

**RELIGIJSKA IMAGINACIJA
I SAVREMENI MEDIJI:**
medijizacija religije i/ili religizacija medija

Priredili:

Zorica Kuburić, Srđan Sremac i Sergej Beuk

Novi Sad, 2010.

RELIGIJSKA IMAGINACIJA I SAVREMENI MEDIJI:

medijizacija religije i/ili religizacija medija

Izdavač

CENTAR ZA EMPIRIJSKA ISTRAŽIVANJA RELIGIJE
www.ceir.co.rs

Priredili

Zorica Kuburić, Srđan Sremac, Sergej Beuk

Recenzenti

Prof. dr Đuro Šušnjić
Prof. dr Milan Vukomanović

Lektura

Marija Antonijević

Dizajn i prelom teksta

Zoran Živančević

Štampa

MBM Plas, Novi Sad

Tiraž

500

Mesto izdanja

Novi Sad

Godina izdanja

2010

Sadržaj

O autorima	7
Predgovor	13

Medijizacija religije

<i>Srđan Sremac, Sergej Beuk i Violeta Cvetkovska Ocokoljić:</i> Religija, mediji i kultura: Medijizacija religije i/ili religizacija medija	19
<i>Vladeta Jerotić:</i> Kako se drugima prenosi religija	37
<i>Zorica Kuburić i Ana Kuburić:</i> Stepenn poverenja u medije	41
<i>Danijela Gavrilović:</i> Religija i mediji kao merila vremena	63
<i>Ratko Kuburić:</i> Metode kojima se koriste mas-mediji u formiranju stavova javnog mnjenja prema verskoj toleranciji	73
<i>Violeta Cvetkovska Ocokoljić i Tatjana Cvetkovski:</i> Instrumentalizacija religije: kodirana komunikacija	87
<i>Nataša Simeunović:</i> Medijizacija Srpske pravoslavne crkve: odgovornost novinskog naslovljavanja.....	105
<i>Dubravka Valić Nedeljković:</i> Ekranizacija patrijarha	115
<i>Dejan Pralica:</i> Analiza medijskog diskursa srpske štampe o smrti i izboru patrijarha	137
<i>Vladislav Šćepanović:</i> Pseudo-religija u društvu medijskog spektakla	155
<i>Danijela Grujić:</i> Verska tolerancija i mediji	171
<i>Aleksandar Trudić:</i> KULTURE, RELIGIJE I MEDIJI: doprinos različitih teorija u sociologiji kulture i sociologiji religije	181

Religija, film, umetnost i Internet

<i>Srđan Sremac i Sergej Beuk:</i> Šta ima zajedničko Holivud sa Jerusalimom? Film, teologija i religijsko iskustvo	197
<i>Irina Radosavljević:</i> Film i sveto – mogućnosti i načini predstave.....	209
<i>Antonije Aras:</i> Viđenje Apokalipse u savremenom filmu.....	223
<i>Davorin Peterlin:</i> Od usmene predaje do Markova evanđelja i od Markova evanđelja do <i>Pasije</i> Mela Gibsona: Neke poveznice između <i>Redaktionsgeschichte</i> i <i>regie</i>	231
<i>Nikola Knežević i Tatjana Radić:</i> Uticaj Interneta na afirmaciju religiozne svesti: na primeru forumske interakcije i misije	239
<i>Saša Karalić:</i> The Extra Light Project	255

O autorima

Antonio Aras je osnovno i srednje obrazovanje završio u Podgorici i Vršcu. Godine 2006 je diplomirao na Bogoslovskom fakultetu u Beogradu. Nakon završenih studija, postdiplomske studije započeo na Katoličkom teološkom fakultetu u Grazu i Protestantskom teološkom fakultetu u Erlangenu, a nastaviće na Bogoslovskom fakultetu SPC u Beogradu.

Tatjana Cvetkovski vanredni je profesor na Fakultetu za poslovne studije, Megatrend univerziteta u Beogradu. Bavi se istraživanjima u oblasti komunikacije, ljudskih resursa i organizacionog ponašanja. Učestovala je u brojnim domaćim i međunarodnim konferencijama, i ima niz objavljenih radova iz navedenih oblasti. Autor je više udžbenika i monografija.

Sergej Beuk je rođen 1972. godine u Beogradu, gde je, nakon završene osnovne i srednje škole, studirao na Bogoslovskom fakultetu SPC. Pedagogiju i andragogiju diplomirao je 2003. godine na Filozofskom fakultetu u Istočnom Sarajevu, a teološke studije 2005. na Protestantskom teološkom fakultetu u Novom Sadu, na kome je i magistrirao 2007. godine.

Danijela Gavrilović radi na Filozofskom fakultetu u Nišu. Predaje Sociologiju religije i Sociologiju morala, Religije savremenog sveta, na Departmanima za sociologiju i žurnalistiku. Polja interesovanja: vrednosti, identiteti, moral, religija, savremeno društvo.

Vladeta Jerotić, lekar, psihijatar, književnik, akademik, je rođen 2. avgusta 1924. godine u Beogradu u kome je završio gimnaziju i Medicinski fakultet. Specijalizirao je neuropsihijatriju, a u Švajcarskoj, Nemačkoj i Francuskoj psihoterapiju. Radio je više decenija kao šef Psihoterapeutskog odeljenja bolnice „Dr Dragiša Mišović“. Od 1985. kao profesor po pozivu predavao je Pastirsku psihologiju na Bogoslovskom fakultetu u Beogradu. Jerotić je razvio obimnu i plodnu publicističku delatnost iz graničnih oblasti religije i psihoterapije i filosofije i psihijatrije. Takođe je održao predavanja iz psihijatrije, religije i književnosti u gotovo svim većim gradovima Jugoslavije. Od 1984. godine Vladeta Jerotić je član Udruženja književnika Srbije, a redovan je član Medicinske akademije i Srpske akademije nauka i umetnosti.

Saša Karalić je likovni umetnik i predavač multimedijalnih umetnosti na Gerrit Rietveld akademiji u Amsterdamu. Rođen je 1970. godine u Banjaluci, studirao je jugoslavensku književnost i srpsko-hrvatski jezik na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu od 1989 do 1992, diplomirao je 1997. na likovnoj akademiji Gerrit Rietveld u Amsterdamu na odsjeku za audiovizuelne umetnosti. Postdiplomske studije je pohađao na Kraljevskom koledžu za lepe umetnosti (Royal College of Fine Arts) u Štokholmu. Živi i radi u Amsterdamu.

Zorica Kuburić (rođ. Simonović) redovni je profesor na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu. Predaje Sociologiju religije i Metodiku nastave sociologije i filozofije. Predsednica je Centra za empirijska istraživanja religije u Novom Sadu. Osnivač je i glavni urednik naučnog časopisa „Religija i tolerancija“. Zorica Kuburić, rođena je u Kruševcu, a svoje obrazovanje sticala je u Zagrebu, Sarajevu i Beogradu. Studirala je psihologiju na Filozofskom fakultetu u Beogradu i pedagogiju u Sarajevu. Magistrirala je na Medicinskom fakultetu u Zagrebu (1989) s temom „Odnos između prihvaćenosti dece u porodici i psihijatrijskih problema u adolescentnoj dobi“. Doktorirala je na Filozofskom fakultetu u Beogradu (1995) na odesku za sociologiju, s temom: „Slika o sebi adolescenata u protestantskoj porodici“. Takođe je završila i četvorogodišnju edukaciju iz Sistemske porodične terapije na Institutu za mentalno zdravlje u Beogradu (2004) i stekla zvanje porodičnog terapeuta. Napisala je i objavila više knjiga, naučnih i stručnih radova. Najznačajnije knjige su: „Porodica i psihičko zdravlje dece“; „Religija, porodica i mladi“; „Vera i sloboda, Verske zajednice u Jugoslaviji“. Autor je odrednice o religijskoj praksi u Srbiji u „Svetskoj enciklopediji religijske prakse“.

Ratko Kuburić je rođen 31 maja, 1948. godine u Bosanskom Petrovcu. Svoje obrazovanje, posle osnovne škole koju je završio u Prijedoru, sticao je u Beogradu i Zagrebu. Filozofski fakultet, odsek za psihologiju upisao je 1974. godine u Beogradu, i paralelno studirao teologiju koju je diplomirao. Završio je, takođe u Beogradu, na Jugoslovenskom Institutu za novinarstvo 1987-89 dvogodišnje školovanje iz radio reportaže i radio novinarstva. Specijalizaciju iz oblasti radio-novinarstva nastavio je od 1989 do 1991. godine u Engleskoj - BBC. Magistarske studije upisao je na Fakultetu političkih nauka, odslušao sva predavanja i paralelno upisao magistarske studije na Teološki fakultet u Novom Sadu gde je i magistrirao na temi: *Uloga*

mas-medija u formiranju stava javnog mnjenja o verskoj toleranciji. Član je Udruženja novinara Srbije. Sada je na funkciji predsednika Predstavništva Centra za empirijska istraživanja religije u Bosni i Hercegovini.

Nikola Knežević je završio studije teologije 2005. godine na Protestantskom teološkom fakultetu u Novom Sadu, gde je dve godine kasnije stekao zvanje magistra nauka (*Summa cum laude*). Angažovan je na Protestantskom teološkom fakultetu u Novom Sadu kao predavač iz predmeta Teološka antropologija, Politička teologija i kao urednik časopisa pod nazivom „Teološki časopis“. Do sada je objavio više naučnih radova i na desetine članaka, učestvovao na više naučnih skupova, tribina i konferencija. Potpredsednik i suosnivač Centra za interdisciplinarnu religioološke studije i Političku teologiju.

Dubravka Valić Nedeljković - šef Odseka za medijske studije Filozofskog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu. Predavačica i na master i doktorskim studijama na ACIMS Univerziteta u Novom Sadu, (Mediji i rod). Oblasti istraživanja: analiza medijskog diskursa, mediji i crkve i verske zajednice, mediji i multikulturalizam, mediji i rod, medijska regulativa. Objavila je šezdesetak radova u domaćim i međunarodnim publikacijama, učestvovala na mnogobrojnim naučnim i stručnim skupovima u zemlji i inostranstvu, objavila šest stručnih knjiga i monografija. Radila, pre angažma na univerzitetu, kao novinarka i urednica u Radio Novom Sadu tridesetak godina. Dobitnica je mnogih novinarskih nagrada za informativni radio program i radio reportažu. Aktivna u nevladinom sektoru: jedna od osnivačica i predsednica Upravnog odbora Novosadske novinarske škole, i drugih građanskih inicijativa kao što je i NGO Ženske studije i istraživanja, Specijalističke akademske studije, Asocijacija za kreativnu komunikaciju i debatu. Živi i radi u Novom Sadu.

Violeta Cvetkovska Ockoljić docent je na Fakultetu za kulturu i medije, Megatrend univerziteta u Beogradu. Bavi se istraživanjima u oblasti vizuelne kulture, komunikacije i religije. Učestvovala je u brojnim domaćim i međunarodnim konferencijama, i ima niz objavljenih radova iz navedenih oblasti. Prevodilac je sledećih knjiga: *Smisao ikona* (L. Uspenski, V. Loski, 2008); *Ikone i tajnoviti izvori hrišćanstva* (R. Templ, 2009). Autor je udžbenika *Komunikacija: čovek i kultura*. Bavi se ikonopisanjem od 1997. godine.

Davorin Peterlin je rođen u Zagrebu 1959. godine. Na zagrebačkome Filozofskom fakultetu diplomirao je 1983. engleski i poljski jezik te književnost. Teologiju je studirao na Baptističkoj teološkoj školi u Novome Sadu i Teološkom fakultetu „Matija Vlačić Ilirik“ u Zagrebu. Diplomirao je 1987. na Regent Collegeu u Vancouveru, gdje je sljedeće godine i magistrirao. Teologiju je doktorirao 1992. na Sveučilištu u Aberdeenu u Škotskoj. Oxfordsko sveučilište dodijelilo mu je 2003. počasni magisterij.

Nakon doktoriranja bio je profesorom i akademskim dekanom na Evandeoskom teološkom fakultetu u Osijeku te na Međunarodnom baptističkom teološkom fakultetu u Pragu, a predavao je i na drugim visokoškolskim ustanovama u zemlji i inozemstvu. Djelovao je i kao direktor Keston Instituta u Oxfordu i znanstveni radnik na oxfordskome Regent's Park Collegeu, a potom na Milltown Institutu u Dublinu (Head of School of Postgraduate Studies and Research). Krajem 2007. vratio se u Hrvatsku i predavao na Teološkom fakultetu „Matija Vlačić Ilirik“, Evandeoskom teološkom fakultetu u Osijeku kao profesor novozavjetne teologije, pročelnik za istraživački rad i voditelj poslijediplomskoga doktorskog studija, na Filozofskom fakultetu „Družbe Isusove“ u Zagrebu te na drugim ovdašnjim teološkim institucijama, sve do iznenadne i prerane smrti 14. lipnja 2010. Intenzivno se bavio teološkim, prevodilačkim i književnim radom. Objavio je značajne radove iz biblijskoteološkoga i crkvenopovijesnog područja te brojne popularno-znanstvene članke i eseje. Pored zapažene doktorske disertacije (*Paul's Letter to the Philippians in the Light of Disunity in the Church*) bavio se i biblijskim prevođenjem te je bio urednikom više protestantskih hrvatskih novozavjetnih prijevoda, a jedno vrijeme i članom prevodilačkog tima Nove hrvatske Biblije. Objavio je više znanstvenih i stručnih radova u stranim i domaćim teološkim časopisima, a uređivao je i teološki časopis *Loci Communes*.

Dejan Pralica je asistent na Odseku za medijske studije Filozofskog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu za predmete Radijsko novinarstvo i Analiza medijskog diskursa. Diplomirao na Odseku za srpski jezik i lingvistiku istog fakulteta. Titulu magistra lingvističkih nauka stekao na istom Odseku, na predmetu Analiza diskursa. Doktorirao novinarstvo na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu. Napisao je knjigu *Diskurs radija*, brojne naučne radove i preko 60 kritika i prikaza iz oblasti lingvistike, žurnalistike i komunikologije. Saradnik Radija 021,

Novosadske novinarske škole, časopisa *Zlatna greda*, *Link* i *Religija i tolerancija*. Član Nezavisnog društva novinara Vojvodine i Društva za primenjenu lingvistiku Srbije.

Tatjana Radić je rođena 1982. godine u Valjevu, gde je završila Valjevsku gimnaziju, a zatim Filozofski fakultet u Beogradu, odeljenje za sociologiju. U toku studija objavljuje više članaka, osvrti, učestvuje na brojnim istraživačkim projektima u okviru Filozofskog fakulteta, Instituta za sociološka istraživanja, Ministarstva za rad i zapošljavanje RS itd. Trenutno rukovodi istraživanjem iz oblasti sociologije religije „Ispitivanje stavova građana Srbije o religijskim pitanjima“ za Centar za evropske studije, Fondaciju Konrad Adenauer i Hrišćanski kulturni centar. Živi u Vrnjačkoj Banji.

Irina Radosavljević je diplomirani teolog Pravoslavnog bogoslovskeg fakulteta BU i master teorije umetnosti i medija Univerziteta umetnosti u Beogradu. Likovni umetnik, učesnik velikog broja izložbi u zemlji i inostranstvu. Stručni saradnik za medije i mediologiju Centra za proučavanje i upotrebu savremenih tehnologija Arhiepiskopije beogradsko-karlovačke. Objavljuje autorske tekstove u značajnim teološkim publikacijama (*Sabornost*, *Teološki pogledi*, *Teološki časopis*, *Istina...*). Prevodi sa francuskog i engleskog jezika.

Srdan Sremac je diplomirao teologiju na Protestantskom teološkom fakultetu u Novom Sadu. Studije nastavlja u Holandiji, prvo na Tyndale Theological Seminary, te zatim na Vrije Universiteit Amsterdam gde je i magistrirao iz oblasti Praktične (empirijske) teologije i Psihologije religije. Trenutno je na doktorskim studijama na Vrije Universiteit Amsterdam. Objavio je dvadesetak naučnih radova u domaćim i međunarodnim časopisima. Autor i priređivač nekoliko knjiga kao što su *Fenomenologija konverzije* (2007), *Konverzija i kontekst* (2009), *Religijska imaginacija i savremeni mediji* (2010). Učesnik je mnogih teoloških konferencija u zemlji i inostranstvu. Predsednik i suosnivač Centra za interdisciplinarnu religiološku studiju i Političku teologiju. Trenutno živi i radi u Amsterdamu u Holandiji.

Aleksandar Trudić (1985): diplomirao sociologiju na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu, trenutno na postdiplomskim master studijama na Protestantskom teološkom fakultetu isto u Novom Sadu. Objavljuje je

radove i prikaze knjiga iz područja sociologije religije, teologije, sociologije kulture i sociokulturalne antropologije u naučnim časopisima i zbornicima kao što su: Religija i tolerancija, Ekumenski zbornik, Nacija kao problem i/ili rešenje/Istorijski revizionizam u Srbiji. Takođe, radi na profesionalizaciji omladinskog rada u Srbiji. Redovan član Centra za edukaciju, razvoj i istraživanja psihoanalitičkih nauka u Novom Sadu i saradnik Centra za omladinski rad. Pohađao veliki broj domaćih i međunarodnih seminara koji se tiču neformalnog obrazovanja i omladinskog rada.

Vladislav Šćepanović je završio Fakultet likovnih umetnosti na Cetinju 1994. godine u klasi profesora Ratka Lalića. Postdiplomske studije je završio na Fakultetu primenjenih umetnosti u Beogradu 1997. gde radi kao docent na predmetu Crtanje i slikanje. Doktorirao je na interdisciplinarnim studijama Univerziteta umetnosti u Beogradu, Oblast teorija umetnosti i medija, 2009. godine u Beogradu, kod mentorke dr Divne Vuksanović. Izlagao na dvadeset samostalnih i više kolektivnih izložbi u zemlji i inostranstvu. Objavio više naučnih radova iz Oblasti teorije umetnosti i medija.

Predgovor

Mediji crkava i verskih zajednica i religija kao predmet interesovanja novinara u laičkim medijima je sasvim skrajnuta tema naučnih i stručnih istraživanja i rasprava u Srbiji. Ne može se tvrditi da ne postoji nikakav interes za to, ali isto tako i da zanimanje za ovu temu odgovara njenom značaju kako za medijski, tako i za religijski sektor u Srbiji. Tim pre ovaj zbornik i skup koji mu je prethodio, „Religija, mediji i kultura: medijizacija religije i/ili religizacija medija“, predstavljaju, i po obimu i po diverzitetu pristupa i tema, značajno štivo, kako teologa, religiologa, tako i komunikologa, odnosno svih onih kojima su društvena istraživanja u središtu pažnje.

Podsetimo da su mediji crkava i verskih zajednica i religija kao predmet interesovanja novinara u laičkim medijima novija pojava kako u informativnoj praksi tako i u istraživačkom području. Uzrok tome pre svega treba tražiti u društveno-političkom, istorijskom i s tim u vezi zakonodavnom kontekstu. Sve do ukidanja Zakona o crkvama i verskim zajednicama, početkom poslednje decenije dvadesetog veka, elektronski mediji nisu bili otvoreni za religijske teme, niti su crkve i verske zajednice mogle, prema tom Zakonu donesenom početkom sedamdesetih, da ih osnivaju za potrebe svojih vernika. To međutim nije bila specifičnost samo Srbije. Urednik časopisa *Time* H. A. Grunwald (1994) navodi da se „religija iz nedeljnog dodatka preselila na prve stranice“, i prognozira još tada da će „verski ratovi, veliki i mali, po svoj prilici narednih decenija sve češće izbijati (...) Sredstva informisanja ove ekstremne slučajeve moraju da razmatraju stručno i savesno.“ Rezultat, otvaranja države prema crkvi, ali i crkve prema državi, kao i ratni sukobi na teritoriji prethodne Jugoslavije iz devedesetih koji su neretko definisani i kao verski sukobi, ogleda se i u pokretanju verskih emisija u takozvanim matičnim jugoslovenskim RTV centrima, u državnim elektronskim medijima. Samo sporadično u takozvanim nezavisnim medijima. Crkvenim velikodostojnicima u **informativnim programima** državnih medija među kojima je tada bio i RTNS/ Novi Sad i RTVB /Beograd, a kasnije RTS daje se zapažen prostor, što ranijih gotovo pola veka nije činjeno. Povodom najznačajnijih praznika Uskrsa i Božića objavljuju se poslanice i intervjui sa

1 U organizaciji *Centra za empirijska istraživanja religije i Doma omladine Beograda* Konferencija sa međunarodnim učešćem je održana 7. i 8. maja 2010. godine u Domu omladine Beograda, Srbija.

velikodostojnicima konfesija bliskih pojedinim medijima. Prati se njihova politička i verska aktivnost na najvišem nivou, domaća i međunarodna.

Devedesetih godina dvadesetog veka uvode se nove stalne i periodične specijalizovane emisije **obrazovnog** karaktera posvećene **veronauci**, uglavnom u državnim elektronskim medijima, nekada matičnim RTV centrima, ređe u novoosnovanim privatnim i takozvanim nezavisnim. U okviru **zabavnog** programa prenose se koncerti duhovne muzike, a u vreme Uskrsa i Božića kompletne mise i bogoslužjenja. Uvode se kvizovi sa verskim sadržajem, emituju umetnički i dokumentarni religijski filmovi.

Verske zajednice počinju da otvaraju sopstvene elektronske medije (najčešće radio stanice) i nezavisne produkcije, odnosno u saradnji i koprodukciji sa laičkim medijima realizuju dokumentarno-obrazovni religijski program.

Sve ovo je bio dobar povod da nauka obrati pažnju na religijski diskurs kod nas, što je uglavnom ostalo sasvim sporadično i ostaje u sferi interesovanja svega nekoliko istraživača (Svenka Savić, Tadej Vojnović, Dubravka Valić, a nakon 2000-te još i mlađih istraživača kao što su Dejan Pralica, Miroslav Keveždi i drugi). Tačnije predmet mogućih istraživanja je mnogo izazovnije od postojećeg naučnog i stručnog odgovora na te izazove svakodnevne medijske prakse.

Nakon dvehiljadite valja istaći da su verski mediji i verske zajednice prepoznati u paketu novih medijskih zakona. Tako već 2002. 18. jul „Zakona o radio-difuziji“ definiše da radio i tv stanice crkava i verskih zajednica ne podležu plaćanju naknade za emitovanje programa do okončanja postupka povraćaja imovine tim crkvama i verskim zajednicama oduzete nakon Drugog svetskog rata u postupku nacionalizacije, konfiskacije, eksproprijacije. Savet Radiodifuzne agencije, osnovan ovim zakonom, ima 9 članova od kojih je jedan predstavnik verskih zajednica, koji je trenutno i predsedavajući Saveta Agencije. Republička radiodifuzna agencija je dodelila dozvole za emitovanje radijskim stanicama čiji osnivači su SPC i RKC (Radio beseda i Radio Marija). Osim toga javni servisi se obavezuju da informišu bez diskriminacije o delatnostima crkava i verskih zajednica.

„Zakon o javnom informisanju“ (2003) sankcioniše distribuciju informacija verske netrpeljivosti (član 17) i zabranjuje govor mržnje i prema verskim zajednicama (član 38).

„Zakon o crkvama i verskim zajednicama“ (april 2006) takođe definiše mogućnost osnivanja kako štampanih tako i elektronskih medija, ali i pravo

da o svojoj delatnosti informišu putem javnih radiodifuznih ustanova - javnih servisa („Informativna i izdavačka delatnost“ član 43).

Dakle iako postoji zadovoljavajući zakonski okvir opšte karakteristike prezentacije religijskih sadržaja u medijima u Srbiji (bilo da su verski ili laički) su takve da se može generalno tvrditi da ne postoji model dobre prakse. Nema novinara koji poseduju kapacitet za novinarski pristup temi², niti člana crkve odnosno verske zajednice koji poseduje visoke profesionalne novinarske kapacitete. Gotovo da u potpunosti izostaju ekumenski i interreligijski sadržaji. Favorizuje se SPC kao većinska Crkva. Većina emisija u elektronskim medijima po sadržaju je pouka u veri (katehizis), a ne pouka o veri (religiologija). Zapažen pozitivan pomak – u elektronskim medijima se ipak mogu naći i sadržaji o drugim crkvama i verskim zajednicama, a da nisu senzacionalistički motivisani.

Ono što najviše nedostaje na kraju prve decenije dvadesetprvog veka je i dalje izostajanje u dovoljnoj meri naučnih i stručnih skupova i dijaloga o ovoj izazovnoj i zahtevnoj temi.

Zbornik radova koji je pred znatiželjnim čitaocima sadrži dve podjednako izazovne oblasti: **Medijizacija religije i Religija, film, umetnost i Internet**. Oba poglavlja karakteriše modernost, inovativnost, kreativnost radova kako u stručnom, tako i u naučnom pristupu. Dakle dovoljno inspirativno da se posveti pažnja doprinosu ovih tekstova istraživačkoj oblasti društvenih i umetničkih nauka. Ono što raduje jeste broj mladih autora, što nam daje nadu da će se ubuduće ova tema češće nalaziti na agendi stručnih i naučnih skupova, kao i u časopisima i zbornicima poput ovog koji predajemo čitalačkoj publici na ocenu.

Dubravka Valić Nedeljković

2 Kao odgovor na stanje i težnja da se ono popravi na Odseku za medijske studije Filozofskog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu uveden je na četvrtoj godini studija izborni predmet „Mediji i crkve i verske zajednice“.

Medijizacija religije

Srđan Sremac, Sergej Beuk i Violeta Cvetkovska Ocokoljić

Religija, mediji i kultura: Medijizacija religije i/ili religizacija medija

UVOD I PREGLED RADOVA

Mediji nisu prosto prenošenje informacija ili ispravno ili pogrešno predstavljanje stvarnosti. Oni su alati kojima potrošači i vernici ostvaruju ili veruju ono što žele. Mediji svih vrsta... su suštinski sastojci socijalne konstrukcije stvarnosti.

Dejvid Morgan (Morgan, 2008: xiv)

Uvod

Pitanja od kojih polazimo u ovom zborniku radova su: da li i kako savremena kultura i mediji transformišu religioznost/spiritualnost i da li mediji donose nov funkcionalni okvir ideje tradicionalnosti u religijsko – teološkom smislu. Da li mediji menjaju religiju? Da li religija menja medije? Ono što, takođe, smatramo važnim jeste i odnos religije i savremene umetničke produkcije/ekspresije i njihove etiologije u vremenu postmodernog diskursa vrednosti. Ako pođemo od činjenice da je moderna umetnost permanentna i praktična ontička analiza, onda je i religija, ovde i sada, ontološki izraz zbivanja bića kao onog koje je u stalnom samooslobođenju, u dealijenaciji i deideologizaciji. I kultura i religija teže ka prevrednovanju dispozicije fenomena slobode i njene aktualizacije kroz medije i celokupan socijalni realitet, pa se tako, paradoksalno, i religija i umetnost, a kroz medije, obraćaju imaginarnoj većini, a da one same ostaju potencionalno hermetizovane ili, bar, nedovoljno markantne. Da li su religija i kultura samo sistematizovane

refleksije ljudskog duha ili one u nekoj vezi sa osećanjem Svetog? Da li mediji mogu uopšte predstaviti religiju i kulturu i kakav je njihov međuodnos?

Mediji, religija i kultura imaju kompleksan odnos. Religija je uvek doživljavana i praktikovana u specifičnom kulturnom kontekstu, a on je danas (pre)zasićen popularnim medijima. Nesumnjivo je da danas religiju doživljavamo i praktikujemo na način koji odražava i ponekad, čak, pruža otpor medijima, ali nikad ne izlazi iz tog konteksta (Clark, 2007: ix). Na početku svoje knjige *Religion in the Media Age*, Stuart Huver ukazuje: „Kako sve više zalazimo u dvadesetprvi vek, tako se čini da se religija i mediji sve više povezuju. Veliki deo savremene religioznosti i duhovnosti saznajemo upravo preko medija.“ (Hoover, 2006: 1). Očigledno je da u naše vreme granica između medija i religije postaje sve disperzivnija, čime mediji, zasigurno, preuzimaju ulogu tradicionalnih religijskih institucija.

Pre nego što započnemo diskusiju o interakciji medija, religije i kulture, trebalo bi da (re)definišemo navedene koncepte. Počecemo sa *medijima*.

Mediji, uopšteno, označavaju različita sredstva komunikacije, kao što su novine, televizija, radio i u poslednje vreme Internet. Osnovno pitanje iz oblasti akademskog proučavanja religije i medija jeste: da li medije treba prevashodno razumeti u tehnološkom smislu, kao okvir za transmisiju religiozne ideologije, ili možda institucionalno, kao strukturirani kompleks društvenih odnosa? Želeći da fenomen medija objasne u naučnom, etiološkom smislu, neki teoretičari medijsku komunikaciju shvataju kao linearan proces: pošiljalac konstruiše poruku, ta poruka se pohranjuje u tehnologiju medija koja je multiplikuje i distribuira do masa široko rasutih primalaca, gde ona očituje svoj efekat (Horsfield, 2008: 112). U kontekstu religije, mediji su, naprosto, shvaćeni kao instrumenti ili kanali koji prenose religiozno determinisane poruke do recipienta. Međutim, ovakvo instrumentalno shvatanje medija je počelo da se menja u poslednjih nekoliko decenija. Mediji se sada više ne shvataju kao pojedinačni instrumenti „već kao deo dinamike samoga društva, medijizovana stvarnost koja ne obuhvata samo tehnološke medije masovnih komunikacija, nego i sveukupne procese medijizovanog života“ (2008: 113). U tom smislu, Piter Horsfield ne definiše medije kao instrumente koji prenose neizmenjene poruke, „već kao područja na kojima se vrše konstrukcije, pregovaranja i rekonstrukcije kulturnih značenja, u jednom neprestanom procesu održavanja i menjanja kulturnih struktura, odnosa, značenja i vrednosti“ (2008: 113). Tako mediji postaju *opšti medijumi denotiranja*, stvarajući nove konstrukte potencijalnih relacija

između postojećih i mogućih epistemičkih kodeksiranja. Mediji (pogotovu vizuelni), po svojoj prirodi, uvek redefinišu, revalorizuju, reprezentuju neki kulturni kontekst, stavljajući ga u dinamičku formu svoje prirode i odnoseći se prema njemu kao prema tek (po)rođenoj realnosti, što predstavlja pogodnu kognitivnu sredinu za analizu socijalnih odnosa i kriterijuma po kojima se oni razvijaju.

Slično tome, i definicije *religije* su prilično širokog opsega: neke naglašavaju lični, druge religiozni društveni aspekt; neke funkciju, druge strukturu; jedne doktrine, druge verovanja. Iz tog razloga nije lak zadatak dovesti sve naglašeno pod jedinstvenu definiciju. Stoga je svaka definicija religije, najverovatnije, prihvatljiva jedino njenom autoru. Neki teoretičari zastupaju mišljenje da religiju više ne možemo definisati samo u smislu njenih istorijskih, strukturalnih ili doktrinarnih atributa. Umesto toga, religiju moramo posmatrati kao nešto što je generisano u iskustvu, praksi i aspiracijama „življenih života.“ (*lived-lives*) (Hoover, 2006: 39). U skladu sa ovim, Meredith Megvajer definiše religiju na sledeći način: „Religija se, u svom širokom sociološkom smislu, sastoji od toga kako ljudi shvataju svoj svet – od naracija po kojima žive. Življena religija uključuje neizmeran broj pojedinačnih načina na koje ljudi stavljaju svoje priče u praksu“ (McGuire, 2008: 98). U svojoj knjizi *The Sacred Gaze: Religious Visual Culture in Theory and Practice*, Dejvid Morgan nudi radnu definiciju religije kao konfiguracije društvenih međudnosa i kulturnih slojevitosti koje su usmerene ka silama koje asistiraju ljudskim bićima u organizovanju njihovih kolektivnih i individualnih života (Morgan, 2005: 5). Stoga se, po našem mišljenju, religija ne bi smela definisati izvan odnosa koji postoji između „transcendentne stvarnosti“ i ljudskih „zajednica“ koje ih otelovljuju. Religija je, dakle, uvek *veza* ili bolje reći *uspostavljena veza* Apsoluta i ljudskog bića koje ostvaruje kontakt i komunikaciju sa Onim koji nas u svemu prevazilazi. Međutim, i pored navedenog, pojedinac, odnosno ljudski kolektivitet, nosioci su religijskog nadahnuća koje je vekovima, kao i danas, bilo i ostalo ono što religijsko čini nedokučivim, ali, s druge strane, tako opštim i stvarnosnim pojmom.

Definisanje pojma *kulture* je takođe komplikovan zadatak: u antropološkom smislu, kultura je način života koji je naučen i praktikovan od strane članova određenog društva. Ljudi žive u svetovima u kojima oni stvaraju i otkrivaju smisao. Iz tog razloga neki teoretičari definišu kulturu kao „smisaonu dimenziju društvenog života“ (Tanner, 1997: 31). Sociologija, sa svoje strane, kulturu razume kao najširi spektar delovanja i proizvoda koji

se društveno prenose, počevši od nepisanih pravila i opštih bihejvioralnih smernica (Duncan, 1979). To znači da je kultura organizacija života koja uključuje predmete, norme, vrednosti i institucije koje generacije vrednuju i razvijaju. Zanimljiva je i psihološka perspektiva problema kulture, u kojoj se akcenat pomera sa društva na pojedinca: "Iz personalističke tačke, celokupno polje kulture se može smatrati kao kompleks serija tekstova ličnosti – onih putem kojih ličnost upoznaje okruženje (Sapir, 1993: 176). Psihološki, kultura je otvoren prostor mogućnosti za konstruisanje i pozicioniranje ličnosti u skladu sa iskustvom. Smemo reći da je kultura kumulativni rezervoar znanja, verovanja, stavova, iskustava, religijskih pojmova i simbola, kao i hijerarhija vrednosti kojima se etablira društvena svest i praksa.

Sada se možemo usredsrediti na interakciju ili interrelaciju između prakse medijizacije i prakse religije. Dobar primer odnosa između religije, medija i kulture su debate koje su pratile strip o Muhamedu objavljen u danskim novinama *Jyllands-Posten* 2005. godine. Po Hjarvardu ovaj slučaj jasno pokazuje kako mediji zaista igraju istaknutu ulogu u javnom životu i u stvaranju religioznih kontroverzi (Hjarvard, b. 2008: 10). Den Braunov (Dan Brown) roman, a kasnije i filmovi *Da Vinčijev kod* (2003) i *Anđeli i demoni* (2009) je pokrenuo brojne rasprave u vezi hrišćanstva uopšte, a rimokatolicizma specifično. Takođe, svođenjem religije na nivo popularne kulture, ovi romani su doprineli da se pojedinac iz mase, nedovoljno teološki obrazovan, oseti pozvanim da komentariše najdublje hrišćanske tajne. Poseta pape Benedikta XVI Sjedinjenim Državama 2008. godine je takođe privukla veliku pažnju medija širom celog sveta, dok je sahranu patrijarha Pavla 2009. godine pratilo, preko televizije, nekoliko miliona ljudi. Internet je takođe postao značajna platforma za razmenu religioznih ideja; on je omogućio ljudima da uđu u javno religiozno područje, bez obzira kojoj religioznoj zajednici pripadali.

Šta više, mnoge religiozne zajednice su shvatile da medijske poruke mogu uticati na stavove i promenu uverenja njihovih sledbenika. Oni su uvideli da upotrebom medija mogu zadobiti deo tržišta, da se mogu reklamirati, uključivati u polemike i „otvoriti novu praksu komunikacije za religijske zajednice.“ (Morgan, 2008:6). Tako su, na primer, evanđeoski hrišćani (osobito u Americi) poznati po svojoj inovativnoj upotrebi medija, koja je proistekla iz uverenja da je tehnologija samo Božiji dar za hrišćansku misiju. Zbog toga je za njih tehnologija korisno sredstvo za ispunjenje obećanja Velikog poslanja.

Hep i Krenert ispravno primećuju da se religijske zajednice moraju predstaviti u medijima ukoliko žele da budu uzete u obzir kao relevantna „ponuda verovanja“ (Hepp i Krönert, 2008). Mediji su, takođe, preuzeli mnoge socijalne funkcije institucionalizovanih religija, pružajući i etičko i spiritualno vodstvo, kao i osećaj zajedničarenja. Prema tome, zajednica je jedno „značajno područje vizuelne kulture.“ (Morgan, 2005: 54). Šepard i Rotenbuler su pokazali da mediji nisu primo-predajne naprave, nego empirički generatori zajedničarenja/zajednice koja dopušta ljudima da uspostavljaju značenja koja artikulišu i nadilaze njihove pojedinačne relacije (Shepherd and Rothenbuhler, 2001). Radi toga mediji igraju centralnu ulogu u pružanju „simboličkih resursa“ uz čiju pomoć stvaramo značenja iz naše društvene stvarnosti, a religija je, takođe, jedan bitan aspekt ovog procesa pridavanja značenja.

Stjuart Huver smatra da je „u relaciji između religije i medija, ovo poslednje, na mnogo načina, na vozačkom sedištu“ (Hoover, 2006: 269). Ova tvrdnja znači da: prvo, mediji „ne zamenjuju religiju“, a drugo, da su „mediji religiozno relevantni“ (Hoover, 2006: 269). Preokret među kulturalistima koji je započeo sedamdesetih godina prošlog veka je pokušao da proučavanja religije dovede u plodonosnu konverzaciju sa proučavanjima kulture i njenih modela. Ovaj pristup i religiju i medije, posmatra kao kulturu, ili čak religiju smatra medijacijom (Morgan, 2008: xiii). Slično tome, Hjarvard pravi razliku među dvema tradicijama i stupnjevima u istraživanjima medija, religije i kulture. U pitanju su *religija u medijima* i *mediji kao religija*. Prva tradicija, *religija u medijima* predstavlja proučavanja o tome kako su glavne institucionalizovane religije (rimokatolicizam, istočno pravoslavlje, protestantizam, islam i td.) i njihovi diskursi predstavljeni u medijima i kakve efekte mogu imati na pojedince, religijske institucije i na društvo u širem smislu (Hjarvard, a 2008: 4). Druga tradicija je, prema Hjarvardu, preuzela kulturalistički pristup i smatra da su *mediji kao religija*. Izgleda da, prema ovom pristupu, nema svrhe praviti razliku između medija i religije. Moramo da se „izdignemo iznad“ (Hoover, 2006: 268) ideje da su mediji i religija dva odvojena polja. Huver primećuje da religija i mediji „zauzimaju iste prostore, služe mnogim sličnim ciljevima i oživljavaju iste aktivnosti u kasnom modernizmu“ (Hoover, 2006: 9). Prema Hjarvardu, fokusiranje na medijizaciju religije predstavlja „fokusiranje na načine na koje mediji i popularna kultura u načelu i (1) transformišu postojeće religijske fenomene i (2) počinju da služe kolektivnim funkcijama u društvu koje su do sada bile

vršene od strane religioznih institucija.“ (Hjarvard, 2008: 4). Zbog toga on medijizaciju religije definiše na sledeći način: [medijizacija je]

Proces kroz koji su se mediji razvili u jednu nezavisnu društvenu instituciju, a istovremeno su počeli da postaju integralni deo funkcionisanja ostalih institucija, kao što su porodica, politika i religija. Kao rezultat toga, religija se sve više podvodi pod logiku medija koja postaje primarni izvor religijskih ideja. (Hjarvard, a 2008: 5).

Očigledno je da je interakcija između medija i religije veoma kompleksna i nema obavezno uniforman uticaj na religiju. Kako Hjarvard ističe: „U nekim slučajevima mediji mogu unaprediti resakralizaciju društva, dok u drugim oni podrivaju autoritet institucionalizovane religije i promovišu sekularne imaginacije, rituale i moduse bogoslužjenja.“ (Hjarvard, b 2008: 24). Na kraju, svi mi imamo koristi od tog procesa i implikacija koji iz njega proishode.

U nastojanju da se donekle odgonetnu pitanja u kojima se prepliće uloga kulture, religije i savremenih medija, održan je naučni skup pod nazivom *Religija, mediji i kultura: Medijizacija religije i/ili religizacija medija* (2010) u organizaciji CEIR-a i Doma Omladine Beograda. Predstavljani radovi mogu se podeliti u dve glavne tematske celine. Prva celina obuhvata radove koji se bave problematikom medijizacije religije i religijom u širem smislu dok se druga tematska celina više usmerava na medije kao što su film i Internet, pokušavajući da ponudi odgovore na složenije vidove audio-vizuelnog saopštavanja i prijema poruke.

Medijizacija religije

Oduvek je bilo najteže prenositi drugima ono što je nevidljivo u nama, što se ne može ničim meriti, a to su naša osnovna osećanja: ljubav, mržnja, zavist, vera, nada, sažaljenje, milosrđe. Ovim rečima V. Jerotić, je u radu pod nazivom *Kako se drugima prenosi religija*, započeo pitanje ovog kompleksnog odnosa, postavljanjem religije na mesto jedne od osnovnih i najranijih čovekovih potreba, a potom i postavljanjem ključnog pitanja: „Ko i kako treba da prenosi religiju drugome?“ Pozivajući se na delo Berđajeva i njegov izuzetno rečit naslov *O savršenstvu hrišćanstva i nesavršenosti hrišćana*, Jerotić je istakao suštinski problem čoveka, njegovog odnosa prema sebi i prema svetu koji ga okružuje. On se pita povodom toga šta je pozitivno, a šta negativno u procesu medijizacije odnosno religizacije televizijskih

poruka ali istovremeno ističe pojedinca i njegov odnos prema porukama koje dobija. Tako on kaže da je na svakome od nas da u doživotnom procesu individuacije i/ili oboženja, usavršava svoje kritičko mišljenje, koje kada je takvo, ne može biti lišeno različitosti, tj. subjektivnosti.

Povećana moć novinarske profesije u društvenom životu kao i sve veći stepen društvene dezorijentisanosti usled hiperprodukcije informacija, podstakla je istraživanje nedovoljno ispitanog polja koje se odnosi na *Stepen poverenja u medije* (Z. Kuburić, A. Kuburić). Kada se govori o medijima danas, uglavnom se čuju kritike na račun sprovođenja indoktrinacije i drugih vidova manipulacije ali se retko čuje mišljenje običnog čoveka o tome koliko veruje medijima, ko su, široko shvaćeni, autoriteti koji mu se obraćaju i koliko dobrovoljno dozvoljava da mediji konstruišu njegovu društvenu stvarnost. Da bi istražile ovo višeslojno pitanje autorke su prikazale empirijsko istraživanje, na prostoru Zapadnog Balkana i Bugarske, koje je deo istraživanja započetog 2006. godine (Galup Europe), i koje je nastavljeno komparativnim istraživanjem ne samo država već i vremen-skih sekvenci na godišnjem nivou. Njihova vrednost upravo je u tome da se sagleda realistička slika u opštoj populaciji. Prema rezultatima istraživanja, ako se posmatra unutar jedne države koliko se medijima veruje, to jest koliki je procenat ispitanika iskazao stav velikog i delimičnog poverenja, u Albaiji su medijiji u odnosu na petnaest ponuđenih kategorija na trećem mestu iako im veruje nešto manje od polovine ispitanika. U Bugarskoj, Bosni i Hercegovini i na Kosovu mediji su na sedmom mestu, dok su u Srbiji i Makedoniji na osmom mestu. U Crnoj Gori su tek na desetom mestu poverenja iako je procenat od 46 isti kao u Albaniji. Međutim, u Hrvatskoj su mediji na 13. mestu sa 36% onih koji im veruju, a posle njih su stranci i imigranti, što je, gledano kroz različite statističke postupke, najniži odnos poverenja u medije u ispitivanom kontekstu. Takođe, utvrđeno je da najmanje veruju medijima nereligiozni, potom katolici, pa pravoslavni, dok im više veruju muslimani i protestanti na Balkanu. Ukrštanjem varijabli religioznosti i poverenja u medije autorke su došle do saznanja koja više govore o osobinama ličnosti ljudi koji iskazuju svoj stav prema medijima nego o medijima samim i njihovom kvalitetu. Njihova glavna zamerka medijima jeste preterana orijentacija na negativne vesti, te stoga posebnu pažnju poklanjaju masovnim medijima kao subjektima manipulacije, indoktrinacije i emocionalne mobilizacije. Autorke, potvrđuju visok stepen poverenja u medije, koje je u značajnoj vezi sa religijom ali predlažu da se

agresivnost zameni asertivnošću kako bi se to poverenje povećalo i učvrstilo zarad opšte dobrobiti.

U radu pod nazivom *Religija i mediji kao merila vremena* D. Gavrilović je istraživala ulogu medija kao faktora izgradnje i uticaja na moralne vrednosti u savremenom društvu, podjednako kao i ulogu same religije. Ona analizira tezu koja se pojavila u postfunkcionalističkoj teoriji o medijima kao funkcionalnom ekvivalentu religije u uspostavljanju vrednosti u savremenom društvu. Postojana uloga religije danas, koja uprkos očekivanjima ne jenjava, postaje ponovo na javnoj sceni deo habitusa savremenog društva. Koncept ljudskih prava, koji se iskazuje kroz niz paradoksa sagledivih u istovremenoj ne/mogućnosti ostvarivanja ljudske slobode, proklamovan sa idejom da bude univerzalan, često se preobražava u brojne etnocentriističke i fundamentalističke težnje. Pitanje ne/postojanja Boga ne umanjuje događaje na svetskoj sceni koji ne retko ukazuju na važnost religijskih vrednosti u domenu sekularnog društvenog života. Tako religija u promenjenim uslovima verskog pluralizma, kada su prisutne brojne religijske opcije, sa obnovljenom idejom o pitanju moralnog smisla ljudske egzistencije, utiče na iskorenjivanje socijalnog zla. Uticaj politike iskazuje se u kreiranju nove pseudo religijske stvarnosti u kojoj mediji igraju odlučujuću ulogu u „vulgarizaciji vrednosti koje se globalizuju“.

Metode kojima se koriste mas-mediji u formiranju stavova javnog mnjenja tema su istraživanja R. Kuburića. Polazeći od tvrdnje da mas-mediji značajno utiču na izgrađivanje stava javnosti prema verskoj toleranciji, autor osnovnu tvrdnju dopunjuje hipotezama o tome da ne postoji distinkcija između verskog i nacionalnog, i da je prihvatanje religije uglavnom formalno, bez dubljeg verskog iskustva. Autor prenosi, kroz pojam indoktrinacije, odnos učitelj-učenik u javnu sferu gde, mas-mediji postaju učitelji a njihovi korisnici – učenici, tako da se posredstvom dezinformacija ili nepotpunih informacija postiže željeni efekat, to jest stvara većinsko, opšte (i jedino) prihvatljivo mišljenje. Autor objašnjava način na koji povezivanje verskog i nacionalnog doprinosi verskoj ne/toleranciji kada se ove dve odrednice poistovete, i daje primer Srbije gde „dobar Srbin može biti samo dobar pravoslavac“. Kuburić, se zatim osvrće na verski formalizam i poziva se na upitne reči teologa Bigovića: „Kako `informacije` o Hristu zameniti ljubavlju i poverenjem u Hrista“? Tako autor, ispitujući mas-medije, javno mnjenje i pojedinca kao ne/vernika zaključuje da istinski i religiozni ljudi jesu široki, otvoreni, tolerantni i čovekoljubivi a da mas-mediji bitno doprinose verskoj netoleranciji.

U radu pod nazivom *Instrumentalizacija religije: kodirana komunikacija* (V. Cvetkovska Ockoljić, T. Cvetkovski) istraživana je kodirana „religijska“ komunikacija ostvarena putem medija kao i njena uloga u oblikovanju nacionalnog identiteta u Srbiji. Uloga medija u prenošenju *dog-whistle* poruka je od presudne važnosti s obzirom na to da je moderna politička praksa utemeljena u medijima. *Dog-whistle* (pseći zvižduk) je pojava nedovoljno poznata u široj srpskoj javnosti a predstavlja komunikacijsku tehniku koja deluje tako što određenu poruku „prepoznaje“ samo ciljna grupa. Autorke istražuju instrumentalizaciju religije putem komunikacije na primeru dnevnih novina *Kurir* u periodu od 2003. do 2009. godine, metodom analize sadržaja. Naglasak istraživanja je na načinu na koji određenu poruku shvata određena ciljna grupa pre nego na „izvornoj“ poruci određenog političara: postavlja se razlika između onoga *šta publika čuje* i *onoga što pošiljalac tvrdi da je rekao*. U radu je takođe istraženo metonimijsko i metaforičko značenje pojmova kao što su: krst, ikona i Jevanđelje. Takođe, u radu je analizirana zlo/upotreba kompozicijskih elemenata ikone u ideološke i ekonomske svrhe. Autorke zaključuju da je obnova pravoslavlja kao bitne odrednice u oblikovanju nacionalnog identiteta u Srbiji (od 80ih godina) bitno obeležena zloupotrebom ikoničkih elemenata, slanjem *dog-wistle* poruka i stvaranjem pseudo sveštenog prostora od strane medija.

Konstruisanje nove stvarnosti od strane medija N. Simeunović je u radu pod nazivom *Medijizacija Srpske pravoslavne crkve: odgovornost novinskog naslovljavanja*, istraživala metodom analize sadržaja naslova u *on lajn* izdanjima dnevnih novina u toku 2009. godine. Ona ističe i dokazuje, kako je slika Crkve u Srbiji, njene delatnosti i njenih predstavnika obeležena tabloidizacijom i estradizacijom. Polazeći od određenja medijizacije kao višeslojnog fenomena čija se suština može prepoznati u sve većoj ulozi masovnih medija u posredovanju društvene stvarnosti, tj. u njenom razaranju, promeni i rekonstruisanju, ona ukazuje na medijsko nametanje i oblikovanje novih obrazaca društvenog života. Tako mediji polako preuzimaju vodeću ulogu u socijalizaciji, koju je vekovima imala religija a i sama religija postaje žrtva medijske konstrukcije stvarnosti. Postavlja se pitanje na koji način izbor reči u saopštavanju jedne vesti utiče na formiranje stavova recipijenata u sposobnosti da prihvate medijski posredovane predstave stvarnosti kao ideološki neutralne, tj. kao objektivnu stvarnost. *Metodom analize sadržaja autorka zaključuje da listovi kao što su Politika, Danas, Večerenje novosti, Blic, Press, Kurir i Alo*, ukupno, sadrže veliki procenat (34.64%)

senzacionalističkih i uvredljivih naslova, kao i da klasični obrasci publicističkog stila, karakteristični za ozbiljne novine, koji podrazumevaju aktuelnu tematiku, upućenost masovnoj publici, informativnu funkciju i precizna značenja sve više ustupaju mesto ideološkoj i birokratskoj estradizaciji koja degradira Crkvu i ulogu vernika.

Medijsku konstrukciju sahrane patrijarha Pavla i izbora patrijarha Irineja u televizijskim javnim servisima u republikama nastalim na teritoriji nekadašnje Jugoslavije, kao i nekoliko komercijalnih emitera iz Srbije, istraživala je D. Valić Nedeljković, u radu pod nazivom *Ekranizacija patrijarha*. Komparativnom kritičkom analizom medijskog diskursa autorka je obuhvatila period od 19.11.2009 – 22.01.2010. godine sa naglaskom na večernje centralne informativne emisije televizijskih javnih servisa. Utvrđujući kulturni, istorijski i ideološki kontekst događaja autorka upoređuje način na koji se u javnim servisima regiona zapadnog Balkana medijalizuje religija i/ili religizuju elektronski mediji na primeru dva krupna događaja: sahrana patrijarha Pavla i izbor novog patrijarha Irineja. Autorka navodi da „sve što je pratilo sam čin sahrane patrijarha Pavla svedoči o dubokoj klerikalizaciji društva i pretvaranju svetovne u teokratsku državu“. Sa tvrdnjom da je scenario čitavog obreda sahranjivanja patrijarha Pavla modeliran prema već ustaljenom obrascu za državničke ispraćaje najviših zvaničnika, autorka zaključuje da je na taj način RTS1 kao nacionalni javni servis praktično izjednačio državu i crkvu u medijskom tretmanu verskog službenika. Sa druge strane, Kosovo, odnos sa drugim pomesnim crkvama, pre svega Makedonskom i Crnogorskom, kao i poseta pape Srbiji, a s tim u vezi i približavanje pravoslavlja i katoličanstva, su teme kojima je u izveštajima o budućem radu novog patrijarha data pažnja u medijima.

Problemom medijizacije bavio se i D. Pralica koji je sproveo *Analizu medijskog diskursa srpske štampe o smrti i izboru patrijarha*, sa naglaskom na beogradske i novosadske dnevne listove. Kvantitativno-kvalitativnom analizom medijskog diskursa i interpretacijom sadržaja novinskih tekstova, on je ispitivao na koji način (sličnosti i razlike) su *Politika*, *Blic*, *Večernje novosti*, *Danas*, *Kurir*, *Pravda*, *Pres*, *Alo*, *Dnevnik* i *Nacionalni građanski list* prikazali smrt, odnosno izbor novog patrijarha. On ističe da je društvenopolitički kontekst u okviru kog se odigrao čin smrti, zatim čin sahrane kao i izbora i ustoličenja novog patrijarha bitno doprineo opširnom izveštavanju medija o tim događajima. Navedenom metodom, Pralica je utvrdio postojanje sličnosti u načinu pisanja o navedenim temama, ali i određeni stepen

razlike koji se ogleda u pristupu događajima, što je najočiglednije u odabiru naslova, fotografije, veličine i pozicije tekstova u novinama. Fokusirajući se na nekoliko elemenata prezentacije tekstova o smrti, odnosno izboru patrijarha u dnevnim novinama kao što su: struktura sadržaja u pogledu tema i subjekata o kojima se izveštava, vrednosne usmerenosti stavova subjekata prema objektima kao i utvrđivanje stepena medijske originalnosti novinara, između ostalog, Pralica utvrđuje visok stepen metaforičnih naslova (73%) u odnosu na realne (27%) kod teme *Smrt patrijarha* kao i to da su mediji mnogo prostora ustupili političarima, kao subjektima u povodu izveštavanja o smrti patrijarha, (čak 61% u odnosu na 22% crkvenih lica) dok su u povodu pisanja o izboru patrijarha skoro duplo brojniji bili crkveni subjekti (40%).

Društvo medijskog spektakla koji se senzacionalistički predočava recipijentu, ne dozvoljavajući mu da promišlja viđeno, već mu unapred nudi i nedoumice i rešenja, istraživao je V. Šćepanović, u radu pod nazivom *Pseudo-religija u društvu medijskog spektakla*, na primeru elemenata u medijskoj reprezentaciji 11. septembra. Autor ističe da medijska prezentacija upravo ovog, u najmanju ruku, šokantnog događaja koji je „razbudio“ čitav svet potvrđuje hipotezu o obezdušenju sveta, o surogatu religioznosti koja se promovise u sferi masovnih medija, zabave i popularne kulture i o bizarnosti koja u takvim okolnostima zauzima mesto istine. Simuliranje stvarnosti putem masovnih medija preobražava se u simuliranje duhovnosti, putem narativa u čijoj osnovi je anesteziranje javnosti sa jedne strane i/ili njihova mobilizacija u pravcu interesa vladajućih sistema sa druge strane. Analizom medijskih narativa koji su pratili teroristički akt 11. septembra 2001. godine, Šćepanović naročitu pažnju pridaje tzv. slikama zla, to jest asocijativnim oblicima uočenim na fotografijama i video zapisima, koji se mogu uvrstiti u domen misterioznih pojava. Tako mediji postaju polje u kojem potisnuto transcendentno, u sekularnom svetu, ponekad izbija, i u odnosu sa narativima iz medijske kulture, gradi prostor za kvazi-religiozne i destruktivne zanose, stvarajući kulturnu paranoju, koja ima za cilj da olakša i da smisao vojnom delovanju.

Dragocen aspekt odnosa religije i medija, za čijim sagledavanjem i ispitivanjem je tragala D. Grujić u radu pod nazivom *Verska tolerancija i mediji*, javlja sa sa buđenjem svesti o postojanju verskog pluralizma i različitosti verskih zajednica kao nečeg što obogaćuje život čitave zajednice. Autorka naglašava važnost medija u uspostavljanju multikulturalnog i multiverskog okruženja i njihov uticaj na konstruisanje shvatanja verske slobode i

suživota, dok podjednako problematizuje izazove koje pred medije postavlja savremeno iskustvo verskog pluralizma s obzirom na ideju multikulturalne pravde. Pozivajući se na ideju individualne slobode bogoslužnja, propagiranja vere a čak i njenu promenu ili odbacivanje, ona sledi okosnicu dublje ideje liberalizma, široko shvaćene, gde se ograničavanje tih individualnih sloboda shvata kao kršenje osnovnog ljudskog prava (Kimlinka, 2001: 184). Tako, suživot koji zahteva aktivno učešće u multikulturalnoj zajednici podrazumeva izgradnju i afirmaciju verskih uverenja i slobodu upražnjavanja verske prakse, sa dodatnom dimenzijom manjinskih prava koja se mogu afirmisati jedino kroz javnu debatu, koja se najvećim delom odvija putem masovnih medija. Savremena promocija verske tolerancije, dakle, počiva upravo na jednom aktivnom odnosu i prisustvu verskih zajednica u javnom društvenom životu a uloga medija postaje presuđujući faktor u budućnosti svesti o postojanju i prihvatanju različitosti gde etika medija sadrži niz individualnih ali i institucionalno – organizacionih etičkih zahteva.

Značajnije teorije iz sociologije kulture i religije, važne za promišljanje kontekstualnosti u kojoj se dešavaju procesi podložni pojedinačnom ljudskom uticaju (ne/svesno) A. Trudić ispituje u radu pod nazivom *Kulture, religije i mediji: doprinos različitih teorija u sociologiji kulture i sociologiji religije*. Autor se najpre osvrće na antropološke i psihološke doprinose u pristupu izveštavanja „sa terena“ a zatim prikazuje pojedine teorijske koncepte iz sociologije kulture i religije (Kloskovska, Koković, Hamilton, Đorđević) koji su doprineli specifikacijama problema na relaciji *kulture-religije-mediji*. Autor ističe da je menjanje ispoljavanja religioznosti nakon sloma socijalizma posle 1989. godine na evropskom planu dovelo do traženja ispunjenja potreba religioznosti koje su bile više ili manje supresirane. Osvrćući se na, do nedavno, izraženu versku netrpeljivost u Srbiji, autor se pita da li je „tržište“ verskih zajednica prošireno novim misionarenjem ili je misionarenje kao aktivistički deo svake te zajednice bio intenzivniji? Međutim, autor se dalje usmerava na aspekt izučavanja aksioloških kriterijuma simboličke kulture u religijama. Pozivajući se na Hamiltonovu (2003) razradu *metodološkog agnosticizma*, on navodi da su religijske tvrdnje često izraz istine koja je sasvim drugačija od činjeničke i empirijske. Autor zaključuje da opis religijskog uverenja i doživljaja treba dati na način koji ne vređa osećanja vernika ili osobe koja to doživljava, ali to ne treba da nas sprečava da nastojimo da ga objasnimo posredstvom ideja, kategorija i odnosa s kojima ta osoba ne mora obavezno da se slaže.

Religija, film, umetnost i Internet

Polazeći od osnovnih teorijskih premisa kinematografske teologije S. Sremac i S. Beuk u radu pod nazivom *Šta ima zajedničko Holivud sa Jerusalimom? Film, teologija i religijsko iskustvo*, postavljaju pitanja u vezi sa mestom filma na polju religijsko-teološkog promišljanja kao i o granicama filmske naracije u smislu religijskog iskustva, a posebno fenomena konverzije. Autori zauzimaju stav da su kultura i teologija neraskidivo povezani i da je film oblast u kojoj se mogu pokazati snaga i značaj, kako kontekstualizacijsko-narativnog, tako i praktično-empiričkog diskursa postliberalnih teoloških istraživanja, što potvrđuju relevantnim hipotezama i teorijama. Nadovezujući se na pitanje o tome šta filmovi zapravo proizvode u ljudima, autori postavljaju pitanje mogućnosti tumačenja filma kao teološkog „teksta“ na osnovu kojeg je moguće razvijati teološki diskurs. Ključno pitanje je da li film može da izazove religijsko iskustvo? Artikulisanje načina na koji vizuelne slike saopštavaju određeno značenje (smisao) omogućavajući putem filmskog pripovedačkog medija komunikaciju između Boga i gledališta, i tako prema Džonstonu (2000) „prenose Božije istine“ ili proizvode iskustvo „nalik bogoslužnju“ (Marsh, 2004), ujedno nas priprema da prihvatimo još specifičniji, a time i još zahtevniji izazov da postanemo relevantni za naš određeni kulturološki kontekst u kome praktikujemo teologiju. Tako bioskop postaje „moderna tehno-propovedaonica“ u kojoj se postavljanje svetitelja na platna ne otkriva već upravo univerzalizuje zadržavajući psihološki prostor distance arhetipskog u svesti gledalaca/(sa)učesnika.

Film i sveto – mogućnosti i načini predstave, je tema koju I. Radosavljević istražuje, na osnovu dostupnih studija teoretičara filma i filmskih umetnika, postavljajući pitanje da li je film kao medij kadar da prikazuje duhovne realnosti i da govori o svetom. Osvrćući se na istorijsko utvrđivanje slike kao mogućnosti za prikazivanje svetog, autorka dolazi do sfere filma i njegovog odnosa prema nevidljivim stvarnostima, transcendentnom i svetom. Istražujući teško uspostavljeno i utvrđeno teorijsko opravdanje ikone, tj. borbu za sliku i protiv nje, autorka se vraća na stari problem opravdanosti sakralne umetnosti - da li je dopušteno (moguće) ili ne, pribegavati umetnosti da bi se predstavio natprirodni svet? U potvrdu odbrane pokretne slike, autorka navodi da je cilj filma u tome da prođe čitav kosmos i sa njim poveže čoveka i ostvari jedan „ogromni svebožanski život“ koji će u svestima koje su postale neosetljive za natprirodno podstaći obnovu religioznog

osećanja (Ažel, 1978). Transcendentni uzlazak, kretanje ka gore, ka Bogu ili transcendentni silazak, kretanje ka dole, ka demonskom, u smislu suprotstavljenosti razuma i nagona, svesnog i nesvesnog ostaju kolebljivi u filmskom recipijentu koji stvara sopstvena značenja. Neosporno je da su mnogi filmovi razvili stil iz hrišćanske liturgije te vode gledaoca kroz liturgijsko hodočašće u iskustvo koje se jedino može okarakterisati kao uzvišeno.

U radu pod nazivom, *Viđenje apokalipse u savremenom filmu*, A. Aras postavlja naglasak na elementima koji izazivaju određeni doživljaj a direktno su u vezi sa jednim od najvećih strahova čovečanstva. Njegova glavna zamerka filmovima povodom prikazivanja apokalipse je upravo preneglašavanje nebitnih stvari na račun suštinskih. Tako on daje primer filma *Digitalni anđeo* u kome su važnije nevolje koje će snaći čovečanstvo od suštine koju predstavlja spasenje. Uobičajena ekranizacija apokalipse poziva se na *Otkrivenje Jovanovo* gde se pojedini elementi izdvajaju van konteksta i predstavljaju kao bazični. Međutim, prikazi apokalipse viđeni iz ugla stvaraoca filmova ne uklapaju se sa hrišćanskim viđenjem Drugog dolaska Hristovog. Na taj način oni dovode do udaljavanja od suštine poruke Drugog dolaska i izazivaju strah i paniku među gledaocima, bitno doprinoseći da se i sam pojam apokalipse, koji je u izvornom smislu označavao objavu Boga o nečemu skrivenom i samo njemu znanom, potpuno izvrne. Rad sagledava ekranizaciju apokalipse kroz tri kategorije: biblijsku, dokumentarnu i savremenu. Autor zaključuje da je najverodostojniji prikaz biblijski jer upravo on na najautentičniji način prikazuje događaje iz *Jovanovog Otkrivenja* i to kao celinu, ne izuzimajući njegove delove. Tako mogućnost prevazilaženja straha postoji jedino promenom odnosa prema tvorevini i poverenjem prema Onome koji nas je stvorio.

D. Peterlin se poziva na širok vremenski raspon medijizacije koja se, prema njemu, dešava već u 1. veku, da bi se zatim razvijala kroz popularizaciju jevanđelja, te je stoga pre naziva „evangelizacijom“. U radu pod nazivom *Od usmene predaje do Markova evanđelja i od Markova evanđelja do Pasije Mela Gibsona: Neke poveznice između Redaktionsgeschichte i regie*, radosne vesti o rođenju Hristosa, zatim Hristov život i usmene propovedi, potom poslanice i jevanđelja, po autoru su, između ostalog važne jer opisuju postepeno razvijanje i stapanje usmenog i pisanog predanja, u prvim vekovima hrišćanstva. Povodom jevanđelja Peterlin ukazuje na problem prenošenja izvornog predanja kao i prevođenja na druge jezike što dovodi do nedoumica usled preklapanja semantičkih polja. Autor zatim prenosi težište na

savremeno doba i upoređuje način stvaranja filma Mela Gibsona *Pasija Isusa Hrista*, sa stvaranjem jevanđelja kroz redatorski (prikupljački i kritički) posao, dok je ideja vodilja upravo u jezicima putem kojih se prenosi poruka: grčki, latinski, aramejski. Autor, zatim postavlja pitanje izvornosti pojedinih scena preuzetih iz „apokrifa“ 18. veka i scena nasilja koje kroz filmski medij remete suštinsku poruku jevanđelja, ali zadržava ideju sličnosti u načinu formiranja poruke i prilagođavanju pripovedanja o Hristu čitaocima/gledaocima danas kao i pre dve hiljade godina.

N. Knežević i T. Radić, u radu pod nazivom *Uticaj Interneta na afirmaciju religiozne svesti: na primeru forumske interakcije i misije*, postavljaju pitanje da li religiozne institucije mogu da se prilagode složenom medijskom i tehnološkom kontekstu kakav je Internet i da li je uopšte moguće participirati u religijskom obredu putem interneta i unutar njega kreirati jedan paralelni virtuelni univerzum ideja? Autori su se bavili afirmacijom religiozne svesti iz perspektive hrišćanskih verskih sadržaja na internetu, sa naglaskom na najveći domaći internet sajt pravoslavne religiozne pozadine i sadržine pod nazivom „Verujem“. Polazeći od uloge koju Internet ima u oblikovanju *renesanse verbalne kulture* i sa saznanjem da religiozni sajbersvemir, upravo kao i stvarni, ima tendenciju konstatnog rasta i širenja, autori naročito istražuju *društvene mreže (social networks)*, sa naglaskom na *teo-blogovanje*. „Na taj način nastaje jedna vrsta virtuelne zajednice – *cyber koinonia-e*, necenzurisanog i otvorenog dijaloga čiji se odnosi iz virtuelnog sveta prenose u svakodnevnicu i na taj način afirmišu religioznu svest i verski identitet učesnika“. Nameće se se pitanje da li je moguće aktivno participirati u nekom religijskom obredu putem interneta? Na osnovu sprovedenog istraživanja, autori zaključuju da je, više nego očigledno da jedan Internet prostor, odnosno u ovom slučaju forumska interakcija i komunikacija, može da doprinese boljem razumevanju mnogih religijskih pitanja.

S. Karalić, je u radu pod nazivom *The Extra Light Project*, dao prikaz istoimenog umetničkog projekta realizovanog 2009. godine u Amsterdamu. Projekat je koncipiran u nameri da se pronađu dodirne tačke između umetnosti i religije u kreiranju i manipulisanju kolektivnog verovanja kao i da se ispituju mehanizmi i sredstva koja se koriste u te svrhe. Polazeći od pretpostavke da su umetnost i religija socijalne konstrukcije koje uveliko zavise od kolektivnog konsenzusa koji se odražava našom potrebom za verovanjem i kreiranjem apstraktnih značenja i nalaže nam da se odnosimo prema umetnosti i religiji kao prema društveno relevantnim kategorijama, Karalić

se pita da li one to zaista i jesu. Tako *The Extra Light Project*, sredstva koja koriste umetnost i religija, predstavlja ogoljena u njihovoj osnovnoj formi i u okviru jednog konkretnog događaja. Projekat je zasnovan na nekoliko test-situacija tokom kojih je funkcionalna vrednost vizuelnih sredstava, koja koriste umetnost i religija, suočena sa njihovom kolektivnom recepcijom. U drugom delu rada dat je odlomak iz poglavlja *On personal experience of religion (O ličnom doživljaju religije)*, iz knjige *Becoming Christian (Stvaranje hrišćanina)* koja je objavljena 2009. godine u okviru istoimenog projekta, a sadrži seriju razgovora između Jean-Jacques Suurmonda (holandskog protestantskog sveštenika, pisca i kolumniste), i autora rada. Razgovor prikazan u ovom radu obuhvata niz suštinskih pitanja koja obuzimaju običnog čoveka – vernika, ali i umetnika i sveštenika.

Tako se vraćamo na suštinska pitanja koje je i naučni skup pod nazivom *Religija, mediji i kultura: Medijizacija religije i/ili religizacija medija*, otvorio. Umetnost i religija su vekovima bile neraskidive u pokušaju da predstave nevidljivo materijalnim sredstvima i na taj način prenesu poruku božanskog sveta. Danas, one tragaju za istim odgovorima, iako su se razdvojile u načinima saopštavanja. Masovni mediji, danas prisutni, podjednako imitiraju svešteni prostor i izazivaju neku vrstu pseudo religioznog iskustva a čovek, koji je dobio blagodat savremene tehnologije, i dalje traži odgovore na drevna pitanja. Razlog tome upravo je nedostatak odgovora, ili bar razumljivih odgovora. Tako su u ponudi rasonoda, manipulacija i dezinformacija, koje zabavljaju običnog čoveka, manipulišu njegovim idealima, u čekanju da se pronađu „pravi“ odgovori i da se nekim novim tehničkim pomagalima postigne obostrana komunikacija: između čoveka i čoveka, između materijalnog i duhovnog sveta, između rođenja i smrti, za kojom se vekovima traga. U dugom procesu čekanja na scenu istupaju „demoniski simulakrumi“ (Karalić, 2010) koji obuzimaju savremenog čoveka, podjednako kao i polje nauke, umetnosti i religije. I za kraj nakon brojnih pristupa ovoj izuzetno osetljivoj, slojevitoj i aktuelnoj temi, dajemo ugao sagledavanja protestantskog sveštenika: „Ja nisam sam stvorio svoj život, samo sam jednoga dana odjednom shvatio da živim! (Suurmond, 2009: 74).

BIBLIOGRAFIJA

- Clark, S. Lynn, *Religion, Media, and the Market Place*. New Brunswick: Rutgers University Press, 2007.
- Duncan, Mitchell, *A New Dictionary of Sociology*. Routledge & Kegan Paul Ltd, London, 1979.
- Hoover M. Stewart, *Religion in the Media Age*. London: Routledge, 2006.
- Hjarvard Stig, „Introduction: The mediatization of religion: enchantment, media and popular culture“ u: *Northern Lights Volume 6*, a 2008: 3-8.
- Hjarvard Stig, „The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change“ u: *Northern Lights Volume 6*, b 2008: 9-26.
- Hepp Andreas i Veronika Krönert, „Media cultures and religious change: ‘mediatization’ as ‘branding religion’“. Paper presented at the Conference „Religion Process and the Transformation of the Public Sphere: A Day Symposium“ ESRC, 9. January 2008.
- Horsfield, Peter, „Media“ u: *Key Words in Religion, Media and Culture*. London: Routledge, 2008. (ur. Morgan David), 111-122.
- Morgan David, *The Sacred Gaze: Religious Visual Culture in Theory and Practice*. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press, 2005.
- Morgan David, *Key Words in Religion, Media and Culture*. London: Routledge, 2008. (ur. Morgan David).
- Shepherd, J. Gregory and Eric W. Rothenbuhler (ur.) *Communication and Community*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- Marsh, Clive, *Theology Goes to the Movies: An introduction to critical Christian thinking*. London: Routledge, 2007.
- Lehikoinen, Taisto, *Religious Media Theory: Understanding Mediated Faith and Christian Applications to Modern Media*. Jyväskylä: Jyväskylä University Press, 2003.
- Tanner, Kathryn, *Theories of Culture: A New Agenda for Theology*. Minneapolis: Fortress, 1997.
- Fox, Richard, „Religion, Media, and Cultural Studies“ u: *Theory, Religion, Critique: Classic and Contemporary Approaches*. New York: Columbia University Press, 2009. (ur. Richard King).
- Sapir, Edward, *The Psychology of Culture*, Berlin, Walter de Gruyter GmbH & Co, 1993.

Vladeta Jerotić

Kako se drugima prenosi religija

Oduvek se znalo da je najteže prenositi drugima ono što je nevidljivo u nama, što se ne može ničim meriti, a to su naša osnovna osećanja: ljubav, mržnja, zavist, vera, nada, sažaljenje, milosrđe. Pošto se smatra da je religija jedna od osnovnih i najranijih čovekovih potreba (*homo religiosus* kao arhetip kolektivno nesvesnog u nama), odvajkada se postavilo pitanje: ko i kako treba da prenosi religiju drugome? Odgovor na ovakvo pitanje mogao bi, u prvi mah, da bude jednostavan, pa i tačan. Religiju prenosi drugome religiozan čovek. Ali – pitanja počinju da niču – šta je uopšte religija i ko za sebe može da kaže da je religiozan čovek? Na prvi deo ovako proširenog pitanja, odgovore su davno dali antropolozi: religija je sušta potreba svakog da sebe transcendira da bi stigao do onog jezgra u sebi koji i jeste *homo religiosus*; *religio* znači još i „ponovo vezati, čvrsto vezati“, podrazumevajući najpre takvu vezu čoveka sa Bogom.

Mnogo je teže odgovoriti na drugi deo pitanja: ko je religiozan čovek? Merila religioznosti, najpre, nisu ista u raznim religijama sveta, zavisno od učenja tih religija. Pa ipak, nešto što je stvarno religiozno u čoveku, moralo bi da bude slično ili jednako u svim religijama sveta. Nije li to vera u jednog Boga (i u politeizmu preovlađuje monoteizam kao henoteizam), vera u besmrtnost duše, milosrdno postupanje sa svakim, ne samo izbegavajući da se drugima čini zlo, nego nesebično pomagati drugome, naročito čoveku u nevolji. Od hrišćanski religioznog čoveka traži se i mnogo više: da oprašta uvrede, da ljubi i neprijatelja, da se doživotno obožuje, sve dok ne postigne istinsku smernost koja je onda istinsko smirenje, više ili manje stalan doživljaj Bogoprисutnosti.

Kao što vidimo merila stvarne religioznosti, što u većini religija sveta, nisu lako dostupne, a i kada se čoveku čini da ih je ispunio, ne može biti siguran da ih neće u nekom tragičnom trenutku u životu izgubiti, delimično ili potpuno. A potom – beznađe ili ponovo uspinjanje kroz planinu

prema vrhu. Zar je onda religija i religioznost Sizifov posao? Ne mora tako da bude i – nije.

Ne tražimo dalje, nikakvo savršenstvo u ispunjavanju Božijih zapovesti (zakon u Starom Zavetu) ili samo preporuke (ljubavi u Novom Zavetu) – bar kada ostajemo u hrišćanskoj religiji. Savršenstva nema ili, saglasimo se sa velikim religioznim filozofom Nikolajem Berđajevim, koji je davno napisao izuzetno kratku i izuzetno sadržajem bogatu knjižicu, sa naslovom „O savršenstvu hrišćanstva i nesavršenosti hrišćana“.

Nas treba da zanima u daljem izlaganju, kako se u svetu, ali prvenstveno kod nas, prenosi religijska poruka preko medija (novine, televizija). Nije suvišno prethodno pitanje, kako su se religijske objave saopštavale pre Gutenbergovog otkrića štamparije, a onda, mnogo kasnije, pre pojave javnih glasila (televizije, Internet)? Zar to nije bilo *neposredno* prenošenje drugome sopstvenog religioznog doživljaja (a svaki čovek ga je, naravno u različitoj meri i kvalitetu, imao). Ono prvo i najvažnije prenošenje ovakvog religioznog doživljaja, uvek je bilo, i do danas ostalo ono – porodici. U relativno skladnom braku, čak i kada drugi partner nije religiozan (ali nije ni borbeni ateista), dovoljna je *iskrenost* religijskog prisustva u jednom roditelju, da bi dete kada odraste moglo da započne ili nastavi sličan sopstveni put – traženje izgubljenog vrha na planini.

Već odavno u prosečnoj evropskoj porodici, školovanoj a i neškolovanoj, prvobitno primanje nečega religioznog, dok je dete još „upijajući um“ (a ono je takvo do kraja treće godine – Marija Montessori) sve je ređe, ili je u mnogim porodicama sasvim izostalo. Ostalo je onda na školi i njenim učiteljima, da oni prenesu osnovcima (najkasnije do desete godine njihovog života) opet samo nešto (ali nije svejedno šta!) iz bogate i prostrane religiozne sfere življenja *homo sapiensa*. Uzmimo kao primer, verovatan ili čest, da dete u takvoj sredini nije dobilo nikakve ili slabašne pouke iz religije (evropskoj prosečnoj sredini pridružimo balkansku, i u njoj srpsku sredinu, posebno izopačenu u religijskom smeru posle Drugog svetskog rata).

Stigli smo sa ovakvom, religiskom (ili nereligijskom) naukom deteta do adolescentnog doba kada se, prirodno i spontano kod mnogih mladih ljudi poljavljaju pitanja egzistencijalne, pa i esencijalne vrednosti, kao što su svima poznata pitanja: Ko sam, odakle sam, kuda idem, ili u jednoj kratkoj rečenici: Kakvog smisla ima moj život? Ko treba da pruži odgovor, relativno zadovoljavajući, samo delimično takav, ili nezadovoljavajući, na ova bitna pitanja mladog čoveka? Zar ne raznovrsni mediji, mada ne uvek i ne samo

oni (ne zaboravimo da mladi otkriju religiju nekad u ljubavi, u druženju sa religioznim prijateljima, u posetama manastirima, liturgijama u crkvi itd.).

