

УДК: 355.51

Политикологија

COBISS.SR-ID 80194057

бр. 2/2022, год 1, vol. 2.

Оригинални научни рад

стр. 63-75

Рад примљен 10.07.2022.

Рад прихваћен 21. 09. 2022.

УТИЦАЈ РАЗЛИЧИТИХ КУЛТУРНИХ СТРАТЕГИЈА НА ПОЖЕЉНОСТ ВОЈНОГ ПОЗИВА

Срђан Старчевић, ванредни професор¹

Војна академија, Универзитет одбране у Београду

Резиме

У раду се на хипотетичко-дедуктиван начин испитује утицај четири културне стратегије за осмишљавање живота чланова друштва на војну професију. Аутор се опредељује за теорију флудине модерности Зигмунта Баумана, из које црпи класификацију културних стратегија и разумевање савременог друштва, и примењује је на испитивање пожељности војног позива, са циљем да омогући боље разумевање проблема регрутације и попуне војних јединица многих савремених војски. Три доминантне културне стратегије по Бауману – негација смртности, наслеђивање и живот лозе и *pro patria* – омогућавале су регрутацију и попуну великих оружаних снага, у последњем случају и вишемилионских, док под утицајем алтернативне културне стратегије минулих времена, која је, подржана деконструкцијом смрти и компресијом ужитака, постала доминантна у савременим друштвима, војна служба постаје све мање привлачна савременом човеку. Ово, с једне стране, сужава државама избор типа војске на „малу професионалну војску”, док са друге стране, прети да умањи квалитет официјерског кадра и тиме деградира војни професионализам. Избор типа војске, као и способност савремених држава да регрутују војнике и привуку део подмлатка елите по способностима у официјерски позив, даље, утичу на могућност савремене државе да користи силу у међународним односима.

¹ И-мејл аутора: srdjan.starcevic@vs.rs

Кључне речи: флуидна модерност, Зигмунт Бауман, културна стратегија, професионална војска, војни позив

Увод

У току друге половине 20. века већина држава које уобичајено називамо великим силама доживеле су прекретницу у погледу способности да своја друштва обавезу на војно ангажовање у рату. Према Кастелсовом (*Manuel Castels*) мишљењу, стратегији у САД су још од Вијетнамског рата почели да траже начин како да се ратује без грађана, а успон војних технологија у последњих неколико деценија омогућио им је да установе нову друштвено-војну стратегију, у којој се у рату употребљава само професионална војска (Kastels, 2018, pp. 625-627). Имајући у виду да су у последњој деценији 20. века и на почетку 21. века многе европске државе, међу којима и Република Србија, ушле у процес професионализације војске и одустале од обавезе служења војног рока, или је замрзнуле и/или предвиделе само за случајеве крајње нужде (Воџе, 2018, р. 188), оправдано је да се постави питање разлога због којих савремена друштва одбијају или одбацују обавезу која је у прошлости била разлог великог поноса пунолетних мушкараца. Овде, засигурно, није реч само о кризи идеологија и политика (Ћирић, 2019, р. 126), „неочекиваној кризи демократије” (Мићуновић, 2018, р. 150), још једној кризи институција и губитку легитимности власти (Старчевић, 2020, pp. 77-85) или појави „друштва полагања права” и њему подесног новог људског типа „размаженог детета” (Sartori, 2001, р. 313). Били би то тек делимични одговори на основу којих не бисмо могли да разумемо дубоке разлоге због којих је војна обавеза, још у 19. веку описана као „најтежа дужност грађанина у држави” (Ђукић, 2019, р. 37), тек крајем 20. века и на почетку 21. века изгубила на својој пожељности, части и слави с којима је била тесно повезана у не тако давној прошлости. Да висина личног дохотка војних лица није једини, а вероватно ни кључни разлог за овакво стање ствари, показује чињеница да проблеме са попуном оружаном снагом имају и најбогатије земље света (Tresch, 2018, pp. 19-21; Long, 2019; Long, 2022; Shane III, 2022, Spoeher, 2022). Одговоре који би нас приближили сагледавању целине проблема морамо да тражимо у великим друштвеним променама.²

