно-истраживачког рада, остало је, чини се, помало у сенци, а у односу на наставне и практичне активности Милене Драгићевић Шешић у области Менаџмента у култури. Испрва спорадично, штавише експериментално бављење савременом медијском проблематиком, напослетку је прерасло у системско деловање, иако радови М. Драгићевић Шешић на тему медија још нису систематизовани и уобличени у кохерентне научне студије, већ су „разбацани” по периодици, односно евоцирани у многобројним интервјуима и видео-снимцима постављеним на интернет-порталима и друштвеним мрежама.

У теоријским и публицистичким текстовима, бавећи се углавном тематизовањем савремених медија (у спектру од анализе графита, преко алтернативних облика радијског деловања и критике креативних медијских индустрија, па све до проблематизовања медијског популизма, на пример), др Милена Драгићевић Шешић, како се из целокупног истраживачког опуса види, није заузела вредносно неутрално полазиште. Њена интенционално критичка позиција утемељена је у рефлексијама везаним за разумевање целокупног развојног тока, односно хоризонта збивања савремене културе, као и менаџмента културних делатности, посматрано како глобално, тако и у контексту сагледавања домаћих прилика.

Наиме, већ у раним публикацијама – каква је, рецимо, коауторска књига *Култура: Менаџмент, анимација, маркетинг*⁸ – назире се спрега између стратешког планирања културе и развоја нових технологија, при чему се ту посебно мисли на нове комуникационе технологије.

„Утицај технолошког напретка на развој културе и уметности посматраћемо кроз пет основних аспеката:

- развој индустрије културе,
- развој нових облика дифузије културе,
- стварање нових модела институција културе,
- стварање нових грана уметности,
- усавршавање технологије заштите и чувања споменика културе и културних добара.”⁹

У наставку текста поглавља „Технолошки прогрес и развој културе”¹⁰ алудира се, између осталог, на многобројне промене у сфери културе и културног развоја које су условљене убрзаним технолошким напретком, а чији су главни агенс савремени медији. Као карактеристичан пример у чланку се помињу сателитска аукција слика у Њу-јорку и Лондону¹¹, као и сателитски ТВ разговори који се традиционално одржавају поводом организовања домаћих фестивала као што су БИТЕФ и ФЕСТ¹², на пример.

Чврста веза између света медија и савремене културе, проблемски је, у списима Милене Драгићевић Шешић, осветљена и из угла анализе тзв. неофолк културе, у којој се ауторка бавила вредносним оријентацијама и стиловима живота домаће публике (а под утицајем тадашњих медијских „звезда”), с акцентом на омладинској популацији, и по угледу на семантику и класификовање поткултурних и контракултурних стилова живљења, како је то изведено код Дика Хебдица (Dick Hebdige); савремена публика је, заправо, обликована не само путем деловања уметности и културе, схваћених у традиционалном смислу речи, већ првенствено кроз снажно рефлектовање утицаја медија масовних комуникација. Примера ради, приликом испитивања феномена рок-културе, коју ауторка третира као „масовну

8 Dragičević Šešić, M. i Stojković, B. (1996) *Kultura: Menadžment, animacija, marketing* (drugo dopunjeno izdanje), Beograd: Clío.

9 Исто, стр. 132.

10 Исто, стр. 132-135.

11 Исто.

12 Исто, стр. 133.

културу младих”, у књизи *Неофолк култура: Публика и њене звезде*¹³, наводи се следеће:

„Карактеристике: оријентација ка забави, ’усмереност другима’, вредности групе и покушај групне дистинкције. Изражен фактор стила – коришћење појавних визуелних статусних симбола (симбола групне припадности) у одевању и шминкању. Облици уметничког доживљавања: рок музика, концерти и диско клубови, амерички акциони, научно-фантастични, криминални и музичко-плесачки филмови, стрипови, часописи: Рок, Итд, Цубокс.¹⁴”

У наставку текста преузетог из *Неофолк културе*, појашњава се позадински, медијски план детерминисања животног стила и рок-културе младих, који је изграђен на музичком покрету што су га најпре игнорисали, а потом промовисали тзв. *mainstream* медији.

„Иако на први поглед потпуно опречни, ови масовни културни модели (реч је о поређењу неколико музичких, а потом и животних стилова који падају уједно – прим. Д. В.) имају и веома велики број заједничких карактеристика: користе исте канале комуникације, масовне медије – телевизијске и радио-програме, који састављају своје програмске шеме имајући у виду пре свега захтеве ових доминантних културних модела.”¹⁵

Генерално узевши, дијалектику односа медија и културе, асистематично презентовану у радовима Милене Драгићевић Шешић¹⁶, ваљало би посматрати као сукоб, али и прожимање две битно различите парадигме кретања. Поједностављено речено, ове две области промишљања и деловања су културална и медијска сфера друштвеног живота. Њиховим непрекидним током и развојем, те посредовањем, могу настати, такође, два дијаметрално супротна исхода укрштања. Први би се састојао у разрешењу које би подразумевало синтезу културе и медија у једну општу идеју и праксу тзв. медијске културе”, док би друго становиште подстакло проблемско-критички однос културе према медијима, као

13 Dragičević Šešić, M. (1994) *Neofolk kultura: Publika i njene zvezde*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad.

