

БЕБА СТАНКОВИЋ
Народна библиотека Србије
beba.stankovic@nb.rs

КУЛТУРНА ДИПЛОМАТИЈА И БИБЛИОТЕКАРСТВО – РЕПОЗИЦИОНИРАЊЕ КОНТЕКСТА

САЖЕТАК | Културна дипломатија је, у данашњим условима, поред могућности које јој се нуде у широком дијапазону културних индустрија, усмерена и ка унутра, ка позиционирању установа културе на јавној сцени сваке средине понаособ, због сложених односа транзиције и учесталих промена (поглавито у библиотекама), те о културној дипломатији не говоримо као о активности везаној за грађење места и слике установе само ка споља, ка међународним активностима, већ и позиционирању и учвршћавању њене улоге унутар заједнице којој припада.

Захваљујући ИТ технологијама, системи дистрибуције и размене информација одавно превазилазе географски концепт. У друштву знања које већ увелико постаје обележје свакодневице, значај свакодневног учења и књиге, као основног средства за ту врсту рада, поред образовног и културног је и у томе што оне представљају један од најпогоднијих и најједноставнијих медија комуникације, без обзира на то на ком „носачу“ се налазе, тј. без обзира на то да ли су штампане или електронске.

Последњих деценија, више но икада раније, парадигма библиотекарства као једне од базичних културно-информационих професија, мењала се убрзано и унапређивала своје начине функционисања. Са разноликим начинима комуникације који се константно усавршавају, разноликим колекцијама, компјутеризованим системима, дигитализацијом и употребом мултимедија, библиотеке постају и јесу водеће културно-информационе установе, но како се уклопити у овакве захтеве у библиотекама у којима, код нас, у највећем броју случајева, недостаје све: почев од стандардно проблематичног постојећег ненаменски додељеног простора, преко набавке књига, свих врста грађе, стручних радника? Како бити квалитетан у конкуренцији са актуелним „брзим“ видовима технолошке забаве?

КЉУЧНЕ РЕЧИ | библиотекарство, културна дипломатија, културне индустрије, друштво знања, технологија, информације

Библиотеке широм света потврђују своју мисију јавног простора у коме приступ знању, образовању, задовољавању различитих социјалних потреба, како појединаца, тако и заједнице, укратко – места на којима се у најбоље смислу те речи спроводи инклузивна и грађанска улога свих припадника друштва, потврђују да су то најдемократичнија места чији је значај, нарочито последњих деценија, ојачао. Парадигма библиотекарства као једне од базичних културно-информационих професија, мењала се убрзано и унапређивала своје начине функционисања. За нешто више од пет векова свога постојања, штампана књига је постала најпогоднији и најједноставнији медиј комуникације, појавом савремених технологија и „сељењем“ текста на различите врсте носача, још и више. Са увођењем нових начина комуникације који се константно усавршавају, разноликим колекцијама, компјутеризованим системима, дигитализацијом и употребом мултимедија, библиотеке постају и јесу водеће културно-информационе установе.

У идеалној ситуацији, ово би било довољно да опише основне карактеристике струке у којој радимо, али, у нашим условима, у којима се свакодневно боримо са недостатком простора, недостатком стручних радника, ограниченим и недовољним буџетима, дакле са недостатком елементарних услова за квалитетан рад, тешко је борити се са захтевима модерног времена у којима је смена актуелних екрана који карактеришу свакодневицу, бржа него икад. Након свих револуција које су доносиле радикалне промене, сматра се да ми данас живимо у доба тзв. Четврте револуције, у којој је информација најзначајнија, те у складу са тим и у доба Четвртог екрана – након првог чуда биоскопа, појавила се телевизија, затим компјутерски екран, да би, у данашње време, екран мобилног телефона преузео потпуни примат.

Да ли је најреалније претпоставити да ће нам у некој будућности, како предвиђа Кори Доктороу, уређаји за читање симулирати доживљај књиге на папиру? Нека конкретнија предвиђања су ипак оптимистична: на основу Форбсовог истраживања чији су резултати обелодањени 2016. године, након кратког стагнирања читања штампане књиге и доминације електронског читања, традиционалан приступ читању је, показује се, код младих генерација (највише код тзв. „миленијалаца“) и даље најдоминантнији. У фокус групи истраживања која је била у добу од 18 до 34 године, чита чак 43% њих (романе, драме, кратке приче, поезију – без лектире, дакле без „принудног“ читања), а једина боља група од њих је тзв. „стара гарда“ високо образованих љубитеља високе културе, припадници генерације која је старости од 65 до 74 године, и међу њима је 49% оних који читају. Такође, извештај показује да је знатно већи број младих који читају у односу на 2002. годину. Већина тих читалаца, при том, сматра да су „обичне“ књиге боље у

сваком погледу – тактилна, кинестетичка компонента се показује као нарочито важна, а одлазак у омиљену књижару или библиотеку социјална активног далеко значајнија од куповине или читања онлајн.