Друштвене промене које су се догодиле у другој половини 20. века и које су настављене у 21. веку, дуго нису имале одговарајућу и свеобухватну социолошку теорију, све до флуидне модерности Зигмунта Баумана (*Zygmunt Bauman*), социолога чијој је проницљивости и теоријском замаху на свој начин одао признање и Умберто Еко (Еко, 2016, pp. 9-12). Бауман је указао на то да је савремено друштво из фазе чврсте модерности прешло у фазу флуидне модерности, под дејством двеју моћних сила. Једна је глобализација, а друга јесте страх од смрти и промена у сфери културе. Наиме, једна

² “We are in the midst of a social revolution, not just a war, but an even shaking up the relationship between the people and the state.” (Burk, 2003, p. 117)

од специфичности човека јесте да је он свесно биће: биће свесно своје смртности. Да би могао да живи са чињеницом спознаје властите смртности, човеку је потребна култура. У оквиру културе настају одговарајуће културне стратегије помоћу којих се осмишљавају животи људи и деловање чланова друштва, уз подразумевајућу репродукцију друштвених односа. По Баумановом мишљењу, различите културе су давале различите одговоре на исто питање. Генерализујући, може се рећи да се различити одговори групишу око три велике културне стратегије или формуле за превазилажење страха од смрти и задобијање бесмртности. То су негација смртности, наслеђивање и живот лозе и једна модерна културна стратегија коју Бауман сажима у део Хорацијевог (*Quintus Horatius Flaccus*) стиха – *pro patria*, а чија је суштина у уграђивању сопственог живота и дела у целину националног бића. Поред ових, доминантних културних стратегија, увек је постојала и једна алтернативна која одбацује бригу о вечности и проблем коначности људског живота (Bauman, 2010, pp. 42-50). Ова последња стратегија, која је у прошлости имала присталице углавном из маргиналних друштвених група, па према томе била алтернативна, постаје доминантна у савременом друштву које је Бауман означио као „флуидно модерно потрошачко друштво” (Bauman, 2009, p. 9).

У прошлости, дакле, деловање и живот просечног члана друштва били су осмишљени у светлу бриге о трајању и целини, док су у савременом друштву ове вредности изгубиле значај. Таква коренита промена у вредностима између старих и нове доминантне културне стратегије може бити разлог због кога, како каже Бауман: „Флуидно модерно потрошачко друштво, смештено на богатијем делу планете, не оставља места ни за мученике ни за хероје...” (Bauman, 2009, p. 60).

Осмишљавање војног позива у матрицама културних стратегија прошлости

Култура је људска судбина (Šušnjić, 2015, p. 9; Старчевић и Благојевић, 2019, pp. 256-257). Човек ствара културу и, стварајући је, мења свет у коме постоји.

„Другим речима, стварност је онаква каквом је људи створе” (Ћирић, 2020, p. 14). Човеков материјални свет, свет позитивних чињеница, битно је одређен духовним слојем културе. „Свака људска грађевина у простору није ништа друго него идеја реализована у објекту... Другим речима, све што човек ствара у материјалном облику није ништа друго него уграђивање његовог духа, душе и воље, односно срчаности да нешто оствари и остави као капитал наследницима, односно генерацијама које долазе после његовог стваралачког дела” (Ћирић, 2020, pp. 15-16). Трагајући за коренима културе и разлозима њеног настанка, Зигмунт Бауман се загледао у дубоке слојеве људског „духа, душе и воље”, где егзистира страх од смрти из кога се култура рађа заједно са стратегијама за превазилажење тога страха.

Вероватно је најстарија културна стратегија за превазилажење страха од смрти и коначности људског живота – негација смртности. По матрицама ове културне стратегије, бедеми смисла људског живота граде се од есхатолошког материјала; формира се религијска свест о загробном животу и вечности људске душе. Мада на први поглед делује да је овом, есенцијално есхатолошком формулом могуће регрутовати само свештенике, она је била, а понегде још увек јесте, веома добра за регрутовање војника и војних старешина. Разлог томе лежи у чињеници да се јунаштво и погибија у борби може наградити бескрајним ужицима у различитим верзијама раја или вечним животом-сећањем праћеним култом хероја и њиховим уздицањем у статус (полу)божанства (Starčević i Vukadinović, 2017, pp. 308-312).