Pozvan da govorim na ovome cenjenom skupu – koji se održava već nekoliko godina u Domu omladine pri vođenju profesora dr Zorice Kuburić, a namenjen i objavljivanju saopštenja časopisu „Religija i tolerancija“ – molim za izvinjenje što ću o prenošenju religiozne poruke, preko televizije, kratko i nedovoljno da govorim, iz prostog razloga što mi je televizor u stanu relativno retko u dejstvu. Istoimenu poruku u štampi (u knjigama i časopisima, novinama) pratio sam odranije, i ovakvoj poruci mogu nešto pouzdanije da kažem; smatram da je pokušaj prenošenja, u širem smislu reči, religije kao takve, putem televizije, i/ili štampe, nejednako. Čovek je najpre vizuelno, zatim auditivno, a onda i meditativno biće. Najveći broj ljudi *gleda*, manje sluša, najmanje razmišlja šta televizijska emisija njemu nudi. Ako je već davno prosečan gledalac televizije prestao da bude „upijajući um deteta“, njegova sugestibilnost i autosugestibilnost ne mogu se dovoljno ubedljivo objektivno proceniti, jer je onaj subjektivni činilac, pri takvom gledanju presudan. Nisam sklon negativnom uopštavanju televizije, pa ni onim njenim religijskim emisijama koje sam ponekad gledao; mislim naročito na one poruke koje se odnose na sve tri monoteističke religije, na njene praznike i osnovne pojmove ovih religija.

Ostaje mi za kraj da ponovim pitanje koje sigurno i drugi postavljaju, a koje je možda najvažnije kada su u pitanju mediji, odnosno da odgovorim na postavljeno glavno pitanje ovog naučnog skupa: „Medijizacija religije i/ili religizacija medija“. Kada kažem da mislim da se odigravaju oba procesa, još uvek nisam odgovorio šta je pozitivno, a šta negativno u takvom procesu. Ostavljajući stručnjacima, prvenstveno sociolozima i psiholozima (ali i savremenijim teolozima) da putem pouzdanijih anketa i statistika stignu do približno tačnog odgovora na, mislim, opravdano pitanje: šta je pozitivno, a šta negativno u procesu medijizacije odnosno religizacije televizijskih poruka, za mene (i ne samo za mene kao subjekta) ostaje ono jedino važno: Ko prenosi religijsku poruku preko medija televizije – manje je važno (nikako nevažno) šta i kako prenosi. Zbunjivanja gledalaca i slušalaca takvih emisija biće uvek, ona se ne mogu izbeći i sa najkvalitetnijim prenosiocima te naše najosetljivije, najtananije i najdublje životne potrebe: religiozne potrebe. Na svakom je od nas da u doživotnom procesu individualizacije i/ili oboženja, tako usavršavamo naše kritičko mišljenje (koje kada je takvo, ne može biti lišeno različitosti, tj. subjektivnosti) da bi budnog,

rekli bismo „nedremanog Božijeg oka“ možemo bez opasnosti – što znači bez kritičkog primanja ili odbacivanja emisija o religiji na televiziji – pratiti takva odašiljanja pozitivne i/ili negativne energije, koja je upravo kada se govori o religiji, najdelotvornija.

Stepen poverenja u medije

Rezime: U ovom tekstu prikazani su rezultati istraživanja koji se odnose na Zapadni Balkan i Bugarsku (Balkan Monitor, 2006 conducted by the Gallup Europe) koje je deo šireg projekta koji je otpočeo 2006, ali se nastavio u komparativnom istraživanju ne samo država već i vremenskih senkvenci na godišnjem nivou, što ukazuje na mogućnost sagledavanja istraživanih pojava u razvoju i promenama. Ovakva vrsta empirijskih istraživanja omogućava nam da sagledamo realističku sliku u opštoj populaciji a ne samo u elitnim predstavljajima. U ovom tekstu posebna pažnja posvećena je medijima, istraživanju kritičkog odnosa prema njima i trenutnog stanja poverenja u medije na Zapadnom Balkanu i u Bugarskoj. Rezultati pokazuju da postoje razlike između vernika različitih veroispovesti i poverenja u medije, gde su tradicionalni protestanti na Balkanu skloni da znatno više nego pripadnici drugih veroispovesti veruju medijima. Razlike nisu značajne kada su u pitanju muškarci i žene.

Ključne reči: Balkan, poverenje, mediji, religija.

Mediji

Mediji svojom prisutnoću u društvenom životu, već su stekli neko prepoznatljivo mesto kojim svedoče o važnosti i uticajima koje imaju na društvo. Različita istraživanja ukazuju na ulogu medija, na uspehe i neuspehe, probleme i mogućnosti koje se otvaraju novim tehnologijama.

„Poverenje rađa poverenje, strah raspiruje strah. Poverenje i strah su ključne stvari da bi se shvatili ljudi i društveni sistemi“ (Gibb 1978: 16). Isti autor smatra da poverenje podrazumeva instinktivno, bespogovorno verovanje u nešto, i pravi razliku između poverenja i pouzdanja. Pouzdanje podrazumeva svesno poverenje za koje postoje dobri razlozi, definitivni dokazi ili prošlo iskustvo. No, bilo da je reč o poverenju ili pouzdanju, o instinktivnom ili naučenom, emotivna i kognitivna komponenta se susreću

u čovekovom očekivanju. Dakle, kada govorimo o poverenju, mislimo na osnovnu ljudsku potrebu koja se zasniva na saznanju i osećanju da postje ljudi, institucije, sistemi, u svetu, i šire, na koje se može računati.

Na samom početku ukazaćemo na nekoliko problema s kojima se suočavaju mediji danas. Prvo je promena u samom zanimanju novinara uvođenjem novih tehnologija a drugi problem jeste preobilje informacija. Kraj dvadesetog veka obeležen je velikim promenama, a novinarska delatnost dobija niz novih dimenzija koje bitno menjaju samu profesiju. Svakako, slične promene, koje su nastale uvođenjem novih tehnologija, prisutne su i u drugim profesijama, no nas u ovom radu interesuju mediji i njeni delatnici, kao i njihovo mesto u društvu. Velika svetska ekonomska kriza koja je počela krajem 2008. godine, ozbiljno je uzdrmla medije, a posebno štampane medije u celom svetu, koji su izgubili veliki deo tržišta i mogućnost da finansijski opstanu (Kljajić, 2009).

Multimedijalno novinarstvo koje je obeležilo medijsko tržište počevši od 1996. godine je tema o kojoj se danas sve više govori i piše. Net novinar je specijalista za tekst, dizajn, graifku, tehniku, informatiku i informisanje. Sa virtuelnom javnošću komunicira na nelinearan način, interaktivnom razmenom na prilagodljivim stranicama *on-line* novinarstva. Međutim, ta lakoća u komunikaciji i dolaženja do informacija kao i njihovog prenosa dovodi do hiperprodukcije informacija koje svojim trajanjem nestaju brzinom dolaska. Posledice možemo očekivati u društvenoj dezorijentisnosti. Pitamo se kakve su posledice kada je reč o poverenju u medije koji dostupnošću informacijama imaju i više saznanja ali i mogućnost da vrše selekciju a time i mogućnost uticaja na javnost. Novinarska profesija je dobila povećanu moć u društvenom životu kako novim tehnologijama tako i posredovanjem u informacijama. I u tom kontekstu svoju pažnju želimo da usmerimo na trenutnu poziciju medija u javnom životu i na poverenje koje građani imaju u medije. Poverenje u Internet kao sredstvo informisanja o politici ima 23% građana (Kljajić, 2009: 11). Da li je to dobar rezultat ili ne? O komparativnim mogućnostima istraživanja poverenja u različitim državama na Balkanu biće više reči u empirijskom delu ovog rada.

Istraživanja medija

Bibliografija radova o medijima (1998) prati period istraživanja od 1989 do 1998. godine i sadrži 820 radova koji su klasifikovani u sedam žanrovskih kategorija: knjige, poglavlja u knjigama, članci u zbornicima,

članci u časopisima, specijalizovane publikacije, enciklopedije i dokumenti. Najbrojnija bibliografska jedinica jesu članci u zbornicima tekstova a potom članci u časopisima na koje odlazi 60% objavljenih radova o medijima. U navedenom periodu 81 knjiga je štampana i njen sadržaj se odnosi kako na opšte teme tako i na posebne istraživačke radove, doktorske disertacije sve do diplomskih radova. Od značajnih autora i istraživačkih tema navešću samo neke koji ukazuju na funkciju koju mediji imaju u društvu i na njihov uspeh u ispunjavanju očekivanja.

Plenković (1989) naglašava da je osnovni smisao svake vrste masovnog komuniciranja, od „plemenskog bubnja“ do kompjutera, stvaranje zajednice od slabo povezane mase ljudi. Ako je funkcija medija prvenstveno integrativna, možemo pretpostaviti da su mediji u istoj funkciji kao i religija, te da njihovi međusobni odnosi mogu biti odnosi saradnje ili, pak, međusobnog rivalstva.

Željko Jurić (1989) polazi od činjenice da je edukacija suštinski različita od informisanja, jer podrazumeva menjanje navika, stavova, saznanja, te na taj način dopire do dubljih slojeva ličnosti. Edukacija putem medija posebno mora da vodi računa o sadržaju poruke i njenoj razumljivosti. Radojković i Rakić (1989) smatraju da je jedna od urođenih funkcija koju obavljaju mediji njihov obrazovni uticaj. On može da bude sponatn i institucionalizovan.

Međutim, prelaz od znanja o podacima do spoznaje i vrednovanja, ili prelaz od informacije do odgoja, ne može biti ostvaren po samome mediju. „Stoga ni onu zasigurno važnu zadaću, prejelaz od informativnog do odgojenog društva, nije moguće ostvariti preko medija. Subjekt koji transformira društvo znanja u odgojeno društvo je čovjek koji vrednuje i koji je *odgovoran*“ (Burić, 2009: 539).

Džuverović (1989) naglašava da većina istraživanja kulturnog života ukazuje da se radio i televizija percipiraju i shvataju prevashodno kao sredstva razonode u slobodnom vremenu. Čini nam se da upravo u toj funkciji mediji imaju najviše slobode delovanja ali i najviše sukoba s religijom budući da je tu moguće podrivati moralne norme i vrednosti koje religije žele da sačuvaju.

Toma Đorđević (1989) kaže da je uloga sredstava za masovno komuniciranje u savremenom društvu i u procesu formiranja mnjenja političke javnosti. Posredstvom mas-medija ostvaruju se uticaji koji institucije političkog sistema te da unesu u mnenjski proces i tako osiguraju podršku političke javnosit. U savremenom društvu mas-mediji su nezamenjivi faktori

koji konstituišu socijalno-tehnološku podlogu institucionalne komponente procesa formiranja javnog mnjenja, sa napomenom da institucionalne struje mnjenja danas dominiraju nad spontanim.

Pre dvadeset godina o medijima se pisalo ovako, o medijima i njihovoj funkciji uopšte. Kada je reč o medijima koji su u rukama verskih zajednica navešćemo samo tekst u zborniku *Masovni mediji i humanizacija odnosa među polovima*, Milana Turjačanina (1989) koji analizirajući versku štampu u BiH, zaključuje da postoji politizacija verske štampe u smislu da u napisima u verskoj štampi postoji tradicionalizam, konzervativizam, integrizam, anahronizam, netolierancija.

Kritički odnos prema medijima ima svoju oštricu od prirode medija do njegove zloupotrebe. Tako u knjizi „Svet kao fantom i matrica – filozofska razmatranja o radiju i televiziji“ (Ginter 1996) autor ustaje protiv televizije koja parališe sposobnost razmišljanja. Žan Mio (1991) u članku: „Razvoj komunikacija obrnuto srazmeran razvoju etike“ piše da je osnovni zadatak novinara da slobodno informiše uz poštovanje istine i osnovnih prava ljudske ličnosti. Autor navodi činioce koji utiču na to da novinari ne obavljaju ovaj zadatak. Ti činioci su konfuzija između komunikacije i informacije, ubrzavanje razvoja tehnologije. U današnjim uslovima rada, televizija umnožava informacije na račun njihovog kvaliteta, što joj omogućava tehnička modernizacija.

Međutim, naša najveća zamerka medijima jeste preterana orijentacija na negativne vesti, stoga posebnu pažnju poklanjamo tekstu o masovnim medijima kao subjektima manipulacije, u kome autorka Jasna Burić (2009) razmatra ovo značajno pitanje o ulozi masovnih medija u modernom društvu, u svetlu očitog trenda uredničkog uvrštavanja negativnih, loših događaja u sam vrh novinarskih vesti. U profesionalnom novinarskom izveštavanju u informativnim programima zadani su tačno određeni kriterijumi i pravila koje treba poštovati: proceniti uticaj događaja na javno mišljenje, kao i na nove događaje u zajednici; upućivati na ispravno – dobro ljudsko delovanje; poštovati profesionalne novinarske i etičke norme i načela. Kada su deca i mladi glavni akteri kriterijumi su sledeći: sačuvati privatnost, ime, podatke, mesto, školu; ne objavljivati fotografiju i ime maloletnika; ne opisivati detaljno događaj; ne smeštati vest o suicidu kao najvažniju vest; ne izveštavati senzacionalistički s mesta događaja i poštovati privatnost osobe. (Burić 2009: 535). Uprkos pravila, istraživanje pokazuje da negativni događaji snažno zaokupljaju pažnju masovnih medija. Najčešće objavljivane vesti

o deci i mladima tokom novembra 2007 i prvog tromesečja 2008. godine u elektronskim medijima, kao i naslovnih strana dnevnih listova u RH, sadržavale su negativne pojave i primere ponašanja mladih: ubistva, samoubistva, nasilje u školama ili predoziranja.

Nasilje u vestima, nasilje u filmovima, nasilje u medijima uopšte, ima negativan uticaj na mlade i njihovu kasniju agresivnost. Zato je potrebno suprotstaviti se tržišnom trendu masovnih medija koji ističu negativne vesti, dajući im neutemeljeno veliki prostor. S druge strane, potrebno je postaviti za cilj emancipaciju pojedinca od medijskog nasilja, razvijanje kritičkog stava, nedopuštanje da mediji upravljaju životima ljudi. Dakle, mediji postaju realnost koja se ne može kontrolisati, na koju se ne može uticati, kao elementarna nepogoda. Umesto da mediji informišu i čine život sigurnijim, kao paradoks postaju sami svoja suprotnost. I zato se kritička svest javnosti formira i čini život s medijima mogućim. U istraživanju koje će biti kasnije prikazano, ispitujemo stepen poverenja u medije i pitamo se o meri zdravog poverenja u medije.

Druga vrsta kritike odnosi se na konkretne teme kao što su manipulacija i mediji. U knjizi „Ratni doboši: mediji, rat i politika“ Mira Beham (1996) ukazuje na opšte mehanizme indoktrinacije i emocionalne mobilizacije. Analiza autorke pokazuje da danas gotovo ne postoje nezavisni mehanizmi za odbranu od sistematskih manipulacija. Braco Kovačević (1996) u knjizi „Medijski rat i genocid“ piše o novom svetskom poretku kao širenju katoličkih duhovnih i političkih prostora kao i sužavanje pravoslavnog i srpskog duhovnog, etničkog i geopolitičkog područja. Zdenka Milivojević u članku „TV Coverage of the War in Bosnia“ (1996) naglašava da je glavni izvor inoformacija koje novinari odašilju publici javne ličnosti i formalni izvor. To dovodi do zamagljivanja konteksta događaja i uglavnom služi za propagandu aktuelne politike vladajuće stranke. Alekandar Nenadović (1996) naglašava da napuštanje objektivnog informisanja kao primarne obaveze, odnosno potiranje Politike profesionalne autonomije u ime diktata „narodne“ volje, dobilo je nezadrživo ubrzanje uvođenjem rubrike „Odjeci i reagovanja“ koja se nametnula tako što nekažnjeno ruši sve norme u listu i novinarskoj profesiji kao povlašćeni podstrekač nacionalističke isključivosti. Rade Veljanovski (1996) kaže da radio i TV su, ne toliko kao produkcija poruka, već kao njihova transmisija iz raznih političkih i nacionalističkih krugova, u svaku kuću donosili paranoju ugroženosti, revanšizma, sveopšte opasnosti i potrebe novog pobjedničkog dokazivanja. Srećko Mihajlović

(1993) putem analize sadržaja udarnih informativnih emisija glavnih televizijskih stanica u finalu izborne kampanje 1992. godine, pokazuje da je bila velika pristrasnost i očito nastojanje da se utiče na ishod izbora. Slobodan Vuković (1992) takođe ukazuje da analizirane medije karakteriše stranačka, parcijalna i jednostrana interpretacija stvarnosti. Slobodan Antonić (1992) u članku „*Fighting for the Truth*“ daje presek uticaja i usmerenja javnih glasila od presudnog značaja za formiranje političkog javnog mnjenja u Srbiji. Pokazuje se da je ključni izvor informisanja građana Srbije Drugi TV Dnevnik, koga svakodnevno gleda preko 3,5 miliona ljudi. Što se tiče poverenja, najmanje trećina apsolutno veruje svemu što čuje i vidi.

Međutim, kada se rade velika istraživanja na opštoj populaciji teško se mogu videti i čuti mišljenja manjina, njihovo poverenje i njihovi problemi. U publikaciji „Informisanje na jezicima nacionalnih manjina“ (2007) izneto je istraživanje koje su realizovali tim Fonda za otvoreno društvo: Jadranka Jelinčić, Suzana Jovanović, Sarita Matijević i Tomislav Žigmanov. Na početku se ukazuje da je pravo na informisanje na maternjem jeziku, pored prava na obrazovanje, očuvanje i razvoj kulture i prava na službenu upotrebu jezika i pisma, jedno je od osnovnih manjinskih prava. U Srbiji su sva ova prava garantovana Ustavom i odgovarajućim zakonima. Autori ukazuju da kvalitet međusobnih odnosa, stepen integrisanosti manjina u društvo, odnosno stepen građanske kohezije društva, ljudska bezbednost i stabilizacija procesa demokratizacije društva umnogome zavisi od toga kako su manjinska prava, pa time i prava na informisanje na jezicima manjina, uređena i na koji način se noramativni okvir ostvaruje u praksi. A u praksi je, što se tiče Vojvodine, već dva veka prisutna tradicija informisanja na jezicima nacionalnih manjina.

Danas u Srbiji postoje 164 medija i medijska proizvoda preko kojih su pripadnici nacionalnih manjina na maternjem jeziku bili obavestavani o pitanjima od određenog javnog značaja, koje je proizvodila 101 medijska ustanova. U celini gledano, medijski proizvodi na manjinskom jeziku imaju tržišni potencijal koji se kreće od jedne hiljade do nekoliko stotina hiljada punoletnih građana svih starosnih i obrazovnih struktura. Broj prodatih primeraka novina koje izlaze samo na manjinskom jeziku ne prelazi 5.000, a empirijska istraživanja o gledanosti i slušanosti elektronskih medija ne postoje. Međutim, zaključuju autori, prikupljeni podaci govore o tome da mediji na manjinskim jezicima neefikasno koriste svoj tržišni potencijal (Jelinčić i dr. 2007: 13).

Pitanje poverenja je značajno bilo i u ovom projektu, te se od ispitanika tražilo da odgovore na pitanje da li, i u kojoj meri, mediji na srpskom jeziku na zadovoljavajući način informišu o zbivanjima unutar njihove manjinske zajednice. Najveći broj pripadnika manjinskih kulturnih elita odgovorio je da mediji na srpskom jeziku, u ovom pogledu, „nimalo“ ne zadovoljavaju njihove informativne potrebe; delimično zadovoljstvo pisanjem srpskih medija u procentu većim od 50% iskazano je samo u slučaju pripadnika rumunske elite, dok je „potpuno zadovoljan“ opciju izabrao ekstremno mali broj ispitanika.

Na pitanje „Da li više verujete medijima na vašem jeziku, na srpskom jeziku, podjednako i ne verujem ni jednim ni drugima“ dobijana je sledeća distribucija odgovora – najveće poverenje medijima na svom jeziku iskazali su članovi albanske kulturne elite (42%), hrvatske (30%), romske (17%), mađarske (13%), bošnjačke (12%) elite. „Međutim, na jeziku većine više veruje 0,4% članova bošnjačke, 0,5% slovačke i rumunkse, 0,6% bugarske i 0,9% romske kulturne elite. Nema nijednog pripadnika hrvatske, rusinske i mađarske elite koji bi medijima na srpskom jeziku ukazao veće poverenje nego medijima na maternjem jeziku. Najveći broj ispitanika opredelio se za treću opciju odgovora. Medijima na maternjem i srpskom jeziku podjednako veruje 83% rusinske, 75% rumunkse, 73% bugarske, 72% slovačke, 51% mađarske i romske, 45% hrvatske i albanske, te 41% bošnjačke elite. Krajnje nepoverenje u odnosu na medije iskazalo je 41% bošnjačke, 34% mađarske, 22% slovačke, 21% romske, 20% hrvatske i 13% bugarske kulturne elite. Najmanje skepticima ispoljili su pripadnici rumunske i rusinske elite – samo 0,5% rumunske i 0,8% rusinske elite izjavilo je da ne veruje ni jednim ni drugim medijima“ (Jelinčić i dr. 2007: 125. 126)

Dakle, objavljeni radovi o medijima ukazuju nam na kontekst iz kog su nastajali. Ta povezanost samog društva i refleksije o njemu, kada su u pitanju mediji, veoma je složena budući da je u međuprostoru složenih odnosa u ulozi posrednika te lako upada u različite koalicije i upotrebljena za različite svrhe. Moć medija je time jača što je veća njihova nezavisnost. I ne samo da je važna nezavisnost i sloboda medija, važno je reći nešto i o samoj javnosti. Sem Blek (1997) u knjizi „Odnosi s javnošću“ piše da poslovi vezani za odnose s javnošću mogu da se opišu rečima kao što su renome, pouzdanost, poverenje, harmonija i postizanje međusobnog razumevanja istinitim i potpunim obaveštavanjem.

Empirjsko istraživanje

Kakav su odjek u javnosti imali mediji i koliko im građani veruju u odnosu na ostale institucije sagledaćemo u prikazu empirijskog dela ovog rada koji se bazira na istraživanju koje je Galup Europe radio na prostoru Balkana 2006. godine. Uzorak i prostori na kojima je sprovedeno istraživanje prikazani su u tabeli 1.

Tabela br. 1. Uzorak istraživanja.

	Frequency	Percent
Serbia	1556	16.4
Montenegro	834	8.8
Macedonia	1042	11.0
Albania	981	10.4
Kosovo	1046	11.1
B&H	2002	21.2
Bulgaria	1003	10.6
Croatia	1000	10.6
Total	9464	100.0

Kao nezavisna varijabla u ovom istraživanju pojavljuje se i verska pripadnost koja se u celom uzorku može sagledati u tabeli br. 2.

Tabela br. 2. Verska pripadnost u uzorku

Orthodox	4.288	45%
Muslim	3.216	34%
Catholic	1.430	15%
Protestant	37	0.4%
Other Christian	28	0.3%
Other	49	1%
No religion	276	3%
Don't know	96	1%
Refused	44	1%
Total	9464	100%

Budući da je verska pripadnost u različitim državama vrlo različita, prikazaćemo u tabeli br. 3. versku strukturu uzorka u ispitivanim državama.

Tabela br. 3.

Country	Serbia	Montenegro	Macedonia	Albania	Kosovo	BiH	Croatia	Bulgaria	Total
Catholic	5%	4%	0%	13%	2%	14%	87%	1%	15%
Orthodox	84%	71%	65%	14%	8%	38%	4%	69%	45%
Protestant (Historical)	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
Other Christian	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%
Muslim	6%	20%	34%	67%	88%	44%	1%	14%	34%
Other	0%	0%	1%	1%	0%	1%	1%	0%	1%
No religion	2%	2%	0%	2%	0%	1%	6%	12%	3%
Don't know	1%	2%	0%	2%	1%	1%	0%	1%	1%
Refused	0%	0%	0%	1%	0%	0%	2%	1%	1%
N=	1556	834	1042	981	1046	2002	1000	1003	9464

Ako bismo samo prokomentarisali versku strukturu stanovništva, vidimo da je, prema ovom istraživanju, Kosovo verski najhomogeniji prostor na kome je 88% islamskog stanovništva, prema Galupovom istraživanju 2006. godine. Poređenja radi, navodimo našu procenu za Kosovo i Metohiju (Kuburić, 1999: 20) da je bilo 88% stanovništva islamse veroispovesti. U Hrvatskoj ima 87% katolika, dok u Srbiji 84% pravoslavnih vernika. Značajno je primetiti da u Bugarskoj ima najviše onih koji su kazali da ne pripadaju ni jednoj religiji (12%). Razlike koje se pojavljuju u rezultatima istraživanja, važno je povezati s razlikama u religijskoj pripadnosti stanovnika pojedinih država i regiona na Balkanu.

U kontekstu istraživanih pojava tražimo rezultate koji se odnose na stepen poverenja koji građani imaju u različite institucije i pojedince koji pripadaju određenim grupama. Od petnaest različitih ponuda, jedna se odnosi na medije. U tabeli br. 4. prikazane su aritmetičke sredine i standardne devijacije.

Na osnovu rezultata prikazanih u tabeli broj 4. koji se odnose na ceo uzorak od 9.464 ispitanika vidimo da je mesto medija na zavidnom nivou. Aritmetička sredina 2.98 i Standardna devijacija od 1.70 ukazuje da je uzorak homogen po pitanju stava prema medijima i da je u grupi institucija i

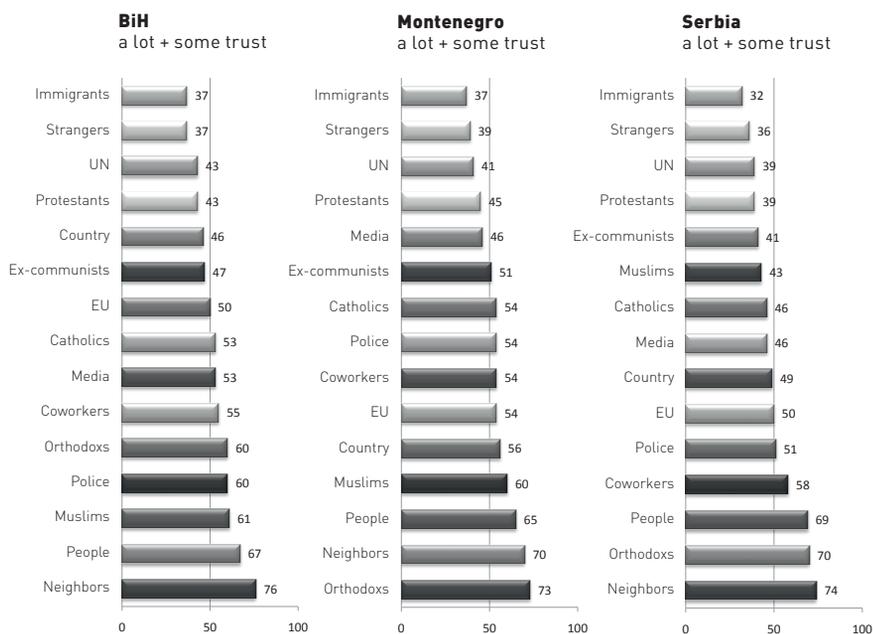
Tabela br. 4.

How much would you say that you trust the following people or groups?	Mean	Std. Deviation	Std. Error
1. Your neighbors	2.43	1.431	.015
2. People in general	2.60	1.388	.014
3. The police	2.80	1.767	.018
4. The media	2.98	1.697	.017
5. The European Union	3.03	2.021	.021
6. Your country	3.15	1.910	.020
7. Orthodox	3.28	2.357	.024
8. Muslims	3.37	2.392	.025
9. The United Nations	3.40	2.197	.023
10. Strangers	3.46	1.841	.019
11. Your coworkers	3.69	2.740	.028
12. Catholics	3.69	2.504	.026
13. Former Communist	3.84	2.365	.024
14. Immigrants	3.90	2.349	.024
15. Protestants	4.12	2.591	.027

pojedinaca u koje se ima više poverenje, a to su susedi, ljudi uopšte i policija. Posle medija poverenje se poklanja Evropskoj uniji, vlastitoj državi i pravoslavnim vernicima. Aritmetička sredina od 3,3 distribuciju usmerava ka udaljavanju od poverenja. Svakako je važno napomenuti da je ovakavo poverenje karakteristično za države Zapadnog Balkana i Bugarske u kojima dominira pravoslavno stanovništvo. Što se tiče razlika unutar ovog uzorka, razlike po državama i regionima kao i verskoj pripadnosti, one su značajne i kada je u pitanju poverenje u medije pa će ti rezultati biti prikazani u grafikonima i tabelama koje slede. Dakle, grafikoni od 1 do 3 prikazuju u procentima stepen poverenja u kontekstu postavljenih pitanja po različitim državama i regionima. Deo ovih rezultata objavljeni su u časopisu *Religija i tolerancija* (Kuburić, Z. i Kuburić, A. 2010).

Iz grafikona 1 saznajemo da većina pozitivnih odgovora, kada je reč o poverenju, dolazi od Crnogoraca: ukupno je 10 kategorija u okviru kojih preko 50% ispitanika pokazuje poverenje. Bosna je vrlo blizu tome jer je u 9 kategorija iskazano poverenje u okviru kojih je preko 50% ispitanika. Srbija

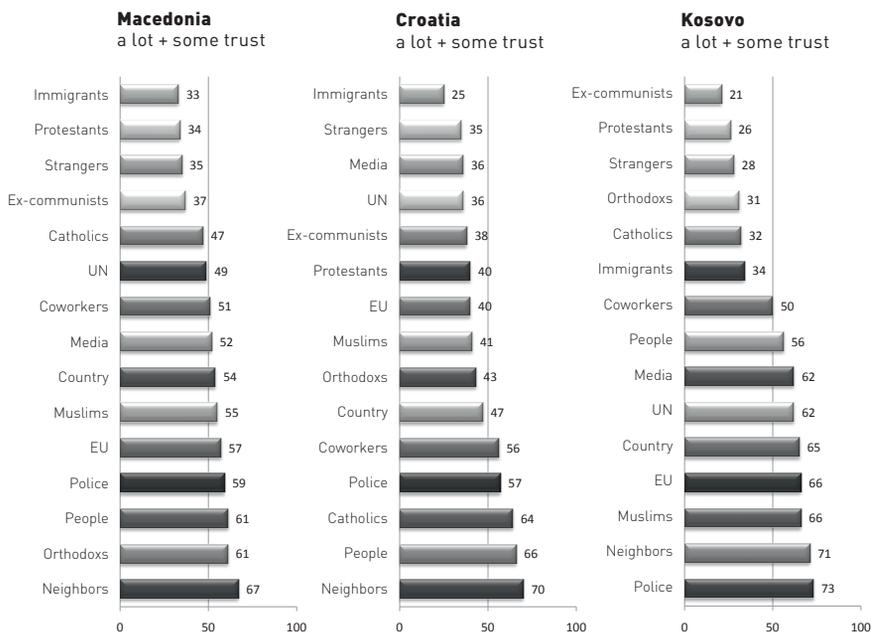
Chart 1



je zemlja koja ima najveći broj onih koji imaju poverenje u ljude generalno (69%), dok se, kada je reč o ostalim kategorijama, nalazi na četvrtom mestu. U Bosni i Hercegovini je najveći broj ispitanika iskazao najveće poverenje prema susedima (76%) i to je najveći procenat koji se odnosi na poverenje u bilo kojoj kategoriji. Kada je reč o susedima, i u Srbiji su oni u bazi osnovnog poverenja, potom u Bugarskoj, Makedoniji i Hrvatskoj. Izuzetak čini Crna Gora gde je pravoslavlje u osnovi zadobilo najviše poverenja, dok je na Kosovu to policija (73%). Kada pogledamo položaj medija vidimo da im se u Bosni (53%) više veruje nego u Srbiji i Crnoj Gori gde je procenat onih koji im veruju isti (46%).

Kosovo predstavlja poseban slučaj. Ljudi su skloni da zauzimaju ekstremne pozicije. Primećujemo jaz od 16% između kategorija u koje ljudi imaju čvrsto poverenje i onih gde takvog poverenja nema. Najveće poverenje u medije upravo je iskazano na Kosovu, gde 62% ispitanika veruje medijima. Poverenje u medije iskazalo je 53% ispitanika u Bosni i Hercegovini, u Bugarskoj i Makedoniji ima 52% ispitanika poverenje u medije, u Albaniji i

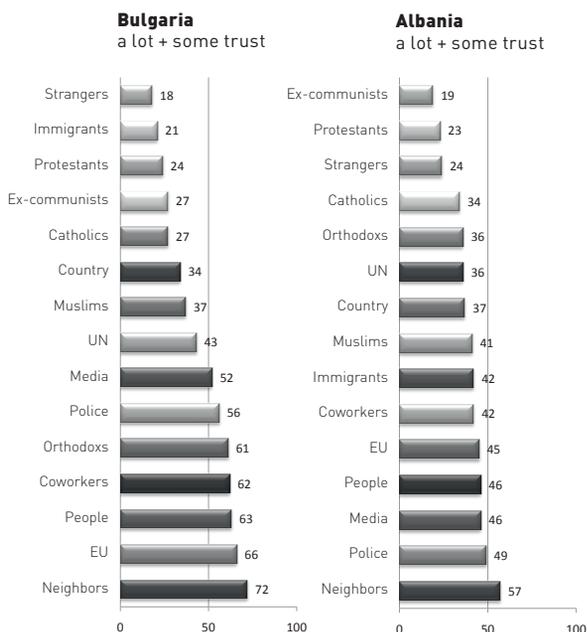
Chart 2



Crnoj Gori i Srbiji po 46% ispitanika i najmanje ga ima u Hrvatskoj gde je 36% ispitanika reklo da veruje medijima.

U Bugarskoj su ispitanici polarizovani: postoje kategorije u koje ljudi imaju suštinsko poverenje i one koje izazivaju nepoverenje. Najniži nivo poverenju u celoj studiji je nivo poverenja Bugara u strance, gde je samo 18% stanovnika bilo spremno da kaže da veruje strancima bilo koliko. U Albaniji je taj procenat 19% ali se odnosi na odnos poverenja prema bivšim komunistima. Što se tiče opšte procene poverenja u Albaniji treba imati na umu da su ljudi nivo svog poverenja procenili kao opšte gledano nizak u svim kategorijama. Jedina kategorija koja prelazi 50% jeste poverenje u susede a i to je u odnosu na druge države, najniži procenat poverenja u susede (57%), jer je prosečan nivo poverenja u susede u drugim zemljama koje su obuhvaćene studijom iznad 70%. Imajući u vidu kontekst poverenja u jednoj državi, mediji dosta dobro stoje i u Albaniji, iako je procenat 46% relativno nizak, jer posle suseda i policije, medijima se najviše veruje, jer su na trećem mestu odnosa poverenja. U Bugarskoj su mediji na sedmom mestu.

Chart 3



Ako još jednom izdvojeno pogledamo položaj medija u jednoj državi, što se tiče poverenja koje građani iskazuju, možemo reći da se medijima najviše veruje u Albaniji, gledano prema redosledu i položaju medija u odnosu na druge kategorije prema kojima se ispitivalo poverenje. Dakle, ako posmatramo unutar jedne države koliko se medijima veruje, to jest koliki je procenat ispitanika iskazao stav velikog i delimičnog poverenja. U Albaniji su mediji u odnosu na petnaest ponuđenih kategorija na trećem mestu iako im veruje nešto manje od polovine ispitanika. U Bugarskoj, Bosni i Hercegovini i na Kosovu mediji su na sedmom mestu, dok su u Srbiji i Makedoniji na osmom mestu. U Crnoj Gori su tek na desetom mestu poverenja iako je procenat od 46 isti kao u Albaniji. Međutim, u Hrvatskoj su mediji na 13. mestu sa 36% onih koji im veruju, a posle njih su stranci i imigranti, što je, gledano kroz različite statističke postupke, najniži odnos poverenja u medije u ispitivanom kontekstu.

Kako protumačiti ovakve rezultate kada su u pitanju mediji? Rezultati ovog istraživanja omogućavaju brojne hipoteze i moguća objašnjenja. Svako da su različita iskustva i istorijska događanja doprinela razlikama u stavovima. Nama je teza o stepenu razvijenosti kritičkoj svesti najbliža. Pismenost

i uključenost u javni život jedne države omogućava i kritički odnos prema medijima. Takođe je značajno naglasiti da je religijska pripadnost i drugačije razumevanje istih pojava jedan od faktora koji doprinosi razlikama.

Na pitanje da li je sada bolje, isto ili gore kada je u pitanju objektivnost medija dobijeni su sledeći odgovori koji su prikazani po državama i regionima na tabeli br. 5 i 6:

Tabela 5.

Objectivity of mass media - if things are better or worse in each of the following issues in [COUNTRY]							
		P1_11 Objectivity of mass media - if things are better or worse in each of the following issues in [COUNTRY]...					
		Better	The same	Worse	DK	Refused	Total
Country	Serbia	613	465	309	30	139	1556
	Montenegro	311	196	203	20	104	834
	Macedonia	471	313	186	11	61	1042
	Albania	700	102	53	47	79	981
	Kosovo	422	329	170	28	97	1046
	BIH	627	522	614	34	205	2002
	Bulgaria	177	216	403	204	3	1003
	Croatia	178	305	397	109	11	1000
Total		3499	2448	2335	483	699	9464

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1967.388	28	.000
Likelihood Ratio	1927.752	28	.000
Linear-by-Linear Association	120.498	1	.000
N of Valid Cases	9464		

U Bugarskoj je 40% građana odgovorilo da je sada gore nego što je bilo ranije i u Hrvatskoj je prisutno više nezadovoljstvo medijima i njihovom objektivnošću (40%). U svim ostalim državama primećeno je da je sada bolje nego što je bilo. Tako je u Srbiji skoro 40% ispitanika procenilo da su mediji objektivniji u odnosu na raniji period. Posebno to važi za Albaniju gde je 71% ispitanika kazalo da su mediji sada objektivniji.

Tabela 6.

Objectivity of mass media - if things are better or worse in each of the following issues in [COUNTRY]...		P1_11 Objectivity of mass media - if things are better or worse in each of the following issues in [COUNTRY]...					
		Better	The Same	Worse	DK	Refused	Total
Country/ territory	Montenegro (National)	213	129	153	8	73	576
	Montenegro (Albanians)	98	67	50	12	31	258
	Kosovo (Albanians)	355	233	85	25	87	785
	Kosovo (Serbs)	67	96	85	3	10	261
	Macedonia (National)	274	189	148	4	34	649
	Macedonia (Albanians)	197	124	38	7	27	393
	Serbia (National)	273	265	149	7	63	757
	Serbia (Minorities)	340	200	160	23	76	799
	Republica Srpska	228	188	284	9	60	769
	Bosnia	286	248	203	15	103	855
	Herzegovina	113	86	127	10	42	378
	Albania	700	102	53	47	79	981
	Bulgaria	177	216	403	204	3	1003
	Croatia	178	305	397	109	11	1000
Total		3499	2448	2335	483	699	9464

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2148.074	52	.000
Likelihood Ratio	2132.210	52	.000
Linear-by-Linear Association	29.730	1	.000
N of Valid Cases	9464		

Ako potražimo razlike unutar većinskog i manjinskog naroda, primećujemo da su Srbi na Kosovu nezadovoljniji sada medijima, i kažu da je njihova objektivnost manja. Takođe je i u Hercegovini više onih koji iskazuju stav da je sada manja objektivnost medija.

Povezanost tipa religioznosti i poverenja u medije

Ukrštajući varijable *tip religioznosti* i *poverenje u medije* došli smo do sledećih saznanja koja više govore o osobinama ličnosti ljudi koji iskazuju svoj stav prema medijima nego o medijima samim i njihovom kvlitetu. Na prvom mestu istaći ćemo rezultat koji se odnosi na verovanje da je njihova religija jedina istinita na svetu. U takvoj kategoriji ispitanika pojavljuje se i najveći procenat onih koji imaju potpuno poverenje u medije. Dakle, 38% ispitanika je odgovorilo da potpuno veruje medijima i da veruje da je njihova religija jedina istinita religija na svetu. Međutim, među njima ima i najviše onih koji uopšte ne veruju medijima i tu je 31% ispitanika takođe na ekstremnim pozicijama. Dakle, ljudi koji veruju u postojanje jedne religijske istine imaju i ekstremnije pozicije po pitanju poverenja u medije.

Kada gledamo stepen poverenja u medije u kategoriji onih koji svoju religiju ne izdvaju po istinitosti od drugih religija najviše ima onih koji imaju delimično poverenje u medije i to je 44% ispitanika, potom delimično nepoverenje, 28%, dok 17% ih uopšte ne veruje i na kraju 6% potpuno veruje medijima, a 5% nije odgovorilo. U kategoriji ispitanika koji svoju religiju izdvajaju kao jedinu istinitu distribucija odgovora izgleda ovako: potpuno poverenje u medije ima 9%, delimično 41%, samo malo 28% i nimalo im ne veruje 16%, dok 6% ne zna šta da kaže po tom pitanju. Razlike između ovih grupa su statistički značajne. Više informacija možemo videti u Tabeli 7.

U drugim radovima bilo je više reči o tom odnosu između onih koji veruju da je njihova religija jedina istinita i religije kojoj pripadaju. Prema rezultatima najsigurniji da je njihova religija jedina prava su muslimani (41%), potom katolici (30%) pa pravoslavni (24%) i protestanti (23%). U pluralizam istina najviše su ubeđeni protestanti na Balkanu (44%), potom pravoslavni (24%), katolici (25%) i najmanje muslimani (11%) (Kuburić, 2007: 172).

Svakako da su verske zajednice odgovorne za proizvođenje slike o religijski drugom (Moe, 2008), o čemu je bilo više reči u drugim radovima (Kuburić, 2008). Međutim, moć medija da predstavi druge religije prevazilazi granice verskih institucija. Mediji mogu biti velika prednost za razbijanje

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	365.885	20	.000
Likelihood Ratio	281.481	20	.000
Linear-by-Linear Association	144.085	1	.000
N of Valid Cases	9182		

Symmetric Measures		
	Value	Approx. Sig.
Phi	.200	.000
Cramer's V	.100	.000
N of Valid Cases	9182	

stereotipa i predrasuda ali i za njihovo formiranje. Mediji zapravo danas proizvode javnost.

Ako pogledamo veroispovesti na Balkanu i stepen poverenja u medije koje imaju njihovi pripadnici, imamo sledeću distribuciju odgovora:

Tabela 8.

Veroispovest	veruju potpuno	veruju delimično	ne veruju sasvim	ne veruju uopšte	nisu odgovorili
Katolici:	5%	37%	31%	19%;	8%
Pravoslavni	6%	41%	30%	18%	5%
Protest. Trd.	19%	50%	23%	8%	0%
Protest. Ev.	15%	33%	27%	12%	12%
Muslimani	9%	46%	25%	12%	8%
Nereligiozni	4%	39%	28%	24%	5%

Ako spojimo po dve kategorije potpunog i delimičnog poverenja i potpunog i delimičnog nepoverenja dobijamo sledeći redosled: delimično i potpuno poverenje u medije ima 69% tradicionalnih protestanata na Balkanu a nema ga 8%; muslimani 55% imaju a 20% nemaju; protestanti netradicionalni 48% imaju a 24% nemaju. Dakle među protestantima i muslimanima ima više onih koji imaju poverenje nego onih koji ga nemaju. Među

nereligioznima ima najviše onih koji nemaju poverenje u medije i njih je 52% dok ih 43% ima poverenje, mada sa potpunim poverenjem ih je svega 4%. Pravoslavni vernici su i u ovom slučaju, kao i kada je istraživana slika o Bogu koja dominira, gde je 50% verujućih sa stavom da je Bog dobar i milostiv dok je drugih 50% sa stavom da je Bog strog i da kažnjava (Kuburić, 2009). U ovom slučaju odnosa prema medijima 48% je na strani nepoverenja a 47% na strani poverenja. Kod katolika je 50% nepoverenje iskazano u medije dok poverenje ima 42%.

Komentar ovakvih razulata mogao bi biti da su protestanti skloni da imaju jasno izgrađene stavove, da su spremni da ih kažu individualno, da su skloni da veruju medijima znatno više nego pripadnici drugih verskih zajednica, jer je vera srž na kojoj se protestantizam oslanja. Osim toga oni su u manjinskom položaju na Balkanu i pod uticajem su zapadne kulture. Tradicionalni protestantizam u boljem je položaju od netradicionalnog i stoga imaju i bolji stav prema medijima. Najmanje veruju medijima nereligiozni. Možda je to razumljivo budući da je poverenje suština religioznosti, ako se veruje Bogu koga se ne vidi, zašto ne bi i medijima koji posreduju istinu. Katolici imaju kritički stav prema medijima. Pravoslavni vernici su ambivalentni po pitanju poverenja u medije.

Zaključak

„Razina povjerenja u novinara najviše ovisi o tomu kako i u kojem obliku bira informaciju koja za čitatelja ima veliku vrijednost. Zato napor da sukob preokrene u priliku za maksimizaciju dobiti obiju strana podrazumijeva zamjenu agresivnoga komunikacijskog stila asertivnim“ (Žirinaki, 2009: 241).

Predlog da se agresivnost u medijima zameni asertivnošću je dobar način da se poveća poverenje i zajednička dobit. Prema rezultatima ovog istraživanja možemo zaključiti da je poverenje u medije značajno. Ono je multidimenzionalno i zavisno od sklopa okolnosti u samom društvu kao i od osobina ličnosti i kvaliteta medijske kulture. Religija je takođe povezana s poverenjem u medije.

Rezultati istraživanja (Balkan Monitor) ukazuju da je na Balkanu moć medija velika. Njihova pozicija je, od petnaest ispitivanih kategorija, na četvrtom mestu odmah posle policije, što ukazuje da su deo državne vlasti i da imaju veliku odgovornost. Međutim, poverenje u medije nije isto u svim

državama na Balkanu. Razlike su uočljive, značajne, čak i paradoksalne. U tumačenju rezultata odnosa prema medijima, ne zaključujemo samo o medijima, svakako zaključujemo i o javnosti koja ima svoj stav. Dakle, mediji formiraju javnost, ali ne samo oni. U ovom radu razmišljali smo o mogućem uticaju crkava i verskih zajednica na formiranje stavova o medijima. Razlike postoje između verskih zajednica i stavova vernika prema medijima. Protestantizam na Balkanu ima najviše poverenje u medije i najtolerantniji stav prema drugim religijama. Međutim moć protestantizma na Balkanu je mala budući da je svega 2% stanovnika protestantske veroispovesti (Kuburić, 2005). Značajno poverenje u medije imaju i muslimani. Nereligiozni u ovom uzorku najmanje veruju medijima.

Što se tiče poverenja u medije po različitim državama, oni najbolje stoje u Albaniji, gde su mediji, u odnosu na petnaest ponuđenih kategorija, na trećem mestu. Osim toga u Albaniji je preko 70% građana primetilo da su mediji sada znatno objektivniji nego što su bili ranije. U Bugarskoj, Bosni i Hercegovini i na Kosovu mediji su na sedmom mestu, dok su u Srbiji i Makedoniji na osmom mestu. U Crnoj Gori su tek na desetom mestu poverenja. Međutim, u Hrvatskoj su mediji na 13. mestu sa 36% onih koji im veruju. Sagledavanje medija u vremenskom kontinuumu, u odnosu na objektivnost, skoro u svim državama je primećeno da su mediji sada više objektivni nego što su bili. Jedino su Srbi na Kosovu nezadovoljni jer smatraju da su sada mediji manje objektivni. Takđe je u Hercegovini objektivnošću medija smanjena, prema mišljenju njenih građana.

BIBLIOGRAFIJA

- Antonić, Slobodan (1992): Fighting for the Truth, *East European Reporter*, No. 4. Budapest, pp. 62-64.
- Beham, Mira (1996): *Ratni doboši: mediji, rat i politika*, Beograd: „Miona“.
- Blek, Sem (1997): *Odnosi s javnošću*, Beograd: Clio.
- Bibliografija radova o medijima: 1989-1998* (1998) Beograd: Argument.
- Burić, Jasna (2009): Masovni mediji kao subjekti manipulacije, Etičke vrejdnosti nasuprot „Trendovskoj tržišnoj kulturi“ manipuliranja nasiljem, nesrećama i zločinima, *Obnovljen život*, 64, 4, 531-544.
- Gallup Balkan Monitor (2008): *Insights and Perceptions: Voices of the Balkans, 2008 Summary of findings*. Brussels: Gallup Europe in partnership with the European Fund for the Balkans.
- Gallup Balkan Monitor (2009): *Insights and Perceptions: Voices of the Balkans, 2009 Summary of Findings*. Brussels: Gallup Europe in partnership with the European Fund for the Balkans.

- Gibb R. Jack (1978) *Trust, A new View of Personal and Organizational Development*. Los Angeles: The Guild of Tutors Press International College.
- Ginter, Andreas (1996) *Svet kao fantom i matrica – filozofska razmatranja o radiju i televiziji*, Novi Sad: Prometej.
- Dorđević, Dragoljub (priređivač) (1994): *Povratak svetog? (Coming back of Holly)*; Niš: Gradina.
- Dorđević, Dragoljub (1990): *O religiji i ateizmu (About Religion and Atheism)*; Niš: Gradina.
- Dorđević, Dragoljub (2007): *Muke sa svetim (Trubles with Holly)*, Niš: Niški kulturni centar.
- Dorđević, Toma (1989): Procesi formiranja i izražavanja javnog mnjenja, Zbornik *Političko javno mnjenje*, drugo dopunjeno izdanje, STJ: Beograd, str. 197-251.
- Džuverović, Borisav (1989): Iskušenja medijskog obrazovanja, u Zbornik: *Masovni mdiji i humanizacija odnosa među polovima*, str. 134-140.
- Jelinčić, Jadranka, Suzana Jovanović, Sarita Matijević i Tomislav Žigmanov (2007) *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina*, Beograd: Fond za otvoreno društvo.
- Jurić, Željko (1989): Sredstva javnog informisanja u regionu Banjaluka i njihova edukativna uloga, u Zbornik: *Masovni mdiji i humanizacija odnosa među polovima*, str. 99-108.
- Kljaić, Veselin (2009) *Intervju, u štampi u on-line magazinima na internetu*, drugo dopunjeno izdanje, Beograd: Fakultet političkih nauka u Beogradu i Čigoja štampa.
- Kovačević, Braco (1996): *Medijski rat i genocid*, Banja Luka: Glas srpski.
- Kuburić, Zorica (2002) *Vera i sloboda, Verske zajednice u Jugoslaviji (Faith and Freedom, Religious organizations in Yugoslavia*, 2. ed. Novi Sad: CEIR.
- Kuburić, Zorica (2005): Religion in Serbia and Montenegro, In: *Worldmark Encyclopedia of Religious Practices. Published by Gale Group. SAD*.
- Kuburić Zorica, (2007): Slika o sebi i religijski drugom u Srbiji iz perspektive pravoslavlja i katolicizma (Self-image and Religious Other in Serbia form the Orthodox and Catholic perspective), *Religija i tolerancija* br. 7. str. 41-54.
- Kuburić Zorica and Christian Moe ed. (2006): Religion and Pluralism in Education, Comparative Approaches in the Western Balkans, CERi Novi Sad in cooperation with the Kotor Network. Str. 107-138.
- Kuburić Zorica i Ana Kuburić (2006): Differences between Secular and Spiritual Identity. *Sociology*, Vol. XLVIII, No. 1. January-March, 2006. pp. 19-37.
- Kuburić, Zorica (2007): Uloga religije u fomriranju identiteta i socijalne distance, U: Mitrović, Lj. Zaharijevski, D., Gavrilović, D. Ed. *Identiteti i kultura mira u procesima globalizacije i regionalizacije Balkana*, Niš: Filozofski fakultet.
- Kuburić Zorica (2008): Images of the Religious Other in Serbia, In: Moe, Christian ed. (2008): *Images of the Religious Other, Discourse and Distance in the Western Balkans*, Novi Sad: CEIR.
- Kuburić Zorica i Ana Kuburić (2010): Stepen međusobnog poverenja na Zapadnom Balkanu i u Bugarskoj, *Religija i tolerancija*, br. 13. str. 5-26.
- Kuburić, Z. i Kuburić-Borović, M. (2009): Revitalization of religion on the Balkan, u: Gavrilovic, D. Ed. *Revitalization of Religion*, Niš: JUNIR.
- Milivojević, Zdenka (1996): TV Coverage of teh War in Bosnia, Zbornik: *Bosnia by Television*, London: British Film Institute, pp. 149-157.
- Mihajlović, Srećko (1993): Televizija u izornoj kampanji, *Sociološki pregled*, Vol. XXVII, br. 1-4, str. 205-219.
- Mio, Žan (1991): Razvoj komunikacija obrnuto srazmeran razvoju etike, *RTV teorija i praksa*, br. 64, str. 81-88.
- Moe, Christian ed. (2008): *Images of the Religious Other, Discourse and Distance in the Western Balkans*, Novi Sad: CEIR.

- Nenadović, Aleksandar (1996): Politika u nacionalističkoj oluji, Zbornik: *Srpska strna rata*, str. 583-610.
- Plenković, Juraj (1989): *Sredstva masovne komunikacije*, Zagreb: Poslovna zajednica grafičkih i srodnih organizacija udruženog rada Jugoslavije.
- Radisavljević-Čiparizović, Dragana: (2002) 'Vežanost ljudi za religiju i crkvu krajem devedesetih', u- *Srbija krajem milenijuma: razaranje društva, promene i svakodnevni život*, priredili: Bolčić, Silvano i Milić, Anđelka, Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta.
- Radojković, Miroљub i Rakić, Ćiro (1989) Neka iskustva o korišćenu msovnih medija u edukativnim aktivnostima u svetu i kod nas, u Zbornik: *Masovni mdiji i humanizacija odnosa među polovima*, str. 125 - 134.
- Šušnjić, Đuro (1998): *Religija I (Religion I)*; Ćigoja štampa, Beograd.
- Šušnjić, Đuro (1998): *Religija II (Religion II)*; Ćigoja štampa, Beograd.
- Tripković, Milan, ed. (2005): *Religija u multikulturnom društvu (Religion in Multicultural Society)*, Novi Sad: Filozofski fakultet; Beograd: Sociološko društvo Srbije.
- Turjačanin, Milan (1989) Vjerska štampa i odnosi među polovima, Zbornik: *Masovni mediji i humanizacija odnosa među polovima*, str. 148-156.
- Veljanovski, Rade (1996): RTB/RTS od socijalizma do nacionalizma, Zbornik *Srpska strana rata*, str. 610-637).
- Vuković, Slobodan (1992): Izborne igre medija, *Gledišta*, Bod. xxxiii, br. 1'6, str. 231-237.
- Žitinski, Maja (2009): Što je medijska pismenost? *Obnovljen život*, 64, 2, 223-232.

Zorica Kuburić i Ana Kuburić

Degree of trust in the media

Abstract: *This article depicts empirical research conducted in the Western Balkans and Bulgaria (project Balkan Monitor 2006 conducted by the Gallup Europe) that is part of survey which make possible to compare states as well as differences in time year by year. This empirical research enable us get to see what is realistic picture in general population opinion not only form person who is in position to share form elite perspective. Qquestions in order to provide a realistic picture as seen from the inside. Special issue are in media, research of critical approach toward media and how it is with trust in media today in Western Balkan and in Bulgaria. The findings suggest that the degree of trust towards media are different in religious communities. The greatest degree of trust in media are in traditional protestant communities. For the purposes of this paper we will depict only a number of questions related to the degree of trust in various countries towards media and theirs connection with religion. There is no differences between mail and female.*

Key words: *Western Balkans, trust, religion, media.*

Danijela Gavrilović

Religija i mediji kao merila vremena

Rezime: *Ovaj tekst ima za cilj da promisli neka pitanja koja se tiču važenja moralnih vrednosti u savremenom društvu i mesta i uloge religije u njihovom uspostavljanju i funkcionisanju u svetlu novijih društvenih dešavanja. Treći bitan element ovog odnosa jesu mediji kao važan faktor prenošenja, ali i izgradnje vrednosti u savremenom društvu. Cilj nam je da analiziramo tezu koja se pojavila u postfunkcionalističkoj teoriji o medijima kao funkcionalnom ekvivalentu religije u uspostavljanju vrednosti u savremenom društvu.*

Ključne reči: moral, religija, mediji

“Gdje izvršavanje poziva ne može da se stavi direktno u vezu s najvišim duhovnim kulturnim vrijednostima -... tu se pojedinac većinom danas odriče njegova tumačenja... (što vodi) ljudima od struke bez duha, ljudima od uživanja brz srca: ovo ništavilo uobrazava da se popelo na ranije nikad nedostignut stepen humaniteta“.

Maks Veber

1. Religija i moral u savremenom društvu

Sekularizovani svet je razvio svoje sopstvene izvore legitimacije kao i sopstvene autoritete, tako da je oslabila uloga „Boga“ u uspostavljanju poretka savremenog društva. Religija postaje „nevidljiva“ (Lukman(Luckmann)) i povlači se u privatnu sferu, bez velikog uticaja na društvene institucije. Ipak, jedna od najvažnijih tema poslednjih godina u sociologiji religije jeste i revitalizacija religije u savremenom svetu i konstatacija od strane mnogih sociologa da je religija na javnoj sceni deo habitusa savremenog društva, uprkos

predviđanjima da će njena uloga slabiti ili da će religija čak nestati sa javne scene. Društvene vrednosti se sa razvojem društva kreću na liniji sakralno - sekularizacija – desekularizacija ili sakralizacija. Iza ove naizgled jednostavne linije povlačenja i vraćanja religijskih vrednosti u žižu društvenog života, krije se složena igra različitih društvenih faktora, različitih u vremenu i društvenom prostoru, tako da je teško doneti bilo kakav opšti zaključak ili uvideti pravilnost u uticaju religije na savremene društvene vrednosti.

Demoralizacija zapada (Brayan Wilson), imoralizam (Ramon Budon), remoralizacija - sve su to pojmovi koji pokušavaju da jednom rečju pokažu najvažniju karakteristiku moralnosti savremenog društva. Povećana individualizacija modernog čoveka i koncept ljudskih prava, uzdignut na pijedestal i sa druge strane velika većina svetskog stanovništva, koje nema osnovne uslove za ostvarivanje ovih prava deo su paradoksalne prirode savremenog društvenog trenutka „globalnog sela“.¹ Debata o ugroženim vrednostima i mogućnostima i načinu njihove univerzalizacije otvara put i za ovakve tvrdnje: „Sekularizacija kao opadanje moralnog poretka“ (Brajan Vilson). Ponovo se nameće pitanje da li je „ako Boga nema sve dopušteno?“. Nakon vere u razum kao sredstvo koje može koncipirati život modernog čoveka nanovo se uviđa da je religija potreba modernog čoveka, čini se i modernog društva. Stiv Brus (S. Bruce) svoju studiju o smrti Boga u Zapadnoj Evropi (Bruce, 2002) završava dovodeći u vezu interiorizovanje vrednosti različitosti i egalitarizma kroz liberalnu demokratiju i sposobnost države da zaštiti ove vrednosti upravo sa sekularizacijom, tvrdeći da će obezbeđivanje ovih uslova udaljiti religiju sa javne scene. Složimo li se sa njim, možemo izvesti zaključak da je vreme udaljavanja religije sa javne društvene scene još uvek daleko. Religija ima kapacitet da zauzme „novu društvenu, političku i kulturnu relevantnost“ u krizi modernosti. Uprkos veoma visokom stručnom konsenzusu da religija ima upravo, kao što tvrdi Habermas (Habermas), novu društvenu relevantnost, ipak je nemoguće iznositi generalizacije o prirodi njene nove uloge. Već na prvi pogled izdvajaju se neke granice između evropskog sekularizma, američke visoke i možemo reći konzervativne religioznosti i islamskog sveta. Tu su i „stidljive“ debate o ulozi religije u dešavanjima u postkomunističkim zemljama, pa i na Balkanu. Ovakva različitost društvenih konteksta i postojanja religije u okviru njih zahteva pažljivu analizu njenih konkretnih manifestacija i uloga.

¹ Šire o ovim paradoksima u: Zagorka Golubović, *Poruke i dileme minulog veka*, Filip Višnjić, Beograd, 2006.

U savremenom društvu moral je važna tema socioloških debata i sučeljavanja često dijametralno suprotnih gledišta. Očiti raskorak između proklamovanih vrednosti, koje teže da postanu univerzalne poput jednakosti, slobode, ljudskih prava i savremene društvene prakse koja se očituje kroz mnoge etnocentrističke i fundamentalističke težnje, otvara prostor za neophodnost socioloških proučavanja morala. Sa ogromnim razvojem nauke i tehnike otvaraju se nove dileme savremenog čoveka i društva. Uloga morala u integraciji i legitimaciji društva ističe se u mnogim teorijskim stanovištima. Pravo kao „*minima moralia*“ ne može da obezbedi društvenu solidarnost zajednica. U sociološkim krugovima, naročito funkcionalističkim, moral je uvek smatran jednom od osnovnih snaga legitimacije i integracije društva. Evolucijom društva, sistemi vrednosti koji se zasnivaju na hipostaziranju parcijalnih entiteta (etničkih ili verskih grupa) gube integracijsku i legitimacijsku moć. Univerzalizacija vrednosti jeste proces koji mora da prati umrežavanje globalnog društva da bi se taj novonastali poredak mogao uspostaviti kao uređen. Ipak, implementacija univerzalne jednakosti, jednakopravnosti i priznavanje drugom i drugačijem „statusa“ moralnog subjekta još uvek nije lak zadatak. Ljudi često imaju problem da shvate i prihvate „po čemu su to jednaki ljudi i žene koji se međusobno razlikuju po svojim osobinama koje smo u stanju da vidimo i nabrojimo? Po čemu su jednaki ljudi koji govore različitim jezicima, veruju u različite bogove, imaju različite običaje?“ (Popović, 2002: 22). Implementacija normi je dovedena u pitanje i ne može se ostvariti u realnom društvenom životu jer se razlikuje od vrednosti kolektiva u kome se univerzalne vrednosti pokušavaju primeniti. „Kada se, međutim, formuliše norma koja treba da važi univerzalno i pri tom obrazlaže vrednostima koje u drugoj posebnoj zajednici ima drugačije značenje onda se može desiti da se norma ne poštuje upravo zato što se poštuju vrednosti“ (Isto, 28). Posledica koja može slediti iz ovakvog stanja jeste zaštita vrednosti sopstvene zajednice koja se oseća ugroženo univerzalnim vrednostima. Ovo su, kako je to pisao Vuko Pavićević, obeležja tradicionalnog tipa moralnosti, gde se važenje moralnih normi završava sa „međom mog sela“. Ipak, veliki broj svetske populacije još uvek oseća snažnu vezanost za parcijalne društvene grupe. To prepoznavanje NAS identifikuje NJIH, što smanjuje šansu kosmopolitskim vrednostima.

Još jedno važno pitanje vezano za moral u savremenom društvu, sa kojim se srećemo u javnim debatama pa i onim sociološkim, jeste pitanje važenja društvenih vrednosti. Utvrđivanje pozitivnog morala najteži je posao

u sociologiji morala. Mnoga su istraživanja vršena na tlu Evrope i sveta² sa ciljem da se utvrde vrednosni sistemi stanovnika različitih delova sveta, kao i njihove razlike u zavisnosti od zemlje koja se tretira. Razmatra se uticaj demografskih i socijalnih varijabli na društvene vrednosti – njihov odabir i strukturu. Namera je da se utvrde pravilnosti u odabiru i menjanju vrednosti, kao i da se promeri njihov međuticaj sa društvenom sredinom. Religija i njen uticaj na formiranje zajedničkih vrednosti, kao i njeno mesto u sistemu vrednosti savremenih društava, nezaobilazan su deo nalaza ovih istraživanja. Iz nalaza se mogu izvlačiti generalizacije ograničenog obima, jer su prisutne regionalne razlike. Ipak, više od samih nalaza socioloških istraživanja govore događaji na svetskoj sceni – fundamentalistički pokreti, evangelički preporod, etnoreligijski sukobi, sve ovo ukazuje da su religijske vrednosti veoma važne u domenu sekularnog društvenog života - formiranja ili povratka društvenim vrednostima. Važna komponenta svih pomenutih pokreta jeste „povratak“ moralnim vrednostima, sukob vrednosnih koncepcija. Iako su mnogi od njih naizgled sakralni ovi pokreti u fokusu imaju svetovni život i „moralni preporod“ ljudi. Ovih dana je „revidiran“ spisak smrtnih grehova u okviru katoličke crkve što je klasičan primer uticaja socijalnog determinizma na religiju i moral. Ovi novi grehovi reaguju na društvene promene, inkorporiraju ih. Bitno je takođe da to nisu grehovi upućeni na samospoznaju i „samopopravljanje“, već na socijalni kontekst i socijalno zlo (ekološki ispadi, narkomanija). Prisustvo pomenutih tendencija u savremenom društvu svedoči o razlikama u vrednostima, njihovom sukobljavanju na društvenoj sceni. Prisustvo istraživanja vrednosti u sociologiju ukazuje da je ideja o determinišućem uticaju društvenih vrednosti na društvene procese u sociologiji još uvek živa.

Pred našim očima se prevrednuju mnogi tradicionalni sistemi vrednosti, mnogo brže negoli u ranijim periodima društvenog razvoja, kada su vrednosti veoma dugo važile i bile osnov konstituisanja društvenih sistema. One mogu imati razoran uticaj na tradicionalne stilove života, moral, religijska verovanja i svakodnevne obrasce, a da pritom ne obezbede nove jasne vrednosti. Ovakva brza smena vrednosti izaziva osećaj nesigurnosti kod naših savremenika - pojedinaca i društvenih grupa. U društvu visoke modernosti (Gidens) stvara se nesigurnost zbog stalne spremnosti za prihvatanje promena u običajima, uverenjima, institucijama u skladu sa novim saznanjima

² World Values Survey, European Values Survey, longitudinalna istraživanja vrednosti velikog broja nacionalnih država širom sveta

koja proističu iz povišene refleksivnosti. U postmodernom društvu dolazi do potcenjivanja tradicija pa i onih religijskih. Postmoderno društvo je društvo radikalnih sumnji.³ Religija se vraća na scenu da ponudi rešenje na pitanje moralnog smisla ljudske egzistencije, sada u promenjenim uslovima religijskog pluralizama, kada su nam na raspolaganju različite religijske opcije.

Danas se u laičkim i sociološkim krugovima čuju vajkanja o krizi vrednosti i sve te priče liče na mit o izgubljenom zlatnom dobu i dostignutom vrhuncu nakon koga sledi sunovrat. „Danas je uobičajeno da se u zapadnim društvima govori o sumraku morala, o promjeni vrijednosti ne samo u Cafe du commerce već i u najboljoj sociološkoj literaturi“ (Budon, 2005: 19). Iako postoje sociološke koncepcije koje govore o fragmentiranom društvu i društvu rizika (Urhik Bek) ipak se po nekim teoretičarima mogu u u savremenom globalizovanom društvu prepoznati i procesi koji vode univerzalizaciji moralnih vrednosti. Srećemo se sa suprotstavljenim koncepcijama – onima koje govore o demoralizaciji savremenog društva i onima koje smatraju da je prisutan vrednosni kontinuitet i napredovanje u individualizmu kao univerzalnoj vrednosti.

Savremeni francuski sociolog Rejmon Budon, dajući odgovore na pitanja „da li je moral u krizi, da li možemo govoriti o sumraku vrednosti?“ nasuprot pesimističkim tonovima odgovara da ne postoji kriza vrednosti, da „ne postoji diskontinuitet između modernizma i postmodernosti, već da se radi o produbljivanju individualizma i da razvoj vrednosti ide ka većem poštovanju individue.“ (Isto, 52). Rejmon Budon odbacuje teorije koje govore o krizi i diskontinuitetu vrednosti u savremenom društvu i na osnovu analize Inglehartovih (Inglehart) podataka objavljenih u *Sourcebook* iz 1998. godine za sedam zapadnoevropskih zemalja (Francuska, Zapadna Nemačka, Velika Britanija, Italija, Švedska, SAD) tvrdi da postoji kontinuitet u ostvarenju ideje individualizma u zapadnoj Evropi i da se ne može govoriti o sumraku vrednosti. Podaci pokazuju povećanje tolerancije prema različitim moralnim vrednostima jer tolerancija postaje najveća vrednost. Prihvata se

3 Entoni Gidens u studiji *Posledice modernosti* problematizuje mogućnost uspostavljanja poverenja u društvu visoke modernosti. Teško je u ovom tipu društva uspostaviti odnos „spontane pouzdanosti“. Središta poverenja i ontološke sigurnosti su marginalizovani: porodica i srodnički odnosi, mesto življenja, religija, tradicija. „Pokušavajući razmišljanjem prodrati do značaja i smisla života u određenom moralnom vakumu osobna beznačajnost, osećaj da nam život ne može ponuditi ništa vrijedno truda, postaje temeljni psihološki problem u okolnostima kasne modernosti“. Entoni Gidens, *Posledice modernosti*, Filip Višnjić, Beograd, 1998.

racionalna vlast, pre negoli tradicionalna ili harizmatska, što je po njemu pokazatelj usvajanja vrednosti „dostojanstva individue“. Budon tvrdi da rezultati pokazuju da uticaj religije slabi, te da je taj proces zajednički svim posmatranim zemljama. Razlika je prisutna samo u stupnju. Nereligioznost je najviša u Švedskoj, a i u Italiji se povećava, ali slabijim ritmom. Religija je samo jedan od autoriteta pri moralnom delovanju, mlađi i obrazovaniji ispitanici se prema dogmi odnose kritički. Inghartovi podaci, prema Budonu pokazuju produblјivanje racionalizacije vrednosti, na delu je po njemu i dalje proces koji je još Max Weber uvideo.

Neki drugi autori poput Brajana Vilsona (B. Wilson) ističu potpuno suprotno, dehumaniziovani karakter savremenog društva i pretvaranje individue u mašinu, klijenta, potrošača. Brajan Vilson, koji uviđa slabljenje uloge porodice i škole u prenošenju društvenih vrednosti, govori o sekularizaciji kao o opadanju „moralnog poretka“ i u prilog tezi iznosi sledeće argumente: rad postaje obezličен, ljudi su otuđeni i svedeni na nivo mašine, kvalitet rada ne zavisi od ličnih kvaliteta. Jezik prati ovu depersonalizaciju i srećemo se sa pojmovima „klijent“, „kupac“, jezik postaje „imun na infekcije humanim vrednostima“ (Wilson, 2003: 39-52). Proces demoralizacije teče, pojmovi lične posvećenosti, dužnosti, lojalnosti, spremnosti, poštovanja, brige za opšte dobro, saosećanja su kroz proces mehanizacije, elektronske revolucije i razvoja informatičke teorije „isceđen“ i iz ljudskih uloga i odnosa koji su sada racionalni bez normativnog obavezivanja. Pod demoralizacijom Vilson podrazumeva ukidanje moralne funkcije društvenih uloga. Naročito je to značajno u slučaju učitelja i sveštenika. Roditelji takođe gube socijalizatorsku ulogu. To je razlog za nemogućnost mladih generacija da uvide smisao moralnog postojanja i formulisanje identiteta („*be themselves*“). Brajan Vilson, slično Gidensu, problematizuje mogućnost uspostavljanja pozitivnih sentimenata i solidarnosti u modernom društvu. Upravo zato se religija smatra neizostavnim izvorom društvene solidarnosti i moralnosti.

Zigmund Bauman (Z. Bauman) postmoderno društvo naziva konzumerskim - potrošačkim, za razliku od modernog industrijskog društva koje je bilo proizvođačko. Osnovna intencija modernog društva je bila da socijalizuje svoje članove kao proizvođače i vojnike. Postmoderno društvo ih socijalizuje kao potrošače. „Etički paradoks postmodernosti je u tome što uspostavlja puni moralni izbor i odgovornost dok istovremeno lišava ljude mogućnosti univerzalnog vođstva koje je moderno samopouzdanje jednom

obećavalo“ (Bauman, 1992: 35-40). Nema velikih istina i autoriteta ljudi su prepušteni sami sebi i mogu da čine šta im je volja. „Postmodernizam možemo shvatiti kao golemi trgovinski centar prepun robe čija je glavna funkcija užitak koji nudi sama kupnja, egzistenciju koja nalikuje doživotnom boravku u trgovinskom centru. Istovremeno znači i nesputanu slobodu da radimo šta god poželimo i neprestano preispitivanje što je uopće vrijedno činiti, te u ime čega bismo to trebali činiti“ (Bauman, 1992: 498). Bez velikih autoriteta, moralnost poput religije postaje privatna stvar. Čovek je stekao „slobodu od“ (From, Zdravo društvo) i nalazi se u čudu kako da ostvari „slobodu za“. Čovek postmodernog društva, jednako kao i čovek modernog i tradicionalnog društva želi da pronađe smisao života. Pišući o čoveku modernog društva Bauman koristi Sartrov pojam „životnog projekta“, ambicija i vrednosti koje su još uvek prepoznatljive. U postmodernom društvu jedina potvrda ispravnosti sopstvenog moralnog izbora može doći kroz divljenje i reakciju drugih. Čovek, bežeći od osvojene slobode, može postati „trendseter“ ili se obratiti stručnjacima za pitanja morala, sveštenicima, političarima. Upravo potreba za potvrdom moralne ispravnosti sopstvenih izbora goni čoveka da se obrati nekom ko mu u tome može pomoći, što dovodi do revitalizacije religijskih i kvazireligijskih pokreta. Neki kritičari Baumanovih pogleda na postmodernost ističu protivrečnu prirodu njegovih tvrdjenja. Naime, u postmodernom društvu autoriteti postaju nevažni, a čovek ipak ima potrebu za njima. Čini mi se da su Baumanove tvrdnje jasnije kada to pogledamo kroz prizmu nedostatnosti postmodernog čoveka da novostečenu slobodu - oslobođenost od autoriteta - ponese na svojim plećima.

Religijske institucije su po P. Bergeru (P. Berger) odbačene kao „administratori“ ljudskih delatnosti i „simbolička armatura“ usvojenih normi i vrednosti.⁴ On u svom tekstu *Četiri lica globalizacije* govori o univerzalizaciju vrednosti kroz koncept japizacije i Davos kulture. Navodi primer pripadnika različitih etnija i vera koji žive veoma sličanim stilom života, rukovođeni sličnim vrednostima. Drugi prepoznatljivi koncept koji prevazilazi tradicionalne granice jeste *faculty club culture* – internacionalizacija vrednosti i ideologije zapadne inteligencije - feminizam, environmentalizam, antipušaćki pokret. Treći oblik univerzalizacije jeste Mekdonaldizacija i Vesternizacija, dok je četvrti oblik Pentakostalizam. Berger ukazuje na vulgarizaciju vrednosti koje se globalizuju. Oblast politike tvori modernu individuu i infiltrira

4 Šire Peter Berger Four faces of global culture, 27.09.2007. - http://findarticles.com/p/articles/mi_m2751/is_n49/ai_20319595

se i u oblast morala, čak i moderne religioznosti. Gubitak tradicionalnih „etičkih markera, kolaps kodova kolektivnog mišljenja, i erozija socijalnih veza koja proističe iz individualističke atomizacije sistema značenja čine anomiju glavnom crtom naših društava.“ (Harvieau-Leger, 2001: 114). Gubeći autoritete koji dolaze izvan individue, moderno društvo se može legitimisati samo kroz građane, što ga čini ranjivim i nesigurnim. Postoji stalna mogućnost da se ta krhka legitimacijska nit sruši.

Tumačeći prirodu savremenog društva, Gidens ističe da je religija značajan akter na društvenoj sceni i da „moderno društvo pospešuje religijski integritet“. Gidens pravi oštru razliku između industrijskog i postindustrijskog društva, između modernog i postmodernog društva. Njegov naziv za ovu fazu razvoja društva jeste, zapravo, pozna modernost. Moderno društvo je „industrijsko društvo“, koje koezistira sa nacionalnom državom, čiji je ključni princip raspodela „dobra“, dok je druga etapa moderniteta „društvo rizika“ koje nije nacionalno, već globalno po svom prostiranju, sa ključnim principom raspodele „zala“ (šteta, opasnosti i rizika). Pojedinač je u ovakvom društvu igračka struktura. Savremeno društvo lavira između kosmopolitizma i fundamentalizma kao vrednosnih orijentacija. Problemizujući poredak savremenog društva Gidens se pita da li je moguće živeti u svetu u kome ništa nije sveto, kako je moguće u takvom svetu uspostaviti moralni poredak. I kosmopolitski moral mora počivati na strasti. „Ne bismo imali radi čega da živimo kad ne bismo imali nešto za šta vredi umreti“ (Gidens, 2005: 78).

2. Mediji kao funkcionalni ekvivalent religije u uspostavljanju vrednosti savremenog društva

Poznati sociolog Džefri Aleksander mogući funkcionalni ekvivalent religije u uspostavljanju moralnih vrednosti pronalazi u medijima. Mediji mogu da postanu moralni regulatori celokupne zajednice ukoliko se izdignu iznad partikularnih interesa i interesa pojedinih političkih partija. Oni bi mogli postati normativne ustanove, koje zajedno sa ostalim normativnim društvenim institucijama, na sebi svojstven način obavljaju zadatak normativnog regulisanja celokupnog društva.

Francuska sociološkinja Danijel Arvju Ležer govori o „ekumenizmu ljudskih prava“, ipak ostavljajući otvoreno pitanje „utopijske praznine“, koju ostavlja religija odlazeći iz sfere legitimacije u društvima visoke modernosti.

Ostaje otvoreno pitanje koje Brajan Vilson problematizuje: „Budući da smisao zajednice nestaje u postmodernim mondijalizovanim društvima, može li pojedinac prepoznati krajnje temelje vrednosti“. ⁵

Da li mediji zaista mogu pomoći u prepoznavanju moralnog kursa danas, kako je to religija vekovima činila. Sada mediji ukazuju na „veštice“ pospešujući i proizvodeći moralnu paniku u savremenom društvu. Sada mediji konstruišu pojam dobra i zla, bacaju kamen i određuju ko je onaj ko zaslužuje kaznu. Lamentiraju nad oslabljenim moralom, ali se ne zadržavaju dugo na ukazivanju od nadolazeće opasnosti po moralne vrednosti, jer se pojave dešavaju suviše brzo, pa se novi neprijatelji smenjuju kao na traci.

Ako prihvatimo postavku konstrukcionista da se prepoznavanje moralnih problema konstruiše od strane socijalnih aktera, maltene bez obzira na činjenice o samoj pojavi, onda moramo zaključiti da mediji danas u velikoj meri učestruju u konstruisanju i prenošenju društvenih vrednosti. Mogu li oni zaista zameniti religiju u ovom istorijskom poslu? Da li će rasprava koju donose mediji povodom određenih moralnih problema doneti više demokratije u ovaj proces. „Kada se moralnost ne svodi na nekoliko osnovnih pravila koja su autoritativno proglasili političari ili crkveni poglavari, onda je društvo primorano da o moralnosti raspravlja, pregovara i iznova pregovara.“ (Tompson, 2003:13) Važan akter ovih razgovora i pregovora jesu upravo mediji. Kako mediji nisu nezavisni dolazimo do činjenice da mediji posreduju u stvaranju slike dobra i zla u savremenom svetu koja proističe iz izvesnih centara moći. Pojava da su danas mediji u situaciji da konstruišu sliku dobra i zla u savremenom svetu otvara nove opasnosti. Jednako kao kada je crkva pokazivala prstom u „veštice“, tako sada mediji još brže i lakše etiketiraju loše momke u našem društvu. Sa jedne strane ne smemo zaboraviti neizostavnu ulogu medija u ukazivanju na društvene i moralne devijacije, dok sa druge strane moramo imati na umu da su mediji kontrolisani i da to mogu činiti za račun nečijih interesa, ili se jednostavno voditi sopstvenim interesom.

