

TENA MARTINIĆ

**INDUSTRIJALIZACIJA ILI DEMOKRATIZACIJA KULTURE?**

Dilema industrijalizacija ili demokratizacija kulture nije nova, ali tijekom vremena dobiva nove dimenzije, posebno nakon značajnih gibanja u kapitalističkom svijetu. U zapadnim zemljama gdje je zakon ponude i potražnje apsolutno društveno pravilo, gdje proširenje kulturnih vrijednosti ovisi gotovo jedino o tržišnim kriterijima, temeljna pitanja kulturnoga života postavljaju se daleko zaoštrenije nego u nekim istočnim zajednicama gdje se ponekad isti problem krije iza deklarativnog stava ili pak ne do kraja rješenog odnosa prema kulturnom djelovanju, a iza kulturne akcije nerijetko se skriva politički prakticizam kojem nedostaje stvarna idejna dimenzija.

Suvremeni svijet se, bez sumnje, nalazi u fazi kada se društvene strukture koje su izgedale stabilne, solidno utemeljene, počinju remetiti, kada društvena svijest doživljava jedno od svojih zrenja, lomeći okvire koji postaju neadekvatni, neprikladni za novo poimanje svijeta. Možda će upravo šezdesete godine ovoga stoljeća biti obilježene kao početak novijeg revolucionarnog gibanja u kojem se materijalnoj vrijednosti više ne daje apsolutno značenje, već se je uzima kao neophodnu činjenicu, jednim od bitnih uvjeta egzistencije, ali se je skida s prijedestala životnog apsoluta. Bio bi to rezultat razvitka društvene svijesti koja prekoračuje prag neposredne korisnosti. Traženje tzv. participacije, bez obzira na trenutne rezultate, znak je da se, makar još uvijek neodređeno i nedovoljno osvješćeno, više ne pristaje na dosadašnje sisteme vrijednosti, na društvenu konstelaciju koja ličnost postvaruje, na dosadašnji odnos rada i kapitala.

Istodobno mnogi sociolozi, i ne samo sociolozi, pod pritiskom fetiša materijalnog, tvrde da je materijalna vrijednost postala cilj i da je suvremeni čovjek u biti potpuno nezainteresiran za sve druge vrednote osim materijalnih i da su samim tim dati društveni sistemi gotovo za vječnost utemeljeni. Ovakvo uvjerenje proizašlo je iz konstatacije da je suvremeni čovjek jedino i isključivo usmjeren na svoj lični probitak. Suvremena potrošačka civilizacija svela je čovjeka na jednu njegovu dimenziju, na homo con-

sumensa. Čovjek je postao potrošač robe, kulture, ljudski odnosi su se funkcionalizirali. Usmjeren na stjecanje i trošenje, tvrde mnogi koji su zabrinuti položajem čovjeka u suvremenom industrijskom društvu, naš suvremenik je potpuno nezainteresiran za društvenu činjenicu ili joj se okreće jedino kad osjeti da su ugroženi njegovi lični interesi. Budućnost se projicira u zadovoljstvu i sreći. Taj hedonistički odnos prema životu dominira u svim aktivnostima, posebno u tzv. slobodno vrijeme kad je čovjek oslobođen nužnog rada, kada se može po svojoj volji prepustiti raznim zanimanjima.

Iz toga ugla sagledana je i kulturna situacija. Ne želimo tvrditi da mnoge analize nisu konstatirale pravo stanje stvari. Naprotiv. Ali, čini nam se da su ipak previdjele neke činjenice koje su nedavnim društvenim potresima izbile na vidjelo ili su se barem pomolile.