Друга културна стратегија продужетак људског живота налази у наслеђивању. То је, пре свега, биолошко, генетско наслеђе, али и свако друго наследство је добродошло: може се наследити часно име, имовина, друштвени статус, занат или професија. На основу ове културне стратегије људски живот добија смисао у ширим границама и трајању породице или лозе. Површно посматрано, брига о потомству има прворазредну улогу у овој културној стратегији. Ипак, у европској цивилизацији она је била патријархална и као таква доминантно окренута ратништву. Ова културна стратегија дала је изузетне резултате на војном плану. На пример, о француској лози Даву (*d'Avot*, после Француске револуције *Davout*), која је давала војнике од 11. до 19. века, постојала је изрека: „Када се један Даву роди, један мач испадне из корица” (Chandler, 2000, p. 94). Слични примери постоје свугде где је постојало ратно феудално племство. Као додатни пример могле би да послуже многе породице из Војне крајине у Аустријском царству, које су генерацијама давале војнике и старешине у аустријској служби. У сваком случају, пут ратништва био је перципиран као пут части и славе, на коме се осим лаворика могао стећи и статус племства, а све то онда пренети на наследнике.

Трећа културна стратегија ослањала се на формулу *pro patria*, што је део Хорацијевог стиха *Dulce et decorum est pro patria mori*. Развила се у периоду узлета националне свести и успона националних држава. У условима распада феудализма и интензивирања индустријализације, дошло је до великих друштвених промена унутар западне цивилизације. Како сматра Гиденс (*Anthony Giddens*), управо су супериорна економска моћ, политичка кохезија оличена у нацији и војна надмоћ – све друштвени производи индустријализације – узроци ширења западњачког стила живота у последњих двеста година (Giddens, 2001, pp. 51-52; Старчевић, 2022, p. 92). Осмишљавање људског живота у западној цивилизацији током претежног броја од поменутих двеста година ослањало се на национални идентитет и нацију као целину из које појединац извире и у коју увире, али која наставља да траје и када њега више нема међу живима; нација-целина, при томе, има свој живот, мисију, улогу у свету, положај, моћ, интересе... И највећа услуга и

заслуга коју члан такве глобалне друштвене групе може да пружи или стекне, јесте она која се односи на нацију. Национални великани, генијални појединци, који би учинили неко дело значајно за нацију, стицали су загарантовано место у националном пантеону. На тај начин, национална слава постајала је нова форма бесмртности. У националној слави могло се учествовати и на бојном пољу, па је и анонимна смрт у рату водила ка бесмртности у форми бесмртности нације (Bauman, 2010, pp. 42-50). Споменици незна-ном јунаку у многим државама света ово вехементно показују. Ова трећа формула, обезбедила је културну подлогу за стварање масовних војски и обавезну регрутацију. То је, опет, било од виталног значаја за друштва чврсте модерности, која су обележена, према Баумановом мишљењу, не само великим фабричким постројењима, него и масов-ним војскама са општом војном обавезом. Корисне чланове друштва, чији су иденти-тети формиран у породицама, школама и цркви, друштво (у фази чврсте модерности) је коначно обликовало за индустријски рад и војну обавезу; рад у индустрији био је неопходан да се увећа национално богатство, а војна обавеза да се остваре и заштите национални интереси и отклоне препреке које стоје на путу увећању богатства. У ка-сарни, као и у фабричкој хали, чланови друштва су обучавани да следе исте вредности; од њих се очекивала тачност, послушност, дисциплина, истрајност у раду и постојано испуњавање рутина (Bauman, 2009, p. 94). Отуда не чуди што је ова културна стратегија омогућила формирање националних стајаћих војски, многољуднијих него икада пре. Осим тога, она је гарантовала друштвени углед војних лица. Официри су перципирани као национални радници првога реда, носиоци националне мисије и заточници нацио-налних интереса (Старчевић, 2010, pp. 193-209; Старчевић, 2022, pp. 235-245).