5 Brajan Vilson, navedeno prema R. Budon, *Imoralizam*, str. 22.

BIBLIOGRAFIJA

- Angela McRobbie; Sarah L. Thornton, 1995, Rethinking 'Moral Panic' for Multi-Mediated Social Worlds *The British Journal of Sociology*, Vol. 46, No. 4. pp. 559-574, Stable URL:<http://links.jstor.org/sici?sici=0007-1315%28199512%2946%3A4%3C559%3AR%27PFMS%3E2.0.CO%3B2-H>
- Arnold Hunt, 1997, 'Moral Panic' and Moral Language in the Media *The British Journal of Sociology*, Vol. 48, No. 4. (Dec., 1997), pp. 629-648. Stable URL:<http://links.jstor.org/sici?sici=0007-1315%28199712%2948%3A4%3C629%3A%27PAMLI%3E2.0.CO%3B2-T>
- Brajan Wilson, 2002, *God is Dead, Secularisation in the West*, Blackwell Publishers.
- Brayan Wilson, 2003, Salvation, secularization, de-moralization, u: Richard K. Fenn (ed.) *The Blackwell Companion to Sociology of Religion*, Blackwell Publishing, str. 39-52.
- Danijel Harvieau- Leger, 2001, The twofold limit of the notion of sekularisation, u: Linda Woodhead with Paul Heelas and David Martin, *Peter Berger and the Study of Religion*, Routledge, London and New York,
- Entoni Gidens, 1998, *Posledice modernosti*, Filip Višnjić, Beograd.
- Entony. Gidens, 2005, *Odbegli svet*, Stubovi kulture, Beograd.
- Erich Goode; Nachman Ben-Yehuda, 1994, Moral Panics: Culture, Politics, and Social Construction *Annual Review of Sociology*, Vol. 20. pp. 149-171. Stable URL:<http://links.jstor.org/sici?sici=0360-0572%281994%2920%3C149%3AMPAS%3E2.0.CO%3B2-Z>
- Nenad Popović, 2002, Ljudska prava: Norme i vrednosti u: Mirjana Todorović (ed.), *Kultura ljudskih prava*, Beogradski centar za ljudska prava, Beograd, 2002, str. 22.
- Peter Berger, Four faces of global culture, . - http://findarticles.com/p/articles/mi_m2751/is_n49/ai_20319595
- Rejmon Budon, *Imoralizam*, Podgorica, CID, 2005.
- Zagorka Golubović, 2006, *Poruke i dileme minulog veka*, Filip Višnjić, Beograd.
- Zygmunt Bauman, 1992, Intimations of Postmodernity, Routledge, London, str. 7 navedeno prema Haralambos M. *Sociologija: Teme i perspektive*, str. 498., svoje stanovište varira i u tekstu The Self in a Consumer Society, *The Hedgehog Review*/ Fall 99, str. 35-40.

Ratko Kuburić

Metode kojima se koriste mas-mediji u formiranju stavova javnog mnjenja prema verskoj toleranciji

Rezime: *Ovaj tekst sastoji se od tri celine. Prva celina kojom ćemo se baviti jeste naša osnovna teza, koja je i osnov ovog rada – mas-mediji značajno utiču na izgrađivanje stava javnosti prema verskoj toleranciji. Druge dve sporedne teze daju širi uvid u ovaj problem, i pomažu nam da shvatimo šta još utiče na jedno društvo da postane verski netolerantno. To je pre svega neuočavanje dinstinkcije između verskog i nacionalnog, kao i prihvatanje religije formalno, bez dubljeg verskog iskustva.*

Ključne reči: *mas-mediji, verska tolerancija, komunikacija, verske zajednice, štampa.*

Uvod

Vreme ruši mišljenja i glasine, a potvrđuje istinu.

Ciceron

Javno mnjenje smatra se vrhovnim autoritetom svakog modernog društva. Ono, u pravim demokratijama, ograničava vlast vladara i pomaže da se donesu zakoni u čijoj pripremi je učestvovalo. Međutim, kada se vladajuća elita dobro organizuje i snađe, ona koristi latentne snage mase u pravcu koji njima (eliti) odgovara. Tada ispitivanje javnog mnjenja postaje samo još jedna farsa u nizu mnogih. Zašto? Zato što oni koji „koriste“ javno mnjenje kao najjači argument, formiraju i „naručuju“ njegovo mišljenje po svojoj

potrebi i ukusu. Tako je, npr., u Francuskoj 1993. samo u štampi objavljeno 1.021 ispitivanje, a 1994. godine čak 1.054; to čini oko tri ispitivanja dnevno, uključujući subotu i nedelju. Zašto su ova ispitivanja bila tako intenzivna? Verovatno zato da bi se pronašao najpovoljniji oblik formiranja i „izgradnje“ javnog mnjenja za određene potrebe vladajuće elite.

Osvrćući se mnogo detaljnije na ovaj problem Fransis Bal zaključuje: „Naše mišljenje, kojem se laska, koje se neguje i kojim se manipuliše, nalazi se pod stalnim nadzorom... Narod je pravo dete u rukama učitelja govornišтва... Pod vladavinom blagog terora, to jest jedne „soft-ideologije“, koju je utoliko teže savladati ukoliko se njen uticaj oseća svuda, mediji propagiraju... gurajući i uranjajući sve nas u...”¹

Ako mediji imaju sposobnost da nas, prema Balu, „guraju i uronjavaju“ u date ciljeve i situacije, zavisno od „potrebe“, zašto onda ne bi mogli da nas gurnu i u vrtlog verske netolerancije? Zašto ne bi bili u stanju da nas svojim ciljanim programima, emisijama, slikama, reportažama, vestima, komentarima, člancima, intervjuima duboko urone u oblast koja se zove verska netolerancija? Ako se u toku više meseci, ili godina, o drugoj religiji, verskoj zajednici ili naciji ne iznese nijedna pozitivna ili čak neutralna vest i reč preko mas-medija, to onda ozbiljno ukazuje na problem planskog i smišljenog formiranja negativnog mnjenja, i netolerantnog stava prema datom pitanju. Zato je u pravu Ratko Božović kada kaže: „Mediji za masovno informisanje postali su saučesnici u militarizaciji političke zajednice. Stara metodologija modifikovanja slike stvarnosti... prenela se na propagandne ratove, koji raspiruju mržnju među narodima i podstiču krvoproliće.”² Ovakav razarajući učinak mas-mediji postižu koristeći različite oblike i modele svoga delovanja.

a.) *Medijska indoktrinacija*

Indoktrinacija je latinska reč s nekoliko sličnih značenja. Jedno od njih kaže da je to „namjerno zavođenje u znanstvenu bludnju, tzv. friziranje nauke“ kako nekom u određenom času odgovara.³ Indoktrinacija može biti javna ili prikrivena, s dugoročnim ili kratkoročnim programom. Ona može da se usmeri na svesni, nesvesni i podsvesni sloj u psihičkom životu ljudi. Sve ovo postiže se pre svega živom, izgovorenim rečju, pisanim tekstom,

1 Fransis Bal, *Moć medija*, Clio, Beograd 1997, str. 71–80.

2 Ratko Božović, „Vrtlog informativnog ekstremizma“, 1994, *Novinarstvo*, god. XXVIII, br. 1, str. 17–20.

3 Vid. Bratoljub Klaić, *Rečnik stranih riječi*, str. 584.

tv slikom i audio zapisom ili internet porukama. Odabrana reč, odabrana slika ili reportaža smeštena u isplanirani kontekst „namešta našu glavu“ kako hoće i kako želi.

Prema Đuri Šušnjiću, „indoktrinacija je plansko, sistematsko i kontrolisano širenje ideologije... ne osećajući potrebu za drugačijim pogledom na svet... Grube metode prinude zamenjuju se finim tehnikama ubeđivanja.”⁴ Egoizam i volja da se vlada i upravlja drugima, osnovni su motivi indoktrinacije. Ljudi često nisu ni svesni da ih neko obrađuje, da ih indoktriniraju. Oni koji taj posao imaju kao krajni cilj, rukovode se time da su njihov moral, običaji, religija jedino ispravni i bogomdani. „Drugim riječima, želi se stvoriti vijernik, oportunist, parcijalno biće, pobornik hijerarhije, poštovalac autoriteta i stručnosti, sugestibilno lice kome je uvijek lako priprijetiti... osoba prepuna tabua i predrasuda. Dobar dio metoda indoktrinacije sadržan je u opšteprihvaćenim običajima i formalnim pravilima koja se provlače iz jedne civilizacije u drugu tako da predstavljaju nešto sveto i nedodirljivo a mediji preko kojih se sprovodi indoktrinacija zasnovani su na autoritetu, vjerodostojnosti, hijerarhiji i masovnosti.”⁵

Upravo ove i ovakve manipulativne i indoktrinarnе trendove na verskom polju godinama pratimo, gledamo i slušamo u mas-medijima. Preko noći, mediji su „izgradili vernika i otkrili jeretike, osveštali temelje i podigli hramove, odredili broj vernika i izvršili izbor, ocenili moralnu podobnost vernika i utvrdili čistu doktrinu, otkrili genetičke korene i otkrili zlu krv“. Kada je ovo „veliko naučno delo završeno, počeo je stereotip danonoćno da se ponavlja. Na jednoj strani stoje čisti, pravi, poželjni pobornici jedine prave vere, a na drugoj strani su ostali, čudni, opasni, ubačeni, tuđi, zlonamerni, na koje treba stalno ukazivati, motriti, šikanirati, i na kraju proterati. Tako smo, zahvaljujući istorijskim tokovima, ušli u treći milenijum a uz pomoć medija vratili se u srednji vek. U oblasti verskog informisanja izgrađen je jednosmeran obrazac s tabu temama. Zato je u pravu Emil Vlajki kada kaže da su „običaji i formalno prihvaćena pravila“ postali temelj verovanja. U verskom smislu, preporučuje se i gotovo insistira samo na jednom ispravnom verskom opredeljenju; sve drugo nazvano je, i prozvano, tuđim, stranim, opasnim, sektaškim i nepoželjnim, nečim što razara „verski i nacionalni identitet“.⁶

4 Đuro Šušnjić, *Enciklopedija političke kulture*, str. 400.

5 Emil Vlajki, *Igre društvenih komunikacija*, NIRO „Mladost“, Beograd 1984, str. 105.

6 *Ibid.*, str. 105.

b) *Mas-medijska propaganda*

Propaganda je, kao isplaniran zadatak, veoma važan deo dugoročne i kompleksne indoktrinacije. To je smišljeno širenje ideja kroz konkretne akcije, bez grube sile, da bi se postigao određeni cilj. Oni koji vrše propagandu nastoje da, u različitim domenima života – političkom, verskom, ekonomskom i kulturnom, uspostave ili učvrste svoju vlast, svoju dominaciju, svoj pogled na poredak stvari, na osnovu ideologije za koju tvrde da joj pripadaju i da je ispravna.⁷

Sama reč „propaganda“ dolazi od latinskog propagare – rasprostraniti; to je plansko širenje učenja i principa, verskih, revolucionarnih. Svrha propagande je da ljudi potpuno shvate neki novi nazor o svetlu, i da ga prihvate kao svoj za neko duže vreme.⁸ Nagovor je ključna odlika propagande. On se postiže različitim metodama i tehnikama, ali uvek s jednim glavnim ciljem – da se uspostavi veza između „retoričkog i ideološkog registra“:⁹ „Persuazivnost je uporište propagandnog dejstva: u njoj je smeštena intencija propagandiste da uticajem na stavove, u različitim stavovima usmeri ponašanje publike... A uticaj na ponašanje jeste glavni cilj propagande.”¹⁰ „Dubinski ubeđivač koristi skrovitu potrebu mnogih da se izrazi kroz jednoga.”¹¹

Govoreći o propagandi ne možemo da prenebregnemo mas-medije: štampu, radio, televiziju, knjigu, CD, DVD, film, videotekst, kablovsku i satelitsku televiziju, i još neke. Svojestvo mas-medija jeste da umnožava jednu informaciju u ogroman broj istovetnih „primeraka“, i omogućava istovremeno informisanje ogromnog broja primalaca. Kada se po unapred sačinjenom programu propaganda usmeri na jedan cilj i počne dozirano, u različitim medijima, da piše i prikazuje neku grupu ljudi, neku versku zajednicu ili političku partiju, u određenom svetlu, u javnosti se brzo izgradi poverenje ili nepoverenje, tolerancija ili netolerancija prema datoj grupi. „Ni arhitekta savremene svesti nije kadar da predvidi sve posledice koje mogu da izazovu njegove poruke u masi.”¹²

Zato nije svejedno šta se emituje preko mas-medija i ko se i u kakvom svetlu prikazuje javnosti. Kada se jedna isplanirana informacija jednom

7 Vid. *Ibid.*, str. 134–138.

8 Bratoljub Klaić, *Riječnik stranih riječi*, str. 1099.

9 Snežana Milivojević, *Enciklopedija političke kulture*, Savremena administracija, Beograd 1993, str. 940.

10 *Ibid.*, str. 941.

11 Đuro Šušnjić, *Ribari ljudskih duša*, str. 110.

12 *Ibid.*, str. 144.

pusti u prostor i vreme preko mas-medija, a zatim počne da se tumači i upliće u mreže različitih potreba i interesa, ona skoro redovno izmakne kontroli svoga tvorca, formirajući kod svojih primalaca pozitivne ili negativne stavove i opredeljenja. Zato su mas-mediji moćno i nepredvidivo oružje. I danas je ova oblast ogromno polje za istraživanje, posebno u oblasti religije. U prošlosti, međutim, bilo je poprilično naučnih radova i istraživanja o uticaju mas-medija na politička opredeljenja, izborne kampanje i stranačku pripadnost, ali u oblasti religije toga je zaista malo. Nije onda pretenciozno reći da se mi upuštamo skoro u pionirski poduhvat trudeći se da što objektivnije obradimo ovu temu.

c) *Mas-mediji i dezinformacije*

Da li je dezinformacija samo spoj laži i lukavstva ili nešto više? Prema Filipu Bertonu, dezinformacija je: „svesno varanje“. On dalje kaže: „Po svojoj prirodi, to je moćno, ali neprimetno oruđe. Oni koji mu pribegavaju, ne viču o tome u sav glas, jer te metode ne prolaze najbolje u štampi. Njihove žrtve uglavnom ćute. Dezinformacija predstavlja tehniku komunikacije koja najviše izopačuje ideal koji navodno brani.“¹³

Ono što je posebno karakteristično za propagandu i dezinformativno delovanje jeste „parcijalno iznošenje problema“, a njihova primena najbolje se ostvaruje preko sredstava masovnog informisanja. Grupa ljudi, pa čak i pojedinci, koristeći mas-medije mogu delovati na veoma široke grupe ljudi, u krajnjoj liniji i na celu svetsku javnost. Ako npr. mas-mediji prenesu samo jedan ekstremistički i netolerantan stav nekog verskog prvaka iskazan na lokalnom nivou a zapaze je i prenesu mediji na svetskom nivou, to može da izazove velike probleme. Setimo se samo karikature o Muhamedu u jednom od danskih listova – koliko je svetska javnost time bila ustalasana, a posebno islamski svet! S druge strane, moglo je sve ostati i samo u lokalnim okvirima.

Dezinformativnu možemo shvatiti kao netačno ili parcijalno formiranje poruka o izvesnim procesima, događajima, ljudima, pojmovima. Tako pripremljene i prenesene poruke mogu, delimično ili u potpunosti, izgubiti svoje prvobitno značenje, kao i namerno izostavljanje bitne odrednice o nekoj društvenoj ili verskoj zajednici gde bi ona neizostavno trebalo da se javi. Kao primer može da posluži tekst o verskoj zajednici adventista, objavljen u *Enciklopediji Britanika (2005)*, sažeto izdanje. Tačno je sve što je napisano o

13 Filip Berton, *Izmanipulisana reč*, str. 62–63.

ovoj verskoj zajednici, izuzev poslednje rečenice, gde je izostavljena negacija: „Adventisti Sedmog dana slave subotu kao i izbegavaju da jedu meso (a onda je NE izostavljeno) koriste narkotike i druga stimulaturna sredstva.“¹⁴ Ovo je klasičan primer dezinformacije.

Prema Vlajki, dezinformacije su moguće u bilo kojoj tački ili vidu informacijskog procesa. One mogu nastati na mestu događaja, na samom izvoru informacija, u redakciji, u toku procesa kodiranja, u toku povratne sprege, i u bilo kom obliku transmisije. U gore navedenom primeru teško je utvrditi ko je odgovoran za ovu dezinformaciju. To može biti glavni i odgovorni urednik, ili možda kompjuterista, lektor, itd. Ono što je činjenica – dezinformacija je uspešno odrađena. Ona je moguća čak i na kolektivnom, forumskom nivou: pripremi se jedna vest ili saopštenje a nikada se ne pojavi prvi i odgovorni za tu vest, iz čega proizlazi da forum želi da se za njega čuje ali ne želi da bude odgovoran. U ovakvom slučaju dezinformacija „pokriva određenu oblast“ a niko za nju nije odgovoran. Još je gore kada se spiker, reporter ili izveštač poziva na tzv. neproverene ili nepotvrđene izvore. To možda jeste sam medijator, ali on nije označen. On je postigao cilj: vest ili dezinformaciju je poslao, planirano i ciljano je, kako se kaže u novinarskom žargonu, „perje prosuto“, a neka se nađe ko će ga pokupiti.

Friziranje je specifičan oblik dezinformacija – tu se autor služi poluistinama na osnovu kojih izvlači logički tačne a suštinski pogrešne zaključke, tako da se loše pretvara u dobro a dobro u loše. Ovo je veoma star metod, poznat još u Bibliji. Prorok Isaija u svojoj knjizi žestoko osuđuje ovakvu praksu: „Teško onima koji zlo zovu dobro, a dobro zlo, koji prave od mraka svetlost a od svetlosti mrak, koji prave od gorkoga slatko a od slatkoga gorko.“¹⁵

Nije nam cilj u ovome radu da obradimo sve vidove dezinformacija, već samo da ukažemo na nju kao „metod“ kojim se preko mas-medija postiže određeni cilj. Poznata je izreka koju je koristio Gebels, šef nacističke propagandne mašinerije, da „tri puta ponovljena laž postaje istina“. Ovo se zaista pokazalo kao tačno u mnogim segmentima ljudskog društva kada je o propagandi reč. Treba reći da se danas propaganda javlja u veoma skrivenom, gotovo suptilnom obliku.

Da li je pravo i sloboda jačih, moćnijih, bogatijih i podobnijih da šire svoje TV mreže, kanale, novine, knjige, filmove, sajtove da bi prenosili samo jedan vid informacija, jednu vrstu ideja, jedan pogled na red i tok stvari? Ne

14 *Enciklopedija Britanika*, sažeto izdanje, A–B, Narodna knjiga, Politika, Beograd 2005, str. 16.

15 Isaija 5, 20.

znači li to u isto vreme neslobodu za druge, koji nemaju pristup najmoćnijim kanalima komunikacije? Ako je neko uzeo za pravo sebi da nam namesti „vratove“ da gledamo samo u jednom pravcu, može li se poreći njegova odgovornost u ovoj stvari?

Povezivanje verskog i nacionalnog doprinosa verskoj netoleranciji

Prva sporedna teza u našem radu odnosi se na činjenicu povezivanja verskog i nacionalnog identiteta u jednu apsolutnu vrednost. Iz ove, po nekima prirodne a po nekima veštačke i nametnute zajednice, proizlazi da jesi ili nisi pravi pripadnik određene nacije ako si i pripadnik određene vere. Ako nisi ove ili one vere, onda nisi ni date nacije. Naravno, ovakva stanovišta i tvrdnje bude netolerantne stavove prema drugima i drugačijima. Navedeno mišljenje i gledanje stvari prenaplašeno je prisutno upravo na našim prostorima tokom poslednje dve decenije.

„Kao idejni faktor i prostor netoleranciji može se označiti manje ili više takođe tradicionalno izjednačavanje vere i nacije tj. verske i nacionalne pripadnosti, na delovima Balkana posebno... Takvo i slično izjednačavanje i potenciranje verskih činilaca nije smanjivalo nego pre povećavalo postojeće nacionalne i kulturne isključivosti i latentne i otvorene konflikte. Rat na prostoru bivše SFRJ imao je zbog toga i dimenzije verske netolerancije a, u širem smislu, i civilizacijskog ili, bolje rečeno, necivilizacijskog sukoba.“¹⁶

Iako religija ima značajnu ulogu u nastanku nacije, ona nije glavni obrazac po kojem ona nastaje. Ona je ponekad doprinosila podelama i formiranju nove nacije. To se dogodilo, prema Ekmečiću, sa muslimanima: „neuspeh srpskog i hrvatskog nacionalnog preporoda da stvore zajedničku naciju na osnovi jednog jezika, da se vremenom prevaziđe religija kao faktor uzajamne podjele, ostavio (je) prostora da se kasnije muslimanski dio naroda afirmiše na istim temeljima kao i ona prva dva.“¹⁷

Prema Šušnjiću, u naučnom smislu pojam nacije teško je definisati. Mogu se samo odrediti „elementi za moguću definiciju ili možda tipologiju“.¹⁸ Tako se uzima da sve što povezuje jednu zajednicu u datu celinu, a to je pre svega jezik, poreklo, teritorija, kultura, istorija i državotvornost, čine bitne

16 Novak A. Popović, *Da li smo tolerantni*, str. 8.

17 Nikola Dugandžija, *Religija i nacija*, Centar za kulturnu djelatnost, Zagreb 1983, str. 166.

18 Vid. Đuro Šušnjić, *Religija II*, Čigoja štampa, Beograd 1998, str. III.

odrednice jedne nacije. Ako se jezik uzme za osnovnu odrednicu jedne etničke zajednice, treba imati u vidu „dva naroda mogu imati isti jezik ili jedan narod dva jezika“. To znači da jezik nije uvek ono bitno obeležje jedne nacije. Ni zajedničko poreklo ne mora uvek da bude glavno obeležje jedne nacije. Uz to, nema tog naroda koji može da dokaže svoje etničko poreklo, svoje korene kao jedine, čiste, bez tuđe genetike. Ni zajedničko tlo i vlastiti životni prostor nije uvek uslov nastanka jedne nacije. Istorijske, migracijske i druge promene su česte, velike i brze. Iskustvo nas uči da na jednom istom prostoru može živeti više nacija, ili se one mogu smenjivati. Zajednička istorija i tradicija nisu uvek dovoljne jer nam život pokazuje da jedna nacija ne može da opstane sećajući se samo svoje prošlosti već zahvaljujući pametnoj i mudroj izgradnji svoje budućnosti. Nastanak nacija dolazi u vreme kada se ovi, i drugi pobrojani faktori, susreću i sažimaju u jednu celinu.¹⁹

Hrišćanstvo kao univerzalna, nadnacionalna vera proizlazi iz Hristovog naloga apostlima: „Idite po svemu svetu i propovedajte jevanđelje svakome stvorenju. Koji uzveruje i pokrsti se spašće se, a ko ne veruje osudiće se.“²⁰ Hrišćanstvo je tako i otpočelo. Apostoli su vrlo brzo prešli granice svoga naroda i zaputili se u tadašnji paganski svet da objavljuju jevanđelje. Jevanđelje se širilo veoma brzo. Ono što je ovde značajno jeste činjenica da jevanđelisti u svojim spisima, a posebno apostol Pavle, nigde nisu ustvrdili da novoobraćeni Grk nije više Grk, da novoobraćeni Rimljanin nije više Rimljanin. Pavle govori o duhovnom jedinstvu a ne o pripadnosti i nacionalnom jedinstvu. „Nema tu Jevrejina i Grka, nema roba ni gospodara, nema muškoga roda ni ženskoga, jer ste vi svi jedno u Hristu Isusu.“²¹

Akademik Jerotić o ovome kaže sledeće: „Kad smo zaista hrišćani, duboko prožeti verom u raspetog i vaskrslog Hrista, pripadnost jednom određenom narodu, iako ovo nije nikako beznačajna činjenica, ona je ipak od drugorazrednog značaja.“²² Dalje on kaže: „Nikolaj Berđajev piše... Hristovim rečima: ‘Podajte ćesaru ćesarevo, a Bogu Božje’, započela je nova era država u svetu. Carstvo ćesarevo i carstvo Božje se razlikuju... Sve su velike države u hrišćanskoj prošlosti povremeno zaboravljale da su hrišćanske, pa su, gordeći se veličinom i snagom, smatrale ‘prirodnim’ da nameću svoja uverenja, verska i politička.“²³

19 Vid. detaljnije: Đuro Šušnjić, *Religija II*, str. 111–116.

20 Marko 16, 15.16.

21 Galatima 3, 26.

22 Vladeta Jerotić, *Vera i nacija*, Tesit, Beograd 1995, str. 6.

23 *Ibid.*, str. 6.

Skoro sve države u svetu imaju nacionalni predznak. Da bi te države dobro i skladno funkcionisale, nije nužno da imaju i jedinstvan verski predznak. Da li je nužna sveta symphonija između crkve i države za dobrobit jedne zajednice? Treba li poistovećivati veru i naciju bilo kada ili nikada? Ima li čovek, kao razumno i slobodno biće, pravo da, kada ne može da bira svoje poreklo, boju i rasu, izabere svoju religiju i da, ako to učini, ne bude prosto odstreljen od svoje etničke zajednice? Kolika je greška kod onih koji poistovećuju versku i nacionalnu pripadnost? O ovom pitanju Dugandžija piše ovako: „Religijski život nije oslonjen samo na nacionalni, a pogotovo to ne vrijedi za odnos nacionalnog i religijskog, ali tendencija povezivanja ovih dveju pojava uvijek je bila snažnija od tendencije njihovog razdvajanja. Povezivanje ide dotle da se stvaraju izrazi kao ‘katolička nacija,’ ‘pravoslavna nacija,’ ‘muslimanska nacija’ ... ali ‘religijska i nacionalna svijest’ su „zatvoreni sistemi ideja, verovanja i prakse, samosvojni i nezamenjivi jedan sa drugim.”²⁴

U datim društvenim okolnostima dolazi do zamene ili čak stapanja u jednu ovih vrednosti. Iako religija treba da živi od drugih vrednosti nego nacija, one se kaleme na istu suštinu tako da u religiji sve više ima nacionalnog a u nacionalnom religijskog, dok se ove dve vrednosti ne izjednače. Stavljajući u žarište ovih pitanja i tema mas-medije i njihovo potenciranje jednog ili drugog stava, složićemo se sa zaključkom da se u vreme ekonomskih kriza, nacionalnih sporova, sukoba i ratova, koje mas-mediji jednostrano i pristrasno prikazuju, pojačava i verska netolerancija. U takvim okolnostima nužno se poistovećuje vera i nacija. Stvara se čvrsta veza između Srpstva i pravoslavlja, islama i Bošnjaka, Hrvata i katolika. Hrišćanstvo, kao nadnacionalna vera, dobija stroge nacionalne okvire. U tim okolnostima – ako neko promeni veru, prima se kao da je promenio i izdao celu naciju. Ako je pravoslavni Srbin postao pripadnik neke druge, recimo protestantske hrišćanske zajednice, on je odmah sektaš i više nije Srbin? Može li neko ostati Srbin ako je prihvatio islam kao svoju religiju, ili se pokrstio u katolika?

Ovu oblast mas-mediji su eksploitalisali skoro do krajnosti. U medijima su stalno zastupane teze da dobar Srbin može biti samo dobar pravoslavac. Kao primer navodimo tekst iz štampe: „Zato što nismo pravoslavci, kažu nam da nismo Srbi.”²⁵ Ali: „dobar pravoslavni hrišćanin nužno je i dobar Srbin, ali dobar Srbin ne mora biti i dobar pravoslavni hrišćanin.”²⁶ Dakle,

24 Nikola Dugandžija, *Religija i nacija*, str. 11.

25 *Politika*, 23. juni 1994.

26 Vid. Vladeta Jerotić, *Vera i nacija*, str. 19.

naš zaključak o ovoj tezi bio bi: poistovećivanje verskog i nacionalnog i stavljanje u istu ravan izaziva ili doprinosi verskoj netoleranciji, jer nacija u svom osnovnom i izvornom značenju označava: zajednicu ljudi istog porekla ali ne i iste i jedne jedine vere. „Ovako uzeto, nacija se poklapa sa pojmom plemena i naroda. Dalje zaoštavanje pojma nacija, koja se sastoji od jednog naroda i jedne vere... vodi u nacionalizam“ a, prema ruskom religioznom filozofu Konstantinu Leotjevju (1831–1891), „ljubav prema plemenu kao plemenu znači preterivanje koje vodi u zabludu“.²⁷

„Mnogo toga ukazuje da pomesne (autokefalne) Pravoslavne crkve moraju što pre da se trajno odreknu (dobrovoljno) ‘nacionalne’ i ‘državotvorne’ uloge koju su joj nametnuli vekovi ropstva pravoslavnih naroda, i na što su potrošili ogromnu energiju. Bog je svet zamislio kao svečovečansko bratstvo, kao živu bogočovečansku zajednicu, tj. kao Crkvu, a ne kao državu i naciju. Na Jevanđelju Hristovom nemoguće je izgraditi ijedan tip države. Svi pokušaji da se stvori ‘hrišćanska’ ili ‘pravoslavna’ država bili su tragični i bili su najveća sablazan hrišćana za svet.“²⁸

Religioznost bez obraćenja i duhovnosti formira netolerantne verske stavove

U našoj drugoj podtezi osvrnućemo se na pitanje istinske duhovnosti i obraćenja, i pitanja tolerancije. U kakvoj su vezi ove vrednosti? U kojoj meri stvarna duhovnost čini jednog vernika tolerantnim prema drugom i drugačijem? Šta je to obraćenje i duhovnost? Po čemu se ona može zapaziti i prepoznati? Kako se ponaša osoba koja je formalni vernik i osoba koja je obraćen vernik?

Verski formalizam predstavlja veliki problem u svakoj ozbiljnoj religiji. Nažalost, danas toga formalizma ima sve više i više. Formalno ili interesno prihvatanje ili uključivanje u verski i duhovni život obično se događa posle velikih društvenih promena ili propadanja neke ideologije. U tom slučaju vera postaje pomodarstvo i u nju se ulazi bez obraćenja, bez doživljavanja Boga, bez duhovnih procesa koji su nužni. Datoj veri pristupa se kao što se pristupa nekoj političkoj partiji. O dubljem doživljaju verskog iskustva dotična osoba ili grupa skoro da ništa ne zna. Zato su takve osobe ili grupe isključive, rigidne, zatvorene, netolerantne i nespremne za dijalog.

²⁷ *Ibid.*, str. 14.

²⁸ Radovan Bigović, *Crkva i društvo*, Hrišćanski fond pri Bogoslovskom fakultetu SPC, Beograd 2000, str. 15.

Uzimajući ovaj problem dovoljno ozbiljno poznati pravoslavni teolog dr Bigović se pita: „Kako od hrišćana napraviti Hristove svedoke, sledbenike i učenike? Kako sa hrišćanskih likova i ikona skinuti prašinu i obnoviti Crkvu kao živu bogočovečansku zajednicu? Kako ‘informacije’ o Hristu zameniti ljubavlju i poverenjem u Hrista? Kako da hrišćani ‘izađu iz sebe’, svojih institucija, svojih ubeđenja, svojih stavova, svog morala i prihvate rizik odnosa, sažive se sa drugim, zavole druge? To su problemi i suštinska pitanja koja se postavljaju pred hrišćanima. Samo ‘novi ljudi’ živi Hristovi likovi i lica, mogu da povrate nadu... Neophodno je pronaći u sebi krivicu i odgovornost, a ne u drugome...”²⁹ Ovo su zaista suštinska pitanja, koja vode do geneze problema, ali i rešenja problema tolerancije, razumevanja i saživota.

Novi zavet na nekoliko različitih načina opisuje šta se događa osobama koje su postale „novi ljudi“. Setimo se za trenutak duhovnog iskustva kojeg je doživeo apostol Pavle. Pre nego što je nastupila njegova duhovna promena, Pavle (Savle) bio je verski fundamentalista: isključiv, grub i neprijateljski raspoložen prema svemu onome što nije deo „otačke vere i običaja“. Bio je ubeđen da mu je sveta dužnost da bude isključiv i netolerantan prema onima koji su drugačije verovali iako su bili isti narod. Jevanđelista Luka ovako opisuje Savlove verske stavove pre obraćenja: „A Savle (ime koje je imao pre obraćenja) još dišući prijetnjom i smrću na učenike Gospodnje pristupi k poglavaru svešteničkome, i izmoli u njega poslenicu u Damask na zbornice, ako koga nađe od ovog puta, i ljude i žene svezane da dovede u Jerusalim.”³⁰ Ali njegov susret sa Hristom, koji je opisan u *Delima apostolskim*, u 9 poglavlju, odslikava dramatično duhovno iskustvo kroz koje je prošao. On sada nije formalni vernik koji ističe samo formu svoje vere. Pošto je prošao kroz iskustvo obraćenja, on sve sagledava drugačije. Njegovo poimanje „Božjih obećanja i Božjeg naroda“ dobija univerzalni i duhovni smisao. Njegovo poimanje Božje pravde i čovekove krivice, i greha, dobija nove okvire. On za sebe kaže da je grešnik. On se ne izdvaja na pijedestal svetog, pravednog, boljeg, već piše: „Zato, ako je ko u Hristu, nova je stvar, staro prođe, ali gle sve novo postade.”³¹

Imajući ove parametre u vidu, i još mnoge druge, zaključujemo da istinski religiozni i duhovni ljudi jesu široki, otvoreni, tolerantni i čovekoljubiivi. Vladeta Jerotić navodi reči Bulovića: „Duhovnost nije neka neodređena,

29 *Ibid.*, str. 25, 26.

30 Dela apostolska 9, 1.2.

31 2. Korinćanima poslanica 5, 17.

maglovita pobožnost, ili preokupacija metafizičkim, ili bavljenje religijskim pitanjima, ili pitanjima smisla, ili filozofiranja, ili meditacija, ili bilo šta, iz čitavog arsenala takvih pojmova i doživljaja. Striktno uzevši u svetlu Jevandelja... duhovnost je samo ono što potiče od Duha Božijeg, od Duha Svetoga.³² Zato duhovan čovek nije netolerantan već širok, otvoren i uviđavan prema svakome. On nije verski i nacionalno zatvoren.

„Vera ne sme biti kruta, već čvrsta. Kruta vera čini čoveka fanatičnim, a čvrsta tolerantnim. Ko ne stoji čvrsto u veri, hvata se obema rukama za krute dogme; ko, naprotiv, stoji čvrsto u veri, ima ruke slobodne – i pruža ih drugima sa kojima stoji u egzistencijalnoj komunikaciji.”³³ A ja vam kažem: ljubite neprijatelje svoje, blagosiljajte one koji vas kunu, činite dobro onima koji na vas mrze i molite se Bogu za one koji vas gone; da budete sinovi oca svojega koji je na nebesima; jer on zapoveda svome suncu, te obasjava i zle i dobre, i daje dažd pravednima i nepravednima.³⁴

BIBLIOGRAFIJA

- Bal, Fransis. *Moć medija*. Beograd: Clio, 1997.
- Bereš, Karolj. Najčešće zablude u vezi hrišćanskih protestantskih crkava. Valić Nedeljković, Dubravka (ed.). *Praktikum novinarstva*, Crkve, verske zajednice, mediji i demokratija. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, 2005.
- Biblija ili Sveto pismo Staroga ili Novoga zavjeta* (preveli Đuro Daničić i Vuk S. Karadžić). Beograd: Biblijsko društvo, 1995.
- Bigović, Radovan. *Crkva i društvo*. Beograd: Hrišćanski fond pri Bogoslovskom fakultetu SPC, 2000.
- Bjelajac, Branko; Vidović, Dane. *Udar na verske slobode*, zbornik tekstova. Beograd: Alfa i Omega, 2001.
- Bodrijar, Žan. Rat kao spektakl, *Novinarstvo 1*. Beograd: Jugoslovenski institut za novinarstvo, 1991.
- Bogdanić, Aleksandar. *Komunikologija – vodeća paradigma*. Beograd: Čigoja štampa, 1996.
- Božović, Ratko. *Kroz crveno*. Beograd: Sloboda, 1989.
- Božović, Ratko. Vrtlog informativnog ekstremizma, *Novinarstvo*, 1994, god. XXVIII, br. 1.
- Breton, Filip. *Izmanipulisana reč*. Beograd: Clio, 2000.
- Dimitrijević, Ratko. Istina prva gine, *Novinarstvo*, 1994, XXVIII, br. 1.
- Dugandžija, Nikola. *Religija i nacija*. Zagreb: Centar za kulturnu djelatnost, 1983.
- Đorđević, B. Dragoljub. *Proroci „nove istine: Sekte i kultovi: Šta treba da znamo o novim religioznim pokretima?* Niš: Junir, 1998.
- Džuvenović, Borisav; Mihailović, Srećko; Vuković, Slobodan. *Izborna upotreba medija*. Beograd: Institut društvenih nauka, 1994.

32 Vladeta Jerotić, *Vera i nacija*, str. 134–135.

33 Viktor Frankl, prema V. Jerotić, *Vera i nacija*, str. 134.

34 Jevandelje po Mateju, 5, 44. 45.

- Enciklopedija Britnika, sažeto izdanje, A–B. Beograd: Narodna knjiga Politika, 2005.
- Galtung, Johan; Mari, Ruž. Obrasci novinarske selekcije vesti. *Gledišta*, tom 34. Beograd: broj 1–6, 1993.
- Hartli, Džon. Ideološka funkcija vesti, *Gledišta*, tom 34. Beograd: br. 1–6, 1993.
- Jerotić, Vladeta. *Vera i nacija*. Beograd: Tesit, 1995.
- Joksimović, Snežana. Ispoljavanje tolerancije, *Religija i tolerancija*, CEIR, Novi Sad, jul–decembar 2004, br. 2.
- Klaić, Bratoljub. *Riječnik stranih riječi*. Zagreb: Nakladni zavod MH, 1985.
- Matić, Jovanka. Sociološko istraživanje vesti, *Gledišta*, tom 35. Beograd: br. 1–6, 1993.
- Mek Klein, Denis. *Stari kontinent – novi mediji*. Beograd: Nova Holdang D.D.O., 1994.
- Milivojević, Snežana. Propaganda, *Enciklopedija političke kulture*. Beograd: Savremena administracija, 1993.
- Moren, Edgar. *Duh vremena*, knjiga 1. Beograd: BIGZ, 1997.
- Pantić, Dragomir. Dominantne vrednosne orijentacije u Srbiji i mogućnosti nastanka civilnog društva, *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*, tom 25. Novi Sad: 1–12, 1997.
- Popov, Zlatiborka. Pravoslavlje i izazovi demokratizacije, multikulturalizma i tolerancije, *Religija i tolerancija*, br. 4, 2005.
- Popović, Novak. *Komunikativne interakcije u pluralizmu*. Beograd: Institut za političke studije, 1994.
- Popović, Novak. *Da li smo tolerantni*. Beograd: JUVS, 2001.
- Popović, Novak. *Virtuelne komunikacije*. Beograd: Institut za političke studije, 1998.
- Radojković, Miroljub; Crnobrnja, Stanko. *Sredstva masovne komunikacije*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, 1990.
- Redakcija, Proizvođenje javnosti: Sociologija vesti, *Gledišta*, tom 34. Beograd: 1–6: 1993.
- Stojković, Branimir. Žigosanje verskih sekti, moralna panika i mediji, u: Dragoljub Đorđević, Proroci „nove istine : Sekte i kultovi: Šta treba da znamo o novim religioznim pokretima? Niš: Junir, 1998.
- Šušnjić, Đuro. *Dijalog i tolerancija*. Novi Sad/Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, 1994.
- Šušnjić, Đuro. *Ribari ljudskih duša*. Beograd: Čigoja Štampa, 1995.
- Šušnjić, Đuro. *Otpori kritičkom mišljenju*. Beograd: Čigoja štampa, 1995.
- Šušnjić, Đuro. *Cvetovi i tla*. Beograd: Čigoja štampa, 1995.
- Šušnjić, Đuro. Tolerancija, u: *Enciklopedija političke kulture*. Beograd: Savremena administracija, 1993.
- Šušnjić, Đuro. *Religija I*. Beograd: Čigoje štampa, 1998.
- Šušnjić, Đuro. *Religija II*. Beograd: Čigoja štampa, 1998.
- Šušnjić, Đuro. Granice tolerancije. *Religija i tolerancija*, br. 1, 2004.
- Valić Nedeljković, Dubravka (ed.). *Praktikum novinarstva*, Crkve, verske zajednice, mediji i demokratija. Novi Sad: Novosadska novinarska škola, 2005.
- Vlajki, Emil. *Igre društvenih komunikacija*. Beograd: NIRO Mladost, 1984.

Violeta Cvetkovska Ocokoljić i Tatjana Cvetkovski

Instrumentalizacija religije: kudirana komunikacija

Rezime: *Ovaj rad se bavi istraživanjem kodirane „religijske“ komunikacije putem medija i njene uloge u stvaranju nacionalnog identiteta u Srbiji. Poznat kao dog-whistle (pseći zvižduk) ovaj oblik komunikacije, iako je upućen široj javnosti, posebno je namenjen i prepoznatljiv određenoj ciljnoj grupi. Na taj način, omogućeno je slanje dvostrukih tj, dvosmislenih poruka. Jedno značenje poruke je ono koje je prepoznatljivo svima, a drugo je ono koje prepoznaje samo određena ciljna grupa. Naglasak rada je na instrumentalizaciji religije putem kodirane komunikacije na primeru dnevnih novina Kurir u periodu od 2003 do 2009. godine. Istraživaće se metonimijsko i metaforičko značenje pojmova kao što su: krst, ikona i jevandjelje.*

Ključne reči: *religija, instrumentalizacija, kodiranje, dog-whistle.*

Uvod

Potreba za preispitivanjem i utvrđivanjem porekla, religije i kulture, unutar mladih država nekadašnje Jugoslavije, javila se kao posledica velikih promena: raspada bivše države, odbacivanja komunističkog režima i osećaja teritorijalne i fizičke ugroženosti. Ideju zajedništva, koja je bila objedinjena pod sloganom *Bratsvo i jedinstvo*, zamenila je ideja o ličnoj kulturi i religiji svakog pojedinačnog naroda kao neophodnom uslovu za prepoznavanjem i odvajanjem *nas* od *njih*. Tako su nastajali kulturni identiteti zasnovani na negiranju i odbacivanju identiteta svih ostalih, uobličeni u etničko-nacionalne identitete sa ličnim vrednostima i simbolima pripadnosti. Iako nacionalizam nije pojava vezana samo za postkomunističke zemlje, već za sve narode koji prelaze iz jedne faze postojanja u drugu, demokratsko uspostavljanje „naroda u oblik nacije neizbežno prate *sistemi iskuljučivanja*: reč

je o podeli na „manjine“ i, još dublje, na populacije koje se smatraju autohtonim i one koje važe za tuđe, heterogene, rasno i kulturno stigmatizovane“ (Balibar, 2003: 36).

U potrazi za uspostavljanjem sopstvenog identifikacionog koda, Srbija se okreće ka religiji kao temelju razvoja pojedinca i suštini njegovog nacionalnog bića, koja se podstiče i izražava kroz sve vidove javne komunikacije. Tako pripadnost pravoslavnoj veri postaje ključna odrednica srpskog identiteta. Međutim, ova pojava se nije spontano odigrala već se putem medija javnost postepeno uvodila u svet tradicije i religije. Putem izrazito rezonantnih ličnosti (političara, intelektualaca, umetnika) model širenja pravoslavlja sprovodi/o se od jednog ka mnoštvu, omogućen sredstvima masovnog informisanja. Tako, istovremeni prijem određene poruke, utire put oblikovanju „nove“ religiozne svesti i jačanju nacionalnog identiteta kroz brojne spoljašnje elemente a na račun suštine.

Međutim, Srbija danas zagovara demokratiju i slobodu govora. Jasna vizija „evropske“ Srbije nameće ideju o slobodi verskog, polnog i etničkog javnog izražavanja i podržavanja svih vrednosti manjina. Tako na scenu istupaju nove komunikacijske tehnike (*dog-whistle*), koje imaju za cilj da se obrate svima ali da privuku samo one koji se u njima prepoznaju i koji ih doživljavaju kao poziv na delovanje.

Ranohrišćanski model pastira koji prikuplja *ovce* sprovodi se na dva načina: putem medija koji imitiraju slanje poruke od Izvora (Jednog) prema mnoštvu i putem *dog-whistle* tehnike komunikacije koja deluje prepoznavanjem poruke od strane pojedinaca (izabranih). S obzirom na to da se srpski narod obrazovao o religiji prvenstveno putem medija, u ovom radu će se ispitivati instrumentalizacija religije od strane političara u Srbiji, putem sredstava masovnog informisanja. Na pojedinim primerima izjava vodećih (domaćih i stranih) političara, istraživaće se načini sprovođenja ove komunikacijske tehnike kao i njeno posledično delovanje.

Uloga medija u prenošenju *dog-whistle* poruka je od presudne važnosti s obzirom na to da je moderna politička praksa utemeljena u medijima, a ovaj tehnološki doprinos bitno je uticao na mogućnost manipulacije masovnim stanovništvom. Tako je naglasak ovog istraživanja na načinu na koji određenu poruku shvata ciljna grupa pre nego na „izvornoj“ poruci određenog političara: postavlja se razlika između onoga *šta publika čuje* i *onoga što pošiljalac tvrdi da je rekao*.

Razvijanje srpske religioznosti

Sa početkom političke krize (80-ih) koja je kulminirala 90-ih godina u krvavom osamostaljivanju republika, postepeno je rastao stepen religioznosti stanovništva, kako u Srbiji i Crnoj Gori, shvaćenih do tada kao izrazito sekularizovane sredine, tako i unutar srpskih manjina u dominantno katoličkim i islamskim sredinama¹. Težnja za stvaranjem i očuvanjem nacionalne države, zasnovane na nacionalnoj homogenizaciji, u Srbiji je našla najdublje uporište u religiji. Tako se religija postepeno deformisala u ideologiju i ostala pod okriljem višedecenijske instrumentalizacije od strane političara koji su raspirivali neprijateljstvo prema svemu što je *spolja*.

Neophodna resocijalizacija nereligioznih osoba i povratak nekada religioznih na prvobitni položaj, započela je 90-ih godina i dovela je do porasta religioznih osoba u Srbiji sa 23,8% u 1982. godini na 71,3% u 1993. Međutim, ovaj procenat se stabilizovao na 59,3% u 1999. godini, a kasnija merenja potvrđuju visok procenat (60%) koji se ne odnosi samo na osobe sa nižom stručnom spremom već i na pojedince sa višim stepenom obrazovanja².

Međutim, religijsko opredeljenje, s obzirom na to da je putem medija uglavnom usmeravano i oblikovano *spolja*, u raznim vidovima materijalne (vidljive) prezentacije, sve dublje se vezuje za vidljive simbole pripadnosti koji nastaju mešanjem nacionalnog i religijskog. Pod idejom tradicije i vere, i sabornosti razjedinjenog srpskog naroda razvijao se oblik *epskog nacionalizma* dok se istovremeno raspirivao strah od „vladajućih manjina“³. Nove patriotske pesme i pokušaji da se *prepeva* i osavremeni vizantijsko pojanje podjednako su bili deo savremene političke scene u pokušaju da se objedini crkveno i narodno, duhovno i zabavno (popularno). Podjednako, ikona kao sveta slika, gubi svoje suštinsko obeležje i poprima oblik nacionalnog, dekorativnog simbola koji u svečarskim (gotovo paganskim) spektaklima dobija ulogu *tužnog i ubitačnog pritiska idola* (Pelagić, 1990: 94). Tako je klanjanje prototipu lika Hristovog⁴ na kome je Crkva vekovima instistirala postalo

1 Ovo zapažanje proisteklo je iz rezultata koje je 1989. godine sproveo Institut društvenih nauka i Centar za politikološka istraživanja u Beogradu kao i rezultata istraživanja iz 1989-1990. koje je sproveo Konzorcijum jugoslovenskih instituta društvenih nauka na uzorku u sedam bivših jugoslovenskih republika i pokrajina. Detaljnije vidi u Blagojević, 2003.

2 Detaljnije vidi u Blagojević, 2003.

3 U proglasu nevladine organizacije, pod nazivom *Srbija nema alternativu*, u jednom delu se navodi sledeće: „Prava nacionalnih manjina su daleko veća nego prava većinskog naroda“. Posećeno 20. 11. 2009. URL: <http://srbijanemaaalternativu.com/onama.html>

4 Pobedu nad ikonoborstvom u 9. veku hrišćanska pravoslavna crkva praznuje praznikom Ne-

klanjanje idolu (privescima, etiketama na alkoholnim pićima) a novo ikonoborstvo preplavio je tržište pod zahtevima savremenih srpskih potrošača.

Potreba za duhovnošću, tako je zadovoljena ispunjavanjem konvencionalnih formi a potreba za osećanjem pripadnosti i sigurnošću, izrodila je ideju o novom krstaškom pohodu u odbranu srpske svete zemlje – Kosova. Po modelu bivšeg predsednika Srbije, Slobodana Miloševića, koji je započeo svoju političku kampanju upravo na Kosovu, sakupljajući političke poene kroz mit o svetoy zemlji, savremeni političari nastavljaju nacionalno-religijsku instrumentalizaciju pod parolom *Ne damo Kosovo*⁵.

Takođe, srpska vlast nastoji da povrati snagu Crkve kao institucije. Uloga Srpske Pravoslavne Crkve, koja je bitno ojačala, potvrđuje se i vraćanjem verske nastave u državne škole (2001). Kako bi iskazali podršku Crkvi, vodeći srpski političari sve češće prisustvuju velikim verskim praznicima, praćeni brojnim medijima. „Takvim ponašanjem u svojstvu nosilaca javnih funkcija (paljenje sveće, krštenje, ljubljenje ikona) na ovim prostorima neviđenim u poslednjih pedeset godina, nova vlast je, između ostalog, stavljala do znanja javnosti da je njen raskid sa komunističkom, ateističkom i nacionalnom prošlošću konačan i neopoziv“ (Малешевих, 2005: 105). Tako je novonastali religijsko-nacionalni fenomen zasnovan na ideologiji, u prvim fazama razvoja služio državnim potrebama, koje su se ostvarivale kroz snažnu medijsku podršku koja je povratno oživljavala prošlost, negovanje pravoslavne tradicije, jezika i kulturnog nasleđa.

Jačanjem Srpske Pravoslavne Crkve i porastom religioznosti stanovništva javila se potreba za priznavanjem ostalih religija unutar teritorije Srbije i njihovim podjednakim poštovanjem. Tako je u Srbiji (2006) uveden *Zakon o zabrani verske diskriminacije* koji zabranjuje uznemiravanje, diskriminaciju ili privilegije zbog verskih uverenja i koji naglašava da ne postoji državna religija⁶. Ovaj zakon je bitno doprineo da se izjave domaćih političara, koje su prethodnih godina olako shvatane, ponovo preispitaju i da se utvrdi njihov doslovni i njihov prikriiveni smisao. Takođe, komunikacijske

delja pravoslavlja koji se i danas praznuje. Detaljnije vidi u Loski, Uspenski, 2008: 31.

⁵ Ovakve izričite tvrdnje najčešće prati instistiranje na žrtvi koja je podnešena zarad svete srpske zemlje: „... posebno Kosovsko, jer je pravoslavni narod za veru i jevanđelje polagao svoje živote, 'na čijoj žrtvi mi danas stojimo'“, *Kurir*, 31. oktobar 2008, Posećeno 10.10.2009. URL: <http://www.kurir-info.rs/.../sluzena-sveta-liturgija-u-cast-svetog-petra-cetinjskog-i-svetog-luke>

⁶ Zakon o crkvama i verskim zajednicama, Osnovne odredbe, Zabrana verske diskriminacije, Član 2. *Službeni Glasnik RS*, br. 36/2006. Posećeno 15. 08. 2008. URL: <http://www.svetosavlje.org/biblioteka/zakoni/zakon-o-crkvama.htm>

tehnike prepoznate kao pretnja slobodi govora i kao vid verbalnog ugnjetavanja široko shvaćenih manjina, u Srbiji (nasuprot Americi i Australiji), još uvek nisu dovoljno ozbiljno shvaćene i preispitane. Tako je tehnika *dog-whistle*, koja se uobličila u pojavu sa imenom i funkcijom (2005), shvaćena kao značajno sredstvo za *prizivanje* istomišljenika a njena primena u medijima putem izjava srpskih političara govori o tome da savremene svetske tekovine pronalaze svoj put i izraz i na domaćoj sceni.

Dog-whistle kao oblik kodirane komunikacije

Komunikacijska tehnika poznata kao *dog-whistle* nije nova pojava iako je svoje uobličenje i imenovanje dobila veoma kasno. Ovaj pojam je prvi put upotrebljen u Australijskom parlamentu (1998) ali se uobličio u Britaniji, 2005. godine, kroz čuveni politički slogan *Da li misliš isto što i mi? (Are you thinking what we're thinking?)* (Albertson, 2006: 4), gde je prvi put široko prepoznata mogućnost slanja dvosmislene poruke. Jedan raniji primer (1988) u članku *Vašington Posta (The Washington Post)* razotkriva *dog-whistle* efekat kroz izjavu ispitanika političkog istraživanja *koji su čuli nešto u pitanjima što istraživači nisu čuli* (Morin, 1988). Uobičajene karakteristike *dog-whistle* tehnike su poricanje, odabir ciljne grupe i kodirana, implicitna ili sublimalna komunikacija (Fear 2007).

Izraz *dog-whistle* vodi poreklo od Galtonovog (Frensis Galton) izuma pseće pištaljke iz 19. veka koja je namenjena psima i čiji zvuk (viši od 20 000 Herca) ne čuju ljudi a koristi se da bi metaforički opisala uticaj kodiranih poruka koje deluju na pojedince po principu *prepoznavanja* (ciljna grupa). Kodirane poruke koje šalju određene „rezonantne“ (Kelner, 2004: 180) javne ličnosti (prvenstveno političari) namenjen je pojedincima, istomišljenicima koji ih čuju i prepoznaju, dok kod ostatka stanovništva poruke mogu proći bez značajnog zapažanja ili dubljeg poistovećivanja. Mediji predstavljaju važan deo u kanalisanju i širenju ove komunikacijske tehnike, naročito kroz „šifrovanje“ dnevnih vesti. Tako brojne, (naizgled dobronamerne tvrdnje) lako mogu izbeći kritičku pažnju.

Međutim, *dog-whistle* tehnika nije ograničena samo na reči. Ona se sprovodi i vizuelnim putem⁷ kao i celokupnim predstavljanjem određene

7 Detaljnije o vizuelnoj manipulaciji, tj. o vizuelnim izobličenjima (*distortion*) vidi u Mitchell 1986, 2005. Pojam vizibilno u smislu tumačenja jezika slike (kao i izraz ikonologija teksta) upotrebio je Reynolds (Joshua Reynolds) ili Gombrič (Ernst Gombrich) u 18. veku (Mitchell, 2005: 111).

ličnosti u javnosti. „Takvi modeli samopredstavljanja, koje pripadnici političke i društvene elite – kao uzori za ugled – svojim ponašanjem promoviraju, proširuju se posredstvom medija u sve slojeve društva i postaju pravilo, običaj, neizostavna odrednica ličnih i kolektivnih identiteta“ (Малешевих, 2005: 114). Tako će se u skladu sa potrebom za pripadnošću i deljenjem određenih stavova definisati određena ciljna grupa koja će „prepoznati“ poziv pošiljaoca. S obzirom na to da je ova komunikacijska tehnika prvenstveno usmerena na osećanja i duboke predrasude pojedinca, ona predstavlja izuzetno moćno oružje u „rukama“ govornika. Elastičnost ove tehnike omogućava njeno prilagođavanje u zavisnosti od potrebe i okolnosti pošiljaoca i ciljne grupe koja može biti različita. S obzirom na to da je po prirodi dvosmislena i nedovoljno jasna, ova tehnika omogućava političarima da šalju mnogoznačne i dvosmislene poruke (da podstiču rasnu, religijsku ili seksualnu netrpeljivost), izrečene na način da uvek omogućavaju poricanje. Tako političari često putem dvosmislenih izjava koriste duboko ukorenjene, ali često neizrečene ideje o naciji, njenim ljudima i njihovom mestu u svetu (Fear 2007), koje im omogućavaju da direktno komuniciraju sa istomišljenicima. Kao naročito pogodna za desničarske političke snage, koje zagovaraju tradicionalan način života, „običnih, pristojnih“ ljudi, ugroženih manjinskim grupama i „elitama“ ova tehnika produbljuje jaz između *nas* i *njih* i netrpeljivost prema onome što je *spolja* na račun onoga što je *unutra*. Tako (uobičajeno) desničarske političke snage, postaju prividno progonjena manjina kojoj je neophodna dublja homogenizacija i odbrana od agresivnog spoljašnjeg sveta. Ideje koje se podrazumevaju a koje se odnose na deljenje istih stavova po pitanju nacionalnih manjina, verskih zajednica, homoseksualnosti i zaštite države i tradicije, neometano pronalaze svoj put do ciljne grupe.

Na primeru prećutnih, neizgovorenih stavova Fir (Fear, 2007: 7) govori o zlo/upotrebi slogana *Australijski način života* (*The Australian way of life*) koji prećutno podrazumeva način života belih ljudi u Australiji, i koji se zagovara na račun potiskivanja nacionalnih manjina kao i domorodaca (Aboridžina). Međutim, poruke političke prirode mogu biti poslate i od strane velikih kompanija koje drže monopol na tržištu. Na isti način slogan *Cola-Cola način života* (*Cola-Cola the Way of Life*) putem ekonomske propagande nameće određeni obrazac življenja (američki stil života bele populacije).

Dog-whistle i instrumentalizacija elemenata hrišćanske religije

U kontekstu ekonomske i političke propagande sve češće se čuju kritike na račun zlo/upotrebe elemenata ikone⁸: medijska sfera koja nastoji da imitira sveti prostor – ikonosferu, i nastojanje da se ovlada zakonomernošću i metodama sakralne umetnosti u pokušaju da se stvori pseudo svešteni prostor⁹. Tako sredstva masovnog informisanja (sa političarima kao vodećim predvodnicima *stada*) koriste načela ikoničke kompozicije slike i reči, koja su vekovima korišćena za postizanje religioznog iskustva. Međutim, mediji danas, ne vrše uticaj samo na verska shvatanja već imaju mnogo opasniji uticaj na dugoročna ideološka shvatanja celokupne društvene stvarnosti u kojoj se vera shvata i razvija.

Kao oblik instrumentalizacije religije od strane političara, najčešće se navode izjave bivšeg američkog predsednika Đordža Buša. Tako korišćenje *dog-whistle* tehnike dobija svoje uobličenje kroz upotrebu i izvrtanje biblijskog rečnika u cilju signaliziranja vernosti ka američkim religioznim desničarima. Deo njegovog govora iz 2004. godine ukazuje na jasnu aluziju na *Sveto Pismo*. On pominje brda na koja se treba popeti (*hills to climb*) i doline koje se vide ispod (*the valley bellow*) kao aluziju na izrailjsko bekstvo iz Egipta i Mojsijevu viziju obećane zemlje opisane u *Petoj knjizi Mojsijevoj*. Međutim, ova retorička primena nije specifična samo za Bušove govore. Ona se pojavljuje i u izjavama Bila Klintona koji često koristi frazu *send me* („pošli mene“, Is. 6,8), kao što je primećeno i njegovo izričito pozivanje na *Sveto Pismo* u brojnim govorima: „as the Scripture says...“. Takođe, ova tehnika se prepoznaje i u izjavama (1984) Ronalda Regana, kao što je dato na sledećem primeru: „We finished the race; we kept them free; we kept the faith“ (Albertson, 2006: 4) kao aluzija na *Prvu poslanicu svetog Pavla Timoteju*: „Dobar rat ratovah, trku završih, vjeru održah“ (2 Tim. 4,7).

Albertson (2006) takođe istražuje kodiranu komunikaciju Bušovih govora kroz još jedan primer iz 2002. godine povezujući njegovu rečenicu: „There’s power, wonder-working power, in the goodness and idealism and

8 O zloupotrebi elemenata ikone u sekularne svrhe (ekonomske i političke propagande) vidi u Маклуан (1971: 414), Чапнин (2004), Бусалаев (2004).

9 Na taj način unutar obrnute ikonofsere (gde ikonični elementi menjaju svrhu i preimenuju se u novo značenje) postavljena je obrnuta hijerarhija vrednosti, koja utiče na otuđenje čoveka od Boga i čoveka od čoveka. O stvaranju novog „bogoslavlja“ koje objedinjuje jezik ulice, naučna dostignuća i *novu* duhovnost i stvaranju novog „svetog“ prostora masovnih medija, detaljnije vidi u Чапнин (2004).

faith of the American people“, sa verskom himnom. Ova fraza nema neko posebno značenje u svakodnevnom životu Amerikanaca ali je ona zapravo deo (refren) popularne evangelističke himne: „There is Power in Blood“ ili još konkretniji primer njegove izjave: „As I sing in church, there is power...“ (Albertson, 2006: 4), navodeći da takav oblik kodirane komunikacije (*dog-whistle*) omogućava političarima da direktno komuniciraju sa istomišljenicima. Tako su zadovoljene dve vrste potreba: potreba za pripadnošću i potreba za različitosti. Obe vrste potreba dovode do osećanja ekskluzivnosti pojedinca koji prima poruku i „prepoznaje“ upućeni poziv (na taj način *izabrani* postaje potencijalni birač na sledećim izborima). Međutim, na upućene kritike zbog korišćenja religijske terminologije Gerson (Michael Gerson) koji je bio zadužen za pisanje Bušovih govora, odgovarao je rečima „To nisu kodirane reči, to je naša kultura“ (Cooperman, 2004: 6).

Dog-whistle je izrazito opasna komunikacijska tehnika jer podriva demokratiju. Međutim, u modernoj demokratskoj državi smatra se da pojedinac ima prava da zahteva da političari govore iskreno i otvoreno (Fear 2007) i da zahteva od njih da podržavaju prosvetiteljske vrednosti a ne da podstiču netrpeljivost i raspiruju govor mržnje. Međutim, ako građanin Australije postavlja ovakva pitanja, kakvi su izgledi da se isti zahtevi sprovedu u Srbiji kao državi koja još uvek nije izašla iz tranzicije?

Dog-whistle u Srbiji: tradicija ili instrumentalizacija?

S obzirom na to da se i u Srbiji, poslednjih godina, sve više budi kritička svest u odnosu na javno izražavanje političara, zasnovano na predrasudama (polnim, verskim, nacionalnim), primetno je njihovo pribegavanje manje agresivnim izjavama i metodama kako se ne bi izazvalo preveliko negodovanje javnosti ali ipak pobudile latentne predrasude pojedinaca u zajednici. Kroz slojevitost i višeznačnost upućenih poruka putem medija, one svakodnevno stižu „pročišćene“ do svojih „potrošača“ koji će ih potom usvojiti, poistovetiti se sa njima i po potrebi (saglasno njihovom smislu) delovati.

U Srbiji, u domenu religije, *dog-whistle* tehnika se najjasnije uočava oživljavanjem *tradicije* putem elemenata hrišćanske (pravoslavne) prošlosti i buđenjem ideje o „posvećenom narodu“¹⁰ a primenjuje se korišće-

10 Ova potreba je počivala na uverenju da jezik koji služi kao sredstvo za hrišćansku službu Božiju postaje posvećen i da se narod koji njime govori uzdiže na status naroda posvećenog da

njem crkvene terminologije u skladu sa ciljevima koje određena stranka zagovara i kojima teži. Reči koje u rukama vladajućih pojedinaca u Srbiji postaju sve moćnije oružje, poslednjih decenija bude veliku pažnju a proizvode se i nameću u skladu sa obnovom religije i realnom teritorijalnom ugroženošću, kada društvo postaje opčinjeno traganjem za „korenima“ i kada se budi „ideologija tradicionalno/etničkog nacionalizma“ (Малешевић, 2005: 230). Takođe, postojalo je nastojanje da se kulturne razlike tumače u etničkom ključu i odatle izvede zaključak o nemogućnosti postojanja multikulturalnog društva. Ovaj model našao je svoje utemeljenje u religijskoj pripadnosti (pravoslavlju) gde su nacionalna crkva i jezik odigrali značajnu ulogu kao identifikatori kolektivne pripadnosti (Stojković 2002).

Međutim, *dog-whistling* se može sprovesti i putem nagoveštaja tako što se dva koncepta postavljaju jednostavno jedan pored drugog ali bez njihovog izričitog povezivanja. Na taj način stvara se utisak da postoji određena veza između dva, čak potpuno različita, događaja ali bez postojanja dokaza da je to smišljeno učinjeno. Najvidljiviji oblik ove veze može se sagledati kao podrazumevanje veze ili izričitosti u jednoj tvrdnji koja je na čudesan način povezana sa drugim događajem. Jedan od veoma osetljivih „srpskih“ primera takve vrste je i sledeća rečenica sa pitanjem, u *Kurirovom* intervjuu vladike šabačkog Lavrentija: „Odmah po izboru patrijarha usledila je istraga u Eparhiji raško-prizrenskoj i razrešenje vladike Artemija. Da li to ima veze jedno s drugim?“¹¹ Na ovo pitanje vladika Lavrentije je odgovorio sledećim rečima: „To su pitanja koja su u nadležnosti Sinoda i Sabora i ona ne zavise od patrijarha. Meni je žao što je sve krenulo praktično na dan njegovog izbora, a problem zapravo traje već petnaest godina“¹².

Kao deo *dog-whistle* tehnike ne moraju se tumačiti samo reči već i ponašanje pojedinaca. U Srbiji upotreba reči koje upućuju na tradiciju, srpstvo, ognjište i veru, inspiracija su mnogih političara. Ova instrumentalizacija ima brojne prikrivene vidove a jedan od često korišćenih je „vezivanje događaja za crkveni kalendar, od strane predsedničkih kandidata koji započinju

služi Bogu (Obolenski, 1991: 35). Ovaj model se najjasnije uočava kroz slogan: „Srbi su nebeski narod“ ili „Srbi su najstariji narod na svetu“. Međutim, ovaj model ne predstavlja samo odvajanje od ostalih naroda već i dominaciju nad ostalima na osnovu porekla (prvenstva).

11 „Patrijarh je realan čovek“, *Kurir*, 3.04.2010, posećeno 15. 01.2010. URL:

<http://www.kurir-info.rs/clanak/vesti/kurir-03-04-2010/patrijarh-je-realan-covek>

12 „Patrijarh je realan čovek“, *Kurir*, 3.04.2010, posećeno 15. 01.2010. URL:

<http://www.kurir-info.rs/clanak/vesti/kurir-03-04-2010/patrijarh-je-realan-covek>

svoje kampanje na neki veliki pravoslavni praznik (najčešće Đurđevdan)¹³ (Малешевих, 2006: 113). Međutim, druga vrsta instrumentalizacije javlja se podjednako kroz pokušaj skretanja pažnje putem najave (LDP) predloga podnošenja amandmana „kojim se traži brisanje iz Predloga nacrtu statuta grada član koji definiše gradsku slavu Spasovdan“¹³. Šef odborničke grupe LDP Dejan Randić izjavio je da „bez obzira na nasleđe koje imamo iz prošlosti, smatramo da gradskoj slavi nije mesto u statutu“¹⁴.

Kao jednu od zamerki bivšem premijeru Koštunici, Malešević navodi javno izražavanje verske pripadnosti i podređivanje crkvi, kroz duboki poklon i celivanje ruke patrijarhu srpskom gospodinu Pavlu, pred televizijskim kamerama. S obzirom na to da ovo nije bio lični gest vernika „nego pozdrav kojim se nosilac najviše državne funkcije obraća vrhovnom poglavaru crkve, i kao javni čin, izražava ne samo lično poštovanje, nego isto i subordinaciju autoriteta sekularne vlasti autoritetu Crkve, priznavanje njenog prvenstva u državi“ (Малешевих, 2006: 112). Autorka navodi još niz raznovrsnih primera, pitajući se, između ostalog, da li je primereno predsedniku Tadiću, koji na utakmici, pred TV kamerama izražava svoju versku pripadnost (time što se javno krsti), takvo ponašanje, i „da li predsednik izabran voljom građana različitih pripadanja i orijentacija sme, kao nosilac te javne funkcije, da se ponaša kao vernik jedne crkve?“ (Малешевих, 2006: 112).

Kao uobičajene fraze *dog-whistle* politike (Fear, 2007) koriste se i takozvane fraze porekla¹⁵ kojima se veoma lako manipuliše a slede knjiški primeri njihove primene: *mainstream* Srbije, obični (razumni) ljudi – Srbi, srpske vrednosti, pravoslavna baština/tradicija, stečeni/posebni interesi, elite, politička korektnost, pogled na istoriju sa „crnim florom“, zalaganje policije, zaštita granica (teritorijalnog integriteta), i slično. Ovo su neke od uobičajenih fraza koje se koriste u *dog-whistle* govoru ali se njihovo značenje može menjati u zavisnosti od konteksta u kome su korišćene. Iako naizgled bezazlene, kada su izgovorene od „prave osobe“ one postaju opasno sredstvo manipulacije i uticaja na pojedince u svrhu ostvarivanja ličnih političkih (ili ekonomskih) interesa.

13 „Bezbožnici!“, *Kurir*, 17.10.2008, posećeno 12. 02. 2010., URL:

<http://www.kurir-info.rs/clanak/beograd/kurir-17-10-2008/bezboznici>

14 „Bezbožnici!“, *Kurir*, 17.10.2008, posećeno 12. 02. 2010., URL:

<http://www.kurir-info.rs/clanak/beograd/kurir-17-10-2008/bezboznici>

15 U popisu fraza učinjena je izmena u odnosu na originalni tekst. Umesto Australije u kontekst je stavljena Srbija kako bi se lakše uočile paralele i sličnosti u ponašanju modernih srpskih i australijskih političara.

Kada analitički govor nije u mogućnosti da izrazi određeni stav političari najčešće koriste metafore. Vodeće ličnosti političke scene nastoje da održe odnos sa biračima (istomišljenicima) i da istovremeno izbegnu javno anatemisanje. Tako se stvaraju mnogoznačne poruke koje istomišljenici prepoznaju a u krugu su prihvatljivosti većine. Međutim, ponekad i tišina, tj. ne odgovaranje povodom nekog problema (odsustvo komentara) može predstavljati *dog-whistle* tehniku, kao i uobičajeni primeri rečenica koje počinju sa: „Ja nisam, ali...“ Na taj način određeni političar se na izvestan način ograđuje ali donekle i podržava stav druge strane. Tako, na primer, povodom optužbe Sonje Biserko u sarajevskom listu *Dani*, „da je predstavnik i miljenik konzervativnog i nacionalističkog bloka u Beogradu (...) `Gostujući u emisiji `Svedok` na RTS-u, ministar spoljnih poslova Vuk Jeremić rekao je da nije nacionalista, i da to mogu da potvrde svi koji ga poznaju`“¹⁶. Podjednako, „o odlasku u Bijelo Polje na proslavu Svetog Save, Jeremić kaže da je u pitanju ispoštovana procedura, da je bio na poziv vladike Joanikija, privatno, ne kao ministar spoljnih poslova i da je taj boravak bio najavljen diplomatskim bazičnim normama i protokolom“¹⁷. Podjednako, kada određeni političar izjavi (o verskom obrazovanju svoje dece): „Ovo je moj izbor a svako ima pravo na svoj“¹⁸, poruka može biti protumačena kao *dog-whistle* tehnika.

Jedan od skorijih primera pokušaja (i uspeha s obzirom na objavljivanje date vesti) instrumentalizacije religije je i polemika oko verskih čestitaka političara povodom Uskrsa 2010. godine. Iako je povećan broj zahteva političkih stranaka da na srpskim televizijama, u formi plaćenog televizijskog oglasa, svojim biračima čestitaju Uskrs, Republička radio-difuzna agencija (RRA) je izjavila da to nije dozvoljeno ali da je stvar uređivačke politike pojedinih medija da li će kroz vest (ukoliko određeni političar bude imao neku aktivnost) emitovati čestitku, i da to važi i za vlast i za opoziciju¹⁹. Ova odluka izazvala je brojne polemike članova opozicije. Tako je lider Nove Srbije,

16 „Jeremić: Nisam nacionalista“, *Svedok* (RTS), 4.02.2010, posećeno 10.03.2010., URL:

<http://www.srbijanet.rs/vesti/vesti-iz-zemlje/43443-jeremic-nisam-nacionalista.html>

17 „Jeremić: Nisam nacionalista“, *Svedok* (RTS), 4.02.2010, posećeno 10.03.2010., URL:

<http://www.srbijanet.rs/vesti/vesti-iz-zemlje/43443-jeremic-nisam-nacionalista.html>

18 Izjava zamenika predsednika SNS Aleksandra Vučića (2008), povodom stava o veronauci i građanskom vaspitanju, „Građani vernici“, *Kurir*, 24.12.2010., posećeno 10.02.2010, URL:

<http://www.kurir-info.rs/clanak/politika/kurir-24-12-2008/gradjani-vernici>

19 Iz izjave RRA i predsednice Skupštinskog odbora za kulturu i informisanje Vesne Marjanović (DS), „RRA: Bez oglasa stranaka za Uskrs“, 19.23, 2.04.2010, Izvor: b92, posećeno 4.04.2010, URL: <http://www.b92.net/info/vesti/index.php?yyy=2010&mm=04&dd=02&navcategory=11&av id=42 2066>

Velimir Ilić optužio vlast da opoziciji otima medijski prostor²⁰, Radikali su smatrali da „Agencija ne dozvoljava političarima da čestitanjem velikih praznika, pogotovo građanima drugih veroispovesti, doprinose smanjenju tenzija“²¹ a u „DSS-u ne smatraju da verske čestitke mogu da štete medijskom prostoru Srbije“²². Na taj način ipak je iskorišćen besplatan medijski prostor RTS-a a cilj je ostvaren. Na ovaj način sprovedena je srodna komunikacijska tehnika *dog-whistle* tehnici (*wedge politics*) koja deluje po modelu direktnog i otvorenog pokušaja da se podele politički protivnici kroz određeno pitanje i da na taj način iskoriste političku korist ili izbornu pogodnost.

Nasuprot upotrebi crkvene terminologije, dolazi i do obezvređivanja i banalizovanja²³ pojedinih reči i njihovog značenja unošenjem novih tumačenja u osnovni smisao (preimenovanje značenja). Na primeru dnevnog lista *Kurir*, u periodu od 2003-2009, izvršena je analiza višestruke upotrebe pojma ikona: gej ikona (političari kao gej ikone²⁴), lezbo ikona, modna ikona, pop ikona, ikona stila i seksepila, sportska ikona, balkanska ikona, „žena ikona crkve i blago sveta“²⁵, ikona nasuprot Titovoj slici koja zauzima centralno mesto, ikona presvete Bogorodice, slikanje ikona, čudotvorna ikona, celivajuće ikone, hrvatska pop ikona, srpska ikona, ikona hard roka, ukrao 15 evra sa stalka kod ikona, izgoreo ikonostas sa ikonama, Bog kao ikona, proplakala ikona i slično. Tako pojam *ikona* dobija višestruko značenje: upotrebom u popularnoj kulturi, u smislu izražavanja seksualne pripadnosti, u ideološkom smislu (obožavanje Titove slike nasuprot poštovanju ikone), u smislu nacionalne pripadnosti (kao istaknuta vodeća ličnost i predstavnik jedne nacije), u smislu ikone kao (obrednog) predmeta poštovanja i molitve Hristovom prvliku, preplitanjem žene (po predanju Bogorodice) kao tela (majke) Crkve, ikona kao čudotvorni predmet, i Bog kao ikona?! Sa druge strane pojam *jevandelje* zadržava izrazito religijski smisao, od izjave blaženopočivšeg patrijarha gospodina Pavla koji je istakao da mu je jedini program rada *Jevandelje*²⁶ do čitanja *Svetog Jevandelja* na

20 „RRA: Bez oglasa stranaka za Uskrs“, 19.23, 2.04.2010, B92.

21 „RRA: Bez oglasa stranaka za Uskrs“, 19.23, 2.04.2010, B92.

22 „RRA: Bez oglasa stranaka za Uskrs“, 19.23, 2.04.2010, B92.

23 Preimenovanje značenja dovodi do toga da se gubi ikonički smisao reči.

24 Biranje političara kao predstavnika gej ikona u patrijarhalnoj sredini kao što je Srbija, ima za cilj da poništi njihovu ulogu predvodnika, društva koje očekuje za svog vođu snažnog, arhetipskog ratnika i muškarca.

25 Uručivanje ordena svetog vladike Nikolaja Srpskog, Borki Vučić povodom objavljivanja knjige „Žena ikona crkve i blago sveta“, *Kurir*, 27. 11. 2008, posećeno 20.10.2009, URL: <http://www.kurir-info.rs/clanak/vesti/kurir-27-11.../crkveno-priznanje-bankarki>

26 „Biografija patrijarha Pavla“, *Kurir*, 15. 11. 2009, posećeno 15. 10.2009, URL:

službi i prevođenja *Jevanđelja po Marku* na romski jezik. U kontekstu upotrebe pojma *jevanđelje*, prevladava ideja o zajedništvu (svih pravoslavnih naroda²⁷), o predanju i svetosti, kao i tradiciji i veri. Ovaj pojam, još uvek, izaziva snažan odjek u primaocima u svom izvornom značenju. Čak i vest o krađi *Jevanđelja*²⁸ nosi nešto strašno i ukazuje na skrnavljenje svetinje.

