

Иван Ковачевић

СОЦИЈАЛНО-ЕМФАТИЧКА ФУНКЦИЈА МОНУМЕНТАЛНИХ ГРОБНИЦА

Пре нешто више од десет година на сеоским гробљима у околини Београда почеле су да се јављају скупе монументалне гробнице. Ова појава је убрзо била регистрована у средствима масовних комуникација (недељна и дневна штампа). Слична појава у другом крају (околина Свилајнца) регистрована је и филмском камером. Међутим, масовни медији се нису упуштали у дубљу анализу изградње скупих и великих гробница задржавајући се на сензационалистичко-подругљивим опаскама и општим констатацијама о гробницама као изразу борбе за престиж у селу. Ипак, средства масовних комуникација су тиме испунила једну од својих функција региструјући једну нову и „интересантну“ појаву која би морала да изазове пажњу науке. Међутим, изузимајући један дипломски рад рађен на Одељењу за етнологију Филозофског факултета у Београду,¹ монументалне гробнице на сеоским гробљима остале су ван видокруга етнолога.

Монументалне гробнице на сеоским гробљима у околини Београда састоје се из подземне бетониране просторије високе преко једног и по метра у којој се налазе сандуци са мртвацима. Улаз у подземни део се налази са задње стране и одвојен је од надземне просторије. Надземна просторија је исте површине као и подземна (од 10 до 20 м²). Зидана је на два начина, или од опеке или се састоји из металне конструкције која носи стакло. Зидане гробнице најчешће као узор имају средњевековне сакралне грађевине.

Гробнице граде предузимачи који имају „каталог“ са типовима гробница тако да поручиоцу остаје само да изабере неки од понуђених „модела“, врсту материјала и да дода неку мању измену. Цена радова зависи од врсте материјала. Власници гробница одбијају да кажу колико су платили изградњу, па се из других извора могло сазнати да се цена 1976. године кретала између четири и осам милиона старих динара.

Унутрашњост горње просторије гробнице се ипуњава разноврсним предметима који су на неки начин везани за покојника (његове личне ствари или предмети које је волео) и предметима који ће му и у будуће „служити“. То могу бити транзистор, телевизор, грамофон и плоче, новине, лекови, ручни рад, као и делови намештаја, столови, столице, полице са посућем, чашама и флашама, теписи, завесе итд. Уређење унутрашњости горње просторије као простора за становање заступљено је и на гробљима у околини Београда, али је далеко више истакнуто у селима околине Свилајнца.

Појава монументалних гробница на гробљима села околине Београда би се, на први поглед, могла упоредити са капелама које су подизане на градским гробљима у 19. и 20. веку или са зиданим надстрешницама на гробљима стишких села насталим пре другог светског рата. Међутим, површно упоређење могло би да да погрешну слику испитиване појаве. Разлике у економским, социјалним и културним условима, које не дозвољавају олако изједначавање, ипак не спречавају компарацију. Само, компарација, која би омогућила и уопштавања, могућа је тек по извршеним детаљним микро-анализама. Анализа појаве монументалних гробница у селима околине Београда тек је једна од микро-анализа које воде ка потпунијем познавању појаве.

Два елемента описане појаве указују на правац у коме ће се кретати анализа. Прво, време почетка изградње монументалних гробница и друго, велика количина материјалних средстава која се утроше за изградњу једне такве гробнице.

Скорашње време почетка изградње монументалних гробница у селима околине Београда индицира две ствари: Прво, у склопу традицијских религијских представа и религијске праксе не може се пронаћи целовит детерминизам појаве монументалних гробница јер су такве представе и таква пракса постојали и пре почетка изградње гробница. Са друге стране, време почетка изградње указује на моменат неке битне промене у ситуацији актера чије би уочавање олакшало тражење решења. То значи да је потребно уочити промену у ситуацији актера која се директно или индиректно односи на појаву монументалних гробница. Наравно, потребно је избећи расплињавање анализе у правцу констатовања свих промена које су се одиграле у социокултурном миљеу актера изградње монументалних гробница од којих велики број нема детерминистичку релацију са испитиваном појавом.

У овом случају, други апострофирани елемент изградње монументалних гробница, велика количина материјалних средстава неопходних за изградњу једне гробнице, усмерава анализу у правцу испитивања економских односа тј. у правцу уочавања промене економског положаја актера која се одиграла непосредно пред почетак изградње гробница.