Zaista, industrijska civilizacija poboljšanjem životnih uvjeta otvorila je i nove mogućnosti. Kulturno dobro, nekad omeđeno samo na uži sloj, počinje biti sve pristupačnije i usporedo se stvaraju novi vidovi umjetničkog i zabavljčkog žanra. Razvitkom tehnike postaju pristupačnije mnoge vrijednosti s kojima se nekada bilo moguće susretati samo u izuzetnim prilikama, npr. muzička ostvarenja. Tzv. masovna kultura, koja je na svoj specifičan način postojala u svim vremenima, naglo se širi zahvaljujući upravo suvremenim tehničkim sredstvima reprodukcije. Ako se nekada prenosila u direktnim kontaktima, sada, kao i mnogi drugi materijalni produkti, može biti bezbrojno umnožena, zatim »konzervirana« i raspoloživa za bilo koji trenutak. I tako pod dojmom množine koju je omogućio tehnički razvitak, skloni smo da zaboravimo na samu bit. Masovnoj kulturi pripisujemo potpuno izuzetno mjesto, gotovo je izdvajamo iz povijesnog konteksta smatrajući je plodom koji je izrastao u našem vremenu i nema stvarnog korijena u prošlosti.

Sam pojam masovna kultura zaista je novijeg datuma, vezan je za američku sociologiju koja naziva mass-culture onu kulturu koju rađa štampa, film, radio i televizija. Edgar Moren u knjizi »Duh vremena« kaže: »Masovna kultura, odnosno kultura stvorena prema masovnim normama industrijske proizvodnje, raširena tehničkim sredstvima masovne difuzije (po jednom čudnom anglo-latinskom neologizmu: mass-media), obraća se društvenoj masi, tj. jednom džinovskom aglomeratu jedinki, skupljenih sa svih strana i iz svih društvenih slojeva (razne klase, razne porodice itd.).

Termin masovna kultura, kao i termin industrijsko društvo ili masovno društvo (mass-society), kojima je kulturni ekvivalent, pogrešno ističe samo jednu od bitnih crta društvenoga života; savremena društva možemo nazvati ne samo industrijskim ili ma-

sovnim već, isto tako, tehničkim, birokratskim, kapitalističkim, klasnim, građanskim, individualističkim... Pojam masovna a priori je suviše uzak. (E. M. »Duh vremena«, str. 40).

Možemo prihvatiti takvo određenje masovne kulture, ali pri tome ne zaboravljajući na njenu utkanost u prošlosti.

Relacije s prošlošću još uvijek nisu dovoljno ispitane, možda je to i neizvedivo, jer nam se produkti masovne kulture prošlosti i nisu sačuvali. Folklor je proizišao iz tzv. popularne kulture i ostao je vrijednost širokog kruga, samo što je on estetska činjenica kreirana generacijama, filtrirana kroz mnogobrojne ukuse, potrebe i htijenja. Taj prvotni oblik masovnog izražavanja probiran, mijenjan i uobličavan, makar i ne u stalnu formu, ali na način koji je davao mogućnosti da postane umjetnička vrijednost, prelazio je iz generacije u generaciju upravo zato što su u njemu sadržana neka značenja koja su nadrasla vrijeme i tako predstavljala novost svakom nedolazećem trenutku života. Efemerne rezultate predanje, naravno, nije sačuvalo; oni su nestajali u vremenu i prostoru gdje bi se i pojavili.

Potrošnja je obilježje našeg vremena. Imati, raspolagati, trošiti, učiniti život udobnijim, dvadeseto je stoljeće dovelo gotovo do kulminacije. Navedene potrebe postojale su u čovjeku oduvijek, ispoljavale su se u svim povijesnim trenucima, samo što nisu imale ekonomske i idejne uvjete kao u naše vrijeme. Drugo poimanje svijeta, među inim, priječilo je da se na život gleda hedonistički. Rušenjem eshatoloških ograda, razvojem produkcije dobara, potreba čovjekova za zadovoljenjem senzualnih aspiracija (koje izazivaju osjećaj ugone) potencirana je u vrijeme potrošačkog društva kada je priznat, ozakonjen takav odnos prema svijetu, životu. Zakon potražnje znači fetišiziranje efemernih vrijednosti (na tome se i gradi); njegova temeljna vrijednost je da se svako dobro istroši i zamijeni s drugim pri čemu je najvažniji naš osjećaj »sigurnosti« koji proizlazi iz mogućnosti da se mijenjaju dobra, da se kupi novina ponuđena na tržištu bez obzira na njenu vrijednost, bilo uporabnu ili duhovnu.

