



- Visoki kontrast
- Čitljiv slog
- Podcrtane poveznice

Moderna vremena

Pogledaj... sve je puno knjiga.

TEMA • Piše: LADA ŽIGO ŠPANIĆ • 18.09.2025.

KNJIŽEVNOST, TRŽIŠTE I KULTURNA POLITIKA – ŠEST VAŽNIH PROBLEMA • AGENCIJA ZA ELEKTRONIČKE MEDIJE • JADRANKA PINTARIĆ • IVICA MATIČEVIĆ • DENIS DERK • MILANA VUKOVIĆ-RUNJIĆ

Kultura i showbuzz u istom košu



Ilustracija: MV

Ukorak s tehnologijom i globalizacijom

Kada otvorimo portale naših dnevnih novina, većina rubrika glasi: „vijesti“, „sport“, „novosti“, „kronika“, „svijet“, „scena“, „najnovije“ itd. Nema više klasičnoga rubriciranja koje nam je kao čitateljima davalo orijentaciju u razlistavanju novina, a i koridore u samome svijetu. Nema više redakcija poput „unutarnja politika“, „vanjska politika“, „sport“, „kultura“, „crna kronika“ itd. Nakon privatizacije u dnevnim novinama prvo su se ukidali kulturni prilozima, skraćivale se rubrike kulture, a većina dnevnih novina u cjelini je rađena kao istovrsna tabloidna hrana za „opći“ puk. I pojedinačne rubrike izgubile su mnoge stručnjake, jer je svaka struka postala scena na kojoj se mora više hodati i galamiti negoli misliti. Kultura se u nekada organiziranoj branši „dijelila“ na „kazalište“, „film“, „književnost“, „glazbu“ itd., a pratili su je oni koji razumiju igre riječi, osjećaju dubinu slike, čuju zvukove u skladbama. Sve se više te struke „ujedinjuju“ u zajedničkoj kaši kulture, spektakla, estrade, *lifestylea*, *showbuzza*. I na drugim stranicama često se u istom košu mogu naći oružani ratovi, politički ratovi, ratovi sponzoruša i drugi ratovi, no mira je malo. U medijskoj kakofoniji svako brbljanje dobiva prostor.

Čini se da je u toj kaši najviše stradala kultura koja je uvijek postojala za „neke“, a ne za sve. Danas tekuće kulturne događaje najavljuju samo portali i da njih nema, kultura bi bila gotovo autistična, s povremenim, mahom spektakularnim izletima u javnost. Vlasnici novina kulturi su besramno ukrali prostor, nesvjesni da je za „mali“ narod, s ekonomijom i gospodarstvom u kolapsu, kultura sa stoljetnim kontinuitetom ostala jedini prepoznatljiv oslonac.

Mvinfo.hr koristi kolačiće („cookies“) kako bi vam pružio bolje korisničko iskustvo. Nastavkom **SLAŽEM SE** pregleda mvinfo.hr stranica slažete se sa korištenjem kolačića. Više informacija

prate novinari opće prakse, jer je novinarstvo mahom postalo korporacijski imperij u kojem se zapošljava jeftina radna snaga koja će prepisivati umjesto pisati te bojati vijesti raznim afektima. Mnogi su stručnjaci otjerani, a web urednici često su primorani stavljati agresivne senzacionalističke naslove koji često djeluju poput optičke i mentalne iluzije. Trend slobodarskih prava na samoizražavanje doveo je do toga da se daje prostor i multipliciranim celebrity zvijezdama, nezalicama sumnjivih zvanja ili starletama koje su ujedno spisateljice ili glumice. Epiteta ima na rasprodaji, svatko može uzeti odličje koje god hoće. Za bačen jeftini mamac može se dobiti puno medijske „slave“ koja se onda u hipu „iskrcava“ po drugim portalima. Mediji su mahom masovno odlagalište istoga smeća. Iznimkama velika čast!

