

Вера Бацковић*

Милена Токовић**

УТИЦАЈ ПАНДЕМИЈЕ КОВИДА 19 НА СТИЛ ЖИВОТА ПРИПАДНИКА АКАДЕМСКЕ ЗАЈЕДНИЦЕ У БЕОГРАДУ

Апстракт: Циљ рада је да се размотре промене у стилу живота припадника академске заједнице у Београду на које је утицала пандемија ковида 19, са нагласком на коришћењу дигиталних садржаја као алтернативе или допуне задовољавања потреба.

У првом делу рада концептуално се одређују стил живота и његове значајне димензије. Затим се пажња посвећује дигиталној култури као најзначајнијем ресурсу за задовољење културних и других потреба током пандемије. Трећи део рада садржи анализу резултата која се заснива на подацима истраживања „Промене у начину живота условљене пандемијом: дискурси и праксе запослених на Универзитету у Београду и Универзитету уметности у Београду“, које је спровео тим Института за социолошка истраживања Филозофског факултета од 1. фебруара до 4. марта 2021. године на узорку од 223 запослена.

Кључне речи: стил живота, дигитална култура, академска заједница, ковид 19

Увод

У овом раду испитујемо промене у стилу живота и свакодневном животу запослених на универзитетима на које је утицала пандемија ковида 19. Анализа се заснива на подацима истраживања „Промене у начину живота условљене пандемијом: дискурси и праксе запослених на Универзитету у Београду и Универзитету уметности у Бео-

* Вера Бацковић, ванредна професорка, Одељење за социологију, Филозофски факултет Универзитета у Београду, контакт: vera.backovic@fbg.ac.rs.

** Милена Токовић, научна сарадница, Институт за социолошка истраживања, Филозофски факултет Универзитета у Београду, контакт: milena.tokovic@fbg.ac.rs.

граду“, које је део пројекта Филозофског факултета *Изазови у сфери рада, породице, начина живота у контексту епидемије COVID-19 у Србији: нове солидарности и нове неједнакости*. Онлајн истраживање је спровео тим Института за социолошка истраживања Филозофског факултета од 1. фебруара до 4. марта 2021. године на узорку од 223 запослена у сарадничким, наставничким и истраживачким звањима на Универзитету у Београду и Универзитету уметности у Београду. У тексту се, ради илустрације неких аспеката стила живота, осврћемо и на друга емпиријска истраживања спроведена у Србији.

Анализирајући промене у свакодневном животу које је изазвала пандемија ковида 19, пажњу смо посветиле уочавању разлика у активностима које припадници академске заједнице обављају или су обављали у слободно време. Промене у стилу живота¹ испитујемо на основу посећивања одређених објеката и културних догађаја, њихове процене које активности сада чешће обављају и намера да прихвате измењене праксе и када пандемија буде окончана. Такође, анализирамо и које им активности недостају.

Стил живота и кризна ситуација: изазови и (дис)континуитети

Први званични случај болести ковид 19 који изазива SARS-CoV-2 регистрован је 6. марта 2020. године у Србији. Пошто је у наредним данима та болест проглашена заразном болешћу, Влада почиње да уводи низ мера да би се ограничили контакти и кретање становништва како би се спречило ширење вируса. Прво су затворени гранични прелази (12. марта) за међународни друмски, железнички и речни саобраћај и погранични саобраћај. Тада је уведена и забрана окупљања на јавним местима у затвореним просторима за више од 100 људи.² Одлука о проглашењу ванредног стања у Републици Србији донета је 15. марта 2020. године. У том тренутку су обустављени

1 Истраживања животних стилова у Србији и региону првенствено су усмерена на културну потрошњу и музичке укусе младих и опште популације (Цветичанин, 2007; Цветичанин & Миланков, 2011; Станојевић, 2012; Спасић, 2010; 2013; Tonković *et al.*, 2014; Tonković *et al.*, 2017; Мрђа & Миланков, 2020; Ресановић, 2020).

2 Обустављени су међуградски превоз аутобусима, путнички међународни, унутрашњи железнички саобраћај и међународни и домаћи водни саобраћај (изузети су случајеви који су добили дозволу министра надлежног за послове саобраћаја). На јавним местима у затвореним просторима није дозвољено окупљање више од пет особа (20. марта).

извођење наставе у високошколским установама, средњим и основним школама³ и рад предшколских установа (15. марта) и затворени су студентски домови.⁴ У склопу донетих мера прекинуте су све наставне и истраживачке активности у зградама факултета и приступило се преласку на наставу на даљину (онлајн наставу), коју су факултети организовали у складу са својим потребама и могућностима.

За време ванредног стања ограничава се или потпуно обуставља рад других објеката – културних институција, малопродајних непрехрамбених објеката, услужних делатности. Одлука о укидању ванредног стања у земљи донета је 6. маја 2020. године. Након укидања ванредног стања, у периодима када је епидемиолошка ситуација била повољнија, њихов рад се наставио у складу са епидемиолошким мерама и прописима који су на снази.

Пандемија ковида 19 представља онај изненадни догађај у свакодневном животу људи који нарушава подразумевану рутину и одвијање одређених пракси на устаљен начин⁵ (Спасић, 2004: 12). Она је довела до мењања стилова живота који представљају „релативно кохерентне скупове материјалних и симболичких пракси у свакодневном животу – обрасце понашања у потрошњи, употребу ресурса, међуљудску интеракцију и самоизражавање – који се кристалишу у диференцијалне конфигурације културног идентитета појединаца, породице и групе“ (Спасић, 2007: 593). Стил живота се тако односи на релативно трајне обрасце организације свакодневице, обухватајући вредносне оријентације, активности у слободном времену и обрасце потрошње, зависно од расположивих ресурса (Томић Koludrović & Leburic, 2002).

Стил живота се испољава у различитим областима и обухвата различите праксе. Он, наиме, обухвата област рада – његову организацију и важност која се придаје професији, и област слободног времена – организацију домаћинства и потрошњу слободног времена, тј. обављање одређених активности у слободно време. Међутим, како сви избори појединаца имају и симболички аспект, осим пракси за симболичко диференцирање, веома су важни и ставови о праксама, али и схватања лепог и ружног, примереног и непримереног (Спасић, 2006: 140). Такође, стил живота се односи и на планирање

3 Министарство просвете, науке и технолошког развоја организовало је извођење наставе на даљину од 17. марта путем РТС канала 3 и РТС Планета.

4 Одлука о обустави рада установа ученичког и студентског стандарда чији је оснивач Република Србија.

5 Свакодневни живот се односи на организовање различитих активности у заједничком простору, али и како их појединци доживљавају (Спасић, 2004).

будућих активности и намераване промене. Он обухвата различите (културне) праксе (одлазак у позориште, посећивање музеја, галерија, концерата, читање књига, поседовање уметничких предмета или свирање инструмента), али и одласке у ресторане, кафиће, тржне центре. Комерцијализација активности које се обављају у слободно време и ширење индустрије масовне забаве утицали су на смањивање разлика између културних и забавних активности, а допринели су и већој диверзификацији животних стилова. Осим поменутих активности, стил живота обухвата и моделе васпитања деце, начин исхране, бригу о здрављу и телу (рекреацију), али и уређење стамбеног простора (Спасић, 2006).

Ако се посматра развој животних стилова, уочава се њихова зависност од ширења потрашачке културе (Чејни, 2003: 12). Према Чејнијевом схватању, животни стилови су једна од одлика модерног доба, што се односи на само коришћење тог појма, којим појединци у модерном друштву описују сопствене или туђе начине деловања. Такође, „животни стилови представљају моделе деловања који доприносе разликовању људи“ (Чејни, 2003: 12).⁶ Он указује на употребу робе и начине приказивања друштвеног статуса, то јест како људи користе робу да би створили друштвене везе или разлике (Чејни, 2003: 36). Животни стилови су тако образац статусног груписања који не зависи у толикој мери од занимања, привилегија и богатства (економског капитала) одређене групе већ од „начина на који они користе расположива богатства и привилегије“. То указује на њихову повезаност са „друштвеном организацијом потрошње“⁷ (Чејни, 2003: 23). Потрошња обухвата „моделе слободног времена који се односе на нова очекивања приликом индивидуално осмишљене контроле и коришћења времена“. Таква повезаност потрашачке културе и економије слободног времена остварује се у модерном друштву (Чејни, 2003: 24).