Али, иако се подразумева да је читање основна активност сваке библиотеке, оне одавно нису више „само“ то, без обзира на то да ли се читају електронске књиге или штампане. Комплексност деловања једне библиотеке је у савременом добу вишеструка, те о њеној мисији никако није довољно говорити само у контексту књиге и читања, с обзиром на разноврсност делатности и грађе која се користи. Без обзира на реално лоше радне услове већине наших јавних библиотека, на које се надовезују разни други проблеми, српско библиотекарство и те како прати и држи корак са савременим струковним тенденцијама, а није редак случај да, с разлогом, резултати његовог рада буду запажени и ван граница наше државе – победнички постер Библиотеке града Београда на ИФЛА конгресу 2007. године у Дурбану (Јужноафричка Република), три ЕИФЛ награде за најбољи иновативни пројекат за БГБ, Библиотеку из Ћуприје и Библиотеку из Јагодине, те још 3 међународне награде за пројекат Агролиб ЈА, јагодинске Библиотеке, довољно су сведочанство да српско библиотекарство и те како има шта да понуди, да иновативно размишља и далеко надилази услове у којима ради. То су неки од најбољих примера како се културна дипломатија установа културе позиционира као одличан „производ“ који нека од држава може да понуди.

Стога питање, макар и реторичко, намеће се само по себи – да ли библиотеке треба или већ и јесу, позициониране у својим срединама, дакле не само у другим државама, другим културама, као релевантне за културну дипломатију? Јер, свакако се и у средини у којој делује, у којој је присутна стално, мисија и визија библиотеке подводи и под репрезент дипломатије и заступања културних вредности.

У том контексту треба се осврнути и на место библиотека у културним индустријама, данас незаобилазној класификацији када говоримо о било којој области културе. Синтагма настала шездесетих година 20. века, као плод промишљања у теорији културе, припадника Франкфуртске филозофске школе, имала је у свом настанку сасвим други пежоративан смисао, који се временом изгубио и попримио сасвим другачије значење. Поред многобројних дефиниција на које можемо да наиђемо, приклонимо се оној коју наводе Милена Драгићевић Шешић и Бранимир Стојковић:¹ „Индустријом културе назива се ин-

¹ Милена Драгићевић Шешић и Бранимир Стојковић, *Култура – менаџмент, анимација, маркетинг* (Београд: Сlio, 2007): 284.

дустријски, серијски начин организовања производње културних добара и услуга“. Добра допуна овој дефиницији је начин поделе по врсти производа, па тако сазнајемо да су производи културних индустрија:

- серијски умножена уметничка дела – књиге, аудио и видео носачи, филмови, графике, репродукције;
- емитована уметничка дела или културни програми – емисије радио и ТВ станица;
- музички инструменти као средства на којима се свира и изводи музика;
- уређаји за снимање, стварање и репродукцију уметничких дела;
- потрошни материјал неопходан у процесу уметничког стварања.

Често се овај списак мења и допуњује, у зависности од тога чију типологију посматрамо. Шпанци, нпр. у овај списак смештају и кориду (!!!) као национално културно наслеђе, Данци креативну индустрију намештаја... подела је много, али свима је заједнички именитељ једна ставка – књига и све делатности уско везане за њу.

Блиска овој области је и област креативних индустрија, тешко је ухватити разлику која их раздваја и прави разлику међу њима, можда је прецизније рећи да се преклапају и подударaju у многим сегментима, а један од најбољих теоретичара културе, Џон Хартли², наводи следећу дефиницију:

„Концепт Креативних индустрија има за циљ да опише концептуално и практично спајање Креативних уметности (појединачан таленат) са културним индустријама (масовно) у контексту Нових медијских технологија (ICT – Information and Communication Technology) у оквиру нове економије знања, које могу да користе новонастали интерактивни грађани – потрошачи.“

Уколико изузмемо последњи термин у овој дефиницији (потрошачи !!!), који често не наилази на одобравање међу библиотекарима, јасно је да се и Нове медијске технологије, као и идеја интерактивних грађана, врло очигледно уклапају у савремену концепцију библиотека које нуде сервисе и програме оспособљене да своје кориснике не третирају као тек пуке конзументе неког културног садржаја, већ сараднике и учеснике у ономе што се нуди. Дакле, поред књига и издавачке делатности, у креативне индустрије се убрајају:

- визуелне уметности;
- графички дизајн;
- сценске уметности;

² *Kreativne industrije*, priredio Džon Hartli (Beograd: Clio, 2007).