Новчана средства потребна за једну гробницу превазилазе укупна годишња примања људи запослених у друштвеном сектору (фабрика, предузеће, установа итд.). Ова чињеница, наравно, не искључује могућност да гробницу сазида и неко ко је запослен у друштвеном сектору, али указује да се изградња не може остварити приходима из радног односа, већ да изворе средстава треба тражити на другој страни. Иако је процес индустријализације захватио села околине Београда, једно од основних занимања становништва је производња и трговина воћем и поврћем тј. снабдевање

тзв. зелене пијаце у Београду.² Пре 1950. године Београд, са три пута мање становника него 1980-их година, имао је уравнотежено снабдевање храном. „Демографска експлозија“ која је вишеструко увећала број становника (првенствено доласком из унутрашњости) пореметила је ту равнотежу стварајући перманентну потребу за све већим и већим количинама хране. Као што је логично очекивати, увећано тржиште је директно утицало на развој оних пољопривредних грана у селима околине Београда које су најпотребније градском становништву.³ Осим традиционалних снабдевача београдске „зелене пијаце“ (села околине Београда) у снабдевање Београда храном укључио се и друштвени сектор (пољопривредна добра и трговинска мрежа), као и индивидуални пољопривредни произвођачи из удаљенијих крајева (Србија и Македонија). На огромном тржишту, чија је потреба за храном расла из године у годину захваљујући високој стопи урбанизације, дошло је до кретања која су изузетно погодовала пољопривредним произвођачима из околине Београда. Друштвени сектор, који је законским мерама стекао монопол у снабдевању тржишта неким врстама прехранбених артикала (млеко, јогурт, путер итд.),⁴ није успео да задовољи основну потребу Београда за поврћем и неким врстама воћа, што је оставило велики простор индивидуалним произвођачима. Тако су на тржишту остали доминантни индивидуални произвођачи из села околине Београда, као и они из удаљенијих крајева. Једноставна економска логика је ову конкуренцију унапред решила у корист оних који имају предност географског положаја. Наиме, исти производ произведен у удаљенијим крајевима има, због трошкова транспорта, већу цену и није конкурентан. Стога се произвођачима из удаљенијих крајева више исплати да своје производе продају накупцима него да сами организују или плаћају превоз до београдских пијаца. А накупци су постали они, који су већ имали развијено и разрађено тржиште и транспорт,⁵ тј. управо дотадашњи произвођачи хране из околине Београда. Тај монопол на тржишту воћа и поврћа омогућио им је да по вишим ценама продају не само робу коју откупљују од произвођача из удаљенијих крајева већ и сопствене производе у чију цену коштања не улазе трошкови транспорта, што је још више увећало профит. Административна интервенција државних органа није долазила у обзир јер би изазвала велике поремећаје у снабдевању храном становника Београда, а административно-пореска контрола зараде произвођача-накупаца из околине Београда је немогућа јер би контрола квантитета продате робе захтевала изузетно велики апарат. Тако су током протеклих тридесетак година произвођачи из околине Београда остварили високу акумулацију капитала коју нису могли угрозити ситни поремећаји на тржишту. Услед оријентације на трговину и транспортне услуге сама производња воћа и поврћа постаје секундарна па се чак и све више губи. Због близине града, који се све више просторно шири, земљиште има веома високу цену и продајом приватницима за индивидуалну градњу и друштвеном сектору (на продатом земљишту изграђено је једно стамбено насеље и погони два ауто-транспортна предузећа „Ласте“ и „ГСБ“а) остварена је још већа акумулација капитала. Стога се може закључити да су становници села у околини Београда за кратко време прошли кроз неколико изузетно значајних промена у економској сфери живота: од произвођача пољопривредних производа продаваних трговинској мрежи која је убирала добар део профита, преко монопола на тржишту који је омогућио да им припадне цео профит, до профе-

сионалних транспортера и купаца и власника изузетно скупог земљишта чијом продајом остварују велика новчана средства, који се више и не баве пољопривредом.