Поред ове три доминантне културне стратегије, Бауман наводи да је, међу њима и уз њих, постојала и алтернативна стратегија која је маргинализовала бригу о коначно-сти људског живота, која је славила живот „сада и овде” и смисао налазила у хедонизму. Вредности трајања, вечности и целине у њој губе привлачност. Кроз историју, у време-нима у којима је ова културна стратегија јачала, милицијске типове војске, у којима грађани преузимају и међусобно деле војну обавезу, замењивали су најамнички типови војске, у којима су државе финансирале најамнике вољне да за њих ратују (Старчевић, Благојевић, 2022, pp. 211). Мане тог и таквог типа војске („некорисне и опасне”) бритко је изнео Николо Макијавели (Makijaveli, 2005, pp. 54-55). Оно што Бауман опажа као потку савременог процеса који ломи старе друштвене структуре и мења наша друштва, јесте то што је ова алтернативна културна стратегија постала доминантна и допуњена новим изумом и могућностима: компресијом импресија, ужитака и животних сласти.

О(бе)смишљавање војног позива флуидној модерности

Британски политичар Ален Кларк (*Alan Clark*) у својим по непристрасности гласовитим „Дневницима” у којима је описао политичку сцену у време Маргарет Тачер (*Margaret Thatcher*), једног свог колегу из Конзервативне странке, министра Мајкла Хеселтајна (*Michael Heseltine*) као човека који је био у нужди да купује себи намештај, уместо да га, као коленовићи, наследи (Sudić, 2021, pp. 26-27). Данас би оваква жаока била неразумљива: од имућних и успешних људи би се и очекивало да купе нови намештај, по могућности увек најновији, скуп и брендиран, а не да наслеђују стари намештај. Оно што траје уступило је место новитету. Новитети, међутим, захтевају стално праћење промена, замењивање објеката, одустајање од претходних избора и одбацивање стеченога, да би се направило места за ново. За то је, наравно, потребан новац за потрошњу и производња објеката потрошње.

„Производња и потрошња наметнуле су се као смисао живота. Формирањем новог друштва, потрошачког, идеал живота постало је зарадити и што више трошити” (Šupić, 2019, p. 128).³

Флуидно модерно потрошачко друштво користи и сакрализује доскора алетрнативну културну стратегију маргинализације бриге о смртности и вечном, са деконструкцијом, банализацијом и измештањем смрти с једне стране, и заводљивом илузијом да је могуће искустити све што људски живот као такав пружа и то у једном, ограниченом људском животу, с друге стране. Тиме се, по Баумановом мишљењу, ствара утисак живљења више живота у једном једином животу и покреће моћан процес претеране бриге о здрављу и телу. У суштини, људи, теже да задовоље различитим маркетиншким манипулацијама нарасле и новим друштвеним идеалом канонизоване жеље. Проблем је у томе што би задовољавање свих жеља захтевало исувише времена, које не стоји на располагању ниједном човеку. На том месту у игру задовољења жеља упливава тржиште; да би се жеље задовољиле „брзо и без напора” неопходно је да људи купују готова решења за своје захтеве, у продавницама за масовну потрошњу. Тако људи остварују „инстант задовољства”, али управо таква, површна задовољства дају супротан ефекат: незадовољења и отварања нових жеља. С једне стране ово доводи до „инстант зараде”, а са друге до овладавања „потрошачког синдрома” простором културе. Као резултат, новитети, увек нова потрошачка задовољства, замењују трајање на трону врховне вредности (Bauman, 2009, p. 78). У таквом друштву и култури чак и човеков идентитет подлеже честим променама – он престаје да буде животни пројекат, сартровски „збир својих чинова” и постаје нестални збир појединчевих тренутних и опозивних избора, срачуна-

3 „Данас капиталисти претпостављају да потрошачи неће стићи да се побуне ако су непрекидно заузети не само потрошњом добара, већ и зарађивањем новца који им је неопходан да би приуштили сва та добра.” (Ricer, 2012, p. 367)

тих тако да појединца учине пожељнијим објектом потрошње у свету у коме свако постаје предмет са ограниченом употребљивошћу (Bauman, 2009, pp. 44, 18).