Kako na ovu temu gledaju naše književnice, kritičarke i novinarkе **Jadranka Pintarić** i **Milana Vuković Runjić**, kojima je kultura svakodnevni intelektualni i medijski posao? Kako promjenu u koncepciji kulturnih rubrika doživljava poznati novinar **Denis Derk**, a kako na to gleda iskusni urednik, teoretičar i kritičar **Ivica Matičević**?

Informacije takvom brzinom objahuju svijet, da vijest dopre do nas gotovo istodobno kad je stvorena.



Milana Vuković Runjić, foto: Damjan Tadić

Milana Vuković Runjić, književnica, izdavačica i novinarka, za portal Moderna vremena kaže kako je kultura uvijek bila nešto eterično, neopipljivo, podložno manipulacijama. No naricanje za nekadašnjim, kulturnijim svijetom čini joj se potrošenim. Po njoj postoje ružni izrazi kojima se kultura „natapa“ poput „kulturnih i kreativnih industrija“, „projekata“, „timova“, „hodograma“, „planova“. „**A. B. Šimić** ili **A. G. Matoš** grohotom bi se smijali tim sintagmama da su ih imali prilike čuti“, kaže. Objašnjava kako smo preživjeli razne sumrake, „od sumraka prodaje knjiga do sumraka 'printa', točnije finih i friških novina zbog kojih smo nekoć hrlili na kioske, do nikad neveselijih podataka o tome koliko prosječni Hrvat pročita: pola ili jednu knjigu godišnje“.

Vuković Runjić podsjeća da su se u neka davna vremena knjige prodavale u tisućama, novine u stotinama tisuća primjeraka, da su novinari nekoć bili pismeni ljudi, s imenima i prezimenima, razvijenog stila, poput **Denisa Kuljiša**, „nerijetko i veći književnici od književnika samih. Bili su novinari i književnici u istome tijelu, baš kao **A. G. Matoš** kojem na grobu piše 'pjesnik, pisac, fejtonista““. Podsjeća na feljtone koji su se nekoć pisali na više od dvadeset stranica, no „postali smo prikovani za ekrane svojih pametnih telefona, tih 'scary monstersa““. „Zašto?“, pita se i odgovara: „Jer saznamo da je papa umro u trenu čim je ovaj ispustio posljednji dah ili da je **Trump** rekao da je gotovo s „woke“ svjetonazorom čim je ovaj to izgovorio. Informacije takvom brzinom objahuju svijet, da vijest dopre do nas gotovo istodobno kad je stvorena. Svejedno je li glupa ili pametna, bitna ili nebitna, ima li **Brooklyn Becham** novu tetovažu, *bizz* ili *showbizz*, takvih dihotomija kao da nema.“

Vuković Runjić pita se što je s mladim pismenim ljudima. Možda je upravo plima talentiranih likova, samo je mi ne vidimo, možda neki dvadesetogodišnjak stvara nešto o čemu i ne sanjamo. „U svojoj slavnoj četvtoj *Eklogi*, Vergilije veliča budućnost Rima, zazivajući prošlost, smještajući ih u zajedničku vremensku petlju. 'Opet će Ahilej ići pod Troju', kaže, pun povjerenja u ponavljanje događaja. Možda ćemo opet čitati tiskane novine i debele knjige, možda se stvara nova ergela mladih mudraca i znalaca, možda je već stvorena samo što mi, stari patuljci, o tome pojma nemamo“, zaključuje **Vuković Runjić**.

Nadamo se da će doći novo vrijeme mudrih. Do tada. u duhu novoga vremena. a pod palicom popularnih piarovskih i

Mvinfo.hr koristi kolačiće („cookies“) kako bi vam pružio bolje korisničko iskustvo. Nastavkom **SLAŽEM SE** pregleda mvinfo.hr stranica slažete se sa korištenjem kolačića. Više informacija

ušminkani tajkuni daju svojim zaposlenicima *body* i *mind* i *spirit* i *soul*, premda mnogi novinari nemaju ni privatnoga života, jer stalno moraju biti na *standby*, kao sluge, a ne kao gospodari svoga zanata.