Међутим, када наглашава значај потрошње, Чејни у великом степену занемарује утицај класно-слојне позиције на формирање стилова живота. Иако потрошња неоспорно остварује већи утицај на њихово обликовање него раније, ипак тај утицај није толики да класно-слојна позиција губи сву своју релевантност. Више класе, које располажу вишим културним и економским капиталом (доминантна класа), остварују такве могућности избора (Бурдије, 2013).⁸ Материјални положај (економски капитал) доминантне класе омогућава

6 Бурдије стил живота доминантне класе назива осећајем дистинкције (Бурдије, 2013).

7 Класна структура је основа друштвене организације производње (Чејни, 2003).

8 Бурдије (2013) разликује три класе у друштву: доминантну, средњу и народску (сељаци и радници).

јој да се дистанцира од нужности, њени припадници нису забринути како да задовоље основне, свакодневне потребе, тако да та класа има могућности да се посвети „вишим” вредностима и усмери се на стилизацију и естетизацију живота (Спасић, 2006: 142). Сама категорија „укуса“ је буржоаска идеја и као таква неодојива је од вишег положаја који омогућава могућност избора, слободу опредељења и превазилази материјалне и егзистенцијалне нужности (Спасић, 2006: 142). У доминантној класи Бурдије разликује две фракције, доминантну и доминирану: крупну буржоазију и интелектуалце, на основу висине и односа између економског и културног капитала. Прва фракција поседује више економског капитала, а друга културног капитала (Бурдије, 2013).

На нивоу града Флоридина (2002) перспектива указује на важност садржаја који су доступни у простора и који омогућавају појединцима да воде одређени животни стил, то јест у првом плану су могућности које град нуди. Као пресудни за квалитет живота издвајају се различити садржаји: од стамбених објеката, образовних и здравствених институција до понуде културних и забавних садржаја (музеји, галерије, позоришта, али и ресторани, кафићи...). Нови начини провођења слободног времена подстичу различите видове (културне) потрошње који стимулишу и раст индустрије културе и настанак нових простора потрошње (Zukin, 1995). Пораст културне потрошње (уметности, моде, туризма) и раст индустрија који је прати учинили су да у урбаној економији културна сфера постаје све значајнији економски ресурс (Zukin, 1995). Простори потрошње креирају се са намером да подстакну релативизацију друштвених неједнакости јер промовишу идеју како је животни стил, који је некада био питање класне структуре, сада све више питање индивидуалног исказивања (Glennie 1998: 943).

Као последица маркирања животних стилова, свакодневни живот се све више одвија у домену потрошње. Просторни и непросторни аспекти феномена конзумеризма утичу на промене у физичкој структури града, али и у његовом друштвеном простору и концепирању урбаности. Куповина као доминантна активност мења улогу социјализације простора потрошње и тако се помера равнотежа јавних и приватних простора (Батарило, 2016).

Једна од улога куповине и простора потрошње током историје (агора и тржница) била је остваривање друштвености, реализација културног и друштвеног живота.⁹ Временом је дошло до синергије

9 Станић упозорава на привид социјалног живота у потрошачком простору који је контролисан, затворен, генерисан да подстиче потрошачку активност, а не

шопинга са забавом и искуством спектакла у узбудљивом амбијенту контролисаног окружења као што је шопинг мол. Простори потрошње тако надилазе комерцијалне просторе јер они одсликавају вредносни систем друштва у којем су настали (Zukin, 1995), они више нису ограничени на активности класичне куповине већ постају и простори идентитета (важно је у њима бити виђен, уживати у амбијенту) (Петровић 2009). Истраживања су показала да тржни центри за један број људи представљају места сусретања и дружења јер се у њима куповина повезује са забавом. Како људи на тим местима проводе слободно време, тржни центри у тим случајевима за те појединце остварују и друштвену функцију (Tonković, 2015: 194). Виртуелна реалност и развој нових технологија додатно доприносе променама (Батарило, 2016). Данас виртуелна инфраструктура и онлајн куповина све више преузимају улогу места сусрета и социјалних интеракција и друштвеног јавног простора (Батарило, 2016; Станић, 2011).

Када се анализира општи однос према куповини и посети тржним центрима, могу се разликовати два типа потрошача: утилитарни и хедонистички тип; први тип третира потрошњу као неопходан посао који треба да се обави (тежи да уштеди и време и новац), док други тип ужива у тим активностима, доживљавајући потрошњу као забаву и разоноду (Tonković, 2015: 195–196). Хедонистички тип¹⁰ се односи према куповини у складу са описом потрошње који даје Липоветски. Приликом куповине наглашавају се задовољство, субјективни и емотивни доживљаји који су повод учествовања у тој пракси (Lipovetsky, 2008), односно како Шефер описује куповину као „тотемски ритуал, у коме индивидуа стиче, заједно са робом, парче града и модерног за које се залаже“ (Hosoya, Schaefer, 2001: 172, наведено према: Батарило, 2016).

Дигитална култура као ресурс за задовољење културних и других потреба

Како стил живота обухвата и сферу слободног времена – организацију домаћинства и потрошњу слободног времена, конкретно различите (културне) праксе (Спасић, 2006), али и одласке у ресто-

социјалну блискост (Станић, 2011: 20). То се постиже све већом контролом сти-мулуса окружења – звуком, светлом, природом, па чак и хемијским саставом ваздуха (Батарило, 2016).

10 Тонковић истиче да је тај тип више заступљен међу женама и млађом популацијом (Tonković, 2015: 195–196).

ране, кафиће, тржне центре, у овом делу рада бавимо се концептом дигиталне културе која се показала као најзначајнији ресурс за одржавање друштвених веза и задовољење културних и других потреба током пандемије. Пандемија је актуелизовала и проблематизовала феномен компресије времена и простора и дебате о утопијској и дистопијској перспективи технолошког напретка (Тодоровић, 2017; Петровић, 2013), те се тим аспектима дигиталне културе посвећује посебна пажња.

Доналд Жанел, социјални географ, који је сликовито описао дужину путовања од Лондона до Единбурга, закључио је да су се за протеклих 190 година та два града међусобно „приближила“ сваке године за близу пола сата, од четири дана (кочијом) до три сата авионом (Janelle, 1968: 5–6, наведено према Петровић, 2013: 34), описујући тај феномен као конвергенцију време–простор. Феноменом временско–просторне трансформације и последицама тог процеса на друштво бавили су се бројни теоретичари (Мамфорд, 2009; Sorokin & Merton, 1937; Гиденс, 1998; Rodrigue, 1999; Bauman, 2000; Castells, 2000; Harvey, 2001; Larsen & Urry, 2008). Према појмовно различито одређују феномен (компресија времена и простора, колапс време–простор, конвергенција времена и простора, простор токова и безвремено време), неке од заједничких карактеристика су брже и лакше савлађивање простора, боља саобраћајна инфраструктура, убрзавање транспорта, одржавање великог броја веза на даљину, издизање друштвених односа из локалног контекста, раздвајање простора места од простора токова (токова информација, капитала, интеракције). Том феномену знатно више пажње је посвећено последњих деценија прошлога века, а узроци се налазе у капиталистичком начину производње и револуцији у транспорту и развоју информационо–комуникационе технологије (Петровић, 2013: 34–40).

Пандемија ковида 19 учинила је да Единбург и Лондон никада нису били даљи. Авио–саобраћај је укинут, уведена су различита правила која ограничавају мобилност па би и „кочији Доналда Жанела“ вероватно требало много више од четири дана да стигне у условима ванредног стања. Глобална кризна ситуација утицала је и на преиспитивање изума човечанства који су, један за другим, заједно са историјско–друштвеним променама, омогућили настанак нових епоха – модерног и постмодерног доба. Развој информационих технологија, конкретно дигитална култура, показао се као најзначајнији ресурс, и за савладавање још даљег и неприступачног простора и за одржавање друштвених веза и задовољење културних потреба. Развијена дигитална култура показала се као предност у контексту

пандемије, у условима у којима су многе потребе могле да се задовоље искључиво посредством технологије.

Дигитална култура¹¹ је „ванвремена“ и „ванпросторна“ култура која се јавља осамдесетих година 20. века (Тодоровић, 2017: 134). Она није само резултат технолошког напретка¹² већ обухвата и произилази „из начина мишљења и деловања који су утеловљени у тој технологији и који су омогућили њен развој“ (Гир, 2008: 18). Подразумева, дакле, особен начин живљења групе људи у одређеном историјском периоду и, у складу са наведеним, и системе означавања и комуникације. Развила се током 20. века, као одговор на новонастале информационе и технолошке потребе, најпре у домену ратовања, а потом и као одговор на потребе у домену уметности, посебно авангардне уметничке и теоријске праксе, критичке теорије и филозофије (Гир, 2008: 18, 19). Уметници су међу првима истраживали могућности комуникационе технологије, конкретно мултимедија, умрежавања као медијуме уметничких пракси.¹³ Како наводи Манович, дошло је до „окретања целокупне наше културе ка компјутерски медијатизованим облицима продукције, дистрибуције и комуникације“ (Манович, 2015). Логика медијске револуције јесте сагледавање потреба појединца према индивидуалном моделу наместо моделу групе, модел који је карактеристичан за производњу у индустријском друштву (Тодоровић, 2017; Гир, 2008).