Оваква промена економског положаја индивидуалних пољопривредних произвођача из околине Београда утицала је и на промену њиховог социјално-психолошког хабитуса. Промена је првенствено настала новом оријентацијом на производњу и трговину или само на трговину и транспортне услуге што раније није био случај. Пре тридесет и више година трговинска мрежа је била у рукама приватника тј. власника мањих пиљарских радњи који су робу набављали директно од произвођача чиме су сељаци из околине Београда били укључени једино на производњу а не и на трговину. Откупне станице пољопривредних задруга и комбината, сем у случају административних забрана (млеко, путер, јогурт, неке врсте меса и месних прерађевина), нису испуниле празнину насталу национализацијом приватних пиљара. Тако је трговачка конкуренција постала део свакодневног живота пољопривредних произвођача из села околине Београда. Са друге стране, пре тридесетак и више година уравнотежено београдско тржиште, које сем ратних година није имало крупнијих поремећаја, са устаљеном трговинском мрежом, није омогућавало већу акумулацију капитала. Та могућност се јавља тек са наглом урбанизацијом и поремећеним тржиштем. У тим, новим условима већи профит је могућ кроз изразиту конкуренцију: прво, конкуренцију са друштвеним сектором, затим конкуренцију са произвођачима из удаљенијих крајева (појава купачких односа) и треће, укључивањем у трговину, директну конкуренцију са потрошачем. Када је друштвени сектор, услед сопствених тешкоћа, некомпетитивним ценама одустао од борбе за превласт на тржишту, друга два односа су се за индивидуалне пољопривредне произвођаче свела на тежњу да се роба што јефтиније набави од произвођача из удаљенијих крајева и што скупље прода потрошачима. Као што је у економској сфери ова промена изазвала високу акумулацију капитала, тако је у социо-психолошкој сфери створила конкуритивни менталитет. Производно-тржишна оријентација, која ствара конкуритивни менталитет као његову основну потребу, истиче потребу за успехом. Потреба за успехом, која се свакодневно задовољава у трговачкој конкуренцији и високој акумулацији капитала, постаје снажни мотивациони механизам појединца.

Према томе, основни резултат промене у економском положају пољопривредних произвођача из околине Београда су *акумулирани капитал* у економској сфери и *конкуритивни менталитет* са доминантном потребом за успехом у социопсихолошкој сфери. У новој ситуацији задовољење потребе за успехом показује се као циљ, а акумулирани капитал као средство за задовољење те потребе. Међутим, тиме је још увек неодређен начин задовољења потребе за успехом. То значи да се пред сваког појединца поставља питање шта урадити са акумулираним капиталом да би се остварио даљи успех. У том тренутку се јавља трансфер задовољења потребе за успехом у социокултурну сферу, а самим тим и трансфер капитала. Узрок тог трансфера капитала је у глобалном социо-економском систему који не омогућује појединцу да потребу за успехом задовољи у економској сфери. У пољопривредној производњи, ограничење индивидуалног газдинства земљишним максимумом, пореска политика и политика откупних цена житарица, меса и млечних производа спречавају да се потреба за успехом задово-

вољи кроз већу производњу, већи обрт капитала и већи профит. Друга могућност, трансфер капитала у непољопривредну производњу (занатство и ситна индустрија), ограничена је позитивним прописима пореске политике и запошљавања радне снаге. Трећи начин пласирања капитала у услужне делатности (угоститељство, трговина и услужно занатство) такође је сужен административним тешкоћама (тешкоћама добијања дозволе и налажења локала, пореске политике прописа о запошљавању радне снаге итд.) чиме је сведен једино на сеоско и приградско угоститељство која може да апсорбује само мали део акумулираног капитала.