Gadljiva je uloga društvenih mreža, gdje svatko može biti tvorac kulturnog sadržaja čak i preko osobnog prepucavanja i vrijeđanja.



Ivica Matičević, foto: privatna arhiva

Dr. sc. Ivica Matičević, negdašnji urednik Vijenca i suradnik Večernjeg lista, za naš portal svjedoči o potapanju kulturnoga sektora. Tvrdi kako je transformacija kulturnih sadržaja u medijima u zadnjih trideset godina mučna. Iako su novi mediji i tehnologija otvorili mogućnosti inovacija u predstavljanju kulture, zanimanje postojeće i nadolazeće publike za analitičniji, dublji i promišljeniji pristup više ne postoji. „Za mene je definitivni prekid s prisutnošću kulture u medijima bilo ukidanje dnevnika 'Vjesnik' 2012. Dakako, izgnanstvo kulture u dnevnom tisku dogodilo se i znatno ranije, primjerice kada je dokinut Večernjakov tjedni prilog 'Kulturni obzor' polovicom 2000-ih... a postupno se kulturni sadržaji i kritički ogledi dokidaju i u 'Slobodnoj Dalmaciji' i 'Novom listu'. Ipak, gašenje 'Vjesnika' bio je taj ključni, završni i poražavajući priklon metodologiji razbijanja kulture u pisanim medijima. 'Vijenac', 'Zarez' i svi postojeći i netragom nestali portali od 1990-ih naovamo nisu nikad mogli zamijeniti kvalitetno svakodnevno izvještavanje o kulturi na stranicama dnevnih listova, dok su se elektronski mediji istodobno mučili s mogućnošću tzv. proizvodnje kulturnih sadržaja.“

Matičević tvrdi da je HRT tu ponešto izuzetak, a to mu je i zakonska obveza, „pa je kulturu getoizirao na 3. program, uz one smiješne 'Vijesti iz kulture' na 1. programu, emitirane u vrijeme kada pošten svijet već uglavnom spava. Uostalom, tridesetak sekundi, koliko obično traju prilozima, površni su fraktali razbijenog kulturnog zrcala“.

I on tvrdi kako je kultura gurnuta u zapećak lifestylea, celebrity „evenata“ i spektakla. Pri tome je, kaže, poprilično gadljiva uloga društvenih mreža, gdje svatko može biti tvorac kulturnog sadržaja čak i preko osobnog prepucavanja i vrijeđanja. „Danas čak i ozbiljne institucije (muzeji, kazališta...) koriste TikTok, Instagram i You Tube za oglašavanje.“

Kultura se, eto, snalazi da preživi, u medijskim galgama, ograničena budžetom, fragmentarna, ovisna o kojekakvim fluidnim portalima i podcastima, na margini državnog proračuna... Negdašnje obrazovane, zainteresirane, elitne publike sve je manje, odmjenjuje je pikselima odana mlađa publika čije je obrazovanje površno, razbacano, uništeno“, tvrdi **Matičević** i zaključuje da se kultura u medijima nikada više neće vratiti na one staze na kojima je bila u 1980-ima.

Možemo se na to nadovezati: od socijalizma do divljega kapitalizma i novinarstvo je prošlo svakojake tranzicije, da bi stiglo do ove tabloidske ofenzive i protuofenzive (naime, svađe što se prenose s društvenih mreža sve više su u modi). Nekada se držalo do dobrog teksta, lektori su bili čuvari pismenosti, a onda se dogodio paradoks: devedesetih se hrvatski jezik previše „štirkao“ novim kovanicama, u paničnom strahu od srbizama, da bi se taj isti „sveti“ materinski jezik sunovratio u „raj“ nepismenosti (zbog otjeranih lektora) i pomodnih anglizama koje „krekeću“ i naši političari-manekeni. Pročitajmo mnoštvo nemuštih tekstova na portalima i pozovimo se na Zakon o hrvatskom jeziku, u mramor uklesan.