Концепт дигиталне културе¹⁴ у себи садржи више приступа. Утопијски се односи на перспективу технолошког прогреса, информациони се односи на културолошке кодове информацијског друштва, антрополошки посматра феномен кроз културне праксе и начин живота који обликују информационе и комуникационе технологије, док се епистемолошки односи на концепт као друштвени и антрополошки одраз нових медија. Без обзира на различита тумачења теоретичара, то је обједињујући концепт који истражује промене света културе и уметности које су последица развоја информационе и комуникационе технологије, али и међудејства различитих поткултурних и контракултурних група, теоријских и уметничких пракси и читавог комплекса масовних медија (Тодоровић, 2017: 134).

11 У раду користимо појам дигитална култура, али треба имати у виду да се у литератури могу наћи и следећи сродни појмови: сајбер култура, интернет култура, култура мреже, киберкултура.

12 У техничком смислу процес дигитализације представља прелазак са аналогног на дигитални систем обраде података (Гир, 2008: 16).

13 Џон Кејд, група Флуksус и сличне групе које су се бавиле перформансима и мејл артом, Алан Капров, Нови реалисти, Летристички покрет, Гордон Паск, Ханс Хак и др. (Гир, 2008: 76).

14 Аутор користи израз киберкултура.

Пандемија је актуелизовала не само питање компресије времена и простора већ и односа према информационим технологијама. Настанком нововековне модерне цивилизације јавља се и нови облик страха, технофобија која се може манифестовати као страх од деградације међуљудских односа, губљења идентитета, личних слобода, па је због тога сигурније да се појединац држи старих образаца и решења (Тодоровић, 2017: 28). Треба имати у виду широко распрострањене и дубоко уврежене предрасуде о негативним ефектима употребе интернета, чије узроке Петровић налази у комбинацији инхерентних и производних фактора. У прве се убрајају урођени страх од непознатог, отпор према новим технологијама, специфичности интернета и неповерење које произилази из осећања корисникове анонимности и дезинхибираности, док у произведене факторе спадају сензационалистичка улога медија која истиче „мрачне“ стране интернета и емпиријски неутемељени ставови научне заједнице о штетним последицама интернета. Песимистичка перцепција употребе интернета јавља се већ првих година ширења његове употребе, деведесетих година 20. века. Дистопијска перспектива је посебно карактеристична за Србију, а разлози су друштвено условљени – лоша економска ситуација у земљи, незаинтересованост државних институција за развој и истраживања о информационо-комуникационим технологијама (Петровић, 2013: 76–78, 94).

Како је дигитална култура била једини ресурс за обављање бројних активности током пандемије, отвара се питање друштвених неједнакости, коме је тај ресурс био доступан и у којој мери. Стога ћемо истаћи резултате истраживања спроведених непосредно пре пандемије, који ће нам дати значајне увиде за нашу тему истраживања.

Подаци Републичког завода за статистику (РЗС) показују да је 74,3% домаћинстава у Србији поседовало рачунар 2020. године. Јаз у заступљености рачунара уочава се територијално (заступљеност је највећа у Београду – 91,5%). Удео корисника рачунара највећи је међу онима чији су месечни приходи виши од 600 евра (95,7%) и особама које поседују више и високо образовање (87,7%) (РЗС, 2020).¹⁵

Како је куповина једна од димензија стила живота која је обухваћена нашим истраживањем, релевантне су и онлајн потрошачке навике популације пре пандемије. Подаци РЗС (2020) показују да 43% корисника интернета никада није куповало/поручивало робу путем интернета, док је 36,1% обавило куповину/поручивање у последња три месеца, 11,8% пре више од три месеца, а 9,1% пре више од

15 Рачунар поседује 74,9% лица са средњим образовањем и 48,5% лица са образовањем нижим од средњег образовања (РЗС, 2020).

годину дана. Најчешће купују/поручују одећу и спортске производе (52,3%) и спортску опрему (26%), а најмање храну/пиће из продавница или од достављача готове хране (4,4%) и производе за чишћење или производе за личну хигијену (3,8%) (РЗС, 2020).

Интернет се још пре пандемије издвојио као значајан медијум културне потрошње. Према подацима Завода за проучавање културног развика, у истраживању културне партиципације грађана Србије спроведеном 2019. значајан проценат, чак 82,1% испитаника¹⁶ изјаснио се да користи интернет за праћење садржаја из области културе. Тај тренд је у значајном порасту у односу на исто истраживање спроведено 2015. године¹⁷, што је и очекивано и у складу са технолошким иновацијама и дигиталном експанзијом. Такође, осим читања новина и слушања музике, у односу на претходно истраживање, показало се да је гледање филмова уживо (*livestreaming*) доминантан образац културне потрошње посредством интернета. Када је о општој популацији реч, биоскопске пројекције, концерти и позоришне представе су најзаступљенији културни садржаји (Мрђа & Миланков, 2020: 201–203).

Наши испитаници припадају друштвеном слоју – вишој средњој класи, за коју се очекује да је и пре пандемије имао могућности коришћења свих предности дигиталне културе и поседовао информатичку писменост те се очекује да је и у погледу ресурса и у погледу вештина спремно дочекао пандемију.

Дигитална култура је учинила да садржаји буду све више доступни, али се поставља питање природе размене информација у непосредној стварности и посредством интернета. Бројни теоретичари говоре о новом облику отуђености који се парадоксално представља као умреженост и интерактивност (Стојнић, 2010: 295). Сагласни су да измештање садржаја у дигитално окружење битно угржава непосредно живо искуство и „енергетску размену“ између извођача и публике. Интернет, иако је масовни медиј, ствара изоловано, а не колективно искуство. Посетиоци онлајн културних догађаја, без обзира на истовремени пријем садржаја, стичу појединачна искуства (Lehmann, 2004; Сенчић & Обрадовић, 2020). Стојнић уводи појмове како би разликовала телесну и онлајн присутност, појам суприсутности (временске) наспрам туприсутности (просторне). За позориште је посебно важна суприсутност, односно узајамно деловање. Гест или звук

16 Узорак је чинио 1.521 испитаника на територији Србије (без Косова). Реч је о репрезентативном узорку на основу социодемографских показатеља. Више о узорку видети у Мрђа & Миланков, 2020: 11.

17 Удео се повећао за 20% у односу на 2015. годину (Мрђа & Миланков, 2020).

глумца, његово извођење и присутност увек су део једне сложене целине, не може се посматрати као предметност која се објективизује већ као суприсутност (Стојнић, 2010: 295–296). Телесно саприсуство омогућава и повратну спрегу која је могућа једино непосредним извођењем (Fischer-Lichte, 2014). Треба имати у виду да се фестивали, осим главног програма, састоје од низа пратећих програма, разговора режисера и глумаца са публиком, едукативних састанака. Природа платформе често захтева да садржај буде снимљен те се додатно онемогућавају размена и повратна спрега (Сенчић & Обрадовић, 2020).¹⁸

Екран производи илузију физичког присуства. Различитим техникама симулације постиже се да посматрач истовремено егзистира и у физичком простору и у простору репрезентације. Виртуелни простор „утеловљује гледаоца/корисника у временски поддетерминисаној, просторно децентрираној, бестелесној сфери“, што значајно утиче на концептуалне промене у доживљају времена и простора и самој перцепцији извођачке уметности. Виртуелни простор удаљава корисника од реалног света и пружа осећај растерећења од његове „физичке и духовне тежине“. Тако виртуелно свеприсуство у свеповезаном простору постаје доминантно у односу на деловање у реалном свету (Стојнић, 2010: 293–294).

Важне компоненте фестивала, било позоришних, било филмских, јесу материјалност извођења, шири контекст одржавања, тзв. просторна оса фестивала, која подразумева окружење града, његове глобалне и локалне карактеристике, социокултурне карактеристике локације (de Valck, 2007; Сенчић & Обрадовић, 2020). Како наводи Маријке де Валк, „фестивалска чворишта су пре свега одређена њиховим просторним квалитетима“ (de Valck, 2007, наведено према: Сенчић & Обрадовић, 2020), али и у временској ограничениости. Значај простора се огледа у концентрацији учесника у кратком временском периоду ради лакше промоције рада и међусобног упознавања. Велики светски фестивали, као што је Кански, не одвија се само у званичним фестивалским просторима већ и у ресторанима и хотелима, просторима који постају комуникациони центри како би се постигло пословно умрежавање заинтересованих страна из филмске индустрије. Значај фестивала у реалном времену, ограничен простору

18 Како сликовито наводи Ролан Барт: „У том мраку биоскопа (мраку анонимном, насељеном, многобројном: ох, како су досадне и фрустрирајуће такозване приватне пројекције!) почива сама опчињеност филмом (какав год да је). Сетите се супротног искуства: на телевизији, на којој се такође приказују филмови, опчињености нема: ту је мрак као гумом избрисан, анонимност потиснута; простор је познат, артикулисан (због намештаја, познатих предмета), укроћен...“ (Барт, 2019: 146).