Pojam krsta ima dugu istoriju u ljudskom društvu. Njegovo osnovno značenje, vremenom se proširivalo i dobijalo brojna druga značenja²⁹, tako da je on iz simbola prerastao u znak ali je ipak zadržao i svoj hrišćanski smisao. Ipak, kroz analizu upotrebe u dnevnom listu *Kurir* nailazimo na sledeća značenja: desna ruka je moj krst (u smislu patnje), ubio je krst (u doslovnom smislu ubistva), helikopter spustio džinovski krst (u smislu angažovanja države u postavljanju krsta), plivanje za krst časn (povodom tradicionalne trke na Bogojavljenje), Zlatni krst kneza Lazara (nagrada - priznanje), koka snela jaje s krstom (u smislu čuda), darovao krst na glavnoj kupoli (ktitorstvo), ogroman svetleći krst koji je za Božić krasio zgradu palate „Ušće“ ili krst veličine 18 metara uskoro će biti postavljen na kružnom toku pored megamarketa „Metro“ (javna pripadnost izražena kroz simbole), pravoslavni krst na Slobinom grobu (rugaње ili pokajanje), „iako sitan i slabašan telom, bio je gigant po načinu razmišljanja i duhu, podigao je teret krsta“ (povodom smrti patrijarha), o retrovizor okačen krst veličine karburatora (preuveličavanje javnih simbola pripadnosti), „Montenegrini bježe od gusala kao đavo od krsta“ (podsećanje na tradiciju), „Crveni krst“ (humanitarna organizacija) i slično.

Složenim mehanizmom zaključivanja, poruke koje se prenose određenim jezičkim izrazom uvek rizikuju da postanu znak nečeg drugog. Tako je „jezik po prirodi tvorac drugih, indirektnih smislova“ (Eko, 1995: 25). S obzirom na to da jezikom vlada čitav sistem metaforičkog mišljenja organizovanog u hijerarhijskim strukturama, on se uvek sastoji od grupa metaforičkih izraza koji izražavaju neku opštiju metaforu (Janićijević 2000).

<http://www.kurir-info.rs/aktuelne-vesti/2009-11-15/biografija-patrijarh-pavla>

27 „Srbi, Rusi i Bugari proslavili zajedno najveći pravoslavni praznik“, *Kurir* 30.04.2008, posećeno 15.10.2009, URL:

<http://www.kurir-info.rs/.../srbi-rusi-i-bugari-proslavili-zajedno-najveci-pravoslavni-praznik>

28 „Ukralo jevanđelje“, *Kurir*, 20.05.2009, posećeno 15.10.2009, URL:

<http://www.kurir-info.rs/crna-hronika/kurir-20.../ubijen-zbog-700-evra>

29 Neka od tumačenja simbola krsta ukazuju na to da je on u doba Rima bio simbol srama (razapinjanje razbojnika na krst), zatim je razapinjanjem Hrista postao simbol mučeništva a metaforično se preneo na bilo koji oblik ljudske patnje. Takođe, izraz razapinjanje na krst se danas koristi i u smislu javnog osuđivanja neke ličnosti.

Tako se putem reči, podjednako kao i putem slike provlače brojne „podrazumevajuće“, kodirane poruke koje pronalaze put do svojih istomišljenika. S obzirom na to da religija i danas, predstavlja duboko uporište čoveka, kao što je bila i u najstrašnijim i najhumanijim ljudskim promenama³⁰, njena instrumentalizacija uvek nailazi na odjek kod primalaca.

Ponekad *dog-whistle* primena krene naopako gubeći mogućnost poricanja, što može biti zabavno ili zastrašujuće, u zavisnosti od okolnosti. Fir (2007) navodi jedan incident koji se dogodio 2005. godine u Britaniji, za vreme opštih izbora, kada je Malins (Humphrey Malins) širio različite letke u zavisnosti od etničke pripadnosti. Tako su azijski glasači dobili letke na Urdu jeziku u kojima su izražena Malinsova snažna zalaganja za olakšice povodom dobijanja viza, dok su „beli“ glasači dobili materijal na engleskom jeziku koji je obećavao značajno smanjenje imigracije. Nešto slično, osvanulo je u poštanskim sandučićima u Arandelovcu, početkom aprila 2010. godine. Na (uz tvrdnju „lažnim“) lecima Socijaldemokratske partije Srbije (SDPS) pojavio se lik lidera te stranke u kojima se obećava izgradnja džamije u tom gradu „a u tekstu se uz pozdrave ‚Selam alejkum‘, glasači pozivaju da podrže koaliciju te stranke i stranke G17 plus“³¹. Iako je SDPS zatražila od nadležnih organa da utvrdi ko je autor letaka, izričito se ograđujući od bilo kakve umešanosti, ovakva poruka može biti shvaćena i kao prikriveni poziv Muslimanima da glasaju za tu stranku na izborima. Sa druge strane, nisu retke ni pojave međusobnih stranačkih razmirica. Tako u članku iz 2008. godine LDP poručuje da „s Ljajićem ne bi mogli da sede u istoj vladi jer `siromašne ljude u Prijepolju potkupljuje veknama hleba kako bi osvojio vlast`“³². Na ove optužbe „*ministar za rad i socijalnu politiku u izjavi za Kurir* (rekao je) da je tu reč o političkom napadu na njega da bi se zaštitili lokalni tajkuni“³³. Takođe u nastavku izjave Ljajića, povodom podele poklona za bajram, navodi se: „...Čeda pokušava da od mene napravi novog Bin Laden a kojim će plašiti narod, što ni Slobodanu Miloševiću nije uspeo. Mojoj stranci može svašta da se prebaci, ali optuživati nas za nacionalizam

30 Prema Šušnjiću (1998: 63) brojni „izmi“ kao što su fašizam, komunizam, nacionalizam (...) ulaze u pojam svetovne religije, jer sve imaju osnivače, proroke, svece, sledbenike, jeretike, misi-onare, sveto pismo (stranački program), sveto mesto i vreme, obrede, simbole, vrednosti.

31 „Lažni leci SDPS-a u Arandelovcu“, 2.04.2010, Izvor: *b92, Tanjug*, posećeno 3.04.2010, URL: <http://www.b92.net/info/vesti/index.php?yyy=2010&mm=04&dd=02&navcategory=11&navid=42> 2018

32 „Navrzli se na Rasima“, *Kurir*, 24.10.2008, posećeno 20.01.2010, URL: <http://www.kurir-info.rs/clanak/politika/kurir-24-10-2008/navrzli-se-na-rasima>

33 „Navrzli se na Rasima“, *Kurir*, 24.10.2008.

je ludost³⁴. Postavlja se pitanje koliko je demantovanje određene tvrdnje snažno u odnosu na samu tvrdnju i kakav uticaj ovakva poruka ostvaruje u svesti primalaca, bez uslovljenosti njenom ne/istinom.

Primarna svrha *dog-whistle* je da poziva na predrasude radije nego da postigne poželjan ishod u interesima zajednice. Na primeru Australije, Fir (2007) govori o tome da se, između ostalog, uporno radi na tome da se formira mišljenje većinskog stanovništva da ljudi drugih jezika i kulture ne mogu dovoljno da se integrišu u mejnstrim kulturu.

Zaključak

Brojne kritike koje se sve češće javljaju na račun izjava vodećih političara a koje svakodnevno ispunjavaju medijski prostor Srbije, govore o tome da se u društvu ponovo budi svest o ličnoj odgovornosti kao i odgovornosti rezonantnih ličnosti koje predvode narod. Nakon ratova i brojnih previranja na teritoriji Srbije (i bivše Jugoslavije), kada je konfesionalna religioznost počela da jenjava a vidljivi simboli nacionalne i religijske pripadnosti izgubili svoju prvobitnu snagu, javilo se pitanje koliko je ljudski um sposoban da, neiskvaren rečima i slikama *kneza ovoga sveta*, reaguje i kritički shvata svet koji ga okružuje. Koliko je pojedincu moguće, u svetu medijskih komunikacija, da pronađe *put ka sebi*. Znakovi koji ga okružuju, putokazi koji ga usmeravaju često su upravljani interesima moćnih pojedinaca.

Obnavljanje „starih“ vrednosti i običaja, koji su se razvijali iz moćnih medijskih centara velikih gradova sa delimično tačnim, delimično izmišljenim oblicima pagansko-pravoslavne religije, usled nedovoljnog poznavanja pravoslavlja³⁵ doveli su do stvaranja veoma neobičnih mešavina: štampane etikete sa svetiteljima na flašama za alkohol (tzv. slavske flaše), prepevano vizantijsko pojanje u rok maniru, proslave porodičnih slava podignute na nivo spektakla, osveštavanje benzinskih pumpi i brojni drugi oblici idolopoklonstva.

Preuvećavanje koje je osnovna karakteristika medijske promocije pravoslavlja poslednjih dvadeset godina, danas prelazi u delimično prikrivene forme ispoljavanja. Tako *dog-whistle* tehnika dobija brojne prednosti

34 „Navrzli se na Rasima“, *Kurir*, 24.10.2008.

35 Istraživanja koja su rađena tokom 90-ih godina na teritoriji Srbije, pokazuju da je religiozna svest kod vernika na relativno niskom nivou. Jedan od primera ankete je da su ispitanici tvrdili da veruju u Boga a da pri time uopšte nisu bili sigurni da li Bog postoji (Ivanović-Barišić, 2008: 130).

primene jer istovremeno sadrži i otvorena i tajna značenja koja se menjaju u skladu sa vrstom pošiljaoca i primaoca. Izvor koji ih šalje uvek ima mogućnost poricanja jer se često dešava da je neka poruka *loše protumačena, pogrešno shvaćena*. Tako neuhvatljiva priroda ove tehnike pokreće niz novih pitanja. Ako je suština *dog-whistle* poruka upravo mogućnost poricanja kako onda možemo tvrditi da je neko koristi i da ona uopšte postoji?³⁶ Da li dvosmislene izjave zaista služe raspirivanju predrasuda ili smo ih pogrešno protumačili? Ono što je ipak očigledno, to je da ovakve poruke stižu do svojih ciljnih grupa i za svaku imaju posebno značenje. Tako *dog-whistle* tehnika postaje idealna taktika za „političare koji žele da sede na dve stolice“ (Fear, 2007: 30).

Dog-whistle kao savremena tehnika komunikacije koja je dobila naziv po psećoj pištaljci i koja na metaforičan način opisuje svoju suštinsku ulogu, postaje svakodnevna pojava u modernoj političkoj demokratiji. Navedeni primeri u Srbiji, govore o tome da domaći političari ne zaostaju za svetskom političkom scenom ali i da srpska glasačka publika nije imuna na primenu najnovije svetske komunikacijske tehnike.

BIBLIOGRAFIJA

- Albertson, Bethany, „Dog-Whistle Politics, Coded Communication and Religious Appeals“, Princeton: Center for the Study in Democratic Politics (CSDP) & Chicago: University of Chicago, 2006.
 URL: <http://www.princeton.edu/csdp/events/Albertson053106>. (pristupljeno 3. 06. 2009).
 Balibar, Etjen, *Mi, građani Evrope*. Beograd: Čigoja, 2008.
 Бусалаев, Павел, „Реклама: украденные образы иконы“, сборник *Православие в информационном обществе*, 2004.
<http://www.abc-people.com/news/new9.php> (pristupljeno 10.01.2010).
 Бусалаев, Павел, В. Лепяхин, С. Чапнин, „Похищение образа: от иконы до рекламы“, материал представлен в мультимедийной презентации, 2004.
<http://www.mgarsky-monastery.org/kokol.php?id=623>. (pristupljeno 10.01.2010).
 Cooperman, A. (2004). „Bush’s References to God Defended by Speechwriter: President Does Not Claim Divinity Is on His Side“. *Washington Post*.

36 Godine 2004. poverljiv dopis Republikanske stranke pod nazivom *Komunikacijski principi prevencije i zaštite u ratu protiv terora (Communicating the Principles of Prevention & Protection in the War on Terror)*, koji je potpisao Lunc (Frank Luntz), poznat po uspostavljanju modela zastrašivanja zasnovanog na nauci, „globalnog zagrevanja“, „klimatskih promena“ i slično, dospelo je do američkih medija. Jedna od savetovanih rečenica, za korišćenje u političkom govoru, je sledeća: „Ovo nije religijski rat već rat protiv onih sa „radikalnim političkim ideologijama““ (Fear, 2007: 35). Fir daje detaljan opis raslojavanja date rečenice jer kada se izuzme religija dobijaju se radikalne ideologije kao znak podrške padu zapadne kulture.

- <http://www.encyclopedia.com/doc/1P2-227700.html> (pristupljeno 20.01.2009).
- Чапнин, Сергей, „Христианская эсхатология в зеркале СМИ: мифы и катастрофы как информационный повод“, сборник *Эсхатологическое учение Церкви*, 2004.
<http://www.arhpress.ru/volna/2004/12/3/8.shtml> (pristupljeno 20.11.2009)
- Чапнин, Сергей, „*Језик свештеног и савремена култура (Јазык священного и современная культура)*“, прев. Небојша Ђосовић, *Православље*.
<http://pravoslavje.spc.rs/broj/911/tekst/crkva-se-protivi-svakoј-manipulaciji-svesti/print-lat> (pristupljeno 15.08.2009).
- Šušnjić, Đuro, *Religija 1*. Beograd: Čigoja štampa, 1998.
- Даничић, Ђуро, *Библија или Свето Писмо Старога и Новога Завјета*. Beograd: Југословенско библијско друштво, 1998.
- Еко, Umberto, *Simbol*. Beograd: Narodna knjiga, 1995.
- Fear, J., *Under the Radar: Dog-whistle politics in Australia*, The Australia Institute, 2007.
<https://www.tai.org.au/documents/downloads/DP96.pdf>. (pristupljeno 15. 12. 2009).
- Ивановић-Баришић, Милина, „Традиционална религиозност и ревитализација православаља деведесетих година 20. века“, *Зборник ЕИ САНУ* 25. „Свакодневна култура у постсоцијалистичком периоду“, уредник Дивац, Зорица, Beograd: Етнографски Институт САНУ, 2008: 123-132.
- Jackman, S., „Pauline Hanson, the Mainstream and Political Elites: The Place of Race in Australian Political Ideology“. ed. Jennifer Curtin, Francis G. i Jack Vowles. *Australian Journal of Political Science* 33(2), 2001: 167-186.
- Janičićević, Jasna, *Komunikacija i kultura*. Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, 2000.
- Kelner, Daglas, *Medijska kultura*. Beograd: Clio, 2004.
- Малешевић, Мирослава, „Традиција у транзицији: У потрази за ‘још старијим и лепшим’ идентитетом“. *Зборник ЕИ САНУ* 21. „Етнологија и антропологија: стање и перспективе“, уредник Љилијана Гавриловић, Beograd: Етнографски Институт САНУ, 2005: 219-235.
- Малешевић, Мирослава, „Православље као срж ‘националног бића’ посткомунистичке Србије“. *Зборник ЕИ САНУ* 22. „Свакодневна култура у постсоцијалистичком периоду“, уредник Зорица Дивац, Beograd: Етнографски Институт САНУ, 2006: 99-109.
- Маклуан, Маршал, *Познавање општила – човекових продужетака*. Beograd: Просвета, 1971.
- Михеев, Сергей, *Пьяное телевидение*, 2010.
http://www.religare.ru/2_71913.html (pristupljeno 15.01.2010).
- Mitchell, Thomas, W.J., *Iconology: Image, Text, Ideology*. Chicago: University of Chicago Press, 1986.
- Mitchell, Thomas, W.J., *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: University of Chicago Press, 1995.
- Mitchell, Thomas, W.J., *What do Picture Want?: The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press, 2005.
- Obolenski, Dimitrije, *Šest vizantijskih portreta*, Beograd: Prosveta, 1990.
- Stojković, Branimir, *Identitet i komunikacija*, Beograd: Prometej, 2002.
- Wilson, S. i Breusch, T., „Where the Divides Lie: Politicians, Public Opinion and Anti-Elite Politics“. ed. Sawyer, M. i Hindess, B. *Us and Them: Anti-Elitism in Australia*, Curtin: University of Technology & Perth: Australia Research Institute, 2004: 161-181.
- „Закон о црквама и верским заједницама“: Основне одредбе: Забрана верске дискриминације: Члан 2. *Službeni Glasnik RS*, br. 36/2006.
<http://www.svetosavlje.org/biblioteka/zakoni/zakon-o-crkvama.htm> (pristupljeno 15.08.2007).

PhD, Violeta Cvetkovska Ocokoljic,
Faculty for Culture and Media, Megatrend University

PhD, Tatjana Cvetkovski,
Faculty for Business Studies, Megatrend University

Instrumentalization of the religion: coded communication

Resume: *This paper deals with the coded „religious“ communication research through media and its role in creation of national identity in Serbia. Known as dog-whistle, this form of communication is designed and recognizable by a specific target group, although it was sent to a general public. In this way, it is possible to send double i.e. ambiguous messages. One meaning of the message is the one that is recognizable to everyone, and the other is the one that recognizes only specific target groups.*

The emphasis of paper is on the instrumentalization of religion by coded communication, given by example of the newspaper „Kurir“ in period between 2003-2009. Also, it will be exploring the metonymic and metaphoric meaning of concepts such as: the cross, icon, and Gospel.

Keywords: *religion, instrumentalization, coding, dog-whistle.*

Nataša Simeunović

Medijizacija Srpske pravoslavne crkve: odgovornost novinskog naslovljavanja

Rezime: *Masovni mediji su veoma važne institucije bez kojih moderna društva ne bi mogla da postoje. Njihova osnovna uloga je da konstruišu stvarnost. U ovom radu opredelili smo se da na osnovu analize sadržaja naslova u onlajn izdanjima dnevnih novina u toku 2009. godine pokažemo kako Pravoslavna crkva nije predstavljena na pravi i pravilan način. Slika Crkve, njene delatnosti i njenih predstavnika obeležena je tabloidizacijom i estradizacijom.*

Ključne reči: *medijska konstrukcija stvarnosti, Srpska pravoslavna crkva, novinski naslovi*

Uvod

Medijizacija predstavlja višeslojan fenomen čija se suština može prepoznati u sve većoj ulozi masovnih medija u posredovanju društvene stvarnosti. Mediji utiču na oblikovanje obrazaca društvenog života, vrednosti, orijentacija i stavova pojedinaca i svih društvenih grupa. Na taj način oni sve više preuzimaju vodeću ulogu u socijalizaciji. Škola i čitav klasični obrazovni sistem vrlo teško se bore sa novonastalom situacijom.

Medijizacija je počela da razara, menja, dekonstruiše i rekonstruiše društvenu stvarnost. Ona vrlo često ukida racionalizovanje stvarnosti i afirmiše pseudo-iskustvo. Zato sofisticirane medijske predstave sve više u svom jezgru pothranjuju ontologizovane želje koje postaju čvrsti temelji stvarnosti. U medijski premreženom svetu sve manje su bitne činjenice, argumenti i istinitost, a sve više se pažnje poklanja izobličavanju realnosti, asocijativnim

prizorima, hiperbolizaciji i prividu. Na taj način i religija postaje žrtva medijske konstrukcije stvarnosti. Religiju je veoma teško definisati, ali se mi opredeljujemo za dosta detaljno objašnjenje Đure Šušnjića: „Religija je osoben način života koji se opisuje u njenom učenju, doživljava u posebnoj vrsti iskustava, ostvaruje u njenim obredima, izražava u njenim simbolima, ogleda u vrhovnim vrednostima, propisuje u normama, oživotvoruje u zajednicama vernika, učvršćuje u ustanovama, otelovljuje u svetim ličnostima, oseća na svetim mestima i u sveto vreme.“ (Šušnjić, 1998:50, tom I). U ovom radu, mi nećemo tematizovati sve ono što religiju čini religijom, već ćemo se opredeliti za pogled na Crkvu kao instituciju i organizaciju. Osnovno pitanje koje postavljamo u radu odnosi se na predstavu koju o Srpskoj pravoslavnoj crkvi stvaraju masovni mediji.

U istoriji srpskog naroda i formiranju kulturnog identiteta Pravoslavna crkva kao institucija odigrala je veliku ulogu. Ovde se nećemo baviti razvojem Srpske pravoslavne crkve, već ćemo samo naglasiti da je u periodu socijalističke vladavine njena delatnost bila potisnuta, a zatim se u periodu tranzicije koji još uvek traje ta delatnost usložnila i postala previše ali površno vidljiva. Zapravo, prisutna je sveopšta medijizacija Srpske pravoslavne crkve.

Smatrajući da se osnovna uloga Crkve kao *tela Hristovog*, kao *sveobuhvatne tajne sveta i života*, i kao *opšteg sabora vernika* ne poklapa sasvim sa zakonima masovnih medija, pokušaćemo da ispitamo bar jedan aspekt medijizacije ove institucije danas u Srbiji.

Zašto analizirati novinske naslove?

Naslov je ključno mesto teksta koje svojim izborom reči treba da poruke u tekstu učini što uverljivijim. Naslov teksta trebalo bi da što vernije odražava suštinu navedenih činjenica u tekstu. Naslov je najsažetija informacija o sadržaju teksta i njegova osnovna funkcija jeste da privuče pažnju čitalaca. Iz tog razloga jezik, tj izbor reči, kojim se naslov saopštava utiče na formiranje stavova jer predstavlja društvenu konstrukciju. Ono što se saopštava medijskim jezikom značajno je jer su masovni mediji veoma bitne društvene institucije. Posredstvom medijskih poruka mi se obrazujemo i tumačimo svet u kome živimo. Zato je izbor reči kojima će se nešto saopštiti od presudnog značaja za formiranje stavova recipijenata jer oni teže da medijski posredovane predstave stvarnosti prihvate kao ideološki neutralne, tj. kao objektivnu stvarnost. Hans Herman je zato s pravom tvrdio da

je jezik nastavak nejezičkog delovanja drugim, jezičkim sredstvima. On je naglašavao dinamičko, pragmatičko svojstvo jezika. Jezik medija pokorava se pravilima koja proizlaze iz distribucije društvene moći. Specifičnim i motivisanim odnosom među rečima profesionalni komunikatori veoma često u oblikovanju naslova težište stavljaju na pragmatičku funkciju.

Različitim intervencijama u jezik mogu se postići krupni efekti na planu recepcije. U pragmatičkom smislu to bi značilo da je lingvističko ponašanje određeno namerom da se izazove određeni efekat u komuniciranju. Tačnije, na komunikološkom nivou, postoji vrednosno-interpretativni aspekt koji podrazumeva pragmatičnu dimenziju semjoze posredstvom koje komunikator može u poruci da prenese svoje stavove ili vrednosti. Jasno je da na taj način vrednosno-interpretativne poruke povećavaju snagu komunikatora. U tim situacijama teško se odoleva manipulaciji, „*jer angažovane, vrednosno impregnirane poruke smanjuju slobodu recipijenata da slobodno tumače događaje, da prognoziraju njihove ishode i prema tome zauzimaju autonoman stav*“ (Radojković, Đorđević, 2005: 85). *Kroz novinska naslovljavanja tako se provlače intonirani i persuazivni elementi. Ponavljanjem ideoloških opštih mesta kroz takve naslove obezbeđuje se institucionalizacija ideološkog diskursa jer je jezik jedno od najmoćnijih sredstava poizvodnje značenja.*

Zbog svega prethodno navedenog, odlučili smo da u ovom istraživanju analiziramo naslove u onlajn izdanjima dnevnih novina *Politika*, *Danas*, *Večerenje novosti*, *Blic*, *Press*, *Kurir* i *Alo*. *Politika* je izbarana kao uticajne najstarije ozbiljne novine (po tradicionalnoj podeli *jutarnje novine*), *Danas* kao ozbiljne dnevne novine veoma malog tiraža koje čitaju pretežno visokoobrazovani čitaoci srednje generacije, *Večernje novosti* kao mešavina ozbiljno-tabloidnog pristupa sa izuzetno visokim tiražem i sloganom *brzo, kratko, jasno*, *Blic* kao vrlo uticajne novine visokog tiraža koje su najprepoznatljivije čak i onom delu mlađe publike koja nikada ne čita novine, *Press* kao zanimljive novine koje nemaju dugu tradiciju, *Alo* kao tabloid najnovije generacije, a *Kurir* kao najtiražniji tabloid sa vrlo niskom cenom (reprezentativni tabloid nove generacije).

Da bismo empirijski, a ne samo teorijski, pokazali koliko je velika odgovornost profesionalnih komunikatora u oblikovanju naslova, opredelili smo se za metodu koja se u nauci zove analiza sadržaja. To je metoda za prikupljanje, klasifikovanje i kvantifikovanje različitih podataka čiji je zadatak objektivni, sistematski i kvantitativni opis manifestnog sadržaja komuniciranja. Ona se sprovodi kroz nekoliko faza: izbor i definicija populacije koja

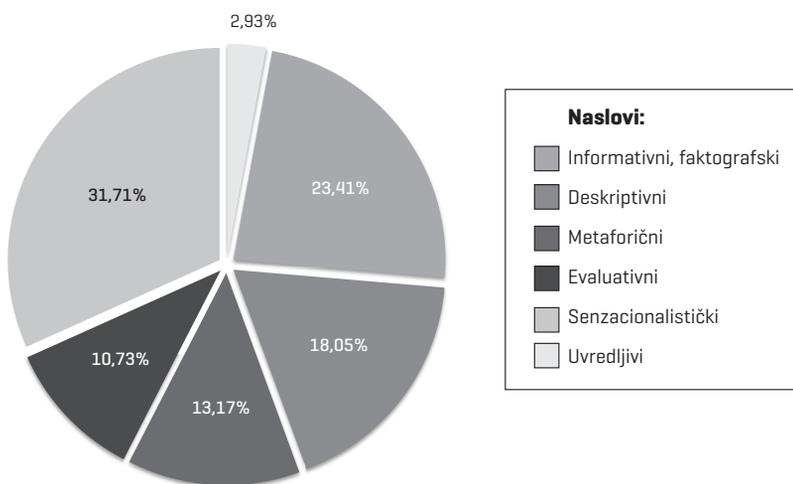
je predmet naučnog interesovanja, formiranje uzorka koji će se analizirati (nemoguće je analizirati 'sve' podatke), izbor jedinice analize i prikupljanje podataka. Međutim, ona nije samo kvantitativna metoda već i kvalitativna jer podrazumeva izučavanje i razumevanje značenja pojava.

Uzorak je formiran na osnovu baze podataka *Naslovi.net* tako što su prikupljeni svi naslovi od 1. januara 2009. do 31 decembra 2009. godine prema zadatim kriterijumima za pretragu. Zanimale su nas dve značajne teme iz te godine (slučaj Crna reka i patrijarh Pavle) i jedna tema koja se ponavlja svake godine (veliki Gospodnji praznici: Božić, Bogojavljenje, Vaskrs, Spasovdan). Ukupno je pronađeno 205 naslova.

Rezultati istraživanja

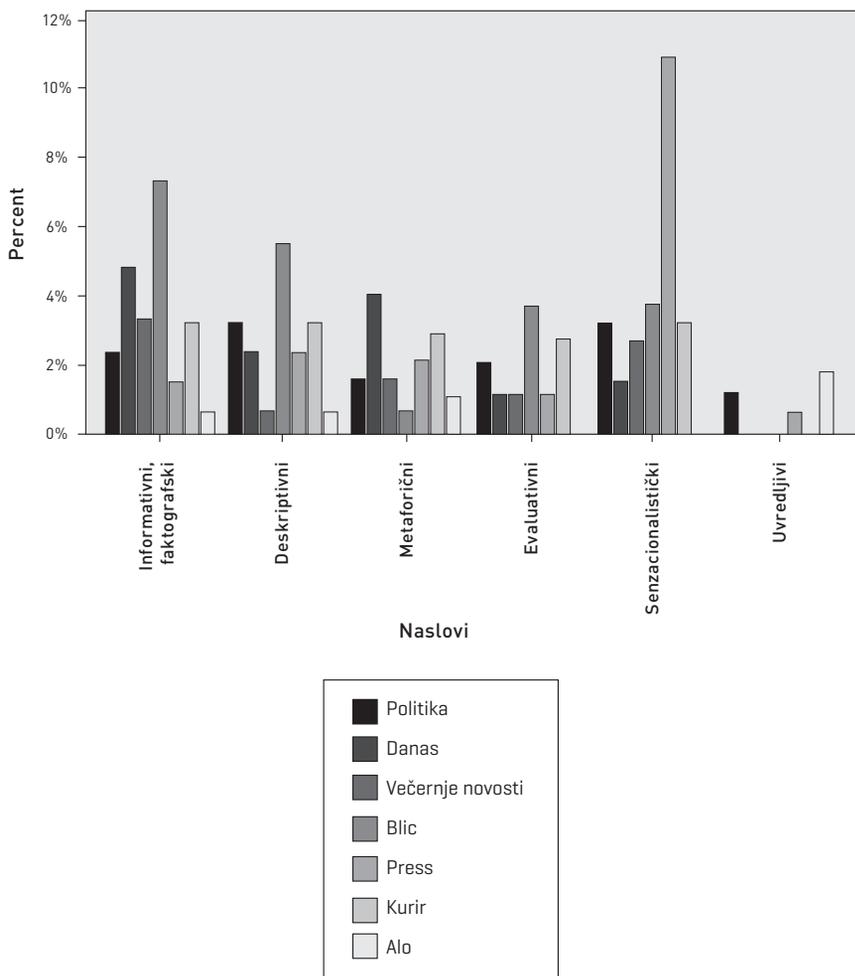
Najveći broj tekstova o ovim temama u protekloj godini objavili su *Kurir* (22,93%) i *Blic* (20%), a najmanje *Večernje novosti* (8,78%) i *Alo* (6,34%). Najbitnija tema naslova bila je smrt patrijarha Pavla (42%), zatim slučaj Crna reka (36%) i na kraju praznici (22%). Prva tema je najzastupljenija u *Kuriru*, a druga i treća u *Blicu*. Najveći problem koji afirmiše potrebu za ispitivanjem novinskog naslovljavanja jeste veliki procenat senzacionalističkih i uvredljivih naslova, ukupno 34,64%.

PROCENTUALNA ZASTUPLJENOST PO VRSTAMA NASLOVA



Nije neočekivano što su najviše senzacionalističkih naslova objavili *Kurir* i *Press* a *Alo* najviše uvredljivih, ali je neočekivano što je i *Politika* objavljivala senzacionalističke i uvredljive naslove.

Procentualna zastupljenost vrsta naslova u novinama



To upućuje na zaključak da klasični obrasci publicističkog stila, karakteristični za ozbiljne novine, koji podrazumevaju aktuelnu tematiku, upućenost masovnoj publici, informativnu funkciju i precizna značenja sve više ustupaju mesto ideološkom i birokratskom jeziku sa mnogo frazema i sintaksičko-semantičkih obrta.

Estradizacija velikih Gospodnjih praznika

Naslovi *Trke za časni krst* (Press, 20. januar 2009), *Žandarmi za časni krst* (Večernje novosti, 19. januar 2009), *Plivanje za krst časni!* (Kurir, 18. januar 2009) ne odražavaju suštinu Bogojavljenja niti teže da približe Crkvu narodu. Na osnovu ovakvih naslova, čitaoci mogu prihvatiti i razumeti praznik Bogojavljanje samo kao dan kada se održava takmičenje u plivanju koje treba da donese pobjedu najhrabrijima - *Takmičenje za najhrabrije-* (Danas 17. januar 2009), jer su uspjeli da izvade krst iz hladne vode - *U ledenu reku po Časni krst-* (Politika, 20. januar 2009). Zarad privlačenja veće pažnje čitalaca, pojavljuju se i naslovi koji imaju u svom informacionom jezgru isključivo estradni pristup. Najvažnije je saznati da se popularni teniser, Novak Đoković, pričestio - *Pričestio se-*, (Kurir, 8. januar 2009), da mnoge poznate ličnosti slave - *Vaistinu svi praznuju-* (Kurir utorak, 6. januar 2009) i da junak iz najgledanije televizijske serije ipak nije uspeo da izvadi krst iz reke - *Sinu Draganu krst za dlaku izmakao-* (Alo, 20. januar 2009).

Oblikovanjem ovakvih naslova degradira se duhovnost Crkve, estradizuje se uloga vernika i poništava veličina Gospodnjih praznika. Na opštijem nivou, dešava se komercijalizacije medija. Naslovi tekstova sadrže prve i najesencijalnije informacije koje mogu biti od velikog značaja za kvalitetno funkcionisanje društva u celini. Novinari i urednici to ne smeju zaboravljati.

“Lopatoterapija“

Lopatoterapija je kovanica koja se prvi put pojavila u Politici u tekstu *Kada je snimljena lopatoterapija* (Politika 26. maj 2009), a onda se veoma lako ustalila u novinarskom jeziku i u javnom diskursu. Sada postoji i definicija u onlajn rečniku *Vukajlija* u kome svako ima pravo da pruži sopstveno objašnjenje: „Domaći pronalazak u lečenju od zavisnosti! Evropa ce biti iznenađena zbog tako efikasne a jeftine terapije! Lopatoterapija - čudo 21. veka! Patent treba zaštititi (naše lopate se pokazuju kao najbolje za tu vrstu terapije, a verovatno način i doza primene imaju presudnu ulogu) pa zato smatram da sve to treba kao srpski brend zaštititi i uz jaku medijsku reklamu širiti“.

U upotrebi ove kovanice vrlo jasno se može zapaziti koliko je veliki značaj kvalitetnog informativnog novinarskog naslova. Iz cele priče o slučaju Crna reka izvučen je i u prvi plan postavljen detalj za koji niko nije potvrdio

da li je istinit ili ne, i, ako jeste, iz kog perioda datira snimak, šta je pre toga radio i kako se ponašao štićenik koji je navodno pretučen itd. Ovakve kovanice su prilično karakteristične za tabloidno pisanje, ali ozbiljne novine to ne smeju dozvoliti. Insistiranje na odstupanju od prosečnog, uobičajenog i svakidašnjeg ne treba uvek da bude ideja vodilja novinara. U ovom slučaju prisutno je učitanje ideološkog konotativnog značenja i pothranjivanje stereotipa (Srbija kao anticivilizacijski prostor). U krajnjem ishodu, senzacionalistička kovanica *lopatoterapija* može mobilisati snažne negativne emocije čitalaca.

Naglasak na lopati i batinjanju glavni je način oblikovanja naslova i u drugim novinama: *Reci NE lopati!* (*Press*, 31. maj 2009), *I sveštenik „leči“ narkomaniju ašovom* (*Politika*, 27. maj 2009), *I Peranović nekad dohvati lopatu* (*Press*, 27. maj 2009), *Navala na lečenje lopatom!* (*Alo*, 26. maj 2009), *Batine kao terapija* (*Večernje novosti*, 21. maj 2009), *Batine kao terapija za narkomane* (*Politika*, 22. maj 2009), *Popovi prebijanjem leče narkomane* (*Alo*, 22. maj 2009) itd. Svi ovi naslovi su sasvim senzacionalistički i prepuni bombastičnih reči, kolokvijalnih izraza, dvosmislenosti i preterane figurativnosti.

Međutim, još veći problem predstavljaju uvredljivi i diskriminativni naslovi: *„Overio“ se štićenik Crne Reke!* (*Press*, 10. jun 2009), *Narkomani umiru bez lopate po turu* (*Alo*, 11. jun 2009), *Utekli od lopate, ubio ih heroin!* (*Alo*, 21. avgust 2009).

Ovakvi naslovi stvaraju, s jedne strane sasvim negativnu sliku Crkve i njenih predstavnika, a s druge strane, diskriminišu zavisnike od droge. Istovremeno njima se krše etička i profesionalna pravila. Najčešće se zanemaruje kategorija koja se odnosi na to da su *novinarstvu nesaobrazni senzacionalizam, objavljivanje neosnovanih optužbi, kleveta, glasina i ogovaranja* pa su zato naslovi skoro po pravilu pretenciozni i zastrašujući. Međutim, ovo nije samo nepoštovanju pravila profesije, već ovakvi prekršaji zahtevaju reagovanja drugih institucija zaduženih za ljudska i građanska prava.

Medijska kanonizacija sveca

Poslednji meseci 2009. godine u potpunosti su bili na medijskoj sceni posvećeni Patrijarhu Pavlu. Centralni događaj svakako je obeležen smrću i sahranom patrijarha Pavla. Suprotno od crne i mračne slike koju su projektovani naslovi u vezi sa slučajem Crna reka, ovde je sve na hiperbolično pozitivan način idealizovano. Patrijarh je bio duhovni vođa koji je tiho otišao - *Tihi*

odlazak duhovnog vođe- (Blic, 16. novembar 2009), koji je *Životom svedočio jevanđelje* (Politika, 15. novembar 2009), koji nas je činio jačima –*Činio nas jačima*- (Kurir, 16. novembar 2009) i bio pravi pastir -*Pravi pastir svog naroda*- (Večernje novosti, 3. decembar 2009), koji je zračio svetlošću – *Zračio je svetlošću*- (Press, 19. novembar 2009) i koji se kao anđeo vinuo na nebesa -*Sahranjen Patrijarh Pavle: Anđeo se vinuo na nebesa!*- (Press, 19. novembar 2009), a vernici su čekali u redu po nekoliko sati -*Poslednji oproštaj od patrijarha: Čekali u redu i po 10 sati*- (Press, 18. novembar 2009) da bi ga nemo ispratili -*Nemi ispraćaj sveca*- (Kurir, 20. novembar 2009).

Sasvim svetle slike izranjaju iz svih naslova. One su oblikovane kroz različite stilske figure koje poseduju emocionalne i ekspresivne elemente. Ulogu zvanične institucije koja treba nekog da proglasi svecem preuzeli su masovni mediji. Otuda potvrda da su mediji veoma važne institucije društvenog reprezentovanja iskustva koje mogu stvoriti najuverljivije predstave o delovanju Crkve i njenih predstavnika. Međutim, ako sa kritičkim otklonom posmatramo medijski posao, shvatićemo da ipak iz ovako oblikovanih naslova mi ne prepoznamo suštinu Pravoslavne crkve niti pravoslavne religije.

Zaključak

Društvo u Srbiji na početku 21. veka jeste društvo u tranziciji i ono nije organska jedinstvena celina. U njemu deluju različite interesne grupe koje posredstvom medija pokušavaju da nametnu svoju verziju stvarnosti. Masovni mediji stvaraju kulturni ambijent i utiču na naše zdravorazumsko shvatanje sveta time što prožimaju sve aspekte ljudskog života pa i Crkvu. Dnevne novine koje su ovde analizirane upućuju na zaključak da ozbiljnost i informativnost novinarske delatnosti vrlo teško opstaju u uslovima sveopšte tabloidizacije, estradizacije i komercijalizacije medija, što se primećuje i u odgovornosti novinskog naslovljavanja. U naslovljenom tekstu informacija može biti od velikog značaja za kvalitetno izveštavanje o Crkvi, njenoj ulozi i njenim predstavnicima. Novinari i urednici to ne smeju zaboravljati, jer na taj način Crkva može povratiti svoj ugled i stvarnu ulogu koja joj već vekovima pripada.

BIBLIOGRAFIJA

Radojković, M. i Đorđević, T. (2005): *Osnove komunikologije*, FPN-Čigoja štampa
Šušnjić, Đ.J. (1998) *Religija*. Beograd: Čigoja štampa, I i II

VEBOGRAFIJA

<http://vukajlija.com/lopatoterapija>

Nataša Simeunović,
Fakultet za kulturu i medije Megatrend univerziteta,
Goce Delceva 8, Beograd
vasariste@gmail.com

Mediatization of serbian orthodox church: Responsibility of press headlines

Summary: *Modern society is primarily characterized by mass media. The essential role of mass media is to create reality and to produce the meaning. This paper seeks to explore what is the role of mass media in creating image of Serbian Orthodox Church. The results of content analyses bring us to conclusion that Serbian Orthodox Church is misrepresented.*

Key words: *mass media, Serbian Orthodox Church, press headlines*

Dubravka Valić Nedeljković

Ekranizacija patrijarha

Rezime: Rad se bavi medijskom konstrukcijom sahrane patrijarha Pavla i izbora patrijarha Irineja u televizijskim javnim servisima u republikama nastalim na teritoriji nekadašnje Jugoslavije, kao i nekoliko komercijalnih emitera iz Srbije Korpus obuhvata večernje centralne informativne emisije televizijskih javnih servisa emitovane 19.11.2009. i 22.01.2010. Metoda je komparativna kritička analiza medijskog diskursa.

Cilj je da se dekonstruiše odnos religije i laičkih medija, koji su osnovani od javnosti, finansirani od javnosti i kontrolisani od javnosti, dakle obavezni su da slede javni interes u informisanju. Poseban cilj je da se u odnosu na kulturni, istorijski i ideološki kontekst upoređi kako se u javnim servisima regiona zapadnog Balkana medijatizuje religija i/ili religizuju elektronski mediji na primeru jedinstvenog događaja u Srpske pravoslavne crkve sahrane patrijarha Pavla i izbora patrijarha Irineja.

Uvod

Kontekstualnost

Medijski sektor funkcioniše u određenim kontekstima koji definišu učesnike-aktere u medijskom sektoru.

Konteksti bitno utiču na način na koji će medijski sektor i auditorijum graditi interakciju.

Nekoliko osnovnih konteksta utiče na medijsku poruku/medijski sektor:

- a. društveno-politički kontekst;
- b. kulturni kontekst;
- c. kontekst mesta (sedište medija, radnog mesta novinara: medij-teren);
- d. kontekst određenog medija (radija, tv ili štampe) i samog žanra;
- e. kontekst teme (Valić Nedeljković, 2007:22).

Društveno-politički kontekst

U okviru društveno-političkog konteksta mogu se prepoznati najmanje tri osnovna podkonteksta: a) *istorijski*; b) *ideološki* i c) *kontekst događaja*.

a) *Istorijski*

Tradicionalno Srpska pravoslavna crkva predstavlja, kroz istoriju, realni, ali u pojedinim periodima i nametnuti, stožer oko kojega su se odvijali događaji najznačajniji za razvoj i opstanak Srba i srpske države. Kao što je navedeno i u samom imenu *Zakon o crkvama i verskim zajednicama Srbije* (2006) razdvaja tradicionalne crkve od ostalih verskih zajednica, što je inače jedno od najkritikovanijih zakonskih rešenja.

Zakonodavac je u poglavlju „**Tradicionalne crkve i verske zajednice**“ u članu 11. definisao da su „Tradicionalne crkve (su) one koje u Srbiji imaju viševjekovni istorijski kontinuitet i čiji je pravni subjektivitet stečen na osnovu posebnih zakona, i to: Srpska Pravoslavna Crkva, Rimokatolička Crkva, Slovačka Evangelička Crkva a. v, Reformatska Hrišćanska Crkva i Evangelička Hrišćanska Crkva a. v. Tradicionalne verske zajednice su one koje u Srbiji imaju viševjekovni istorijski kontinuitet i čiji je pravni subjektivitet stečen na osnovu posebnih zakona, i to Islamska verska zajednica i Jevrejska verska zajednica“. I nadalje je obrazložena svaka od sedam tradicionalnih crkava, a za **Srpsku pravoslavnu crkvu** u članu 11. se navodi: „Srpskoj Pravoslavnoj Crkvi priznaje se kontinuitet sa pravnim subjektivitetom stečenim na osnovu Načertanija o duhovnoj vlasti (Odluka Narodne Skupštine Knjaževstva Srbskog od 21. maja 1836. godine) i Zakona o Srpskoj Pravoslavnoj Crkvi („Službene novine Kraljevine Jugoslavije“, br. 269/1929). Srpska Pravoslavna Crkva ima izuzetnu istorijsku, državotvornu i civilizacijsku ulogu u oblikovanju, očuvanju i razvijanju identiteta srpskog naroda“.

b) *Ideološki kontekst*

Srbija, članom 11. Ustava (2006), jasno je definisana kao **svetovna** država.

„**Svetovnost države** Član 11. Republika Srbija je svetovna država. Crkve i verske zajednice su odvojene od države. Nijedna religija ne može se uspostaviti kao državna ili obavezna“ (Ustav, 2006).

Zakon o crkvama i verskim zajednicama takođe prepoznaje takav odnos države i crkve. „**Zabrana verske diskriminacije** Član 2. Ne postoji državna religija“.

Valja podsetiti takođe da je Srbija multikonfesionalna država i da se Zakonom garantuje ravnopravnost crkava i verskih zajednica. „**Autonomija crkava i verskih zajednica Član 6.** Crkve i verske zajednice su nezavisne od države i jednake pred zakonom“ (Zakon o crkvama i verskim zajednicama, 2006).

Ipak sve što je pratilo sam čin sahrane patrijarha Pavla svedoči o dubokoj klerikalizaciji društva i pretvaranju svetovne u teokratsku državu.

Najpre predsednik Srbije Boris Tadić prisustvuje sednici Svetog arhijerejskog sinoda.

Analitičari odnosa crkve i države u Srbiji se uglavnom slažu sa stavom da „je religija u crkveno-dogmatskom smislu zauzela mesto nekada dominantne ideologije, a crkva mesto političkog faktora kakav je u jednopartijskom sistemu bio Centralni komitet. **Crkva se zapravo sada pita o svim bitnim stvarima i u unutrašnjoj i u spoljnoj politici. To ja zovem klerikalizacijom koja ruši temelje sekularne države**“ (Mirko Đorđević, Most radija Slobodna Evropa, 2010).

Zatim u Srbiji je proglašena trodnevna žalost, a gradonačelnik Beograda je dan sahrane patrijarha proglasio danom žalosti, tako da se u glavnom gradu tugovalo četiri dana.

Uprkos opasnosti od pandemije virusa H1N1, koja je uveliko bila najavljučivana¹, država je u vreme trodnevne žalosti dozvolila masovna okupljanja ispred Saborne crkve u Beogradu. Satima se čekalo u redu da se uđe u crkvu i oda pošta patrijarhu Pavlu izloženom u otvorenom kovčegu. Veliki broj građana ljubio je sliku koja se nalazila između patrijarhiovih dlanova.

c) *Kontekst Događaja*

Scenario čitavog obreda sahranjivanja patrijarha Pavla modelirana je prema već ustaljenom obrascu za državničke ispraćaje najviših zvaničnika. Podsetimo na sahranu Zorana Đinđića (opelo ispred hrama Svetog Save; obredu prisustvju episkopi SPC a opelo drži mitropolit Amfilohije Radović; procesija kroz Beograd koju prati stotine hiljada građana; ugledni gosti iz susednih zemalja i sveta, gardisti, žandarmerija, televizijski direktni prenos... i tako dalje). Prema rečima Dragane Radojičić, etnografa, reč je o „jednom sinopsisu za više upotreba“.

¹ Rezultat je bio produžetak školskih raspusta, kupovanje vakcina i upozoravanje građana kako da se ponašaju da bi izbegli zarazu.

Sahrana patrijarha

U Sabornoj crkvi održana je liturgija koju je predvodio patrijarh vaseljenski Vartolomej. Liturgiju, koja je počela u 7 i 30, služili su svi arhijereji Srpske pravoslavne crkve iz zemlje, a prisustvovali su joj predstavnici parlamenta, vlade, grada Beograda, kao i mnogobrojni građani.

Posle liturgije, otvoreni kovčeg sa telom patrijarha iznet je iz Saborne crkve u 9 sati i 45 minuta. Kovčeg su na rukama nosili episkopi SPC, a ispred crkve je u to vreme već bila formirana povorka koju su predvodili crkveni velikodostojnici. Povorku, u kojoj su bili i pripadnici Žandarmerije i Garde Vojske Srbije, predvodio je đakon koji je nosio barjak, a iza njega išle su dve devojke obučene u narodnu nošnju Kosova i Šumadije. Iza njih bio je sveštenik koji je nosio patrijarhovu poglavarsku kapu, panu, simbol dostojanstva. Krst sa imenom patrijarha nosio je Dušan Vukoičić, praunuk njegove rođene sestre. Povorka sa telom patrijarha Pavla, koja je krenula oko 9 i 50 iz Saborne crkve, stigla je u 10 i 50 ispred Hrama svetog Save na Vračaru.

Kolona je prošla ulicama Kneza Sime Markovića, Pop Lukinom, Brankovom, preko Zelenog venca, Prizrenskom stigla do Terazija, gde je održan kratak pomen. Zatim je išla Ulicom kralja Milana preko Slavije, pa Bulevarom oslobođenja i Krušedolskom ulicom do Karađorđevog parka, gde je kovčeg iznet iz kola i prenet do Platoa ispred Hrama svetog Save gde je održan centralni i najvažniji događaj opelo. Tu se završava praćenje sahrane za javnost i medije. Sve ostalo je bilo u skladu sa životom, skromnošću i željom patrijarha Pavla.

Ispred Harama je služeno opelo. Opelo je počelo u 11 sati, a služili su ga vaseljenski patrijarh Vartolomej i mitropolit crnogorsko-primorski Amfilohije, uz sasluženje rumunskog patrijarha Danila i mitropolita Crkve čeških zemalja i Slovačke Hristofora. Govorili su patrijarh vaseljenski Vartolomej i mitropolit crnogorsko-primorski Amfilohije, predsednik Srbije Boris Tadić. Potom su arhijereji proneli otvoreni kovčeg sa telom pokojnog poglavara SPC oko hrama, što simbolizuje njegovo služenje Crkvi. Sa desne strane hrama Svetog Save su stajali predstavnici državnih delagacija Srbije i gostiju, dok su sa leve bili crkveni velikodostojnici. Kovčeg sa telom patrijarha potom je postavljen u belo policijsko vozilo, a pored njega su sedele srpske vladike, dok je mitropolit Amfilohije sa krstom u rukama sedeo na mestu suvozača.

Kolona vozila tada je krenula ka manastiru Svetih Arhangela u Rakovici, gde je u 13.40 patrijarh pokopan.

Ispred manastira Svetih Arhangela u Rakovici bilo je nekoliko hiljada ljudi koji nisu mogli da uđu u dvorište, ali su dočekali dolazak kola sa kovčegom.

Sahrana je obavljena bez prisustva kamera i bez prenosa na televiziji. Pročitana je poruka patrijarha Moskovskog i sverusije Kirila. Kovčeg s telom patrijarha Pavla položen je u porti manastira Svetih Arhangela u Rakovici pored groba patrijarha Dimitrija, koji je na čelu Srpske pravoslavne crkve bio od 1920. do 1930. godine.

Izbor patrijarha

Događaj nije imao jasno definisan scenario, niti elemente spektakla tako da nije izazvao interes javnih televizija u Srbiji da ga direktno prenose. Događaj je podrazumevao: izbor (zatvoren za javnost), konferenciju za novinare nakon izbora koju je održao episkop Bački Irinej Bulović, ustoličenje u Sabornoj crkvi u Beogradu², kao i najavljivano ustoličenje u Pečkoj patrijaršiji na Kosovu.

Kulturni³ kontekst

„Smrtni obredi ili obredi sahranjivanja imaju svoga smisla u okviru mita o selenju duše ili verovanja u njenu besmrtnost, ili odvajanju duše od tela“ (Šušnjić, 1998:150). Obred je „sistem simbola sačinjen od predmeta i radnji“ (Kluckhohn, prema Šušnjić, 1998:150).

“Uloga hrišćanske crkve kada je pojedinac na samrti je da njemu i njegovim najbližim pruži podršku i utehu. Po pravilu se telo mrtvog čoveka izlaže u kovčegu jedan, ili dva dana pre sahrane. Tu ga posećuju i od njega se opraštaju porodica i prijatelji. Na sam dan sahrane kovčeg je zatvoren, mada među pravoslavicima postoji praksa ponovnog opraštanja od pokojnika na samom groblju“ (<http://sr.wikipedia.org/sr-el>). „Srodnici prilaze na poslednje celivanje mrtvacu. Neko ga celiva u čelo, neko u ruku, pa zatim sanduk zatvaraju, a negde ga zakivaju i ekserima.“ (Vuković:1978:56)

U srpskoj kulturi i tradiciji obred sahranjivanja je bogat radnjama koje su pune simbola. „U najkraćem⁴ prema zapisima etnologa Dragomira Antonića, okupljenima se ispred kapele, podele male sveće, koje se upaljene

2 Prema crkvenom ustavu, patrijarh se ustoličava dan posle izbora. Svečani zvanični čin ustoličenja se vrši u manastiru Pečke patrijaršije, to nije vezano za određeni rok, nego se taj rok određuje u skladu sa odlukom samog patrijarha, i u dogovoru sa Sinodom SPC.

3 Tema o običajima sahranjiva u Srba je jedna od veoma prisutnih na internetu. GOOGLE pretarživač je identifikovao 5930 jedinica, među kojima su kako relevantni naučni tekstovi, tako i diskusioni forumi. Za sahranu patrijarha Pavla identifikovano je 156000 jedinica, što takođe govori o izuzetnom interesu internetske javnosti za ovaj događaj.

4 Jasna Jojić, Pomen pokojniku skuplji od života, broj 670 <http://www.revija92.rs/code/navigate.php?Id=599&editionId=67&articleId=291>

drže u toku opela. Za to vreme rodbina stoji sa desne strane kovčega, koji je okrenut tako da pokojnik gleda prema istoku. Krst je iznad njegove glave, a ispod mora biti manji stočić na koji se stavlja žito sa zabodenom svećom i flašica u kojoj je pomešano vino i ulje, (uspomena na svetu tajnu osvećenja), kojim se posle opela preliva pokojnik.

Na istom stočiću su i čaša sa čistim vinom koje simbolizuje Hristovu krv, pa pogača koja simbolizuje Hristovo telo, i tacnica s medom koja je simbol sladosti raja i večnog blaženog života koji čeka pokojnika.

Po završetku opela u kapeli, kako piše u Običajniku Srpske pravoslavne crkve, najpre rodbina, a potom i ostali „celivaju pokojnika, ikonu ili krst koji stoji na pokojnikovim grudima“, uz tiho izgovorene reči: „Bog da mu dušu prosti“. Potom se kovčeg zatvara, ali se ne zakiva, jer se na grobu ponovo otvara. Formira se pogrebna povorka koju predvodi čovek koji nosi krst, pa litija (barjaci i ripide), potom mlađe osobe koje nose cveće. Iza ide sveštenik koji usput peva odgovarajuće posmrtnne pesme i kojeg prati kovčeg, vožen u kolima ili nošen na rukama bližnjih. Većina prisutnih okićena je peškirimama, maramicama ili florovima koje je na poklon, na dan sahrane, dobila od pokojnikove porodice. Noge pokojnika moraju biti okrenute napred, tako da mu za glavom hoda rodbina raspoređena po stepenu bliskosti. Iza ide narod. Od kuće ili kapele, pa do humke, povorka mora da zastane dva puta da bi se pročitao „mali pomen“. I obično se staje kod raskršća, da, po narodnom verovanju, pokojnik zaboravi put i ukoliko se povampiri, ne pođe nazad da uznemirava svoje bližnje. Ni spuštanje u grob nije tako jednostavna radnja. Pored rake kovčeg se otvara, pokojniku se odvezuju ruke i noge, vezani čim je preminuo, bliža rodbina se još jednom rastaje poljupcem, a potom se kovčeg zakiva. Sveštenik ostatkom vina i ulja prelije kovčeg spušten u raku, razbije flašicu o lopatu kojom je raka kopana, uzima grumenčić od prvog iskopanog komada zemlje i baca na kovčeg. Posle njega i svi prisutni bacaju po komadić zemlje, a negde se u raku baca i poneki novčić uz reči: „Bog da mu dušu prosti“, „Nek mu se nađe“. Tad narod dolazi sa groblja, ne sme se okrenuti da ga „pokojnik ne povuče“, traži prvu česmu da opere ruke kako ga ne bi bio maler, a ponegde se „služi“ i ugljen od žara, koji svi koji su bili na sahrani premetnu po rukama i bace iza sebe preko levog ramena da odagnaju prokletstvo! Kod Srba je, po zapisima etnologa Dragomira Antonića, i danas rasprostranjen običaj da se posle sahrane, svi koji su bili prisutni pozovu u kuću“.

Valja istaći da različita područja neguju različite običaje, tako je, ističe etnološkinja Aleksandra Pavićević, prema intervju sa Draganom Radojičić,

tradicija u istočnoj Srbiji da pogrebna povorka ide kroz mesto sa otvorenim kovčegom do grobnog mesta.

Zakon o crkvama i verskim zajednicama (2006), prepoznajući tradicionalne obrede sahranjivanja definiše da su procesije dozvoljene. „**Član 5.** Građani imaju slobodu udruživanja i javnog okupljanja radi ispoljavanja verskih ubeđenja, u skladu sa Ustavom i zakonom“ (Zakon o crkvama i verskim zajednicama, 2006).

Takođe Zakon o sahranjivanju i grobljima (1977-2005) u članu 12. definiše da: „Pre sahranjivanja, posmrtni ostaci mogu biti izloženi na određenom mestu van groblja, radi ukazivanja posebnih posmrtnih počasti, ako sahranjivanje organizuje društveno-politička zajednica ili po odobrenju nadležnog organa opštine“.

Kontekst teme

a) *Kontekst teme: verski sadržaji u laičkim medijima*

U najkraćem laički elektronski mediji u Srbiji verskim sadržajima se bave sasvim sporadično. U monitoringu programskih šema šest najgledanijih tv kanala u Srbiji uključujući i javne servise (2008) uočeno je da RTS2 ima 1,7% minutaže posvećene verskim sadržajima, RTV1 0,7%, RTV2 1,1% a RTS1, B92 i Pink u posmatranom periodu (novembar 2008) nije imao ništa (Matić, 2009:31). U vreme verskih praznika, odnosno nekih izvanrednih događaja, on je znatno veći. To ukazuje da laički mediji nisu prepoznali verske sadržaje kao relevantnu temu za podupiranje religijskog života zajednice, već ove sadržaje tretiraju kao dnevni događaj, obrađen neretko i sa elementima senzacionalizma.

Poređenja radi istraživanje Zorana Zakića objavljeno u tekstu Adekvatnost religijskog programa u Javnom radiodifuznom sustavu Bosne i Hercegovine (2007) ukazuje na to da je procenat učešća verskih sadržaja u programima javnih servisa „u vrijeme kada nema vjerskih blagdana izuzetno mali. U republici Srpskoj on je svega 0,4 do 0,8 posto, a u vrijeme verskih obreda 2 posto. Isti slučaj je i u Federaciji BiH“ (Zakić, 2007:240).

b) *Kontekst teme: sahrana patrijarha Pavla i izbor patrijarha Irineja*

Ova dva događaja su prešla informativni prag u svim javnim servisima zemalja Zapadnog Balkana, kao i u mnogim medijima u EU, a u Srbiji su bili pozicionirani među najznačajnije informacije kako u javnim tako i u komercijalnim medijima.

Tema izbora novog patrijarha je direktna posledica prethodne teme i kao logični sled se vezivala za sahranu s jedne strane i za model izbora, odnosno ličnost potencijalnog-novog patrijarha sa druge strane.

Kontekst medija

Televizija je i u Srbiji medij koji publika preferira. Ekranizacija svakodnevice je postala nezamenljiva i u sferi informisanja i u sferi obrazovanja i dakako u sferi zabave. Televizija transponujući i konstruišući realnost prezentuje auditorijumu ikoničke poruke kinematografskim kodovima najvišeg stepena specifičnosti koji su svojstveni samo filmu i televiziji. Televiziji je imanentno da ekranizuje spektakle svih vrsta od političkih, kulturnih, verskih, sportskih do zabavnih, a slavne ličnosti su dominantni agensi svakog spektakla.

Dodajući tome i to da su javni servisi po članu 78, Zakona o radiodifuziji (2002) obavezni da zadovolje komunikativne potrebe svih građana, te tako, između ostalog, „(5) obezbede odgovarajuće vreme za emitovanje sadržaja o delovanju udruženja građana i nevladinih organizacija, kao i verskih zajednica na području na kome se program emituje“. Potpuno je jasno da je sahrana patrijarha bila jedno od prioriternih medijskih sadržaja kao događaj u celini, ekranizovan direktnim prenosom, tako i kao događaj koji zadovoljava sve faktore selekcije vesti Galtunga i Ruža (Galtung i Ruž, 1993) u informativnim emisijama ne samo javnog servisa, već i komercijalnih televizija u regionu pre svega, zapadnog Balkana (prostoru nekadašnje Jugoslavije), pa i ostalih pravoslavnih zemalja, ali i EU.

Cilj, metod i korpus

Cilj je da se dekonstruiše odnos religije i laičkih medija koji su osnovani od javnosti, finansirani od javnosti i kontrolisani od javnosti, dakle obavezni su da slede javni interes u informisanju.

Poseban cilj je da se u odnosu na kulturni, istorijski i ideološki kontekst uporedi kako se u javnim servisima regiona Zapadnog Balkana medijatižu religija i/ili religizuju elektronski mediji na primeru jedinstvenog događaja u SPC: sahrane patrijarha Pavla i izbora patrijarha Irineja.

Metod je kvantitativno-kvalitativna analiza sadržaja.

Jedinica analize je bila televizijski izveštaj od najave do objave uključujući i potpise i ilustrativne sadržaje.

Za potrebe analize konstruisan je poseban **kodeks** koji je omogućio da se kodiraju varijable kategorija forme i sadržaja.

Kao odlike *forme* registrovane su medij, emisija, mesto u emisiji ukoliko je snimljena cela emisija, datum emitovanja, dužina u sekundama, žanrovska vrsta, povod za izveštavanje, prema rubrike, lokacija na koju se odnosi,.

Kao odlike *sadržaja* registrovane su izvor informacije, tema/teme, subjekt/i kao nosioci radnje ili stava o kome se izveštava, personalizacija subjekta, objekt, personalizacija objekta, sadržaj snimka, grafike ili crteža koji su sastavni deo rubrike ili su zasebna rubrika, vrednosni kontekst.

Korpus

Korpus je odabran na osnovu *društveno-političko-istorijskog konteksta* koji bitno određuje prostor Zapadnog Balkana od 1918. do 1991. sjedinjen u istoj multikulturno utemeljenoj državi deleći kulturološki, istorijski, jezički, verski okvir. Stoga su uzorkom obuhvaćeni javni servisi, mediji koji prema zakonu imaju obavezu da se bave i verskim sadržajima, ali i sadržajima koji se odnose na događaje u zemljama okruženja, pre svih onim nastalim raspadom nekadašnje zajedničke države jer su i dalje građani vezani za taj prostor rodbinskim, prijateljskim, pa i emotivnim vezama. Osim javnih servisa, kao komparativni uzorak, odabrane su centralne-informativno-političke emisije najgledanijih komercijalnih televizija, ali samo u Srbiji, jer su sahrana i izbor patrijarha, pretpostavlja se, upravo za Srbiju bili događaji koji su prešli informativni prag za emitovanje kao vest od posebnog prioriteta.

Uzorak obuhvata po jednu centralnu-informativno-političku emisiju (CIPE) televizijskih javnih servisa Bosne i Hercegovine, Crne Gore, Hrvatske, Slovenije, Srbije, kao i komercijalne televizijske emitere u Srbiji. CIPE su emitovane 19.11.2009. (ukupno 9) i 22.01.2010. (ukupno 7) i 23.01.2010. (1).

Ukupno je analizirano 16 izveštaja od toga 11 emitovanih na javnim servisima, 4 na komercijalnim televizijama, a jedan na globalnoj informativnoj televiziji modela „program za inostranstvo“ VOA (Voice of America na srpskom jeziku) kako bi se uočio jedan drugačiji ugao posmatranja u odnosu na sve ostale emitere.

Analiza rezultata

Uporedna analiza ekranizacije sahrane patrijarha Pavla

Analiza diskursa izveštaja javnih i komercijalnih televizija zapadnog Balkana o sahrani patrijarha Pavla strukturirana je na osnovu kodeksa kreiranog za ovo istraživanje.

Dužina priloga i mesto u informativnoj emisiji

Dužinom izveštaja se na eksplicitan način, kao i mestom izveštaja u emisiji, daje medijski značaj događaju.

Emitovani izveštaji su bili različite dužine, od 491 sekunda (RTS1) pa do 106 sekundi (B92). Grupišući prema dužini izveštaje u duge, srednje i kratke uočeno je da je samo RTS1 emitovao dug izveštaj, koji je obuhvatio četvrtinu večernje informativne emisije (trajao je 8,13 minuta) i potpuno je dominirao, odnosno dao je ton čitavoj emisiji. Izveštaj je pozicioniran u sam vrh emisije sa posebnom vizuelnom identifikacijom na ekranu iza voditelja u studiju (portret patrijarha, monohromatski, sa leve strane, a u gornjem desnom uglu zlatni krst ispod kojeg je natpis oblikom slova miroslavljevog jevanđelja: „PONOSNI NA NJEGA“). Čitava ova koreografija studija, uključujući i voditeljku obučenu u crno, odražavala je žalobni dan u kojem je nacija jedinstvena u svojoj tuzi. Ovakva koreografija uobičajena je samo za izuzetne događaje od nacionalnog značaja. To znači da je RTS1 kao nacionalni javni servis praktično izjednačio državu i crkvu u medijskom tretmanu verskog službenika. Bez obzira što je reč o poglavaru najbrojnije crkve u Srbiji, ovim je doveden u pitanje član 11. Ustava Srbije, (crkva je odvojena od države) i član 6 zakona o crkvama i verskim zajednicama (sve crkve su jednake pred zakonom).

Veoma blizak modelu i tonu koji je dat u izveštaju RTS1, je prilog RTRS (javnog servisa republike Srpske i uključenje iz Srpskog Sarajeva). Ako ova dva izveštaja smatramo kao blok, a za to ima puno opravdanja, onda je i po dužini i po mestu u emisiji, koreografiji studija i nastupa voditelja ovaj izveštaj bio čak i više od RTS1 odraz nacionalnog jedinstva u žalosti za ličnosti koja predstavlja, po medijskom konstrukt, personifikaciju srpske nacije.

Priloga srednje dužine (44%) i kratkih (45%) je gotovo jednak broj⁵ što znači da su ti mediji u zavisnosti od pre svega kulturnog, a potom i

5 Posmatrano odvojeno izveštavanje iz Banjaluke i iz Srpskog Sarajeva.

društveno-političkog konteksta tretirali sahranu Patrijarha kao „aktuelni medijski događaj“ iz regiona, a ne događaj od „nacionalnog značaja“. Izdvojamo izveštaj B92, komercijalne, urbano profilisane, televizije sa nacionalnim pokrivanjem, koji je veoma kratko (106 sekundi) i sa jasnom profesionalnom distancom izvestio auditorijum o aktuelnom događaju.

HRT1 se izdvaja od ostalih jer u najavi emisije nije emitovan trejler sa sahrane, a izveštaj je pozicioniran tek nakon vesti iz sveta u poslednjoj trećini emisije. Mnogo višlje u ovoj emisiji pozicioniran je tv-paket o osamnaestogodišnjici zločina u Borovo-komercu „Grobovi i šutnja govore isto“, u kojem je značajna minutaža data izjavama Staše Zajević iz beogradske organizacije „Žene u crnom“ i Nataše Kandić iz „Fonda za humanitarno pravo“ Srbije. Nakon izveštaja sa sahrane patrijarha u istom bloku je emitovana rubrika o problematici odnosa sa Slovenijom.

Dakle HRT1 nije želeo da izveštaju sa sahrane da poseban značaj izdvojajući ga vizuelno od ostalog dela emisije, već ga je tretirao kao izveštaj sa aktuelnog događaja iz regiona.

Žanr i prezentacija

Sve posmatrane televizije na sahrani patrijarha imale su svoje izveštače, što ukazuje da je za sve ovo bio veoma značajan događaj. Osim što je vizuelno i tonski izveštavano, u formi složenog TV paketa, inkorporirane su i ankete sa građanima koji su svedočili o ličnosti patrijarha. Jedino direktno javljanje sa lica mesta u informativnu emisiju realizovao je B92 čiji novinar se javio iz porte manastira Svetih Arhangela u Rakovici. Ovo je bilo moguće zato što se, po modelu Galtunga i Ruža (faktor prvi: frekvencija), vreme informativne emisije poklopilo sa vremenom događaja, pa je reporter mogao da izvesti novinare da je patrijarh „upravo sahranjen“.

Video materijal su televizije drugih zemalja delimično preuzele iz programske razmene od RTS1, ili su koristile agencijski materijal (VOA od Foneta). Tačnije snimke sahrane su preuzimali, a sopstvenim kapacitetima su urađeni standapovi izveštača i ankete. Odnosno uobičajeno je da se snima situacija u sopstvenom okruženju.

Najprofesionalnije je reagovao Javni servis Slovenije pokazavši senzibilitet za multikulturni pristup događaju, jer je osim reportera u Beogradu, imala i novinara u porti ljubljanske Srpske pravoslavne crkve, snimivši vernike i paroha koji su govorili i na srpskom i na slovenačkom jeziku. Ekipa javnog servisa Republike Srpske snimala je građane u Srpskom

Sarajevu na polasku za Beograd, ali i one koji su kod kuće gledali direktan prenos sahrane.

Vizuelizacija sahrane, kada se govori o gramatici filmskog jezika, simbolisala je jedinstvo naroda (paln total kojim se prikazuje masa u procesiji i ispred hrama, koja preliva ekran simbolišući tako da su svi tu u žalobnoj sabornosti), zatim patrijarha (sniman u krupnom planu u otvorenom sarkofagu što simbolizuje sveca - živ i posle smrti) i crkve (oličene u krupnom planu krsta i hrama Svetog Save gde se odigravao centralni događaj - opelo). Paralelnom montažom se simbolizuje jedinstvo vremena, a različitost ili aktera, ili mesta događaja, odnosno različitih radnji koje se paralelno odvijaju. Međutim u ekranizaciji sahrane paralelna montaža, koja se ogledala u istovremenosti i aktera i događaja i mesta, ali različitosti upotrebe gramatike filmskog jezika (smena krupnog plana-*patrijarh u otvorenom kovčegu* i totala- *saborni narod*), koja na implicitan način ukazuje na jedinstvo patrijarha i naroda u *sosloviu*.

Snimci govornika na Opelu ispred hrama Svetog Save su, takođe, svi u krupnom planu, što ima dodatnu ubeđivačku snagu i deluje na auditorijum u punoj snazi ikoničke poruke.

Diskurs izveštaja

Sledstveno konverzacionalnoj teoriji Šeglofa (1968) svaki diskurs može biti *sekvenciran*. Dakle postoji redosled u građenju diskursa koji se može podeliti u sekvence tipa: pre otvaranje, otvaranje, glavna tema, pre zatvaranje, zatvaranje. Na istraživačkim iskustvima konverzacione teorije Šeglofa i saradnika može se uočiti da je sekvenciranje veoma primenljivo i na medijske žanrove, u ovom slučaju izveštaj tipa tv-paket.

Spikerska najava **prva sekvenc**a: svaki od analiziranih izveštaja imao je na početku spikersku najavu u obliku vesti. RTS1 je najavu koncipirao kao „lekarSKI izveštaj“ navodeći samo da je patrijarh umro u 96 godini u nedelju pre podne u snu. Minimalističkom najavom događaju i izveštaju, koji sledi, data je izuzetna važnost.

Još snažniju poruku auditorijumu uputila je televizija Republike Srpske studio u Sarajevu. Ova najva po modelu je u potpunosti odgovarala objavi da je umro doživotni predsednik SFRJ Tito, 1980. Time je ukazano na nedvosmisleni značaj ličnosti patrijarha za Republiku Srpsku i narod. Dakle na crnom ekranu bila su ispisana bela slova „Srpsko Sarajevo//Građani srpskog Sarajeva se opraštaju od patrijarha srpskog Pavla//Srpska danas RTR Srpske

19.11.2009. // Slobodna Srpska Slobodni Srbi//i završava se simbolom krsta †. Nakon toga sledi preko celog ekrana mapa Republike Srpske, pa grb i tek tada voditeljka počinje emisiju. Imajući u vidu društveno-politički kontekst stavljanja pod znak pitanja entiteta Republike Srpske ovo je jasna poruka koja se šalje auditorijumu o značaju očuvanja teritorijalnog, nacionalnog, i u sklopu toga, i verskog identiteta, te je stoga sahrani patrijarha na entitet-skom javnom servisu data izuzetna pažnja.

Televizija Republike Srpske najavila je proširenom veću izveštaj akcentirajući mesto sahrane, manastir u Rakovici, i govornike kao i broj građana koji je ispratio patrijarha.

Po istom skraćenom modelu izveštaj je najavila i BH federalna televizija.

RTV Slovenije je u najavi najpre naveo mesto, dakle „u Beogradu“, zatim da je „dan žalosti“ i najavu završio podatkom da „se 600 hiljadu ljudi oprostilo od patrijarha Pavla“. Dakle slovenački javni servis je smatrao da je, poput izveštaja iz sveta, bitno navesti mesto događaja, a potom modelom po kojem je aktuelni događaj više vredan medijske pažnje, što je više direktnih učesnika u njemu, u najavi istako upravu tu mnogoljudnost. Ovo je jedina posmatrana emisija koja je u najavi dala snimak iz „vazduha“ kako dolazi kolona automobila u manastir u Rakovici, a voditeljka informativne emisije je navela da je to mesto gde je patrijarh želeo da bude sahranjen. Ovo je uzoran primer najave kojom se u fokus stavlja događaj koji je u direktnoj vezi sa glavnim akterom, po modelu obrnute piramide.

B92 kao televizija koja neguje neposrednost u komunikaciji i moderan urban pristup umesto klasične najave odlučila se na dijalog voditelja i reportera na terenu.

Glas Amerike i HRT1 su smatrali da je u najavi važno napomenuti, osim koliko je prisustvovalo građana, još i ko od zvaničnika je bio na sahrani, što u potpunosti odgovara obrascu selekcije vesti Galtunga i Ruža (1993) prema kojem će događaj biti pre kvalifikovan za vest u medijima, ukoliko u njemu učestvuju značajne ličnosti.

Otvranje reporterskog izveštaja, druga sekvenca: RTS1 je izveštaj počeo iz Saborne crkve sa krupnim planom patrijarha u otvorenom sarkofagu uz pojanje hora „Slava tebe Gospodi...“ čime šalje poruku auditorijumu da je fokus čitavog tv-spektakla ličnost preminulog patrijarha. Ta ideja se do-sledno sprovodi u veoma detaljnom hronološkom izveštaju.

RTRS je pripremila jedan veoma detaljan hronološki izveštaj. Novinarka ga otvara totalom Saborne crkve i švenkom na otvoreni sarkofag otpočela

izveštaj, zatim su u amerikenu date sve vladike koje su sasluživale, i na kraju „saborni narod“.

HRT1 je odlučio da ispred ličnosti stavi instituciju SPC u vizuelnom opremanju izveštaja tako da uz zvona, kao zvučne podloge, izveštaj otvara panoramski snimak Saborne crkve u Beogradu, potom u ameriken planu snimak kaluđerica koje se mole.

Javni servis Slovenije je na samom otvranju izveštaju u svega nekoliko sekundi prikazao Sabornu crkvu u Beogradu i odmah prešao na treću sekvencu.

RTV, javni servis Vojvodine, u najkraćem otvara izveštaj sa snimkom iz Patrijaršije.

VOA je, takođe vođena idejom o kompoziciji diskursa izveštaja po modelu obrnute pitramide, kraj događaja pozicionirao u otvaranju izveštaja i slikom manastira u Rakovici počeo izveštaj o sahrani patrijarha Pavla.

Zatim se slikom i izveštajem reportera „vraća“ na početak događaja u Sabornu crkvu i kamerom fokusira prestolonaslednika Aleksandra Karađorđevića. Jedinstvo SPC i srpske kraljevske porodice jeste vekovna tradicija i VOA je to prepoznala. Valja podsetiti da je to medij vezan za srpsku dijasporu u Americi.

Treća sekvenca: pogrebna povorka na ulicama Beograda

RTS1 prati snimkom povorku do hrama Svetog Save, a kada daje masu u totalu koja preliva ekran, nekoliko puta ovu sliku doručuje preklapanjima sa svećama i krstom koji su osnovni rekviziti u obredu sahranjivanja.

Javni servis Slovenije, koristeći metaforu *pars pro toto*, je preuzeo od RTS1 snimak ženske osobe u krupnom planu koja govori o patrijarhu i sa pojednca prešao na masu koja je u povorci pratila patrijarhov sarkofag do hrama Svetog Save.

RTRS izveštaj se nastavlja veoma detaljno praćenjem povorke, naizmenično smenjivanje totala naroda sa krupnim planom VIP ličnosti, pre svega vladika u povorci, i završava se dolaskom ispred hrama Svetog Save.

HRT1 umesto izveštaja pogrebne povorke daje samo dve izjave (krupni plan) građana o ličnosti patrijarha, u krupni plan žene, a potom muškarca koji „u ime mase“ govore o patrijarhu. Dakle ceo spektakl koji se odigravao između Saborne crkve i hrama Svetog Save je ostao na marginam ovog izveštaja.

VOA je pogrebnu povorku, dakle prelazak druge na treću sekvencu, crkvenim barjacima u krupnom planu koji su jedan od simbola litije, uz

navođenje da su u povorci bili i pitomci vojne akademije, pripadnici žandarmerije i garde što sve ukazuje da je sahrana patrijarha državna, a ne crkvena stvar.

RTV u najkraćem izveštava o povorci.

Četvrta sekvenca opelo ispred Hrama Svetog Save: RTS1 jasno počinje treću sekvencu krupnim planom Hrama na Vračaru, čime lokacijom odvaja prethodnu sekvencu sa novom.

HRT1 je počinje izdvajanjem i navođenjem VIP gostiju sa fokusom na izaslanika RKC i indirektnim citiranjem govornika s izuzetkom predsednika Tadić koji je jedini bio u ovom izveštaju direktno citiran.

RTRS i u ovoj sekvenci detaljno slikom i citaima izveštava dajući i delove obreda opela. Dok govornici ističu u obraćanju narodu vrline patrijarha slika fokusira u krupni plan patrijarhov otvoreni sarkofag što je ikonička poruka svedena na denotativni nivo, bez umetničke transpozicije odnosno potrebe da auditorijum konotacijom dođe do suštine značenja slike. Navedeni su i svi gosti iz inostranstva.

Javni servis Slovenije je stendapom otvorio ovu sekvencu i potom su svi akteri dati u direktnim citatima. Novinarka je navela koje su sve delegacije došle ističući da su Crna Gora i Makedonija poslale državne a ne verske delegacije zbog sukoba sa SPC oko autokefalnosti, a detaljnije je izvestila o predstavnicima RKC daju čak i kratki intervju sa mesta događaja sa papским izaslanikom što je jedino ovaj medij kao inicijativu imao uz nagoveštaj da bi se pravoslavne i katoličke crkve mogle zbližiti 2013. na 1700 godišnjicu Milanskog edikta. Ovo sve ukazuje da je javni servis Slovenije odabrao izveštačicu koja je pokazala da je ovo sektor društvene prakse koji joj je poznat i time je događaju dao na značaju jer ga je stavio u širi kontekst međubalkanskih i međureligijskih odnosa.

VOA slikom Hrama otvara ovu sekvencu. Direktne citate govora pokriva slikom zidnih ikona u hramu naizmenično sa krupnim planom otvorenog sarkofaga patrijarha čime valja konotativno zaključiti da je patrijarh svetac.

