

Владимир Љ. Станковић  
Биљана Р. Влашковић Илић  
Универзитет у Крагујевцу  
Филолошко-уметнички факултет  
Катедра за англистику

УДК 821.111(73).09-31 Бредбери Р.  
Оригинални научни рад  
Примљен: 2. септембар 2019.  
Прихваћен: 15. новембар 2019.

## НЕГАЦИЈА КУЛТУРЕ У РОМАНУ *ФАРЕНХАЈТ 451* РЕЈА БРЕДБЕРИЈА<sup>1</sup>

*Ајсџракић:* Овај рад се бави начинима и облицима негације културе у роману *Фаренхајт 451* Реја Бредберија, у којем се приказује развој и промена главног про-тагонисте Гаја Монтага. Пратећи његов развојни пут, у раду показујемо да масовна култура замењује високу културу како на индивидуалном, тако и на колективном нивоу. У Бредберијевом делу масовни облици културе, попут телевизије, стварају привидни утисак среће и размишљање замењују забавом, што за последицу има угрожавање високе културе. Културолошко тумачење романа има за циљ да укаже на то да висока култура може опстати упркос сталним настојањима да се њено присуство минимализује, а њени утицаји смање, са чим се често сусрећемо у нашем савременом друштву.

*Кључне речи:* *Фаренхајт 451*, култура, културна индустрија, забава, осећања, уметност.

### 1. НЕГАЦИЈА КУЛТУРЕ И ЊЕН ОТПОР У РОМАНУ *ФАРЕНХАЈТ 451*

Роман којим се овај рад бави настао је у подруму библиотеке Универзитета Калифорније у Лос Анђелесу где је Бредбери куцао своје дело на писаћој машини која је радила на новац. Окружен књигама и писцима који су стварали те књиге, Бредбери је написао научнофантастични роман у коме се оваква места више не могу наћи. Радња романа се одиграва у Америци будућности у којој је читање и поседовање књига строго забрањено, а посао ватрогасаца није више да гасе ватру, већ да пале, и то првенствено књиге и куће у којима се оне налазе. Висока култура у форми писане речи у таквој

---

<sup>1</sup>Рад представља део истраживања у оквиру међународног научноистраживачког пројекта „Брендрави у књижевности, језику и уметности”, ФИЛ-1819.

ситуацији не може да преживи, па уместо ње цвета масовна култура, попут телевизије и радија. Главни протагониста романа је пожарни бригадир, Гај Монтаг, чији је посао управо да спаљује књиге, због чега ће у роману доживети јединствену трансформацију духа.

На почетку романа јасно се може уочити Монтагова љубав према послу: „Посебно је волео да гледа како ствари бивају прождеране, како ствари црне и мењају се” (Бредбери 2015: 13). Опрема коју Монтаг и његове колеге носе обележена је симболима ватре. На шлему се налази број 451 који, као и наслов романа, упућује на температуру на којој папир почиње да гори<sup>2</sup>. Монтагов положај у друштву који је обележен послушношћу и преданошћу, али и његов поглед на свет, ускоро ће се променити. Његово самопреиспитивање подстиче тинејџерка коју Монтаг случајно среће на путу са посла, Кларис Меклелан, чије име упућује на светлост, јасност, а Монтагу је потребно просветљење (Зајпс 2008: 6). Уврежени начин мишљења који прихватају сви припадници Бредберијеве државе, укључујући и Монтага, није апсолутан. Појединци као што је Кларис представљају „природну и спонтану, прединтелектуалну људску склоност према посматрању и размишљању” (Блум 2007: 20). Она је сушта супротност Монтагу који је наклоњен уништавању онога што подстиче на рефлексiju, проматрање света и људи који га окружују. На примеру Кларис уочава се да утицај владајуће идеологије није свеобухватан, већ да и у доба деградације културних вредности постоје људи који желе да постављају питања и траже одговоре. Метју Арнолд наводи како у свакој класи постоји „одређен број нарави заинтересованих за властито најбоље ја, за то да виде ствари какве јесу, да се одвоје од машине, да себе посматрају разумно и вољом божјом, које чине све што могу да то у њима превлада” (2012: 40). Кларис је управо једна од таквих особа која има своју индивидуалност и чији сензибилитет није усмерен само на телевизијске екране који прекривају читаве зидове скоро сваке куће. На Монтагову приредбу да сувише размишља, Кларис одговара: „Ретко гледам ‘собне зидове’, ретко идем на трке и Забавне паркове. Ваљда зато и имам много времена за луде мисли” (Бредбери 2015: 19). За размишљање је потребно одвојити се од телевизије која као облик масовне културе доминира овим друштвом. Телевизија се може одредити и као један облик машине о којој говори Арнолд, а Кларисин начин размишљања се огледа у преусмерењу погледа са спољашњих, материјалних ствари, ка погледу унутра, ка суштини духовних ствари. У том духу је и питање које Кларис поставља Монтагу, а које у великој мери пали другачију врсту ватре у њему самом: „Јесте ли срећни?”, због којег некада посвећени пожарни бригадир почиње да се преиспитује (20).