стога се не огледа искључиво у аспектима важним за савремену културну политику (програмске целине, награде) већ и за социјални капитал (Сенчић & Обрадовић, 2020).

Још једна важна карактеристика фестивала јесте аутентична атмосфера, догађајност, измештање из свакодневног живота, прелазак из приватног у јавни простор који се дели са осталим посетиоцима. Одлазак на фестивале део је ширег друштвеног оквира који подразумева играње низа друштвених улога и комплексну интеракцију између селектора, глумаца, жирија, публике, који заједно учествују у културном извођењу (Сенчић & Обрадовић, 2020).

Док једна струја теоретичара искуство посредством електронских медија одређује као отуђујуће, постоје и они који су осветлили и бројне предности онлајн окружења. Главна предност се показала током пандемије ковида 19, а то је да фестивал може да се одржава и у ванредним околностима. Дискусије се „премештају“ у јавни простор, обухватају бројнију публику (Сенчић & Обрадовић, 2020).

Потпуна афирмација онлајн културне понуде догодила се управо за време пандемије ковида 19. Установе културе, суочене са бројним изазовима (како да задрже постојећу и привуку нову публику, како да одрже континуитет постојања...), морале су потпуно да реструктуришу културну понуду и уметничке програме. Дигитализоване платформе првих месеци пандемије биле су једина „позорница“ доступна публици. Представе, изложбе, филмски фестивали, концерти одигравали су се искључиво онлајн, значајно мењајући карактер класичног окупљања у позоришту, биоскопу, музеју, галерији.

Од увођења ванредног стања, за време тромесечне паузе, готово сва позоришта су почела да емитују представе на свом *YouTube* каналу. Народно позориште је 18. марта почело емитовање оперских, балетских и драмских представа на интернету, а прва у низу представа на дигиталном репертоару био је комад „Бела кафа“ Александра Поповића у режији Милана Нешковића.¹⁹ Народно позориште је позвало публику да достави своје жеље за репертоар путем друштвених мрежа.²⁰ На онлајн репертоару су биле и најуспешније представе

19 На Фејсбук страници позоришта глумци су позивали публику да посети представе, па је тако Олга Одановић, првакиња Дrame Народног позоришта, из приватног простора/своје собе, позвала публику да гледају Молијерове „Учене жене“, Ненад Стојменовић је позвао на представу „Зли дуси“, Владимир Андрић, првак опере Народног позоришта, позвао је публику да одгледа снимак опере Волфганга Амадеса Моцарта „Дон Ђовани“ (<https://www.facebook.com/prbgd/videos/>) како би делимично остварио и повратну спрегу (Сенчић, Обрадовић, 2020), која се наводи као недостајућа у онлајн окружењу.

20 <https://www.danas.rs/kultura/virtuelno-ozivljavanje-kulture-u-srbiji-u-doba-koronakrize/>, 23. мај 2021.

из седамдесетих година прошлог века, као и чувена представа „Кир Јања“ са Предрагом Ејдусом.²¹

Атеље 212 је сваког уторка, четвртка и суботе од 20 часова емитовао снимљене представе. Публика је имала прилику, у оквиру акције „Позориште за сва времена“, да одгледа представе „Развојни пут Боре Шнајдера“ (1972) Александра Поповића, у режији Бранка Пleshе, потом „Краљ Иби“ Алфреда Жарија (1973), „Рањени орао“ Мирјане Јаковљевић (1977) и многа друга значајна остварења.²² Убрзо су се и бројна друга позоришта придружила виртуелној сцени. Како би се превазишао проблем престанка рада позоришта, на иницијативу позоришних институција настала је идеја да се „Београдска летња сцена“ одржи на Ташмајдану током јуна и јула 2020. године. Међутим, због погоршавања епидемиолошке ситуације манифестација је убрзо обустављена.²³ Током пандемије одржавале су се и представе које су имале циљ да скупе новац за одређену намену. Посебну медијску пажњу је привукло извођење представе „Балкански шпијун“ (7. јануара 2021) путем апликације Зум у хуманитарне сврхе – помоћ Удружењу драмских уметника Србије.²⁴

У периоду пандемије одржани су бројни онлајн филмски фестивали. Већ 15. марта одржан је Фестивал интернационалног студентског театра (ФИСТ), под симболичним називом „Буђење“. То је први фестивал који је понудио дигитално окружење својој публици: „Имајући то у виду (пандемију), донели смо одлуку да редифинишемо концепт и поруку овогодишњег Фестивала, у жељи да одговорно и рационално реагујемо на тренутне догађаје – не само у име интернационалног фестивала који окупља младе људе, већ као институција која едукује будуће професионалце и уметнике из области позоришне и извођачке уметности и учи их стварању заснованом на вредности-ма заједнице“, наводи се у саопштењу организатора. Фестивал је имао и пратећи програм посвећен теми улоге уметности у доба кризе.²⁵

Врло брзо су и интернационални фестивали нашли онлајн алтернативу посредством технологије и тако постали доступни и за нашу публику. Нови фестивал кратког филма под називом „Моја

21 <https://www.slobodnaevropa.org/a/kultura-na-internetu/30499293.html>, 23. мај 2021.

22 <https://www.danas.rs/kultura/virtuelno-ozivljavanje-kulture-u-srbiji-u-doba-koronakrize/>, 23. мај 2021.

23 <https://rs.n1info.com/kultura/a614754-prekida-se-pozorisni-program-na-tasmajdanu/>, 25. мај 2021.

24 <https://www.danubeogradu.rs/2021/01/balkanski-spijun-glumacke-legendе-u-humanitarnoj-online-predstavi-za-pomoc-kulturi/>, 23. мај 2021.

25 <https://www.danubeogradu.rs/2020/03/fist-society-budjenje-15-fist-online/>, 25. мај 2021.

драга карантина“ (*My Darling Quarantine*)²⁶, на платформи *Talking Shorts* почео је да се емитује 16. марта. Тај фестивал, чији је иницијатор био Енрико Ванучи, саветник Венецијанског међународног филмског фестивала за кратки филм, био је хуманитарног карактера: прикупљана су средства за здравствене раднике и културне организације које су биле директно погођене пандемијом.²⁷

Ти фестивали и иницијативе подстакли су и бројне друге фестивале који су свој опстанак нашли у дигиталном окружењу. Комбанк дворана, *Cine Grand*, *Mega Com Film* и биоскоп „Вилин Град“ осмислили су фестивал *Moj Off* бесплатан кућни онлајн филмски фестивал у трајању од две недеље, на коме је приказано 30 играних и документарних остварења, укључујући и премијерно приказане филмове на 48. Фесту и 25. фестивалу ауторског филма.²⁸ У периоду од марта 2020. до писања овог рада, зависно од тога да ли је епидемиолошка ситуација била повољна и мање повољна, бројни фестивали су успели да искористе предности дигиталне културе и током пандемије очувају континуитет. Било је оних који су у целини одржани онлајн.²⁹ Неки фестивали су реализовали садржаје комбиновано – и уживо и онлајн.³⁰ Током пандемије појавили су се и хибридни модели фестивала. Тако је Фестивал француског филма у организацији Француског института у Србији,

26 <http://www.politika.rs/sr/clanak/450367/Moja-draga-karantina>, 25. мај 2021.

27 Област културе и уметности посебно је погођена пандемијом јер је у њој велики број samozапослених и хонорарно ангажованих појединаца. Подаци истраживања „Сада је само видљивије: живот и рад културних радника и радница у времену корона пандемије“, које је спроведено у Хрватској, Северној Македонији, Словенији, Босни и Херцеговини, Црној Гори и Србији, показало је да су месечни приходи на нивоу узорка у априлу 2020. године скоро преполовљени у односу на висину просечних месечних прихода у претходној години. У Србији 85,1% испитаника није успело да осигура алтернативни извор прихода у периоду март–мај (Primorac, 2021).

28 <http://www.seecult.org/vest/moj-novi-besplatan-onlajn-filmski-festival>, 23. мај 2021.