Овде долазимо до сржи нашег проблема. Људи чине друштво и друштво је сплет њихових акција. Истовремено, оно је и ствар за себе и као такво утиче на човека и обликује га. Бауман је уочио да је модерно индустријско друштво социјализовало своје чланове тако да у њима развије особине потребне за рад у фабрици: послушност, дисциплину, истрајност у раду, испуњавање дневних рутина у дугом временском периоду. То су оне исте особине које су биле пожељне и потребне за раду у војсци. У потрошачком друштву, природно станиште чланова друштва више није фабричка хала, него тржиште. Зато само друштво код људи развија особине за опстанак на тржишту; то су особине доброг потрошача: зависност од куповине и спремност за продају себе на тржишту. У таквом друштву све је мање места за хероје, јер то друштво оспорава идеале дугорочног (или жртвовања садашњих задовољстава у име далеких циљева) и целине (вредност жртвовања личних задовољстава у име благостања друштвене групе или друштва као целине). (Bauman, 2009, p. 190)

У односу на претходне доминантне културне стратегије, ова се разликује по уздизању вредности индивидуалног живота изнад других вредности. Док је у претходним културним стратегијама постојао смисао виши од живота, у овој је сав смисао у потрошачким задовољствима унутар живота. Виши смисао био је разлог да се, у крајњем случају, ризикује живот да би се тај смисао испунио и заштитио. Потрошачка задовољства, напротив, воде у конформизам и неспремност да се било каква угодност жртвује ради било ког вишег циља; у таквим условима и слобода има цену. Друга битна разлика јесте у схватању среће. Бауман сугерише да је у нашој цивилизацији срећа увек схватана као изузетак и привилегија, али примећује да је тек флуидна модерност поставила захтев за непрекидношћу индивидуалне среће схваћене као континуираног одсуства непогодности за појединца. Све раније културне стратегије подразумевале су да срећа долази као последица дуготрајног напора, као праведна заслуга. Сада је индивидуална срећа помрсила нити које је спајају са врлином (Bauman, 2009, p. 40; Старчевић, 2022, p. 78).

Како ова културна стратегија утиче на пожељност војне професије? Јасно је да се одсуство вишег смисла негативно одражава на прихватање циљева рата, без чега нема свесне војне дисциплине. Исто тако јасно је да схватање среће као одсуства

непогодности не кореспондира са животом и радом у војној средини чак ни у миру, а напосе у рату.⁴

Бауманово мишљење је јасно: „Флуидно модерно потрошачко друштво, смештено на богатијем делу планете, не оставља места ни за мученике ни за хероје – јер то друштво поткопава, оспорава и бори се против жртвовања садашњих задовољстава у име далеких циљева, и тиме против прихватања дуготрајне патње у име спасења у животу након смрти – или, у секуларној верзији исте приче, против одлагања садашњег задовољења ради веће добити у будућности. Друго, оно доводи у питање вредност жртвовања личних задовољстава у име благостања групе или у име ‘циља’... Укратко, флуидно модерно потрошачко друштво деградира идеале ‘дугорочног’ и ‘целине’... ти идеали се замењују вредностима тренутних задовољстава и индивидуалне среће” (Bauman, 2009, pp. 60-61).

Дакле, флуидна модерност је битно променила друштвени идеал. Док је друштво чврсте модерности формирало појединца који је имао осећај солидарности са целином, друштво флуидне модерности, та „фабрика узајамног подозрења и конкуренције” (Bauman, Obirek, 2016, p. 51), поткопава солидарност и тако удаљава човека од заједнице и човека од другог човека, репродукујући фрагментираност друштвеног живота (Bauman, 2018, p. 59). Идеални човек флуидне модерности је човек „без друштвених спона” (Bauman, 2010, p. 87). Друштво чврсте модерности је од појединаца очекивало да напорно раде ради постизања одређеног циља и то не само како би обезбедили своју егзистенцију, него и да би постали личности: континуирани и конзистентан напор водио је ка развоју. У флуидној модерности, коктел је метафора и за рад и за идентитете. Уз националну државу, чији су суверенитет и функције уздрмани глобализацијом, ово постаје услов за губитак осећаја политичког јединства: нација постаје или превелика и премала за снажну идентификацију. „Ако су државе двадесет првог века сада склоније да своје ратове воде професионалним војскама или чак посредством приватних извршилаца ратних услуга, то није само из техничких разлога, већ и зато што се више не могу ослонити на грађане да ће бити регрутовани у милионима и да ће умирати у борби за отаџбину. Мушкарци и жене су спремни да умиру (или још вероватније да убијају) за новац или за нешто ситније, или за нешто крупније, али у првобитним домовинама нације, не више и за националну државу” (Hobsbaum, 2008, p. 93).