Takav duh koji teži za neprestanim izmjenama, promjenama proširuje se i na ostala područja, pa tako i na kulturu. Brzina, nezadovoljstvo sa stečenim, usmjerenost prema vanjskom i nemoć da se dugotrajnije promatra, traži, ispituje stvorila je novu industriju zabavljачkih sredstava koja se situiraju u masovnoj kulturi. Ovaj duh nije izrastao iz ničega, on ima duboko korijenje u ljudskoj prirodi i na različite je načine dolazio do izražaja i u prošlosti. Novonastala situacija u proizvodnji omogućila je da iznimke, rijetki trenuci odmora i praznika naših predaka postanu nerazdvojni dio naše svakidašnjice. Masovna kultura tako postaje etika čovjekovog slobodnog vremena.

Možda se i suviše potencira u djelima sociologa i psihologa psihička iscrpljenost čovjeka naših dana. Bez sumnje ona je veća

nego ranije, naročito u komparaciji s fizičkim zamorom nekada i danas. Ali, nije li pretjerano naglašavati da je ona tolika da ne preostaje drugi izbor nego da se u svojim slobodnim trenucima posigne za raznovrsnim divertismanima, pretvarajući često i kulturne vrijednosti u umirujuće sredstvo, stimulans za postizanje stanja ugone. Čini nam se da u tezama o psihičkoj iznurenosti i neophodnosti divertismana u suvremenom industrijskom društvu ima podosta prakticističkog, što istodobno znači i kratkovidnog sagledavanja stanja, jer se ne želi ili ne može doseći cjelovitija predodžba promatranjem posljedica i gotovo potpunim zanemari-vanjem uzroka, oduzimanjem šireg povijesnog konteksta socio-loškoj analizi navedene pojave.

Suvremenom proizvodnjom i načinom života mi smo se udaljili od prirode načinom rada i ambijentom u kojem se proizvodi. Čak se više ni u poljodjelstvu ne govori o uzgoju npr. pšenice, već o »proizvodnji« što ukazuje da se i tamo gdje čovjek ostaje u kontaktu s prirodnim proširio industrijski duh, posebno nakon sve veće upotrebe raznih poljoprivrednih strojeva.

To kidanje s prirodnim jednim dijelom pokazuje i rascijep s poviješću, kontinuitetom, a sama želja za posjedovanjem sve je više presijecala veze sa zajednicom, društvom.

Izdvojenost iz prirodnog i društvenog, stvaranje industrijskog konfora, okruženost tehničkim sredstvima čini jedan poseban ambijent čovjeku danas, kojeg sve više opterećuje uporabnost i prolaznost predmeta među kojima živi. Postoji i iskonski strah od nestajanja, smrti, samo što je on sada potenciran cijelokupnim životom; izgubljen je svaki slijed, prenošenje vrijednosti na pokoljenja i prihvaćanje nasljedstva predaka. Zbog svega ovoga raste potreba za razbibrigom, stanjem koje se može postići različitim oblicima zabave. Svemu se nastoji oduzeti tegobna strana, »olakšava« se i umjetnička vrijednost da bi bila lakše »shvatljiva«, ali uzrok je u drugome — želji da se ugodi, da se ostane samo na osjetilnom, izazove osjećaj zadovoljstva. To zadovoljstvo nije ono pravo, istinsko. Tada bi ono bilo ispunjenje, spoznaja da je nešto učinjeno. Nije to zadovoljstvo da se nešto novo saznalo, već stanje relaksacije. Ostaje se tako na polusvjesnom doživljaju, što i jest cilj. Ne ulazi se u suštine, od njih se bježi, u polustanja, polusaznanja.