RTV izveštačica je detaljno nabrojala ko je sve prisutan i citirala direktno sve aktere mitropolita Amfilohija, patrijarha vaseljskog Vartolomeja i predsednika Tadića. Dok su govorili smenjivala se slika mase koja je preplavila trg i zidnog slikarstva hrama Svetog Save. Dakle isti snimci koje su slale agencije u svet preuzimala je i domaća televizija.

Vartolomeja a direktno **Zatvaranje izveštaja peta sekvenca:** HRT1 se odlučio da problematizuje izbor novog patrijarha čime ovom izveštaju u

celosti daje ton političkog aktuelnog događaja, a ne poslednjem oproštaju od velikana jedne nacije.

RTRS završnu sekvencu počinje amerikenom porte i crkve manastira Svetih Arhangela u Rakovcu gde je patrijarh sahranjen uz tekst novinara koji podseća ukratko na delove biografije patrijarha Pavla.

Javni servis Slovenije je kao dodatak, dakle završnicu izveštavanja o ovom događaju dao dodatni tv-paket o tome kako su pravoslavci u Ljubljani služili opelo patrijarhu i kako su ocenili ličnost patrijarha.

VOA izveštaj završava slikom koja daje masu ispred hrama Svetog Save i reportera u ofu koji navodi da su na sahranu došli građani iz cele zemlje.

RTV izveštaj završava informacijom o sahrani u porti manastira u Rakovici i slikom građana koji stoje u krugu manastira.

RTS1 je izveštaj završio-zaokružio početnim slajdom sa portretom patrijarha zamišljenog u poluprofilu sa crnom kamilavkom na glavi sa leve strane, a u gornjem desnom uglu je zlatni krst ispod je tekst „Ponosni na njega“, uz tekst novinara iz ofa „u Beogradu nikada veća tišina, a toliko ljudi, za ponos njegove svetosti patrijarha Pavla“. Ikonička i verbalna prezentacija šalju poruku auditorijumu o patrijarhu kao svecu. Kraj ovog tv-paketa, dugog više od osam minuta, nadilazi formu faktografskog žanra - izveštaja i ulazi u okvir publicističkog žanra - dokumentarne televizijske reportaže.

Subjekat, nosilac radnje ili stava o čijim se aktivnostima govori u prilogu, su: a) protokolarno definisani - visoki zvaničnici pravoslavnih crkava iz zemlje i inostranstva i domaći političari. To su patrijarh vaseljenski Vartolomej, mitropolit crnogorsko-primorski Amfilohije Radović, predsednik Srbije Boris Tadić; osim njih su to i b) anketirani građani, koji iskazuju po modelu „pars pro toto“ jednodušno mišljenje svih o ličnosti patrijarha kao osobe skromne i izuzetnih karakternih osobina.

Diskurs citata subjekata

Svi značajni subjekti ovog događaja su direktno citirani u svim izveštajima i to uglavnom na isti način. Ono što je iz njihovih govora izvučeno kao direktan citat, a zajedničko im je, jeste da su iskoristili reči patrijarha izgovorene za života i primenili ih na lični život patrijarha. Dakle diskursna strategija je bila pokazati da je patrijarh „živeo onako kako je govorio“.

Za razliku od prethodnih javnih sahrana u Beogradu govori i crkvenih i svetovnih ličnosti nisu imali politički podtekst, već su se zadržali na ličnosti patrijarha.

Mitropolit crnogorsko-primorski Anfilohije Radović je poopštio ljudske vrednosti koristeći citat samog patrijarha i zatim ih primenio na život patrijarha „Kad se čovek rodi cio svijet se raduje, a samo on plače, ali treba živjeti, tako da kada se on upokoji, cio svijet plače, a samo se on raduje i zaista da ovaj božiji čovjek Pavle nije živjeo dostojno svog zvanja, kako se moglo dogoditi da ovakva i ovolika tuga prožme ovaj milionski grad i šire od njega, tuga je jer predstavlja gubitak, a radost, jer znamo da onaj koga gubimo ostaje sa nama i među nama...“

Mitropolit crnogorsko-primorski Amfilohije rekao je da se partijarh, skroman i tih čovek, preobrazio u svetlost svetu. „On postaje radosnotvorna tuga“, rekao je Amfilohije prema medijskim citatima.

Patrijarh Vaseljenski Vartolomej, prema medijskim izveštajima, definisao je patrijarha Pavla kao besprekornog, neporočnog, milostivog, mirotvorca otvorenih horizonata, čoveka koji je nosio pečat svetosti.

Predsednik Srbije Boris Tadić zahvalio se, kao predsednik Srbije, svima koji su iz zemlje i inostranstva došli na ispraćaj patrijarha čime je ovoj sahrani dao državni značaj, što mediji nisu propustili da akcentuju direktnim citatom, čime je SPC podigao na nivo državne crkve. Tadić je prema citatima u tv-izveštajima podsetio na patrijarhove reči: „*Verujem da delim mišljenje građana Srbije, izražavajući zahvalnost njegovoj svetosti patrijarhu srpskom Pavlu što je uvek postojao i što postoji ispred svih nas, svojim delom i rečima da uvek budemo ljudi i nikada na zlo drugih ne odgovorimo zlom u sebi*“.

Vrednosni kontekst svih izveštaja o sahrani patrijarha Pavla je bio naglašeno pozitivan, samo sporadično novinarski neutralan.

Uporedna analiza ekranizacije izbora novog patrijarha Irineja

Pošto je izbor novog patrijarha SPC bio veoma brz i po važećim pravilima, pri čemu nije bilo nikakvih opterećujućih elemenata, mediji nisu pokazali veći interes za ovaj događaj.

Dužina priloga i mesto u emisiji

Za razliku od veoma dugih i iscrpnih izveštaja o sahrani patrijarha Pavla, uglavnom pozicioniranih kao vest dana u vrh informativnih emisija, izbor novog patrijarha nije izazvao veću pozornost medija. Najduži izveštaj je iznosio 365 sekundi (B92 u 23.00 pri čemu je intervju uživo sa gostom u studiju iznosio gotovo dve trećine minutaže), a najkraći 35 sekundi na HRT1.

Od osam televizija iz zemlje i okruženja čije su centralne informativne emisije praćene 22. januara 2010. njih pet je ovu informaciju tretirala kao vest dana (RTS1, B92 u 16.00, TV Avala, TV Panonija, RTV Vojvodina), B92 u 23.00 je vest pomerila na drugo mesto, a crnogorski javni servis ju je emitovao kao četvrtu informaciju, dok je HRT1 pozicionirao tek na 11. mesto u emisiji.

Žanr i prezentacija

Izbor novog patrijarha je žanrovski i vizuelno bio mnogo manje složen od sahrane samim tim što je i sam događaj odigran iza zatvorenih vrata Sabora, tako što su trojica kandidata sa natpolovičnom podrškom Sabora SPC izabrana u četiri izborna kruga. Medijima je na raspolaganju bila samo konferencija za novinare na stepenicama Patrijaršije koju je, ad hok, održao episkop Bački Irinej Bulović i novi patrijarh Irinej kako pozdravlja narod sa balkona Patrijaršije (pored njega stoji prestolonaslednik Aleksandar Karađorđević, što implicite govori o jedinstvu crkve i krune), odnosno služi u Sabornoj crkvi.

Subjekat se u ovim izveštajima donekle razlikuje od izveštavanja sa sahrane. Izostaju domaći i strani zvaničnici i politički establišment, a uključuju se verski analitičari koji govore o novom patrijarhu. Šansu da govore za medije kao „saborni narod“ dobili su jedino nišlije kao žitelji grada u kojem je decenijama stoličio episkop Irinej i beograđani u čijem gradu je ustoličen kao novi patrijarh. Svi su oni bili jednodušni u oceni da je izabrana prava osoba.

Ono što je važno istaći jeste da su dominirala dva eksperta koja su dobila medijsku podršku da govore o novom patrijarhu: Dragoljub Đorđević i Živica Tucić. Obojica su već dugo vreme prisutni u javnosti kao eksperti za pitanja crkava i verskih zajednica, mada ne pripadaju akademskoj naučnoj javnosti. Valja podsetiti da akademska zajednica Srbije ima najmanje dva etablirana udruženja (JUNIR i CEIR) koja okupljaju istraživače religije, ali od medija nisu prepoznata kao valjan izvor informacija. Tako da su Đorđević i Tucić u vreme izbora novog patrijarha govorili istog dana u više centralnih informativnih tv-emisija, što je opet pokazalo koliko je nizak stepen programskog diverziteta u našoj radiodifuziji. Izuzetak je javni servis Crne Gore za koji je osim Dragoljuba Đorđevića govorio još i novinar nedeljnika NIN Jovan Janjić.

Teme

Kosovo, odnos sa drugim pomesnim crkvama, pre svega Makedonskom i Crnogorskom, kao i poseta pape Srbiji, a s tim u vezi i približavanje

pravoslavlja i katoličanstva, su teme kojima je u izveštajima o budućem radu novog patrijarha data pažnja u medijima. Osim rečenog sama ličnost Irineja Niškog sa fokusom na to da on pripada ne konzervativnoj, već umerenoj struji u SPC, je okvir u kojem su pozicionirani izveštaji o izboru.

Valja naglasiti da je ovaj događaj bio vredan medijske pažnje samo na dan izbora 22. januara 2010. Pre toga su se mediji bavili, ali veoma ograničeno, mogućim kandidatima i procedurom izbora, a nakon toga samo eventualnim ustoličenjem novog patrijarha u Pečkoj patrijaršiji. Jedino je Javni servis Crne Gore politizovao izbor novog patrijarha uvodeći jedan borbena diskurs u izveštaj „medijski rat za tron SPC ipak vodi“ i da „država ima uticaj na izbor“. Istovremeno ovo je bio i najanalitičkiji izveštaj iz Beograda pred sam izbor patrijarha.

Vrednosni kontekst

Polemičnih tonova u izveštajima za izbor novog patrijarha nije bilo. Svi su bili pretežno pozitivni, samo sporadično neutralni. Događaji vezani za najznačajnije događaje iz oblasti delovanja SPC su neupitni što implicitno šalje poruku o jedinstvu crkve i naroda.

Zaključak

Dva događaja u SPC koja su dominantno obeležila kraj prve decenija trećeg milenijuma i početak druge, svetovni mediji u Srbiji, pa i okruženju, su ekranizovali na način modeliran za smrt državnika i izbor novog na njegovo mesto u ikonografiji dominantno vezanoj za obred pravoslavnog sahranjivanja i ustoličenja. Mediji nisu imali kritičku distancu prema prvom događaju, a znatno neutralnije su pratili drugi.

U najkraćem odabrani mediji iz Srbije i okruženja za monitoring ekranizacije sahrane i izbora patrijarha SPC su:

- sahrani dali značaj *državne manifestacije* od nacionalnog prioriteta tipa spektakla (izveštači su insistirali na tome da je pogrebna povorka išla ulicama Beograda, proglašena trodnevna u Srbiji, a četvorodnevna u Beogradu, žalost, opravdan izostanak sa posla svima koji su išli na sahranu, u pratnji sarkofaga bili pripadnici vojske, Garde, Žandarmerije, vatrogasnih jedinica, politički vrh Srbije, delegacije državne i verske iz zemalja okruženja i sveta, na sahrani govorio predsednik Srbije kao državnik, a ne kao vernik) ;

- preovladavali su izveštaji koji su u fokus stavili samu ličnost patrijarha čije osobine su defisane kao svetačke; pažnja nije bila posvećena ulozi Pavla kao poglavara SPC i njegovom doprinosu u rešavanju pitanja od značaja za SPC i odnose crkve i države, te rešavanju problema sa drugim crkvama iz okruženja;
- sasvim sporadično je u izveštaju o sahrani politizovan najavljeni izbor novog patrijarha;
- žanrovski su izveštaji bili složeni televizijski paketi, vizuelno na visoko-profesionalnom nivou, Javni servis Srbije je angažovao izuzetne tehničko-tehnološke kapacitete da bi pokrio ovaj spektakl uključujući i snimanje iz vazduha, televizije su deo vizuelnog materijala preuzele od RTS i Foneta;
- sve televizije su imale reportere na licu mesta što ukazuje da su prepoznale značaj događaja;
- diskursni modeli analiziranih izveštaja: a) klasični hronološki izveštaj /RTS, RTV, HRT, BIH federalna tv i RTRS; b) moderniji model obrnute piramide/ VOA i RTV Slovenija;
- uključeni su u izveštaje direktni citati svih aktera koji su učestvovali u opelu ispred hrama Svetog Save kao centralnom događaju sahrane;
- simboli korišćeni u vizuelizaciji prenosa su direktno preuzeti iz običaja sahranjivanja u Srba (sveće, krst, barjaci sa ikonama, snimak zidnog slikarstva hrama Svetog Save kao pokrivalica za duže direktne citate, otvoren sarkofag u krupnom planu, bez cveća);
- nasuprot sahrani izbor novog patrijarha je praćen kao proceduralni aktuelni događaj bez većeg angažmana medija;
- vizuelno skroman;
- nisu sve televizije koje su izveštavale sa sahrane imale svoje reportere i na izboru novog patrijarha, događaj za mnoge zemlje iz okruženja nije prešao informativni prag za direktno izveštavanje;
- umesto direktnih citata aktera događaja korišćeni intervjui sa verskim analitičarima, (sveden na dva koja su se stalno pojavljivala u svim medijima);
- preuzet model izveštavanja o izboru za predsednika države (novi patrijarh maše sa balkona patrijaršije, čitana njegova biografija, analitičari govorili o njegovoj ličnosti i poslovima koji mu predstoje, novi patrijarh se spontano prisutnima obratio sa „programom rada“ vrlo svetovno orijentisanim-u fokusu Kosovo).

BIBLIOGRAFIJA

- Crkva kao centralni komitet, most / radija Slobodna Evropa, Ponedjeljak, 19. april 2010, http://www.danas.org/content/most_crkva_drzava/1889873.html?page=2&x=1
- Galtung i Ruž (1993). Obrasci novinarske selekcije vesti. Gledišta: Javnost i manipulacija - sociologija vesti. Beograd, 31-39.
- Intervju sa dr Draganom Radojičić, direktoricom Etnografskog instituta SANU za potrebe ovoga rada.
- Matić, Jovanka (2009). Raznovrsnost TV programa u Srbiji. U: Medijski skener, edicija Medijska sfera, knjiga 4, ur. Dubravka Valić Nedeljković. Novi Sad:Novosadska Novinarska Škola. 24-66.
- Schegloff, E.A. (1968). Sequencing in Conversational Openings. American anthropologist, vol 70, 1075-95
- Šušnjić, Đuro (1998). Religija, knjiga 1. Beograd : Čigoja štampa.
- Valić Nedeljković, Dubravka (2007). O novinaarstvu i novinarima. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Vuković, T, Milan (1978) Narodni običaji, verovanja i poslovice kod Srba, Beograd Izdavač i urednik Milan T. Vuković
- Zakić, Zoran (2007). Adekvatnost religijskog programa u javnomradiodifuznom sustavu Bosne i Hercegovine. U: Mediji i religija, ur. Lea Tajić. Sarajevo: Fondacija Konrad Adenauer , predstavništvo u Sarajevu. 238-246.
- Zakon o crkvama i verskim zajednicama, 2006, Službeni glasnik 36-06, <http://sr.wikisource.org/sr->
- Zakon o radiodifuziji, „Sl. glasnik RS“, br. 42/2002, 97/2004, 76/2005, 79/2005 - dr. zakon, 62/2006, 85/2006 i 86/2006 - ispr.
- Zakon o sahranjivanju i grobljima, „Sl. glasnik SRS“, br. 20/77, 24/85 i 6/89 i „Sl. glasnik RS“, br. 53/93, 67/93, 48/94 i 101/2005 - dr. zakon
- Ustav Srbije, 2006, RS broj 37, http://www.nb.rs/view_file.php?file_id=1975

Dejan Pralica

Analiza medijskog diskursa srpske štampe o smrti i izboru patrijarha

Rezime: Cilj ovog rada je da ukaže koliko pažnje su beogradski i novosadski dnevni listovi posvetili izveštavanju o smrti patrijarha Pavla Stojčevića, odnosno izboru novog patrijarha Irineja Gavrilovića. Analiza diskursa najpogodnija je za ovakav tip istraživanja u medijima budući da kao interdisciplinarno područje kritički preispituje društvo i kulturu u kojoj su realni sagovornici koji razmenjuju poruke. Cilj kvantitativno-kvalitativne analize medijskog diskursa dnevnih novina jeste da utvrdi na koji način su Politika, Blic, Večernje novosti, Danas, Kurir, Pravda, Pres, Alo, Dnevnik i Nacionalni građanski prikazali smrt, odnosno izbor patrijarha. Kako bi analiza bila što preciznija, za ovo istraživanje kreiran je poseban kodeks sa specifičnim kategorijama za dnevne novine. Analiza je pokazala sličnosti u načinu pisanja o navedenim temama, ali i određeni stepen razlike koji se ogleda u pristupu ovim događajima, što je najočiglednije u odabiru naslova, fotografije, veličine i pozicije tekstova u novinama.

Glavne reči: analiza diskursa, dnevne novine, patrijarh, Pavle Stojčević, Irinej Gavrilović.

1. Cilj rada

Cilj ovog rada je da ukaže na to koliko su pažnje beogradski i novosadski dnevni listovi posvetili izveštavanju o smrti patrijarha Pavla Stojčevića, odnosno izboru njegovog naslednika Irineja Gavrilovića.

Analiza treba da pokaže sličnosti i u načinu pisanja o navedenim temama, ali i određeni stepen razlike koji se ogleda u pristupu ovim događajima,

što je najočiglednije u odabiru naslova, fotografije, veličine, pozicije i broja tekstova u odabranim novinama.¹

Društveno-politički kontekst u okviru kog se odigrao čin smrti, pa sahrane starog patrijarha, a nakon toga čin i izbora i ustoličenja novog umnogome je doprineo da mediji veoma opširno izveštavaju o ovim događajima. „Govoriti o zastupljenosti i načinu interpretacije verskih tema u medijima, a ne pomenuti kontekst vremena i društvenih prilika u kome se društvo, a zajedno sa njim i crkva ili verska zajednica nalaze bilo bi nepotpuno za sagledavanje ovako značajnog pitanja“ (Stojković 2005: 150-153). Na veoma detaljno izveštavanje svih srpskih uticajnijih dnevnika, između ostalog, uticaja je imao i podatak da se na poslednjem popisu stanovništva Srbije 2002. čak 95% popisanih građana izjasnilo da veruje u Boga. S obzirom na to da se među vernicima nalaze sve starosne, obrazovne i socijalne strukture društva, treba im pružiti mogućnost da se o svojoj veri i crkvi informišu u svim oblicima medijske komunikacije (prema Stokanović 2005: 137-140).

2. Metod

Prilikom analize devet dnevnih listova (osam nacionalnih sa sedištem u Beogradu i dva pokrajinska sa sedištem u Novom Sadu) korišćen je metod kvantitativno-kvalitativne analize medijskog diskursa i interpretacija sadržaja novinskih tekstova. Analiza diskursa pokazala se kao najpogodnija za ovakav tip istraživanja medijskih sadržaja jer kao interdisciplinarna nauka kritički preispituje društvo i kulturu u kojoj su realni sagovornici koji razmenjuju poruke. Ono što je jedinstveno za ovu nauku jeste da „analiza jedinica većih od rečenice, u konkretnoj upotrebi u kontekstu i situaciji, bolje objašnjava ljudsku komunikaciju i ponašanje“ (Savić 1993: 25). Analiza medijskog diskursa izučava društvo i proučava koje vrste interakcija medijski tekst uspostavlja između ljudi i sveta i između moćnika (vlasti, većine) i onih koji to nisu (manjine) (prema Matheson 2005: 1-3).

Upotreba jezika u ovoj interdisciplinarnoj nauci nije ograničena samo na govorni jezik, već uključuje i *pisane* ili *štampane* forme, komunikaciju i interakciju, kao u slučaju kada čitamo dnevne novine, udžbenike, elektronsku poštu ili bilo koji tekst koji je u vezi sa našim akademskim ili drugim radom. Tako diskurs obuhvata *pisanu komunikaciju*, čak i *pisanu interakciju*,

¹ Uporediti sa poglavljem *Poslanice u medijskoj komunikaciji* (Pralica 2006: 48).

s tim da čitalac i autor nisu u interakciji *licem u lice* (Van Dijk 1998: 2-3). Struktura novinarskog diskursa, zbog potrebe da se informacija nedvosmisleno razume, pripada najjače šematizovanim i automatizovanim iskazima. Medijski diskurs kruži unutar institucija i među njima i duboko je ukorenjen u svakodnevicu i interakciji gotovo svakog čoveka. Zbog toga se kaže da diskurs nije gotov proizvod, već proces, odnosno stalna promena, a da je tekst deo diskursnog procesa i nema svrhe izučavati ga van konteksta (Talbot 2007: 5-10).

Analiza sadržaja nastala je kao rezultat praktičnih i teorijskih potreba da se pojedinačnim oblicima društvene komunikacije dobiju objektivniji i precizniji podaci. To je istraživački metod pomoću kojeg na sistematičan, kvantitativan i objektivna način dolazimo do podataka o sadržaju, pošiljaocu i primaocu poruke, kao i o efektima poruke (prema Milić 1978: 571; Šušnjić: 1973: 247).

Analiza sadržaja fokusirana je na nekoliko elemenata prezentacije tekstova o smrti, odnosno izboru patrijarha u dnevnim novinama: strukturu sadržaja u pogledu tema i subjekata o kojima se izveštava, vrednosne usmerenosti stavova subjekata prema objektima kao i na utvrđivanje stepena medijske originalnosti novinara. Jedinica analize jeste *samostalni odsečak – novinski tekst* koji kao pretežnu temu sadrži smrt, odnosno izbor patrijarha, a kao formu podrazumeva zaokruženi pisani sadržaj novinarskog žanra, te obuhvata naslov, sam tekst, potpis autora, ali i dodatnu opremu, kao što su okvir, fotografija, tabela ili neki dodatni crtež (prema Matić, 2008: 21; Valić Nedeljković 2008: 286-287).

Za potrebe analize sadržaja medijskog diskursa kreiran je poseban kodni list (kodeks) koji sadrži 16 kategorija. Svaka kategorija obuhvata elemente na osnovu kojih je jedinica analiza i klasifikovana. Kodeks je sastavljen od kategorija po sledećem redosledu: 1) novine, 2) datum, 3) rubrika, 4) veličina teksta, 5) žanr, 6) oprema, 7) povod, 8) lokacija, 9) autor, 10) subjekat, 11) personalizacija subjekta, 12) objekat, 13) personalizacija objekta, 14) vrednosni kontekst subjekta prema objektu, 15) tip naslova i 16) napomene.

Broj *samostalnih odsečaka* različit je od broja subjekata i objekata budući da je u okviru jednog *odsečka* moguće uočiti više tema o kojima govori jedan isti subjekat ili više subjekata, odnosno objekata o kojima se govori. Svi subjekti i objekti registrovani su funkcijom i imenom i prezimenom, odnosno nazivom institucije ili pojma, ukoliko nisu živa bića. Osnovni kvantitativni sadržaji su u vezi sa datumom, rednim broje strane, brojem

odsečaka, dok se kvalitativni sadržaj odnosi na vrednosni kontekst u koji subjekat „smešta“ objekat, na žanrovsku strukturu *odsečaka*, kao i tip naslova (metaforički ili realni).

3. Analiza i rezultati

3.1 Kontekst medija

Odabrani korpus za analiza ovog rada nalazio se unutar ukupno 20 primeraka 10 dnevnih novina, to jest po jedan primerak 10 dnevnih novina od 16. novembra 2009.² i po jedan primerak 10 dnevnih novina od 23. januara 2010.³

Politika je najstariji dnevni list na Balkanu, osnovana 1904. Uvek je važila za provladin medij. Vlasništvo nad novinama podeljeno je 50:50 između kompanije *Politika AD* (to jest države) i nemačke medijske kompanije *Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)*. *Večernje novosti* postoje od 1953, tokom devedesetih godina, uz *Politiku* i *Dnevnik* svrstavane su u grupu prorežimskih medija. *Novosti* su, kao i ranije, visokotiražni list polutabloidnog karaktera. U većinskom su privatnom vlasništvu. *Blic* su visokotiražne privatne dnevne novine, osnovane 1996, po sadržaju između tabloida i ozbiljnih dnevnih novina. Osnivač i izdavač lista je multinacionalna kompanija *Ringier*. Ista kompanija, sa vrlo niskom cenom primerka kako bi ugrozila konkurenciju, osniva 2007. tabloid *Alo*. Dnevni list *Danas* osnovan je 1997, u privatnom vlasništvu, malog tiraža, građanski orijentisan i ozbiljan politički dnevni list. U prošlosti je bio izrazitko kritički orijentisan prema režimu Slobodana Miloševića. Najpoznatiji tabloid u Srbiji je *Kurir*, osnovan 2003. U privatnom vlasništvu, izrazito kritički nastrojen prema vlasti u Srbiji, list koji prate brojne afere i procesi pred sudovima. Deo redakcije zbog sukoba sa rukovodiocima *Kurira* 2005. osniva list *Pres*, sličnog profila i formata. Tabloid *Pravda* osnovan je privatnim kapitalom 2007, važi za prodesničarski list izrazitno kritički nastrojen prema aktuelnoj vlasti u Srbiji. *Dnevnik* je najstarija novinsko-izdavačka ustanova u Vojvodini, a sam list, pod imenom *Slobodna Vojvodina*, osnovali su u Novom Sadu antifašisti 1942. List od 1953. menja ime u *Dnevnik*. Većinski vlasnik preduzeća *Dnevnik Vojvodina pres* danas je nemačka medijska kompanija *Westdeutsche*

² Dan nakon smrti patrijarha Pavla Stojčevića.

³ Dan nakon izbora patrijarha Irineja Gavrilovića.

Allgemeine Zeitung (WAZ) (55%), a manjinski *Dnevnik Holding* a.d. (45%), odnosno Autonomna Pokrajina Vojvodina, koja ima 52% vlasništva akcija u *Holdingu*. Polutabloid *Građanski list* osnovan je u Novom Sadu 2000, od kraja 2009. preregistrovan u *Nacionalni građanski*. Osnivač lista je privatna medijska korporacija *Vojvodina info media group*.

3.2 Kvantitativno-kvalitativna analiza

Analiza rada obuhvata ukupno 244 novinska teksta – *samostalna odsečka* u vezi sa tematikom smrti, odnosno izbora patrijarha iz odabranih brojeva 10 dnevnih novina koje izlaze u Srbiji. Na prvu temu bilo je ukupno 204 teksta, najviše po primerku u listovima *Politika*, *Pres Alo* i *Danas* (26), a najmanje u listu *Pravda* (10). Na temu *Izbor patrijarha* registrovano je daleko manje tekstova – 40, i to najviše u *Večernjim novostima* (8), a najmanje u *Danasu*, *Dnevniku* i *Nacionalnom građanskom* (2). Detaljnije u tabeli 1. Iz ovih podataka može se primetiti da je u srpskoj štampi intenzivniji medijski događaj kome je posvećeno daleko više pažnje (čak pet puta) bila smrt starog patrijarha u odnosu na izbor novog.

Tabela 1. Broj tekstova na određene teme.

novine	broj tekstova Smrt patrijarha datum: 16.11.2009.	broj tekstova Izbor patrijarha datum: 23.01.2010.
Politika	26	3
Večernje novosti	24	8
Blic	11	6
Alo	26	3
Kurir	21	5
Pres	26	6
Pravda	10	3
Danas	26	2
Dnevnik	18	2
Nacionalni građanski	16	2
ukupno tekstova	204	40

Kada je reč o poziciji teksta koju zauzima u novinama, svakako da je najvažnija pozicija na naslovnoj strani. Svi dnevni, bez izuzetka, imali su

na naslovnicama informacije i o smrti, a kasnije i o izboru patrijarha. Pored toga, tekstovi na temu *Smrt patrijarha* bili su raspoređeni i u rubrike, uglavnom, neposredno nakon naslovnice: *Događaji*, *Vesti*, *Aktuelno*, *Tema*, dok su pojedine novine čak otvorile specijalne rubrike, poput *Smrt patrijarha (Večernje novosti)*, *Patrijarh Pavle (Politika)*, *In memoriam (Danas)*. Daleko skromnije pozicije, osim naslovnica, zauzimali su tekstovi na temu *Izbor patrijarha* i to unutar redovnih rubrika: *Tema dana*, *Događaj dana*, *Društvo*, *Vesti*, *Aktuelno*. Ovo je još jedan podatak koji nam govori kako su se mediji „više pripremili“ za pisanje o prvoj, nego o drugoj temi.

Subjekti, čije pojavljivanje zavisi od uređivačkog koncepta lista i reflektuje se na formiranju slike u javnosti i samog pozicioniranja medija na tržištu, u tematskim tekstovima posvećenim smrti dominirali su političari, što je na prvi pogled bilo iznenađujuće, budući da je u fokusu bila smrt verskog poglavara, pa se „očekivalo“ i najviše reakcija subjekata iz domaćih i stranih crkvenih krugova. Međutim, od ukupno registrovanih 58 subjekata koji su se javljali unutar 204 teksta, čak 137 puta registrovano je ime nekog političara i to najviše predsednika Republike Borisa Tadića (12) i zatim jednaki broj pominjanja (8) premijera Mirka Cvetkovića, vicepremijera Ivice Dačića, ministra spoljnih poslova Vuka Jeremića, opozicionih lidera predsednika Srpske napredne stranke Tomislava Nikolića i Demokratske stranke Srbije Vojislava Koštunice, kao i građana (kroz forme ankete). Đuro Šušnjić još je ranije zapazio kako se reči često vrednuju „sa stanovišta njihove moći, a ne sa stanovišta njihove istine“. On je dalje napomenuo da „same poruke dolaze iz središta društvene moći i političke vlasti, tako da su mas-mediji više posrednici i prenosnici nego stvaraoci poruka“ (Šušnjić 1999: 12-13). U grupi subjekata koja je druga po učestalosti zastupljena su crkvena lica (episkopi i sveštenici 50 puta). Među njima, mediji su najviše citirali arhiepiskopa i mitropolita crnogorsko-primorskog Amfilohija Radovića (7), episkopa šabačkog Lavrentija Trifunovića (6), predstavnika Ruske pravoslavne crkve sveštenika Nikolaja Balašova (6) i episkopa novosadsko-bačkog Irineja Bulovića (5). Mediji su citirali i ranije izjave pokojnog patrijarha Pavla Stojčevića (4). Novinari koji su pisali tekstove nalazili su se u ulozi subjekata kada su komentarisali određene detalje u vezi sa životom, likom i delom patrijarha (21). Na sledećem mestu su verski analitičari (9) i potom građani, učesnici anketa (8).

Novinari su, dakle, određene političare citirali iz više razloga, a najčešći, opravdan bio je slanje saučešća ili davanja izjava nakon odavanja počasti

patrijarhu Pavlu u Sabornoj crkvi u Beogradu. Tako su određeni političari po svojoj funkciji ili uticaju u društvu uspeli da se nametnu medijima i budu „viđeniji“ od drugih. Iz broja pojavljivanja pomenutih političara (Tadića, Cvetkovića, Dačića, Jeremića, Nikolića i Koštunice) može se uočiti da su samo sve novine prenele izjave Tadića, a da je 88% dnevnih novina prenelo i izjave preostale petorice. Zanimljivo je da se treća ličnost po funkciji u državi, predsednica Narodne skupštine Slavica Đukić Dejanović, pominje u 55% primeraka štampe, što je daleko manje od predsednika, premijera, vicepremijera ili čak šefa diplomatije, koji ni po funkciji nije trebalo toliko da se „ističe“, pa čak i opozicionih lidera, ali i premijera Srpske Milorada Dodika koji je citiran u 78% primeraka dnevnika.⁴ Od crkvenog korpusa subjekata očekivano, najviše je citiran Amfilohije Radović, koji je nakon smrti poglavara Crkve postao čuvar sveštenog trona Pečke patrijaršije, a koji je ujedno preko *Radio-televizije Srbije* prvi i (spontano) prilikom propovedi nakon liturgije u jednoj novosagrađenoj beogradskoj crkvi objavio da je patrijarh preminuo. Takođe, bilo je očekivano i učestalo pojavljivanje Irineja Bulovića, kao portparola Crkve, koji je objašnjavao protokol sahrane, kao i predstavnika Ruske pravoslavne crkve, protojereja Nikolaja Barašova, koji se prvi u ime ruskog patrijarha Kirila Gundajeva oglasio i uputio telegram Srpskoj pravoslavnoj crkvi. Neočekivano se u 67% novina pojavio Lavrentije Trifunović koji je, kao episkop sa najdužim stažom u Srpskoj pravoslavnoj crkvi, bez euforije i na pomalo poetski način govorio o liku i delu pokojnog patrijarha.⁵

Prisustvo novinara kao subjekata u čak 21 tekstu, ukazuje na to da je u velikom procentu novinar reporter upravo bio hroničar ovog veoma važnog medijskog događaja. Od ostalih subjekata mogu se izdvojiti još verski analitičari, koji se pojavljuju osam puta, i to isključivo dvojica – Živica Tucić (6) i Mirko Đorđević (2). Ovaj podatak vredan je pominjanja jer iako u Srbiji postoji određeni broj sociologa koji se bave izučavanjem religije, novinari nisu prepoznali niti kontaktirali nikog od njih.

Kada je u pitanju subjekti na temu *Izbora patrijarha*, medijska slika značajnije je drugačija u odnosu na prvu temu. U ovom slučaju ukupno je

4 Na primer, predsednik Republike Srpske Rajko Kuzmanović, za razliku od premijera Milorada Dodika, citiran je samo u jednim novinama, što implicitno govori o njegovom vrlo skromnom uticaju na javnost, te ga mediji nisu prepoznali kao „važnu ličnost“.

5 „Smrt patrijarha Pavla nije velika žalost, jer je patrijarh celog života težio Bogu. Patrijarh je ceo život bio više na nebu, nego na hlebu“, izjavio je vladika šabački Lavrentije (*Blic*, str 6, 16.11.2009).

registrovano 26 različitih subjekata koji su se pojavili jednom ili više puta unutar 40 tekstova. Među njima najviše je bilo iz grupe crkvenih lica (32), zatim jednak broj iz grupa političara i novinara (po 18) i verskih analitičara (8). Za razliku od prve teme, na temu *izbora*, uz Živicu Tucića i Mirka Đorđevića, pojavljuje se i sociološkinja religije dr Danijela Gavrilović⁶. U pet dnevnih novina kao subjekat registrovana je Desanka Gavrilović, inače snaha novog patrijarha, koja je govorila o njemu iz ugla privatnog života.

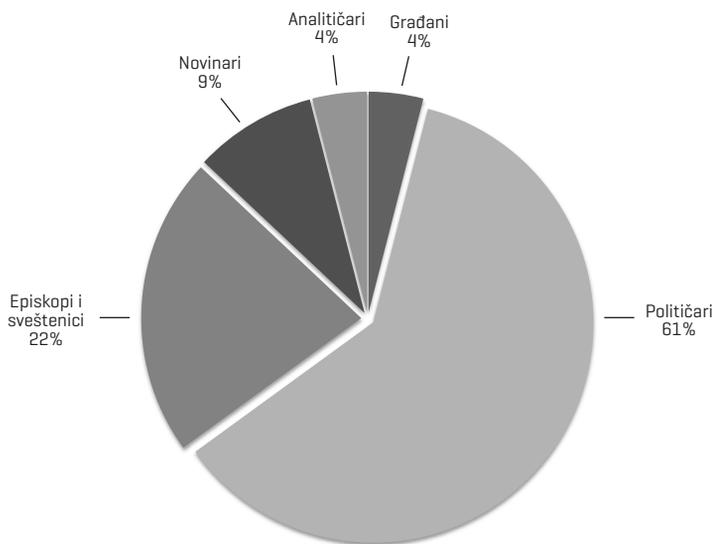
Od episkopa, ovog puta, najistaknutiji bio je novi patrijarh Irinej Gavrilović, dotadašnji episkop niški (10), zatim episkop novosadski Irinej Bulović (8) i daleko za njima episkop šabački Lavrentije Trifunović (3). Očigledno je zbog čega su prva dvojica arhijereja privukla toliko medijske pažnje – prvi, jer je postao patrijarh, a drugi, jer je u ulozi portparola Crkve zvanično obavestio vernike i javnost uopšte o izboru novog crkvenog poglavara. Zanimljivo je da u ovoj tematskoj oblasti nijednom kao subjekat nije registrovan mitropolit crnogorski Amfilohije Radović, iako je do tada u javnosti, ali i po broju glasova u Arhijerejskom saboru, bio favorit za mesto patrijarha. Sveštenici su registrovani u devet slučajeva i to uglavnom niški sveštenici kada govore o tome kako je bilo u Eparhiji niškoj dok je novi patrijarh bio tamošnji episkop. Na drugom mestu po učestalosti su političari (18) i to uglavnom većina njih po jedan put, sa izuzetkom predsednika Republike Borisa Tadića i predsednika Srpskog pokreta obnove Vuka Draškovića koji se pojavljuju po tri puta. Ostaje nejasno zbog čega su mediji prepoznali značaj Draškovića u odnosu na druge poličare i javne ličnosti koji se pominju po jednom.⁷ Na grafikonima 1 i 2 može se uporediti odnos subjekata u vezi sa dva posmatrana događaja (smrt i izbor). Iz toga se vidi kako su političari smatrali da je za njih mnogo važnije da budu „aktivniji“ i medijski pokriveniji na prvom nego na drugom događaju.

Raznovrsnost objekata o kojima subjekti govore, to jest iznose određene stavove daleko je „skromnija“ u odnosu na raznovrsnost samih subjekata. To je posebno očigledno povodom prvog događaja, kada se sam patrijarh Pavle pominjao čak 197 puta, episkopi su se pominjali ukupno u 20 tekstova, političari u 18, i što je zanimljivo predstavnici Rimokatoličke

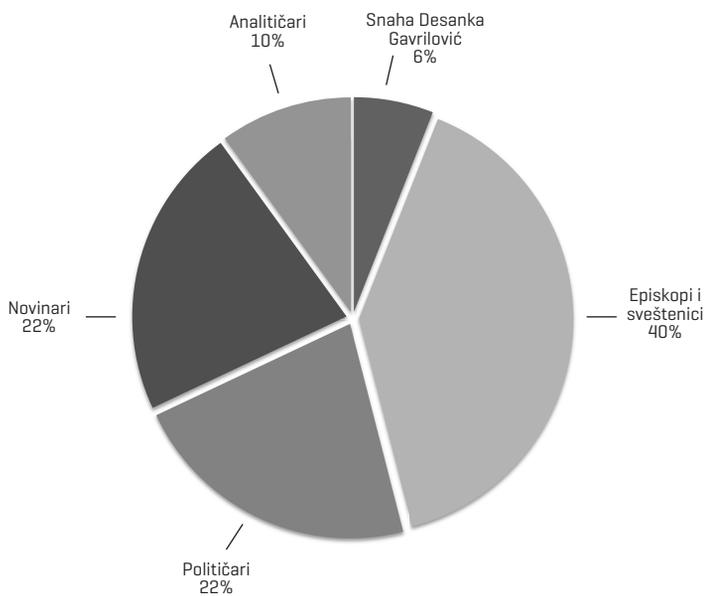
6 Zanimljivo je da su mediji prof. dr Danijelu Gavrilović po prvi put navodili tek u kontekstu izbora novog patrijarha. Još je interesantno i to da je profesorka Gavrilović iz Niša i da ima isto prezime kao i novi patrijarha, koji je do izbora na to mesto bio episkop u Nišu.

7 Na primer, premijer Mirko Cvetković se pominje dva puta, a po jednom, između ostalih: Aleksandar Karađorđević, Tomislav Nikolić, Dragan Marković Palma, Velimir Ilić, Ivica Dačić, Slavica Đukić Dejanović, Radomir Naumov, Jovan Krkobabić i tako dalje.

GRAFIKON 1.
SMRT PATRIJARHA - SUBJEKTI



GRAFIKON 2.
IZBOR PATRIJARHA - SUBJEKTI

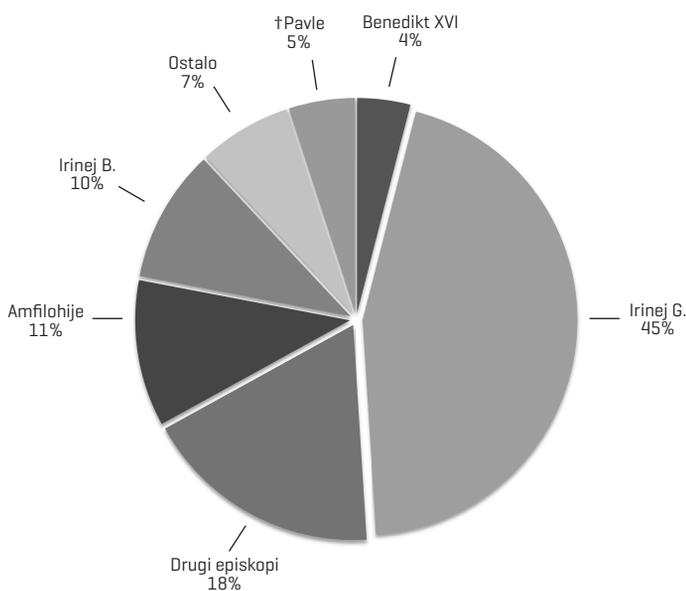


crkve u 16 tekstova. Rimokatoličke biskupe novinari pominju i to u kontekstu izjave saučešća i odavanja počasti umrlom patrijarhu. Iako su odavanju počasti prisustvovali i predstavnici drugih verskih zajednica (na primer Islamske verske zajednice), oni su u celom korpusu zabeleženi samo u dva teksta.

Kod objekata povodom izbora patrijarha, očekivano najčešći je novi patrijarh Irinej Gavrilović (52), iza njega su mitropolit Amfilohije Radović (13), episkop Irinej Bulović (11), Arhijerejski sabor (7), pokojni patrijarh Pavle Stojčević (6), kao i poglavar Rimokatoličke crkve papa Benedikt xvi (5). Ostali objekti, među kojima su bili i drugi kandidati za patrijarha, kao i ostali episkopi ili sveštenici, samo se sporadično napominju. Na ovaj podatak skrećem pažnju, jer se uz episkope Irineja Gavrilovića, Amfilohija Radovića i Irineja Bulovića, koji se izdvajaju u odnosu na ostale, mestimično pominju još samo episkop šabački Lavrentije Trifunović, kao predsedavajući Izbornim saborom, episkop banjalučki Jefrem Milutinović, kao jedan od zvaničkih kandidata za patrijarha, uz Amfilohija i dvojicu Irineja, i episkopi koji su učestvovali u kontroli glasanja istočnoamerički Mitrofan Kодиć, vikarni jegarski Porfirije Perić, kao i penzionisani zahumsko-hercegovački Atanasije Jevtić. Mediji uopšte nisu registrovali nekada veoma uticajne mitropolita zagrebačko-ljubljanskog i italijanskog Jovana Pavlovića, kao ni tadašnjeg episkopa raško-prizrenskog i kosovskog Artemija Radosavljevića. Tokom devedesetih godina xx veka, uz tadašnjeg patrijarha Pavla, veoma bitnu ulogu u Crkvi imali su đaci arhimandrita Justina Popovića – Amfilohije, Irinej Bulović, Artemije i Atanasije (prema Tomanić 2001: 28-32). Iako su u danima uoči izbora mediji veoma često kao „moćnog u crkvenim krugovima“ apostrofirali episkopa zvorničko-tuzlanskog Vasilija Kačavendu, dan nakon izbora patrijarha on se ne pojavljuje ni jedanput. Relativno često pominjanje rimskog pape, u pet od 10 različitih tekstova iz isto toliko novina, može da nam ukaže na to da novi poglavar Srpske pravoslavne crkve, posle dužeg ćutanja u Crkvi, otvoreno i blagonaklono gleda na mogući susret pravoslavnih sa katoličkim poglavarom u bliskoj budućnosti, što je veoma dugo bila tabu tema u crkvenim krugovima i među samim episkopima (grafikon 3).

Jedna od bitnih karakteristika novina, uz fotografije, koje na obe teme nisu nedostajale, predstavljaju i naslovi, koji, kako se često kaže, prodaju novine. Naslov, kao najupečatljiviji deo teksta, ima ulogu da skrene pažnju čitaocu na određeni tekst i ujedno predstavlja reklamu za sam tekst. Od

GRAFIKON 3.
IZBOR PATRIJARHA - OBJEKTI



uredničkog afiniteta, intuicije i kreativnosti prvenstveno zavisi kakav će se naslov naći na početku svakog novinskog teksta. U ovom radu posmatrano je da li su naslovi realni, samo informativni, odnosno da li čitalac na prvi pogled, van konteksta, može da oceni o čemu je reč u nastavku teksta. Naslove apostrofiramo i kao metaforičke ukoliko van konteksta nije moguće proceniti o čemu se radi u novinskom tekstu. Tada naslovi umanjuju sposobnost „prepoznavanja“ na prvi pogled onoga što piše u tekstu, ali sa druge strane pobuđuju interesovanja čitalaca. Istraživanje je pokazalo da su urednici vrlo „kreativni“ u osmišljavanju naslova u obe tematske oblasti, što je, donekle očekivano, jer su starog patrijarha još za vreme života proglašavali svecem i bio je vrlo ugledan u javnosti, dok je novi patrijarh bio relativno nepoznat široj javnosti, jer se nije eksponirao u medijima. S obzirom na to da je većina dnevnika u Srbiji u povodu dve analizirane teme imala uglavnom slične ili istovetne tekstove, urednici su se potrudili da svojim naslovima skrenu pažnju čitalaca na baš njihove novine. Analiza je uočila 151 metaforičan (73%) i 53 realna naslova (27%) kod teme *Smrt patrijarha*, na primer – metaforični naslovi: *Ode u neki bolji svet*; *Tuga u Srpskoj*; *Sveti čovek*; *Duhovni vođa*; *Svetionik u teškim vremenima*; *Odlazak sveca*,

Sluga roda svoga i tako dalje. Poređenja radi, neki od primera za realne naslove su: *Umro patrijarh Pavle*; *Vlast patrijarha prelazi na Sinod*; *Zvanična biografija patrijarha Pavla*; *Svetski mediji o smrti patrijarha* i slično. Kod teme *Izbor patrijarha* uočeno je mnogo metaforičnih od realnih naslova i to 27 metaforičnih naslova (68%): *Iz sirotinje u bogomolju*; *Pomiratelj na čelu Crkve*; *Našeg Miroslava nemoguće je ne voleti*; *Pastir iz Vidova*, kao i 13 realnih (32%): *Irinej niški novi patrijarh*; *Vladika niški Irinej na tronu svetog Save*; *Reagovanja na izbor patrijarha* i slično. Iz primera se vidi da su se u ovom slučaju urednici prvenstveno trudili da na skoro potpuno identične tekstove postavljaju metaforične naslove za koje su pretpostavljali da ih drugi mediji neće imati, te da će na taj način privući više čitalaca, pošto je većina građana dan ranije u elektronskim medijima saznala za smrt, odnosno izbor patrijarha.

Medijska inicijativa, kao povod za izveštavanje, nešto je što se najviše ceni kao napor novinara da dođe do informacije koju nijedan drugi medij nema, odnosno prikaže ljude, događaje ili pojave u svetlu koje se razlikuje u odnosu na većinu medija. Za razliku od medijske inicijative na suprotnoj strani nalazi se „pseudodogađaj“, to jest izveštavanje sa konferencije za medije, na kojima se „veštački“ stvara događaj sa namerom organizatora konferencije da ono što želi u najboljem svetlu predoči javnosti putem medija, ali onako kako to on (organizator) želi.

Ni kada je u pitanju tema *smrti*, ni *izbora patrijarha* novinari srpskih dnevnika nisu imali velik učinak medijskih inicijativa. Veoma malo medijskih inicijativa uočeno je pri analizi prve teme i to 10, od 194 tekstova, što je samo 5%, dok je nešto povoljniji odnos tekstova o izboru patrijarha u kojima je uočeno devet medijskih inicijativa, što je oko 22% u odnosu na ukupno 40 tekstova. Tako su na obe teme medijsku inicijativu imali *Pres*, *Večernje novosti* i *Alo*, samo na prvu temu *Danas* i *Politika*, a samo na drugu *Blic*, *Kurir* i *Pravda*. Novinari novosadskih listova *Dnevnika* i *Nacionalnog građanskog* nisu na stranicama svojih novina imali nijednu medijsku inicijativu, što nam ukazuje na njihovu relativno slabu zainteresovanost da u vezi sa pomenutim unesu u svoje medije nešto što drugi ne bi imali. „U laičkim medijima verske sadržaje u novinama prate najčešće takozvani sektorski novinari (*Politika*, *Danas*)“ (Valić Nedeljković 2005: 12-15).

U tabeli 2 dat je prikaz medijskih inicijativa⁸ beogradskih listova.

Tabela 2. Medijske inicijative.

NOVINE	SMRT PATRIJARHA	IZBOR PATRIJARHA
Pres	Izjava unuke patrijarha Pavla	Ekskluzivna izjava novog patrijarha nakon izbora
Večernje novosti	Izjava lekara sa VMA	Intervju sa patrijarhovom snahom Desankom Gavrilović
	Izjava igumanije manastira Rakovica	
Alo	Anketa građana o patrijarhu	Intervju sa patrijarhovom snahom Desankom Gavrilović
Danas	Izjava lidera LDP-a Čedomira Jovanovića o patrijarhu, sa političkim kontekstom	
Politika	Anketa građana o patrijarhu	
	Tekst o insignijama srpskog patrijarha	
	Intervju sa igumanom manastira Blagoveštenje na temu patrijarha	
Blic		Izjave niških sveštenika o novom patrijarhu
		Izjava novog patrijarha o svom prethodniku i dolasku pape u Srbiju
		Intervju sa patrijarhovom snahom Desankom Gavrilović
Kurir		Intervju sa patrijarhovom snahom Desankom Gavrilović
Pravda		Veoma uvredljiv komentar na račun episkopa Grigorija Durića ⁹
Dnevnik		
Nacionalni građanski		

⁸ Diskutabilno je koliko je i u kojoj meri intervju sa patrijarhovom snahom medijska inicijativa budući da ga ima četiri od 10 listova. Međutim, kako su sve te novine u nadnaslovima nagovestili da je Desanka Gavrilović dala intervju baš za taj medij, da su novinari išli u kuću te žene, kao i da se tekstovi i oprema tekstova donekle razlikuju, odlučio sam da i ovaj slučaj posmatram kao medijsku inicijativu.

⁹ Naslov: *Vladika Grigorije gubitnik*. Tekst komentara: *Lepši od Antonija Banderasa, u mantiji po kroju Done Karan, sa Kartije satom koji sitno otkucava, dok najskupljom Nokijom molitve šapuće, a cipelicama Pačoti nežno stiska gas Volvo džipa, ostavljajući iza sebe opojni miris pola litre Armanija i zrno tamjana...I, sve uzalud, prsnula hercegovačka ambicija kao grisina u Ke Pasi* (Pravda, 23-24.01.2010, str. 2).

Prilikom kvantitativno-kvalitativne analize tekstova u 20 brojeva 10 srpskih dnevnika uočeno je i nekoliko pravopisnih i materijalnih grešaka i to u *Večernjim novostima*, *Politici*, *Presu* i *Nacionalnom građanskom*. Jedna greška koje je pronađena u *Politici* jeste pravopisne prirode, što je iznenađujuće budući da ovaj ugledni list ima lektora, te se ova greška može eventualno pripisati brzini kojom su se popunjavale stranice, ali je toliko očigledna u ovom kontekstu da nije mogla proći nezapaženo (naslov: *Jedino bog postavlja svece*¹⁰ – imenicu *Bog* treba velikim slovom). U tekstu pod naslovom *Zvona za patrijarha Pavla*, novinar Milenko Pešić, između ostalog, piše da je zaupokojenu liturgiju služio i *vikarni episkop patrijarha Pavla Atanasije H*vostanski (u ovom slučaju greška je materijalne prirode, jer je *h*vostanski epitet uz titulu episkopa Atanasija – *episkop h*vostanski, a ne njegovo prezime koje je Rakita)¹¹. Sledeća materijalna greška uočena je u *Večernjim novostima* u tekstu pod naslovom *Zvona oglasila tugu* u kojem novinari R. Dragović i M. Prelević, opisujući kako je u kovčegu položeno telo patrijarha, između ostalog pišu, da je telo *do pojasa prekriveno ukrašenim zelenim pokrovom*. Međutim, to nije pokrov već arhijerejska mandija¹², koja je zelene boje kada je nose pravoslavni patrijarsi. Takvu mandiju ima i ruski patrijarh, nosio ju je i patrijarh Pavle, a i novi srpski patrijarh Irinej Gavrilović obukao je mandiju zelene boje odmah nakon što ga je Sabor izabrao za poglavara Crkve. Novinari *Nacionalnog građanskog* takođe su imali dve materijalne greške u tekstu *Irinej niški 45. srpski patrijarh*¹³ kada su, nabrajajući koji sve episkopi čine Sabor napisali da postoje dva episkopa sa istom titulom *zahumsko-hercegovački* Grigorije i Atanasije. Inače, Grigorije Durić je aktivni, a Atanasije Jevtić penzionisani episkop. Takođe, napisali su i da su članovi Sabora i *sveštenici Ohridske arhiepiskopije*, a trebalo je da napišu *vladike* ili *episkopi*. Kao poslednja uočena „greška“ ili dvosmislenost, u *Presu* je zabeleženo da je novinar u tekstu pod naslovom *Tuga u Srpskoj Svetoj*

10 *Politika*, 16.11.2009, str. 5.

11 *Politika*, 16.11.2009, str. 3.

12 Mandija je gornja odeća, bez rukava. Arhijerejska mandija (nose je svi episkopi na bogoslužnjima, osim na liturgiji) najčešće je purpurne, bordo, plave ili zelene boje. Ukrašena je izvezenim tablicama na donjim i gornjim krajevima (sa ikonama Hrista, Bogorodice, jevanđelista ili heruvima). Te tablice predstavljaju Stari i Novi zavet odakle episkopstvo treba da crpi svoja učenja. Na arhijerejskoj mandiji postoje još i „istočnici“, trake raznih boja koje se našivaju na taj svojevrсни ogrtač, simbolično predstavljajući struje učenja koje teku iz usta arhijereja (<http://www.pravoslavlje.net>).

13 *Nacionalni građanski*, 23-24.01.2010, str. 2-3.

*Gori*¹⁴ Ovčarsko-kablarsku klisuru sa devet manastira nazvao *Srpskom Svetom gorom*, mada se taj metaforički izraz koristi i za Frušku goru, na kojoj postoji 16 manastira.

4. Zaključak

Kvantitativno-kvalitativna analiza sadržaja tekstova 10 dnevnih listova pokazala je da je srpska štampa posvetila mnogo pažnje pisanju o smrti starog i o izboru novog patrijarha. Međutim, novine su daleko više izveštavale na prvu temu (čak 244 teksta), u odnosu na drugu (44 teksta), te je smrt patrijarha bila tema broj jedan gotovo cele sedmice u državi. Zabeleženo je da je štampa o smrti patrijarha Pavla izveštavala u rangu pisanja o ubistvu srpskog premijera Zorana Đinđića, odnosno o smrti doživotnog jugoslovenskog predsednika Josipa Broza Tita. Dakle, novinari su smrt patrijarha ocenili kao prvorazredni događaj u državi, dok je pisanje o izboru novog patrijarha bilo znatno umerenije. Devedesetpetogodišnji patrijarh Pavle iako star i bolestan za širu javnost umro je iznenada, jer mesecima pre smrti sa Vojnomedicinske akademije, gde se nalazio dve godine, nisu stizale nikakve vesti o pogoršanju njegovog zdravstvenog stanja. Iako je vest o smrti javno objavljena u nedelju pre podne, štampani mediji nisu imali problema da popune svoje stranice tekstovima koji su posvećeni pokojnom patrijarhu. Novinari su bili dobro organizovani i, čini se, pripremljeni. Sa druge strane, iako su mediji spekulisali da će izbor novog patrijarha dugo trajati, taj posao završen je veoma brzo, bez problema, tako da osim iznenađenja za kandidata koji, opet u javnosti, nije smatran za favorita, drugih senzacionalnih okolnosti nije bilo.

Analiza je utvrdila i da su mediji veoma mnogo prostora ustupili političarima, kao subjektima u povodu izveštavanja o smrti patrijarha, čak 61% naspram, na primer, 22% crkvenih lica, dok su u povodu pisanja o izboru patrijarha skoro duplo brojniji bili crkveni subjekti (40%) u odnosu na političare (22%). Iz ovoga sledi da su političari u prvom slučaju daleko više uspeli da se „nametnu“ medijima, dok su ih povodom drugog događaja novinari ipak sveli na razumnu meru.

Istraživanje je pokazalo i da je novinarima u oba slučaja nedostajalo medijske inicijative, te da su im glavni izvori informisanja bile zvanične crkvene

¹⁴ *Pres*, 16.11.2009, str. 4-5.

institucije, odnosno agencijske vesti, prerađeni izveštaji ili u malom broju slučajeva reportaže o hronologiji događaja u znaku kojih je prošao dan kada je umro patrijarh, odnosno kasnije, kada je novi izabran. Negativnih stavova prema starom i novom patrijarhu uopšte nije bilo, ali su *Kurir* i *Pravda* imali u jednom slučaju vrlo negativne stavove prema trojici episkopa. Tako je *Kurir* episkope Amfilohija Radovića i Irineja Bulovića nazvao „gubitnicima“, a *Pravda* je išla toliko daleko da je sa vrlo neukusnim, ironičnim komentarom nepotpisanog novinara episkopa Grigorija Durića nazvala „gubitnikom nedelje“.

Novinari i urednici treba da obrate više pažnje prilikom pisanja tekstova na analizirane teme. Iako nije uočeno mnogo grešaka (samo četiri) u odnosu na ukupno 244 teksta, one su prilično velike i mogu odati utisak da novinari koji su ih napravili nemaju dovoljno znanja iz oblasti religije ili crkvenog života. Zbog toga je važno obrazovati novinare i na polju izveštavanja o religijskim temama, a kao jedan od pokušaja da se (budući) novinari specijalizuju za ovu oblast i još bolje pišu o religijskim temama jeste i izborni predmet *Mediji i verske zajednice* na Odseku za medijske studije Filozofskog fakulteta u Novom Sadu.

BIBLIOGRAFIJA

- Matheson, Donald (2005). *Media Discourses – Analysing Media Texts*. New York: Open University Press.
- Matić, Jovanka (2008). Monitoring javnog servisa Vojvodine: 2006-2007. *Medijska sfera – mediji o svakodnevi. Monitoring javnog servisa Vojvodine i regionalnih televizija – zbornik*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. 2: 15-30.
- Milić, Vojin (1978). *Sociološki metod*. Beograd: Nolit.
- Pralica, Dejan (2006). Religijski i ideološki diskurs u poslanicama Srpske pravoslavne crkve. *Religija i tolerancija – časopis Centra za empirijska istraživanja religije (CEIR)*. Novi Sad: CEIR. br 5. januar-jun: 41-52.
- Savić, Svenka (1993). *Diskurs analiza*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Stokanović, Dušan (2005). O verskim sadržajima u javnim medijima. *Crkve, verske zajednice, mediji i demokratija – praktikum novinarstva*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. 137-140.
- Stojković, Snežana (2005). Verska tema u laičkim medijima, *Crkve, verske zajednice, mediji i demokratija – praktikum novinarstva*. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. 150-153.
- Šušnjić, Đuro (1973). *Kritika sociološke metode*. Niš: Gradina.
- Šušnjić, Đuro (1999). *Ribari ljudskih duša* (peto izdanje). Beograd: Čigoja štampa.
- Talbot, Mary (2007). *Media Discourse – Representation and Interaction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Tomanić, Milorad (2001). *Srpska crkva u ratu i ratovi u njoj*. Beograd: Medijska knjižara Krug.

- Valić Nedeljковиć, Dubravka (2005). Verski mediji i verski sadržaj u laičkim medijima. *Crkva, društvo i država – zbornik*. Beograd: Socijaldemokratski klub Fondacije Fridrih Ebert. 8-16.
- Valić Nedeljковиć, Dubravka (2008). Slika Kosova u dnevnim novinama u Srbiji. *Godišnjak Filozofskog fakulteta u Novom Sadu*. Novi Sad: Filozofski fakultet, knjiga 33, sveska 1: 281-299.
- Van Dijk, Teun A. (1998). The Study of Discourse. *Discourse as Structure and Process - Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. London: Sage Publications. Vol. 1: 1-34.

Ass. Dejan Pralica, PhD

Faculty of Philosophy – Department of Media Studies, Novi Sad

Discourse analysis of serbian daily newspapers about death and selection of the patriarch

Summary: *The aim of this paper is to show how much attention the Belgrade and Novi Sad daily newspapers dedicated to the coverage of the death of patriarch Pavle Stojčević or the election of a new patriarch Irinej Gavrilović. The aim of quantitative-qualitative analysis of media discourse of daily newspapers is to determine how Politika, Blic, Večernje novosti, Danas, Kurir, Pravda, Pres, Ало, Dnevnik and Nacionalni građanski reported about the death and election of the patriarch. In order to make an accurate analysis, a special code with specific categories of daily newspapers was created for this research. The analysis showed similarities in the way of writing about these topics, but also certain difference that is reflected in the approach to these events, which is most obvious in the selection of titles, photos, size and position of the articles in the newspaper.*

Key words: *discourse analysis, daily newspaper, patriarch, Pavle Stojčević, Irinej Gavrilović.*

Vladislav Šćepanović

Pseudo-religija u društvu medijskog spektakla

Teorija zavere i misteriozni elementi
u medijskoj reprezentaciji 11. septembra

Rezime: Svrha rada je u dokazivanju naše osnovne hipoteze o tome da je svet danas duhovno osiromašen i da su takvom stanju čovečanstva u mnogo čemu doprineli masovni mediji koji su često u službi hegemonije i profita. Ključni primer za dokazivanje hipoteze je, medijska reprezentacija terorističkog napada koji se dogodio 11. septembra 2001. godine. Upravo medijska prezentacija tog događaja na jasan način potvrđuje našu hipotezu o obezdušenju savremenog sveta o surogatu religioznosti koja se promoviše u sveri masovnih medija, zabave i popularne kulture i o bizarnosti koja u takvim okolnostima zauzima mesto istine. U radu smo naglasili opasnost koja proizilazi iz sadržaja masovnih medija koji simuliraju duhovnost, a u stvari su narativi u čijoj osnovi su anesteziranje javnosti s jedne strane ili njihova mobilizacija u pravcu interesa vladajućih sistema s druge strane. Osnovni uzrok za ovakvo stanje sveta je kapital. Kapital koji postavlja stvari prema svom interesu. Osnovni reprezent kapitala, kako smo u radu locirali, je spektakl. Spektakl je tako postao tehnološka verzija zamene za duhovne potrebe, i, kao takav, vrhunac čovekovog odvajanja od samog sebe. Mediji su poslali religija spektakla. U takvim okolnostima, religije, kakve su bile poznate ranije, transformisale su se u eklektičke surogate, medijski ekranizovane, a ikona Božja je postao Ekran.

Ključne reči: spektakl, mediji, religija, teorija zavere, misterija, 11. septembar.

Uvod

Još od vremena, kako je Valter Benjamin (Benjamin) pisao, *ere tehničke reprodukcije*,¹ i samih početaka medijizacije stvarnosti, uobličavao se jedan novi svet, svet snova, svet spektakla. Taj svet je sve više postajao mesto u kojem se sreće glad za instant zadovoljstvima i zabavom konzumenta, ali je samim tim, taj svet i eksploatacija želje i nagona od strane producenta. Čitava enormna snaga sveta novih medija, dobila je svoj epilog u promovi-sanju interesa moćnih političko-ekonomskih elita, a veliki uticaj koji mediji imaju sve više se koristio za kreiranje javnog mnjenja i stvaranje stereotipa. San o industrijskom obilju omogućio je stvaranje globalnog sistema koji eksploatiše ljudski rad i prirodno okruženje. San o kulturi za mase proizveo je čitavo mnoštvo fantazmagoričnih posledica koje estetizuju nasilje i anestetiziraju njene žrtve.

Pre svega želeli bismo da objasnimo dva pojma koji su u mnogo čemu sinonimi a čine nekakvu osnovu za razumevanje pozicije koju zastupamo; to su pojmovi spektakularizacije i medijizacije stvarnosti. Početke stvaranja spektakularizovane stvarnosti možemo tražiti u eri tehničke reprodukcije (Benjamin). Dakle, neki najraniji počeci stvaranja društva spektakla mogu se pripisati nastanku fotografije, koja je započela sa oblikovanjem nove realnosti, a zatim nastavili radio, film, masovna štampa, televizija i kompjuterska tehnologija. Ono što spektakularizovanu stvarnost čini privlačnu za mnoge, jeste moć prizora koji su postali dominantni vid izražavanja moći kapitala. Dvadeseti vek su obeležile slike masovne produkcije i njihov uticaj, zajedno sa razvojem tehnologije, doprineo je manifestovanju moći i ideoloških uticaja koji su u mnogo čemu kreirali istorijske događaje. Sam pojam spektakla, u svom punom značenju, javlja se na istorijskoj sceni 1967. godine, sa objavljivanjem Deborove (Debord) knjige „Društvo spektakla“. Spektakularizovana stvarnost, danas, nije više vezana samo za medije, već za mnoge aspekte života koji se razvijaju pod medijskim uticajem. Takve okolnosti su u xx veku menjale odnos prema realnom, pa je simulacija zauzimala mesto realnosti, a mimetički referentni oslonci su sve više uzimali. Upravo ti prizori, koji sve više uzurpiraju našu realnost, nisu

1 Valter Benjamin u svom čuvenom delu, *Umetničko delo u eri tehničke reprodukcije*, raspravljao o problemu umetnosti i tehnologije, to jest o gubitku onoga, što je on zvao *aura* umetničkog dela, koja se sastojala u jedinstvenosti i neponovljivosti samog dela. Mi smo probleme reprodukcovanja i artifizijacije organskog u njegovu simulaciju preko masovnih medija i industrijske proizvodnje proširili na celokupno iskustvo čovečanstva nakon industrijskih a potom i informatičkih revolucija.

samo nabačene mogućnosti masovnih medija, već postaju modeli po kojima se percipiraju odnosi, normiranje i zakoni unutar spektakularizovane stvarnosti. Na taj način se pogled na svet materijalizovao. Dakle, kako kaže Debor, „spektakl nije samo skup slika; to je društveni odnos među ljudima posredovan slikama.“ (Debor, 2004: teza 4).

Zato je neophodno u analizi spektakla koristiti jezik samog spektakla, jer se krećemo kroz metodologiju i način života društva koje sebe izražava kroz spektakl. Spektakl se, metafirično rečeno, „kupa“ u sopstvenoj svetlosti, nudeći obilje pasivnosti svojim konzumentima. Debor iznosi jednu zanimljivu tezu, da je spektakl vidljivi oblik vladajućeg ekonomskog poretka, i da je moderno društvo suštinski spektakularno.² Sve je okrenuto prema razvoju, a ljude je lako podrediti sebi, jer ih je ekonomija već podredila. U takvom društvu ekonomija postaje sama sebi cilj. Pred kapitalom uzmiče i religija, a spektakl postaje njen materijalni surogat. On nudi iluziju lažnog raja, ali ne kao negaciju zemaljskog života, već kao blaženstvo ugrađeno u sam život. Spektakl je tehnološka verzija zamene za duhovne potrebe, i, kao takav, vrhunac čovekovog odvajanja od samog sebe. Spektakl je po mišljenju Debora i „...neprestani govor vladajućeg poretka o samom sebi, njegov neprekidni monolog samouzdanja, autoportret tog poretka u fazi njegove potpune dominacije nad svim aspektima života.“ (Debor, 2004: teza 24).

Da zaključimo: spektakl je u modernističkom kontekstu kapital ili industrijska moć, a u postmodernističkom kontekstu korporativna ili imperijalna moć³, akumulirana do stepena u kojem postaje slika. Spektakularizovana stvarnost je stvarnost zasnovana na medijskim prizorima, koji su toliko dominantni, da sve više oblikuju našu realnost. Osnova takve spektakularne stvarnosti je simulacija, koja pod uticajem odabiranja, selektovanja i montiranja, funkcioniše kao stvarnost koja je sve udaljenija od realnog sveta i organske prirode.

Pojam medijizacije u mnogo čemu se preklapa sa spektakularizacijom stvarnosti. Medijizacija se razlikuje od medijacije. Dok je medijacija oblik prenošenja informacija, slika i teksta uopšte, koliko toliko neutralno, medijizacija je, po našem saznanju, tendenciozno kontekstualizovanje informacija i slika prenesenih preko masovnih medija u interesu ekonomsko-političke elite ili nekog drugog centra moći ili interesa (Šćepanović, 2010).

2 Isto, teza 16, 10. str.

3 Teza o Imperiji i imperijalnoj moći se oslanja na Negrijevo (Negri) i Hardovo (Hardt) shvatanje postmodernog vremena. (Negri, Hard, 2005.)

Ona se često sprovodi putem nekorektne montaže, kontekstom u kojem se slika prikazuje ili informacija plasira i ima isključivo propagandni karakter i nameru da stvori podsticajne modele (Anders, 1996) kod građana kako bi se motivisali na delovanje koje odgovara *Imperijalnoj komandi* ili kako bi se akcije koje su u interesu korporativnog kapitala prikazale kao opšte. S druge strane medijizacija religije takođe ide u istom onom pravcu u kojem se spektakularizuje svaki ostali životni prostor. Stvaranje elektronskih a potom i digitalnih crkvi, džamija, budističkih hramova i slično, ostvaruje se upravo program obezličjenja religije kao veze sa transcendentnim, onostranim, i ona sve više postaje veza sa tehnološkim prostorom tržišta, ali i duhovno izopačenje u sverama simulacije. Samo ovaj put ta simulacija nosi sa sobom posebnu opasnost. Ona nije materijalna stranputica, ona je virtualna ne materijalna, pa u mnogo čemu podseća na *duh* i zato je snažnija opsena od materijalne i veća pretnja za nestajanje svega onoga što je čoveka povezivalo sa *Tvorcem*. Srce sveta sada je, u velikoj meri, *srce* elektronskih i digitalnih medija koje sve više funkcioniše i kao samo *ne mesto* (utopos) našeg postojanja. Pokretač tog sveta je Imperijalna moć⁴ i globalno tržište a estetski kreatori tog sveta su umetnici-tehničari⁵, koji umetnost koriste kao sredstvo za promovisanje sveta tražišta, sveta obezdušenog spektakla. Ako su naše finansijske transakcije, komunikativno delovanje kreativno ispoljavanje religiozne potrebe, ljubavni život sve više u zavisnosti od tehnologije, pitanje organskog *ne-kiborgizovanog* života i slobode postaje suvišno. Da li je to znak da je, kako je primetio Erik From (From, 1974), nekrofilni karakter koji se nazirao krajem Drugog svetskog rata danas u potpunosti preovladao, dok *New Age* ideologija bazirana na tehnologiji propagira nekakvo vreme vodolije, vreme ljubavi i blagostanja koje nosi tehnologija? Po mišljenju Erika Froma, izražena ljubav prema tehnici je nekrofilna tendencija, dok ideolozi novog doba u tehnici vide put za oslobođenje čoveka od vekovnog iskorišćavanja od strane moćnih elita i institucija.

Ovo su neka od pitanja koja ćemo postaviti kroz rad i koja se mogu prepoznati kroz analizu medijskih narativa koji su pratili teroristički akt koji se dogodio 11. septembra 2001. godine. Upravo medijska prezentacija tog događaja na jasan način potvrđuje našu hipotezu o obezdušenju savremenog sveta o surogatu religioznosti koja se promoviše u sveri masovnih

4 Imperija je jedan decentralizovan i decentralizujući aparat vlasti koji progresivno inkorporira celokupni globalni prostor u svoje otvorene granice (Negri, Hard, 2004).

5 Različite vrste dizajnera: industrijski, grafički, veb...

medija, zabave i popularne kulture i o bizarnosti koja u takvim okolnostima zauzima mesto istine.

Teorije zavere (konspirativne teorije) i 11. septembar

Skoro da nijedan događaj nije proizveo toliko konspirativnih teorija kao 11. septembar. Pre svega, mi konspirativnu teoriju ili teoriju zavere razumemo kao pokušaj da se objasni krajnji razlog nekog događaja (obično političkog, socijalnog ili istorijskog) kao tajni, i obično zaverenički plan tajnog udruživanja moćnih osoba (iluminati, masoni, moćna elita i sl.) koje povezuju zajednički interesi i ciljevi. U takvim teorijama se obično negira javna, opštepoznata verzija nekog događaja, i traži se nekakav uzrok, obično prikriveni, kao i interesna povezanost, koja kreira realnost i istoriju. Konspirativna teorija je važan narativ u medijskoj prezentaciji 11. septembra. Čak, mogli bismo reći, po broju *dokumentarnih* filmova snimljenih na tu temu, on je jedan od najreprezentovanijih aspekata događaja. Sama konspirativna teorija, shvaćena kao udruživanje moćnih kako bi ostvarili svoje ciljeve, nije paranoidno gledište, jer ona sledi princip konvergencije, koji je dominantan u savremenim ekonomsko-političko-medijskim prilikama (Fidler Džon, 2004). Kada mi u konspirativnoj teoriji vidimo smisao, ne ulazimo u to koje su vrste elita stvorile određenu zaveru, već želimo da utvrdimo alternativno viđenje nekih procesa i fenomena, koji nekad mogu biti korisni za sveukupno razumevanje političko-socijalnih procesa. Dakle, u slučaju da se ljudi udružuju, *kuju i dogovaraju* zavere zbog ostvarenja interesa, nema ničeg novog, i to se neumitno događa, ali svoj neuspeh i neuspeh okoline tražiti u zaverama koje kontrolišu živote može da dovede do paranoidnih oblika razumevanja takvih teorija i površno poistovećivanje života sa jeftinim narativima masovne kulture u kojem je takav koncept zavere najčešći. Interesovanje za teoriju zavere, pojačali su sami događaji i njihovo nejasno interpretiranje od strane medija, kao i, u najmanju ruku, čudni Vladini izveštaji o nekim događajima. Neki od takvih događaja su: 1) ekonomska kriza u Americi 30-ih godina XX veka; 2) ubistvo američkog predsednika Kenedija 1960. godine; 3) napad na WTC i Pentagon 2001. godine. S druge strane, postoje mnoga zbivanja oko kojih se stvara aura teorije zavere, a bazirana su na fikciji, tako da vrlo često i one smislene teme, kada se uvuku u isti kontekst sa naučno-fantastičnim fikcijama, postaju neozbiljne. Jedne od najčuvenijih, *neozbiljnih* teorija su: 1) Nacisti imaju bazu na Mesecu, 2)

engleska kraljevska porodica vlada uz pomoć reptila (anunaki) koji su u drevnim vremenima došli na zemlju, 3) Apolo 11 nije nikada sleteo na Mesec, već je ceo događaj sniman u Holivudu, a Rusi nisu mogli da pošalju Lajku u svemir, sve je snimljeno na zemlji, 4) Bar-kod koji je ispisan na proizvodima služi da kontroliše ljude, i sl. Drugim rečima, mi uvidamo dve vrste uzroka za nastanak konspirativnih teorija. Prva teorija je nastala usled neadekvatnih izveštaja o nekom spektakularnom događaju, kako vladinih tako i medijskih, a druga je bazirana na mitovima i narativima, i negativnom iskustvu iz prošlosti, ili sadašnjosti, a koji su podvedeni pod logiku spektakla. Plodnost za takva mitološko-medijska ukrštanja daje medijska kultura sa svojim nebrojenim mogućnostima za mešanje različitih mitova, fikcija i legendi, što stvara pogodno tlo za razvijanje recepcije konspirativnih teorija. Tako da postoje mnogi forumi, sajtovi, TV emisije, na kojima se rangira popularnost teorija zavere, a naš „slučaj“ (11. septembar) uvek zauzima visoku poziciju (Top 10 Wackiest Conspiracy Theories, The Best Conspiracy...) .

Međutim, osim medijske prezentacije 11. septembra u različitim medijskim sadržajima, dokumentarnim i igranim filmovima, nas zanima i estetika destrukcije koja se pojavljuje u takvim medijskim sadržajima. Nivo destrukcije, one brutalne, prikazane u takvim filmovima, prevazilazi oficijelne prezentacije događaja, a sve to u cilju aludiranja na realnost, koja je po viđenju tvoraca tih filmova, daleko surovija od zvanične verzije. Tako da se u tim filmovima smenjuju okrutne slike gladnih u Africi, sa bačenim atomskim bombama na Japan, ili sa krupnim kadrovima ljudi koji skaču iz zapaljenih kula Svetskog trgovinskog centra, i tako redom. Dobijamo utisak da se radi o ratu slika, oficijelnih i alternativnih, u kojima destrukcija i razaranje postaju argumenti za istinu. Ali, krenimo redom. Filmovi koji najsugestivnije prezentuju teroristički napad na Ameriku 2001. godine, a tiču se teorije zavere, po našem mišljenju, su: *Loose Change Final Cut* (2007), *Spirith World* (2007), *Politics - The Power of Nightmares* (2004), *Zaitgeist*(2008), *9/11- The Road to Tyranny* (2002), *The Empire of „The City“ (World Superstate)*(2007).

Ono što je zajedničko za sve ove filmove, jeste teza da su moćne strukture u samoj vladi, potpomognute bankarskom elitom, osmislile rušenje Svetskog trgovinskog centra i Pentagona, i da preko kreiranja stvarnosti, u skladu sa svojim ciljevima, utiču na javno mnjenje, obezbeđujući podršku za svoje delovanje. Cilj je, naravno, uspostavljanje Svetske vlade i Novog svetskog poretka, dakle, jednog globalnog carstva i jednog gospodara, najčešće Antihrista.