Пошто су војна дисциплина и кохезија отисак друштвене солидарности (Павловић, 1909, pp. 1, 8-9, 19-20, 57-58), а суштина војне дисциплине лежи „у потпуном потчињавању личних интереса извршењу борбеног задатка” (Старчевић, 2022, p. 229), при чему свесна дисциплина зависи од прихватања циљева рата, дакле лежи у политичкој

⁴ О прилагођавању припадника војске у миру и рату и ментално-хигијенској заштити припадника војске шире у (Петровић, 2021, pp. 23-25)

равни (Старчевић, Благојевић, 2017, pp. 117-134), улазак савремених друштава у флуидну модерност битно је изменио ниво пожељности војног позива. Тачније, снизио га је. То је последица трансформације друштва. Дискрепанца је створена: вредности војног позива остале су исте, али се друштво променило. Национална стајаћа војска изгубила је друштвено тло под ногама (Старчевић, Благојевић, 2022, pp. 211-214). Грађани који добровољно служе војни рок, постају професионални војници или уписују војне школе чине то због других разлога, а не због тога што су војна обавеза и војни позив делови мозаика са ликом друштвеног идеала. Млади привржени војном позиву још увек се могу наћи у џеповима друштва у којима су преживеле традиционалне вредности или где се војни позив доживљава као социјални лифт или међу авантуристима. То, међутим, није довољно за попуњу стајаће националне војске, која је, грубо и уопштено речено, постала непопуларна (van Kreveld, 2012, pp. 398-399). Истовремено, то отвара врата за различите промене у војној сфери: прелазак на „малу професионалну војску”, ослањање на колективну безбедност са мултинационалним штабовима и снагама, коришћење услуга приватних војних компанија... Све то подсећа на повратак у време пре успона нација. Међутим, реч је о другачијем измештању: оном из типа војске у коме грађани сами носе терет одбране на тип у коме носе трошкове издржавања специјалиста који (би требало да) носе терет одбране.

Куда год водиле ове промене, пошто рат није нешто из међународних односа нити из унутардржавних спорова, један проблем остаје неуралгичан: смањивање нивоа пожељности војног позива, својеврсно брисање лика официра из друштвеног идеала, прети да умањи квалитет официрског кадра савремених војски. Ако рад у војсци престане да буде избор дела подмлатка елите по способностима у једној држави, онда ће она без обзира на систем војног школовања, имати просечне и испод просечне офицере. Ово ће дугорочно деградирати, па и довести у питање војни професионализам. Ако „мала професионална војска”, губећи професионализам, остане само „мала војска”, онда друштвена потреба за заштитом неће бити задовољена, намера да се брани држава била би изиграна, а „довољно је рећи да без озбиљне намере да се брани ниједна држава не би имала право да спроводи своје сопствене законе, што одбрану чини нормативно нужном...” (Babić, 2018, p. 233).

Закључак

Бауманов теоријски приступ савременом друштву пружа веома добру основу за разумевање трансформације војске и опадања интересовања грађана за војни позив.

Док су у протеклим епохама људске историје културне стратегије којима су осмишљавани животи људи (упркос свести о властитој смртности) подржавале бављење војним позивом, нова културна стратегија карактеристична за флуидну модерност негира

и одбацује друштвене вредности кључне за војни позив. Отуда је разумљив избор многих држава да стајаћу националну војску замене другим типом војске, коју у недостатку бољег назива најчешће означавамо као малу професионалну војску. Међутим, опадање интересовања за војни позив потенцијално угрожава ефикасност овакве војске, јер може да води ка слабијој селекцији кандидата за војне старешине, што би за последицу имало умањивање професионализма старешинског састава.