Povećanjem standarda, znači i mogućnosti, povećava se broj »potrošača kulture« i to nadolaženjem nove publike, brojnih sudionika u industrijskom proizvodnom procesu, uvučenih u ubrzani ritam današnje civilizacije, a s predodžbama još uvijek neiskusne, neobrazovane ličnosti, koja nije u stanju da izroni iz bujice tržišnih atmosfera i gubi se pod pritiskom svakidašnjice i nemoći da dokuči taj svijet. Nisu li razbibriga, težnja za stanjima nepomućenosti ili volja za moći, što se jedino može realizirati pomoću novca, postali credo ovoga našega trenutka. I sada se u sve to ubacuju

tržišni kriteriji, želja da se proširi plasman roba (a sve postaje roba), da se izazovu uvijek nove potrebe, novi zahtjevi za konzumiranjem. Stvaraju se posebne industrijske grane, snažne i s velikim obrtom kapitala. Sjetimo se samo filma, da i ne govorimo o produkciji ploča koja doseže enormne tiraže. Stare se kulturne vrijednosti prilagođuju zahtjevima industrijske civilizacije. Njihovo se značenje počinje sve više vrednovati potražnjom, tj. tržišnim kriterijima. Umjetničkim djelima se često oduzima njihova spoznajna vrijednost, umjetnički doživljaj svodi se na uveseljavanje, sredstvo za prevladavanje stanja osujećenosti. Kulturna industrija nastoji što više razbuktati potrebu za razbibrigom. Ona ogromnim sredstvima za propagandu potiče potrošača, neprestano mu nameće nove »veličine« i nove »uspjehe«. Kvalitet se suprotstavlja kvantitetu, stvaralaštvo proizvodnji. Ali, ne dešava se to samo u sferi tzv. širokopotrošačke kulture, već i u tzv. ekskluzivnoj kulturi koja je rezervirana za izabranike. Njima novčana moć omogućava da se upuštaju u kupovinu ekskluzivnih unikata.

U zabavnoj muzici neprestano treba lansirati nove »proizvođe«, jer se stari brzo »troše«. Nitko ne krije da je ta industrija podložna tržištu, kojeg neprestano treba »obrađivati«, stalno lansirati »novine«, »nove stilove«, »hitove«. Međutim, daleko zakamufiliraniya je situacija npr. u slikarstvu ili likovnoj umjetnosti uopće. Vlasnici galerija, također, nastoje proširiti tržište ili ga neprestano »obnavljati« novim »umjetničkim pravcima«, pa nije ni čudo što su se namnožili razni stilovi umjetničkog izražavanja (pop-art, op-art, informel i dr.). Neprestano se traga za »novim školama«, »novim teorijskim konceptima«. Bogati snob želi permanentno »osvježavati« svoju umjetničku kolekciju, želi biti u toku, i tako se stvara zatvoreni krug.

Mladenački impuls koji je izbio na različitim evropskim stranama usmjeren je upravo i na neke umjetničke manifestacije, npr. Bijenale u Veneciji, smatrajući ih produktom industrijskog društva, deformacijom kapitalizma. Koliko god je u tim nastupima bilo i pretjeranog radikalizma, suština je u potrebi da se kulturnim vrijednostima dade pravo mjesto u društvenoj zajednici, da ih se vrednuje po njihovom istinski umjetničkom kriteriju, a ne po momentanoj potražnji. Treba odmah naglasiti da se ne smije i ne može negirati potreba, što znači prihvat jedne kulturne manifestacije od široke publike. Njena će vrijednost rasti što bude bila djelotvornija, a to će reći — prihvaćenija od što većeg broja ljudi. Bude li zahtjev za umjetničkim ostvarenjem izrastao iz potrebe za novim doživljajem, spoznajom svijeta, potreba za njim biti će realna ocjena njegove vrijednosti u jednoj određenoj epohi, jer svako vrijeme ima i svoje potrebe.