Mvinfo.hr koristi kolačiće („cookies“) kako bi vam pružio bolje korisničko iskustvo. Nastavkom **SLAŽEM SE** pregleda mvinfo.hr stranica slažete se sa korištenjem kolačića. Više informacija

vježbaonica za svakoga, pozornica za svačijih „pet minuta“, svaštarija za opću uporabu, s rijetkim iznimkama koji drže barjak struke i znanja u kulturi slike i trača.

Masovan je postao konzumerizam: money makes the world go round.



Jadranka Pintarić, foto: Ivan Posavec

Književnica i kritičarka **Jadranka Pintarić** za Moderna vremena ovako objašnjava fenomen omasovljenja kulture. „Kada se u prošlom stoljeću pojavio pojam 'masovna kultura', koji je danas preimenovan u pop-kulturu, mnogi su teoretičari imali zazor prema sadržaju sintagme: ponajprije zato što je elita oduvijek koristila elemente 'niske' kulture; potom zato što je upitno mogu li mediji biti toliko kreativni da su u stanju prenijeti dijelove elitne kulture i učiniti ih masovnim; i najvažnije: nije li ono što je nastalo u tzv. elitnoj kulturi zapravo velikim dijelom osrednje? Onomad je u teoriji odbačen pojam 'masovna kultura' jer se zaključilo da je točnije govoriti o 'kulturi masovnog društva'.“

Pintarić navodi da je to bilo vrijeme kad se bez zazora govorilo o ukidanju klasnih razlika; kad je bilo važno stvarati novu kulturnu publiku; kad se svijetla budućnost vidjela u kozmopolitizmu i internacionalizmu; kad je tehnički napredak obećavao slobodno vrijeme za kulturu. „Bilo je to vrijeme kad su se tek počeli u kulturu uvlačiti posrednici u vidu agenata, kustosa, impresarija i ostalih krvopija; kad se kultura tek počela komercijalizirati i to nije zvučalo kao prijetnja nego obećanje boljitka.“

Pintarić zaključuje da je „sve je to otišlo u vražju mater kad je bujajući liberalni kapitalizam posaugao i neutralizirao kontrakturne pokrete (više ih nikad nije ni bilo), potom i feminizam, onda su pokupovali cijelu umjetničku scenu i sam pojam avangarde smjestili u povijest. Naposljetku, kad je postmoderna uništila jedinstvo forme i sadržaja, kultura doista više nije imala šanse postati 'masovna'“. Masovan je, tvdi **Pintarić**, postao konzumerizam: *money makes the world go round*. Plakati za kulturom kakvu smo imali, oblicima na koje smo navikli i sl. posve je uzaludno. „Netko je trebao intervenirati u 18. st. i spriječiti razvoj kapitalizma. Ta se stihija, kako vidimo čak ni pod prijetnjom uništenja čovječanstva, ne da zaustaviti.“

Na kraju daje lošu dugoročnu prognozu: „Homo sapiens biološki je u polaganom procesu deevolucije, pa kad se vratimo na tvorničke postavke (arheja), možda ćemo sljedeći put smisliti nešto pametnije. Uživajmo u onome što nam je preostalo! Uz obavezno održavanje primjerene razine kulturnog snobizma i apsolutnu zabranu razmjene memova sa suparničkim skupinama elitista ili neukim pukom.“

Mislim da je dobar showbuzz uvijek bolji od loše kulture

Mvinfo.hr koristi kolačiće („cookies“) kako bi vam pružio bolje korisničko iskustvo. Nastavkom pregleda mvinfo.hr stranica slažete se sa korištenjem kolačića. Više informacija **SLAŽEM SE**