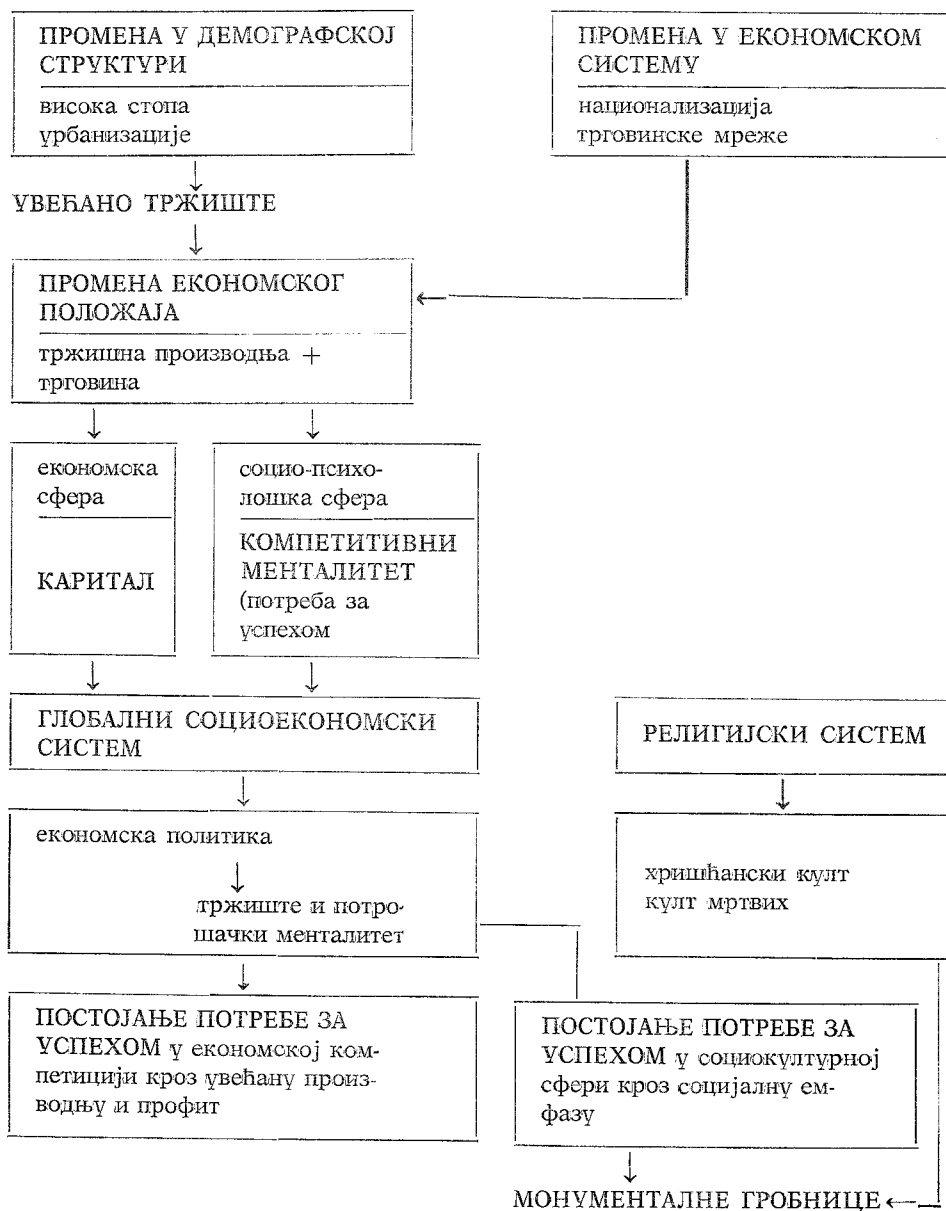
Други елемент глобалног социоекономског система који утиче да се потреба за успехом задовољава ван економске сфере тј. у социокултурној сфери је стварање потрошачког менталитета, који у неким тачкама кореспондира са компетитивним менталитетом ситног робног произвођача и трговца. Кључна тачка тог кореспондирања је компетитивни карактер потрошачког менталитета који се огледа у надметању високом потрошњом. Постојање релативно динамичног тржишта индустријске робе и економске пропаганде усмерава појединца у правцу потрошње па појединац, који располаже капиталом и коме је потреба за успехом значајан механизам мотивације, лако прихвата елементе потрошачког менталитета.

Немогућност реализације у економској сфери и делимична интеграција компетитивног и потрошачког менталитета доводи до новог начина задовољавања потребе за успехом у социокултурној сфери, до *социјалне емфазе*. Код сеоског становништва потрошачки менталитет се не јавља у чистом облику истицања потрошње, већ мешовито, као истицање поседовања и потрошње. Стога се за све појаве које кроз истицање поседовања и потрошње задовољавају потребу за успехом може рећи да имају *социјално-емфатичку функцију*. Међутим, у реалности су ова два облика социјалне емфазе повезани на више начина. Често се ради о поседовању средстава за потрошњу, при чему је секундарно да ли се потрошња остварује. У том случају, потрошачки менталитет утиче много више формално у правцу фокусирања потрошних роба, чије је трошење у чистој форми потрошачког менталитета начин конкуренције и које постају објект поседничке конкуренције.

