

Mike Featherstone

Consumer Culture and Postmodernism, 2nd edition

London: Sage Publications, 2007,
232 str.

Knjiga *Consumer Culture and Postmodernism* autora Mikea Featherstonea, prvi put objavljena još 1991. godine, tek je 2007. godine doživjela drugo izdanje iako se ubraja u nezaobilaznu literaturu na području sociologije kulture. Dugo razdoblje između dvaju izdanja moglo bi se objasniti postupnim smanjivanjem interesa za postmodernizam. No aktualnost knjige ostaje u činjenici da je Featherstone dotad poprilično nesređeno i neodređeno filozofsko-kulturološko poimanje postmodernizma i postmodernosti preveo u sociološki diskurs i tako otvorio brojna područja istraživanja vezana uz potrošačku kulturu i njoj srodne fenomene čime istodobno kultura dopijeva u središte interesa sociologije kao discipline.

Knjiga se sastoji od jedanaest poglavlja i obogaćena je novim predgovorom u kojem se problematiziraju odnos potrošačke kulture i društva rizika, odnosno ekološke granice potrošačkog društva, sve šira globalna podjela na bogate i siromašne, lokalne karakteristike potrošačke kulture s osobitim naglaskom na Japan i Kinu te djelomice i utjecaj novih medija. Novo je u drugom izdanju i opširno jedanaesto poglavlje u kojem se tema potrošačke kulture i postmodernizma aktualizira u 21. stoljeće.

Prvih je deset poglavlja ostalo nepromijenjeno s rasponom tema od definicija i interpretacija postmodernizma, pregleda teorija potrošačke kulture, potrebe utemeljivanja sociologije postmo-

derne kulture, preko odnosa kulturne promjene i društvene prakse, estetizacije svakodnevnog života, životnog stila, kulture grada, potrošačke kulture i globalnog nereda pa sve do problema postojanja jedne zajedničke globalne kulture ili različitih kultura te globalne raznolikosti.

Kroz knjigu se proteže Featherstoneov zahtjev za potrebom raščlanjivanja složenog skupa ideja koje se svrstavaju pod postmodernizam te potreba uspostavljanja socioloških uvida u postmodernizam umjesto stvaranja postmoderne sociologije. Stoga je, prema njemu, potrebno utvrditi tko, kada i gdje utječe na stvaranje ideja i percepcija o postmodernizmu te kakve posljedice ima takva percepcija na kulturu svakodnevice, umjetničke prakse, intelektualna razmišljanja, kulturnu proizvodnju i kulturnu potrošnju.

Da bi bilo moguće odgovoriti na rastuću potrebu objašnjavanja fenomena potrošačke kulture, treba nadići negativne evaluacije potrošačke kulture vidljive u teorijama masovne kulture i Frankfurtske škole koje kulturnu potrošnju izvode iz kulturne proizvodnje (str. 13). Također je bitno sagledati potrošne robe kao simbole i znakove, a ne samo kao materijalne proizvode. Unutar takve simboličke proizvodnje bitna je uloga specijalista koji utječu na definiranje određenih praksi kao poželjnih. To znači da su u svakom razdoblju bitni promjenjivi odnosi moći između različitih društvenih skupina, i to unutar i izvan akademske zajednice, koje definiraju i razgraničuju moderno od postmodernoga, novo od tradicionalnoga, umjetnost od popularne kulture itd. Stoga su brojni fenomeni koji se proglašavaju novima ili postmodernima zapravo nastavak ili oživljavanje

već postojećih tradicija. Tako npr. estetizacija svakodnevnog života kroz životne stilove i prisvajanje simbola uslijed brzog protoka znakova i slika u postmodernoj kulturi, koju osobito naglašavaju autori poput Fredrica Jamesona i Jeana Baudrillarda, predstavlja fenomen sličan iskustvima velikih gradova iz sredine 20. stoljeća u opisima Baudelairea, Benjamina i Simmela.

Potrošačka kultura također je često izložena kritikama s etičkih i religijskih stajališta koja naglašavaju potrošački hedonizam i jednokratna zadovoljstva. Featherstone tim stajalištima zamjera ono što Margaret Archer naziva »mitom o društvenoj integraciji« čime se zanemaruju kulturna različitost i raznolikost grupnih ponašanja kao i mogućnosti sukoba i nereda. Time se nanovo otkriva središnje pitanje odnosa moći, odnosno postaje jasno da je ključno pitanje tko govori o kulturi i s kojih stajališta.

U poglavlju pod naslovom »The Globalization of Diversity« Featherstone ne promatra globalizaciju kao kulturnu integraciju i homogenizaciju, nego kao globalizaciju različitosti što je jedan od ključnih stavova proizišlih iz postmodernizma. Postmodernizam tako »... označava oživljavanje neoromantičnog interesa za egzotičnoga Drugog, ali i činjenicu da Drugi sad odgovara i osporava tvrdnje o onome što se nekad smatralo univerzalnim kulturnim centrima svijeta, a što se sada sve više promatra kao centre ograničenoga zapadnog projekta modernosti« (str. 145).