Литература

- Ђукић, С. (2019). *Страни утицај на развој српске војне доктрине у XIX и првој деценији XX века*. Београд: МЦ „Одбрана”, Војна академија
- Павловић, Т. (1909). *Друштвени развитак и војска, еволуција војне дисциплине*. Београд: Нова штампарија „Давидовић”
- Петровић, Ј. (2021). *Војна психологија и психолошки рат, достигнућа и перспективе*. Лепосавић: Институт за српску културу Приштина – Лепосавић, Лепосавић.
- Старчевић, С. (2010). „Преторијански проблем у савременој политикологији”. *Војно дело*, зима/2010: 193–209
- Старчевић, С. Благојевић, С. (2017). „Кревелдов спор са Клаузевицем – да ли је смисао рата политички?”. *Српска политичка мисао*, Vol. 56 (2): 117–134.
- Старчевић, С. Благојевић, С. (2019). „Однос српског друштвеног карактера и војне неутралности”. *Војно дело*, 8/2019: 256–272 DOI: 10.5937/vojdelo1908256S Старчевић, С. Благојевић, С. (2022). „Професионална војска у неутралним државама и друштвена потреба за заштитом”. У: Благојевић В. (прир.) *Неутралност и стратешко одвраћање* (pp. 209-227). Београд: МЦ „Одбрана”, Школа националне одбране Универзитета одбране
- Старчевић, С. (2020). *Револуција и легитимност*. Београд: Чигоја штампа Старчевић, С. (2022). *Социологија*. Београд: Медија центар „Одбрана”, Војна академија
- Babić, J. (2018). *Ogledi o odbrani*. Beograd: Službeni glasnik Bauman, Z. (2010). *Fluidni strah*. Novi Sad: Mediterran publishing Bauman, Z. (2009). *Fluidni život*. Novi Sad: Mediterran publishing
- Bauman, Z. Obirek, S. (2016). *O bogu i čoveku, razgovori*. Novi Sad: Mediterran publishing
- Bauman, Z. (2018). *Stranci pred našim vratima*. Novi Sad: Mediterran publishing
- Boëne, B. (2018). “The Military as a Tribe Among Tribes. Post-modern Militaries and Civil-Military Relations: An Update”. In: Caforio, G and Nuciari, M. (eds.), *Handbook of the Sociology of the Military* (pp. 179-202). Cham: Springer
- Burk, J. (2018). “Military Mobilization in Modern Western Societies”, In: Caforio, G. and Nuciari, M. (eds.), *Handbook of the Sociology of the Military* (pp. 101-120). Cham: Springer

- Chandler, D. G. (2000). „The Iron Marshal, Davout”. In: Chandler, D. (ed.), *Napoleon's Marshals* (pp. 92-117). London: Cassell
- Čupić, Č. (2019). *Politika i intelektualci*. Beograd: Čigoja štampa
- Čupić, Č. (2020). *Politika i politička kultura*. Beograd: Čigoja štampa
- Eko, U. (2016). *Pape Satàn aleppe*. Beograd: Geopoetika
- Gidens, E. (2001). *Sociologija*. Podgorica: CID
- Hobsbaum, E. (2008). *Globalizacija, demokratija i terorizam*. Beograd: Arhipelag
- Kastels, M. (2018). *Uspon umreženog društva*, drugo izdanje. Beograd: Službeni glasnik
- Long, J. (2019) “It’s not the economy: why the Army missed its recruitment goals and what to do about it”. Modern War Institute at West Point <https://mwi.usma.edu/not-economy-army-missed-recruitment-goals/>, 08. 07. 2022
- Mićunović, D. (2018). *Demokratija, populizam, entropija*. Beograd: Arhipelag
- Ricer, Dž. (2012). *Savremena sociološka teorija i njeni klasični koreni*. Beograd: Službeni glasnik
- Sartori, Đ. (2001). *Demokratija – šta je to?*. Podgorica: CID
- Shane, L. III. (2022). “Sluggish military recruiting worries Congress”. *Military Times*, 27.04.2022, <https://www.militarytimes.com/news/pentagon-congress/2022/04/27/sluggish-military-recruiting-worries-congress/>, 08.07.2022.
- Spoehr, T. (2022). “Military Recruiting Faces Its Biggest Challenge in Years”. *The Heritage Foundation*, 13.05.2022, <https://www.heritage.org/defense/commentary/military-recruiting-faces-its-biggest-challenge-years>, 08.07.2022.
- Starčević, S. Vukadinović, G. (2017). “Military intervention as a form of war”. In: Janjić, G. (ed.), *International Scientific Conference Impact of changes in Operational Environment on Preparation and Execution (Design) of Operations (02.–03. November, 2017, Belgrade) Conference Proceedings* (pp. 307-318). Belgrade: Media Center Odbrana
- Sudić, D. (2021) *Jezik stvari, kako razumeti svet poželjnih predmeta*. Beograd: Službeni glasnik
- Šušnjić, Đ. (2015). *Teorije kulture*. Beograd: Zavod za udžbenike
- Tresch, T. (2018). “Challenges in recruitment and retention is there a solution?”. *Contemporary Military Challenges*, June 2018, pp. 19-21
- DOI:10.33179/BSV.99.SVI.11.CMC.20.2.02