У низу појава које имају социјално-емфатичку функцију тј. служе задовољењу потребе за успехом, било кроз истицање поседовања („имам више и боље“) било кроз истицање потрошње („трошим више и боље“), изградња монументалних гробница заузима посебно место. Прво, указивање да изградња монументалних гробница има социјално-емфатичку функцију омогућује да се уочи начин прожимања компетитивног менталитета ситног робног произвођача и трговца и потрошачког менталитета који настаје у глобалном систему. У овом случају носиоци компетитивног менталитета потрошњу, коју проповеда потрошачки менталитет, не виде као „потрошњу добара“ већ као „трошење капитала“ и кроз такво трошење остварују конкуренцију. Са друге стране, изградња монументалних гробница има сложенији детерминизам него изградња великих и луксузно опремљених кућа које нису у употреби.⁶ Тај сложенији детерминизам се огледа у томе што је традицијски религијски систем (хришћански култ и култ мртвих) одредио *форму* социјалне емфазе.

Из наведене шеме може се прочитати резултат анализе појаве монументалних гробница. Промена у демографској структури Београда створила је

вишеструко увећано тржиште коме је неопходна храна, док је промена у економском систему (национализација трговинске мреже и немогућност друштвеног сектора да обезбеди снабдевање тржишта) довела до новог економског положаја индивидуалних пољопривредних произвођача из околине Београда, који се карактерише робном производњом и трговином као



и високом акумулацијом капитала. Нови, тржишни, положај створио је компетитивни менталитет са израженом потребом за успехом. Глобални економски систем, преко економске политике, интервенише тако што спречава остваривање потребе за успехом у економској сфери кроз инвестицију капитала, увећану производњу и увећани профит. Са друге стране, постојање тржишта индустријске робе, динамика тог тржишта и економска пропаганда стварају елементе потрошачког менталитета који утиче на изменање задовољења потребе за успехом из економске у социо-културну сферу. То задовољење се одвија кроз *социјалну емфазу*. Традицијски религијски систем преко хришћанског култа и култа мртвих даје *модус* остваривања потребе за успехом.

Посматрана у детерминистичким категоријама, појава монументалних гробница има два нужна услова. Први произлази из социо-економске сфере и огледа се у капиталу, компетитивном менталитету и реализацији тог менталитета у неекономској сфери, а други из религијског система који се састоји из синкретистичког споја хришћанског и нехришћанског култа мртвих.

Није потребно посебно наглашавати да ова детерминистичка шема у целини важи искључиво за појаву монументалних гробница у селима околине Београда. У свим другим случајевима потребно је посебно истражити узроке промене у економском положају оних који подижу овакве гробнице. Међутим, без обзира на различите начине стицања капитала и на разлике у формирању компетитивног менталитета, може се претпоставити да детерминистички низ који од те тачке води до појаве монументалних гробница важи не само за села околине Београда.

НАПОМЕНЕ:

¹ Ради се о дипломском раду Иванке Даниловић, *Класификација надгробних споменика мокролушког гробља* (ментор проф. др Бурђица Петровић) брањеном 1977. године. Емпиријски подаци из овог рада, прикупљени 1976. године, као и сопствена теренска истраживања вршена 1982. године послужиле као основа за анализу.

² Д. Бандић, *Неке новије промене у животу и култури становништва околине Београда*, издање ЕИ САНУ, Београд, 1979.

³ Д. Бандић, *op. cit.*, 54. Теренским истраживањима Д. Бандић је утврдио „специјализацију“ у правцу повртарства, воћарства и виноградарства, као и чињеницу да се усавршавање пољопривредних техника првенствено јавља у овим гранама. (Д. Бандић, *op. cit.*, 52).

⁴ Д. Бандић, *op. cit.*, 61.

⁵ Д. Бандић, *op. cit.*, 62.

⁶ Видети о овоме: Д. Братић — М. Малешевић, *Кућа као статусни симбол*, Етнолошке свеске IV, Београд 1982, 144—152.