14 Исто, стр. 15.

15 Исто.

16 Драгићевић Шешић, М. Документаризам и етика, у: *Филм & Видео студије, полемике, огледи и разговори*, ур. Кнежевић, М. и Зечевић, Б. (1997), Београд: Фестивал југословенског документарног и краткометражног филма; Dragičević Šešić, M. (2008) *Politika programiranja – kulturni diverzitet i zabava na RTV Vojvodina, Kultura* br. 120, Београд: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.

и истрајавање на негативном моменту кретања, без утапања парадигме културе у оквире који диктирају медији, већ с интенцијом употребе медија у сврху обогаћивања сфере културе, те оспоравањем њиховог некритичког деловања (доба доминације тзв. пост-истине и лажних вести) све док се ситуација коренито не измени.

У погледу вредносних полазишта, у овакве интерпретације уклапа се генерална идеја, претворена у велико цивилизацијско питање: шта је оквир, носилац и темељ данашњих друштвено-економских односа – да ли је то домен плурализма културе и тзв. универзалних вредности, или је пак реч о једнодимензионалном техничко-технолошком и медијском дискурсу што подржавају и, у ствари, дефинишу данашњи капитализам. Остајући без коначног одговора, Милена Драгићевић Шешић осликава ову сцену прожимања и борбе супротних тенденција, дајући балансиране увиде у кретање оба правца развоја. Уз то, она идентификује подстицаје које медији пружају конфликтном развоју обе ове парадигме.

„Продукцијски гледано”, пишу Милена Драгићевић Шешић и Мирјана Николић, „медији производе информације и поруке, односно садржаје у најширем смислу значења путем којих се остварује одређени утицај, па је према томе исправно рећи да је утицај основни производ медијског деловања.”¹⁷

Поставља се, даље, питање о каквом је утицају реч? Уплив медија искључиво је симболичке природе, тако да је медијски утицај на друштвено-економску стварност индиректно видљив (чак и када је реч о пукој пропаганди) и делотворан превасходно у области вредновања. У начелу узевши, медији су данас носилац капиталистичке развојне парадигме, док у далеко мањој мери заступају вредности културе. То се односи како на тзв. традиционалне медије (у које спадају и медији масовног комуницирања), тако и на тзв. нове медије, односно интернет и друштвене мреже. У наставку Увода публикације, Шешић и Николић изводе сличне закључке.

„Без обзира на то да ли је реч о традиционалним или новим, дигиталним медијима, они су кроз целу своју историју били под снажним утицајима политике и економије,

17 Nikolić, M. i Dragičević Šešić, M. (2018) Populizam kao kulturni i medijski fenomen, u: *Mediji, kultura i umetnost u dobu populizma*, Institut za pozorište, film, radio i televiziju – Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu, Beograd: Clio, str. 17.

представљали су полигон политичке борбе и непрекидно су изложени тржишним изазовима.”¹⁸

Из претходно реченог, види се да се, на симболичком ни-воу, границе етике медија – што је, истовремено, домен деловања културе – у све већој мери сужавају, док се симболичко поље њихових активности, посредовано тржишним очекивањима и политичким утицајима, све више проширује, чиме се медији поступно отцепљују од раније етичке димензије, темељећи своје дејство, структурално гледано, на технологији, а симболички – на друштвено-политичком систему вредности који коинцидира с капитализмом. Заправо, савремени медији вредносно репрезентују онај друштвено-економски поредак у коме су и настали (у распону од Гутенбергове галаксије, па све до нових медија), док, насупрот њима, култура и уметност представљају како актуелну, тако и све претходеће временске парадигме, претендујући на досезање оних вредности које уобичајено називамо унверзалним.