Novo 11. poglavlje »Modernity and the Cultural Question« nastavlja tamo gdje je prvo izdanje stalo, odnosno raspravom o modernosti i različitim putovima i oblicima modernosti. Prema Featherstoneu, kultura je u tom smislu

važna zbog nekoliko razloga. Ponajprije, zato što se često smatra da modernost ima kulturne osnove samo na Zapadu, što se ogleda u teorijama modernizacije koje govore o prijelazu iz tradicionalnih u moderna društva i prijelazu iz feudalizma u kapitalizam. Potom, često se smatra da postoji specifična kultura modernosti, odnosno specifično iskustvo modernog života sa specifičnim izražajima i kulturnim formama. I na kraju, kultura je važna zbog globalnog aspekta modernosti u kojem se postavlja pitanje postoje li mnogobrojne ili alternativne modernosti. Najviše pozornosti Featherstone poklanja učestaloj pretpostavci da je jedinstveni kulturni kompleks razvijen na Zapadu doveo do uspona modernosti. Tim pretpostavkama on suprotstavlja odabrane primjere iz povijesti Kine i Japana kojima se ruše pretpostavke o nepostojanju elemenata koji se smatraju presudnima za nastanak modernosti u drugim civilizacijama. Tako postoje različiti povijesni dokazi o postojanju potrošačke kulture, komercijalizacije, proizvodnje luksuznih roba i urbane potrošačke kulture u razdoblju kineske dinastije Ming (1368–1644.) ili razdoblja Momoyama u Japanu u 16. stoljeću. Osim razvijene potrošačke kulture Featherstone navodi i primjer protomodernog građanstva za vrijeme razdoblja Tokugawa u Japanu (1603–1867.). Tada su naime postojale dobrovoljne udruge vezane za umjetnost koje su razvile svojevrsnu kulturnu javnu sferu, odnosno društveni prostor za eksperimentiranje i kreativnost, kulturnu raznolikost i igre identiteta. Potvrdu tezi da prijelaz iz tradicionalnoga u moderno društvo nije linearan evolucijski proces, nego rezultat povijesnih okolnosti i borbi za moć nalazi u primjeru japanskog grada Eda (Tokija) koji je u

različitim razdobljima japanske povijesti bio smatran tradicionalnim, zaostalim i nerazvijenim, da bi u drugima bio istican kao primjer ranoga japanskog razvitka i japanske specifičnosti. Poglavlje završava raspravom i suprotstavljanjem pojmova višestrukih i alternativnih modernosti. Pojam višestrukih modernosti pretpostavlja globalni multikulturalizam sastavljen od usporedivih i koherentnih kulturnih jedinica. Njemu Featherstone zamjera neraspoznavanje unutarnjih konflikata i raznolikosti te nepostojanje međukulturne razmjene. S druge strane postoje različite varijante alternativnih modernosti, a za Featherstonea je najprihvatljivija ona koja istodobno priznaje konvergenciju institucionalnih okvira (tržišna ekonomija, državna administracija itd.) i divergenciju življenih iskustava i kulturnih izraza. Tako je moguće odrediti vremensko-prostorne koordinate alternativnih modernosti budući da one predstavljaju specifične kreativne adaptacije na socijetalnu modernizaciju (str. 172). Kreativne adaptacije provode se kroz stalno kritičko preispitivanje sadašnjosti što predstavlja temeljni stav modernosti.

Zaključnim poglavljem autor je zapravo otkrio neke nove smjerove u području proučavanja potrošačke kulture; ponajprije mogućnost sociološko-povijesnog proučavanja potrošačke kulture i uz nju vezanih fenomena. Isto tako, ovo drugo dopunjeno izdanje pokazuje kako postmodernizam kao način intelektualnog promišljanja nije doživio prijelaz u 21. stoljeće, iako je imao bitnu ulogu u uvođenju proučavanja potrošačke kulture u područje interesa sociologije kulture te stavio naglasak na kulturnu raznolikost i pluralizam.

Paško Bilić

Institut za međunarodne odnose, Zagreb

Zoran Malenica

Ogledi o hrvatskom društvu: prilog sociologiji hrvatskog društva

Zagreb: Golden marketing –
Tehnička knjiga, 2007, 247 str.

U knjizi *Ogledi o hrvatskom društvu: prilog sociologiji hrvatskog društva* Zoran Malenica, splitski politolog i sociolog, analizira različite teme društvenog i političkog života u Hrvatskoj obilježene poslijeratnim i tranzicijskim sindromima. O tim temama autor je tijekom posljednjih desetak godina napisao brojne rasprave, a u ovu ih je knjigu uvrstio četrnaest, objavljenih u razdoblju od 1996. do 2006. godine, okupljene u četiri cjeline (Formiranje političkih stranaka i stranački život u Hrvatskoj od 1989. do 1997., Hrvatski ideološki raskoli, Lice i naličje hrvatskog društva i Quo vadis, Hrvatska?) koje uz uvod, literaturu i kazalo imena čine sadržaj knjige.

U prvom dijelu autor analizira strukturiranje političkih stranaka u razdoblju prvih sedam godina višestranačja u Hrvatskoj. Osim što prati nastajanje i program političkih stranaka početkom devedesetih godina, posebno analizira procese i okolnosti nastajanja novih političkih stranaka u razdoblju od 1994. do 1997. godine, kad se bilježi drugi snažni val osnivanja čak jedanaest novih političkih stranaka. Praćenje zbivanja unutar njih, kao i među njima, navodi autora na zaključak da će očekivani proces smanjivanja broja političkih stranaka u Hrvatskoj, tj. profiliranje nekoliko jakih i velikih stranaka, trajati deset do petnaest godina (str. 69). Uvi-