- музичка продукција;
- мода;
- индустријски дизајн;
- индустрија играчака;
- индустрија компјутерских игара;
- адвертајзинг.

Очигледно је да је књига и овде повезница за различите типове подела, књига као есенцијална база издаваштва и библиотекарства, с обзиром на то да је у питању и образовни и културни, али и најједноставнији и најпогоднији медиј комуникације. Уз примену информационих технологија, као још једног интегративног састојка струке, системи дистрибуције и размене информација постају доступни без обзира на географску позицију и раздаљину. „Судари“ различитих културних наратива, стога, утолико су чешћи. Поље деловања културне дипломатије се све више шири, неопходно је пронаћи ефикасне начине заступања и деловања, фрагментација и затвореност у данашњим условима живота нису опција. Оно што нудимо као културу, мора да буде жив садржај који кореспондира са својим конзументима, комуницира са другим културама. У информационом добу, моћ је у наративима тзв. „меке моћи“.

Али, шта је то „мека моћ“?

Оно што карактерише схватање културе у основи су два начина поимања њеног настанка и деловања:

- хуманистички принцип, настао крајем 19. века у Француској, по принципу „култура је најбоље од свега“, који је заступао ширење дела високе културе и уједно је и став међународних установа културе (Лига народа, нпр.);

- антрополошки приступ (тридесете године 20. века) САД, „Ми смо наша култура“ (Маргарет Мид, 1942), нарочито заступан током Другог светског и Хладног рата, а захтевао је темељну трансформацију војнополитичког приступа.

Дакле, дихотомија је присутна и у овој области везаној како за самостално деловање, тако и за поље у коме је везана за дипломатију. Вероватно најстарија дефиниција културне дипломатије је она коју је дао амерички Стејт департмент 1959. године: „Културна дипломатија је директан и трајан контакт међу народима различитих нација, осмишљен да помогне у стварању боље климе међународног поверења и разумевања у којима могу да функционишу међународни односи.“

Њена функција је, пре свега, у промоцији пријатељских односа између земаља и развијању економских, културних и научних односа, она је постала нова парадигма дипломатије која функционише као „мрежно окружење“ (network environment)

у коме јавност активно учествује у пружању и примању порука. И то је „мека моћ“ (soft power) коју би могли дефинисати као „способност придобијања жељеног путем привлачности пре него путем принуде или плаћања“ (Џозеф Нај) за разлику од „тврде моћи“ која свој утицај повећава путем претњи и принуде. Камингс (2005) у оквиру јавне дипломатије и „меке моћи“, културну дипломатију дефинише као „продужетак идеја, информација, уметности и других аспеката културе међу народима ради подстицања међусобног разумевања“! По својој природи демократичне, социјално отворене и друштвено свесне, библиотеке и њихово деловање јесу погодно тле за потпуније разумевање и перцепцију реалности, њену мултиперспективу и презентацију сопственог концепта идентитета уцртаног у културно-образовну потку. И колико год биле замагљене и нејасне границе помињаних Креативних индустрија и Културних индустрија, оне нису плод немогућности прецизнијег одређивања, већ су управо плод политичких, културолошких и технолоких размена свакодневице, све више замагљених граница националних дискурса, као резултата бројних миграција, а у корист концепта развијања интелектуалних људских ресурса, жеље за ситематским и континуираним развојем човекових могућности, вештина и знања.

Репрезенти тих тежњи јесу библиотеке, наша искуства, поред већ помињаних, награђиваних, део су и оних свакодневних напора које чинимо за унапређење наше струке, али и успешног представљања на међународним семинарима, бројним радовима и постерима на ИФЛА конгресима, библиотечкој регионалној сарадњи (конкретизованој, нпр. и у ИНЕЛИ Балканс концепту) и учешћа у разноврсним међународним пројектима. Уз све тешкоће које намеће транзициони период, време економске кризе и објективне околности свакодневице, ми јесмо репрезенти модерног схватања библиотекарства као хибридног начина пословања у радикално измењеном дискурсу улоге наше професије последњих деценија. Оно што је важно напоменути је чињеница да је културна дипломатија, у данашњим условима, поред могућности које јој се нуде у широком дијапазону културних индустрија, усмерена и ка унутра, ка позиционирању установа културе на јавној сцени сваке средине понаособ, позиционирању и учвршћивању њене улоге унутар заједнице којој припада.

ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ

Драгићевић Шешић, Милена и Бранимир Стојковић, *Култура – менаџмент, анимација, маркетинг*. Београд: Clio, 2007.