Монтаг наине схвата да није срећан, нарочито када себе упореди са својом супругом Милдред, коју телевизијски програми чине срећном, ис-

---

<sup>2</sup>Наведени степен Фарехнајта је приближно 232 степена Целзијуса.

товремено је спречавајући да размишља о томе да ли је то права срећа. Та срећа се омогућава и таблетама које узима и од којих је на почетку романа због превелике дозе била на самрти. Брзом лекарском интервенцијом, у току које се уз помоћ машине испумпава стара крв и убризгава нова, Милдред успева да преживи, с тим што јој је сећање на овај догађај избрисано. Све ово показује да је Милдред „продужени механизам државе” (Блум 2007: 18). Ова ситуација и Милдредина опсесија телевизијским програмима показују да је она скоро увек, умно или физички, повезана са неким обликом машинерије која јој узима живот и мења га за нешто што је безвредно (Исто). Како је ефекат који телевизија производи безвредан, онда је сходно томе и срећа коју она осећа безвредна, али за државу и владу значајна и ефектна јер се тиме становништво удаљава од критичке мисли и постаје пасивни посматрач и конзумент масовних форми културе. Књиге које у себи садрже различите поруке могу бити позив на делање и евентуалну дестабилизацију успостављеног и наочиглед мирног поретка у овом неименованом америчком граду. Гледање телевизије омогућава Милдред да преузме неку од улога у представама које се приказују и на тај начин се забави. У разговору са Монтагом види се њен ентузијазам: „Заиста је забавно. Биће још забавније кад будемо имали новца и за четврти зид. Шта мислиш, кад ћемо приштедети и склонити четврти зид да бисмо ставили и четврти ТВ зид? Кошта само две хиљаде долара” (Бредбери 2015: 31).

Забава и културна индустрија представљају и теоријске категорије којима су се бавили Теодор Адорно и Макс Хоркхајмер, према којима је културна индустрија „предузеће за забаву” које одлучује о потрошачима (2012: 78), док се гледалац може сагледати као пасивни посматрач којим господари производ. Како Адорно и Хоркхајмер истичу, „[г]ледаоцу не смеју да буду потребне никакве властите мисли: производ прописује сваку реакцију” (Исто). Чини се да се због овога искључује могућност критичке мисли код гледаоца. Срећа коју забава ствара се заправо и негира јер забава или индустрија забаве „смех претвара у инструмент обмањивања среће” (81). Ако од производа зависи реакција, онда се срећа претвара у привид којег гледалац није ни свестан. У њему се пре јавља сагласност зато што „[з]абављати се значи бити сагласан” (84). Добровољни пристанак или мањак отпора код публике доводи до тога да забављање означава бег, али не „од лоше стварности, него од задње помисли на отпор који још може да остане у тој стварности. Ослобођење које обећава забава јесте ослобођење од мишљења као негаџије” (Исто). Забава формира појединца и он се претвара у немислећи субјекат који као такав не може представљати опасност за различите друштвено-политичке структуре.