Denis Derk, foto: privatna arhiva

Novinar i kritičar **Denis Derk** radni je staž proveo u Večernjem listu i nije previše pesimističan kao mnogi. Danas u 21. stoljeću, granica između kulture i tzv. *showbuzza* i više je nego fluidna, priznaje, no smatra da desetljeća suživota kulture u onom klasičnom smislu i svih drugih oblika kulturnog izražavanja od kojih se sastoji industrija zabave nisu izazvala kaos, „nego su obogatila kulturnu ponudu i omogućila većem broju ljudi uživanje u svim vidovima umjetnosti. Kultura je, vjerojatno i zaslugom *showbuzza* i suvremenih sveprisutnih društvenih mreža, danas demokratiziranija i razgranatija nego ikada prije, ma što mi mislili o tome.“

Derk priznaje da bi se moglo raspravljati o tome u kakvom su obrazovnom i društvenom statusu potrošači tog često agresivnog *showbuzza*, ali i kulturnog proizvoda. No za njega su činjenice ipak jasne: „Kao što danas u prosjeku puno više ljudi putuje svijetom, tako u prosjeku puno više ljudi konzumira kulturu u svim njenim oblicima, od, primjerice, muzeja i opere, pa do koncerata i video igara“. Derk objašnjava kako ljudi danas lakše komuniciraju međusobno, što ujedno i ne znači da se bolje razumiju. Lakše se promoviraju ljubav i bratstvo, ali se lakše promoviraju i mržnja i predrasude, kako uz pomoć kulture, tako i uz pomoć *showbuzza*. Naglašava da nigdje u svijetu nema besplatnog ručka.

Derk tvrdi da i kultura i *showbuzz* imaju svoju cijenu. „I dok se kulturi tu često gleda kroz prste, pa je se obilato dotira mahom iz državnih sredstava što je stavlja u ovisničku poziciju, *showbuzz* tu prati klasične kapitalističke uzance u stilu 'koliko para, toliko muzike'. Pa onda, pojednostavljeno rečeno, kultura u starinskom smislu često biva rasadnik korupcije, državnog intervencionizma i cenzure, dok se *showbuzz* može pogubiti u konzumerizmu i traženju profita pod svaku cijenu. Ali, mislim da je dobar *showbuzz* uvijek bolji od loše kulture“, zaključuje **Derk**.

Što na kraju reći nama koji se s nostalgijom prisjećamo stare branše? Još se sjećamo reportera koji su radili na živome terenu, sjećamo se i novinarske škole, odnosno različitih vrsta novinskih tekstova, od vijesti i izvještaja do komentara i feljtona. Danas gotovo ne postoje novinske vrste, sve su opći zapisi, sve je katan sa gotovo svim začinima trivijalnoga. Teško je zamisliti da bi itko danas dao prostora talentu Tenžerina kalibra da „bez povoda“ napiše opširan tekst o fenomenologiji podstanarstva, o TV-u kao „jednookom Kiklopu“ ili o markiranim autima kao „jurećim opancima“.

Eseji i feljtoni „bačeni“ su u novinske časopise, knjige ili na rijetke dobre književne portale, dok se novinarstvo sve više širi kao jedan prostor, jedna rubrika, s jednim ciljem – dajte ekskluzivu, ma pod koju cijenu!

**** Serijal tekstova "[Književnost, tržište i kulturna politika – šest važnih problema](#)" objavljuje se uz financijsku potporu autorici od Agencije za elektroničke medije iz programa Poticanje novinarske izvrsnosti.**

– POVEZANI SADRŽAJ –

Tema • 19.08.2025.

Čuvamo li diialekte od odumiranja?

Mvinfo.hr koristi kolačiće („cookies“) kako bi vam pružio bolje korisničko iskustvo. Nastavkom SLAŽEM SE pregleda mvinfo.hr stranica slažete se sa korištenjem kolačića. Više informacija

Mladi i tehnologija: Jedva deset posto učenika pročitao lekturu

Tema • 10.11.2025.

Europski parlament podržao umjetnu inteligenciju na štetu autorskih prava