„Без обзира на то”, како ауторке даље наводе, „колико се покушавало да се законима ограничи утцај политике и крупног капитала на медије, таква истинска неутралност и независност медијског система нигде и никад није остварена. У погледу културе и уметности, ситуација је нешто другачија...”¹⁹

Ако би се, макар условно, пошто је за тако нешто вероватно још рано, сумирао допринос Милене Драгићевић Шешић теорији и пракси која покрива области културе и медија најшире гледано, најзначајнији увиди ауторке стичу се управо у сфери вредновања. Борба за вредности културе, њено прилагођавање постојећим околностима, али не на штету губитка идентитета и без медијске потпоре, основни су правац већине истраживачких / педагошких напора и хтења ове ауторке. Такође, уважавајући токове техничко-технолошког прогреса, Милене Драгићевић Шешић је преиспитујући, из најразличитијих углова, поље деловања медијске културе, отворила простор за даља истраживања, имајући у виду еманципаторски потенцијал културе (и уметности) у области деловања традиционалних и нових медија. Тај пут прожимања, узајамног довођења у питање и борбе која је још неразрешена, није тек обична стаза којом се упоредо крећу култура и медији данашњице, већ и вредносни итинерер проблемског кретања ауторке, те њен особени путоказ за

18 Исто, стр. 17 и 18.

19 Исто, стр. 18.

будуће генерације теоретичара/ки и практичара/ки у овим областима.

ЛИТЕРАТУРА:

Драгићевић Шешић, М. Ауторитарни систем, аутономија медија и цивилно друштво, у: *Потиснуто цивилно друштво*, ур. Павловић, В. (1995), Београд: Еко центар.

Драгићевић Шешић, М. Документаризам и етика, у: *Филм & Видео (студије, полемике, огледи и разговори)*, ур. Кнежевић, М. и Зечевић, Б. (1997), Београд: Фестивал југословенског документарног и краткометражног филма.

Dragičević Šešić, M. (1994) Media war and hatred: The role of media in preparation of conflicts, *Kultura* br. 93/94, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.

Dragičević Šešić, M. (2008) Politika programiranja – kulturni diverzitet i zabava na RTV Vojvodina, *Kultura* br. 120, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.

Dragičević Šešić, M. (2021) Ethical dilemmas in cultural policies: Conceptualising new managerial practices in new democracies”, in: *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, br. 21, Beograd: Fakultet dramskih umetnosti.

Dragičević Šešić, M. (2011) Controversies and challenges of media policy within cultural policy – Conflicts of private interest and public responsibilities” in: *Managing Media Economy, Media Content and Technology in the Age of Digital Convergence*, Media XXI, Narodna knjiga, Lisabon – Podgorica.

Dragičević Šešić, M. (1994) *Neofolk kultura: Publika i njene zvezde*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci – Novi Sad.

Dragičević Šešić, M. i Stojković, B. (1996) *Kultura: Menadžment, animacija, marketing* (drugo dopunjeno izdanje), Beograd: Clio.

Hebdiđ, D. (1980) *Potkultura: značenje stila*, Beograd: Kultura.

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

Matarasso, F. and Landry, Ch. (1999) *Balancing Act: Twenty-one Strategic Dilemmas in Cultural Policy*, Cultural Policies Research and Development Unit, *Policy Note* No. 4, Council of Europe Publishing, April, na stranici: https://books.google.rs/books?id=mufg31vHyfoC&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

Novinari su prokonzuli u republici reči, na stranici: <http://www.mc.rs/novinari-su-prokonzuli-u-republici-rci.6.html?eventId=13020>.

„Живот у Маклуановом селу”, дневни лист *Политика* (редакција Културног додатка), Београд, 17. 06. 2011, на страници: <http://www.politika.co.rs/sr/clanak/181199/Zivot-u-Makluanovom-selu>.

ДИВНА ВУКСАНОВИЋ

Nikolić, M. i Dragičević Šešić, M. (2018) Populizam kao kulturni i medijski fenomen, u: *Mediji, kultura i umetnost u dobu populizma*, Institut za pozorište, film, radio i televiziju – Fakultet dramskih umetnosti u Beogradu, Beograd: Clio.

Manovič, L. (2001) *Metamediji*, izbor tekstova, prir. Sretenović, D., Beograd: Centar za savremenu umetnost.

Divna Vuksanović
University of Belgrade, Faculty of Dramatic Arts, Belgrade

MEDIA AND CULTURE

DIALECTICS OF VALUES

Abstract

Along with studying the world of culture, Milena Dragičević Šešić has also dealt with reflections in the field of media theory. These two parallel lines of study, as well as long-term teaching activities in the designated areas, in my opinion, represent a paradigm, where they approach each other, conflict and fight for the dominance of two different value systems existing today. In principle, on the side of culture and its interests and possibilities, M. D. Šešić does not fall into the trap of technophobia, but, on the other hand, does not fetishize the existing media reality. By analysing the current media scene - either theoretically or practically, the author Šešić discreetly supports culture in its struggle for a more equal status in relation to the media *dictum*, in the era of the rule of modern communication technologies. Without disputing the idea and practice of accelerated technical and technological progress, M. D. Šešić critically valorises the world of media, advocating a cultural value paradigm in the field of the media communication.

Key words: *culture, media, technology, values*



Dan Perjovschi, *Art (press is gone)*,
marker on paper, 1999, courtesy the artist