U industrijskom svijetu sve akcije o širenju umjetnosti samo su palijativi, odnos će biti promijenjen jedino promjenama u društvenoj strukturi. Time se ne negira svaka kulturna akcija, napro-



tiv — dobro vođena kulturna djelatnost u suštini je isto tako revolucionarni čin, jer razbija strukture starog društva, lomi težnje za industrijalizacijom kulture, suprostavlja se podvođenju kulturnih vrijednosti tržištu, opire se razbijanju umjetničkog divertismana. Zato bi bilo neistinito i dogmatično kada bi se u masovnoj kulturi vidjela samo degradacija vrijednosti, poništenje kulture. Dijalektički je to proces. Razvijanjem masovne kulture stvaraju se i novi uvjeti za njenu negaciju. Uvjeti izranjaju, ali o sadržajnoj akciji ovisi hoće li prevladati istinska, nepatvorena kulturna vrijednost, ili će kultura biti svedena na polukulturu zaštićenu novčanim kriterijima.

Dilema industrijalizacija ili demokratizacija kulture ne svodi se, dakle, samo na »kulturni sektor«, već je od općeg značenja, dio je i to jedan od bitnih, dileme kapitalizam ili socijalizam, čovjek-sredstvo ili čovjek-stvaralac. Čim se problem postavi u svom punom opsegu u društveni kontekst, dobija se njegova prava dimenzija i otpadaju prakticistički zaključci koji se temelje na izoliranju kulture od svakidašnjice, stvaranjem nekakvih kulturnih rezervata u kojima bi se zaboravljala prljavost suvremene civilizacije.

Lažni avangardizam slika je i prilika takve pozicije. Nadrieksperimentiranje koje se nemoćno vrti u krugu i od umjetnosti stvara hirovitu pomodnost, rezultat je ekskluzivnosti u suštini tržišno orijentiranih umjetničkih zanatlija koji se neprestano podešavaju tržištu umjetnina koje je u rukama spretnih menadžera. Umjetničko izražavanje tada ne prezentira duh, senzibilitet suvremenog čovjeka, nego se svodi na dekorativnost i neprestano premetanje jednih te istih umjetničkih elemenata. Lažni avangardizam je opasan, jer ubrzo ugušuje svaku originalnu umjetničku pojavu. Prihvaćajući njenu tehničku novinu upropaštava u isti mah cjelokupni umjetnički postupak, novo otkriće, povodeći se za atraktivnošću pojedinih izražajnih aspekata. Ostaje se na površini, neprestano se traga za novom uočljivom razlikom, koja to i nije. Schönberg je na svom muzičkom sistemu radio godinama. Njegov umjetnički impuls osjetio je potrebu da iskaže stanja koja se nisu mogla izreći tonalnim sistemom. Eksperimentiranje, traženje, ponekad bezizgledno ali neophodno, jer to i jest pravi put, rezultirao je epohalnim otkrićem u suvremenoj muzici. Jedna istinska muzička avangarda kasnije je zloupotrebjavana od tzv. eksperimentatora koji su koristili tržišnu potražnju u tom času. Avangardne težnje dovedene su do apsurdna, imitatorskog naklapanja kome su se, na žalost, podredili i mnogi talentirani muzičari, ne mogavši odoljeti publicitetu i organiziranom plasmanu njihove »umjetničke robe«.