Као и већина становништва, Монтагова жена Милдред је подређе на принципу телевизијске забаве који показује сличности са Адорновим и

Хоркхајмеровим постулатима. Културна индустрија је у роману обележена масовним начином производње јер готово свака кућа има ТВ зидове. Она је уједно и предузеће за забаву оријентисано према потрошачима који су, и поред тога што могу активно да учествују у програмима, пасивни, немислећи субјекти. Комад који Милдред гледа долази са припремљеним сценариом, што јој омогућава забаву на активно-пасивни начин: „Кад дође време за изостављене реплике, сви ме погледају са три зида, а ја изговарам текст” (Бредбери 2015: 30). Унапред написани сценарио може се сагледати као додатно средство културне индустрије или њених представника, чијом се употребом њихови следбеници подређују и чине безопасним. Такође, како Милдред не креира виртуелну стварност својим репликама, већ јој је то наметнуто споља, она постаје онај гледалац који према Адорну и Хоркхајмеру нема своје мисли већ оне зависе од производа.

Срећа и забава су за Милдред оличени и у другим активностима. У тренуцима Монтаговог снажног преиспитивања себе и других, Милдред му предлаже следеће: „Ја увек волим брзу вожњу кад се тако осећам. Нагазиш на сто педесет и дивно ти је. Понекад се возим целу ноћ и дођем кући, а ти и не знаш. Ван града је забавно. Удараш зечеве, понекад и псе” (78). Све ово говори у прилог томе да се забавом човек заиста ослобађа од мишљења. Да то није права забава, да то није права срећа, не допире до Милдред. Како Блум објашњава, Милдред сматра да би било погрешно да призна сопствену несрећу јер би тиме показала и своју незахвалност према држави која својим грађанима испоручује срећу (2007: 18). Напор који би она могла да уложи да преиспита свој *modus vivendi* изостаје, а то је управо предуслов да би забављање било забављање. На Монтагово инсистирање да није срећан, Милдред одговара: „Ја јесам [...] И поносна сам на то” (Бредбери 2015: 78). Срећа је овде истоветна оној коју износе Адорно и Хоркхајмер, то јест она је обмана настала под утицајем индустрије забаве. Примери високе културе као што су књиге, слике и музичка дела не могу утицати на грађане као што су Милдред јер се забрањују и спаљују. Узрок овој средишњој пракси романа можемо јасно уочити у предавању које Монтагу одржава његов претпостављени, капетан Бити.

Осим Кларис и Милдред, на Монтагово буђење и промену велики утицај има и неименована жена, једна од преступника који крију књиге, код које одлази заједно са својим колегама из пожарне станице. За разлику од осталих, ова жена пружа отпор тако што одбија да изађе из куће која ће бити запаљена. Она остаје у кући заједно са керозином поливеним књигама и сама пали шибицу. Оваква одлучност оставља велики утицај на Монтага, па по повратку кући он готово болестан каже равнодушној Милдред: „Ниси била тамо, ниси *видела* [...] Мора да у књигама постоји нешто, неке незамисливе ствари, кад је жена остала у запаљеној кући; мора да постоји

нешто. Не остаје се у ватри ни због чега” (63). Монтаг почиње да схвата да у књигама постоји нека моћ која везује људе за њих, тако да су они зарад књига спремни да нестану. Слободна мисао односи и особу која је Монтагу открила нови начин поимања стварности: држава уклања Кларис јер представља претњу. Под утицајем ових догађаја, Монтаг ће и из прве руке чути зашто су књиге постале забрањене, а њихово поседовање кажњиво. Капетан Бити који долази у Монтагову кућу објашњава како су се због мањина књиге промениле и постале редундантне. Нешто је ипак опстало:

Али је јавност, знајући шта жели у срећној доконости, допустила стриповима да преживе. И тродимензионалним секси часописима, наравно. Ето ти, Монтаже. Није то стигло од владе. Није било директиве, декларације, цензуре на почетку, не! Све су постигли технологија, масовност и притисак мањина, хвала богу. Данас, захваљујући свему томе, можеш непрекидно да будеш срећан, дозвољено ти је да читаш стрипове, стара добра осуђеничка признања или трговинске каталоге. (71)

