

STRATEGIJA RAZVOJA KULTURE ČEŠKE NACIONALNE MANJINE

Piše: Andrej Kubiček

U Srbiji gotovo da nema većeg grada u kome se neko ne preziva Novak, Hajek, Ružička ili tome slično. Tako je bar bilo 2002. godine, kada se 2.211 građana izjasnilo kao pripadnici češke etničke zajednice. Na poslednjem popisu – iz 2011. godine, 1.824 građanina su izjavila da su Česi, čime je ova zajednica ne samo ostala „mala“ nego je i dospela u kategoriju onih sa manje od 2.000 pripadnika. Detaljnija statistika o njenom rasporedu po opštinama nije dostupna. Dostupan je tek podatak da se između dva popisa broj Čeha u Srbiji smanjio za 387, odnosno čak za 17,5 %.

Međutim, u Srbiji postoje ozbiljne organizacije češke manjine, od kojih je važno spomenuti: Maticu češku; Češku besedu – u Beloj Crkvi, Češkom Selu, Kruščici, Gaju i Beogradu; udruženje Česi južnog Banata; Mešovitu češko-srpsku komoru međusobne saradnje. Nacionalni savet češke nacionalne manjine osnovan je 2010. godine. Ta nova institucija je nastavila da organizuje kulturne manifestacije u južnom Banatu, od kojih se izdvajaju *Češka kultura bez granica 2013* i *Muzički internacionalni festival „ČOMI“*, kao i kulturne programe za *Noć muzeja* (na tri lokacije). Međutim, strateški plan za razvoj kulture još ne postoji. Zato je potrebno uočiti posebne prednosti i slabosti češke zajednice u domenu kulture, kao i njene šanse, ali i rizike i pretnje. Šanse se mogu uočiti kroz primere dobre prakse, koje je ova zajednica već zabeležila u Beogradu. Česi u Srbiji mogu – i moraju – da upoznaju javnost ne samo sa tradicionalnom kulturom nego i sa svojim savremenim tekovinama.

PROBLEM SVIH PROBLEMA

Malobrojnost, tendencija smanjivanja članstva i prostorna disperzija su demografske osobine koja karakterišu češku zajednicu u Srbiji i Vojvodini. Pošto se zna da sredstva koja nacionalni saveti dobijaju iz budžeta Republike zavise i od brojnosti članova etničke grupe koje zastupaju, posledice ovakvog stanja su jasne. Prema procenama Jaroslava Bodnara, predsednika Odbora za informisanje Nacionalnog saveta Čeha, u Srbiji živi oko 10.000 građana

češkog porekla. Zbog toga je nužno uzeti u obzir činjenicu da je identitet pripadnika ove zajednice dinamičan: neko se može osećati kao Čeh, imati dvojni identitet, ili svest o češkom poreklu zbog prezimena, ili pak osećati „anegdotsku“ vezanost za ovaj narod („meni je jedna baba Čehinja“, „i ja imam neko češko poreklo“ itd.).

Dodatni problem je i to što se Česi u Srbiji često ne služe maternjim jezikom. Ova zajednica je odranje poznata po alofoniji. To je velika poteškoća, jer jezik ne samo što omogućava lakše i brže usvajanje kulturnih sadržaja već njegovo poznavanje dodatno snaži identitet. Sa druge strane, nepoznavanje jezika slabljuje etničku vezanost, što naročito pogoda Čehe u gradovima, koji su ionako već izloženi asimilaciji, baš kao i sve druge manjinske grupe koje žive u urbanim sredinama.

STARE GENERACIJE KAO DEO PREDNOSTI

Stanovnici srpskih gradova mnogo duguju „svojim“ starim Česima kada je reč o kulturi – posebno muzici, nauci, prosveti, sportu, kao i različitim znanjima vezanim za privredu i industriju. Česi su na ovim prostorima često bili istaknuti učitelji i profesori matematike, hemije, muziciranja i gimnastike, baš kao i apotekari, arhitekte, inženjeri... Njihov uticaj je još vidljiviji kada se uzme u obzir činjenica da se deo ovdašnjeg stanovništva školovao u Češkoj, prenoseći stečena znanja po povratku.

Dodajemo i to da ovaj narod ima matičnu državu, jer postoje zajednice koje nemaju takav izvor podrške, kao i da je Češka Republika poznata po bogatom umetničkom stvaralaštvu. Ono ne obuhvata samo sadržaje „visoke“ kulture – svetski poznata muzička, filmska i književna dela, nego i vrlo popularne sadržaje vezane za slobodno vreme, zabavu i turizam. Sve to predstavlja veliku šansu za promociju češke kulture u Republici Srbiji i AP Vojvodini. Privlačnost sadržaja je, svakako, značajnija za prisutnost kulture neke etničke zajednice nego brojnost njenih članova. Tako se, na primer, Irci ni ne pominju u poslednjem popisu u Srbiji, ali je irska kultura (muzika, ples, pabovi) prisutna i živa.