Možemo, dakle, podvesti pod zajednički nazivnik lažnu avangardu i kulturno-zabavni divertismana masovne kulture koji je ovisan o zakonima tržišta, stvaran za masovnu potrošnju, stalno

mijenjan, uniformiran, lako uporabljiv i probavljiv, svima pristupačan i često jeftin. Industrijaliziranje kulture ne javlja se jedino u sferi masovne kulture, široko prihvaćenoj, već i u tzv. ekskluzivnoj koja je namijenjena izdvojenim, malobrojnim potrošačima koji na taj način podmiruju svoju potrebu za novim. Ovakav proces javlja se svugdje gdje se tržišni kriterij nameće duhovnoj avanturi, iskrenom traženju kojem je bitna kreacija, što ne znači da se u takvom postupku ne misli na komunikativnost umjetničkog djela, na mogućnost da se ono prihvati od što većeg broja ljudi. Tu i jest bitna razlika u odnosu između stvaraoca i publike: da li je taj odnos stvaran na novčanom kriteriju ili na zajedničkoj spoznaji. Širenje umjetničkog djela mora ovisiti o njegovoj sadržajnosti, a ne o potrebi da se izazove što veća potrošnja i time dođe do što veće zarade.

Za stvaranje tržišta, za nametanje pojedinih proizvoda karakteristična je situacija na filmu i u zabavnoj muzici. Te dvije industrije najbolje pokazuje kako se mehaniziraju, komercijaliziraju kulturne vrijednosti. Podilaženje »intimic« jedinke, korištenje te-gobne čovjekove situacije u industrijskom društvu, imajući na umu njegovu želju da se izvuče iz osame svakidašnjosti, da zaboravi na svoju postvarenu egzistenciju — uporno se pothranjuju industrijskom kulturom efemernog značenja i gotovo nikakve estetske vrijednosti.

Samoupravno društvo ovakvu situaciju ne može tolerirati. Mora je iz temelja mijenjati, iako je naivno pomišljati da se period industrijalizacije kulture može odmah okončati. U uvjetima gdje vladaju, iz same nužnosti, još zakoni tržišta, razumljivo je da će industrijalizirana kultura i dalje postojati. To su nužnosti koje se ne mogu izbjeći, samo je pitanje: da li se u novim samoupravljačkim uvjetima stvaraju i pretpostavke jedne nove, osmišljene kulturne akcije koja proizlazi iz samog društvenog čina koji sve više pojedinaca uključuje u opće kretanje, oplemenjuje ga, čineći ga slobodnim, humanim, ljudskijim. Treba naglasiti: čim se mijenja društvena konstelacija, a ona će se mijenjati i zato što su se kulturna ostvarenja razvila i produbila društvenu svijest, mora se mijenjati i odnos prema umjetničkim djelima. Estetska činjenica postaje spoznajna vrijednost, neophodni društveni čin. U njoj, ličnost uklopljena u društveno zbivanje, vidi duhovno bogatstvo kojim može još više otkriti, spoznati različite životne manifestacije. Književno djelo, na primjer, više ne smije biti zanimljiva fabula koja se konzumira sa ciljem da se utuče vrijeme, da se pruži šansa za imaginarnu naknadu surovoj svakidašnjici, već data mogućnost da se otkriju nepoznati, često naslućivani aspekti ljudske egzistencije, što je aktivnoj, ispunjenoj ličnosti uvjet postojanja. Kada umjetničko djelo postane široko prihvaćena vrijednost, tržišni kriteriji više neće vladati u umjetničkom stvaralaštvu, već samo mjerila stvarnih vrijednosti. Tada ćemo moći reći da je proces demokratizacije kulture nadvladao njenu komer-

cijalizaciju. No, pitanje da li je to moguće realizirati, istovetno je pitanju: može li se zaista utemeljiti samoupravljački socijalizam. Za nas su ta dva pitanja nerazdvojiva. Netko bi mogao reći da se, recimo, u Sovjetskom Savezu mnogo postiglo na omasovljenju kulture. No, to još uvijek nije istinski proces demokratizacije kulture, jer, i pored nekih drugih obilježja nije riješen jedan od osnovnih uvjeta — sloboda stvaralačkog rada i aktivni odnos prema kulturnoj tradiciji. Naime, za razliku od industrijalizacije kulture tu imamo njenu etatizaciju, umjetnička vrijednost je podređena trenutačno zacrtanoj politici, što znači da se njena mnogoslojevitost upropašćuje, svodi na propagandno sredstvo. Upravo se zbog toga ni ne može interpretirati neka vrijednost iz prošlosti na potpuno kreativan način, tražeći u njoj spoznaje za vlastito vrijeme, jer je i takva, npr. kazališna, interpretacija, također, podređena dnevnoj politici. U Staljinovo doba bilo je, u cijelini govoreći, veoma dotjeranih kazališnih ostvarenja, ali su se svodila gotovo na mehaničku reprodukciju — posebno u baletnim izvedbama gdje je klasična forma bila ozakonjena kao jedino važeća, i u tim su se okvirima kretale sve moguće interpretacije.