Из Битијевих речи се види да су људи сами одговорни за забрану читања књига и то како би се заштитиле мањине и постигао принцип једнакости. Бити тврди да „[с]ви морамо да будемо слични. Не да сви будемо рођени слободни и једнаки, како каже Устав, већ да *јоси*анемо једнаки. Сваки човек плунута слика сваког другог; тада су сви срећни, јер нема планина којих би се плашили, с којима би се мерили” (Исто). Поставља се питање да ли је срећа у томе да се сви припадници друштва поставе пред телевизијске екране одакле им се пласира идеја да су међу „породицом”. Ако им то влада није наметнула, чини се да је она производњом масовне културе одржала тај модел. Битијев позив на једнакост делимично кореспондира са мишљењем Метјуа Арнолда који каже да култура „тежи уклањању класа, томе да најбоље што је мишљено и знано буде присутно свуда у свету” (2012: 39). Култура настоји да избрише границе и да уједини људе различитих класа и оријентација, тако да људи културе постају, према Арнолдовим речима, „апостоли једнакости” (Исто). Међутим, Арнолдово становиште у Бредберијевом роману има негативан обрт. Док Арнолд у култури види могућност да се њоме постигне једнакост и да се све класе стопе, Бити и читаво друштво желе да постигну једнакост тако што ће високу културу у потпуности негирати и избацити. Оно чиме се та култура може заменити јесте масовна култура, која према Двајту Мекдоналду такође показује способност да „руши старе баријере класе, традиције, укуса и разара све културне разлике” (2012: 55). Тиме се ствара једна хомогенизована култура. Према схватањима Мекдоналда, која се у извесној мери поклапају са Битијевим, масовна култура је „веома, веома демократична: она апсолутно одбија сваку дискриминацију било чега и било кога” (Исто). Али униформност у роману није апсолутна, што

можемо видети на примеру Кларис која није захваћена овим нападом масовне културе на различитост. Појединци попут ње разбијају демократичност масовне културе и постављају темеље за другу врсту демократичности која ће бити обележена заштитом писане речи. И сам Гај Монтаг је на том путу сећања, а не заборавља, по чему се разликује од Битија који, као и целокупан систем приказан у роману, ставља акценат на заборављање (Блум 2007: 44). Крај Битијевог монолога обележавају следеће речи упућене Монтагу:

Важно је да запамтиш, Монтаже, да смо ми Срећни дечаци, Дикси дуо, ти и ја и остали. Ми смо бедем против мале плиме оних који хоће све људе да унесреће противречним теоријама и мислима. Ставили смо прст у рупу на брани. Не попуштај. Не дај да бујица меланхолије и суморне филозофије поплави наш свет (Бредбери 2012: 75).

Након одласка Битија, Монтаг осећа потребу да открије Милдред своју тајну: он већ дуже време крије књиге али их не чита. Сада, у тренутку када се све за њега мења и добија ново значење, он је решен да почне да их чита. Монтаг не добија жељену подршку своје жене, што га подстиче да контактира са човеком по имену Фејбер, пензионисаним професором енглеског језика кога је раније срео. Он објашњава Монтагу да се вредност књига огледа у квалитету, слободном времену да се оне усвоје и да се на основу прве две ставке делује. Време потребно да се размисли о некој књизи је у супротности са телевизијом која се тренутно нуди. Фејбер својим речима потврђује оно о чему су писали Адорно и Хоркхајмер, а што се односи на дејство које неки производ, у овом случају телевизија, може имати на посматрача. Телевизор вам казује „шта да мислите и то вам зарива у ум. *Мора* да је у праву. *Изгледа* као да је у праву. Толико вас брзо натерује на своје сопствене закључке да ваш ум не стиже да се успротиви: 'Каква бесмислица!'” (Бредбери 2015: 99).