U filmu *Loose Change Final Cut*, najzanimljiviji su prikazani dokazi za umešanost američke vlade i bankarske elite u napadu koji se dogodio 11. septembra 2001. godine. Jedan od značajnijih dokaza manipulacije jeste da su nađena dokumenta u ruševinama ljudi koji su učestvovali u otmici i upravljali avionima koji su udarili u kule bliznakinje. Dakle, vidi se nešto neobično: u gomili ruševina i plamena, dokumenta prikazana na slici gotovo su neoštećena. Razmatra se rušenje treće zgrade u okolini Svetskog trgovinskog centra, kao i napad na Pentagon, koji nije ostavio nikakve materijalne dokaze da se radi o avionu koji je udario u zgradu. Slično ovome, i film *Zeitgeist*, u delu koji se bavi terorističkim napadom, razrađuje tezu o umešanosti Vlade i finansijske elite u sam događaj. U filmu *9/11, The Road to Tyranny (Alex Jones)* ide se još dalje, i postavlja se teza da je ovaj događaj početak uspostavljanja Svetske vlade i novog svetskog poretka, čiji je cilj da preko implantiranih čipova kontroliše stanovništvo, a broj ljudi na zemlji smanji za 80%. U filmu *The Empire of „The City“* provejava teza o bogatim jevrejskim porodicama (Rokšildi, Varburzi, i dr) koje stoje iza zavere, i o tri grada (Vašington, London i Vatikan) koji kontrolišu planetu. U filmu se analiziraju kompanije koje su izvukle finansijski profit od napada, obelodanjuju se jevrejski vlasnici Svetskog trgovinskog centra (Lary Silverstein, Frank Lowy), kao i mistično iseljenje jevrejske firme (Zim Israel-American Shipping co.) dve nedelje pre napada, i preko tih tvrdnji dolaze do navedenog zaključka. Po mišljenju autora ovog filma, moćne porodice kontrolišu novac, medije i vojsku. Sve se uklapa u scenario Trećeg svetskog rata, pojavljivanje jednog lidera antihrista (u filmu je lociran princ Vilijam, sin princeze Dajane) i ostvarenja apokalipse.

Nešto drugačije, rekli bismo temeljnije, analizirana je situacija koja je dovela do terorističkih napada iz 2001, u Kurtisovoj (Curtis) trilogiji, čije sveobuhvatno ime je – *World, Politics – The Power of Nightmares*. On dokazuje hipotezu da se terorizam i teroristički napadi koriste za sprovođenje politike straha, a korene ovakvog stanja vidi još u ranim 50-im godinama xx veka, kada se javlja islamistički pokret pod vođstvom Sajid Kutba (Qutb) i neokonzervativni pokret inspirisan profesorom Klod Leo Štrausom (Strauss). Te dve struje su na sebe preuzele odgovornost za uspostavljanje i promovisanje *pravih* vrednosti, i sprovođenje božje volje na zemlji. Genezu islamista Kurtis prati od Muslimanske braće, Kutba, Zawahirija do Bin Ladena, a neokonzervativnu od Leo Štrausa, preko Volfovica (Wolfovic) i Fukojame (Fuckujama), Regana (Reagan), Čejnija (Cheney), Ramsvela (Rumsveld) do Džordža Buša (Bush).

Ono što je zanimljivo jeste da su i Štraus i Kutb verovali u to da ideje liberalizma, naročito nakon Drugog svetskog rata, relativizuju sve vrednosti i sve moralne istine, tako da ljudi podležu svojim sopstvenim sebičnim željama. Oni su verovali da je sudbina hrišćanske Amerike kod Štrausa ili islamske države za Kutba, u tome da se bore protiv zla u celom svetu. U ovom filmu analiza nije naglašena na samo rušenje Svetskog trgovinskog centra i Pentagona, već na konstruisanje mita o Al Kaidi koji su, po mišljenju autora ovog filma, stvorili neokonzervativci. Dakle, zavera se koristi u ovom filmu zato da se poruči da Al Kaida uopšte ne postoji, već je ona izmišljeni neprijatelj koji služi neokonzervativcima u Americi da, principom koji su se služili u Hladnom ratu, drže svoj narod u strahu i daju sebi legitimitet u sprovođenju božje pravde na zemlji, ili tačnije, svojih interesa koje poistovećuju sa božjim (World, Politics - The Power of Nightmares).

U filmu *Spirit world*, jednom od niza filmova sa nju ejdž ideologijom, nailazimo na još jednu važnu manifestaciju u medijskom prezentovanju 11. septembra. Ovaj film, osim one već ustaljene priče o napadu 11. septembra kreiranog iz Vašingtona, nudi i analizu zagonetnih elemenata u slikama i filmovima, snimljenih u trenutku napada (moramo priznati da su kamere tokom napada bile začuđujuće dobro postavljene). Ovde se radi o slikama zla, to jest o asocijativnim oblicima uočenim na fotografijama i video zapisima nastalim u dimu kula bliznakinja, koje su u filmu poređene sa likom samog zla, kojeg je kroz skulpturu Ahrimana prikazao antropozof Rudolf Štajner (Steiner)⁶. Nesumnjivo veliki broj priloga, ne samo u filmovima koji plasiraju teoriju zavere, već i na oficijelnim prezentacijama događaja (www.september11news.com), bavi se misterioznim pojavama na snimcima, za beleženim u terorističkom napadu. To nam govori o potisnutom transcendentnom, u sekularnom svetu koje izbija u medijskim sadržajima, naročito posle spektakularnih događaja.

Koliki je uticaj filmova baziranih na teoriji zavere, kao i neverica modernog sveta u to da se važne odluke donose javno, govori i podatak da su u septembru 2006. godine održane velike demonstracije u Njujorku⁷ sa zahtevom da se istraži i prikaže prava istina o onome šta se dogodilo 11. septembra. To je bila i aluzija na teze o umešanosti američke vlade u kreiranje događaja.

6 Delo Rudolfa Štajnera i Blavacke (Blavacka), a samim tim i teozofa, a kasnije antropozofa, jedno je od osnovnih inspiracija nju ejdž (new age) pokreta. (Lakroa Mišel, 2001.).

7 Više o ovim demonstracijama u filmu *Loose Change Final Cut*.

Kao što možemo uočiti, najslabija tačka u filmovima koji se baziraju na teoriji zavere je ona kada se imenuje centar moći. Sve dok je moć neimenovana, i dok se prikazuju procesi, takav diskurs ima svoju težinu i prihvatljiv je. Onog momenta kada se iza svega stave Jevreji, masoni ili iluminati, reptili ili bratstva preživela iz drevnih vremena, relevantnost priče opada. Dokazi za takve tvrdnje uvek ostaju na nivou neutemeljene spekulacije, a neretko su prikazani kroz nekorektni kontekst i tendencioznu montažu. Mi znamo da nije lako locirati moć i mesto odakle zavera dolazi, osim kroz široke konstatacije da je ona proizvod korporacija ili političke elite. Jer, to nisu bili u stanju da lociraju ni mnogi značajni mislioci poput Adorna i Horkhajmera u *Kulturnoj industriji*, ili Negrija i Harda u *Imperiji*. Čak se i Fuko (Foucault) u svojoj knjizi *Nadziranje i Kažnjavanje* oslanja na institucije i sistem, a ne na neke određene ličnosti i neoficijelne grupe koje sprovode disciplinovanje i kontrolu. Zato, po našem mišljenju, da bi se locirala moć, treba ostati na široj i fleksibilnijoj konstataciji, inače, u suprotnom, dolazimo u opasnost da urušimo kompletnu pretpostavku, što je i najčešći ishod kod narativa inspirisanih teorijom zavere. Ovakvi medijski sadržaji, dok su u domenu kritike, imaju svoju težinu, ali kada ponude rešenje, po našem mišljenju, relevantnost tačnosti opada. Tada se autori, obično, sunovrate u iracionalizam i mitološki ambis, stvoren na eklekticismu medijskih konstrukcija i potrebe da se afirmiše senzacija kao način zamagljivanja istine.

Misteriozni elementi u medijskoj reprezentaciji 11. septembra

Kao što smo već izložili, mediji su polje u kojem potisnuto transcendentno, u sekularnom svetu, ponekad izbija, i, u odnosu sa narativima iz medijske kulture, gradi prostor za kvazi-religiozne i destruktivne zanose.⁸ Stoga ćemo sledeći nivo pri razmatranju medijske prezentacije 11. septembra posvetiti analizi misterioznih, čudnih i zagonetnih narativa i slika koje dominiraju pri prezentaciji ovog događaja. Naravno, i ovi sadržaji imaju utemeljenje u holivudskim horor i naučno-fantastičnim filmovima, a model je prenesen na doživljaje samog događaja. O tome koliko je diskurs spektakularizovan

⁸ Po mišljenju Junga, inhibicija je zdrav proces u kojem mi svesno prepoznamo negativna osećanja i svesno odlučujemo da se za njima ne povodimo. Potiskivanje je nezdrav proces u kojem nesvesno poričemo svoja osećanja i odbijamo da s nima izađemo na kraj. Potiskivanjem se u nesvesnom uobličavanju sile koje mogu da se ispolje u obliku destruktivnog ponašanja. (Rasel B. Džefri, 1994.)

i koliko se izgubila razlika između stvarnog (objektivnog) i stvarnosti (uti-sak), govore i zvanične prezentacije događaja koje su, u velikoj meri, zasnovane na misterioznim okolnostima i ishodima samog događaja. U moru TV emisija, dokumentarnih i igranih filmova, veb sajtova, mi smo izdvojili jedan sajt koji, po našem mišljenju, može biti reprezent *meinstrim* narativa o 11. septembru. To je: www.september11news.com. Ovaj sajt smo izabrali kao najbolji reprezent medijske prezentacije, jer je *linkovan* sa mnogim sličnim sajtovima, kao i video materijalima i knjigama, i zbog svoje povezanosti sa većinom sličnih sadržaja koje omogućuje Internet, može biti relevantan dokaz o oficijelnoj medijskoj reprezentaciji događaja.

Osim zvaničnih vladinih izveštaja, akcenat na ovom sajtu, kao i na većinu ostalih, stavljen je na misterioznim elementima, pre, posle i tokom samog napada. Najčešći motivi koji se pominju u navedenom kontekstu su: krstovi nađeni u ruševinama, misterija broja 11, misteriozni znaci neposredno pre napada, fantastične slike i objekti snimljeni tokom napada, i sl.

Ono što zaokuplja javnost su neobične relikvije nađene na mestu tragedije. Čelični krst koji je deo preostale konstrukcije na lokaciji WTC postao je mesto molitve i okupljanja, a izvesni otac Jordan, osveštao je krst 20. juna 2002. godine. Iste godine, po informacijama navedenog sajta, gosti iz Vatikana su na tom mestu obavili svoju ceremoniju. Mnogi ostaci iz ruševina koji podsećaju na krstove čuvaju se kao relikvije u crkvama širom Amerike. Sledeća misterija, koja je najviše dokumentovana, jeste misterija broja 11. Tragovi su išli od istorijskog značenja, do ezoterijskog značenja navedenog broja. Govori se o knjizi izvesnog dr Ernesta Martina (Dr. Ernest L. Martin) *The Birth of Christ Recalculated*, koji je pre dvadeset godina tvrdio da je izračunao datum rođenja Isusa Hrista i to je bio 11. septembar. Krstovi pronađeni u ruševinama čine, po mišljenju autora teksta na sajtu, ovu misteriju još ubedljivijom. Prvi Svetski rat je završen 11. časa, 11. dana, 11. meseca. Zatim, pojava novog oblika terorizma na olimpijskim igrama u Minhenu koje su se završile 11. septembra 1972. godine, a 11 izraelskih sportista je ubijeno. Teroristički napad na SAD se dogodio 29 godina nakon Minhena, što u zbiru brojeva (2+9) daje broj 11. Datum samog napada na Svetski trgovinski centar je 9/11 što govori o broju 11 (9+1+1=11). Broj za telefonke pozive u hitnim slučajevima je 911, a kule su postavljene tako da asociraju na broj 11, i tako dalje, asocijacija ima beskonačno mnogo. O vrednosti broja 11 se tragalo i u drevnoj Kabali i antičkoj geometriji, doka-zujući specijalne karakteristike tog broja.

Sledeći, medijski veoma eksploatisani motiv jesu slike čudovišta, zveri, anđela snimljenih ili fotografisanih u dimu i pepelu tokom napada. Najpoznatija je fotografija glave čudovišta⁹ koju je snimio Mark Filips (Mark D. Phillips). On je rekao da mu je sve izgledalo nadrealno i da mu je pravljenje te slike najzanimljiviji momenat u karijeri. On primećuje da je ta fotografija imala veći uticaj na javnost od ostalih medija, naročito filma, pred kojim je, kako je on smatrao, fotografija bila nemoćna (<http://www.markdphillips.com/isitreal.html>). Sledeća slika *čudovišta* pojavila se nekoliko trenutaka kasnije i zabeležena je video kamerom CNN-a, a objavljena je na naslovnoj strani *New Jersey Daily Record* 16. septembra 2001. godine. Zatim je ekipa Fox njuz-a svojom kamerom zabeležila čudan objekat koji se pojavio trenutak nakon rušenja druge kule trgovinskog centra, koji je poleteo i misteriozno nestao. O proročkim znakovima i političarima, na bizarni način uočavamo u zapažanju da je, po rečima Larija Kinga (Larry King), Donald Ramsfeld (Rumsfeld) prorok, jer je na kongresnom zasedanju jedan sat pre napada osetio da će se šokantni događaji uskoro desiti. Takođe se spekuliralo i o snu Bin Ladena, kroz koji mu je rečeno kako da napad izvede...

Očigledno da je potisnuta duhovnost zamenjena primamljivim, ali površnim sadržajima masovne kulture, izbijajući kroz medije u spektakularnom obliku. Mediji, kako zvanični tako i alternativni, preko transcendentnih, misterioznih pojava utoljavaju žeđ za onim duhovnim, čega u realnom životu ima sve manje - s jedne strane, a s druge, odvlačeći pažnju od stvarnih uzroka i posledica događaja. Destruktivni sadržaji, u kombinaciji sa misterijama, jesu ono što privlači interesovanje posmatrača, koji sve više odvojeni od svog bića, traže znakove i smisao postojanja u bizarnim i površnim predstavama onostranog. Ovi instant metafizički putevi zasnovani na narativima iz masovne kulture, pasiviziraju posmatrača i čine ih sve nemoćnijim u ozbiljnom traganju za samim sobom i istinom u kojoj žive. Bez obzira na to radi li se o takozvanom konspirativnom ili mainstream mišljenju, uočavamo banalnu spektakularizaciju zasnovanu na modelima kulturnih industrija koje, kako nam izgleda, uveliko utiču na kontrolu mišljenja. Zaista, ako gledamo čudovišta ili misteriozne znakove prezentovane preko medija, nećemo se pokrenuti na ozbiljnije razumevanje pojava, već ćemo pokušati da utolimo onu glad za senzacijama i banalnom estetizacijom koja je tako karakteristična za naše vreme.

9 To je fotografija koja je predstavljena kao lik Ahrimana (Zla) u filmu *Spirit world*, o čemu smo pisali u poglavlju o teoriji zavere.

Zaključak

Svet spektakla, kao što smo iz rada mogli videti, je, u neku ruku, svet snova, koji anestezira ljude i drži ih u stanju pasivnosti. Iluzija promene i neprekidne cirkulacije znakova doprinosi utisku kretanja, dok, u stvari, postoji samo *status quo*, ili čak emocionalna i intelektualna regresija, što u takvim okolnostima jeste najvažniji imperativ sistema. Čovek je sve više zarobljen u mrežama tržišta i informacija, a industrija i tehnologija su postale njegova primarna priroda, ostavivši iza sebe daleko onu organsku. Na taj način je sekundarna priroda zamenila primarnu, a svet reprodukovanih pojava, sve više, zamenjuje lično iskustvo i realni doživljaj. I samo postojanje, u mnogo čemu, je uslovljeno medijima. Biti reprodukovan, biti u virtuelnim medijskim strukturama, postojati i konstruisati identitet preko raznih Internet zajednica (*My Space, Facebook, Second World*), znači *biti*, znači *postojati*, kao mnoštvo identiteta i informacija koje su dostupne ostalim virtuelnim identitetima. Tako nastaje jedna sablasna virtuelna masa.

Drugim rečima, konteksti i upotreba medijskih slika postaju, u neku ruku, važniji za promociju interesa i ideja od stvarnih događaja, koji služe kao neka osnova ili materijal koji se zatim kroz montažu i kontekstualizaciju koristi u novoj vrsti rata – rata slikama

Medijskom estetizacijom nasilja i promovisanjem njegove sveprisutnosti, kao, na primer, preko globalnog terorizma nakon *11. septembra*, stvara se sve veći javni strah, što je neka vrsta kulturne paranoje, koja treba da olakša i da smisao vojnom delovanju, i učini ga *normalnim* i *iščekivanim*, zbog *opšte bezbednosti*. U takvom svetu za ljubav i samilost, kao najljudskije karakteristike, nema mesta, kao ni za sve što je živo i što ne može biti roba na tržištu.

Kao što smo istakli, ljubav i samilost, koje smatramo najljudskijim osobinama, u ovakvom svetu se doživljavaju kao jeres. Osećaj za patnje drugog i želja za davanjem bez interesa, suviše su osobine u svetu kapitala. Upravo zato, religija koja je nekada bila veza sa Bogom, sa onostranim, sve više postaje veza sa masovnim medijima i onim što oni nude kao surogat-kompensaciju za duhovne potrebe. Zbog nepostojanja samilosti i transcendentnog doživljaja, pseudo religija se uselila u medije, a Bog je postao *Ekran*. To je religija koja nudi uživanje, a ne traži ništa za uzvrat, osim novca, viščasovnog služenja Mamonu i nestajanje u virtuelnim zamenama za realno iskustvo.

U toj virtuelnoj masi, ljudi prestaju da budu ono što *jesu* već ono što bi želeli da budu. I to na prvi pogled deluje prihvatljivo. Samo se zaboravlja ko je

konstruktor tih želja i gde je njihovo ishodište. Da li na kraju puta ugađanja sebi u svetovima digitalnih snova informatičke postmoderne, kao i u nekadašnjim obećanim snovima industrijske moderne stoji čista kultura nagona smrti?

Mediji su postali religija spektakla. U takvim okolnostima, Bog i religije, kakve su bile poznate ranije, transformisale su se u eklektičke surogate, medijski ekranizovane. Sve veća sekularizacija društva u modernom dobu, kao što smo istakli, dovela je do potiskivanja prave i iskrene religioznosti, kao i težnji ka transcendentnom. A kao što reče Jung (Jung), potiskivanje je nezdrav proces, u kojem nesvesno poričemo svoja osećanja i odbijamo da s njima izađemo na kraj. Potiskivanjem se u nesvesnom uobličavaju sile koje mogu da se ispolje u obliku destruktivnog ponašanja. I upravo to potiskivanje dovelo je do eksplozije pseudo-religioznosti i raznih mitologija, kako bi se iznašao očajnički pokušaj za objašnjenjem sveta u kome živimo. To je dodatno dovelo do promocije destrukcije i bizarnih sadržaja preko medija, sve u funkciji objašnjenja i traganja za smislom. Industrija je postala moćna, i ona je preko takvih *onostranih* potreba konzumenata uvidela mogućnost sticanja profita. Tako se stvorila instant religioznost, zasnovana na narativima iz kulturnih industrija. Ona je najuočljivija u medijskoj prezentaciji 11. septembra, koja upravo u velikoj meri promovise takvo mišljenje. Mnogobrojne emisije, dokumentarni i igrani filmovi, veb sajtovi, okrenuti su ka onostranom, ka misterioznom tumačenju događaja, što je ispalo, s jedne strane, kao kompenzacija za duhovnu prazninu našeg doba, a s druge, odvlačenje pažnje javnosti od realnih problema društva i interesa ekonomske i političke elite. Takođe, kao što smo u tekstu razmatrali, pojavilo se i mnogo alternativnih medijskih narativa inspirisanih teorijom zavere, koji osim kritike elite, obično zastranjuju u ponuđenim rešenjima uzroka i posledica ovih desavanja.

Mi nećemo na kraju ovog rada ponuditi rešenje i put, jer smatramo da nismo kompetentni za tako nešto jer ne verujemo, mnogo, u univerzalne obrasce za sreću. Mi smo, samo, aparaturom kritičke teorije spektakla, analizirali fenomene medija, spektakla, religije, u savremenom društvu. Ipak ako tehnički reprodukovano i posredovano iskustvo, stvara spektakularizovano okruženje koje nas uvlači u sistem tržišta, informacija i mnogih manipulacija, o kojima smo pisali, možda živa reč i kreativni manuelni rad¹⁰, mogu

10 Moris je smatrao da svaki čovek u sebi poseduje sklonosti i mogućnosti ka umetnosti i da umetnost može da proдре u život svakog čoveka. On tvrdi da je najveće uživanje, uživanje u pravljenu stvari. U tom smislu, čovek bi trebalo da napravi sve što mu treba, ne samo kuću i nameštaj, oruđe i kućni pribor, već i slike kao i muziku koju će da sluša. Da bi se to dogodilo, potrebno je takvo društvo koje će čoveka da obuči da uradi takve stvari (Read Herbert, 1944).

svetu vratiti onu lepotu jedinstvenosti i neponovljivosti života i stvaranja koja je odavno nestala u ekranizovanoj simulaciji.

BIBLIOGRAFIJA

1. Adorno. Horkhajmer, „Industrija Kulture“, u: *Dijalektika prosvetiteljstva*, Veselin Masleša, Svjetlost, Sarajevo, 1989.
2. Anders, Ginter, *Svet kao fantom i matrica*, preveo Bojan Kačura, Prometej, Novi Sad, 1996.
3. Benjamin, Valter, „Umjetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije“, u: *Eseji*, Nolit, Beograd 1974.
4. Debor, Gi (Deborg Guy), *Društvo spektakla*, prevod, priprema i prateći tekstovi: Aleksa Golijanin, anarhija/blok 45, Beograd, 2004.
5. Fidler, Rodžer, *Mediamorphosis*, prevela sa engleskog Aleksandra Pavlović, CLIO, Beograd, 2004.
6. Kelner, Daglas, *Medijska kultura*, preveo sa engleskog Aleksandra Čabrāja, Clio, Beograd, 2004.
7. Lakroa Mišel, *Nju ejdž ideologija novog doba*, Prevod s franc. Đorđe Trajković, Clio, Beograd, 2001.
8. Negri, Antonijo, Hard, Majkl, *Imperija*, preveo sa engleskog Miroslav Popadić, IGAM, Beograd, 2005.
9. Rasel, B. Džefri, *Princ tame*, prevela sa engleskog Milena Petrović Radulović, Pont, Beograd, 1994.
10. Read, Herbert, *Art & Industry*, Faber and Faber Limited, London, 1944.
11. Šćepanović Vladislav, *Medijski spektakl i destrukcija*, Službeni glasnik, Univerzitet umetnosti, Beograd, 2010.

VEBOGRAFIJA:

1. The Best Conspiracy Theories, http://www.wired.com/culture/lifestyle/magazine/15-11/st_best, 24. 2. 2010. 10:11h.
2. Top 10 Wackiest Conspiracy Theories http://www.2spare.com/item_43133.aspx, 24. 2. 2010. 10:15h.
3. www.september11news.com, 12. 10. 2009. 11:15h.

Pseudo-religion in the society of media spectacle Conspiracy theories and mysterious elements in the media representation of the September 11

Summary: *Our work purpose is argumentation of basic hypotheses, which means that the world nowadays has spiritually impoverished and we blamed for that mostly mass media, which are often in the service of hegemony and profit. Our study for argumentation that hypothesis is media representation of the terroristic attack on the September 11, 2001. Exactly media presentation of that event confirms our hypothesis in a clear way about obduracy of the contemporary world, about surrogate religiosity promoted in a sphere of mass media, entertainment as well as popular culture. In those circumstances bizarreness takes over the truth. In this project we have highlighted the danger arising from the contents of mass media which simulate spirituality, but basically mass media narrative serves to provoke passive and indifferent response among the public on the one hand, and for public mobilization in way of interest ruling system elite on the other hand. Basic cause for this state of the world is capital. Capital which only interest its own benefit. The basic representative of the capital, I have been writing about, is spectacle. It has become technological version of a replacement for the spiritual needs, and as such, ultimate separation of man from himself. Media has become the religion of spectacle. In those circumstances, religions previously well known before, have transformed in to an eclectic surrogate, media show, and God's icon has become the screen.*

Key words: *Spectacle, Media, Religion, Conspiracy theories, Mystery, The september 11.*

Danijela Grujić

Verska tolerancija i mediji

Rezime: *Pitanje prihvatanja i priznanja jeste centralno pitanje savremene javne debate. Ona se danas najvećim delom odvija posredstvom masovnih medija i posebno zahvaljujući aktivnostima civilnog sektora društva, što upravo i jeste polje akcije pojedinca u političkoj sferi savremenog građanskog života. Tolerancija i dijalog su nerazdruživo povezani u zajedničkoj borbi protiv svakog vida jednostranosti. Ljudi su danas svesni da imaju pravo da budu javno priznati kao ono što jesu. Ono što čoveka čini autentičnim, a to može biti i njegov verski identitet, ne može biti nešto što se gura pod tepih ili zaklanja zavesom kućne privatnosti. Savremena promocija verske tolerancije, dakle, počiva upravo na jednom aktivnom odnosu i prisustvu verskih zajednica u javnom društvenom životu. Samim tim postaje jasno da je uloga medija u uspostavljanju jednog multikulturalnog i multiverskog okruženja danas od izuzetnog, štaviše, nikada većeg značaja. Ovaj rad problematizuje izazove koje pred medije postavlja savremeno iskustvo verskog pluralizma s obzirom na ideju multikulturalne pravde.*

Cljučne reči: *verska tolerancija, mediji, multikulturalnost, politika priznanja.*

Uvod

Okretanjem glave od drugih i drugačijih ljudi od nas samih, okrećemo zapravo glavu od vlastite čovečnosti i budućnosti čovečanstva. I mada se ova misao danas lako (a ponekad i olako) shvata i prihvata kao deo kulturne baštine sveta i već dosegnutog civilizacijskog nivoa, pokazuje se da izgradnja jednog tolerantnog sveta nije ni malo jednostavan niti lak zadatak. Primera religijske, ili pak etničke netrpeljivosti i sukoba ima na pretek kako kod nas, tako i širom sveta, što temu „verska tolerancija i mediji“ čini izuzetno aktuelnom. U našem slučaju, treba imati na umu veoma značajnu potrebu

moralnog distanciranja u odnosu na skorašnju neslavnu balkansku prošlost koju su s kraja prošlog veka obeležili netolerantni odnosi svake vrste, uključujući i religijsku netrpeljivost. Pri tome je polje verske tolerancije posebno osetljivo, obzirom da se ono nosi sa istorijski gotovo milenijumski opterećenom, okoštalom strukturom netolerantnih odnosa. Kada se sve to uzme u obzir, shvatamo da je put ka jednom istinski tolerantnom svetlu, uz puno uvažavanje i vrednovanje svih prirodnih i istorijski razvijenih različitosti među ljudima, prohodan samo posredstvom sveobuhvatne društvene inicijative. Projektovana puna mobilizacija svih raspoloživih društvenih snaga svima nameće odgovornost i svako je dužan da gradi za sve nas jedan bolji, tolerantniji svet! Pa ipak, središnje mesto pomenute inicijative pripada upravo medijima, kao delatnoj sili koja u osnovi nastupa izvan političke sfere. Budući zaštićena od državne vlasti i društvenog pritiska,¹ ona ima mogućnost da u demokratski razvijenoj političkoj kulturi očuva vlastiti integritet.

Verska tolerancija, kao čedo moderne epohe, neosporno spada u red temeljnih vrednosti savremene političko-pravne kulture. Vil Kimlika, sledeći u tome Džona Rolsa, smatra da se čak i sam liberalizam može shvatiti kao svojevrsno proširenje principa verske tolerancije, uz važno zapažanje da je verska tolerancija na Zapadu, za razliku od nekih drugih neliberalnih oblika verske tolerancije, „preuzela specifičnu formu – naime, ideju individualne slobode savesti. To je sada osnovno individualno pravo na slobodno bogoslužjenje, propagiranje vere, promenu vere ili njeno odbacivanje. Ograničavanje individualnog ispoljavanja tih sloboda shvata se kao kršenje osnovnog ljudskog prava.“ (Kimlika, 2002: 184-185) Njeno proučavanje se u naše vreme izvodi u okviru različitih naučnih i duhovnih disciplina (filozofiji, sociologiji, politikologiji, teologiji, psihologiji, teoriji prava, religijologiji...), često multidisciplinarno sa različitih stanovišta i s obzirom na njene različite aspekte i relacije sa fenomenima savremenog života. Kada je o medijima reč, njihovu izuzetnu modernu i savremenu ulogu u učvršćivanju, promociji i podsticanju razvoja demokratskih vrednosti najbolje ilustruje činjenica da je između 1789. i 1800. u revolucionarnoj i postrevolucionarnoj Francuskoj u Parizu pokrenuto preko 1350 novih novina. Smatra se da je izraz „javno mnjenje“ nastao u Parizu u to vreme. (Stupar, 1997) Podizanje nivoa obrazovanja, širenje štampe i formiranje političkih debata klubova vodili su pojavi javnih debata o raznim problemima od javnog

1 U određenju pozicije i uloge medija u savremenom svetlu slažem se sa shvatanjem Hane Arent izloženom u delu: *Istina i laž u politici*, Beograd: „Filip Višnjić“, 1994, s. 63 i 107.

značaja (o javnom dobru zajednice) i tako indirektno sazrevanju moderne političke kulture. To je naposljetku kulminiralo savremenim zadobijanjem univerzalnog prava glasa svake punoletne osobe.²

Moderna veza verske tolerancije i medija tako biva dosta rano uspostavljena, verska tolerancija postaje tema od izuzetnog značaja za javnu diskusiju, a kasnije i obrazovanje i razvoj civilnog društva. Još je Volter u svojoj „Raspravi o toleranciji“ istakao izuzetan značaj javnosti za uspostavljanje verski tolerantnog evropskog društva, kada je komentarišući potresnu priču o porodici Kalas, nepravdi i njenoj tragediji ispisanoj najgnusnijim prizorima verskog fanatizma, pohvalio razum oličen u javnosti sledećim rečima: „Pariz i čitava Evropa bili su ganuti i zatražili su pravdu za ovu nesrećnicu. Čitava javnost je presudila znatno pre nego što je savet potpisao zvaničnu odluku.“ (Volter, 2005 : 14) Posebno treba imati u vidu liberalnu publicistiku ranog 19. veka koja je dala snažan zamah izgradnji evropskog građanskog društva, mada se ona u to vreme obraćala samo uskom krugu građanski obrazovanih čitalaca. Ona je svojim karakterističnim kritičkim stavom uticala na nastajuću evropsku javnost i artikulaciju i negovanje kulture verske tolerancije. Pa iako je zlatno doba javnog mnjenja sada već daleko iza nas, izuzetan dvadesetovekovni uspon masovnih medija održao je, a kasnije ćemo videti, i razvio nove spone verske tolerancije i medija.

Filozofski pristup temi

Filozofski pristup temi „verska tolerancija i mediji“ obavezuje me da barem grubo u par krupnih poteza izložim njenu filozofsko-istorijsku dimenziju. Posmatrano u vizuri odnosa moderne i savremene epohe ona se sasvim različito prelama, pokazujući da se sazrevanje pre svega realnog medijuma političke kulture odražava i pojmovno, u obogaćivanju prvobitnog modernog sadržaja verske tolerancije, te u značajnom pomeranju njenog savremenog smisla. To je za našu temu od izuzetnog značaja i moja osnovna zamisao jeste da pokažem kako je aktivan i odgovoran odnos medija prema religijskom fenomenu danas, više nego ikad pre, neophodan za razvoj jednog istinski verski tolerantnog sveta.

2 Još je Tokvil govoreći o demokratskim prilikama u Americi istakao izuzetan značaj javnog mnjenja za izgradnju jedne demokratske političke kulture: „Suverenitet naroda i sloboda štampe dve su stvari koje su, dakle, međusobno potpuno povezane; cenzura i opšte pravo glasa jesu, naprotiv, dve stvari protivrečne i ne mogu dugo opstati u političkim ustanovama istog naroda. Među dvanaest miliona ljudi koji žive na teritoriji Sjedinjenih Država nema nijednog da se do sada usudio da predloži da se sloboda štampe ograniči.“ (1989: 76)

U moderno vreme, kao što znamo, dolazi do razdvajanja države i crkve. Oblikovanje modernog praktičkog života delovanjem modernog principa ličnosti učinio je verski identitet pojedinca sferom njegove privacije, obezbeđujući modernom čoveku slobodu vere i slobodu savesti. Moderan političko-pravni svet izrasta na obezbeđivanju i poštovanju univerzalnih ljudskih i građanskih prava, te uspostavljanju pravne države. Ideja tolerancije se ugrađuje u sam temelj liberalne koncepcije pravde, u Rolsovom određenju ona je jedan od uslova realističnosti pojedinačnog razložno pravednog ustavnog demokratskog društva i društva razložno pravednih pristojnih naroda, koji počivaju na upotrebi javnog uma. (Rols, 2003)

Savremeno doba nastupa probojem principa autentične ličnosti, što vodi formiranju verskog identiteta kao sfere autentičnih odnosa koje čovek slobodno formira tokom života. Sledeći korak u razvoju savremene verske tolerancije - koji nas posebno zanima - predstavlja obogaćivanje sadržaja pojma tolerancije, te njegovo pomeranje od puke trpeljivosti, ka poštovanju, upoznavanju, prihvatanju i priznanju baziranom na hermeneutičkoj ideji „stapanja horizonata“ čijim posredovanjem različite kulturalne, a prema tome, i verske grupe ne samo da žive mirno jedne pored drugih, nego i zaista čine jednu multikulturalnu zajednicu. To je zapravo korak koji izvodi verski identitet savremenog čoveka iz njegove mirne „getoizacije“ ka uključivanju i aktivnom učešću u društvenom životu – jednom rečju: ka koegzistenciji koja gradi zajednički svet afirmisanih verskih uverenja i slobodno upražnjavanih verskih praksi.

Multikulturalni koncept verske tolerancije

Na ovom mestu želim da ukažem na jednu novu, veoma aktuelnu mogućnost odnosa prema temi verske tolerancije i medija, naime, sa pozicije multikulturalnosti i politike priznanja. Moderni model odnosa države prema verskoj organizaciji života, kao razdvojenost države i religije i prepuštanje verskog života sferi privacije, bio je i početni model savremenog odnosa prema drugim „kulturalnim“ razlikama među ljudima. Time se, naravno, ostajalo u obzoru moderno izborne slobode vere i slobode savesti. Do velike promene došlo je sredinom xx veka, kada je u zapadnom svetu postepeno počeo da provejava stav o neodrživoj „kratkoći“ klasičnog liberalno-demokratskog stanovišta „namernog zanemarivanja“ kolektivnih identiteta

od strane države³, te da se rešenja za, pre svega, goruće etničke probleme moraju tražiti kroz politike priznanja i koncepte multikulturalnog građanstva. Zatim su usledila slična feministička i gej angažovanja, sa akcentom na javnom nastupu ugroženih društvenih grupa na planu njihove političke promocije i priznanja.

Ove savremene tokove osnažila su potom međunarodna pravna normiranja, poput Deklaracije UN o pravima lica koja pripadaju nacionalnoj, etničkoj, verskoj ili jezičkoj manjini (1993). Internacionalnom zaštitom egzistencije i kolektivnih identiteta nacionalnih ili etničkih, kulturalnih, verskih i jezičkih manjina i unapređivanjem uslova za promociju njihovog identiteta u okviru pojedinačnih država prvim članom ove Deklaracije nalaže se državama članicama UN da osiguraju ove ciljeve odgovarajućom legislativom. Polazeći od vere u fundamentalna ljudska prava, u dostojanstvo i vrednost ljudske ličnosti, tradicionalna ljudska prava dopunjena su, prema tome, manjinskim pravima. Priznata je potreba za efektivnijom implementacijom instrumenata za osiguranje univerzalnih ljudskih prava kroz zaštitu manjina od svakog oblika diskriminacije i ugrožavanja njihovog kolektivnog identiteta, sa istaknutom namerom da se doprinese političkoj i socijalnoj stabilnosti država u kojima se one nalaze. (*Declaration on the Rights of Person Belonging to National or Ethnic, Religios and Linguistic Minorities*) Naravno, sve to je povratno uticalo i na versku toleranciju... Ona u savremenom svetu mora biti aktivno promovisana, o njoj se mora javno debatovati, ona se naposljetku mora politički izboriti od strane onih koji su potencijalno u svakom društvu na neki način ugroženi svojom različitošću od većinske populacije.

Savremena liberalno-demokratska praksa multikulturalne politike osniva se danas na snažnoj implementaciji manjinskih prava u multikulturalnim i polietničkim državama. Ova grupno-diferencirana prava kao osnova multikulturalnog građanstva javljaju se i kao oblik savremenog razvoja verske tolerancije. Posebno tu imamo u vidu spoljašnje zaštite – nasuprot unutrašnjim ograničenjima uperenim protiv osnovnih građanskih i političkih sloboda pripadnika manjinske grupe⁴ - koje postavljaju različite kul-

3 Kimlika interesantno primećuje da se koncept namernog zanemarivanja kolektivnih identiteta u startu izneverava vezivanjem države za većinski identitet. To je očito kod izbora jezika, unutrašnjih granica, javnih praznika i državnih simbola. (Kimlika, 2002 : 134-143).

4 Osim očiglednih razloga za odbacivanje ovih unutrašnjih ograničenja - posebno nesaglasnih liberalnoj vrednosti verske tolerancije - koje Vil Kimlika pruža u svom delu *Multikulturalno građanstvo*, ona se konceptualno razilaze sa multikulturalnim politikama obzirom da zatvaraju manjinsku kulturu onemogućavajući joj pristup i afirmaciju u široj društvenoj sredini.

turalne grupe na jednaku osnovu štiteći njihovu egzistenciju i autentični identitet ograničavanjem uticaja odluka šireg društva. Time se staje na put realnoj marginalizaciji mnogih kulturalnih, pa prema tome i verskih, grupa i unapređuje pravedan odnos među grupama u društvu. Zahteva se, kako to Kimlika kaže, „sloboda unutar manjinske grupe i jednakost između manjinske i većinske grupe.“ (Kimlika, 2002: 182)

Prema tome, pitanje prihvatanja i priznanja jeste centralno pitanje savremene javne debate. Ona se najvećim delom danas odvija posredstvom masovnih medija i posebno zahvaljujući aktivnostima civilnog sektora društva, što upravo i jeste polje akcije pojedinca u političkoj sferi savremenog građanskog života. Tolerancija i dijalog su nerazdruživo povezani u zajedničkoj borbi protiv svakog vida jednostranosti. Ljudi su danas svesni da imaju pravo da budu javno priznati kao ono što jesu. Ono što čoveka čini autentičnim, a to može biti i njegov verski identitet, ne može biti nešto što se gura pod tepih ili zaklanja zavesom kućne privatnosti.

Uzimajući tako multikulturalni koncept i politiku priznanja za polaznu tačku promišljanja savremene verske tolerancije, vidimo da se njen bitno savremeni smisao upravo i gradi na potrebi izlaska kolektivnih, a prema tome i verskih, identiteta u javnost – na potrebi za upoznavanjem, razumevanjem, poštovanjem, a onda i prihvatanjem i priznanjem. Upravo tako i Ejmi Gatman razlikuje moderan pojam tolerancije i savremeni (multikulturalno obojeni) pojam poštovanja: „Mnogo toga se, međutim, može reći ako napravimo razliku između tolerisanja i poštovanja razlika. Tolerancija može da se proširi do najširih granica različitosti gledišta, pod uslovom, naravno, da se ne upućuju pretnje ili da se ne nanose druge direktne i jasno uočljive povrede pojedincima. Poštovanje traži, međutim, daleko oštrije razlučivanje. Mada nemamo potrebe da se slažemo s nekom pozicijom da bismo je poštovali, moramo je ipak, razumeti kao odraz moralne tačke gledišta... Multikulturalno društvo je osuđeno da uključuje širok spektar moralnih neslaganja vrednih poštovanja, budući da nam ona pružaju priliku da branimo svoje mišljenje ispred, u moralnom smislu, ozbiljnih ljudi sa kojima se ne slažemo, i da na taj način naučimo nešto iz uzajamne različitosti. Tako iz nužnosti naših moralnih neslaganja možemo samo dobiti.“ (Gatman, 2003: 30) Pre svega, možemo dobiti, kada je o savremenoj verskoj toleranciji reč, društvo okrenuto javnom prihvatanju i priznanju različitih verskih identiteta uključenih u zajednički projekat društvenog razvoja.

Uloga medija u savremenoj promociji verske tolerancije

Savremena promocija verske tolerancije, dakle, počiva upravo na jednom aktivnom odnosu i prisustvu verskih zajednica u javnom društvenom životu. Samim tim postaje jasno da je uloga medija u uspostavljanju jednog multikulturalnog i multiverskog okruženja danas od izuzetnog, štaviše, nikada većeg značaja. Pri tome, treba imati u vidu i opasnost od kriptotolerancije kao izuzetno negativnog učinka multikulturalnog projekta. „Kriptotolerancija, koja se pretvara u indiferenciju i ravnodušnost prema drugom najčešće je iskaz radikalne površnosti, navodne otvorenosti prema drugome. Ovaj vid kriptotolerancije odustaje od hermeneutičkih učinaka, od onoga što je gore nazvano kao „hermeneutika identiteta“. Insistiranje na činjenici da svi kulturalni obrasci nose istu vrednost, može lako da se izrodi u mišljenje „koje sve zahvata, a ništa ne obuhvata.“ (Lošonc, : 109) Govor mržnje može biti pobeđen samo govorom i aktivnim životnim stavom, nikako tišinom i ravnodušnošnom pasivnošću. Prema tome, trpeljiv stav prema svemu gotovo po pravilu gubi bitku protiv netrpeljivosti.

Značaj medija u savremenom političkom životu neretko se ističe sintagmom „četvrti ogranak državne vlasti“ kao što to čini Hana Arendt (1994: 63), naglašavajući izuzetnu političku funkciju medija u kazivanju činjenične istine. Naš savremeno zahuktali svet, naime, upravo pati od permanentne opasnosti iskrivljavanja činjenica, obmana i samoobmana, lažnih predstava i podmetanja bezočnih i ogoljenih laži u osetljivom političkom životu, a prema tome i sličnih intervencija u sferi međureligijskog dijaloga i tolerancije. To pred novinarsku profesiju stavlja posebnu odgovornost suočavajući je sa izazovima nezavisnosti i zaštite od državne vlasti i društvenog pritiska. Tokvil je to davno uvideo govoreći da je nezavisnost štampe jedna, a često i jedina garantija koja preostaje slobodi i sigurnosti građana. (Tokvil, 2009: 76) Kada je reč o zemljama koje se nalaze na putu liberalizacije i demokratizacije poput naše, put oslobađanja medija od državne stege često je krajnje tegoban.

Pitanje slobode i nekorumpiranosti medija se tako javlja kao okosnica govora o nemanipulisanoj činjeničnoj informaciji za koju je savremeno društvo itekako pravno-politički zainteresovano. Slobodan protok informacija predstavlja jednu od uporišnih tačaka demokratskog političkog života, prvobitno iskazanu u vidu slobode govora i štampe. Prema shvatanju Dejvida Vebstera, predsedavajućeg Transatlanskog dijaloga o radiju i

televiziji u Evropi: „Stepen slobode i nezavisnosti sredstava informisanja zavisi od tri osnovna činioca. Prvi je regulativa, drugi, postojanje sposobnih menadžera i opstanak na novonastalom tržištu, a treći profesionalni nivo i odgovornost.“ (Vebster, 2009: 55-56) Težnja političkih krugova da ostvare medijski monopol posebno je usmerena ka elektronskim medijima zbog njihovog značajnijeg političkog uticaja, što se često ispoljava u strožijoj državnoj regulativi tih medija, posebno u kontroli radio i televizijskih frekvencija i pokušaju uplitanja u programsku i uređivačku politiku.

Polazeći sa stanovišta etike medija, na osetljivom terenu verskih različitosti, ispostavlja se niz individualnih i institucionalno – organizacionih etičkih zahteva, uključujući tu i zahteve proistekle iz specifičnosti etosa publike. Primera radi, pored obaveze novinara da slede načela novinarske etike i medijske kuće su obavezne da se pridržavaju opštih humanističkih načela i posebno da izbegavaju svaki vid diskriminacije, uključujući tu i podsticanje i raspirivanje verske mržnje i netrpeljivosti. Etika publike, sa svoje strane - i pored često navođenih pasivizirajućih i monopolizujućih učinaka medija na korisnike - inicira aktivan odnos publike u odnosu na medijske sadržaje i njihov uticaj, te polazeći odatle razmatra njenu odgovornost u kompleksnom medijskom činu. „Dakle, publika ima građansku odgovornost za slobodni žurnalizam, iz čega proističu i zahtevi za većim sudjelovanjem publike u programskoj strukturi medija (čitalački savjeti, učešće u savjetima za štampu, „institucija testa medija“ itd.). (Perović, 2009 : 72). Medijska otvorenost se tako može posmatrati kao istinski medijum izgradnje savremenog verski tolerantnog sveta.

Štaviše, savremena uloga medija u izgradnji, oblikovanju i učvršćivanju vrednosne orijentacije ljudi upućuje nas direktno na put promocije verske tolerancije, i to u svetlu vaspitanja i socijalizacije mladih u jednom multikulturalnom duhu. Vaspitna dimenzija medija suočava nas sa ozbiljnošću moralnog zadatka i odgovornošću za nastanak i opstanak verski tolerantnog sveta koju na svoja pleća stavljaju svi učesnici medijskog života, kako novinari, urednici, tako i vlasnici medijskih kuća, pa i sami korisnici. Medijski prostor se pod punim reflektorima danas pojavljuje kao univerzalni medijum našeg multikulturalnog iskustva susreta, upoznavanja, poštovanja, prihvatanja i priznanja različitih verskih identiteta. Izazovi pred kojima medijski čin stoji, stoga su krajnje kompleksni kada govorimo o promociji verske tolerancije. Mogli bismo možda to najbolje izraziti mislju da mediji krče naš put u verski tolerantnu stvarnost.

Zaključna razmatranja

Kada danas mislimo o verski tolerantnom čoveku teško da ćemo se zadovoljiti njegovom pukom trpeljivošću, verovatnom pasivnošću i nezainteresovanošću za drugačija religijska iskustva od vlastitog. U krajnjoj liniji, to se da prihvatiti samo u graničnoj situaciji kada postoji realna opasnost od netolerancije i nasilja. U svakom drugom slučaju očekujemo vedro lice zainteresovanog čoveka otvorenog za dijalog, spremnog za susret i razumevanje, željnog zajedničke opštečovečanske budućnosti. Medijski čin danas može da kreira takvog čoveka i pruži priliku svim svojim učesnicima da medijsku otvorenost razviju u jednu kulturu poštovanja verskih i drugih različitosti između ljudi. Savremena liberalno-demokratska politička kultura pruža pravno-politički okvir multikulturalne medijalizacije religijskog fenomena, baš kao što to čine i etički zahtevi u oblasti specifične medijske delatnosti.

BIBLIOGRAFIJA

- Arent, Hana, *Istina i laž u politici*, Beograd: „Filip Višnjić”, 1994.
- Declaration on the Rights of Person Belonging to National or Ethnic, Religios and Linguistic Minorities*, dokument preuzet sa internet stranice UN: www.daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N93/076/55/IMG/N9307655.pdf?OpenElement
- Enciklopedija političke kulture*, Beograd: Savremena administracija, 1993.
- Gatman, Ejmi, „Uvod“ u zborniku: *Multikulturalizam, ispitivanje politike priznanja*, pr. Gatman, Ejmi, Novi Sad: Centar za multikulturalnost, 2003.
- Kimlika, Vil, *Multikulturalno građanstvo*, Novi Sad: Centar za multikulturalnost, 2002.
- Lošonc, Alpar, „Zašto je teško teoretizovati multikulturalnost?”, *Habitus*, br. ?, Novi Sad.
- Perović, Milenko A., „Etika medija kao regulacija delanja”, u zborniku: *Mediji i društvo III – Etika i javni interes*, pr. Budimir Damjanović, Nikšić: Civilni forum, 2009.
- Rols, Džon, *Pravo naroda*, Beograd: Alexandria press i Nova srpska politička misao, 2003.
- Savremena politička filozofija*, Kiš, Janoš (pr), Sr. Karlovci – Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, 1998.
- Stupar, Milorad, „O pojmu građanina – nacionalizam vs. Kosmopolitizam”, u: *Filozofija i društvo XI*, Beograd, 1997.
- Tokvil, Aleksis de, „Sloboda štampe u SAD”, u zborniku: *Mediji i društvo III – Etika i javni interes*, pr. Budimir Damjanović, Nikšić: Civilni forum, 2009.
- Vebster, Dejvid, „Etika medija kao regulacija delanja”, u zborniku: *Mediji i društvo III – Etika i javni interes*, pr. Budimir Damjanović, Nikšić: Civilni forum, 2009.
- Volter, *Rasprava o toleranciji*, Beograd: Utopija, 2005.

Aleksandar Trudić

KULTURE, RELIGIJE I MEDIJI: doprinos različitih teorija u sociologiji kulture i sociologiji religije

Rezime: U ovom tekstu biće prikazane značajne teorije iz sociologije kulture i sociologije religije koje su važne za promišljanje kontekstualnosti u kojoj se dešavaju procesi podložni pojedinačnom ljudskom uticaju, a mogu uticati na mnoge svesno, a ponekad i nesvesno. Analiza komunikacije, medija, kulturnih sistema i religija samo su delić društvene stvarnosti u kojoj živimo. Sociologija i antropologija mogu i treba da pristupe takvoj kompleksnoj temi sa stano- višta objektivnosti i interdisciplinarnosti, uz moguću kritiku jedna drugoj kako bi pospešile put saznanja ka istini i ka odgovorima na mnoga pitanja. Teologija ne treba da zanemari dostignuća priloženog i da se stavi u poziciju supresirane nauke. Naprotiv, ona je i doprinela mnogim aspektima promena koje se dešavaju oko nas i tiču se medija. U prvom delu ćemo se osvrnuti na antropološke i psihološke doprinose u pristupu izveštavanja „sa terena“ i na šta treba, tom prilikom, obratiti pažnju. U drugom delu se prikazuju poje- dini teroijski koncepti iz sociologije kulture i sociologije religije. Glavne ideje su iz opusa Antonjine Kloskovske, Dragana Kokovića, Malkoma Hamiltona, Dragoljuba B. Đorđevića i mnogih drugih koji su doprineli da se specifikaci- ja problema na relaciji kulture-religije-mediji ne uzima zdravo za gotovo, već da se pažljivo razmotri svaki segment datih pojmova.

Ključne reči: antropologija, kulture, mediji, religije, sociologija kulture, soci- ologija religije, psihologija

U razvoju društva i ljudskih zajednica, antropologija je napravila isko- rak sa etičnošću koja je izuzetno važna u istraživačkom pristupu. O eti- ci u sociologiji nema dileme, ali naučnih doprinosa u vidu eseja, radova

i revolucionarnih dela nema puno. S toga, nikada nije na odmet otvarati diskusije o posledicama nečijeg istraživačkog korpusa naročito ako se radi o grupama koja imaju svoj poseban identitet, obeležja ili vrednosti. Bez detaljne, sistematične i objektivne metodologije socijalnih istraživanja, ne možemo govoriti i o adekvatnoj činjenici i o teoriji. S tim u vezi, principi naučnog saznanja služe nam kao vodič koji će u svakom momentu pomoći da korake istraživanja sprovedemo u skladu sa postavkama koje smo pre toga izneli. Logički elementi naučnog metoda, posebne metode, instrumenti, tehnike i pristupi moraju se precizno utvrditi, sporovoditi i implementirati onako kako je već od ranije utvrđeno. Nekako se s vremena na vreme zaboravlja sve navedeno, pa se može izneti neistinit ili nepotpun podatak ili stav, pa se dovode u pitanje transparentni i javni podaci određenih „zadržava“¹. U slučaju savremenog srpskog društva, primeri su mnogobrojni, sa posledicama koje rezultiraju negativnim, nasilnim pojavama prema verskim zajednicama¹. Tadašnje društvo je bilo u krizi, odgovori na mnoga pitanja religijskog identiteta nuđena su sa raznih strana, jer je osećaj psiho-socijalne sigurnosti bio vrlo važan. Sada može biti samo pokrenuto pitanje da li je „tržište“ verskih zajednica prošireno novim misionarenjem ili je misionarenje kao aktivistički deo svake te zajednice bio intenzivniji? Mislim da je i jedan i drugi odgovor tačan s obzirom da su neke male verske zajednice tu još od početka 20. veka (npr. Adventisti) i da je intenzivno misionarenje aktivirano da bi se ponudio bar jedan od mogućih odgovora: *ko smo, šta smo i kuda idemo* u vremenu nakon sloma bivšeg političkog sistema i raspada Jugoslavije koji je tada nudio drugačiji sistem vrednosti. Ne smemo zanemariti ni tadašnje politike 90-ih u pogledu verskih zajednica. Ljudi su tražili učvršćivanje ili nov osećaj pripadnosti u religijskim grupama, mnogi faktori su uticali na promene u sferi religija i religioznosti: demografski, strukturalni, politički i ekonomski. Zato i „teren“ kao pojam može biti vrlo važan i za sociologiju, psihologiju i teologiju, ukoliko ga ne ograničavamo samo na plemensku zajednicu, već i na savremeno društvo koje koristi sve prednosti (a i nedostatke) tehnološkog napretka, ali ne i razvoja. Ispitanici/ce su ljudska bića, ciljana od strane istraživača, dok ti isti ispitanici, bilo iz plemenske zajednice, bilo iz grada, sa sela ili od negde drugde, nose u sebi i za sobom internalizovane komponente ličnosti, obrasce ponašanja,

1 Videti o tome detaljnije u: Đorđević, B., D. (1998): *Proroci „nove istine“: sekte i kultovi (šta treba da znamo o novim religioznim pokretima?)*, JUNIR, Društvo za zaštitu i unapređenje mentalnog zdravlja dece i omladine, Niš.

psihostrukturu, religioznost i vaspitanje. Interdisciplinarnost je vrlo pogodan pristup, baš iz tog razloga što može da da uvid iz više aspekata o ispitniku/cama/cima, društvenoj stvarnosti, vremenskom okviru, kontekstu, uzrocima i posledicama neke ili više pojava².

Primer neadekvatne metodologije, sa olakim zaključivanjima i vrednosnim sudovima pružen je u delu Biljane Đurđević Stojković *Ispovesti žrtava sekta*³. Mi ni u jednom trenutku ne znamo tačan cilj, predmet „istraživanja“, a da ne govorimo o teorijsko-saznajnom delu koga, u suštini, uopšte ni nema, bez sistematičnosti, bez adekvatnih tipologija verskih zajednica niti pozivanja na relevantne izvore, ne prateći ni proces primene intervjua ili običnog razgovora.

Izveštaji sa terena, etnografski tekstovi i dnevници pružaju nam uvid u posmatranja društvenih grupa. Koliko nam je poznato, zapisivanje sa terena je najbitnije, a takvu ulogu imaju etnografi tj. antropolozi i etnolozi. Kako Fabijeti, Maligeti i Matera navode (Fabijeti, Maligeti, Matera 2002: 11-52), ulogu zapisivanja o plemenskim zajednicama sa svojim kulturama i religijom nisu oduvek imali antropolozi, ako posmatramo i period zvaničnog konstituisanja antropologije kao nauke negde u 18. veku. Ulogu zapisivanja su imali i misionari, ali se ne govori precizno i tačno o kojoj crkvi/vama se radi, ako definišemo misionara kao čoveka koji putuje u nepoznate delove kontinenta u misiji širenja hrišćanske ili neke druge ideje i/ili religije među ljudima drugačije, različite kulture. Ukoliko je hrišćanska, poznato je da se antropologija čvrsto borila da se otrgne od crkvenog uticaja, počevši od filozofije koja je bila „pomoćnica“ teologiji u „mračnom“ srednjem veku (Fabijeti, Maligeti, Matera 2002: 59). Čak autori ni ne navode konkretne primere i zasluge misionara u zapisivanju sa terena na nepoznatim područjima nakon Kolumbovih osvajanja. Bez obzira da li su ti zapisi bili vrednosno obojeni ili sa nikakvom naučnom „težinom“, kritika tih istih zapisa ne bi ni postojala da misionari nisu iste pisali. Ono što je zanimljivo jeste da misionari nisu izgubili svoju ulogu za rast crkve i povećanje broja pripadnika. Još je interesantnije da su pojedine male verske zajednice u Srbiji u sličnom ili istom položaju kao plemenske zajednice o kojima se govorilo na diskriminirajući način, ali se sada uloga masovnih sredstava komuniciranja stavlja u prvi plan. Porast korišćenja Interneta, publikacija i pojava televizije su omasovili propagandu, informisanje i slanje različitih

2 Videti detaljnije u: Milošević, B. (1997): *Umeće rada*, Filozofski fakultet, Novi Sad.

3 Videti detaljnije u: Đurđević-Stojković, B. (1999): *Ispovesti žrtava sekta*, Žig, Beograd.

poruka o verskim zajednicama. Ne možemo reći da su kulture plemenskih zajednica i modernih verskih zajednica iste, ali svakako posledice uticaja medija su slične- negativna diskriminacija je itekako primetna, a položaji moći naglašeni od strane većinskih, tradicionalnih crkava i evropske tradicije. Tad stupa u prvi plan antropologija medija, koja kao nauka o medijskom čoveku i položaju čoveka u medijima, mora da prihvati činjenicu o svojevrsnoj neophodnosti jer postoje situacije kada se metodologija opšte antropologije premešta u fokus čoveka kao kulturnog bića sa elementima etnosa. Ako samo posmatramo definiciju antropologije kao „naučno zasnovano proučavanje čovečanstva, pokušaj da se protumače sličnosti i razlike između živih bića, čiji je konačni cilj da razvije određeno integralno poimanje čoveka, na osnovu njegovih univerzalnih i lokalnih obeležja“ (Fabijeti, Maligeti i Matera 2002: 48) videćemo da se njena disciplina, antropologija medija, u tom slučaju bavi čovečanstvom u sferi medija, onako kako oni prikazuju čoveka i kako se interpretiraju sličnosti i razlike ljudi putem njih, sa komponentama koje čine medije: poruke, kanali komunikacije, odnos pošaljilac-primalac i obrnuto, slike, tehnologija, teren itd. U etnografskom delu antropologije medija, uloga zapisivanja se prebacuje na proučavanje tumačenja u svetim knjigama, ukoliko je zapisivač ostavio svoje komentare, pitanja i beleške „sa strane“ na marginama u sekundarnoj analizi publikacija i knjiga. Kada su u pitanju Internet, forumi, blogovi i chat sobe sa postavljenim temama i otvorenom komunikacijom korisnika, tada stupa na snagu precizna heremneutika proučavaoca. Na televiziji i radiju, proučavanje i analiza dublje kontekstualnosti može se ostvariti putem istraživanja naglašavanja reči, ponavljanja istih, boje glasa izvestitelja/ke, odevanja, neverbalne komunikacije, simbola koji se prikazuju ili se o njima govori, ponovnog postavljanja ključnih pitanja koje čine vest, sa mogućnošću izlaska na teren i (ponovljenim) razgovorom sa ispitanicima i izveštačima. To može značiti da je svaki novinar potencijalni antropolog medija, ukoliko želi da ispita objektivnu informaciju koja će se „pustiti“ ili je već „puštena u etar“.

Egzemplar etike antropologije medija leži u sledećem: organizacija *Survival International* je globalna organizacija koja se bori za plemena širom sveta koja imaju svoju autentičnu kulturu i religiju. *si* imaju svoj sajt⁴ koji je pun članaka istraživača i novinara sa terena. Izdvojiću samo članak koji se tiče ove teme, a bio je u vezi sa novinarima koji izveštavaju o plemenima

4 <http://www.survivalinternational.org/>

u svetu. U članku koji je objavljen na sajtu 17. februara 2006. godine, Džon Pilger i BBC novinar Džon Simpson pozivaju novinare širom sveta da ne koriste reči „primitivan“, „kamenno doba“, „divljaci“ i ostale termine i fraze koje opisuju plemena širom sveta, jer, kako je i ranije dokazano, ta ista plemena imaju svoju kulturu koja je jedinstvena⁵. Klod Levi Stros je napravio pomak i dokazao još sredinom 20. veka da uopšte nije adekvatno nazivati plemenske zajednice „primitivnim“ jer se njihovo saznanje bazira na istim misaonim logičkim strukturama kao i savremeni čovek u Evropi. Posledice o kojima je reč kada se na takav način izveštava jesu izražene u rasizmu, negativnoj diskriminaciji i širenju mržnje prema njima. Još treba imati na umu da se neverovatna ekspanzija sredstava masovnih komunikacija širi toliko velikom brzinom da je jednoj informaciji sada potreban delić sekunde da se nađe na drugom kraju sveta što uslovljava univerzalizaciju jezika globalne kulture. Fabijeti, Maligeti i Matera pišu o tome da se fokus antropologije dosta pomerio u savremenom svetu sa prvobitne ljudske zajednice na plemenske zajednice koje nisu sačuvane od globalizacije kao svetskog procesa širenja univerzalnih vrednosti, kulture i razmene simbola (Fabijeti, Maligeti, Matera 2002: 48-50). S tim u vezi, antropologija medija dobija još više na značaju, a verske zajednice koje su kulture po sebi sa svojim identitetima postaju deo onoga što su bile pre, a i sada su npr. plemenske zajednice, samo što je ustrojstvo i pitanje nacionalnog tj. etničkog potpuno drugačije u verskim zajednicama koje nemaju izjednačen religijski identitet sa nacionalnim (ili ga imaju i čvrsto ga se drže). Time se problem još više usložnjava. Sada su sredstva za medijsku proizvodnju u rukama dominirajućih sila koje god one bile, ali odnos nadređenosti-podređenosti postoji. Primer za to može biti kada se govori o nadnacionalnoj Internet-kulturi koju čine ljudi sa kompjuterima u svojim domovima. U tom kontekstu treba obratiti pažnju i na odnos među verskim zajednicama- koje raspolažu sredstvima i moći da bi dominirale na tzv. „verskom tržištu“ pogotovo u interkulturalnim društvima. Možda nije ispravno ni reći „mala“ tj. „velika“ verska zajednica, jer se stvara odnos nadređene verske zajednice nad podređenom, kvantitativno manjom u smislu broja vernika/ca.

Psihologija je nauka koja daje aspekt individualnog, ali ne isključuje i socijalno u funkcionisanju psihičkih procesa unutar čoveka. Psihološki aspekt komuniciranja govori nam o psihostrukтури, recepciji i percepciji značenja i kakav uticaj ima na čoveka.

5 <http://www.survivalinternational.org/news/1385>

Petar Atanacković je pisao o psihoanalitičkom tumačenju ikona i fresaka u pravoslavnim crkvama, ali je taj pokušaj ostao na jednom površnom nivou, ne navodeći koji model analize je koristio u tom slučaju bez interdisciplinarnog osvrta na funkcije ikona i fresaka (AFANS (ur) 2007: 18-22). Sem što su emocionalne reakcije različite i individualne na percepcije takvih umetničkih dela, svođenje ličnog doživljaja na histeriju, neurozu ili psihopatologiju, ostavlja nam na uvid suvi kriticism sa kojim možemo samo da nagađamo o namerama autora. Razmena značenja i igre za transakcione analitičare imaju specifičan smisao⁶. Sa takvim pristupom je pisala o komunikologiji i psihologiji komunikacije Tijana Mandić. Ona kazuje o mnogim činiocima koji se nalaze unutar komunikacijskog procesa, sa metaporukom na koju treba obratiti pažnju jer je ona u kompleksnim kulturnim i religijskim sistemima skrivena i često netumačena (Mandić 2003: 18-33). Ako posmatramo hrišćanske verske zajednice, osnovnu komunikacijsku jedinicu čini tekst u Bibliji ili Biblija sama, jer se na nju sve pozivaju, a širi kontekst kulture jednog društva mogu dati govorne interpretacije koje su raznovrsne sa posebnim identitetima i tumačenjima različitih verskih zajednica i ljudi. Uz sve priloženo, tek tada pristupamo proučavanju metaporuke i njenog značenja. Dodatna komplikacija jeste u Bibliji kao mediju sa alegorijama, mitološkim strukturama i metaforama, no hrišćanska teologija sa heremnutskom metodom može da proučava biblijski tekst. Kao jedan od preduslova za međureligijski dijalog „dve ili više strana“, mora postojati izvesna saglasnost u definiciji realnosti i značenja osnovnih pravila komunikacije. Zato postoje ekumenska susretanja čiji je cilj, manje ili više, dijalog o razlikama među hrišćanskim i drugim verskim zajednicama. Svaka vz daje svoje tumačenje o pristupu određenog društvenog, teološkog ili nekog drugog problema. Kao primer mogu se uzeti slučajevi prorokovanja tokom 90-ih u Srbiji. Kako Fabijeti, Maligeti i Matera navode u slučaju pojave prorokovanja u Africi, slično se može reći i za prostore bivše Jugoslavije. Kada su krenula kolonizacijska previranja u prvoj polovini 20. veka i prodiranja belog čoveka, proricanja su govorila o tome da će doći do promene demografske situacije u Africi u formi: „Kroz sedam godina crnci će postati kao belci“ (Fabijeti, Maligeti, Matera 2002: 250). Samo što za prostore ex-Ju važi drugačiji vremenski kontekst, istorija i okolnosti kultura koje su zajedno bile u jednoj državi. Ono što je zajedničko jeste da se tim prorokovanjem govori-

6 O transakcionoj analizi videti detaljnije u: Bern, E. (2003): *Koju igru igraš?*, Beoknjiga, Beograd.

lo o društvenim promenama koje su se zaista dešavale na planu identiteta i kojih su ljudi bili neminovno svesni. Tokom 20. veka se događaju nagle globalizacijske promene na mapi sveta i komunikacijski procesi i razmena informacija opet dolaze u prvi plan. Još ako govorimo o odnosu centra i periferije, Zapada i Istoka, možemo navesti različite primere kreiranja globalne politike, baš kako je Semjuel Hantigton govorio o sukobu civilizacija. Sve to za sobom vuče i stvaranje kontrakulturnih pokreta u nadnacionalnim kulturama i stalnoj borbi za svoje mesto u svetu, kako na lokalnom tako i na globalnom planu.

Odnos roditelj-odrasli-dete koji se odigrava unutar religijskog sistema međureligijskog dijaloga je pomalo neistraženo područje za psihologe religije. Na makro nivou objašnjenja kultura, princip „kultura produženog detinjstva“⁷ (ako govorimo o društvima koje su konstantno u razvoju i promenama, naspram kultura koje neguju individualnost i demokratičnost kakva su društva Zapada) i igre mogu biti zanimljiv spoj za analizu. Samo moramo obratiti pažnju da ne zapadnemo u psihologizam koji neće pružiti kompletan osvrt na problem. Ovde ćemo samo pokušati da ga svedemo na mikro nivo pojava: kakav se odnos dešava unutar igre dva (ne)religiozna čoveka (specifično ako su iz dve različite verske zajednice ili religijske grupe) vuče za sobom faktore složenosti, samim tim što treba uvideti stepen religioznosti u korelaciji sa igrom koja se dešava u komunikaciji ta dva čoveka. A stvar se još dodatno komplikuje ako istražujemo kontekst, društvene okolnosti i činioce vaspitanja, s čim bismo trebali da dobijemo kompletan prikaz situacije igre. Nešto slično je u antropologiji definisano kroz „mimetičke predstave“ (Fabijeti, Maligeti, Matera 2002: 224-227) koje podrazumevaju i aspekt podražavanja dajući smisao određenom značenju i ponašanju. Uz tumačenje uloga u transakcionoj analizi možemo dobiti odgovor na pitanje: da li je u pitanju sukob vrednosti ili prosto neka zajednica ima potrebe koje nisu ispunjene? Kada iste potrebe nisu ispunjene, pojave nasilja se mogu prevenirati ukoliko se ispituju različiti uzroci. Ali to je samo još na nivou pretpostavke jer je neophodno eksplorativno istraživanje interdisciplinarnog tima što iziskuje mnogo novca, energije i vremena.

U okviru predrasuda, stereotipija i glasina nastupa socijalna psihologija. Pojedinačno gledano, slučajeva diskriminacije verskih zajednica je bilo, kako od strane pojedinaca/ki (posebno u medijima) tako i od strane drugih

7 O tome je pisao kod nas Vladeta Jerotić.

verskih zajednica⁸. Koji su motivi i koja je pozadina i razlog diskriminacije, psiholozi religije „stupaju na scenu“.

Svenka Savić navodi da je problem u novinarstvu i pisanju za medije „način na koji se jezički uobličava poruka“ (Đorđević (ur.) 2004: 204-207). Profesorica Savić daje predloge da bi trebalo da se sastanu predstavnici različitih konfesija sa predstavnicima medija za normiranje pravila kako u Pravopisu srpskog jezika tako i u izveštavanju o praznicima, titulama verskih donosilaca odluka i doprinosu međuverškom dijalogu. Svakako da bi se poruka poslala primaocu na ispravan način, svaki stav, nosilac određenog značenja ili informacije moraju biti definisani na društvenom nivou da ne bi došlo do nesporazuma ili dezinformacije. Analiza sadržaja je sociološki metod koji je prerastao iz tehnike u metod istraživanja zbog potrebe izučavanja medijskih poruka koje se šalju širokom spektru primalaca. Preporuka je za sve koji se bave medijima na ovaj ili onaj način da omoguće eksplorativno istraživanje religijskih poruka sredstava javnog informisanja, ali ne smemo zaboraviti činjenicu da su verske zajednice u velikoj meri uskraćene za radio i televizijske stanice, naspram laičkih medija koji ove gutaju.

*

Sociologija kulture kao disciplina opšte sociologije podrazumeva širi spektar bitisanja čovekovog delanja. Kako i zašto je čovek hteo kultivisati sebe i prirodu, a da za to postoje i određene posledice za stvari, druga bića i okruženje u kome se nalazi, sociologija kulture pokušava da razjasni. Mediji poput knjige, bioskopa, televizije, radija, telefona su samo sredstva koja služe čoveku za kultivizaciju i olakšavanje života, a pre toga jezik uslovljava verbalizaciju misli i ponašanja.

Za medije i sredstva masovnog komuniciranja vrlo je važno raščlaniti komunikaciju od informacije. Komunikacija je proces u kome se informacije emituju i primaju tj. činjenice, ideje, gestove, govor tela odevanje, zvuk, boju itd. (Koković 2005: 261-270) Kada spominjemo dezinformaciju, ona se tiče korišćenja tehnike informisanja (širokih masa) u cilju obmane, prikrivanja ili izobličavanja činjenica, odnosno ne možemo govoriti o „uskraćivanju informacije“ nego o „pružanju lažne informacije“. Koković izdvaja greške koje

8 Detaljnije u: Đorđević, B., D. (1998): *Proroci „nove istine“: sekte i kultovi (šta treba da znamo o novim religioznim pokretima?)*, JUNIR, Društvo za zaštitu i unapređenje mentalnog zdravlja dece i omladine, Niš.

se mogu desiti prilikom analize u kojim uslovima se dešava komunikacija, ko je pošaljalac i primalac poruke, što takođe zanima sociologiju. Međutim, ono što je zanimljivo a što je zajedničko religioznosti kao psihosocijalnom pojmu i komunikaciji kao procesu jesu emocije koje su činilac pojavljivanja kompromitovanih reči, a izazivaju trenutnu emocionalnu reakciju: dete, nacija, porodica, crkva i sl. Postavlja se pitanje u okviru srpskih medija da li je moguće da su reči npr. poput „sekta“, „okultno“ i „satanističko“ odlika kompromitovanih reči laičkih ili verskih medija? Koković napominje da je komunikacija neodvojiva od vrednosnih sudova, ideoloških stavova, ubeđenja i predrasuda i za to navodi primer ometanja komunikacije kada se ateista i pobožni hrišćanin teško mogu složiti u religijskim pitanjima. No, ovo je ipak samo pretpostavka, ali koja povezuje emocionalnu komponentu religioznosti i kompromitovane reči sa vrednostima. Komunikacija zavisi od kulture u kojoj je čovek odrastao. Njome se uspostavlja svakidašnji svet značenja i vrednosti u određenom društvu i kulturi. Čovek saznaje svaki dan o stvarima i stavovima u njegovom okruženju i vrši interakcije u skladu sa svojim potrebama i saznanjima. Ono saznanje koje se izdvaja u ovom slučaju jeste „saznanje koje vodi do višeg stepena mudrosti i manifestuje se kao teološko saznanje koje vodi do znanja koje donosi spasenje. Po svojim pobudama i funkcijama, ovo znanje je kolektivnog karaktera, a ispoljava se u mitovima i religijama“ (Koković 2005: 301). Da li dobijamo viši stepen mudrosti i istinu kada saznajemo o svetu verskih zajednica, a mediji utiču na širenje znanja o njima? Odgovor je vrlo delikatan i kontroverzan, ako uzmemo u obzir nedovoljne podatke i činjenice o tim istim verskim zajednicama. Nepoštovanje etike, metodologije i principa naučnog saznanja dovode do posledica netrpeljivosti nasuprot ravnopravnosti, konflikta nasuprot harmonije i autoritativnosti naspram demokratije. Opet ćemo se pozvati na rad Biljane Đurđević Stojković *Ispovesti žrtava sekta* gde nije prisutan nijedan navedeni segment, a koji vode olakom i nepreciznom zaključivanju i dezinformisanju ljudi o verskim zajednicama ili pak ono što se sektom zove, a tiče se Veberove podela verskih zajednica⁹. Čak iako je cilj bio da se prenesu istinite izjave žrtvi destruktivnih verskih zajednica, to nije urađeno na precizan, sistematičan i objektivan način, da bi se došlo do zaključka i istine da su pojedine verske u zajednice bile pogubne za pojedince. Zbog toga treba preispitati diskurs i medij kojim se informišu naučnici i građanstvo, da bi se uvidele greške pri-

9 Za Veberovu podelu verskog ustrojstva videti u: Markov, S., Marjanović, M. (2003): *Osnovi sociologije*, Prirodno matematički fakultet, Novi Sad.

likom slanja informacija. Ukoliko je postojao i cilj u vidu poziva na posledice uticaja određenih malih verskih zajednica na lokalnu zajednicu, dijalog i multiperspektivnost bi pomogli da se objektivno sagleda problem, ukoliko postoji. Na sreću ili na nesreću, pojava antikulturnih pokreta u Srbiji je primer dezinformisanja kroz medije. To se može objasniti i kroz preispitivanje odnosa između medija i društva sa jednim od mnogih upozorenja kada se govori o tom odnosu, a Koković navodi, pozivajući se na Sasmana, da su istraživači proizvod kulture koju proučavaju (Koković 2005: 431-437). Da li bi to onda značilo da je dotična istraživačica proizvod promena na religijskom planu ili na planu opštih društvenih promena za vreme krize 90-ih, kada je pitanje religijskog identiteta građana u Srbiji podložno političkim faktorima? Na ovaj odgovor bi trebalo da se sačeka kada prođe istorijska distanca od bar 50 godina da bismo doneli objektivne zaključke, ali nije na odmet ih načeti. Neka slična objašnjenja su tražena u moralnoj panici, ali to je samo jedan deo uzroka pojave antikulturnih pokreta¹⁰.

Kako primećujemo, o simboličkoj komunikaciji (gde stoji da je religiozan čovek taj koji se služi religijskim simbolima specifično koji su uz to i društvene činjenice baš kako Dirkem ih definiše) i vrednostima prilikom komuniciranja u kulturi govori Antonjina Kloskovska. Delo „Sociologija kulture“ je u nas ugledalo svetlost dana prevodom Svetlane Babić Baranjske 2001. godine u izdanju Čigoja štampe iz Beograda. Terminologija i naučni jezik kojim se služi autorka dosta je zahtevan jer se u sadržaju nalaze dostignuća iz sociologije umetnosti, psihologije, antropologije, književnosti i umetnosti.

Kada govorimo o kulturnim potrebama ljudi, a tu spada i potreba za religioznošću, uviđamo da postoje izvesni indikatori merljivosti (Kuburić 1996: 303-331). Praćenje verskih medija i sadržaja tu isto spada. Moramo uzeti u obzir za simboličku komunikaciju pravac u kome se komunikacija vrši. Na nivou vernici-sveštenstvo, Hamilton nas upozorava da u pojedinim svetskim religijama pravac je nešto izmenjen. Kao primer navodi usmerenost sveštenog, obrednog lica koje je tu za vernike, a u budizmu su vernici tu za kaluđere-askete (Hamilton 2003: 142-155). Ovakvi pravci simboličkog komuniciranja se ne mogu uzeti zdravo za gotovo, ukoliko govorimo o hrišćanstvu čija je jedna od vrednosti sloboda izbora, a to menja pravac utoliko kada je reč o prozelitizmu i/ili obraćenju u drugu ne-hrišćansku religiju.

10 Detaljnije u: Đorđević, B., D. (1998): *Proroci „nove istine“: sekte i kultovi (šta treba da znamo o novim religioznim pokretima?)*, JUNIR, Društvo za zaštitu i unapređenje mentalnog zdravlja dece i omladine, Niš.

Prateći istorijski razvoj društva možemo reći da su potrebe za duhovnošću i religioznošću svuda i uvek prisutne, da li na manifestnom ili latentnom nivou ispoljavanja religijskog ponašanja. Promene koje su zahvatile Srbiju u poslednjih 20 godina smanjuju vremenski okvir i sužava mogućnost za objektivizaciju operacionalizacije teorijskih postavki.

No, sva društva ne idu istim smerom promena, pa je vremenski okvir fleksibilan u smislu targetiranja uzroka kojih je zaista mnogo u društvenim naukama. Ipak moramo biti jako obazrivi jer je neophodno detaljno definisanje i određenje zašto baš taj okvir uzimamo za analizu.

Da bismo razvili diskusiju o njima, potrebe su važne i za promenu ideologije i političkih sistema u kojima je bila Srbija kada je u pitanju sfera kulture i religije. Menjanje ispoljavanja religioznosti nakon sloma socijalizma posle 1989. godine na evropskom planu dovelo je do traženja ispunjenja potreba religioznosti koje su bile više ili manje supresirane. O kulturi i religiji kao sistemima čovekovog bitisanja u društvenoj stvarnosti i o manjoj supresiranosti religioznosti se moglo govoriti kada je socijalistička ideologija prihvatila u sebi simbole koji su u sebi nosili integrativno-kolektivne vrednosti bratstva i jedinstva. Umesto krsta je više bio zastupljen srp i čekić ili petokraka na zastavi. Kada dobijemo takvu kompenzaciju duhovnosti, da li onda možemo razgovarati o indikatorima religioznosti ateističkog društva (ako ateizam smatramo isto jednim vidom savremene religije bez boga sa harizmatikom ličnošću kao „oslobodiocem“ tj. autoritetom) ili možemo govoriti o političkoj duhovnosti sa drugačijim vrednostima? Tu se nalazimo na klizavom terenu i to je tema nekog drugog rada.