Samo u društvenom uređenju u kojem je ličnost razvila sve svoje kreativne moći i uklopila se aktivno u zajednički rad koji ovisi o njenom postupku, o njenom stavu — kultura može dobiti svoje pravo mjesto. Takva ličnost tražit će njenu pravu vrijednost, jer će afirmirana i društveno angažirana težiti neprestano da razvija svoju ljudsku moć i neće svoditi kulturno dobro na divertismansku uporabnost, jer bi to onemogućilo njenu vlastitu akciju, njenu želju da bude dorečena individualnost za razliku od polovičnog objekta, na što se nužno svodi pojedinac u tržišnim ili etatističkim društvenim okvirima. Neće to biti nekakvi društveni automatizam kojim će se riješiti i kulturna situacija ad hoc. Jer i kultura ima, sa svoje strane, sudbonosnu ulogu u izmjeni društvenih odnosa, stoga kulturne i društvene tokove treba sagledavati u njihovom dijalektičkom odnosu, što znači da se ta dva fenomena uzajamno prožimaju, utječu jedan na drugoga a samim tim su ovisni jedan o drugome. Zato i jest neobično značajno da se u socijalističkom društvu, potpuno uzevši u obzir tržišne zahtjeve — što više organizirano kulturno djeluje, da se kulturni život ne prepušta stihiji, da se, ujedno, ne upada u drugu krajnost, didaktizam, prosvjeđivanje koje uvijek oduzima de facto kulturnoj vrijednosti njenu aktivnost, neposredno značenje, svodi je na formulu, ističući samo jedan njen aspekt, te je uvijek promatra historijski, odvojeno od dnevnog iskustva, suvremenih životnih problema. Teorije, pak, da se kultura mora prepustiti samo stihiji potražnje u suprotnosti su s avangardnošću socijalističkog sistema. Ako se u samoj političkoj praksi nastoji neprestano obnavljati društveni sistem, ako se daje inicijativa avangardnim snagama zajednice, kako se može osporiti taj isti princip u kulturnom životu. Nije li to duboka suprotnost koja se nikako ne može



poništiti nekim tegobama koje se nužno javljaju i rezultat su ekonomskih poteškoća, nedovoljnih materijalnih mogućnosti. Pri tome ne mislimo isključivo na avangardne snage u umjetničkom stvaralaštvu već i na sektoru širokih kulturnih zbivanja. U toj su domeni naši napori često konfuzni. Kulturna se akcija ili institucionalizira i na taj način etatizira, birokratizira ili se podređuje tržišnim imperativima, što će reći — industrijalizira. Unutar ovih dilema javljaju se napori — nažalost ne tako brojni i ne uvijek prihvaćeni — koji svojom domišljenom kulturnom akcijom utiru staze istinskoj demokratizaciji kulture, istovremeno afirmirajući smisao i tekovine samoupravljačkog socijalizma. U socijalističkoj zajednici, bez obzira u kojoj fazi njenog razvitka, moraju se pronaći metode kojima se omogućuje i potiče svaka vrijedna kulturna akcija. To se ne smije ostvarivati slučajno ili sporadičnim gestama. Mora to biti svakodnevna praksa, tačno definirani pravac u kulturnoj politici.