Телевизија није једина одговорна за културну стерилност. Како Фејбер износи, „пожарни бригадири су ретко потребни. Јавност је сама престала да чита, својом сопственом вољом” (102). Џек Зајпс повезује капетана Битија и Фејбера из којих, како сматра, проговара сам Бредбери. Они приказују историју према којој су масе осликане као неуке, грамзиве и чије су инклинације усмерене ка технологији а не према хуманизму (Зајпс 2008: 11). Незаинтересованост народа за високу културу довела је и до раста у производњи масовних облика културе, што се у роману јасно види на примеру телевизије и радија. Тај квантитет масовне културе представља опасност по високу културу. Како Мекдоналд истиче, кич или масовна култура „угрожава високу културу самом својом свеприсутношћу, својом бруталном, огромном *количином*” (2012: 54). Недостатак воље за читањем удружен са свеприсутношћу масовне културе има за резултат успостављање поретка

који је једним својим делом усмерен на одржавање мира. И сам Бити у свом монологу истиче да човеку треба омогућити „да заборави да постоји нешто што се зове рат [...] Мир, Монтаже” (Бредбери 2015: 74). Али и то је један привид и узалудност јер се рат у роману стално назире, на пример преко радио објаве да би „[р]атно стање могло [...] да буде проглашено сваког часа. Ова земља је спремна да брани своју [...]” (43). Непрестана извесност избијања рата показује да се он не може спречити одрицањем од књига и да се овај разлог негирања културе самим тим може занемарити.

Рат који се у роману очекује и који на крају ескалира често се повезивао са Хладним ратом и претњом од нуклеарног сукоба који је могао избити између Америке и Русије у годинама после Другог светског рата. Успех пројекта „Менхетн” током Другог светског рата, чији је циљ био стварање атомског наоружања, остварен је тек након неколико година научног истраживања (Хоскинсон 2001: 129). Бомбе бачене на Хиросиму и Нагасаки потврдиле су способност Американаца, али је остало дискутабилно да ли је њихова жеља за доказивањем била вредна прављења бомби (130), које су се врло лако могле усмерити и према онима који су бомбу направили: ужас од атомске бомбе су читав свет, и посебно Америка, осећали и у раним етапама Хладног рата (Исто). Будући да је ватра главни симбол у *Фаренхајту 451*, њена снага се може упоредити са снагом атомске бомбе у годинама обележеним Хладним ратом (132), с тим што се ватра у роману користи како би се уништиле првенствено књиге, а са њима и моћ размишљања и критиковања, а све у име постизања мира, док се нуклеарним наоружавањем у доба Хладног рата увећавала напетост и опасност од отвореног сукоба.

Након што постане откривени одметник и јавно се супротстави владајућој идеологији, Монтаг се сусреће са групом људи који су се посветили књигама на посве необичан начин: свако од њих представља једну књигу. Уочивши да је процес спаљивања иреверзибилан, они су се одлучили да је најбољи метод отпора да књиге које прочитају и запамте, чиме се на један тих и повучен начин културне вредности ипак могу одржати и пренети са генерације на генерацију. Ова организација се може посматрати и као мањина од које „зависе имплицитна мерила која уређују савршенији живот сваког доба, осећај да је нешто вредније од нечег другог, да је ово правац којим ваља ићи, да је центар пре овде, но тамо” (Ливис 2012: 45). Грејнцер и остали чланови овог покрета отпора представљају центар у културолошком смислу, поготово у оквиру високе културе. Они минус претварају у плус, негирају негацију, а периферију претварају у центар. Придружујући се овој организацији, Монтаг постаје део те мањине која преживљава уништење културолошке периферије, односно града. Рат на крају уништава град из кога је Монтаг побегао; оружана ватра уништава све, укључујући и оне који су уништавали. Они интелектуалци који у себи носе књиге ипак преживљавају.

Према Зајпсу, њихова позиција говори о томе да антиинтелектуална струја у Америци заправо ставља интелектуалце у „положај аутсајдера”, због чега је њихов утицај на остале људе тешко остварив (2008: 9). Крај романа доноси нову наду: упоређујући њихов посао са фениксом који се увек поново рађа из пепела, Грејнџер каже:

А изгледа да и ми радимо исто, изнова и изнова, само што ми имамо једну проклету ствар коју феникс није имао. Знамо све проклете глупости које смо починили у хиљаду година и буду ли нам стално у глави и заувек пред очима, једног дана ћемо можда и престати да правимо проклете погребне ломаче и скачемо право на њих (Бредбери 2015: 183).

Они су ти који могу обновити високу културу и наставити на отворенији начин да представљају савест расе коју је Ливис (2012: 45) успоставио као ону која може да вреднује највеће писце у историји књижевности.