THE INFLUENCE OF DIFFERENT CULTURAL STRATEGIES ON THE DESIRABILITY OF A MILITARY PROFESSION

Summary

According to Zygmunt Bauman, culture emerges as a human attempt to make possible living with the knowledge of mortality. Different cultures have given different answers to this same question. Generalizing, it can be said that different answers are grouped around three major cultural strategies or formulas for overcoming the fear of death and gaining immortality (symbolic immortality of course).

The first of these cultural strategies is the negation of mortality. Awareness of the afterlife and the eternity of the human soul is formed. Although it seems that this eschatological formula can only recruit priests, it was, and in some places still is, very good for conscription of soldiers. The reason for this is that heroism and death in battle can be rewarded with endless pleasures in Valhalla or other versions of paradise.

Another cultural strategy, the extension of human life, can be described with words patrimony and inheritance. First of all, it is a biological inheritance, but any other inheritance is also welcome: family name, property and business can be inherited. A lineage and family tree is formed. This cultural strategy gave remarkable results in the military field: for example, about the French noble family of Davout, which gave soldiers from the 11th to the 19th century, there was a saying: "When one Davout is born, one sword falls out of its scabbard." Another good example could be found in the Military Frontier in the Austrian Empire where many generations have given soldiers and officers.

The third cultural strategy relied on the *pro patria* formula (this is part of roman poet Horace's verse: *Dulce et decorum est pro patria mori*). The formula developed during the rise of nations. Genius individuals, with their significant work, had a guaranteed place in the pantheon of the nation. So, national glory became a new form of immortality. One could also participate in the national glory on the battlefield. Even anonymous death in war led to immortality in the form of the glory and the greatness of the nation. This third formula provided the cultural basis for the creation of mass armies and compulsory conscription.

In parallel with these main cultural strategies, there always was another, alternative strategy. It marginalizes the concern for the finality of human life. In this strategy, wholeness, duration, and eternity lose their appeal. To live here and now, to indulge in enjoyment, hedonism - that is the meaning of human life. But it was usually on the margins of society.

Modern consumer society uses this alternative strategy and complements it with a new invention: the compression of enjoyments, impressions and pleasures of life. One should taste all that human life as such can provide in one, limited human life. This, in Bauman's opinion, creates the impression of living many lives in one life. Satisfaction of all desires is what one wants, but quickly and without effort. "Fast and effortless" actually means that there are ready-made solutions for human requirements, in stores. Such pleasures are, of course, superficial or "instant pleasures", with effects of dissatisfaction and the opening of new desires. On the one hand, this leads to "instant earnings", and on the other hand, it leads to the "consumer syndrome" that dominates in our culture. As a result, long-term duration is dethroned in favor of temporarily consumer pleasures, in favor of newness. In such conditions, a person's identity is no longer a life project that implied continuity and coherence. Instead, it is now a perceived product of man's current and changing choices.

How this cultural strategy affects the military profession? Society is made by individuals and their interactions. At the same time, it is an external reality and as such it affects and shapes individuals. Modern industrial society has socialized its members by developing the qualities necessary for work in a factory: obedience, discipline, persistence in work, fulfillment of daily routines over a long period of time. These are the same qualities that were valued in the military. And still are.

Military service is becoming less and less attractive to modern man. This, on the one hand, narrows the state's choice of army type to a "small professional army", while on the other hand, it threatens to reduce the quality of the officers and thereby degrade military professionalism.

Key words: fluid modernity, Zigmund Bauman, Cultural Strategy, Professional Military, Military Calling