29 29. међународни фестивал етнологског филма (октобар 2020), Микро ФАФ – Међународни фестивал уради сам и независног кратког филма: *Can You Breathe* (октобар 2020), *Goethe FEST* (новембар 2020), 9. београдски фестивал европске књижевности (децембар 2020), 14. међународни Београдски фестивал поезије и књиге „Тргни се! Поезија!“ (новембар 2020), Фестивал ауторског филма, Сарајево Филм Фестивал, Загреб Филм Фестивал и Херцег Нови Филм Фестивал (април 2021); <https://www.danubeogradu.rs>, 23. мај 2021.

30 *Belgrade SAXperience 2020*: Седми међународни фестивал саксофона (октобар 2020), Тринаести Конденз, фестивал савременог плеса и перформанса (октобар 2020), 16. слободна зона (новембар 2020), 17. Балканима – Европски фестивал анимираног филма (октобар 2020), Фемикс фест (март 2021), Шпански метар 2021, 13. издање фестивала филма на шпанском језику (мај–јун 2021), *Guitar Art Festival* (јун 2021) и други...; <https://www.danubeogradu.rs>, 23. мај 2021.

Комбанк дворане и *Mega Com Film* у јуну одржан на Ади Циганлији у формату *Drive in* и *Open air*.³¹

И музеји и галерије отворили су своја „виртуелна врата“ током пандемије ковида 19. Народни музеј је понудио посетиоцима онлајн изложбу „Иван Мештровић (1883–1962), Скулптуре из збирке Народног музеја у Београду“, виртуелни приказ Велике галерије и колонаду каријатида, сталну поставку из 2018. године и видео-приказ 175 година Народног музеја. Виртуелне туре и мултимедијалне презентације организовале су бројне установе културе, музеји и галерије: Археолошки парк Виминацијум, Архив Србије, Библиотека града Београда (изложба о Јовану Стерији Поповићу), Галерија Матице српске, Галерија Луцида, Галерија Милена Павловић Барили, Галерија Природњачког музеја, САНУ, Дом Јеврема Грујића, Завод за проучавање културног развика, Историјски музеј Србије, Музеј афричке уметности, Музеј ваздухопловства, Музеј Михајло Пупин, Музеј савремене уметности, Музеј Српске православне цркве и други.³²

Наведени подаци нам показују да је виртуелна културна понуда била веома развијена. Културне институције су успеле у кратком року да понуде онлајн садржаје. Без обзира на поменуте карактеристике, предности и недостатке, показало се да је трансформација културних догађаја током пандемије неопходна. Иако онлајн простор захтева другачију инфраструктуру, његова предност је проширење домета, те су многи фестивали одлучили да и након пандемије, осим биоскопских пројекција, задрже и онлајн пројекције. Важно је да организатори културних догађаја искористе ресурсе дигиталног окружења, не као као замену за оне у реалном времену/простору, већ да испитају које традиционалне приступе садржају треба модификовати а које задржати у непромењеној форми. Изазов је како постићи повратну спрегу и остварити интеракцију са публиком да би фестивали (п)остали места критичке дискусије, умрежавања и интеракције заинтересованих страна (Сенчић & Обрадовић, 2020).

Колико је пандемија променила стил живота?

Анализа резултата

Стил живота припадника академске заједнице „конструишемо“ на основу следећих елемената: праксе – одлазака и посећивања одређених садржаја и објеката пре и током пандемије ковида 19; про-

31 danubeogradu.rs, 3. јун 2021.

32 <https://www.slobodnaevropa.org/a/kultura-na-internetu/30499293.html>, www.danubeogradu.rs, 29. мај 2021.

цене испитаника да ли одређене активности обављају више/чешће током пандемије и намера да усвоје нешто од модификованих пракси након „завршетка“ пандемије, то јест прихватање измена које је условило новонастало стање. Као допуну перцепције промена у свакодневном животу, анализирамо и које им активности које су уобичајено обављали посебно недостају.

Анализа учесталости посећивања одређених објеката и обављања испитиваних активности пре избијања пандемије показала је да се препознају три типа стила живота. Наиме, факторском анализом су издвојена три вида активности у слободно време пошто су екстрахована три фактора чије су карактеристичне вредности веће од 1 (3,389; 1,619; 1,351), који заједно објашњавају 57,8% варијансе (табела 1).

Табела 1. Фактори, карактеристичне вредности и % варијансе

Компоненте	Иницијалне карактеристичне вредности			Екстраховане суме квадрата оптерећења			Ротиране суме квадрата оптерећења		
	Укупно	% варијансе	Кумулативна пропорција	Укупно	% варијансе	Кумулативна пропорција	Укупно	% варијансе	Кумулативна пропорција
1	3,389	30,807	30,807	3,389	30,807	30,807	2,773	25,209	25,209
2	1,619	14,719	45,526	1,619	14,719	45,526	2,021	18,373	43,582
3	1,351	12,279	57,805	1,351	12,279	57,805	1,565	14,223	57,805
4	.937	8,517	66,322						
5	.741	6,736	73,057						
6	.704	6,404	79,462						
7	.634	5,762	85,224						
8	.526	4,779	90,002						
9	.429	3,900	93,902						
10	.397	3,606	97,507						
11	.274	2,493	100,000						

Метод екстракције: анализа главних компоненти

На основу вредности факторских оптерећења јасно се уочава које активности одређују који фактор, односно стилове живота.

Активности као што су одласци у позориште, биоскоп, музеје, галерије и посећивање концерата забавне и класичне музике „окупиле“ су се око првог фактора – културна потрошња. Пошто је реч о посећивању садржаја из области културе, иако нису обухваћени само садржаји који се сврставају у „високу“ културу, овај тип се јасно разликује и одваја од другог фактора који чине забавне активности и изласци, а то су посећивање тржних центара и одласци у ресторане и кафиће. Као трећи фактор издвојено је коришћење онлајн могућности – уопште пракса онлајн куповине и наручивање доставе хране и других намирница.

Табела 2. Ротирана матрица факторских оптерећења – активности пре пандемије

	Компоненте		
	1	2	3
Ишли у тржне центре		.480	
Куповали онлајн			.761
Наручивали доставу готове хране		.378	.614
Наручивали доставу намирница и кућних потрештина			.744
Одлазили у позориште	.801		
Одлазили у биоскоп	.666		
Посећивали концерте класичне музике	.766		
Посећивали концерте забавне музике	.608		
Посећивали музеје/галерије	.806		
Одлазили у ресторане/кафане		.844	
Одлазили у кафиће		.864	

Поређење активности које су испитаници обављали често и веома често пре и током пандемије показује драстичан пад свих пракси, уз очекиван пораст онлајн куповине и коришћења опције доставе готове хране и намирница.

Табела 3. Учесталост обављања активности пре и током пандемије, у %

Колико сте често...	Пре пандемије					Током пандемије				
	Никад	Веома ретко	Ретко	Често	Веома често	Никад	Веома ретко	Ретко	Често	Веома често
...ишли у тржне центре?	0,4	17	35	38,6	9	17	53,4	21,5	7,6	0,4
...куповали онлајн?	12,6	28,3	42,2	14,8	2,2	8,1	15,7	29,1	34,5	12,6
...наручивали доставу готове хране?	25,1	28,3	28,7	15,7	2,2	23,3	19,3	22,9	26	8,5
...наручивали доставу намирница...?	75,8	12,1	9,4	2,2	0,4	60,5	15,2	14,3	7,6	2,2
...одлазили у позориште?	3,6	14,3	36,8	36,3	9	78	11,7	9,4	0,9	-
...одлазили у биоскоп?	6,7	18,4	45,3	22,9	6,7	80,3	13,9	5,8	-	-
...посећивали концерте класичне музике?	16,6	21,1	32,7	18,8	10,8	81,2	10,8	6,3	1,3	0,4
...посећивали концерте забавне музике?	14,8	21,1	35	22,4	6,7	90,1	4,5	4,9	-	0,4
...посећивали музеје/галерије?	6,7	19,3	36,3	27,8	9,9	69,1	15,7	9,4	4,9	0,9
...одлазили у ресторане/кафане?	1,3	9,9	26,5	40,8	21,5	32,7	36,3	25,1	5,4	0,4
...одлазили у кафиће?	2,7	11,2	20,6	39	26,5	24,2	41,7	23,8	7,6	2,7

Подаци из табеле 3 показују да су испитаници пре пандемије највише одлазили у кафиће (65,5%) и ресторане/кафане (62,3%), који се и међу општом популацијом убрајају у једну од омиљених социокултурних активности у слободно време (Мрђа, Миланков, 2020: 38). Затим следе одласци у тржне центре (47,6%) и посећивање позоришта (45,3%). Од садржаја „високе“ културе издвајају се одласци у позориште, потом више од трећине често и веома често посећује музеје и галерије (37,7%), док мање од трећине посећује концерте класичне музике (29,6%). Биоскопи (29,6%) и концерти забавне музике (29,1%) заступљени су у одговорима у сличном проценту. Поређења ради, у истраживању културне партиципације грађана Србије најпопуларнији облик јавне културне потрошње

су одласци у биоскоп, позоришта и на концерте. То истраживање је показало да на поделе публике посебно утичу образовне и професионалне разлике, што се нарочито односи на групу „елитних“ уметности, па отуда не чуди то што су се „непопуларне“ активности, попут посете позоришту, музеју, галерији и концертима класичне музике, нашле међу облицима културне потрошње наших испитаника (Мрђа, Миланков, 2020: 105–121, 212).