## 2. КУЛТУРА И БРЕНД У РОМАНУ *ФАРЕНХАЈТ 451*

Небројено много књижевних дела, уметничких слика, музичких композиција, скулптура стварало је и афирмисало културу различитих народа широм света, тако да је култура постала изузетно важан фактор у обликовању држава, и то у оквирима брэнда. Према Анхолту (2003: 141), култура је од суштинског значаја за неговање слике брэнда (brand image) једне државе. Познавајући културу одређене државе, човек може да обогати себе и да разуме стваралачку моћ народа. У комуникацији са другима, он може и њима приближити културолошку слику земље коју је посетио или о којој је читао, што може довести до нових облика размене. Анхолт истиче да у добу глобалне економије и капитализма богатство једне земље потиче од извоза брэндираних производа, што утиче на стварање конкурентности међу нацијама (145). Ипак, постојање културе доприноси томе да се односи између земаља пренесу са нивоа рекламирања на ниво културолошке размене (Исто). У таквој атмосфери јавља се могућност да брэндови почну да утичу на људе. Мартин Корнбергер сматра да брэндови структурирају „људске поступке, осећања и размишљања као ниједан други медијум. Као такви, они *јесу* културне форме” (2010: 231). Култура у ширем смислу јесте брэнд који је у блиској вези са сликом државе која одлази у свет. У оквиру културе се, пак, могу наћи и други брэндови. Многа књижевна и уметничка дела која су настала на простору једне државе су постала позната читавом човечанству и усталила су се као део нашег колективног памћења. Уметност руши границе и дозвољава људима да свој дух обогаћују овим културолошким брэндовима, што користи и земљама где су дела настала и земљама где се



она „увозе”, с тим што се ово културолошко повезивање спроводи на једном у суштини некомерцијалном нивоу. Новчана размена је у овом случају мање важна од духовне, интелектуалне и идејне размене коју омогућавају и развијају уметничка дела. У роману *Фаренхајт 451* култура се уништава како не би утицала на државу, тако да слика државе као брэнда не може бити обогаћена, а културолошка размена са другима не постоји. У Бредберијевом роману помињу се дела која су током историје постала брэндови у религијском, књижевном, филозофском и научном смислу. Грејнцер и његови пријатељи који су посвећени чувању књига у свом уму не дозвољавају да се оне забораве, јер на њих можемо гледати као на брэндове који одређују осећања и размишљања људи.

Милан Шипка наводи да се „у нас *брэнд* употребљава и уместо речи *вредности*” (2005: 10). Он се овде ограничава на простор Србије, али чини се да су, уопште говорећи, брэнд и вредност међусобно заменљиви. Ако култура представља брэнд, онда се она може посматрати и као вредност. У роману *Фаренхајт 451* тоталитарна моћ друштва се сукобљава са вредношћу високе културе која ствара потребу за осећањима и размишљањем, што власт жели да спречи по сваку цену. Уместо правих вредности које култура генерише, заступају се диктатура и контрола ума и живота. Међутим, Бредберијево дело показује да је култура отпорна. Култура као брэнд и додатни брэндови које она обухвата (књиге, слике, музичке композиције) не могу се лако уништити јер увек постоје људи који не прихватају наметнути режим и начин живота. Без обзира на то што су ти људи у мањини, они су спремни да сачувају вредност културе као брэнда, не да би од њега профитирали, већ да би наставили да негују нешто што одређује човекову духовну и интелектуалну природу. У томе лежи основна снага културе као брэнда, коју би човек требало да сачува и „прода”, а да заузврат добије нове генерације учених и критички настројених људи.