Ono što nas zanima trenutno jeste aspekt izučavanja aksioloških kriterijuma simboličke kulture u religijama. Vrednosti imaju svoja specifična značenja i Kloskowska se poziva na Mida kada govori o 3 faze činova ponašanja u semiotičkim i aksiološkim istraživanjima: čulna, manipulativna i potrošačka (Kloskowska 2001: 110-137). Moris, uz pomoć Mida, definisao 3 aspekta znaka u simboličkoj komunikaciji: designativni, preporučljivi i vrednujući. Npr. imenica „sekta“ ima designativni karakter, ali ako se upotrebi u sredini zahvaćenoj religijskim društvenim promenama i u identitetu, mogu se dobiti i druga dva karaktera. Tada sekta znači i „loše“, „kriminalno“, „destruktivno“, „satanističko“ što još dalje vodi u dublju analizu diskursa, konteksta, preispitivanje namere pošaljioce izvesne poruke sa takvim jezikom.

Pri tom, Kloskowska uzima u obzir psihosocijalna izučavanja vrednosti i govori o posledicama sudara 2 ispoljene vrednosti oličene u *aksiološkoj*

disonanci: „Ljudska kultura sa svojim brojnim normama, zapisanim u memoriji, simbolički kodiranim činjenicama koje nisu rezultat samo sopstvenih već i društvenih, istorijskih iskustava, stvara mnoštvo prilika za aksiološku disonancu“ (Kloskovska 2001: 110-137). Sa druge strane, ambivalencija i sudar vrednosti eliminisane su putem drugih religijskih, ideoloških koncepcija stvarajući univerzalne vrednosne sisteme u određenom dobu. Državni zakoni bi trebali da imaju ulogu regulacije poravnanja odnosa u sukobu 2 vrednosti. Mi razgovaramo o toleranciji verskih zajednica u poslednje vreme najviše, a ne toliko često o ravnopravnosti između njih jer donosioci odluka i nosioci društvene moći utiču na donošenje pravnih normi i regulativa, popunjavajući rupe u toleranciji koja podrazumeva trpeljivost, a ne jednake mogućnosti za sve.

Odnos, sukob ili ambivalencija vrednosti između ljudi i malih verskih zajednica može se očitati pomoću senzacionalističkih naslova i članaka u dnevnoj štampi koju je naveo Dragoljub B. Đorđević kao primere za situaciju sekta u Srbiji u svojoj knjizi „Proroci nove istine: sekte i kultovi“ izdana iz 1998. godine, JUNIR-a i Društva za zaštitu i unapređenje mentalnog zdravlja dece i omladine, Niš.

Kako da se u takvim slučajevima senzacionalizma postave novinari, sociolog religije Malkom Hamilton može da pomogne pomoću razrade i objašnjenja tzv. *metodološkog agnosticizma* pri ispitivanju verskih ubeđenja koja sociolog može, a ne mora da uzme u obzir prilikom naučnog istraživanja (Hamilton 2003: 17-29). Jednostavno rečeno, religijske tvrdnje su izraz istine koja je sasvim drugačija od činjeničke i empirijske. Za sociologa je bitno da ta tvrdnja ima određenu važnost za osobu ili grupu vernika i da sociolog pokušava da putem posledica ponašanja prevenira, spreči negativnu društvenu pojavu ili da odgovor na pitanje zašto se određena radnja dešava. Na samom kraju, „opis religijskog uverenja i doživljaja treba dati na način koji ne vređa osećanja vernika ili osobe koja to doživljava, ali to ne treba da nas sprečava da nastojimo da ga objasnimo posredstvom ideja, kategorija i odnosa s kojima ta osoba ne mora obavezno da se slaže“ (Hamilton 2003: 17-29).

„Potrebna je, međutim, spremnost da se menjaju sopstveni stavovi i prihvatanje mogućnosti da to dovede i do promena sopstvenog mišljenja“

M. Hamilton

Summary: *In this article the author tries to represent achievements of theories of sociology of religion and sociology of culture for researching the media discourse. The theorists which are used from different sources are Malcolm Hamilton, Dragoljub B. Đorđević, Dragan Koković and others.*

Key words: *anthropology, cultures, medias, religions, sociology of culture, sociology of religion, psychology.*

BIBLIOGRAFIJA

- AFANS (ur.) (2007): *Kritika klerikalizacije Srbije*, Omladinski centar CK13, Novi Sad
- Đorđević, B., D. (1998): *Proroci „nove istine“: sekte i kultovi (šta treba da znamo o novim religioznim pokretima?)*, JUNIR, Društvo za zaštitu i unapređenje mentalnog zdravlja dece i omladine, Niš.
- Đorđević, B., D. (ur.) (2004): *Crkve, verske zajednice, medijii i demokratija*, Novosadska novinarska škola, Novi Sad.
- Đurđević-Stojković, B. (1999): *Ispovesti žrtava sekta, Žig*, Beograd.
- Fabijeti, U., Maligeti, R., Matera, V. (2002): *Uvod u antropologiju: od lokalnog do globalnog*, Clio, Beograd.
- Koković, D. (2005): *Pukotine kulture*, Prometej, Novi Sad.
- Kloskovska, A. (2001): *Sociologija kulture*, Čigoja štampa, Beograd.
- Mandić, T. (2003): *Komunikologija: psihologija komunikacije*, Clio, Beograd.
- Hamilton, M. (2003): *Sociologija religije*, Clio, Beograd.

*Religija, film,
umetnost i Internet*

Srđan Sremac i Sergej Beuk

Šta ima zajedničko Holivud sa Jerusalimom? Film, teologija i religijsko iskustvo

Sve što treba da znaš o životu nalazi se u filmovima.

Travis, Grand Canyon

Rezime: *Polazeći od osnovnih teorijskih premisa kinematografske teologije, autori postavljaju pitanja kao što su: gde je mesto filma na polju religijsko – teološkog promišljanja i koje su granice filmske naracije u smislu religijskog iskustva, a posebno fenomena konverzije? Iznoseći relevantne hipoteze i teorije, autori zauzimaju stav da su kultura i teologija neraskidivo povezani i da je film oblast u kojoj se mogu pokazati snaga i značaj, kako kontekstualizacijsko – narativnog, tako i praktično – empiričkog diskursa postliberalnih teoloških istraživanja.*

Ključne reči: *film, kinematografska teologija, kultura, religijsko iskustvo, naracija.*

Uvod

Da li film predstavlja teološki „tekst“ na osnovu koga možemo razvijati teološki diskurs? Na koji način možemo interpretirati film kao način istraživanja vere, religije, duhovnosti, smisla, kulture i kreativne imaginacije? Šta filmovi zapravo proizvode u ljudima? Da li film može da izazove religijsko iskustvo? Ovo su neka od pitanja na koja ćemo pokušati da odgovorimo u ovom radu. Rastuće zanimanje za odnos između teologije i filma pruža nam priliku da u potpunosti artikulišemo način na koji vizuelne slike saopštavaju značenje (smisao). Očigledno je da film postaje sve uvaženiji, kao vrsta umetnosti i kao jedan vid kulture koji neminovno zaslužuje pažnju

teoloških i religioloških istraživanja. Stoga ćemo u radu pokušati da dovedemo u dijalog teologiju i film. U prvom delu rada artikulisaćemo odnos teologije i filma i načine na koje kinematografska teologija doprinosi savremenoj teološkoj refleksiji crkve i kulture, dok ćemo u drugom delu pokušati da odgovorimo na pitanje da li film može da izazove religijsko iskustvo.

Teologija i film: Poziv na dijalog

Proučavanja teologije i filma postoje nešto manje od tri decenije. Bog je često komunicirao sa čovečanstvom kroz naracije, pa Pismo možemo posmatrati kao Božiju naraciju u interakciji sa našom pričom. Film je takođe medijum koji obiluje pripovedanjem, što omogućava komunikaciju između Boga i gledališta, bez obzira na to da li su to tvorci filma nameravali ili ne. Tako, Robert Džonston ističe da filmovi imaju potencijal da prenose Božije istine kroz slikovite opise života ili stvorenja (Johnston, 2000). Pojedini teoretičari drže da film igra važnu ulogu u prenosu religioznih i moralnih verovanja i vrednosti. Oni se koriste religijskim jezikom prilikom definisanja filma kao medijuma kulturne ideologije. Džon Lajden, na primer, obrazlaže da gledanje filma predstavlja jedan oblik rituala u kome gledalište stupa u kontakt sa kulturološki važnim značenjima i vrednostima (Lyden, 2003). Isto tako, Klajv Marš i ostali kinematografski teolozi smatraju da se odlazak u bioskop može razumeti kao iskustvo koje je slično bogoslužjenju, nazivajući film modernom tehno-propovedaonicom (Marsh, 2004). Stoga je, tokom poslednje tri decenije, mnoštvo teologa i religijskih teoretičara prepoznalo važnost bavljenja filmskim studijama kao izvorom teoloških koncepata i metoda za analiziranje filma. Dijalog sa filmom nas osposobljava za razmišljanje o popularnoj kulturi; on nam pruža opšte znanje, stimuliše naše razmišljanje i navodi nas da stvari gledamo na drugačiji način. Film može predstavljati izazov za naša politička, moralna ili religiozna gledišta, tako što će pod znak pitanja staviti rodne odnose, rasizam ili homofobiju (Romanowski, 2007: 15). Šta više, on nas priprema da prihvatimo još specifičniji, a time i još zahtevniji izazov da postanemo relevantni za naš određeni kulturološki kontekst u kome praktikujemo teologiju. U tom smislu, film može povećati našu svesnost i produbiti naše razumevanje ljudi i sveta u kome živimo. Zbog toga film postaje neophodno sredstvo pojašnjavanja posebne relacije u kojoj se film nalazi u odnosu na kulturu ili stvarnost.

Ako teologiju razumemo kao „govor o Bogu“ onda iskustvo filma jeste, po našem mišljenju, eksteriorizacija (kada govorimo o religijskom skriptu/

simbolu) iskustvenosti i njeno pretvaranje u formu opšteg transsubjektivnog Metanarativa. Hristos iznosi parabole, ali je i sam Hristos (kao Sveti Sin, Pomazanik, Pastir...) višeznačna i višeslojna ličnosna struktura koja u okvirima individualne istorije krije (ili otkriva) mitsko, htonsko i božansko. Stavljajući ga na platno, tajna se ne otkriva, već univerzalizuje, zadržavajući psihološki prostor distance arhetipskog u svesti gledalaca/(sa) učesnika. Filmska refleksija, tako, ukazuje na otvorenost putovanja, a ne na taksonomiju egzistencijalnih epizoda glavnog lika, ukazujući da iza slike/priče postoji skriveni ram u koji se ucrtavaju redefinisane mape introspektivnog i epistemickog. U tom smislu, filmski jezik iskoračuje iz polja perakcije narativnih propozicija, ostvarujući „dislokaciju“ selfa u pravcu analitičke samointervencije ka osećaju i „mišljenju“ Jednog. To „Jedno“ nije uvek otkriveno i markantno, već se može skrivati iza filmskog/ikoničkog/estetskog, pa zato Marš i Ortiz tvrde: „Film bi trebalo primarno posmatrati kao sistem znakova koji proizvode ‘smisao’ za čitača“ (Marsh, Ortiz, 1997: 12). Polazeći od teorija Sosira i Pirsca, navedeni autori ističu međuzavisnost znaka i njegovog socijalnog smisla u kome znak emani- ra kao reč, slika ili zvuk, čime filmski jezik postaje daleko kompleksniji nego što se na prvi pogled čini. Ako se na izneto osvrnemo iz perspektive teologije, ne možemo, opet, izbeći naratološko kao esencijalno za razumevanje fundamentalnih antropoloških, lingvističkih, semantičkih, psiho – socijalnih i komunikoloških matrica. Filmski narativ je konstrukt kojim se uvodi kauzalnost između lika i priče, radnje i smisla, prostorvremenskih koordinata i osnovnih događaja: „Film nas, bukvalno, ’vodi na put’, od najavne, do odjavne špice, a narativ je ’motor’ koji nas pokreće“ (Marsh, Ortiz, 16).

Ono što, takođe, smatramo značajnim jeste činjenica da kao i svaka umetnost, film nije ilustrativan, već iluminativan medij: on nije vizuelna homiletička forma, niti skup etičkih ili estetičkih propozicija, već iluminacija zadate teološke poruke, koje preko analogizacije i alegorizacije, postaje „nova mešina“, nov rezervoar iz koga se može crpsti versko. Versko/religijsko se reaktivira putem imaginarnog *framea* koji semantizuje jastvo do predstavljenog Ideala – priče. Transferna funkcija počinje određenom *theoria* (npr. Evanđelje ili Bhagavat – Gita), preko mimetčke linije, do obnovljenog Spoznajnog, ili:

Na ovom mestu pratimo kalvinističku doktrinu po kojoj obnova uma Bogom (*Theos*) prethodi obraćenju/oboženju (*Theosis*). Svakako možemo reći da, barem iz ugla hrišćanske teologije, tekst sledi Promisao (*Logos* ↔ *Theoria*) po kojoj se odigrava dramski/liturgijski *mimesis* kao konstrukt (*performing*) intimnog samosaznajnog narativa. Tako dolazimo do problema identiteta: „Identitet nije samo stvar apriornih formulacija i kategorijalnih determinanti, već i aspekt razvijajućeg narativa“ (Giri, 2002: 327). Izneto potvrđuje Rikerov stav da je govor o identitetu, zapravo, pripovest o narativnom identitetu – o onom koji se (raz)otkriva samom subjektu kao skupu egzistencijalnih priča (Ricoeur, 1984). Sličnu poziciju zauzima Hamak iz psihološke perspektive: za njega, identitet možemo analizirati kroz tripatitni model u kome razlikujemo kognitivni, socijalni i kulturni nivo. Fokusirajući se na sadržaj, strukturu i proces, Hamak razume identitet kao realizovan angažman u određenom diskursu koji se očituje kroz gradeći narativ životnog scenarija, koji podrazumeva socijalnu interakciju i njenu praksu. Drugi teoretičari su na istom tragu gledajući na identitet kao na narativnu konstrukciju. Tako, američki psiholog Džeromi Bruner tvrdi da je *self* priča koja se iznova i iznova piše. Prema njemu, svi smo gotovo konstantno uključeni u „narativno konstruisanje selfa“ i „na kraju postajemo autobiografski narativi uz pomoć kojih govorimo o našim životima“ (Bruner, 2002). Na istom tragu je Oliver Saks koji naglašava da: „svako od nas planira i živi ‘narativ’ i da je ovaj narativ ono što smo mi, odnosno naš identitet.“ (Sacks, 1985, 105). Anthony Kerby u knjizi *Naracija i self* (*Narrative and the Self*) tvrdi da je „gradnja *selfa* u našim narativima jedna od najkarakterističnijih osobina ljudskog života.“ (Kerby, 1991, 1). U skladu sa Ricoeurom, francuski sociolog Žan-Klod Kaufman proces oblikovanja identiteta razume kao narativni proces – identitet je tako „pripovest o sebi koju svatko priča sebi samom“ (Kaufmann, 2006, 109). Dakle, prema Kaufmanu, protivrečnost između narativne i eksperimentalne subjektivnosti dolazi do izražaja u samopripovedanju. Štaviše, neki teoretičari tvrde da jedna tako kompleksna struktura, kao što je ljudski identitet – biće u vremenu – može postojati *samo* kao narativna konstrukcija (Brockmeier and Carbaugh, 2001).

U tom smislu *Logos* je otvorena potencijalnost koja se egzistencijalizuje putem teksta, uzrokujući neku *Theoria*, i sledstveno tome, neku buduću hermeneutiku. U ovom narativnom procesu dolazi ne samo do konstrukcije narativnog identiteta, nego i do samog filmskog *theosisa*.

Teološko, u narativno – kontekstualizacijskom smislu, može koristiti film kao način na koji se puni kulturno – simbolički prostor određenim značenjem, ali i za kritičko promišljanje odnosa između filmsko – vizuelnog i teološko – epistemološkog. Za monoteističke religije (i njihove teološke sisteme) Bog je koncept, ultimativna stvarnost, apsolutni stvaralački princip i izvor bića koji je, s jedne strane uvek u vezi sa nekom kulturnom tradicijom, dok sa druge, ukazuje na univerzalizam Svoje sveegzistencije *ka* svemu postojećem. Pored navedenog, hrišćanska teologija (mahom protestantskog tipa) predstavlja Božanstvo – Hrista kao *ličnog, intimnog* Iskupitelja koji se oglasio i koji je oglašen pričom – Evandjeljem. Tako je Hristos Reč (Logos), koncept (Sveti Sin), ultimativna stvarnost (Bog), ali i *ličnost* (Isus Nazarećanin) koja priča i o kojoj se priča. Iz svega navedenog, možemo razumeti da film i teologija moraju biti na stalnom dijaloškom tragu, čije razloge navodi Džonston u svom delu *Reel spirituality: Theology and film in dialogue*: (1) Božija milost koja pripada zajednici, prisutna je u ljudskoj kulturi; (2) teologija bi trebalo da ima udela u prisustvu Duha i Njegovog rada u svetu; (3) Bog je aktivan u okviru šire kulture i govori nam kroz ceo život; (4) slika kao i reč mogu nam pomoći da susretnemo Boga; (5) oblik teološkog narativa čini ga posebno otvorenim ka interakciji sa drugim pričama i (6) priroda konstruktivne teologije je dijalog između Božije priče (biblija, hrišćanska tradicija, određena zajednica verujućih) i naših priča (kultura koja nas okružuje i životna iskustva) (Jonston, 2004: 64).

Očigledno je da ovakvo razumevanje odnosa kulture i teologije svoje poreklo nalazi u teologiji Pola Tiliha. Za Tiliha, religija je suština kulture, pa stoga, kultura predstavlja oblik religije (Tillich, 2009: 41). Zato je, prema Tilihu, svaki religijski čin kulturološki oblikovan, pa takva postavka onemogućava dualizam religije i kulture. Tilih, smatra da: „Svaki religijski čin – bilo da je riječ o kakvoj ustanovljenoj religiji, ili pak o najosobnijem titraju duše – uobličen je kulturom.“ (Tillich, 41). Na ovaj način Tilih je obezbedio prostor za kritički odnos kulture i teologije (*Über die Idee einer Theologie der Kultur*) što kinematografski teolozi, vidimo, obilato koriste. Ovde je bitno obratiti pažnju na Tilihovu korelativnu teologiju (tzv. *Metoda korelacije*), koja je uticala na razvoj kinematografske teologije. U ovoj korelaciji egzistencijalna pitanja, koja proističu iz ljudske situacije, nalaze odgovore u hrišćanskoj tradiciji (Tillich, 1951, 62). Dakle, Tilihova teologija počiva na povezivanju hrišćanske poruke i ljudskog egzistencijalnog stanja. Prednost korelacije, kako Tilih smatra, bavi se konkretnim egzistencijalnim pitanjima

i problemima stvarnosti i na taj način izbegava neprikladne metode hrišćanske teologije, koje često ostaju irelevantne, ili pak, nude odgovor na pitanja koja nisu postavljena. Dakako, teologija ne bi smela postati sama sebi svrha, jer njena obaveza jeste da javno kritički promišlja o aktuelnoj realnosti i projektuje alternativne scenarije koji svoju snagu crpe iz biblijsko-teoloških konstrukcija. Prema tome, svrha korelativne teologije jeste aktuelizacija Evandjelja putem društvenog angažmana koji je istinski moguće realizovati i čiju dinamičnost je moguće održati isključivo kroz dijalog hrišćanske tradicije i savremenog ljudskog iskustva. Upravo film predstavlja simbol koji reflektuje egzistencijalna pitanja ljudskog duha na čijoj osnovi možemo razvijati teološki diskurs.

Dakle, teologija nije samo *theoria*, ona je „...i *doxa* i *praxis*, obožavanje i akcija. Naš odgovor Bogu mora posedovati ozbiljnu intelektualnu dimenziju, ali on je i živo iskustvo“ (Jones, 2004: 490). To aktivno – empiričko, zapravo je uvek i teološko, kao *primenjeno* (misiološko) i *praktično* (narrativno). Ono je aktuelizirajuće kroz činjenicu sveta (istorije) u kome se ljudsko biće, kao ko – kreator, zbiva i koji re – kreira. Ako odemo korak dalje, onda možemo reći da primenjeno – praktičnu teologiju možemo posmatrati i iz perspektive *pedagoškog*, odnosno *liturgičkog*, ukoliko pedagogiju razumemo kao permanentno menjanje putem učenja, a liturgiju kao opštenje, očekivanje i ispunjenje u veri (parafrazirajući Šmemana). Možemo reći da i film ima slične pretenzije: on postavlja pitanja, želi da menja i problematizuje, ali i ujedinjuje, poziva i ispunjava. On je otvorena metafora, skup uvida koji interpretativno prelaze granice sinopsisa u službi novih značenja i potencijalnih misaonih alternativa. Polazeći od, mahom, poznatih i prihvaćenih fakata, film emanira i kao *doxa* i kao *praxis*, postajući u socijalno – ideološko/teološkom smislu angažovan, revolucionaran, pa često i intrigantan.

Film kao religijsko iskustvo: odlaganje dijaloga?

Poslednjih godina fokus kinematografske teologije pomerio se sa onoga što se dešava na platnu/ekranu, ka onome što se dešava van njega – u doživljaju gledaoca (Marsh, 2007). Zbog toga se pažnja okrenula ka filmovima koji u ljudima pobuđuju religijsko iskustvo. Pre nego što nastavimo dalje, prvo ćemo pojasniti pojam religijskog iskustva. Polazimo, naime, od činjenice da svi ljudi, barem načelno, razlikuju tzv. religijska iskustva od ne-religijskih ili profanih iskustava. Ako postoji neko religijsko iskustvo, pretpostavimo

da se ono mora zasnivati na neobičnim, „nezemaljskim“ senzacijama koje se ne mogu uporediti ni sa kakvim drugim „zemaljskim“ utiscima.

Religijsko iskustvo, koje možemo razumeti i kao spiritualno iskustvo, iskustvo Svetog ili mističko sjedinjenje, jeste subjektivni doživljaj transcendentne stvarnosti, odnosno osećaj prisustva Boga i Njegove veličine. Religijsko iskustvo, po svojoj prirodi, izlazi iz okvira svakodnevnih aktivnosti i, kao individualno, predstavlja težak zadatak za odgonetanje, kako za religiozne nauke, tako i za samu teologiju. Bilo da posmatramo religijsko iskustvo kao jedinstveni osećaj harmonije sa Bogom ili bogovima (što je posebno prisutno u religijama Istoka), bilo da razvoj ljudske empirije (pa i religijske) tumačimo iz evolutivne perspektive biologije i neurologije, religijsko iskustvo ostaje, često, skriveno u duši i umu bogotragaoca koji teži ka Vrhovnoj Istini.

Kao što vidimo, fenomen religijskog iskustva je isuviše kompleksan, višedimenzionalan i slojevit da bi se precizno i lako mogao definisati. Iz tog razloga, zbog svoje složenosti i nemogućnosti preciznog određivanja, sociolozi i psiholozi religije pribegavaju posrednom definisanju, služeći se, pri tome, pomoćnim indikatorima ili različitim dimenzijama religioznosti (vidi: Sremac, 2008: 71-87). U višedimenzionalnom empirijskom pristupu fenomenu religioznosti istraživači na ovom polju, Čarls Glok i Rodni Stark, uglavnom se oslanjaju na *petodimenzionalno* istraživanje.

Prva dimenzija u ovom metodološkom konceptu je dimenzija snage verskog *uverenja*, druga je dimenzija religijskog *iskustva*, treća religijske *prakse*, četvrta religijske *spoznaje* odnosno religijskog *znanja* (koliko ljudi znaju o sadržaju svoje religije) i peta dimenzija je dimenzija posledica na *moralni* život ljudi, odnosno uticaj verskog uverenja na svakidašnji život čoveka (Glock i Stark, 1965: 41). Glok i Stark smatraju da „bitni element koji karakteriše religijsko iskustvo i koji ga razlikuje od svih drugih ljudskih iskustva, jeste siguran osećaj susreta sa natprirodnom stvarnošću (*supernatural agency*)“ (Glock i Stark, 41). Dakle, *religijsko* iskustvo uključuje potrebu za smislom koji je otvoren prema onostranom, natprirodnom ili Apsolutnom. Može se reći da je religijsko iskustvo komunikativna stvarnost: radi se, naime, o komunikaciji subjekta i natprirodne stvarnosti. Iskustvo se događa kada čovek (subjekt percepcije) dopusti da na njega deluju različite forme (npr. film može biti jedna od formi) koje imaju religijsko značenje. Dakle, religijska iskustva su iskustva nečeg nezemaljskog ili nadzemaljskog, svakako ne od ovog sveta.

Pošto film funkcioniše preko slike, naracije i zvuka, on predstavlja jedno upotpunjeno iskustvo koje gledaoca može transportovati do susreta sa božanskim. Neki teoretičari veruju da se gledanje filma može shvatiti kao religijsko iskustvo. Robert Džonston je uveren da: „Filmovi ponekada imaju sakramentalni kapacitet da gledaocu pruže iskustvo transcendentnog.“ (Johnston, 2000: 57). Ričard Blejk tvrdi da se film može posmatrati kao „vid božanskog otkrivenja“ (Blake). Na istom stanovištu stoji i rimokatolički teolog Endru Grili koji primećuje da je film osobito pogodan pri kreiranju sakramenata i *epifanija*, zbog njegove „svojtvene moći da utiče na maštu“ (Greeley, 1988: 250). Tako na primer, ruski pravoslavni režiser Andrej Tarkovski manje koristi dijaloge, a više je sakramentalan u izražavanju svojih verovanja, stoga, takav način izražavanja može biti duhovan po svojoj prirodi (Johnston, 2007: 304-305).

Drugi teolozi i filmski kritičari imaju drugačija mišljenja. Oni veruju da je opasno mešati religijsko iskustvo sa estetskim iskustvom. Veoma je tanka linija između religijskog i estetskog iskustva i tu često dolazi do konfuzije. Uprkos sličnostima između ova dva iskustva, Dejvid Grejem primećuje da filmsko iskustvo nije izričito i religijsko iskustvo, ali i pored svega ono nas još uvek može podstaći na duboko promišljanje o pitanjima religije, umetnosti, etike, ljudskih prava i sl. (Graham, 1997: 36). Džon Mej nudi kompromisno rešenje nazivajući to estetskom senzibilnošću, ili preciznije „religijskom estetikom“ (May, 1996: 117). Stoga, kao što Romanovski napominje, naše učestvovanje u filmskoj umetnosti ne treba razumeti kao bogoslužjenje, već kao umetničko mesto dešavanja kritičkih zahvata (Romanowski, 2007: 81). Film se, dakle, može shvatiti kao kulturološko sredstvo duhovnog iskustva, koje pomaže stimulaciju ličnog promišljanja i koje produbljuje sopstveno predanje određenom načinu sagledavanja sveta.

Određeni teolozi su potegli pitanje odnosa između filma i konverzije; neki od njih (osobito evanđeoski) veoma su sumnjičavi u vezi ideje da film može dovesti ljude do religijske konverzije. Na primer, Kventin Šulce ukazuje: „Istraživanja jasno dokumentuju nedelotvornost elektronskih medija kao agenata religijske konverzije, iako popularna mitologija drži da duhovno ratovanje može pobediti tehnologiju.“ (Schultze, 1990: 33). Ne bismo se složili sa Šulceom po pitanju nedelotvornosti elektronskih medija kao instrumenata religijske konverzije, jer mnoštvo ljudi tvrdi da je upravo film bio prekretnica u njihovom procesu konverzije: posebno je to bio slučaj sa mnogima koji su gledali Mel Gibsonov film *Stradanje Isusovo* (2004).

Ili da to kažemo na ovaj način, da li bi stvari bile drugačije ako bismo postavili sledeće pitanje: Da li je valjano reći da religijski film može pobuditi religijsko iskustvo? Po našem mišljenju bavljenje filmom kao jednim veoma važnim medijem religijske konverzije može biti odlična alatka za praktično-empirijsku teologiju, koja istražuje odnos između filma i religijskog iskustva i njegov uticaj na lični život vernika. Kao što je Džordž Barna rekao: „Tek treba da se sprovede verodostojno istraživanje koje bi pokazalo da su mediji jedno delotvorno sredstvo koje vodi ljude u istinski odnos sa Isusom Hristom, ili ih čak vodi i u lokalnu crkvu gde se taj odnos može negovati.“ (Barna, 1991: 31). Pri svemu tome moramo priznati da film može biti izvrsno sredstvo vođenja ljudi ka religijskoj konverziji. Film, po našem mišljenju, ima veoma važnu ulogu u procesu konverzije, ali, naravno, on ne može biti jedino sredstvo transformacije u životu konvertita. Ukoliko religijsku konverziju shvatamo kao proces, onda film ima značajan uticaj na konverziju, ili ga barem smemo posmatrati kao deo konverzionog procesa.

Film kao medijum koji je orijentisan ka pitanjima subjektivnog života, funkcioniše kao kulturološko sredstvo koje pobuđuje značajna emocionalna, religiozna i estetska iskustva. Gordon Linč je prepoznao važnost filmskog fikcionog narativa kao oruđa ličnog promišljanja koje oblikuje životni stil i religiozne izbore koji pružaju korisno polazište za teološke analize određenih filmova (Lynch, 2007:120). Stoga, filmovi utiču na svoje gledaoce na način koji može delotvorno preobraziti naše stavove, akcije i horizonte, pa čak i naše interpersonalne, društvene i duhovne prilike (Johnston, 2007: 120).

Na kraju, možemo da zaključimo da film može uticati na religijsko iskustvo i tako inicirati spiritualni preobražaj u životu vernika. Na taj način gledanje filmova i njihov uticaj na duhovni život ljudi jesu odličan materijal za praktično-empirijska teološka istraživanja.

Summary: *Starting from foundational theoretical premises of cinematographic theology, the authors raise questions such as: where does film have a place in the field of religious-theological thought and what are the boundaries of film narration in the sense of religious experience and the phenomena of conversion in particular? Expounding relevant hypotheses and theories, the authors take the position that culture and theology are permanently connected and that film/cinematography is a field which can demonstrate the power and meaning of both contextual-narrative and practical-empirical discourse in postliberal theological research.*

Key words: *film, cinematographic theology, culture, religious experience, narration.*

BIBLIOGRAFIJA

- Barna George, *The Barna Report: What Americans Believe?* Ventura, CA: Regal Books, 1991.
- Bruner, Jerome, *Making Stories: Law, Literature, Life*. New York: Farrar, Strauss and Giroux, 2002.
- Brockelman, Paul, *The Inside Story: A Narrative Approach to Religious Understanding and Truth*. Albany: State University of New York Press, 1992.
- Johnston K. Robert, *Reel Spirituality: Theology and Film in Dialogue*. Grand Rapids: Baker Academic, 2000.
- Johnston K. Robert, „Transformative Viewing: Penetrating the Story’s Surface“ in: *Reframing Theology and Film*. Grand Rapids: Baker Academic, 2007, (ur. Robert K. Johnston), 304-322.
- Jones Gareth, *The Blackwell Companion to the Modern Theology*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd, 2004.
- Lyden John, *Film as Religion: Myths, Morals and Rituals*. New York: New York University Press, 2003.
- Lynch Gordon, „Film and the Subjective Turn: How the Sociology of Religion Can Contribute to Theological Readings of Film“ u: *Reframing Theology and Film: New Focus for an Emerging Discipline*. Grand Rapids: Baker Academic, 2007, (ur. Robert K. Johnston), 109-125.
- Giri, Ananta Kumar, *Conversations and transformations: toward a new ethics of self and society*, Lanham, Lexington Books, 2002.
- Greeley Andrew, *God in Popular Culture*. Chicago: Thomas More, 1988.
- Graham J. David „The Uses of Film in Theology,“ u: *Explorations in Theology and Film*. Malden, MA: Blackwell, 1997, (ur. Clive Marsh i Gaye Ortiz).
- Glock, Y. Charles, Rodney, Stark. *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand MacNally, 1965.
- May R. John, „Religion and Film: Recent Contributions to the Continuing Dialogue“ u: *Critical Review of Books in Religion* 9 (1996).

- Marsh, Clive i Ortiz Gaye, *Explorations in Theology and Film*, Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 1997.
- Marsh, Clive, *Cinema and Sentiment: Film's Challenge to Theology*. Carlisle, UK: Paternoster, 2004.
- Marsh, Clive, *Theology Goes to the Movies: An introduction to critical Christian Thinking*. London: Routledge, 2007.
- Marsh Clive, „On Dealing with What Films Actually Do to People“ u: *Reframing Theology and Film*. Grand Rapids: Baker Academic, 2007, (ur. Robert K. Johnston), 145-161.
- Hammack, Phillip, *Narrative and the Cultural Psychology of Identity*, u: *Personality and Social Psychology Review*, Vol. 12, No. 3, University of California, Santa Cruz, 2008.
- Ricoeur, Paul, *Time and narrative* (Vol. 1). Chicago: University of Chicago Press, 1984.
- Romanowski D. William, *Eyes Wide Open: Looking for God in Popular Culture*. Grand Rapids: Bazos Press, 2007.
- Sacks Oliver, *The Man Who Mistook His Wife for a Hat*. London: Picador, 1985.
- Schultze J. Quentin, „Keeping the Faith: American Evangelicals and the Media,“ u: *American Evangelicals and the Mass Media*. Grand Rapids: Academic Books, 1990, (ur. Quentin J. Schultze).
- Sremac Srđan, „Psihološki aspekti religijskog iskustva i pitanje konverzije“, u: *Religija i Tolerancija*, Vol. 5/9. 2008, 71-87.
- Kaufmann, Jean-Claude, *Iznalaženje sebe. Jedna teorija identiteta*. Zagreb: Antibarbarus, 2006.
- Kerby P. Anthony, *Narrative and the Self*. Bloomington: Indiana University Press, 1991.
- Tillich, Paul, *Systematic Theology* Vol. 1. Chicago: University of Chicago Press, 1951.
- Tillich Paul, *Teologija kulture*. Rijeka, Sarajevo: Ex Libris i Synopsis, 2009.

VEBOGRAFIJA

- Blake Richard, „From Peepshow to Prayer: Toward a Spirituality of the Movies“, <http://www.unomaha.edu/jrf/peepshow.htm>.

Irina Radosavljević

Film i sveto – mogućnosti i načini predstave

Rezime: U ovom radu pokušaćemo da, na osnovu pisanja pojedinih istaknutih teoretičara filma i filmskih umetnika, pokažemo da li je film kao medij kadar da prikazuje duhovne realnosti i da govori o svetom. Počecemo sa ikonografskim sporom i pitanjem prava slike da iskazuje sveto u hrišćanskom svetu, da bi preko Bazenovog shvatanja fotografije, došli do filma i njegovog odnosa prema nevidljivim stvarnostima, transcendentnom i svetom. Razmotrićemo pisanja onih autora koji su se tim pitanjem neposredn obavili, kao što su Anri Ažel i Amedeo Efr, zatim Suzan Sontag, Piter Frejzer, Pol Šreder i drugi.

Ključne reči: film, teorija filma, sveto, Bog, religiozni diskurs

Od samih svojih početaka film je dodirivao ono što bi se uslovno moglo nazvati religioznom dimenzijom čovekovog života. Pod religioznim diskursom na filmu ne podrazumevamo samo govor o događajima i ličnostima vezanim za neku religiju ili određenim religijskim pitanjima i problemima, već o svemu onom što zadire u tajnu postojanja sveta, čoveka, njegovog odnosa sa drugim čovekom i sa onostranim, sa Bogom. To obuhvata sva njegova duhovna preispitivanja, traganja, sozercavanja, padove i ustajanja, njegove žrtve i plemenitosti, njegove sumnje i iskušenja, stanja unutrašnje borbe i neizrecivog spokoja. Mirča Elijade govori o tri važna elementa koji odlikuju ljudsku religioznost. To su:

- 1) Sveto (transcendentalna odrednica – Bog, bogovi, nirvana...)
- 2) jerofanija (proboj svetog u ljudsko iskustvo, to jest, otkrivenje)
- 3) *homo religious* (biće koje je *par excellence* pripremljeno da prihvati taj proboj)

Na osnovu ovakvog određenja ljudske religioznosti, religiozni diskurs možemo opisati kao svaki govor koji se dotiče svetog, jerofanije i čoveka kao onoga koji čezne za svetim ili ga dodiruje i iskustvuje.

U ovom radu pokušaćemo da razjasnimo da li je film kao medij sposoban da izrazi ono što je neizrecivo, da prikaže ili bar ukaže na sveto i onostrano i na koji način on to nastoji da učini, sve kroz mišljenja pojedinih teoretičara filma i filmskih stvaralaca koji su se tim pitanjem bavili ili ga bar dodirnuli. Na početku ćemo dati i jedan prikaz ikonoboračkog spora kojim je u hrišćanskom svetu pokrenuto pitanje mogućnosti slike da iskaže sveto i u kome je prvi put teoretski razmatran taj problem.

* * *

Iako se poštovanje ikona utvrdilo u četvrtom veku, teorijsko opravdanje ikone se razvilo tek kada je, u osmom i devetom veku, došlo do snažnog napada na ikone unutar crkve, odnosno, do ikonoboračke krize. Protivljenje ikonama se nije pojavilo iznenada. Kicinger (Kitzinger, 1954) veli da su i napadači i branioci ikona bili spremni za borbu daleko pre dolaska na vizantijski tron cara-ikonoborca Lava III koji je pružio punu podršku ikonoboračkim stavovima. Jedno od pitanja koje se provlačilo kroz ovaj spor, bilo je da li umetničke tehnike, stil i forma mogu da iskažu sveto i onostrano. Francuski istoričar Breje (Bréhier, 1904) ukazuje na činjenicu da ikonoborstvo obuhvata dva različita pravca: 1) problem poštovanja ikona 2) problem opravdanosti sakralne umetnosti - da li je dopušteno (moguće) ili ne, pribegavati umetnosti da bi se predstavio natprirodni svet?

Ikonoborci su smatrali:

- 1) da se može slikati samo ono što je vidljivo, a kako je Bog nevidljiv, besmisleno je prikazivati ga.
- 2) da su i slike vidljivih stvari samo prikazi i, kao takve, u svakom pogledu nejednake onome što prikazuju te u njima nema istine, to jest, lažne su.
- 3) da je istinita slika samo ona koja je istovetna po suštini onome što prikazuje te je, stoga, jedini pravi način prikazivanja svetosti da čovek sam postane svet.

Vrlo je značajno u temelju ikoborstva sagledati origenistički prezir prema materiji i svemu materijalnom. Materijalno predstavljanje Boga je, za ikonoborce, nedostojno i pogrešno. Ikonoborački sabor u Jeriji govori o ikonama kao „obmanjujućim slikama izobraženim bojama koje odvajaju ljudski um od poštovanja Boga“ (Baranov, 2007: 52). Jedini ispravan način na koji treba poštovati Boga je umni način, bez ikakvih slika.. Duh je,

po njima, u suprotnosti sa telom, a slika u suprotnosti sa istinom te je oni nazivaju „senka“. Upotreba ovog termina ukazuje na uticaj platonizma i Platonove poznate metafore o pećini. Ipak, Platon, govoreći o ovom svetu kao senci istinske noetičke stvarnosti sveta ideja, nije ta dva sveta suprotstavljao niti je naglašavao lažnost senki – za njega je senka nepotpuna, a materijalni svet i svet ideja u suštini su povezani (Baranov, 2007). Za ikonoborce i njihovo origenističko poimanje slike, „senka“ je suprotstavljena istini i potpuno nepotrebna. U svojoj odbrani ikona, sveti Jovan Damaskin im se sarkastično obraća rečima:

„Možda ti, kao duhovan i iznad tela, s prezrenjem gledaš na vidljive stvari, ali pošto sam ja čovek u telu, žudim za odnosom sa svetinjom i želim da vidim svete stvari telesnim očima“ (Baranov, 2007: 51).

Važno je naglasiti i značaj koji su ikonoborci pridavali čulu sluha (reči) nasuprot čulu vida (slici). Branioci ikona su insistirali na vrednosti čula vida zbog činjenice da se Bog ovaplotio i da su ga apostoli gledali licem k licu i zato su „svuda postavljali Njegov lik da bi osvećivali prvo među čulima“ (Baranov, 2007: 54). Ikonoborci su se držali Evagrijevog mišljenja da je, pri kontemplaciji stvarnosti, gledanje beskorisno budući da umu nudi oblike koji su svojstveni čulnoj stvarnosti. Sluh je u velikoj prednosti u odnosu na vid, jer slušajući, um prima bezoblične predstave (Baranov, 2007). Gledanje se vezuje za ono što je telesno i privremeno i ne može doneti istinsko znanje jer je ono bestelesno i bezvremeno. Ovo shvatanje, po kome je nemoguće doseći istinu posredstvom predstava koje se primaju čulom vida (slika), predstavlja primenu origenističkog suprotstavljanja božanskog znanja i telesnog viđenja čime su reč i slika dovedeni u sukob. Sveti Jovan Damaskin ukazuje da sukob ne postoji već „kao što reč treba čuti tako je ikona za gledanje: mi postajemo sjedinjeni u njoj na uman način“ (Baranov, 2007: 55). Atanasije Sinait smatra da su slike ubedljivije od reči jer reči Svetog Pisma i Otaca mogu da budu izokrenute i pogrešno shvaćene dok slika ne može, a stoti kanon Trulskog sabora ukazuje da su slike veoma značajne jer „s lakoćom prenose utiske u dušu“ (Marković, 2007: 26-41).

Na primedbe ikonoboraca koje smo naveli na početku ikonopoštovatelji su dali svoj odgovor. Prvo, Bog se ovaplotio, obukao u materiju, uzeo ljudsko telo i postao čovek te je, stoga, bio vidljiv ljudskim očima i zato ga je moguće izobražavati. Ikona materijalnim sredstvima uzvodi liku koji je na njoj izobražen pa je jedinstvo slike i njenog prototipa ipostasno, to jest, u ličnosti. U ikoni se poštuje onaj koji je na njoj predstavljen. Ikona je put ka

ikonizovanim ličnostima i prostor (horos) realne zajednice sa njima budući da su oni prisutni blagodatno. Tako, ikona ne samo da uzvodi ka Svetom nego i nizvodi Sveto u ovaj svet.

„Ikona, putem upotrebe, biva nadiđena. Ona je tu da bi bila nadiđena, a ne da bi smo ostali pri njoj. Nadiđaženje ikone, pak, postiže se kada ona u stvarnost gledaoca donosi prototip i, opet, prototip gledaoca u svoj prototip, pa se prototip i gledalac obretnu u stvarnosti svojih obostranih odnosa“ (Perović, 2004: 17) Kroz ikonu se čoveku otvara vidik u čudesno prostranstvo onostranog i onostrana realnost se kroz ikonu izliva na ovaj svet. Pavle Florenski veli da „ikone nisu samo prozori kroz koje se vide naslikana lica nego i vrata kroz koja ta lica ulaze u čulni svet“ (Florenski, 1990: 42).

Suštinu stava ikonopoštovatelja možemo iskazati i na sledeći način. Ikona je znak, a materijalna sredstva su označitelji, posrednici koji prevode označeno, odnosno sadržaj. Boje i linije nemaju vrednost istine, ali omeđuju prostor u koji se prevodi istina transcendentne stvarnosti. Ona uzvodi i u nju se prevodi. Ikonoklasti su je shvatali kao skup materijalnih elemenata i delova organizovanih u celinu koji su percepciji dohvatljivi, ali semantički autoreferencijalni. Ikona, za njih, nije ništa drugo do boja, podloga, linija i izvan toga nema ničeg pa je njeno poštovanje potpuno besmisleno. Za razliku od njih, ikonobranitelji su ikonu posmatrali kao skup perceptivno dostupnih materijalnih i vidljivih elemenata koji posreduju smisao koji se formira u vidu nematerijalne, semantički punovredne slike i koji se nalazi izvan nje same. Ikona kroz podogu, boju, liniju uzvodi jednoj drugačijoj stvarnosti, ali istovremeno postaje i prostor u kome se ta stvarnost opisutnjuje, u koji se nizvodi.

Ikonofili su nastojali da sačuvaju vrednost i značaj slike, kao i njenu gnoseološku funkciju i u tome i uspeli odnevi pobedu u ikonoboračkom sporu. Slika je zadržala pravo da iskazuje duhovnu realnost. Način na koji je to činila u srednjem veku (kao i celokupna sakralna umetnost) nije bez značaja za promišljanje načina prikazivanja svetog na filmu, kako ćemo videti u teorijskim radovima Ažela i Efra, Šredera i Frejzera.

Od petnaestog veka, pojavom renesanse, slikarstvo se okreće od svog vekovnog interesovanja za duhovne realnosti oličene odgovarajućom formom, ka pukom imitiranju spoljašnjeg sveta. Čuveni francuski teoretičar filma Anri Bazan u „Ontologiji fotografske slike“ objašnjava da je došlo do rascepa između potrebe slike da izrazi duhovnu stvarnost kroz simbol koji transcendirira svoj model (estetskih ambicija) i potrebe da duplicira spoljašnji svet

(psihološka ambicija). Renesansno slikarstvo se odvaja od tog duhovnog cilja i „istinski realizam kao potreba da se svetu da poseban izraz i u njegovoj pojavnosti i u njegovoj suštini“ zamenjuje „pseudo-realizam čiji je cilj da prevari oko (ili um) iluzornim pojavama“ (Bazin, 1960). Sakralna slika sve više postaje profana gubeći svoju formu koja je bila nezaobilazan element za prikazivanje svetog. Po Bazenovom mišljenju, kasnija umetnost, ona koja je potisnula ili zamenila srednjevekovnu, u svojoj težnji ka bukvalnom imitiranju stvarnosti je morala, pojavom fotografije, da doživi istinsku krizu. „Istovremeno živo realistična i visoko duhovna, (srednjevekovna umetnost) nije morala da upozna dramu koja je nastala kao posledica tehničkog razvoja. Perspektiva je bila prvorodni greh zapadnog slikarstva. Od tog greha oslobodili su ga Nieps i Limijer. Dostižući cilj baroknog slikarstva fotografija je oslobodila plastične umetnosti od opsesije sličnošću“ (Bazin, 1960). Po Bazenovom mišljenju, fotografija je ta koja nam nudi asketski pročišćenu stvarnost i omogućava da sagledamo svet u svoj njegovoj lepoti. „Estetičke mogućnosti fotografije zasnivaju se na otkrivanju stvarnoga. Odsjaj mokrog pločnika i pokret deteta ne izdvajaju se iz tkanja spoljnog sveta zahvaljujući meni; samo je bezličnost objektivna, čisteći predmet od navika i predrasuda, od svih duhovnih naslaga kojima ih je obavila moja percepcija, mogla da ih ponudi čiste mojoj pažnji, pa prema tome, i mojoj ljubavi“ (Ažel, 1978, 121). Fotografija je, posmatrano kroz prizmu srednjevekovnog shvatanja umetnosti na zapadu, svojim realizmom na savršen način prikazala lepotu sveta i kroz nju anagoški uzvodila ka sagledavanju savršene lepote Boga koji je taj svet stvorio.

Film se pojavio kao plod jednog modernog industrijskog društva i kao takav često nije smatran za umetnost. Čak je i veliki Ejzenštajn svoj ključni termin „montaža“ preuzeo iz industrije pa je film posmatrao kao mašinu koja zadivljuje svojom konstrukcijom i ima odgovarajuću ulogu u kulturnoj revoluciji. S druge strane, u svojim počecima, film je, budući prikazivan na vašarima i kasnije u bioskopima za groš, bio puka zabava i biznis i taj zabavni i komercijalni karakter je do danas ostao dominantan. Maks Horkhimer i Teodor Adorno su 1947. godine izjavili: „Film i radio ne treba više da se pretvaraju da su umetnost. Istina da su samo biznis je zamaskirana u svojevrsnu ideologiju da bi se tako opravdalo smeće koje proizvode“ (Johnston, 2004, 87). Katoličkoj crkvi je film od samog početka bio blizak te je vrlo rano počela da pomaže stvaranje religioznih filmova, međutim, kako su ti filmovi brzo poprimili komercijalni karakter, papa Pije X je zabranio (1913) snimanje filmova sa religioznom sadržinom.

Činjenica je da je film umesto medijuma kojim se ovladava vremenom i očuvava vreme, za mnoge postao sredstvo za trošenje vremena u praznoj zabavi, a za druge, sredstvo sticanja ogromnih prihoda. Ipak, film poseduje i sposobnost da dodirne i tajnu života i međuljudskih odnosa, da uzdrma i nežno dotakne, da prosvetljuje i isceljuje, da suočava i oslobađa.

Mnogi teoretičari filma su u filmu kao medijumu videli sposobnost za stvaranje vrhunske umetnosti kao i za predstavljanja stvarnosti koje nisu oku vidljive što uključuje i mogućnost iskazivanja i one dimenzije ljudskog života koja se uslovno može nazvati „religioznom“, a koja obuhvata sve njegove unutrašnje sukobe, preispitivanja, traganja, stremljenja ka onostranom i svetom i neutoljivu žeđ za bićem, za životom, što je po Elijadeu jedna od karakteristika homo religiosus-a.

Ričoto Kanudo, jedan od začetnika moderne teorije filma, je u filmu video umetnost sveukupnog života, a njegov zadatak u pružanju jednog „potpunog prikaza duše i tela“ i „osećanja večno obnavljene egzistencije“ (Ažel, 1978: 20). Pripisivao je filmu mistično opredeljenje: „Film... treba da usavrši taj izvanredni, oštromni dar za predstavljanje nematerijalnog“ (Ažel, 1978: 21). A najviša svrha filma, po njemu, nije predstavljanje činjenica, nego otkrivanje unutrašnjeg.

Eli For, čuveni francuski estetičar, smatrao je, i često u svojim delima ponavljao, da nas kamera uvodi u svet skrivene stvarnosti. Cilj filma je da prođe čitav kosmos i sa njim poveže čoveka i ostvari jedan „ogromni svebožanski život“ koji će u svestima koje su postale neosetljive za natprirodno podstaći obnovu religioznog osećanja (Ažel, 1978: 26).

Rene Švob, teoretičar filma, inače Jevrejin koji je primio hrišćanstvo, u sedmoj umetnosti vidi „grafiku nevidljivog“. On veli: „Film nam, najzad, omogućava da se spustimo do samih korena bića. Prava dimenzija filma je metafizička. On skida veo sa tajnog lica svet i otkriva tajnu koja leži u dubini svega stvorenog. Film nam u svakoj ličnosti nudi najistančaniji njen lik i to onaj koji je život sakrio od nas – metafizičko biće“. Švob veruje da kroz ritam filma svaki oblik odaje poneku tajnu prepoznajući se iza svog privida. „Film je pre slikanje nečeg što se krije s one strane vidljivog, nego slikanje tog vidljivog. On nas uvodi u mističku jednostavnost sveta“ (Ažel, 1978: 28).

Žan Epsten, režiser i teoretičar, kaže: „Film je u svojoj biti natprirodan...“ i naslućuje da je film sposoban da izrazi „dubok unutrašnji život, njegov neprekidni nemir, zamršena krivudanja, misterioznu spontanost, tajni simbolizam, tame neprobojne za razum i za volju“ (Ažel, 1978: 30).

Abel Gans, francuski glumac, režiser i pisac, pisao je: „Ne stvarati prvenstveno teatar, nego alegoriju, simbol“ i „verujem da je film magični jezik sposoban da preobražava duhove...“ (Ažel, 1978: 33).

Rene Kler, avangardni francuski autor, nameravao je da rasvetli „natprirodnu prirodu filma“, a **Ado Kiru**, grčki filmski stvaralac i teoretičar koji je stvarao u Parizu, verovao da će film ostvariti „veliko sjedinjenje života i sna, opažajnog i neopažajanog“ (Ažel, 1978: 37).

Žan Kokto, svestrani avangardni umetnik, veli da je svojim filmom *Pesnikova krv* želeo da obelodani „realizam nestvarnog, to jest, vidljivi dokaz da to nestvarno postoji samo po sebi“ (Ažel, 1978: 47).

Aleksandar Astrik, reditelj i pisac, govoreći o epohi filma koju naziva doba kamere-naliv-pera kaže da filmu ni jedna oblast ne sme ostati nepristupačna. „Najsuvlja meditacija, neka teroija o ljudskoj produktivnosti, psihologija, metafizika, ideje, strasti – sve to sasvim spada u njegovu oblast. Još bolje, recimo da o tim idejama i tim pogledima na svet samo film može da posvedoči“ (Ažel, 1978: 114).

Andre Bazen, jedan od najznačajnijih filmskih kritičara i teoretičara koga smo već pomenuli, je verovao u postojanje duhovne stvarnosti i u transcendentno te je važio za spiritualističkog teoretičara filma. Kod materijalistički i marksističko-lenjinistički naklonjenog dela kritike njegova pozicija izazivala je negodovanje i gnev, iako je, kako primećuje Anri Ažel u svojoj *Estetici filma*, kod njih došlo do zamene hrišćanske teologije jednom laičkom teologijom (dijalektičko-materijalističkom) (Ažel, 1978: 120).

Klod Marijak, autor čuvene *Estetike i psihologije filma*, smatrao je da se jedan od zadataka filma sastoji u „otkrivanju nadstvarnog u samom krilu stvarnog“ (Agel, 1978: 120), a **Etjen Surio**, filozof i estetičar, da „u svetu filma postoji jedna gotovo urođena atmosfera čudesnog“ (Ažel, 1978: 145).

Francuski fenomenolozi **Anri Ažel** i **Amede Efr** su se intenzivno bavili odnosom filma i religioznih stvarnosti. U zajedničkom delu „*Film i sveto*“ Ažel govori o načinima na koje film eksperimentiše sa pojmom „svetog“. Po njegovom mišljenju, svaki film koji se dotiče „neprolaznog“, ali potpuno očišćeno od „luciferiajnske histerije i opsednutosti niskim porivima“ (Agel i Ayfre, 1961) i koji teži „sabiranju i uzdizanju“ (Agel i Ayfre, 1961), se na izvestan način, uznosi ka Svetom. Pored toga, neophodno je da film na putu osvećenja prevaziđe stupanj faktografskog prikazivanja uvodeći u svoju strukturu pesmu ili vapaj kao ono iz čega izvire čitavo delo. Potrebno je i postići ravnotežu između plemenitosti nadahnuća i simfonijskog obilja

predstave. Ažel smatra da se sve to može ostvariti raznim stilovima. Tako, i „Dama iz Šangaja“ Orsona Velsa, svojom baroknim lirizmom, i „Aleksandar Nevski“ Sergeja Ejzenštajna, i „Tužna je Elektra“ Dadi Nikolsa svojom rasukošnom tragikom, uvode gledaoca u prostor veličanstvenog i strašnog primraka i na različite načine otvaraju veliku tajnu ljudske ličnosti koja nas ispunjava „strahom i trepetom“.

Ažel definiše tri vrste kinematografskog predstavljanja svetog (Agel i Ayfre, 1961) U prvu grupu ubraja filmove u kojima je snažno ***naglašena utemeljenost u folkloru*** i koji najčešće oprisućuju jedno pagansko osećanje svetog budući da u njima, onostrano izaziva ambivalentno osećanje i ushićenja i straha. Kao takve navodi nemački ekspresionistički film između 1917. i 1923. godine i naturalistički film poput skandinavskog nemog filma inspirisanog prirodom i folklorom.

Drugu grupu čine filmovi koje odlikuje ***prisustvo svetog u svakodnevnom***. Oni konkretne i svakodnevne događaje prikazuju kao prostor u kome se pojavljuju tajne čitavog univerzuma. Ažel tu ubraja npr. Roselinijeve neorealistične filmove ili „Ordet/Reč“ Gustava Molandera.

Treću grupu čine filmovi koji donose asketski pročišćenu stvarnost, filmovi koje odlikuje ***liturgijski asketizam***. Takvi su, na primer, Bresenovi i Drajerovi filmovi.

Pored ove, Ažel navodi još jednu poddelu manjeg značaja. Ona obuhvata:

- 1) istorijske rekonstrukcije i spektakle (Ben Hur, filmovi o Isusu Hristu)
- 2) poetske filmove (Bernadetina pesma)
- 3) filmove bez preciznog dramskog i estetskog određenja koji se kreću između dokumentarizma, pouke, epopeje i realističnih isećaka stvarnosti.

Amede Efr (Blažejovský, 2006), u istoj knjizi, u delu pod nazivom „*Film i transcendentno*“ iznosi mišljenje da film, iako je rođen sa tehničkom civilizacijom te je stoga potpuno profanog porekla, od samog početka žudi za dođrom sa duhovnom stvarnošću. On smatra da se sveto na filmu pojavljuje u različitim oblicima – od estetske „svetosti“ koju poseduju sva umetnička dela, do kosmičke i demonske „svetosti“. Efr se oslanja na fenomenološku klasifikaciju Etjen Surioa koju nalazimo u njegovom delu „*La correspondance des Arts*“ i koja navodi različite dimenzije umetničkog dela:

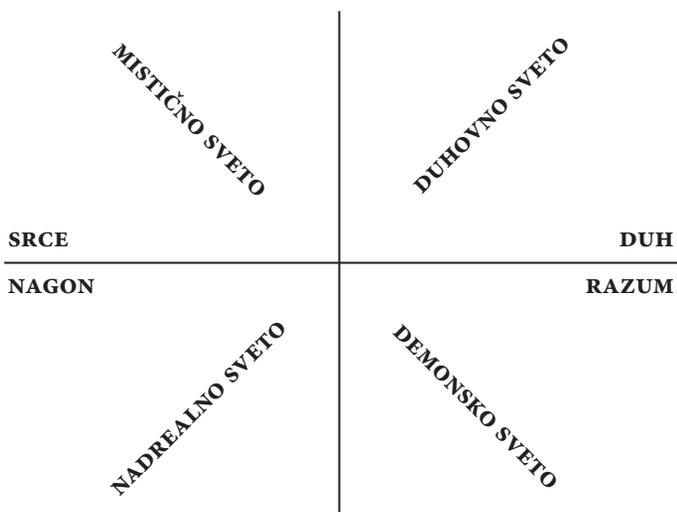
- 1) fizičko postojanje (materijalnost objekta)
- 2) fenomenološko postojanje (smisao objekta)
- 3) večno postojanje (semantika objekta)

- 4) transcendentno postojanje koje kao mistična aura obavija delo obuhvatajući svu dubinu misli i osećanja

U tom smislu se može reći da su sva umetnička dela sveta, ali ta svetost nije ona koja interesuje Efra. Njega zanima svetost u doslovnom smislu, kao ono što je suprotno profanom. On razmatra način na koji film može da dočara, izrazi, razume transcendentno, „ono što je potpuno drugačije“ (Rudolf Oto), što je suprotno od imanentnog, od sveta prirode i svakodnevnice.

Efr govori o „transcendentnom“ – uzlasku, kretanju na gore, ka Bogu i „transcendentnom“ – silasku, kretanju ka dole, ka demonskom, u smislu suprotstavljenosti razuma i nagona, svesnog i nesvesnog. Unutar čoveka postoji jedna složena stvarnost koja obuhvata različite oblike svetog pa baviti se svetim znači baviti se i njenim različitim aspektima i pojavama. Otuda ideja da se svetom može približiti i kroz razna psihološka, sociološka, istorijska i slična istraživanja.

Transcendentno (Bog)



Transcendentno (demon)

U svom spisu „*Conversion aux Images*“ Efr iznosi mišljenje da film, ukoliko je zaista umetnost, uvek nosi u sebi trag mističnog prisustva Božijeg. To se odnosi i na filmove koji nisu jasno religiozni, kao i na one profane, pa čak i na anti religiozne. Taj trag je nemoguće ukloniti iz istinske umetnosti.

Budući da većina filmova ne govori o Bogu, Amede Ajfr razlikuje četiri tipa Božijeg odsustva na filmu:

1) Odsustvo kao poricanje prisustva

Tu se ubrajaju anti-religiozni i anti-klerikalni filmovi u kojima se Bog sve-sno ignoriše ili se osporava Njegovo postojanje i smislenost vere u Njega. Bunjuel se bavi religioznim kroz kritiku i revolt usmeren protiv svake vrste religiozne represije. Ipak, dešava se da se takva dela ponekad okreću stilu koji se može označiti kao sakralni. Tako, na primer, Ejzenštajnov epski stil se utapa u atmosferu svetog – društvene snage dobijaju kosmičke i metafizičke dimenzije, proleterijat zamenjuje Hrista.

2) Odsustvo kao jednostavno i čisto odsustvo

Efr razlikuje tri vrste tekvog prikazivanja: stoičko, epikurejsko i hedonističko i tu ubraja filmove u kojima je čovek zaokupljen samim sobom (junaci Antonionijevih filmova kao i filmova novog talasa).

3) Odsustvo kao čežnja za prisustvom

Efr misli na filmove Bergmana i Felinija za koje je Bog, ako postoji, dalek i nevidljiv. Budući da je autentično prisustvo Božije je veoma teško prikazati, mnogo su češći filmovi koji odaju utisak njegovog odsustva kroz greh, očaj, ćutanje...

4) Odsustvo kao znak ili maska prisutnosti

Pre svega, Efr ubraja Bresonove, Drajerove i Roselinijeve filmove u kojima je Bog mistično prisutan kroz odsustvo i ćutanje.

Ovu zanimljivu tezu Efr je posebno razvio u delu „Cinéma et mystère“.

Ostali autori koji se konkretno bave duhovnim i transcendentnim elementima filma najčešće usmeravaju svoju pažnju na određene režisere, čija dela ne moraju uvek biti religioznog sadržaja. Oni se trude da odrede stilske elemente duhovnog filma i da dokuče šta je to što nedostaje određenim filmovima koji pretenduju da govore o religioznom i duhovnom i zbog čega pojedini u tome ne uspevaju.

Suzan Sontag (Susan Sontag) u svom radu „*Duhovni stil u filmovima Roberta Bresona*“ (1964) prepoznaje u Bresonovim filmovima kvalitete koji konstituišu film kao reflektivnu umetnost (reflective art), odnosno, kao

umetnost koja u gledaoca unosi spokoj ili stanje duhovne ravnoteže koja je i predmet samog filma. Nasuprot takvom filmu koji zahteva izvestan trud od publike, nalazi se naturalistički (naturalistic cinema) koji se „daje suviše voljno“, to jest, lako se konzumira. Refleksivni film odlikuje odgovarajuća forma kojoj se pridaje veliki značaj, zatim emocionalna distanciranost od likova koja se ostvaruje kroz *deadpan* glumu (glumu bezizražajnog lica) i izbegavanje suviše naracije i neizvesnosti. Zanimljivo je da, po Susan Sontag, jedini Bresonov film o svetitelju (Suđenje Jovanki Orleanke) predstavlja promašaj (Grace, 2009).

Pol Šreder (Paul Schrader) u „*Transcendentalni stil na filmu*“ (1972) navodi misli Suzan Sontag i nastavlja dalje da ih produbljuje. Identifikuje stilske elemente koje koriste Breson, Ozu i Drajer i postavlja ih kao temelj onoga što zove „transcendentalni stil“. Pre svega, naglašava izuzetnu važnost forme i uzdržanost glume što su elementi karakteristični za ritual i neke oblike religiozne umetnosti. To se može nazreti iz njegovog sažetog prikaza suštine transcentalnog stila kroz parove suprotnosti: „Transcendentalni stil, veli on, bira iracionalnost naspram racionalnosti, repeticiju naspram varijacije, božansko naspram ljudskog, sveto naspram profanog, intelektualni realizam naspram optičkog realizma, dvodimenzionalnost naspram trodimenzionalnosti, tradiciju naspram eksperimenta, anonimnost naspram individualizma“. Značajni pojmovi vezani za ovaj stil, a koje preuzima od Žaka Maritena, su „oskudna“ i „raskošna“ sredstva od čije pravilne upotrebe zavisi uspešnost prikazivanja duhovnih stvarnosti. Šreder naglašava da se asketizam i uzdržanost nalaze na vratima Transcendentnog (Grace, 2009).

Majkl Bird (Michael Bird) se, u „*Film kao jerofanija*“ (1979), oslanja na mnoge autore koje navodi i Šreder. Među njima su Mirča Elijade, poznati istoričar religije čiji termin „jerofanija“ je upotrebio u naslovu svog eseja, zatim teolog Pol Tilih, filozof Majkl Dufren i teoretičar filma Amede Efr. Bird govori o obliku filmskog realizma koji funkcioniše kao „teologija odozdo“ (frazu koju je koristio Pol Tilih), odnosno, koji traži sveto u dubinama same realnosti i u svakodnevnom. Bird zastupa Efrovu ideju da, u suštinski religioznom filmu, filmsko beleženje realnosti ne iscrpljuje realnost već u gledaocu budi osećaj neizrecive tajne. Film napravljen u stilu „duhovnog realizma“ (termin koji koristi Bird) može postati svedok fenomena koji Elijade opisuje kao pojavu nečeg potpuno drugačijeg, što ne pripada ovom svetu i tako postati jerofanija – projava svetog.

Piter Frejzer (Peter Fraser) u svom eseju „*Slike stradanja: sakramentalni stil na filmu*“ (1998) obrazlaže misao da su mnogi filmovi razvili stil iz hrišćanske liturgije i prikazuju Hristovo stradanje u sakramentalnom obliku, odnosno, vode gledaoca kroz liturgijsko hodočašće u iskustvo koje se jedino može okarakterisati kao uzvišeno. Iako tu vrstu filmova vidi kao poseban žanr, na žalost, ne uspeva da ga do kraja definiše i često ga shvata kao sredstvo za promovisanje crkvenog učenja čak i kada on to ne čini (Grace, 2009).

Vivijen Sobsček (Vivian Sobschak) u eseju „*Fenomenologija holivudske istorijske epike*“ (1990) govori o vizuelnom i adutivnom preterivanju holivudskih epskih filmova koje doživljava kao izraz neumerenosti jedne potrošačke kulture. Osim prenošenja utiska izobilja, ovi epovi stvaraju jednu uopštenu istoriju koja je odgovor na američki „strah od nedostatka prošlosti“ (*fear of pastlessness*) i osećaj praznine koje izaziva življenje u zemlji koja nema ruševine i artefakte koji bi je podsećali na drevnost nacionalne istorije. Filmsko preterivanje i izobilje koristi se i za izražavanje Božanske sile, pa čak, nastoji da nadomesti njen nedostatak u obezboženom svetu. Drugim rečima, komercijalni film se svojom materijalnom raskoši obraća duhovnoj praznini savremenog čoveka želeći da je popuni. Nasuprot tome, oskudni film ga neugodno suočava sa osećajem nedostatka i time usmerava ka traganju za duhovnim vrednostima ili za Transcendentnim (Grace, 2009).

* * *

Istorija filma nam pokazuje da je religiozni diskurs u filmu prisutan od njegovog nastanka pa do danas. Mnogi značajni teoretičari u filmu vide medij koji je sposban da se bavi i duhovnom stvarnošću, ma šta pod njom podrazumevali. Istraživanja teoretičara koji su izučavali način na koji se uspešno izražava ta stvarnost, uglavnom ukazuju na prevashodnu važnost formalnog aspekta filma, odnosno, na potrebu za određenim stilom. Taj stil je najčešće povezan sa formom bogoslužbenih radnji i sakralnom umetnošću uopšte. Posebno je važno da film koji poseduje religiozni diskurs ne pretenduje da *pokazuje* sveto i duhovno, niti da prepričava i objašnjava, već da nastoji da nagovesti, da nasluti, da razotkrije veo tajne svestan njene neizrecivosti, tajne sveta, čoveka i Boga.

BIBLIOGRAFIJA I VEBOGRAFIJA

- Agel Henri i Ayfre Amedee, *Le Cinéma Et Le Sacré*, Paris: Editions Du Cerf, 1961, preuzeto sa <http://www.biblisem.net/etudes/agelcsc.htm>, 24. decembra 2008.
- Ažel, Anri, *Estetika filma* (preveo Dušan Stojanović), Beogradski Izdavačko-grafički zavod, 1978.
- Asunto, Rozario, *Teorija o lepom u srednjem veku* (preveo Gligorije Ernjaković), Beograd: Srpska književna zadruga, 1975.
- Baranov, Vladimir A, „Origen i ikonoborački spor“ u: *Otačnik*, II (3), 2007: 48-59.
- Bazin, André, „The Ontology of Photographic Image“ (translated by Hugh Gray), *Film Quarterly*, 13, (4), 1960: 4-9. preuzeto sa <http://www.jstor.org>, 10. marta 2009.
- Blažejovský, Jaromir, *Spiritualita ve filmu*, Brno: Masarikova univerzita, 2006.
- Bleekere, Silvain De, „The Religious Dimension of Cinematic Consciousness in Post-modern culture“ u John R. May, *New Image of Religious Film*, Sheed & Ward, 2000.
- Grace, Pamela, *The Religious Film: Christianity and the Hagiopic*, Wiley-Blackwell, 2009.
- Johnston, Robert K, *Reel Spirituality: Theology and Film in Dialogue*, Baker Academic, 2004.
- Marković, Gligorije, Pitanje bogoslovskih uzroka ikonoboračke rasprave, *Otačnik*, II (3), Beograd: 2007, 26-41.
- Perović, David, „Propoved svetog Vasilija o Hristu (hristološko-pnevmatološka sinteza)“, *Bogoslovlje*, XLIX(LXIII) (2), 2004: 7-47.
- Rizmondo, Vladimir, „Ikonoklastički problem smisla“, preuzeto sa <http://www.matica.hr>, 15. decembra 2008.
- Sideris, Teodor, „Teološki argumenti ikono boraca u vreme ikonoboračkog spora“, *Otačnik*, II (3), 2007.
- Florenski, Pavle, *Ikonostas* (preveo Dimitrije Kalezić), Nikšić: Jasen, 1990.

Film and sacred – possibilities and modalities of representation

Summary: *In this work, we shall attempt to show the possibilities of film as medium to represent spiritual and sacred realities, based on writings of several important film theorists and film makers. We shall begin with iconoclastic dispute and the question of legitimacy of representing sacred by artistic means in Christian world, continue with Andre Bazin`s understanding of photography and finish with film and its relationship with invisible, transcendental and sacred realities. We shall inquire the thoughts upon this subject of Henri Agel, Amedee Ayfre, Susan Sontag, Peter Fraiser, Paul Schrader etc.*

Key words: *film, film theory, sacred, God, religious discours*

Antonije Aras

Videnje Apokalipse u savremenom filmu

Rezime: *Ekranizacija apokalipse zavisi od njenog doživljaja. Uzimajući pojedine delove van konteksta može doći do prenaglašavanja određenih stvari, koje umanjuju one koje su bitne. To se najbolje vidi u filmu Digitalni anđeo, u kom su nevolje koje će snaći svet, predstavljene kao bitnije od onoga da će Jagnje Božije pobediti svet. Najautentičniju ekranizaciju Apokalipse imamo u filmu „Otkrivenje“, dok se u pojedinim žanrovima iz straha od kraja sveta, pojavljuju superheroji koji spasavaju svet od njegove propasti i on nastavlja da postoji kao i pre, sve do nove katastrofe. Mogućnost prevazilaženja straha postoji promenom odnosa prema tvorevini i poverenjem prema Onome koji nas je stvorio.*

Ključne reči: *Otkrivenje, film, Jagnje Božije, strah, Drugi Hristov dolazak*

1. Uvod

Apokalipsa zauzima značajno mesto u životu svakoga čoveka. Ljudi se na različite načine odnose prema ovoj temi. Kada se pomene, ova tema ne ostavlja nikoga ravnodušnim. Hrišćani povezuju apokalipsu sa Otkrivenjem Jovanovim, neki je povezuju sa krajem sveta. Sa druge strane postoje i oni koji doživljavaju ovaj svet kao večno postojeći, a samim tim i negiraju njegov kraj. U zavisnosti od doživljaja apokalipse zavisi i predstavljanje iste, odnosno njena ekranizacija. Oni radikalniji hrišćani su se pozivali na određene delove Otkrivenja Jovanovog i izdvojili ih iz konteksta¹, predstavili kao bazične i iste ekranizovali, pri čemu je takva ekranizacija izazvala strah kod većine vernika unutar

¹ Veliki broj autora govori o vezi Otkrivenja Jovanovog i Liturgije Crkve. Detaljnije o vezi Liturgije Crkve i Otkrivenja Jovanovog pogledati : Vladan Tatalović „Evharistija Crkve kao Sitz im Leben Otkrivenja Jovanovog“, Srpska teologija danas 2009: Zbornik radova prvog godišnjeg simposiona Beograd: Institut za teološka istraživanja PBF, 2010. Str. 143-163

crkve². Oni koji strepe od kraja sveta, predstavljaju apokalipsu kao neku vrstu katastrofe koja je zadesila zemlju i ekranizacija njihovih viđenja se uvek završava spasavanjem čovečanstva od nekih neprijateljskih sila koji dolaze izvan naše orbite (vanzemaljce) i s tendencijom da se prikaže kako je naš svet spasen i da kao takav nastavlja da egzistira kao i ranije. Navedeni prikazi Apokalipse se ne uklapaju sa hrišćanskim viđenjem Drugog dolaska Hristovog i na neki način se udaljavaju od njega. Cilj ove studije je da se kroz prikaz filmova koji su direktno, ili indirektno u vezi sa ovom temom, prikaže različite doživljaje apokalipse i na koji način se oni udaljavaju od onog hrišćansko-pravoslavnog doživljaja Drugog Hristovog dolaska. Ovde će biti dato viđenje apokalipse kroz jedan deo savremenog filma, a koji su ostavili utisak na autora ovog teksta.

U prvom delu biće pojašnjen sam pojam apokalipse, potom šta o tome govori Sveto Pismo. U nastavku biće prikazana viđenja apokalipse u biblijsko-istorijskom, dokumentarnom i savremenom filmu. Na kraju opisace se doživljaj Drugog dolaska Hristovog u okrilju pravoslavnog hrišćanstva.

2. Pojam

Sam pojam apokalipsa potiče od grčke reči Ἀποκάλυψις, što označava objavu Božiju ljudima o nečemu skrivenom i samo njemu poznatom. Povezuje se sa poslednjom knjigom u Novom Zavetu, Otkrivenjem Jovanovim. U novije vreme se apokalipsa poistovećuje sa krajem sveta. Sa druge strane pravoslavno hrišćanstvo ne govori o apokalipsi kao o nečemu što je u vezi sa kataklizmom koju će ljudski rod prevazići sopstvenim naporom, već sa iščekivanjem Drugog Hristovog dolaska, događaja koji će uslediti na kraju sveta. U nastavku će biti izloženo kako nam Sveto Pismo opisuje ove događaje i na koji način su isti ekranizovani.

2.1. Sveto Pismo o poslednjim događajima

Radi lakšeg razumavanja ove tematike u nastavku će biti izloženi oni stihovi koji govore o ovim događajima i na koji način se oni reflektuju u svesti hrišćana. U zavisnosti od toga kako se reflektuju biće i ekranizovani od strane pojedinaca koji se bave ovom tematikom.

U jevandjelju po Mateju kada pitaju Gospoda Isusa Hrista: Kaži nam kada će to biti? I kakav je znak Tvog dolaska i kraja sveta? (Mt. 24:3)... u nastavku im

² Ovde se misli na dokumentarni film Digitalni andjeo o kome će u nastavku teksta biti reči. (Prim. Aut.)

Gospod Isus Hristos ukazuje na nevolje koje će zadesiti svet pred njegov Drugi dolazak. Govori o lažnim prorocima, ratovima, zemljotresima, gladi, pomoru... (Mt. 24: 4-12)³...na kraju kaže, da kao što munja izlazi na istok i zalazi na zapad, takav će biti dolazak Sina čovečijeg. (Mt. 24: 27)⁴ U Otkrivenju Jovanovom opisani su događaji koji su u vezi sa krajem sveta. Pominje se žig zveri koji će se pojaviti i biće postavljen ljudima na čelo, ili na desnu ruku, a bez njega se neće moći ništa ni kupiti, ni prodati (Otk. 13: 16-17; 14,9)⁵. Gospod Isus Hristos nam poručuje da ovaj naraštaj neće proći dok se sve ovo ne zbude (Mt. 24,34)..., A o danu tom i času niko ne zna, ni anđeli koji su na nebesima, do Otac moj sam (Mt. 24, 36). Koliko su samo ovi stihovi izazvali polemike među vernicima, pa su stoga i predstavljeni na različite načine. Mnogobrojni su pokušaji predstavljanja ove tematike kroz literaturu⁶ i film. U daljem tekstu ćemo pokazati na koji način je izvršena ekranizacija događaja opisanih u Svetom Pismu.

3. Ekranizacija apokalipse

U zavisnosti od pristupa pojedinca interpretaciji ovih događaja, a radi lakšeg sagledavanja ove problematike ekranizaciju apokalipse posmatraćemo kroz tri kategorije filma; biblijsku, dokumentarnu i savremenu.

3.1. Apokalipsa u biblijskim filmovima

Biblijski filmovi se obraćaju direktno vernicima, ni po čemu se ne narušavaju njihove dogme, a crkva ih je koristila u edukativne svrhe⁷. Ovde su ekрани-

3 O tumačenju ovog dela pogledati Jefrem Sirijski „Tumačenje Četiri Evandjelja“, <http://www.scribd.com/doc/7179517/Jefrem-Sirijski-Tumacenje-Cetiri-Evandjelja>, str. 85 (preuzeto 04. 06. 2010.)

4 Budući da se dolazak Gospodnji očekuje sa istoka, iz tog razloga se u pravoslavnom hrišćanstvu hramovi grade tako da je oltar okrenut ka istoku. Prilikom čitanja svakodnevnih molitvi preporučuje da se one čitaju tako da je onaj koji se moli okrenut ka istoku. (Prim. Aut.)

5 Ovi stihovi su korišćeni izvan konteksta kompletnog Otkrivenja Jovanovog (videti fusnotu 1) i često su služili određenom broju autora koji se bave pitanjima kraja sveta da stvaraju određenu vrstu apokaliptične literature koja ne retko izaziva strah kod vernika. Otkrivnje opisuje i te događaje, ali ne bi trebalo da ga posmatramo isključivo kroz tu prizmu i na kroz istu graditi različite teorije. (Prim. Aut.)

6 Postoje pokušaji da se precizno protumače ovi stihovi, pa se polazi od toga šta će uslediti pred Drugi Hristov dolazak „Prorok poslednjih vremena monah-starac Gavriilo (Žitije, pouke, proroštva)“ autor i priređivač Makrina Majstorović, za izdavača Jaroslav Dragslar, Beograd, 2009., str. 179-181. Slično videti i Mitropolit Veniamin Fedčenkov „O kraju sveta“, <http://www.scribd.com/doc/> (preuzeto 07. 06. 2010.). Sa druge strane postoje i autori koji pokušavaju i precizno da definišu vreme kada će uslediti kraj sveta, Petko Nikolić Viduša, Velika piramida i kraj svijeta <http://www.scribd.com/doc/3460042/Velika-Piramida-i-Kraj-Svijeta> (preuzeto 01. 06. 2010.). Ovde je naveden samo deo literature, radi boljeg razumevanja same studije. (Prim. Aut.)