Пандемија је изазвала нагле и вишеструке промене у свакодневном животу и начину провођења слободног времена у приватном и у „јавним“ просторима, утицала је на посете културним манифестацијама, угоститељским објектима, радњама, тржним центрима, парковима и излетиштима. Налази су у складу са одређењем стила живота као релативно кохерентног скупа образаца понашања и пракси који може бити нарушен изненадним догађајем (Спасић, 2007: 593) на макронивоу, у конкретном случају пандемијом. Иако је током годину дана било периода када је епидемиолошка ситуација била повољнија и када су мере биле блаже па су културне институције организовале догађаје, посете таквим догађајима су значајно редуковане. Једино је пракса одласка у кафиће у претходној години прешла 10%, а то је највише распрострањена активност пре пандемије која је забележила пад са 65,5% на 10,3%. Све остале праксе – посете другим објектима током пандемије, не прелазе 10%. У прилог тим подацима иде и исказана општа забринутост у вези са новонасталом ситуацијом, што потврђује просечна вредност на скали (од 0 до 10) *Колико вас забрињава пандемија?*, која износи 7,04.

Очигледан је тренд преоријентације на онлајн куповину, док пре пандемије та активност није била распрострањена пракса. Тај налаз је и очекиван имајући у виду изнете податке РЗС-а (2020) да 43% корисника интернета никада није куповало/поручивало робу посредством интернета. Пре пандемије највише је била заступљена достава готове хране са 17,9%, затим куповина онлајн са 17%, док је доставу намирница и кућних потрепштина користило свега 2,6% испитаника. Током пандемије те праксе почињу да се користе у већој мери, па се тако опција доставе намирница и кућних потрепштина користила често и веома често 9,8%. Већи пораст забележила је и достава готове хране, коју сада користи 34,5%, док онлајн купује чак 47,1% испитаника.

Поредећи са резултатима истраживања ИСИ ФФ (2018) спроведеног на репрезентативном узорку за популацију Србије, уочавамо да су налази који се односе на посећивање тржних центара

донекле другачији (табела 4). Наиме, стручњаци, слој у који спадају припадници акадамске заједнице, у већој мери, то јест чешће одлазе у тржне центре (66,1%) него запослени на универзитетима (47,6%) (Петровић *et al.*, 2020: 86–88). На нивоу Београда, 2018. године нису уочене статистички значајне разлике између класно-слојних групација према учесталости куповине непрехрамбених производа у тржним центрима. Будући да су тржни центри отворени широм града, остварена је њихова већа просторна доступност, што показује висока учесталост одласка свих слојева у тржне центре. Малопродатне центре посећује повремено или често преко 60% припадника скоро свих слојева, а изузетак представљају ситни пољопривредници, који су једини слој који је више бирао опцију да никада или ретко одлази у ове објекте.

Табела 4. Учесталост одласка у тржне центре према класно-слојној позицији пре пандемије у %

Класно-слојни положај	Београд	
	Ретко/никада	Повремено/ често
Виши слој	18,4	81,6
Ситни предузетници, крупни пољопривредници	33,9	66,1
Стручњаци	33,9	66,1
Службеници, техничари	36,8	63,2
ВКВ, КВ радници	33,3	66,7
ПКВ, НКВ радници	42,9	57,1
Ситни пољопривредници	66,9	33,1
Cramer's V	.128 p .433	

Извор: Петровић *et al.*, 2020: 88

Анализа процене промена у начину провођења слободног времена током пандемије показала је *три трина промена*. Факторском анализом екстрахована су три фактора чије су карактеристичне вредности веће од 1 (3,237; 1,466; 1,265) који заједно објашњавају 49,7% варијансе (табела 5).

Табела 5. Фактори, карактеристичне вредности и % варијансе

Компоненте	Иницијалне карактеристичне вредности			Екстраховане суме квадрата оптерећења			Ротиране суме квадрата оптерећења		
	Укупно	% варијансе	Кумулативна пропорција	Укупно	% варијансе	Кумулативна пропорција	Укупно	% варијансе	Кумулативна пропорција
1	3,237	26,971	26,971	3,237	26,971	26,971	2,118	17,652	17,652
2	1,466	12,219	39,191	1,466	12,219	39,191	2,010	16,751	34,404
3	1,265	10,545	49,735	1,265	10,545	49,735	1,840	15,332	49,735
4	.998	8,317	58,053						
5	.888	7,400	65,453						
6	.823	6,857	72,310						
7	.692	5,764	78,074						
8	.597	4,976	83,050						
9	.579	4,825	87,875						
10	.539	4,494	92,368						
11	.502	4,183	96,552						
12	.414	3,448	100,000						

Метод екстракције: анализа главних компоненти

Први фактор *више окренутии дому и њприроди* обухвата четири активности – више времена проводим у дружењу са члановима породице/својим укућанима, уређивању дома, рекреацији и природи.

Други фактор обухвата усавршавање и праћење културних садржаја – читање стручне литературе, похађање онлајн едукација и гледање онлајн позоришних представа, концерата, изложби и филмских фестивала. Тај налаз је у складу са резултатима истраживања Завода за проучавање културног развитка да је и пре пандемије дошло до пораста коришћења интернета (82,1%) са циљем праћења културних садржаја из области културе, посебно међу популацијом

високообразовних и стручњака³³ којој припадају наши испитаници (Мрђа, Миланков, 2020: 75–77).

Табела 6. Ротирана матрица факторских оптерећења – активности које се више обављају током пандемије

	Компоненте		
	1	2	3
Више времена проводим у дружењу са укућанима/породицом	.559		
Више се бавим сређивањем/преуређењем дома	.553		.331
Више гледам телевизијски програм			.711
Више гледам садржаје на стриминг платформама (<i>Netflix, HBO Go...</i>)			.720
Више времена проводим на друштвеним мрежама			.697
Више времена проводим на онлајн платформама (<i>Zoom, Viber video calls</i> и сл.) за неформална дружења са породицом/пријатељима		.465	.359
Више гледам онлајн позоришне представе, концерте, изложбе, филмске фестивале		.699	
Више читам стручну литературу		.691	
Више похађам онлајн едукације (стицање потребних/жељених вештина)		.736	
Више читам белетристику ³⁴	.390	.380	
Више се рекреирам	.723		
Више времена проводим у природи	.808		

33 Руководиоци и студенти такође у високом проценту користе интерент за садржаје из области културе (Мрђа, Миланков, 2020: 77).

34 Активност приближно оптерећује два фактора *више окренутии дому и природи и усавршавању и ираћењу културних садржаја*. Очекивано је да та активност одређује оба вида провођења слободног времена.

Као трећи фактор издвојени су гледање телевизијског програма и забавних садржаја на стриминг платформама (*Netflix, HBO Go...*) и коришћење друштвених мрежа. Реч је о активностима које су испитаници навели да сада обављају више, о процени промена у односу на свакодневну праксу пре пандемије, али нам ти подаци не показују колико су праксе распрострањене.

Анализа спремности да наставе са измењеном праксом показује да већина испитаника намерава да више времена проводи у природи – 69,9%. Намера да се прихвате друге промене у свакодневном животу није заступљена у толикој мери. Наиме, да настави да прати онлајн културне садржаје (филмски фестивали, позоришта, концерти, изложбе) не намерава чак трећина испитаника, а када се заједно посматрају и испитаници који су изабрали одговор „односи се у мањој мери“, њихов број знатно прелази половину (63,2%). И тај податак показује да је искуство присуствовања уживо тим догађајима незаменљиво. То потврђује и да је 71,3% испитаника истакло да им недостаје атмосфера позоришта, биоскопа и концерата уживо. Иако је пракса онлајн куповине значајно порасла у новонасталим условима, већина испитаника не намерава више да купује онлајн – за ту опцију определило се тек 20,6%.