### 3. ЗАКЉУЧАК

У свету истих, бити различит представља изазов. Променити и победити себе, а потом и остатак друштва, није лак задатак. Главни протагониста *Фаренхајт 451*, Гај Монтаг, својом променом показује да је и то могуће упркос свим тешкоћама. Реј Бредбери је креирао свет који нас упозорава да култура, ма колико снажна и велика била, може нестати ако се друштву дозволи да крене странпутицом. Он показује да уместо слободе мишљења власт људима пружа забаву путем интерактивних телевизијских програма, који, потпомогнути лековима за срећу, онемогућавају праву срећу и здраворазумско размишљање. Масовни облик културе на тај начин ствара од људи

послушна бића која пасивно примају информације, без жеље да их слободно и критички тумаче, те је тако Милдред пример свих оних који постају оно што гледају. У једном таквом окружењу, Гај Монтаг започиње свој развојни пут који не мења само њега, већ и друштво у коме до тада живи као послушан и примеран грађанин и радник. Док се Милдред и њој слични могу посматрати као продужетак телевизијске слике, Грејнцер, припадници отпора и промењени Монтаг свој идентитет изграђују кроз једну врсту колективног памћења: учити напамет читаве књиге значи омогућити култури да преживи и да се не заборави. Овом радикалном методом Бредбери у *Фаренхајт 451* позива читаоце да се запитају да ли будућност коју он приказује заиста може доћи и да у складу са тим преиспитају тренутне духовне и културне вредности како би их превентивно сачували за покољења.

## ЛИТЕРАТУРА

- Адорно, Хоркхајмер (2012): Т. Adorno, М. Horkhajmer, *Kulturna industrija*, у: Ј. Ђорђевић (ur.), *Studije kulture: zbornik* (2. izd), Beograd: Službeni glasnik, 66–99.
- Анхолт (2003): S. Anholt, *Brand New Justice: The upside of global branding*, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Арнолд (2012): М. Arnold, *Kultura i anarhija*, у: Ј. Ђорђевић (ur.), *Studije kulture: zbornik* (2. izd), Beograd: Službeni glasnik, 37–42.
- Блум (2007): Н. Bloom, *Ray Bradbury's Fahrenheit 451*, New York: Chelsea House Publishers.
- Бредбери (2015): R. Bredberi, *Farenhajt 451*, Beograd: Laguna.
- Зајпс (2008): J. Zipes, Mass Degradation of Humanity and Massive Contradictions in Bradbury's Vision of America in *Fahrenheit 451*, In: H. Bloom (Ed.), *Bloom's Modern Critical Interpretations: Fahrenheit 451 – New Edition*, 3–18.
- Корнбергер (2010): М. Kornberger, *Brand Society: How Brands transform Management and Lifestyle*, New York: Cambridge University Press.
- Ливис (2012): F. R. Livis, *Masovna civilizacija i manjinska kultura*, у: Ј. Ђорђевић (ur.), *Studije kulture: zbornik* (2. izd), Beograd: Službeni glasnik, 43–50.
- Мекдоналд (2012): D. Mekdonald, *Teorija masovne kulture*, у: Ј. Ђорђевић (ur.), *Studije kulture: zbornik* (2. izd), Beograd: Službeni glasnik, 51–65.
- Хоскинсон (2001): K. Hoskinson, *Ray Bradbury's Cold War Novels*, In: H. Bloom (Ed.), *Bloom's Modern Critical Views: Ray Bradbury*, New York: Chelsea House Publishers, 124–140.
- Шипка (2005): М. Шипка, *Бренд и брендоманија*, у: *Језик данас: иласило Мајице српске за културу усмене и писане речи*, година IX, број 21–22, Нови Сад: Матица српска, 8–11.

Vladimir Lj. Stanković

Biljana R. Vlašković Ilić

University of Kragujevac

Faculty of Philology and Arts

Department for English Language and Literature

## NEGATION OF CULTURE IN RAY BRADBURY'S *FAHRENHEIT 451*

*Summary:* This paper deals with methods and forms of the negation of culture in Ray Bradbury's novel *Fahrenheit 451*. The novel presents the development and change of the main protagonist Guy Montag. By analyzing his developmental path, the paper has shown that mass culture tends to replace high culture on both individual and collective level. In Bradbury's novel, the various forms of mass culture, like television, create the false feelings of happiness and replace thinking with entertainment, which endangers high culture. The goal of the cultural interpretation of the novel is to point out that high culture can survive in spite of constant strivings to minimize its presence and to reduce its effects, which can be perceived in our contemporary society.

*Keywords:* *Fahrenheit 451*, culture, culture industry, entertainment, feelings, art.