Kreativne industrije. Priredio Džon Hartli. Beograd: Clio, 2007.

Cultural Diplomacy: Art, Festivals and Geopolitics. Edited by Milena Dragičević Šešić, Special Series editor Dimitrije Tadić. Belgrade: Creative Europe Desk Serbia Ministry of Culture and Media of Republic of Serbia Faculty of Dramatic Arts in Belgrade; Institute for Theatre Film Radio and Television, 2017.

Рогач Мијатовић, Љиљана. *Културна дипломатија и идентитет Србије*. Београд: Институт за позориште, филм, радио и телевизију Факултета драмских уметности; Clio, 2014.

Шобе, Франсоа и Мартен, Лорен. *Међународни културни односи*. Београд: Clio, 2014.

BEBA STANKOVIC
The National Library of Serbia, Belgrade
beba.stankovic@nb.rs

CULTURAL DIPLOMACY AND LIBRARIANSHIP
– THE REPOSITIONING OF THE CONTEXT

SUMMARY | In today's circumstances, in addition to the possibilities offered through a wide variety of cultural industries, cultural diplomacy is also oriented towards the inside, towards positioning cultural institutions to the public scene of each individual environment, due to the complex relationship within the transition and the changes happening repeatedly (mainly in libraries), which is why we don't speak about cultural diplomacy as an activity tied to building a position and image of the institution that are oriented only towards the outside, to international activities, but also about positioning cultural diplomacy and strengthening its role within the community it belongs to.

Owing to IT technologies, the systems for distributing and exchanging information have long surpassed the restraints of geography. In the society of knowledge that is increasingly becoming a hallmark of everyday life, in addition to the cultural and educational importance that daily learning and books as a main instrument for such activity have, they also represent one of the most suitable and most simple communication means, regardless of the information "carrier", that is, regardless of whether they are printed or electronic.

Over the last decades, more than ever before, the paradigm of librarianship as one of the foundational professions related to culture and information sharing has rapidly changed and enhanced its ways of functioning. With diverse modes of communication that are being constantly improved, with diverse collections, computerized systems, digitalization and the use of multimedia, libraries become and are the leading cultural and information institutions; however, how do we meet such demands in some libraries in our country where in most cases we lack everything, starting from a notoriously problematic existing non-specialized space allocation, to book acquiring, to lacking all types of materials, to professional workers?

How to achieve quality when competing with the contemporary "fast" modes of technological entertainment?

KEYWORDS | librarianship, cultural diplomacy, cultural industries, the society of knowledge, technology, information

БЕБА СТАНКОВИЧ
Народная библиотека Сербии, Белград
beba.stankovic@nb.rs

КУЛЬТУРНАЯ ДИПЛОМАТИЯ И БИБЛИОТЕКАРСТВО – РЕПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КОНТЕКСТА

СЖАТОСТЬ | Культурная дипломатия, в сегодняшних условиях, кроме возможностей которые ей рекомендуют в широком дияпазоне культурных индустрий, назначена к позиционированию учреждений культуры на публичной сцене каждой среды отдельно, из-за сложенных отношений транзиций и частых изменений (особенно в библиотеках), и о культурной дипломатий не говорим как о деятельности связанной для строение мест и рисунка учреждения только к наружи, к международным деятельностиам, уже и позициомированию и укреплению её роли внутри сообществ которой принадлежит.

Благодаря ИТ технологиям системы распределения и обмена информации уже давно превосходят географический концепт. В сообществе знаний которое уже становится признак ежедневницы, значение ежедневного учения и книги, как основного средства для этого вида работы, кроме образованного и культурного и в этом деле что они представляют один от самых вигодных и самых простых коммуникаций, несмотря на это на каком но “носилщике” находятся, тй. несмотря на это они печатаны либо элекиронные.

Последних десятилетий, больше но иногда раньше, парадигма библиотекарства как одной от базных культурно-информационных профессий, менялас очень быстро и усавершенствовала свои способы функционирования. С различным способам коммуникаций которые постоянно усавершенствуют, различным коллекциям, комьпютеризованным системам, дигитализацией и употреблением мултимедий, библиотеки становятся и они имеют очень важную роль в культурно-информационном учреждении но как обойтись в такие требования в библиотеках в которых у нас, в большинстве случаев недостаточно всё начав от стандартно проблематичного существующего неназначеного данного пространства, через покупки книг, всех видов научного материала, профессиональных рабочих. Как быть качественным в конкуренции с актуальным “быстрым” видам технологического развлечения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА | библиотекарство, культурная дипломатия, культурные индустрии, сообщество знаний, технология, информации