Налази су у складу са дистопијском перспективом дигиталне културе која преовлађује у нашем друштву (Тодоровић, 2017; Петровић, 2013) и становиштем да се посредством технологије не може доживети колективно већ искључиво изоловано искуство (Сенчић, Обрадовић, 2020; Стојнић, 2010), али резултати донекле и изненађују и отварају нова питања за расправу, имајући у виду профил испитаника, с једне стране, и истраживања која говоре о изузетном нивоу писмености и употребе технологије стручњака за задовољење културних и других потреба (РСЗ 2020; Мрђа, Миланков, 2020) и богату онлајн понуду културних и других садржаја за време пандемије, с друге стране.

Намера да се не настави са онлајн куповином може се довести у везу са доживљајем куповине као друштвене активности (Tonković, 2015: 194) и улогом коју куповина има у креирању идентитета појединца (Петровић, 2009). Такође, потврђује синергију куповине са забавом и искуством спектакла (Zukin, 1995).

Табела 7. У контексту искуства пандемије, у којој мери се следећи искази односе на Вас?

Намеравам да...	Уопште се не односи	Односи се у мањој мери	Односи се у већој мери	Односи се у потпуности	Укупно
...више времена проводим у природи.	7,6	22,4	39	30,9	100
...наставим да пратим културне садржаје онлајн.	36,3	26,9	22,9	13,9	100
...више купујем онлајн.	39,9	39,5	17	3,6	100

Како шопинг није препознат као активност која у великој мери и изузетно недостаје запосленима на универзитетима у Београду (14,8%), може се закључити да хедонистички тип потрошача није заступљен у тој популацији. Испитаницима у великој мери недостаје да изађу негде (45,3%) и вечерњи изласци (53,4%), док је 77,6% навело да им недостају дружења са пријатељима и родбином.

Табела 8. У којој мери Вам недостају следеће активности током пандемије, у %?

	Уопште не	У малој мери	У великој мери	Изузетно ми недостаје	Укупно
Недостаје ми атмосфера позоришта, биоскопа, концерата уживо.	5,8	22,9	26,9	44,4	100
Недостаје ми шопинг.	46,6	38,6	10,3	4,5	100
Недостаје ми да се обучем, дотерам и негде изађем.	26,5	28,3	27,8	17,5	100
Недостају ми дружења са пријатељима и родбином.	3,6	18,8	27,8	49,8	100
Недостају ми вечерњи изласци.	16,1	30,5	22,9	30,5	100

Када је реч о утицају пола на намере и активности које недостају испитаницима, налази показују да пол испитаника представља ста-

тистички значајан чинилац. У категорији оних којима изузетно недостаје атмосфера присуствовања културним догађајима је 69,7% жена (Cramer's $V = .223$; $sig = .011$). Више жена је и међу онима којима изузетно недостаје шопинг – 80% (Cramer's $V = .236$; $sig = .006$), такође и међу испитаницима којима изузетно недостаје да се обуку, дотерају и изађу негде – 82,1% (Cramer's $V = .402$; $sig = .000$). Старост нема статистички значајан утицај на намере и активности које недостају испитаницима.

На крају упитника испитаницима је остављена могућност да напишу коментар на тему истраживања. Један број испитаника који је искористио ту могућност истакао је специфичност своје ситуације, која је битно утицала на њихово искуство пандемије и на промене које је донела (порођај, болест члана породице, животно доба). Посебне ситуације које су се у коментарима издвојиле:

„...Конкретно, током пандемије сам затруднела и породила се и опште здравствено стање, а затим и опоравак од порођаја, превасходно су утицали на одабир дестинације за летовање, уопште могућност летовања у иностранству, куповину гардеробе, потрошњу у домаћинству итд.“ РБ 158³⁵

„Услед специфичне угрожености детета због претходног здравственог стања, наше мере предострожности и измене у понашању су драстичније него код већине познаника.“ РБ 156

„И наравно, неке промене долазе и са старењем – мања потреба за шопингом није само везана за пандемију, а чињеница да не наручујемо готову храну није везана за то да је не волимо, већ да у нашим годинама ту је дијабетес, висок притисак... те се не може лако ослонити на пице и хамбургере...“ РБ 8

Поједини коментари испитаника потврђују тезу о доминантно дистопијској перспективи нашег друштва (Петровић, 2013) у погледу употребе интернета и дигиталне културе. Исто тако, коментари указују на искуства истовременог егзистирања и у физичком и у пољу репрезентације, при чему је виртуелно присуство у свеповезаном простору доминантно у односу на деловање у реалном свету. Указује се и на концептуалне промене у доживљају времена и простора (Стојнић, 2010: 293–294), само не у контексту извођачке уметности већ у контексту онлајн наставе.

„Кроз анкету сам постала свесна промена које су изазване пандемијом. Наше домаћинство је трочлано, али је ћерка на студијама у иностранству тако да је у суштини двочлано. То ми је умногоме олакшало рад од куће јер смо само супруг и ја. Навикла сам се на наставу од куће, понекад се шминкам, обавезно обучем нешто пристојно, али

35 Редни број упитника.

ме инхибира то што студентима гледам у домове и они мени. Све више сам уходана. Приметила сам да оно што у учионици испредајем за 90 минута, онлајн урадим за 60. Презирем онлајн састанке. Имам утисак да су људи слободнији да кажу колегама ствари које никада не би рекли на састанцима 'уживо'. Екран као рампа, која не ограничава него даје слободе.“ РБ 56

Закључак

Пандемија ковида 19 у великој мери је утицала на стил живота сваког појединца, суочавајући га са бројним изазовима у организацији радног и слободног времена. Како стил живота представља трајне обрасце организације свакодневног живота, зависно од расположивих ресурса (Томić Koludrović & Leburgić, 2002), пандемија је поново осветлила и питање друштвених неједнакости. Стратегије које су појединци развијали на свакодневном нивоу, у специфичним и измењеним околностима, зависиле су од висине и развијености економског, културног и социјалног капитала којим располажу.

Ванредно стање, због којег су затворени културне и образовне институције, малопродајни непрехрамбени објекти, услужне делатности, довело је до ситуације да је простор организације слободног времена сужен, а да је место где је могуће задовољити друштвене, културне и друге потребе сведен на дигитално окружење. У контексту друштвених неједнакости поставља се питање доступности дигиталног окружења. И ако јесте доступно, да ли се сви подједнако добро „сналазе“ у њему. Резултати досадашњих истраживања на која смо реферисале у раду (РЗС, Завод за проучавање културног развика) показују да је употреба интернета заступљенија у градовима, међу образованијим становништвом, међу стручњацима и руководиоцима. Наши испитаници припадају групи која је била у повољнијем положају и која је имала више могућности да организује садржајније провођење слободног времена, када имамо у виду предности дигиталног окружења. Установе културе, књижаре, али и угоститељски објекти, прехрамбене радње и продавнице других производа трансформисале су и прилагодиле своју понуду виртуелном окружењу у веома кратком року. Међутим, и у случају да ресурси не представљају препреку за задовољење бројних потреба, као ни онлајн понуда која се показала богатом у свим сферама, поставља се питање разлике стварног, живог и дигиталног искуства (Lehmann, 2004, Сенчић &

Обрадовић, 2020). Резултати говоре у прилог дистопијској перспективи употребе интернета (Петровић, 2013). Испитаници су посебно истакли да им недостаје атмосфера културних догађаја уживо.

Анализа је показала да су се догодиле радикалне промене у стилу живота наших испитаника, да је релативно кохерентан скуп образаца понашања и пракси нарушен и да је свакодневни живот оријентисан на приватни простор. У том простору, као што је показала анализа контекста, они имају боље ресурсе, у привилегованом су положају, али питање је колико кризна ситуација попут пандемије дозвољава да се ти ресурси искористе у пуном капацитету. Налаз да је исказана забринутост у вези са пандемијом ковида 19 на високом нивоу међу испитаницима указује на то да кризна ситуација не дозвољава коришћење расположивих капацитета у пуном обиму, у погледу организације слободног времена. Такође, како стил живота не представља само обрасце организације свакодневног живота (Томић Колудровић & Лебурчић, 2002) већ и питање индивидуалног исказивања (Glennie 1998: 943), непосредно искуство, пре свега у установама културе, пружа много више од задовољења културних потреба. Оне пружају измештање из свакодневног живота, прелазак из приватног у јавни простор, остваривање друштвености. Један шири друштвени, па и просторни оквир омогућава већи маневарски простор за креирање идентитета појединца који је током пандемије потиснут.