ORIGINALNI PRIMERI DOBRE PRAKSE

Primer dobre prakse u Beogradu je svakako Kafe „Staro mesto“. Kultura испијања пива јесте нешто по чему су Česi познати у Европи и што може бити

dovoljno primamljivo široj populaciji, tim pre što ugostiteljski objekat kao svojevrstan kulturni centar može da obezbedi mnoge aktivnosti: projekcije filmova, književne i muzičke večeri, praćenje sportskih događaja, likovne izložbe, predstavljanje kulinarstva određene zajednice. Originalan primer promocije češke kulture u „Starom mestu“ je i izložba *Česi u Beogradu*, na kojoj su, uz idejnu i savetodavnu pomoć doc. Jaromira Linde sa Filološkog fakulteta u Beogradu, prikazani plakati čehoslovačkih proizvoda iz perioda međuratne Jugoslavije. Taj događaj je primer dobrog kombinovanja više ideja kako bi se češka kultura na prihvatljiv i zanimljiv način predstavila široj populaciji, jer svedoči o doprinosu pripadnika etničke zajednice razvoju grada u onom periodu koji većinski narod odskora vidi kao svoje mitsko „zlatno doba“ – početak XX veka i vladavinu dinastije Karađorđević. Osim toga, prezentovan je istorijski plakat – popularan medij, blizak publici, koji može da zadovolji saznajne i estetske potrebe. Naravno, rizik takvog načina promovisanja češke kulture je i ograničen broj posetilaca koji može da prisustvuje događaju u ugostiteljskom objektu i činjenica da će takvo zbivanje uvek ostati u domenu zabave, tako da neće privući veću pažnju javnosti.

Iz ovog primera se može izvući važna pouka, a to je činjenica da i katedre ili odeljenja za određeni jezik mogu biti vredni saveznici u promociji manjinske kulture. Njihov stručni kadar ulaže ideje i znanja o kulturi i jeziku, a može da doprinese i angažovanjem putem socijalnih mreža u zemlji matici. S druge strane, studentima tih katedri se daje prilika da steknu praksu i vredna iskustva u pripremama i organizaciji kulturnih događaja, pa je korist obostrana. Filozofski fakultet u Novom Sadu nema katedru za bohemistiku, ali bi se takva saradnja mogla ostvariti sa Odsek za slovakistiku, na kojoj se izučava i češki jezik, ili sa Beogradskim univerzitetom.

Visokoškolske ustanove su pružile veliku podršku u realizaciji izložbe o pozorišnim aktivnostima Čeha u Beogradu do Prvog svetskog rata – *Pozorišni voz za Prag*, koja je priređena u Pedagoškom muzeju (aprili–maj 2013. godine). Ovaj događaj su podržale i Ambasada Češke Republike, Češka beseda – Beograd, Nacionalni savet češke nacionalne manjine i Pedagoški muzej u Beogradu, te se može uočiti veliki potencijal saradnje različitih institucija češke države, ovdašnje zajednice i institucija Republike Srbije.

Nedostupnost izvora finansiranja pomenutih manifestacija uvek predstavlja rizik. Da bi se on prevladao, mogu se angažovati preduzeća iz matice, njihovi predstavnici u zemlji ili firme koje koriste češke robne marke. Dobar primer takve prakse su reklamne kampanje Apatinske pivare za brend *Staropramen*, kojima se istovremeno promoviše i češka kultura. Obostrano korisnu saradnju je, svakako, moguće produbiti ako bi se, primera radi, zajednički nastupilo na nekoj manifestaciji. I turističke organizacije mogu biti korisni saveznici u organizovanju različitih događaja; dobar primer za to su *Dani Praga u Beogradu*. Naravno, ovakvo rešenje uvek nosi rizik od banalizacije kulture jednog naroda i previše komercijalnih sadržaja. No, taj problem se mora rešavati od slučaja do slučaja. Takav rizik je argument više za saradnju organizacija nacionalne zajednice i preduzeća, jer odsustvo saradnje preti da ga uveća.

Osobina dobrog stratega je i sposobnost posmatranja slabosti sa kojima se suočava iz onog ugla iz kojeg ih je moguće mudro pretvarati u šanse. Najveća slabost češke zajednice u Srbiji – njena malobrojnost, stoga može biti shvaćena kao prilika da Česi svoja dostignuća u kulturi prikažu i ostalim narodima (uključujući i većinski), a ne da domete svog stvaralaštva ograničavaju samo na sunarodnike. Broj pripadnika nacionalnih manjina u Srbiji se smanjuje iz popisa u popis. Grčevito držanje za tradicionalne forme kulture samo može da ubrza taj proces. Umesto da se ovakvim vidovima izražavanja ojača i očuva etnička vezanost, njima se postiže suprotan efekat: manjinske zajednice se obeležavaju kao nužno starinske i zarobljene u prošlosti. Zar uopšte može da čudi to što manjinski identitet ponekad predstavlja teret mladima, koji ga odbacuju, dobrovoljno se asimilujući?

Paradoksalna je činjenica da je tradicija Čeha na ovim prostorima zasnovana na promovisanju modernih tekovina kulture. Takav vid promocije ove zajednice će, bez sumnje, povećati njen ugled u zemlji, a možda i građanima češkog porekla ukazati na to koliko je važno da se održe, i to ne zbog njih samih već zbog mogućnosti da u budućnosti pruže podršku pripadnicima svoje nacionalne zajednice i dele iskustva sa građanima Srbije. Takav strateški pristup kulturi bi mogao biti prvo što bi češka zajednica podelila sa drugim nacionalnim manjinama.