Литература

- Барт, Р. (2019). *Излазак из биоскопа*. Београд: Факултет за медије и комуникације.
- Батарило, С. (2016). Град потрошње/град као роба. *Социологија* 58(1): 126–145.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Бурдије, П. (2013). *Дистинкција*. Подгорица: ЦИД.
- Castells, M. (2000). *Uspon umreženog društva*. Zagreb: Golden marketing.
- De Valck, M. (2007). *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Harvey, D. (2001). *Spaces of Capital – Towards Critical Geography*. New York: Routledge.
- Цветичанин, П. (2007). *Културне потребе, навике и укус грађана Србије и Македоније*. Ниш: ОГИ.
- Цветичанин, П. & Миланков, М. (2011). *Културне праксе грађана Србије*. Београд: Завод за проучавање културног развоја.

- Чејни, Д. (2003). *Животи́ни сти́лови*. Београд: Клио.
- Fischer-Lichte, E. (2014). *The Routledge Introduction to Theatre and Performance Studies*. Oxon, New York: Routledge.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class – And How It’s Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Гиденс, Е. (1998). *Последице модерности*. Београд: Филип Вишњић.
- Гир, Ч. (2008). *Дијитална култура*. Београд: Клио.
- Glennie, P. (1998). Consumption, Consumerism and Urban Form: Historical Perspectives. *Urban Studies* 35(5–6): 927–951.
- Hosoya, H., & Schaefer, M. (2001). Brand Zone. In: Chung, Chuihua Judy, Jeffrey Inaba, Rem Koolhaas, and Sze Tsung Leong (eds.), *The Harvard Design School Guide to Shopping / Harvard Design School Project on the City*. Koln: Taschen, 165–173.
- Janelle, D. G. (1968). Central Place Development in a Time – Space Framework. *The professional Geographer* 20(1): 5–10.
- Larsen J. & Urry J. (2008). Network in Mobile Societies. In Baerenholdt J. O. and Granas B. (eds.), *Mobility and Place – Enacting Northern European Peripheries*. London: Ashgate Publishing Ltd: 89–101.
- Lipovetsky, G. (2008). *Paradoksalna sreća. Oglad o hiperpotrošačkom društvu*. Zagreb: Antibarbarus.
- Lehmann, H. (2004). *Postdramsko kazalište*. Zagreb, Beograd: CDU, ТКН.
- Мамфорд, Л. (2009). *Техника и цивилизација*. Нови Сад: Mediterran Publishing.
- Манович, Л. (2015). *Језик нових медија*. Београд: Клио.
- Мрђа, С. & Миланков, М. (2020). *Културна парадигма Србије*. Београд: Завод за проучавање културног развика.
- Петровић, Д. (2013). *Друштвени у доба инјернеја: студија комуникационе употребе инјернеја у Србији*. Нови Сад: Академска књига.
- Петровић, М. (2009). *Трансформација градова: ка дејолизицији урбаног живота*. Београд: ИСИ ФФ.
- Петровић, Мина & Бацковић, Вера & Петровић, Ирена. (2020). Просторна димензија класно-слојних разлика у Србији: анализа материјалног положаја и потрошње. У: Лазић, М. Цвејић, С. (ур.), *Стратификацијске промене у периоду консолидације капитализма у Србији*. Београд: ИСИ ФФ.
- Primoras, J. (2021). Izgubljeni prihodi i pronađena solidarnost: utjecaj prvog vala pandemije bolesti COVID-19 na kulturni sektor u jugoistočnoj Europi. *Sociologija i prostor* 59(219): 219–240.
- Ресановић, М. (2020). Музички укус и симболичко разграничавање у друштву Србије. *Теме* 44(4), 1163–1181.

- Републички завод за статистику (РЗС) (2020). Употреба информационо-комуникационих технологија у Републици Србији. Београд: РЗС.
- Rodrigue, J. P. (1999). Globalization and the Synchronization of Transport Terminals. *Journal of Transport Geography* 7: 255–261.
- Сеничић, М. & Обрадовић, О. (2020). Позоришни и филмски онлајн фестивали: (не)одрживост дигиталног окупљања у доба кризе. *Kultura: časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku* 169: 63–85.
- Sorokin, P. & Merton, R. (1937). Social Time: A Methodological and Functional Analysis. *American Journal of Sociology* 42(5): 615–629.
- Спасић, И. (2004). *Социологије свакодневног живота*. Београд: ЗУНС.
- Спасић, И. (2007). Стил живота. У: Мимица А. и М. Богдановић (ур.), *Социолошки речник*. Београд: ЗУНС.
- Спасић, И. (2006). Дистинкција на домаћи начин: дискурси статусног диференцирања у данашњој Србији. У: М. Немањић и И. Спасић (ур.), *Наслеђе Пјера Бурдијеа: поуке и надахнућа*. Београд: Институт за филозофију и друштвену теорију и Завод за проучавање културног развоја.
- Спасић, И. (2010). Културни обрасци и свакодневни живот у Србији после 2000. године. У: Цвејић, С. (ур.), *Суживот с реформама*. Београд: ИСИ ФФ.
- Спасић, И. (2013). *Култура на делу. Друштвена трансформација Србије из бурдијеовске перспективе*. Београд: Фабрика књига.
- Stanić, S. (2011). (Post)socijalnost u savremenom potrošačkom prostoru. *Sociologija i prostor* 189(1): 3–23.
- Станојевић, Д. (2012). Слободно време младих. У: Томановић, С. (ур.), *Млади – наша садашњост: истраживање социјалних биографија младих у Србији*. Београд: Чигоја штампа и ИСИ ФФ.
- Стојнић, А. (2010). Новомедијска слика и извођачке уметности – видови интеракције. *Култура* 127: 287–304.
- Тодоровић, А. Л. (2017). *Дискурс нових технологија*. Београд: Клио.
- Tonković, Ž. (2015). Hedonisti i utilitaristi: tipovi posjetitelja trgovačkog centra Supernova Zadar. *Sociologija i prostor* 53 (3 (203)): 193–212.
- Tonković, Ž., Krolo, K. & Marčelić, S. (2014). Kulturna potrošnja i glazbene preferencije mladih: razvoj tipologije na primjeru Zadra. *Revija za sociologiju* 44(3): 287–315.
- Tonković, Ž., Marčelić, S. & Krolo, K. (2017). Kulturna potrošnja, društvene nejednakosti i regionalne razlike: istraživanje Eurobarometra u Hrvatskoj 2013. godine. *Sociologija i prostor* 55 (2 (208)): 187–208.

Tomić-Koludrović, I. & Leburić, A. (2002). *Sociologija životnog stila: prema novoj metodološkoj strategiji*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk: Hrvatsko sociološko društvo.

Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*, Blackwell.

Internet strane:

<https://www.danubeogradu.rs>

<https://www.facebook.com/npbgd/videos/>

<https://www.danas.rs/kultura/virtuelno-ozivljavanje-kulture-u-srbiji-u-doba-kورونا-krize/>

<https://www.slobodnaevropa.org/a/kultura-na-internetu/30499293.html>

<https://rs.n1info.com/kultura/a614754-prekida-se-pozorisni-program-na-tasmanjdanu>

<https://www.danubeogradu.rs/2020/03/fist-society-budjenje-15-fist-online/>.

<http://www.politika.rs/sr/clanak/450367/Moja-draga-karantina>.

<http://www.seecult.org/vest/moj-novi-besplatan-onlajn-filmski-festival>

<https://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/upotreba-ikt/upotreba-ikt-pojedinci/>

Vera Backović*

Milena Toković**

EFFECT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE LIFESTYLE OF THE MEMBERS OF THE ACADEMIC COMMUNITY IN BELGRADE

The aim of this paper is to consider the changes in the lifestyle of members of the academic community in Belgrade, which were caused by the Covid-19 pandemic, with an emphasis on the use of digital content as an alternative or complement to satisfy cultural needs and aspirations.

In the first part of the paper one conceptualize the lifestyle and his significant dimensions. Then, we are focused on digital culture as the most important resource for satisfying cultural and other needs during the pandemic. In the third part the analysis is based on the data of the research „Lifestyle changes caused by

* Vera Backović, Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Philosophy – University of Belgrade, contact: vera.backovic@f.bg.ac.rs.

** Milena Toković, Research associate, Institute for Sociological Research, Faculty of Philosophy – University of Belgrade, contact: milena.tokovic@f.bg.ac.rs.

a pandemic COVID-19: discourses and practices of employees at the University of Belgrade and the University of Arts in Belgrade“, conducted by the team of the Institute for Sociological Research of the Faculty of Philosophy, from February 1 to March 4 2021, on a sample of 223 employees.

Key words: lifestyle, digital culture, academic community, COVID-19