7 Dragan Jovičević, „Jedina istina u celuloidnoj formi“, http://www.danas.rs/dodaci/vikend/jedina_istina_u_celuloidnoj_formi.26.html?news_id=187371 (preuzeto 8.06.2010)

zovani događaji iz Biblije onako kako su i opisani. Postoje mnogi filmovi koji opisuju te događaje, kako novozavetne, tako i starozavetne. Oni koji opisuju događaje iz Novog Zaveta, uglavnom su bazirani na život i delo Gospoda Isusa Hrista i njegovih učenika⁸, no nijedan od ovih filmova se ne bave temom apokalipse. U određenim delovima ovih filmova, pominju se stihovi iz Svetog Pisma koji govore o Drugom Hristovom dolasku, ali se sami događaji ne opisuju. Postoji samo jedan film koji se bavi tematikom Otkrivenja⁹, film je pod istim nazivom i on opisuje viđenja i način na koji je sam Jovan ista imao. Ovo je možda i jedini film koji objedinjuje svojim prikazom, momenat kada je Jovan pisao svoje Otkrivenje, s jedne strane, a sa druge strane, viđenja koja su u vezi sa poslednjim događajima. Oni su prikazani na jedan diskretan način, ne tendenciozno, nego se pojavljuju kroz film, a pri tom ne skrece sa centralne teme. Film je sveobuhvatan i nevolje koje snalaze svet pred Drugi Hristov dolazak su prikazane kao deo jedne celine i nisu izuzete iz konteksta samog Otkrivenja, što je i veoma važno za bolje razumevanje ove tematike. U odnosu na ovako prikazan sled događaja, postoje filmovi koji prikazuju događaje samo kroz jedan okvir, a to su dešavanja u svetu pred Dolazak Gospodnji. Dok je u filmu „Otkrivenje“ predstavljena pobeda Jagnjeta Božijeg i taj događaj u svesti vernika izaziva radost i otuda se viđenja Jovanova o nevoljama pojavljuju kao nešto prolazno i ista se ne akcentuju, sa druge strane akcentovanje pojedinih delova samog Otkrivenja i ekranizacija istih, može da prouzrokuje strah, što nije redak slučaj. U nastavku će biti reči o ovoj vrsti filmova, koja na neki način izazivaju strah, a ovde su svrstani u kategoriju dokumentarnih.

3.2. *Apokalipsa u dokumentarnim filmovima*

U okviru ove kategorije, postoje različiti opisi i tumačenja Otkrivenja Jovanovog, ovde se nećemo baviti svim filmovima. Postoje oni, koji na jedan naučni način, kroz prikaz različitih mišljenja pokušavaju da daju jedno objektivno tumačenje, povezujući je sa sadašnjim događajima i to ne čine tendenciozno¹⁰. Nasuprot njima postoje i filmovi koji akcentuju samo po-

8 To su uglavnom filmovi „King of the Kings“, u režiji Sesil B. De Mil, 1927 god., „Jevanđelje po Mateju“, u režiji Pjer Paola Pazolinija, 1965, „Isus iz Nazareta“, u režiji Franka Zeffirelli, 1977., „Pasija“, u režiji Mel Gibsona, 2004. Postoji čak 150 filmova o životu Gospoda Isusa Hrista. O Ovoj temi opširnije videti u „Isus-filmska zvijezda“, <http://idesh.net/timebuster/isus-filmska-zvijezda>, (preuzeto 11.06.2010.)

9 Film „Otkrivenje“, u režiji Rafaella Mertesa, 2002. http://en.wikipedia.org/wiki/Apocalypse_Revelation (preuzeto 11.06.2010.).

10 Jedan u nizu takvih filmova je i dokumentarni film „Apocalypse“, u režiji William Crana, Ben Loetermana i Nancy Frazera, 1999.

jedine delove Otkrivenja, a na koje ćemo i mi ovde ukazati. U obilju filmova koji prikazuju Apokalipsu na jedan tendenciozan način¹¹, biće izdvojena dva filma koja su stekla veliku popularnost kod nas. To su filmovi Duh vremena (Zeitgeist)¹² i Digitalni anđeo¹³.

U ovim filmovima se prikazuju događaji koji će uslediti pred Drugi Hristov dolazak. Ono što dominira u ovim filmovima, to je tumačenje stihova iz Otkrivenja Jovanovog (Otk. 13: 16-17; 14,9), koji govore o žigu zveri i njegovoj implementaciji na čoveka preko mikročipa na desnoj ruci ili čelu. Pri tome se na razne načine ukazuje gledaocu kako da izbegne buduće stanje. Zeitgeist čak i religiju, odnosno Hrišćanstvo prikazuje kao jednu i to prvu u nizu teorija zavera. Sa druge strane Digitalni anđeo, ponavlja deo o čipu koji se pominje i u gore pomenutom filmu, s tim što obiluje praktičnim savetima šta bi trebalo svaki hrišćanin da čini u takvoj situaciji.

Možemo se zapitati kakav je smisao ovih filmova? Ako ih posmatramo iz one perspektive da su autori ovih filmova hteli da na aktuelna dešavanja i na taj način pomognu ljudima da shvate istinu onoga što se dešava u svetu, onda je razumljiv način na koji su oni to učinili. Međutim, ti filmovi mogu probuditi veliki strah unutar čoveka i dovesti da od mnogobrojnih zastrašivanja, zaboravi da će Jagnje Božije pobediti svet. A upravo ti strahovi i dominiraju kroz oba filma, a ne činjenica da je Hristos put, istina i život (Jn. 14, 6), koji će pobediti svet, kako je to u filmu Otkrivenje lepo prikazano.

3.3. *Apokalipsa u ostalim filmskim žanrovima*¹⁴

U odnosu na dokumentarne filmove koje su ovde prikazani, a koji kroz predstave o onome što će se dešavati izazivaju strah kod gledaoca, pojedini opet

11 Svi ovi filmovi u osnovi na jedan sličan način opisuju događaje koji su u vezi sa događajima opisanim u Jovanovom otkrivenju, posmatraju ih kroz različite oblike teorija zavere i pokušavaju da ih razotkriju i ubede javnost u njihovo postojanje. Internet stranice obiluju ovakvim filmovima. Ovde nije reč o proveriti istinitosti svega onoga što je navedeno u tim filmovima, već o nepotrebnosti tolikih ekranizacija, koje u većem delu onoga što nas okružuje, vidi teoriju zavere. Pravi reprezentivi ovih filmova su upravo Digitalni anđeo i Duh vremena (Zeitgeist) (Prim. Aut.)

12 Film Petera Josepha, režiran 2007. http://en.wikipedia.org/wiki/Zeitgeist_movie, (preuzeto 12.06.2010.)

13 Kako su ga definisali na Wikipediji, Digitalni anđeo-žig zveri je pravoslavni misionarski film, posvećen tematici dokumenata sa brojem 666, <http://sr.wikipedia.org/sr/> (preuzeto 12.06.2010.)

14 U koncepciji ovog dela posebnu zahvalnost izražavam svom prijatelju i kolegi Nikici Jakšiću, koji mi je u razgovorima koje smo vodili pomogao u sveobuhvatnijem sagledavanju ove tematike. (Prim. Aut.)

govore o događajima koji će se zbiti pred Drugi Hristov dolazak, što znači da ne negiraju kraj sveta i dolazak Sina Čovečijeg¹⁵, u ostalim filmskim žanrovima imamo jednu drugačiju predstavu Apokalipse. U čemu se to ogleda?

U jednom delu filmskih žanrova možemo govoriti o strahu od kraja sveta. Taj strah se ogleda u spasavanju sveta od nekoga, ili nečega i to kroz jednog čoveka, koji postaje superheroj¹⁶. Ljudi usled spasavanja od nevolje od strane superheroja, osećaju olakšanje i vraćaju se svojim aktivnostima, a svet se polako oporavlja od posledica katastrofe, sve do neke sledeće nevolje koja će se dogoditi¹⁷. Tako se stvara začarani krug iz koga se ne vidi izlaz, poput „kruženja materije u prirodi“.

4. Zaključak

Činjenica je da u zavisnosti od stava autora nekog filma prema apokalipsi postoje različite ekranizacije događaja. Biblijski film Otkrivenje nam na jedan najautentičniji način prikazuje događaje iz Jovanovog Otkrivenja i to kao celinu, ne izuzimajući njegove pojedine delove. Ti pojedini delovi o nevoljama koje će snaći svet pred Drugi Hristov dolazak su predstavljene diskretno, jer je akcenat stavljen na Jagnje Božije koje će pobediti svet. Sa druge strane film Digitalni anđeo prenaglašava jedan aspekt Otkrivenja koji se svodi samo na nevolje koje će snaći svet pred kraj, tako da pobjeda Jagnjeta dolazi u drugi plan. Iz istog straha od kraja sveta i želje da svet postoji na isti način kao što je to i sada postoji mnogo filmova koji govore o nekim nevoljama koje će snaći svet¹⁸, ali one bivaju prevaziđene zahvaljujući superheroju koji se pojavljuje i rešava problem, oslobađa od onih vidljivih i nevidljivih neprijatelja. Ono što možemo zaključiti je da postoji strah kod ljudi od kraja i onoga što ih očekuje pred kraj. U pravoslavnom hrišćanstvu filmovi poput Digitalnog anđela unose strah i pometnju u svesti vernika. Oni mogu postaviti pitanje, a kako da se pripremimo? Da li ih treba plašiti

15 Ovde se prvenstveno misli na film Digitalni anđeo, jer Zeitgeist govori o Hrišćanstvu kao jednoj od teorija zavere, tako da se tu ne misli na Drugi Hristov dolazak. (Prim. Aut.)

16 Možda je na neki način, čovek ipak svestan vremenske ograničenosti sveta i postoji u dubini bića ideja o spasavanju sveta, kroz Jednog, samo što je taj Jedan- Gospod Isus Hristos, a ne superheroj kako se inače predstavlja (Prim. Aut.)

17 Ovde se mogu ubrojati filmovi naučne fantastike gde su vanzemaljci, ili neki virusi... spoljni neprijatelji koji napadaju stanovnike zemlje. Npr. Nemoguća misija, 12 Majmuna, Matrix...Ovde bih pomenuo još jednu grupu filmova koji govore o dolasku Antihrista kao što su Predskazanje 1 i 2, Otkrivenje u režiji Andre van Herdena, 1999. (Prim Aut.)

18 Slično kao i u Otkrivenju Jovanovom koji se odnosi na pošasti koje će snaći svet. (Prim. Aut.)

sa nekim sledećim Digitalnim anđelom, ili jednostavno objasniti i podsetiti da je za nas svaka liturgija iščekivanje Hrista i da se ono ispunjava kroz pričešće, kada nas sveštenik poziva da sa strahom Božijim i verom pristupimo, dok se peva: Blagosloven je Onaj koji dolazi u ime Gospodnje, Bog je Gospod i javi se nama. Okrenuti ka Istoku, takav će biti i dolazak Gospodnji. Mogućnost prevazilaženja straha postoji promenom odnosa prema tvorevini i poverenjem prema Onome koji nas je stvorio.

BIBLIOGRAFIJA

- Vladan Tatalović „Evharistija Crkve kao Sitz im Leben Otkrivenja Jovanovog“, Srpska teologija danas 2009: Zbornik radova prvog godišnjeg simposiona Beograd: Institut za teološka istraživanja PBF, 2010. Str. 143-163.
- Jefrem Sirijski „Tumačenje Četiri Evandjelja“, <http://www.scribd.com/doc/7179517/Jefrem-Sirijski-Tumacenje-Cetiri-Evandjelja>, str. 85 (preuzeto 04. 06. 2010.).
- „Prorok poslednjih vremena monah-starac Gavriilo (Žitije, pouke, proroštva)“ autor i priređivač Makrina Majstorović, za izdavača Jaroslav Dragslar, Beograd, 2009.
- Mitropolit Veniamin Fedčenkov „O kraju sveta“, <http://www.scribd.com/doc/Veniamin-Fedcenkov-O-kraju-sveta>
- Petko Nikolić Viduša, Velika piramida i kraj svijeta <http://www.scribd.com/doc/3460042/Velika-Piramida-i-Kraj-Svijeta>
- Dragan Jovićević, „Jedina istina u celuidnoj formi“, <http://www.danas.rs/dodaci/vikend/>

VEBOGRAFIJA

- „Isus-filmska zvijezda“, <http://idesh.net/timebuster/isus-filmska-zvijezda>
http://en.wikipedia.org/wiki/Apocalypse_Revelation
http://en.wikipedia.org/wiki/Zeitgeist_movie

Davorin Peterlin

Od usmene predaje do Markova evanđelja i od Markova evanđelja do *Pasije* Mela Gibsona: Neke poveznice između *Redaktionsgeschichte* i *regie*¹

Početak 2004. živio sam i radio u Oxfordu na teološkom fakultetu Regent's Park College. Jednoga dana došao mi je prijatelj i kolega koji je predavao Novi zavjet na tom istom teološkom koledžu, isto kao i ja, i pozvao me na prikazivanje jednoga filma. Pitao sam ga kojega? „Pasija“, rekao je. „Je li ti to mene izvodiš u kino?“ „Ne“, rekao je, „to je posebna projekcija samo za uži krug ljudi.“

Drugi dan zaputili smo se autobusom u London, došli na mjesto prikazivanja filma i sjeli u osrednju dvoranu u kojoj je već bilo dvjestotinjak ljudi, očito sve poizbor uzvanici. Počelo je prikazivanje film Mela Gibsona *Pasija Isusa Krista*. I film traje, traje, traje i završi. Pola ljudi jeca, pola ljudi zuri u prazno. Moj kolega i ja se pogledamo i ništa nam nije jasno. Mi smo zbunjeni gledajući i film i reakciju ljudi. Nakon prikazivanja filma bila je diskusija. Jedan od asistenata redatelja bio je tamo i odgovarao na pitanja. Svi su bili duboko ganuti, a nas dvojica smo se usred diskusije digli i otišli. Sljedeća dva sata, odlazeći do autobusa i u vožnji autobusom do Oxforda, razgovarali smo, nas dvojica iz istoga faha, što nam se nije sviđjelo u filmu. Naša reakcija je bila negativna.

Kada sam dobio poziv da dam neki doprinos ovome skupu, pao mi je na pamet medij, film, i upravo taj film. Onda sam povezao svoju pozadinu

¹ Posthumno ureden tekst prema tonskom predlošku s predavanja koje je dr. sc. Davorin Peterlin održao 8. svibnja 2010. godine u Domu omladine u Beogradu. Priredila Senka Šestak-Peterlin.

novozavjetničara s ovim filmom. Zašto? Zato što mislim da medijizacija postoji već i u 1. stoljeću, što ću probati opisati, te da se 1. stoljeće može na-dovezati na 20. i 21. stoljeće kada je riječ o širenju, odnosno popularizaciji evanđelja, premda je ono što se događalo u 1. stoljeću prije bila evangeliza-cija. Ali i popularizacija radosne vijesti o Isusu Kristu. Ova pretpremijera kojoj sam nazočio u Londonu ukazivala je na okrenutost mediju i publici koja će taj film gledati, a svrha ovih pretpremijera, kojih je bilo jako puno i u Velikoj Britaniji i još više u Americi i u zemljama Europe, bila je da se procijeni, da se vidi reakcija, da Mel Gipson sam unaprijed vidi kako reagi-rajaju ljudi iz određenih fahova i crkvenih struktura na film.

Vratimo se u prvo stoljeće. Novi zavjet, Isus Krist kao povijesna osoba. Tri godine javne službe tijekom koje hoda po Palestini, Galileji i drugdje. Na kraju završava tako što ga uhite, muče i raspnu na križ. Zapisi kažu da je nakon toga uskrsnuo. No za našu temu iznimno je važno što se događa nakon toga. Vjera u uskrsnuće među prvim vjernicima, koji su bili uzbuđe-ni, zastrašeni, preplašeni, razočarani, i gledanje unatrag na ono što je Isus učio i govorio te spoznaja: „Da, sada nam je jasno!“ – potaknula je proces širenja vjere. Sljedbenici Isusa i sljedbenici sljedbenika nastoje tu poruku prenijeti drugima. U ono vrijeme to se, naravno, izvodi isključivo usme-no jer drugih oblika medija nije ni bilo, osim službenih zapisa vlasti, depe-ša itd. Nastaju evanđelja kao zapisi o tome što je Isus, tko je Isus, kako je počeo djelovati među ljudima, što je radio, što je govorio i kako je završio. Samo usput jedna primjedba: evanđelja ne nastaju prva, premda kronološ-ki opisuju događaje važne za kršćane. Prve nastaju poslanice, i to puno pri-je evanđelja, na što mi ponekad zaboravljamo a što je značajno gledajući povijesni kontekst. Ljudi razgovaraju i prenose istinu o Isusu. Što prenose? Netko kaže: „Ja se sjećam da je Isus u Propovijedi na gori rekao to...“, net-ko drugi je primijetio da je Isus u istoj Propovijedi rekao ono; jedan kaže: „Ja znam kada je Isus izgonio onog demona“ (ili se sjećam), drugi kaže što se dogodilo oko Isusova rođenja. Nastaju mali oblici usmene predaje, kako novozavjetničari danas gledaju na to, mali oblici usmene građe koja se pre-nosila. To su bile ili pripovijesti o događajima iz Isusova života ili Isusove riječi koje su, pretpostavlja se, bile skupljene u veće skupine, dočim su u po-četku postojale kao male jedinice građe. Vjerojatno se kasnije unutar prvih dvadesetak godina, koje nije pokriveno nikakvom pisanim dokumentima koje danas imamo, počinju zapisivati te male jedinice u obliku u kakvom ih danas imamo: Isusov događaj taj, Isusove riječi te. Tako nastaje pisanje

triju, a zatim i četvrtoga evanđelje. Što je nama bitno? Nama je bitno da se usmena predaja i pisana predaja polako razvijaju i stapaju.

Kritičke metode

U stručnom pristupu kroz povijest tumačenja evanđelja postupno se počinju razvijati kritičke metode, kako to stručnjaci danas nazivaju. Neke od njih su *Kritika oblika* koja se bavi rekonstrukcijom usmenih jedinica građe koje razaznajemo u evanđeljima i *Kritika izvora* koja se bavi jedinicama građe, pisanim perikopama koje postoje i kakve danas imamo, a mogu se razaznati u evanđeljima. Nakon toga pokušava se rekonstruirati *Sitz im Leben* situacija, kontekst, neko konkretno mjesto, nego u kojoj je situaciji Marko, primjerice, mogao zapisati ovaj tekst ili onaj tekst, ili odabrati ili oblikovati neki događaj iz Isusova života. Te različite male jedinice građe dijele se potom na paradigme, pripovijesti, novele, legende, mitove itd. Problem koji se ovdje pojavljuje jest da ne postoji ujednačena terminologija za sve te jedinice, ali se pokušavaju nekako klasificirati da bi nam bilo lakše govoriti što je usporedba, što je metafora, što parabola, alegorija itd. Stručnjaci za Novi zavjet, čitajući te priče i primjenjujući kritičke metode, zaključuju da su pisci novozavjetnih evanđelja bili skupljači, oni koji su pabirčili negdje ovu priču, negdje onu priču, ovu zbirku Isusovih govora. Međutim kasnije, početkom 20. st., novozavjetna znanost ide dalje i kaže da to nije dovoljno, da novozavjetni pisci nisu bili samo puki skupljači nego da su oni bili autori, ako ne autori onda redaktori, urednici teksta, imali su određene materijale na raspolaganju koje su onda oblikovali. Pisци koje poznajemo kao Matej, Marko, Luka i Ivan nisu bili samo puki skupljači, oni su bili teolozi. Oni su znali kako će složiti građu koju imaju, na koji način, zašto. Imali su na raspolaganju svjedočanstva očevidaca, neke zapise, tradicije, usmene izvore, imali su nešto što nazivamo *Q* ili *Quelle*, što je kolekcija Isusovih izreka i govora. Nekad se rabi i termin *logia*. U tom najranijem obliku u to vrijeme postojali su vjerojatno već i liturgijski dijelovi vjeroispovijesti u najranijoj crkvi u tom predpisanom obliku koje su neki pisci evanđelja, a prije toga apostol Pavao i neki drugi pisci poslanica, uzimali i ugrađivali u svoje tekstove. Dakle, ti su pisci evanđelja bili redaktori i urednici.

Za daljnje razumijevanje ove priče kao predložak poslužiti će nam tri evanđelja: Matejevo, Markovo i Lukino – sinoptici – koji se, dakle, mogu poredati u paralelni stupac i pratiti kako radnja paralelno teče, uz određene modifikacije. Modifikacije nastaju upravo zbog uredničkih izbora: što

izbaciti, što dodati, na koji način rasporediti građu i sl. Primjerice, kada učenici pitaju kako da molimo, a Isus im kaže: Evo ovako, vidimo da Lukina i Matejeva verzija Isusove molitve *Oče naš* nisu istovjetne, one nisu sasvim jednake u riječima koje se navode. Zatim u prvom retku Matej kaže: „*Blago siromašnima duhom.*“ Luka jednostavno kaže: „*Blago siromašnima.*“ Zašto? Zašto jedan kaže jedno, a drugi kaže drugo. Kako to objasniti? Ustanovljavanje Večere Gospodnje (euharistije) također nije prikazano na jednak način. Čišćenje hrama u Ivanovu evanđelju stavljeno je na sam početak evanđelja, dok kod sinoptika, druge trojice, pred kraj, prije nego što Isusa uhite. I tako dalje. Neki od ovih urednika redaktora izbacili su neke dijelove koji su bili kod onih drugih. Rasprava o odnosu između Matejeva, Markova i Lukina evanđelja tema je u koju ne možemo sada ulaziti, ali pretpostavljamo da je Markovo evanđelje nastalo prvo, ja pretpostavljam, a da su Matejevo i Lukino evanđelje pisani nešto kasnije.

Koji je bio dodatni problem kod pisanja evanđelja i zašto ona nisu jednaka? Dodatni problem je bio jezik. Kojim je jezikom Isus govorio? Hrvatskim i srpskim nije, engleskim nije, premda to ponekad rado mislimo, nego je govorio aramejski, kao i većina prvih kršćana opisanih u evanđeljima. Međutim, Novi zavjet napisan je na grčkome. Zašto? Zato što su svi pisci pisali na grčkome za publiku koja je manje više govorila grčki; dakako, neki kojima je Matej pisao bili su palestinski Židovi, pa je Matej možda smatrao da je neki novozavjetničar prvo napisao evanđelje na aramejskom, koje je kasnije prevedeno na grčki, dok je Luka, koji je pisao kršćanima Židovima i drugim kršćanima koji su živjeli izvan Palestine, odmah pisao na grčkome. Moramo imati na umu da je riječ o prijevodu. A svaki prijevod je tumačenje! Svaki prijevod je izbor. Jezici su drukčiji. Možda se jedna riječ može prevesti ovako ili onako, na neki drugi način. No postoji problem preklapanja semantičkih polja, što nije uvijek jednostavno, a to je problem koji je poznat svima vama koji ste se bavili prevođenjem, vi znate o čemu pričam.

Svrha evanđelja se uvijek može iščitati. Novozavjetničari se time bave. Ako je pisac ili zadnji u nizu pisaca, urednika, redaktora, bio kreativni teolog, a smatra se da su bili, onda se svrha pisanja može razaznati /iščitati iz cijeloga teksta, pa se kaže, primjerice, da je Luka pisao za kršćane koji su živjeli izvan Palestine, čija je veza s Palestinom i židovskim kršćanima bila slaba; Matej je pisao za kršćane židovskog podrijetla kojima je bilo važno pokazati da je Isus došao kao novi zakonodavac nakon Mojsija. Zato je i podjela Matejeva evanđelja takva da postoji pet glavnih dijelova Isusova

naučavanja oko kojih se vrti narativa ili pripovijesti. Marko je pisao ponajprije da utvrdi vjeru ranih kršćana koji su se nalazili u potrebi, poteškoćama i pritisku progonstva.

Kakve sve to veze ima s Mel Gibsonom? Moja teorija je da je Mel Gibson prvo bio redaktor, na sličan način na koji su bili i Matej, Marklo, Luka i Ivan, i svi koji su bili uključeni u proces formiranja svakog od evanđelja. Drugo, ova novozavjetna *Redaktionsgeschichte* ili *kritika redakcije* jedan je zgodan mogući mehanizam koji se može primijeniti na proizvod, na njegovo evanđelje, usudit ću se reći Mel Gibsonovo evanđelje/Evanđelje Mela Gibsona, isto kao što postoji i Isus Krist Superstar evanđelje te drugi prikazi Isusova života. Svi oni imaju neku svrhu, neki cilj, pa je i izbor događaja i način prikaza podređen toj svrsi. U Mel Gibsonovoj *Pasiji Isusa Krista* isto se može razaznati svrha, premještajući i primjenjujući ovu metodu, koja je izrasla u novozavjetnom okrilju novozavjetne znanosti, a građena na lingvističkim i drugim sekularnim uvidima. Prednost koju imamo kod Mel Gibsona je ta što je Mel Gibson živ, a Matej, Marko i Luka nisu živi pa nam ne mogu reći što su mislili. Mel Gibson nam je objasnio u raznim intervjuima što je mislio, zašto je mislio na određeni način, što je htio. Tu smo u malo boljoj poziciji. U tekstovima novozavjetnih pisaca uglavnom nagađamo na temelju samoga teksta, a Mel Gibson nešto kaže, a nešto i sami razaznamo.

Za Mel Gibsona znamo da je glumac, da se počeo baviti režijom, ali bitno je i da je vrlo konzervativni katolik koji ne prihvaća odluke Drugog vatikanskog koncila i živi u jednoj teološkoj unutarkatoličkoj crkvi ipak malo u prošlosti.

Pogledajmo film. Film prati Isusov život. Zanima nas kakav je Mel Gibson bio kao urednik, kao redaktor, kao redatelj. Prvo se pojavljuje problem jezika. Kao što su novozavjetničari imali isti probelm, pa su se pitali hoćemo li na aramejskom ili na grčkom, a potom su prevodili sve što su imali na grčki, tako se i Mel Gibson pitao hoće li film izvesti, po uzoru na sve normalne filmove kolji se snimaju u Hollywoodu u Americi, na engleskom. I onda je rekao: „Ne!“ I što je napravio? Odlučio je, vrlo umiješno, da će Židovi pričati aramejski, Rimljani neka pričaju latinski, a publika će pratiti prijevod u titlovima. I to je jedan zanimljiv poduhvat koji s jedne strane navodi gledatelja na veću pozornost i uspoređivanje onoga što se čuje i što se vidi, te uvodi gledatelja u sam film. S druge pak strane, neki kritičari drže da je time Mel Gibson napravio jedan odmak od onoga što se događa u filmu i onoga što se govori, i rekao da ono što se govori nije važno jer to

nitko ne razumije, važno je ono što se vidi, a time udaljava dijalog od gledatelja, kao da su Isusove riječi manje važne od redateljeva djela vizualnoga spektakla. Prijevodi koji postoje u filmu nisu sasvim cjeloviti; nešto i nije prevedeno, primjerice neke ružnije riječi, psovke koje se pojavljuju i, naravno, najpoznatija izreka *Njegova krv na naše glave i na našu djecu* koja se pojavljuje u filmu i izgovorena je ali nije prevedena. Zašto? Novozavjetni je to tekst koji je Mel Gibson ipak morao izrezati zbog optužbi za antisemitizam. (O tome nememo vremena govoriti.)

Koji su bili njegovi izvori? Poznati su nam novozavjetni izvori, no postavlja se pitanje čime se Mel Gibson još mogao koristiti. Imao je Markovo evanđelje, druga sinoptička evanđelja i Ivanovo evanđelje. Može se uočiti da je ponegdje nešto preuzeto iz ostalih dijelova Novoga zavjeta te nešto malo iz Staroga zavjeta. Njegov glavni izvanbiblijski izvor, međutim, je bila knjiga Anne C. Emmerich iz 18. st., koja je bila rimokatolička mistikinja. Iz njezina je djela Mel Gibson preuzeo većinu građe koju nije preuzeo iz evanđelja i iz nekih drugih izvora. Razlike koje imamo u odnosu na evanđelja, bilo Markova ili sva tri ili četiri zajedno, a postoje u filmu su sljedeće: Isus gazi glavu zmiji u Getsemanskom vrtu - toga nema u novozavjetnom evanđelju. Također nema prikaza Jude koji nakon što izda Isusa biva proganjan dječicom demonskih očiju, što zastrašuje kao u najgorem horor. Nedostaje, predmnijevam, jedna politička dimenzija, koju on samo natuknuje, između Tiberija Cezara i Poncija Pilata. Poncije Pilat se zapravo boji što će mu njegov nadređeni učiniti ako on ne osudi Isusa i tako izazove nemire. Usput, i Mel Gibsonov prikaz Poncija Pilata i prikaz Poncija Pilata u evanđeljima povijesno je vrlo problematičan jer izvanbiblijski prikazi Poncija Pilata ocrtavaju ne kao poštenog, časnog, divnog, rimskog aristokrata nego kao tiranina, surovog krvnika koji je mučio i ubio stotine tisuća Židova za vrijeme svoje službe. Sljedeći primjer je ptica koja kljuca oko razbojniku koji je obješen kraj Isusa - toga nema u Novom zavjetu, zatim nema Mel Gibsonove ruke, jer nije živio prije dvije tisuće godina, kojom sam zabija onaj jedan čavao. Time želi propagirati svoju teologiju: I ja sam među onima koji su Isusa razapeli, osudili i ubili. Zatim epizoda, koja je meni vrlo smiješna, koja prikazuje Isusa kao dječaka koji se domisli da će napraviti stol s višim nogama od uobičajenoga za ono vrijeme s niskim nogama, pa kad dođu Rimljani da mogu otmjeno sjesti za stol kao mi danas. Tim postupkom Mel Gibson prikazuje Isusa kao vizionara izvan svoga vremena, ali to je smiješno i ne služi nikakvoj teološkoj svrsi.

Postoje problemi s porukom Mel Gibsonova filma jer se sve vrti oko silnoga nasilja koje je proizvoljno i za koje nema novozavjetnog opravdanja. Ona postoje kod već spomenute mistikinje Emmerich, ali ne postoje u Novom zavjetu. Sinoptici se u Novom zavjetu uopće ne bave naravljju mučenja. Ono se jedva spominje u jednoj rečenici: *Isus je bio šiban*. Kraj. Zašto? Novozavjetničari, teolozi Novoga zavjeta drže da to nije srž poruke evanđelja i nije bitno da je Isus toliko trpio, dok Mel Gibson kaže da je to bitno i zato ima deset minuta bičevanja tijekom kojega se skida koža, šprica krv, cijela površina poda biva zalivena krvlju - prekomjerno i proizvoljno nasilje koje je proširio preko svake mjere u odnosu na evanđelje. Mel Gibson je obrazložio svoje stajalište da je bit kršćanstva u patnji, u Isusovoj patnji, jer da bismo shvatili što znači biti kršćanin i cijeliti ono što nam je Isus dao, moramo shvatiti koliko je trpio i patio. Nekakvo ortodoksno klasično kršćanstvo, biblijsko kršćanstvo reklo bi da to nije smisao, da je to Gibsonov naglasak, njegova redakcija, ali to nije srž evanđelja prema biblijskom zapisu. Film, dakako, postavlja mnoga kritička pitanja – od povijesne vjerodostojnosti („as it is“), odsutnosti Isusove elokventnosti, etičkog radikalizma i njegove osobne karizme, o čemu su promišljali mnogi prominentni pojedinci, ustanove i konfesije, čak se puno pisalo o tome kako se Papi svidio Gibsonov film, ali kasnije je ta vijest službeno demantirana. U svakom slučaju, manipuliranje Vatikanskim pristankom donijelo je mnogo publiciteta ovom filmu.

Nakon što je film službeno počeo s projekcijama u svijetu i zaradio silan novac u samo prva tri - četiri tjedna prikazivanja, sljedeće godine Mel Gibson je dobio gomilu pisama koje mu šalju roditelji koji bi rado doveli svoju djecu da gledaju film, ali se boje da će im ostati traume od gledanja filma. Godinu dana kasnije, Gibson je izrezao šest minuta filma iz najgore tri - četiri scene nasilja, bičevanja, krunidbe trnovom krunom, zabijanje čavla, krvi i mučenja. Neki kritičari pitaju se ako je Mel Gibson u početku bio uvjeren da je to glavna poruka, zašto je napravio kompromis sa svrhom svojega evanđelja. Zbog medijizacije religije. Ne da bi zaradio, on to odbija, nego da svoju poruku prilagodi ljudima koji su tananijih ćutila i ne mogu podnijeti toliku surovost i besmisleno prolijevanje krvi.

Dakle, Mel Gibsonov postupak istovjetan je postupcima prvostoljetnih evangelista/redaktora; on radi ne samo ono što su radili pisci sinoptičkih evanđelja, nego što rade i drugi autori prikaza Isusova života, ne samo filmski nego i literarni prikazi – prilagođava pripovijest o Isusu nekom drugom

čitateljstvu/gledateljstvu, bavi se kombiniranjem, rezanjem, uređivanjem, redakcijom. Filmom *Pasija Isusa Krista*, priču o posljednjih 12 sati života Isusa Krista, Mel Gibson nam je predstavio svoj najkontroverzniji projekt u karijeri, svoje umetničko djelo, ne dogmatsku tvrdnju, pri čemu ga prepoznajemo kao vrlo umiješna radaktora, što je poveznica s prvostoljetnim novozavjetnim redaktorima i urednicima.

Uticaj Interneta na afirmaciju religiozne svesti: na primeru forumske interakcije i mislije

Rezime: U dobu sofisticiranih naučnih dostignuća i svojevrsne tehnokratije kakvo je naše, pred religiozne institucije se postavlja novi izazov. Mogu li religiozne institucije uspeti da poruku koju su prenosile vekovima unazad prilagode složenom medijskom i tehnološkom kontekstu kakav je Internet? Nameće se se pitanje da li je moguće aktivno participirati u nekom religijskom obredu putem interneta i unutar njega kreirati jedan paralelni virtuelni univerzum ideja? Može li se na taj način govoriti o određenoj vrsti sajber religije (eng. cyber religion)? Ova studija baviće se afirmacijom religiozne svesti iz perspektive hrišćanskih verskih sadržaja na internetu. Zbog značaja studije u domaćem akademskom kontekstu, iznešeni empirijski podaci odnoseće se na najveći domaći internet sajt pravoslavne religiozne pozadine i sadržine pod nazivom „Verujem“¹ Ovim istraživanjem želeli smo da, pored prikupljanja osnovnih statističkih podataka, prikazemo i odnos učesnika prema religioznosti, dakle, prema pojedinim obredima kao i značaj koji internet zauzima u kreiranju njihove religiozne svesti.

Ključne reči: internet, religija, crkva, cyber-religija

Svaki izražaj ljudskog religioznog iskustva dešava se preko određene vrste medijacije, odnosno medija kao sredstva komunikacije, bilo se tu radi o verbalnoj poruci, simbolu, muzici, arhitekturi ili nečemu drugom. (Arthur, 1993:1) Od prvih ljudskih koraka pa sve do današnjih dana, čovek je svoju unutrašnju čežnju za onostranim izražavao na različite načine. Izražaje čovekove religiozne svesti možemo pratiti od paleolitske pećinske umetnosti,

¹ Internet adresa sajta Verujem je <http://www.verujem.org>

hijeroglifa i piramida, pergamenata i papirusa, pa sve do savremenih medija putem kojih ljudsko biće želi da sa drugima podeli ono što je neodvojivi deo njegove prirode, njegovoga bića kao *homo religiosus*-a.

Nesumnjivo je da Internet predstavlja medij čiji značaj i uticaj prevazi-
lazi sve konvencionalne medije². Sasvim je sigurno da je ovo model ko-
munikacije koji nam u sadašnjem vremenu otkriva i anticipira kako će svet
funkcionisati u budućnosti. Stiven O'Liri, (*eng. Stephen O'Leary*), religiolog i
jedan od pionira na polju istraživanja o uticaju Interneta na sferu religiozne
svesti, smatra da savremena virtualna komunikacija predstavlja značajan
kulturološki napredak, upoređujući ga sa značajom kojeg je imao pronalazak
Gutenbergove prese. Potencijal interakcije i komunikacije kojeg po-
seduje Internet prevazilazi mogućnosti kojeg imaju konvencionalni mediji.
(Hojsgaard i Warburg, 2005:2)

U dobu sofisticiranih naučnih dostignuća i svojevrsne tehnokratije ka-
kvo je naše, pred religiozne institucije se postavlja novi izazov. Mogu li re-
ligiozne institucije uspeti da poruku koju su prenosile vekovima unazad
prilagode složenom medijskom i tehnološkom kontekstu kakav je Internet,
renesansi verbalne kulture kako ga još neki zovu (Hojsgaard i Warburg,
2005:5) i unutar njega kreiraju jedan paralelni virtuelni univerzum ideja?
Sudeći po istraživanjima koja su sprovedena tokom devedesetih godina 20.
i početkom 21. veka, religiozni sajbersvemir, baš kao i stvarni, ima tendenciju
konstatnog rasta i širenja. U prilog tome govori činjenica da količina reli-
gioznog sadržaja na Internetu tokom zadnjih 18 godina nezadrživo raste, te
da je od 1.7 miliona stranica koliko ih je bilo 1990. godine, broj 2004. godi-
ne porastao na 106 miliona stranica. (Hojsgaard i Warburg, 2005:3) Neka
istraživanja su pokazala da se milioni ljudi u SAD u potrazi za duhovnim
i religioznim sadržajima okreću ka internetu. (Larsen 2001; Hoover i sar.,
2004) Ovakva statistika nesumnjivo pokazuje da su pripadnici raznih re-
ligija ozbiljno shvatili značaj i ulogu koju Internet može da ima u afirma-
ciji religiozne svesti. Hrišćanstvo je najzastupljenija religija u virtuelnom
svetu, a Rimokatolička crkva je najzastupljenija hrišćanska denominacija.
(Dawson i Cowan, 2004:27)

Naslov ove teme podrazumeva veoma širok religijski kontekst i samim
tim je preobiman za uvodnu studiju o kakvoj je ovde reč. Iz tog razloga,
ova studija baviće se isključivo afirmacijom religiozne svesti iz perspektive

2 Pod konvencionalnim medijima podrazumevam televiziju, radio i štampane medije.

hrišćanskih verskih sadržaja na internetu. Zbog značaja studije u domaćem akademskom kontekstu, iznešeni empirijski podaci odnosiće se na najveći domaći internet sajt pravoslavne religiozne pozadine i sadržine pod nazivom „Verujem“³

U okviru rasprave o odnosu između medija i religije postavlja se pitanje da li medije treba da razumemo u institucionalnom smislu kao strukturalni kompleks društvenih odnosa? (Fox, 2009) Pojmovi poput razmene informacija, interaktivnosti i međuzavisnosti su neki od najvažnijih aspekata koji se moraju uzeti u obzir prilikom studije o uticaju Interneta na afirmaciju religiozne svesti. Samo pominjanje sajbersvemira⁴ (*eng. cyberspace*) predstavlja jednu vrstu socijalne konstrukcije, analogije simboličkog univerzuma unutar kojeg se događaju tri procesa: eksternalizacija, objektivacija i internalizacija. Na sličan način, italijanski sociolog religije, Massimo Introvigne (*it. Massimo Introvigne*) ističe tri ključna aspekta upotrebe interneta: personalni, interpersonalni i transpersonalni. Personalna upotreba podrazumeva eksternalizovanu⁵ informaciju, interpersonalna - objektivaciju informacija, dok transpersonalna upotreba uključuje imaginarnu komunikaciju kao i internalizovane informacije. Sajberuniverzum tako postaje jedan oblik društvene institucije (Berger i Luckmann, 1966:78.) unutar kojeg se putem objektivacije razvijaju novi oblici interpersonalnih i društvenih odnosa. (Introvigne, 1999). Sajberuniverzum informacija pruža mogućnost da verovanja, prakse i razni autoriteti budu sučeljavani sa alternativnim rešenjima i svetonazorima. U ovako složenoj interaktivnoj sredini u kome pluralizam stavova neprestano raste, u kome se otvaraju nove mogućnosti, nove konstrukcije o stvarnosti i kreiraju novi identiteti, rađa se jedan novi svet. (Hojsgaard i Warburg, 2005:7)

Nesporno je da Internet u velikoj meri utiče i menja način funkcionisanja društva i ljudskog ponašanja. Pojedina mišljenja govore u prilog tome da Internet zajednica doprinosi atomizaciji, time i daljoj individualizaciji

³ Internet adresa sajta Verujem je <http://www.verujem.org>

⁴ Termin Cyberspace se prvi put koristi u romanu Viliama Gibsona (*eng. William Gibson*) *Neuromancer*, u kojem autor opisuje virtuelnu - računarsku lokaciju u kojem se sakupljaju sve informacije iz sveta. (Gibson, 1984) (Gackenbach, 1998: 18)

⁵ Taj proces Berger i Luckmann označavaju kao preteorijsko saznanje u procesu socijalizacije, kao skup opštevažećih istina o društvu koje se preuzimaju automatski i time se vrši eksternalizacija ili objektivacija, koja prethodi i posreduje u procesu internalizacije objektivne strukture u strukturu ličnosti. Proces putem kojeg se eksternalizovani proizvodi ljudske aktivnosti dobija karakter objektivnosti nazivamo objektivacijom. (Berger i Luckmann, 1966: 60) Eksternalizacija predstavlja antropološku nužnost. (Berger i Luckmann, 1966: 182)

društva, dok neki smatraju da Internet doprinosi kolektivizaciji i socijalizaciji (Hoover i Clark, 2002:244) te ga opisuju kao organski izvor informacija i komunikacije. (Hoover i Clark, 2002:276). Pojedinci koji iz determinističke perspektive posmatraju uticaj Interneta smatraju da se nalazimo u digitalnom društvu u kojem internet utiče na naše interakcije i komunikacije jer u današnje vreme digitalna komunikacija postaje osnovni način komuniciranja i putem internalizacije tih vrednosti menja naš pogled na svet. (Gackenbach, 1998: 30-31) Svakako je poznato da se unutar virtuelnog sveta ličnost ponaša na različite načine. Neka istraživanja su pokazala da prekomerno korišćenje Internet medija, nesporno, ima negativan uticaj na socijalnu interakciju korisnika u realnom svetu, te dovode do psihosocijalnih anomalija, izolacije, depresije i apatije. (Katz i Rice: 2002:204-207), dok su druga pokazivala povećanje interakcije i komunikativnih sposobnosti. (Katz i Rice: 2002:212-215) U određenim slučajevima dolazi do negativnih posledica, poput fenomena *disasocijativne anonimnosti*, to jest formiranja drugačije oblika ponašanja kada osoba stupi u domen *online* komunikacije. (Gackenbach, 1998:58) Ličnost se oslobađa određenog psihosocijalnog balasta kojeg nosi u realnom svetu i može funkcionisati u skladu sa drugačijim vrednosnim sistemom. (Gackenbach, 1998:78-79) ⁶

Neki, poput Vejda Rowlanda (*eng. Wade Rowland*) smatraju da su svi mas mediji usmereni ka kontroli svojih konzumenata sa prividom da auditorijum na izvestan način doprinosi i kontroliše medije. (Gackenbach, 1998: 18) Slična inercija se može videti i kod Stivena O' Lirija koji smatra da će sadašnja informatička revolucija neizbežno od čoveka stvoriti određenu vrstu kiborga. Ako je zaista istina da će medicinska upotreba mikročipa dovesti do toga da „gluvi čuju i slepi progledaju“ (Hojsgaard i Warburg, 2005:42), nema sumnje da informatičko doba vodi čoveka ka transhumanizmu, koji će kreirati jednu novu vrstu psiho-fizičkog identiteta čoveka.

Treba napomenuti da se religiozni sadržaji na Internetu po tipu i vrsti interakcije mogu podeliti u tri osnovne kategorije. Na prvom mestu imamo tzv. statičke prezentacije čija je uloga u jednosmernoj komunikaciji pružaju informaciju religiozne sadržine. Bilo da li su u pitanju tekstovi, dokumenta, audio, video materijali ili neka druga vrsta sadržaja komunikacija je pasivna. Druga vrsta prezentacija u sebe uključuje nekoliko interaktivnih elemenata i podgrupa, poput, „soba za ćaskanje“ (*eng. chat rooms*), diskusionih

⁶ Više o rezultatima istraživanja psiholoških implikacija upotrebe interneta možete pogledati: (Gackenbach, 1998: 61-71)

forumu i blogova. Značajno je napomenuti da su prvi religijski sadržaji na Internetu bile diskusione (email) *usenet*⁷ grupe, koje su se pojavile još sredinom osamdesetih godina prošlog veka. (Staut:2006:177) Svaki od pomenutih interaktivnih elemenata mogu delovati kao zasebna forma interaktivne komunikacije. Komunikacija i razmena sadržaja je aktivna te u sebe uključuje senzibilno i kritičko angažovanje korisnika i različite vrste meta-diskusija (Wallace, 1999:237). Treću kategoriju predstavljaju takozvane *društvene mreže* (eng. *social networks*) koje predstavljaju virtuelni svet unutar virtuelnog sveta, *galaksiju unutar univerzuma*. Društvenu mrežu možemo definisati kao servise koji pojedincima omogućavaju da kreiraju, javne ili polu-javne profile, artikulišu listama drugih korisnika mreže (Boyd i Ellison, 2007) i putem različitih modaliteta komunikacije vrše interakciju i oblikuju mrežu (virtuelni svet).

Društvena mreža predstavlja najsloženiju, najveću i najdinamičniju vrstu interakcije na Internetu. U sebe uključuje sve prethodno navedene modele interakcije i komunikacije i za razliku od prethodne dve kategorije poseduje mogućnost skalabilnosti, to jest, konstantne dinamičke ekspanzije sadržaja i participanata.⁸ Postojanje isključivo religioznih i hrišćanskih socijalnih mreža može se opravdati tvrdjom korisnika da u opšte prihvaćenim mrežama poput *Facebooka* ili *LinkedIn-a*, postoje uvredljivi sadržaji i zato se odlučuju na ovu vrstu verske ekskluzivnosti i diferencijacije. (Zezima, 2007)

Značajno je izdvojiti specifičnu vrstu teološkog diskursa na Internetu putem bloga kao vrste interakcije. Konvencionalni naziv koji se poslednjih godina formirao za ovu vrstu diskursa je teo-blogovanje (eng. *theo-blogging*). Teo-blogovanje predstavlja savremenu vrstu bogoslovskih rasprava koja se najbolje može opisati u kontekstualnoj parafrazi čuvene krilatice Anselma Kenterberijskog: *fides quaerens internetum*. Unutar analize ovakvog diskursa može se izdvojiti nekoliko aspekata socijalne interakcije i komunikacije: *participacija unutar dijaloga*, *virtualna zajednica*, *kritičko angažovanje učesnika* kao i *razmena različitih bogoslovskih stavova* koji u pojedinim momentima dobijaju izrazito ekumenski prizvuk. Naročito je važno istaći da unutar ovakve interakcije provejava duh sabornosti i zajedničarenja (gr. *koinonia*) u kojem se formira kolektivni indentitet. Na taj način nastaje jedna vrsta

7 Prva je nosila naziv „net.religion“ Ova diskusiona grupa se kasnije širila na druge domene: „alt.philosophy“, „alt.religion“, „soc.culture“, „soc.religion“, i „talk.religion“.

8 Neke od najpoznatijih socijalnih mreža isključivo religiozne sadržine su: www.hisholyspace.com, www.mypraise.com

virtuelne zajednice – *cyber koinonia*-e, necenzurisanog i otvorenog dijaloga čiji se odnosi iz virtuelnog sveta prenose u svakodnevnicu i na taj način afirmišu religioznu svest i verski identitet učesnika.

Nameće se se pitanje da li je moguće aktivno participirati u nekom religijskom obredu putem interneta? Može li se na taj način govoriti o određenoj vrsti sajber religije (*eng. cyber religion*)? Pojam sajber-religije neki definišu kao prisustvo religioznih institucija i organizacija kao i njihovih aktivnosti u polu – imaginarnom prostoru (Brasher, 2001:29) ili kao one religiozne subjekte koji postoje isključivo u virtuelnom svetu. Drugim rečima, osnovna distinkcija se može nazvati *religijom na Internetu* (*eng. religion on cyberspace*) i *religijom unutar interneta* (*religion in cyberspace*). Prva kategorija podrazumeva pružanje informacija o religiji. U to spadaju informacije o postulatima vere, jerarhiji, organizaciji i religiozna literatura. Druga kategorija podrazumeva participaciju u religioznim obredima unutar virtuelnog sveta, to jest, čitav spektar liturgijskih i obrednih radnji. (Brasher, 2001:96)

Međutim, u čitavom spektru religijske sadržine na Internetu nije moguće izdvojiti određeni portal koji bi ritual preneo u isključivo virtuelni svet. Možemo videti brojne primere gde se putem popunjavanja obrazaca koji često idu uz finansijsku transakciju, kupljena usluga izvršava u stvarnom hramu. Dakle, praktikovanje religioznih rituala putem Interneta najčešće svodi njegovu svrhu na proces medijacije između konzumenta i vršioca određene usluge. (Hojsgaard i Warburg, 2005:42) Internet sam po sebi ne može da kreira religiju već to mogu činiti isključivo ljudi putem svoje interakcije. Iz ovoga proizilazi zaključak da sajber religija zapravo ne postoji već postoji jedan modalitet komunikacije te religije, to jest, interneta kao medijatora, odnosno posrednika između sledbenika religije bez obzira o kojoj se religiji radilo. U tom smislu, *religija unutar Interneta*, kao isključivo virtuelna zajednica nije moguća, bar kada je u pitanju liturgijsko i evharistijsko jedinstvo posmatrano iz pespektive pravoslavne eklesilogije. Sa druge strane, nesporno je da je moguća medijacija religije i samim tim afirmacija religioznog iskustva kod recipienata i participanata poruka koje se putem Internet medija komuniciraju, što će se putem uzoraka empirijskog istraživanja u nastavku ovog rada i ilustrovati.

Jasno je da je Internet postao mesto gde se susreću ljudi različitih duhovnih potreba i koji veoma moćno posreduje u komunikaciji regioznih sadržaja i tako približava milione ljudi sličnih religioznih afiniteta. Treba

istaći da internet nije u stanju da zameni konvencionalnu religiju, pa tako ni da nadomesti istinsko iskustvo sabornosti kakvo postoji u evharistijskom jedinstvu liturgije. Suštinsko, organsko i ontološko iskustvo ne nalazi se u domenu virtuelnog, već isključivo u tajanstvenom prožimanju duhovog i materijalnog sveta. Virtuelni svet nam svakako može pomoći da nam ovo iskustvo približi na epistemološkom nivou. Hrišćanin svoje duhovno iskustvo doživljava u afektivnom nivou, dakle u ovakvom doživljavanju duhovnog naglašena je osećajnost, mističnost, tajanstvenost i transcendentnost koju vernik oseća u Božanstvenoj liturgiji i vrhunac jedinstva i sabornosti tela Hristovog koje se oseća u samom činu evharistije – pričešća. Sa druge strane u modelu virtuelnog sveta, naglašen je kognitivni odnosno, racionalni nivo doživljavanja duhovnog iskustva, gde se informacije mogu prikupljati i racionalizovati ali njihova praktična primena je moguća isključivo u stvarnom svetu realnih mogućnosti sticanja duhovnog iskustva i zadobijanja stvarnih ontoloških sloboda. Religiozni sajberuniverzum, dakle, predstavlja *kvantitet* informacija koji nam može približiti religiozno iskustvo ali objektivacija tih informacija, to jest, *kvalitet*, dešava se ovde i sada, u našem opipljivom univerzumu.

Svesni da Internet religioznost ne može da postoji u crkvenom smislu, ipak smo empirijski želeli da proverimo na koji način taj i takav prostor može da „pomogne“ verujućim ljudima, ali i onima koji tragaju za svojim duhovnim bićem, pa sve do onih ljudi koji nisu verujući, ali su takođe osobe koje se nalaze i prolaze u jedno takvom svetu. Stoga smo izabrali najveći domaći internet sajt pravoslavne religiozne pozadine i sadržine pod nazivom „Verujem“ koji ukupno ima 2570 registrovanih članova.

Ukupno članova:	2570
Ukupno poruka:	262768
Ukupno tema:	12804
Prosečni broj registracija po danu:	10.13
Prosečni broj poruka po danu:	246.91
Odnos muškaraca i žena:	3:1

Tabela 1. statistički pregled foruma „Verujem“

Slučajnim uzorkom izabralo se 10% od ukupnog broja registrovanih i svakom od tih izabranih poslata je privatna poruka sa molbom da popune upitnik. Pre toga upitnik je kreiran uz pomoć google dokumenta, jer se vodilo računa o tome da sve bude što je moguće više rađeno u „prirodnom“ okruženju korisnika. Pri odabiru uzorka takođe se vodilo računa da među ispitanicima bude onih koji su redovni posetioци foruma i samim tim aktivni učesnici, kao i onih koji su, iz bilo kojih razloga, duže vremena neaktivni⁹. Takođe se poziv za učestvovanje ostavio u odeljku *O forumu* koji mogu da prate i oni koji nisu registrovani članovi, tako da su oni korišćeni kao kontrolna grupa. Od 257 ispitanika koji su pozvani da učestvuju 121 je odgovorilo, što je oko 50% slučajnog uzorka, a 5% od ukunog broja registrovanih ljudi.

Ovim istraživanjem želeli smo da, pored prikupljanja osnovnih statističkih podataka, kao što su koji je odnos muških i ženskih, koja je stara struktura, obrazovna, profesionalna, koliko je krštenih, kojoj konfesiji pripadaju itd., kakav je njihov odnos prema Bogu, prema pojedinim obredima, da se pokaže i njihov odnos prema forumu, koliko vremena provode na njemu, koji položaj zauzimaju, koje teme najviše prate i zbog čega baš te, koliko su zadovoljni radom administratora, moderatora ali i ostalih učesnika. U središnjem delu upitnika primenili smo Likertovu skalu želeći da izmerimo stavove ispitanika u odnosu na forum i njegov doprinos misionarenju, međureligijskim odnosima i dijalogu, njegovom doprinosu u razumevanju pravoslavne vere (jer je 98% ispitanika izjavilo da su pravoslavne veroispovesti), njegov doprinos u informisanju o dnevno religijsko-društvenim pitanjima, ali i da li forum obiluje međusobnim razumevanjem i poštovanjem i kolika je sloboda izražavanja prisutna na njemu. Za kraj smo ostavili set pitanja za koja smo smatrali da su veoma važna, a to su: da li Crkve i verske zajednice treba da učestvuju u javnom, društvenom životu; kakvu ulogu u društvu ima religija i da li mislite da Vaša Crkva ili verska zajednica ima izraženu misionarsku delatnost.

U našem istraživanju 80% ispitanika su muškog pola, a 20% ženskog, 88% ispitanika su od 21 do 40 godina, ima i mlađih i starijih ali u znatno manjem procentu. Više od polovine ispitanika (51%) imaju fakultetsku diplomu i više, 21,5% su studenti, a 16,5% su završili četvorogodišnju školu ili gimanziju. Od toga 35% se izjasnilo da su stručnjaci, 18% da su studenti, 17%

⁹ Ti koji su duže vremena neaktivni, posmatrali smo njihovu pslednju postavljenu poruku, a to je u periodu od januara do jula meseca 2009 godine.

službenici, a 11% nezaposleni. Skoro polovina ispitanika (40%) žive u metropoli, 25% u gradu veličine od 20.000 do 100.000 stanovnika, a po 14% žive u srednjem gradu (od 100.000 do 500.000) i u varoši. Što se tiče konfesionalne pripadnosti 96% ispitanika se izjasnilo da su pravoslavni, 2,5% rimokatolika i po 0,8%, odnosno po 1 ispitanik pripada evangelističkoj ili nekoj drugoj protestantskoj zajednici i ne pripada nijednoj. Shodno ovome 98% veruje da Bog postoji, a svi ispitanici su kršteni.

Ispitanici koji su uzeli učešće u istraživanju pokazuju se kao vrlo homogena grupa i prema opštim podacima, ali i prema viđenju sebe u odnosu na religijska shvatanja i pojedine stavove na određena pitanja. Naime, 91% ispitanika sebe smatraju uverenim vernikom koji/a prihvata sve što njegova/njena vera uči, svega 6,6% su religiozni, ali ne prihvataju sve što njihova vera uči, a 1,7% za sebe kaže da su tradicionalni vernici što podrazumeva da učestvuju u nekim obredima i da poštuju pojedine običaje, ali da nisu aktivni u svojoj religijskoj zajednici. 78,5% poštuje Božije zapovesti zato što voli Boga, 5% jer očekuje nagradu od Boga ukoliko poštuje zapovesti, po 3,3% zato što se plaše Božije kazne, zato što misle da su one dobar putokaz u životu i 3,3% nisu ni razmišljali o tom pitanju.

Shodno ovakvim odgovorima, možemo pretpostaviti, ali i zaključiti da su naši ispitanici, članovi foruma Verujem, verujući/crkveni ljudi koji redovno posećuju hram, pričešćuju se, obavljaju crkvene obrede i slično. Tako 43% ispitanika više puta u toku nedelje posećuje Crkvu, 36,4% jednom nedeljno, odnosno 79,4% su crkveno aktivni, a 14% ispitanika Crkvu posećuje 1 do 2 puta mesečno. Približno isti broj redovno posti (78,5%), dok 20% povremeno. Što se tiče ispovesti 59% se retko ispoveda, 29% često, što podrazumeva pred svako pričešće i češće od toga. Možemo pretpostaviti da je među ispitanicima veliki procenat klira (protojereja, jereja, đakona itd.) i da je zbog toga niži procenat ispovesti s obzirom da su oni vezani za episkopa, te on ispoveda ređe zbog mnogobrojnih obaveza koje ima, a sa druge strane imaju dozvolu (blagoslov) pričešća svake nedelje ili kada je njihov red da služe Liturgiju, pa je na pitanje: da li se pričešćujete 93,4% pozitivno odgovorilo, a 5,8% ispitanika je odgovorilo ne, ali da bi voleli.

Sa ovim pitanjem završili smo ispitivanje učesnika foruma o opštim podacima, njihovom odnosu prema Crkvi i njihovom učešću u crkvenom životu. I potom ušli u temu u kojoj smo hteli da saznamo i ispitamo koliko vremena provode na Internetu, a koliko na samom forumu, koji položaj zauzimaju na njemu, da li sebe vide kao redovnog aktivnog ili neaktivnog

člana i tako redom. 17,4% ispitanika izjavili su da su non-stop na Internetu, a 70% više puta u toku dana, od ukupnog broja ispitanika 48% više puta u toku dana se uloguje na forum ili poseti stranu, a 33% nekoliko puta nedeljno. Na forumu Verujem postoji 8 položaja koje učesnici zauzimaju u zavisnosti od broja odgovorenih ili postavljenih poruka.¹⁰ Ovo ispitivanje pokazuje da je uzorak dobro postavljen s obzirom da je dobra distribucija i prema položaju ispitanika: 28% ispitanika su napredni početnici, 22% su iskusni, 18% veterani, 11,6% početnici, 9,9% su u kategoriji šta reći?, i po 5% spadaju u moderatore i administratore. Polovina ispitanika (50%) su se izjasnili kao redovni posetioci, ali ne aktivni. To znači da svakodnevno ili nekoliko puta u nedelji posećuju forum, ali da ne učestvuju aktivno u njegovom radu, odnosno da ne postavljaju teme ili ne odgovaraju na poruke. Dok su 34% aktivni članovi foruma.

Da bi jedan forum dobro funkcionisao i u tehničkom smislu, ali i sadržajno, potrebno je da pored učesnika postoje administratori i moderatori. Administratori imaju više tehničke ingerencije od moderatora, ali zato moderatori imaju veću obavezu da rade sa učesnicima i da posreduju kako u radu administratora i učesnika, tako i u međuljudskim odnosima samih učesnika bezobzira na položaj. Dobra moderacija, jasan zajednički stav znači i označava (krasi) dobar forum. Zato smo smatrali da je važno da dobijemo odgovore na pitanja: koliko su naši ispitanici zadovoljni radom administratora, moderatora ali i samih učesnika. Tako je 82% ispitanika izjavilo da su potpuno zadovoljni, odnosno više zadovoljni nego nezadovoljni radom administratora, dok je 13% više nezadovoljno, nego zadovoljno. A 38,8% su potpuno zadovoljni, odnosno više zadovoljni, nego nezadovoljni, dok je 16% više nezadovoljno nego zadovoljno radom moderatora. Moramo priznati da smo iznenađeni ovako dobrim rezultatima u korist moderatora, s obzirom da su oni na tankom ledu usled mogućnosti zameranja ostalih učesnika ukoliko koriste mere snakcionisanja kakvo je banovanje. Što se tiče rada, odnosno učestvovanja i međusobnog komuniciranjem ostalih učesnika 73,6% ispitanika je potpuno zadovoljno, 19,8% su više nezadovoljni nego zadovoljni. Da se nedovoljno ozbiljno shvata uloga foruma u crkveno-reliigijskom životu pokazuje i distribucija podataka za sledeće pitanje, a to je da je svega 6,6% za postojanje ovakvog foruma čula u Crkvi, 35,5% ispitanika

10 do 20 poruka POČETNIK; od 20 do 200 poruka NAPREDNI POČETNIK; od 200 do 400 NAPREDAN; od 400 do 1000 ISKUSAN; od 1000 do 2000 VETARAN; a posle toga svi ulaze u kategoriju STA REĆI?, na sve to imamo i položaje moderatora i administratora

slučajno je naišao na forum, 20% kao preporuka prijatelja, a 26% da ne zna ili da se ne seća. Više od polovine, njih 60%, podjednako na forumu prati i religiozne i društvene teme, 23% više religiozne, a 16% više društvene.

Središnji deo upitnika u kom smo primenjivali Likertovu skalu za merenje stavova, želeli smo da utvrdimo koliko forum doprinosi boljem razumevanju vere, boljem međuljudskom odnosu, slobodi izražavanja, sadržajnijem međureligijskom dijalogu. Moramo priznati da su podaci više nego pozitivni, što samo govori u prilog tezi da jedan religijski forum može mnogo korisnog da doprinese čoveku koji hoda crkvenom stazom, ali i onima koji su se na takav put uputili. Tabela 2. pokazuje da se 76% ispitanika potpuno slaže, ili se više slaže nego što se ne slaže sa tvrdnjom da ovaj forum doprinosi misionarenju pravoslavne vere, dok se 24% više ne slaže, nego što se slaže, odnosno potpuno se ne slaže sa tom tvrdnjom.

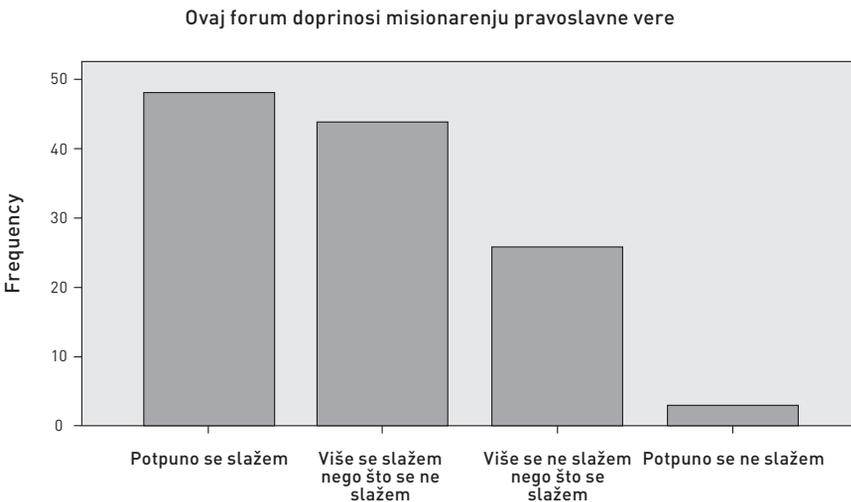


Tabela 2.

Na tvrdnju: ovaj forum je otvoren prema pripadnicima drugih veroispovesti 82,6% je izjavilo da se potpuno slaže, odnosno da se više slaže nego što se ne slaže, svega 17,3% se više ne slaže nego što se slaže, odnosno potpuno se ne slaže sa tvrdnjom (tabela 3.).

Želeći da saznamo da li jedan ovakav forum možemo nazvati, ako ne elektronskim katihizisom, barem priručnikom pravoslavne vere ili bržim dobijanjem odgovora na praktična pitanja ili ona pitanja koje vernici teže (zbog stida, sramote i neke vrste straha od stigmatizacije) dobijaju ili traže

Ovaj forum je otvoren prema pripadnicima drugih veroispovesti

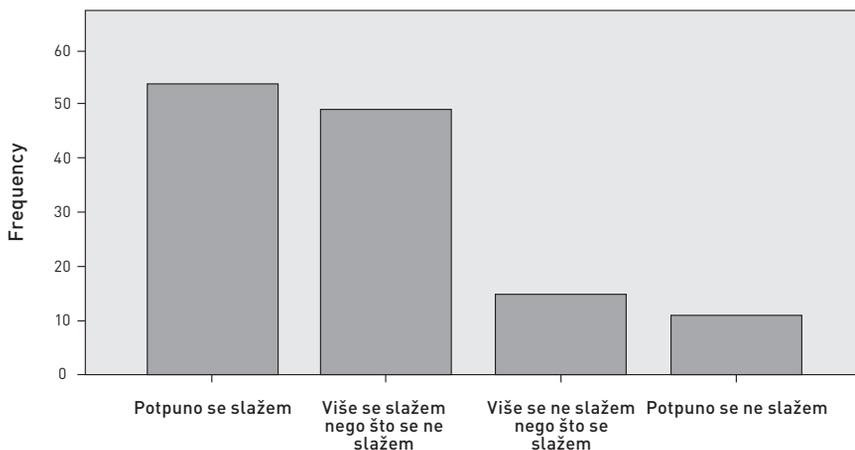


Tabela 3.

od svojih sveštenika tražili smo odgovor na tvrdnju: ovaj forum mi pomaže da razumem neka pitanja naše pravoslavne vere 81% ispitanika je odgovorilo da se potpuno slaže ili da se više slaže nego što se ne slaže, dok je 19% odgovorila da se više ne slaže nego što se slaže, odnosno potpuno se ne slaže sa navedenom tvrdnjom. (tabela 4.)

Ovaj forum mi pomaže da razumem neka pitanja naše pravoslavne vere

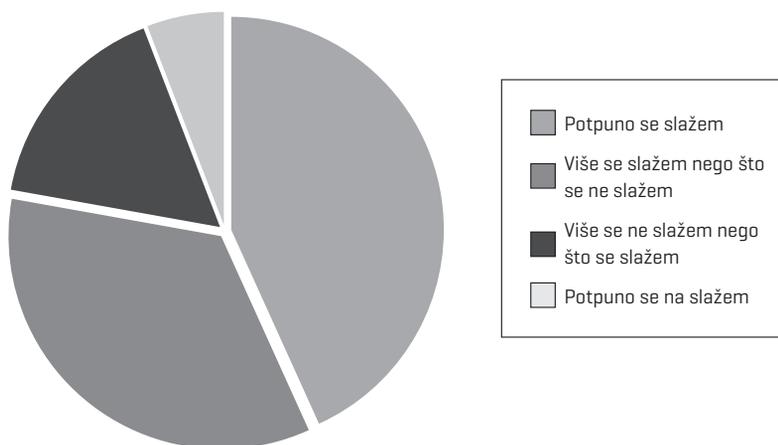


Tabela 4.

Iako smo ranije postavili pitanje koje se odnosi na to koje teme, religijske ili društvene, više prate na forumu, sada smo pitanje usmerili na informacije koje dobijaju. Tako, tabela 5., pokazuje distribuciju dobijenih podataka koje se odnose na tvrdnju: ovaj forum mi pruža sve potrebne informacije o dnevno religijsko-društvenim pitanjima. Tako 76,9% ispitanika se potpuno slaže, odnosno više se slaže nego što se ne slaže sa ovom tvrdnjom, dok 23,1% se više ne slaže nego što se slaže, odnosno potpuno se ne slaže sa navedenom tvrdnjom.

Ovaj forum mi pruža sve potrebne informacije o dnevnim religijsko-društvenim pitanjima

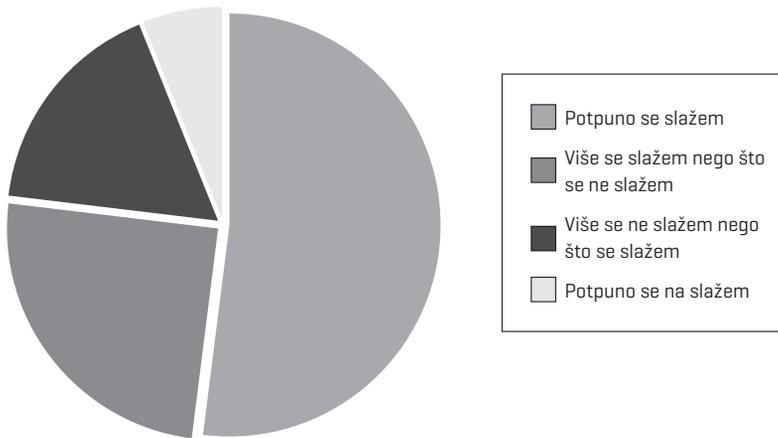


Tabela 5.

Rezultati za sledeću tvrdnju više su nego interesantni. Naime, tabela 6. pokazuje distribuciju odgovora na tvrdnju ovaj forum obiluje međusobnim razumevanjem i poštovanjem. Vrlo blizu su rezultati za drugi i treći odgovor po 36,4% se više slaže nego što se ne slaže, odnosno 34,7% se više ne slaže nego što se slaže. Ali ukoliko saberemo prema pozitivnom ili negativnom usmerenju dobijemo da se 54,5% više ne slaže nego što se slaže, odnosno potpuno se ne slaže. A 46,5% ispitanika se više slaže nego što se ne slaže, odnosno potpuno se slaže sa tvrdnjom da ovaj forum obiluje međusobnim razumevanjem i poštovanjem. Treba da napomenemo da je samo istraživanje rađeno u vremenu pred majski sabor SPC i u jeku raško-prizrenskih pitanja, tako da je vrlo moguće da je to razlog ovakvom rezultatu. Pa ipak, otvorenost foruma i dobre politike administracije i modeeracije pokazuje da 61,2% ispitanika se potpuno slaže ili se više slaže nego što se ne slaže sa

tvrdnjom da na ovom forumu, bez ikakvog ustezanja, kažu ono što misle bez bojazni da će biti sankcionisani. Dok 38,8% se više ne slažu nego što se slažu, odnosno potpuno se ne slažu sa navedenom tvrdnjom.

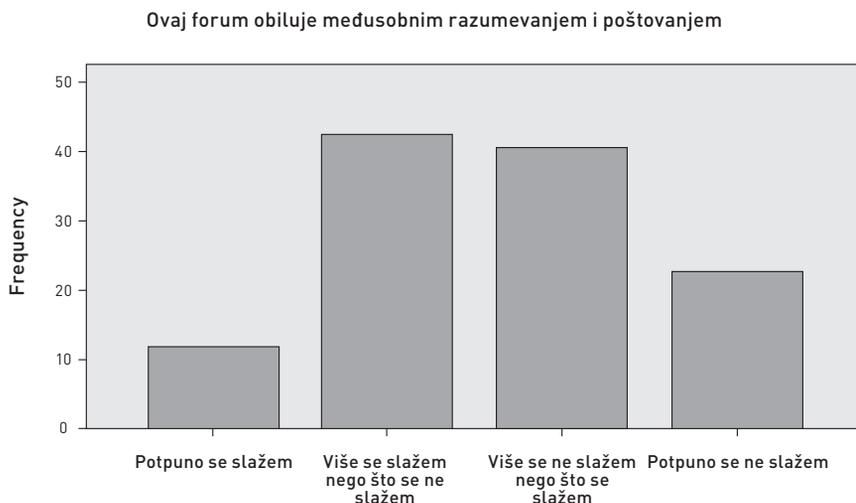


Tabela 6.

Za sam kraj upitnika izabrali smo tri pitanja koja u isto vreme pokazuju odnos ispitanika prema mestu i ulozi Crkava i verskih zajednica u društvu, ali i njihovo očekivanje od istih po pitanju misionarske delatnosti. Misija Crkava i verskih zajednica izuzetno je važna u vremenu pluralističkog društva. Upravo od pravoslavne Crkve, izuzetno u pojedinim slučajevima kao što je misionarska delatnost SPC u Južnoj Africi, gotovo da se i ne vidi. Mnogi klirici, sveštenoslužitelji i episkopi, navode kao pravo misionarsko sredstvo služenje Liturgije, to navode i ispitanici, a ni mi to ne poričemo, ali sve ostalo je na nižem stupnju od toga. Pa ipak, ovo istraživanje pokazuje da 91% ispitanika misli da Crkve i verske zajednice treba da učestvuju u javnom, društvenom životu, 70% mislim da je pozitivna uloga koju religija ima u društvu, dok 30% misli da ima i pozitivnu i negativnu ulogu. Više od polovine ispitanika, njih 53%, misli da njihova Crkva ili verska zajednica (u ovom slučaju SPC, jer se 96% ispitanika izjasnilo pravoslavnim) nema izraženu misionarsku delatnost, dok 30% misli da ima, ali da bi mogla da bude još izraženija. Evo nekoliko sugestija kako Crkve i verske zajednice mogu da misionare ili kako naši ispitanici vide misionarsku delatnost svoje Crkve ili verske zajednice:

- *Misionarska delatnost SPC je na veoma niskim granama i skoro da je nema, sem svetlih primera koji potvrđuju pravilo.*
- *Nepokolebljivost Hristovog učenja.*
- *Uglavnom ne misionari. Samo rijetki sveštenici su toliko predani svom pozivu i Gospodu da misionare među ljudima, na razne načine. U susjednoj parohiji sveštenik pomaže siromašne, bolesne i starije ljude, što je mnogima promijenilo mišljenje o sveštenstvu, Crkvi, i čak ih prizvalo vjeri, jer su vidjeli da jedan sveštenik svojim milosrđem svjedoči ono što vjeruje i propovijeda.*
- *Trenutno možda najviše putem medija i veronauke u školama.*
- *Misionare pojedini njeni članovi dok je jedan deo potpuno uspavan.*
- *Naša parohijska Crkva putem koncerata, predavanja, davanjem krvi, časovima crkveno-slovenskog (od nedavno) i prikazivanjem filmova, pokušava stidljivo da misionari.*
- *Ovaj sajt je jedan od misionarskih delatnosti, da ne nabrajam ostale sajtove pod blagoslovom vladika i Mitropolita.*

Više je nego očigledno da jedan Internet prostor, odnosno u ovom slučaju forumska interakcija i komunikacija, može da doprinese bojem razumevanju mnogih religijskih pitanja. Da bi to bilo uspešno i korisno učesnicima neophodno je učešće obrazovanih teologa, sveštenika, pa i episkopa sa jedne strane, ali i sociologa, politikologa, filozofa i mnogih drugih sa druge strane. Jedan interdisciplinarni pristup u realnom životu kakav danas čine i forumi.

Influence of internet in shaping religious consciuesness: based on forum interaction and mission

Resume: *In the age of sophisticated scientific achievements and technocracy such as ours, new challenge is brought in front of World religions. Can religious institutions adjust their message to complex media technological context such as Internet? Is it possible to actively participate in a religious ceremony via Internet and create within a virtual parallel universe of ideas? Is there a way to create some form of cyber religion? This study will try to bring answers to these questions as well to investigate the relation between internet and affirmation of religious consciousness by presenting valuable empirical data collected from participants of the largest Serbian orthodox internet discussion forum: „Verujem“.*

Keywords: *religion, internet, religious consciousness, discussion forums, cyber-religion, religion on internet*

BIBLIOGRAFIJA

- Arthur, C. J., *Religion and the Media: An Introductory Reader*, University of Wales, 1993.
- Hojsgaard T. Morten, Warburg Margit, *Religion and Cyberspace*, London and New York: Routledge, 2005.
- Brasher, B., *Give Me That Online Religion*, San Francisco: Jossey-Bass, 2001.
- Berger L., Peter, Lockman, Thomas, *The Social Construction of Reality*, New York: First Anchor Books, 1967.
- Dawson, Lorne L., Cowan, Douglas E, R, *Religion Online*, New York and London: Routledge, 2004
- Gackenbach, Jayne, *Intrapersonal, Transpersonal and Transpersonal Implications*, Academic Press, 2007.
- Gibson, Williams, *Neuromancer*, MÜNCHEN: WILHELM HEYNE VERLAG, 1984
- Hoover, Stewart M and Schofield Clark Lynn, *Practicing Religion in the Age of Media*, New York: Columbia University Press, 2002.
- Staut, Daniel A., *Religion, communication, and media*, New York, London: Routledge, 2006.
- Fox, Richard, „Religion, Media, and Cultural Studies“ in: *Theory, Religion, Critique: Classic and Contemporary Approaches*. New York: Columbia University Press, 2009. (ed. Richard King).
- Katz, Ames E, Rice, Ronald E, *Social consequences of internet use*, United States: Massachusetts Institute of Technology, 2002.
- Wallace, Patricia, *The Psychology of the Internet*, New York: Cambridge University Press, 1999.

VEBOGRAFIJA:

- Larsen, E. (2001) *CyberFaith: How Americans Pursue Religion Online*. Izvor: <http://www.pewinternet.org>
- Hoover, S.M., Schofield Clark, L. i Rainie, L. (2004) *Faith Online*. Izvor: <http://www.pewinternet.org>
- Boyd, D. M., Ellison, N. B., *Social network sites: Definition, history, and scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11 Izvor: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>, 2007.
- Zezima, Kate, *Web Space Where Religion and Social Networking Meet*, The New York Times, 2007, izvor: http://www.nytimes.com/2007/06/30/us/30religion.html?_r=1
- Introvigne, Massimo, „So Many Evil Things“: *Anti-Cult Terrorism via the Internet*, CESNUR, 1999

Saša Karalić

The Extra Light Project

Rezime: Ovaj tekst donosi prikaz *The Extra Light* projekta – umjetničkog projekta koji je realizovan 2009. godine u Amsterdamu. *The Extra Light Project* je koncipiran u namjeri da se pronađu dodirne tačke između umjetnosti i religije u kreiranju i manipulisanju kolektivnog vjerovanja kao i da se ispitaju mehanizmi i sredstva koja se koriste u te svrhe. U ovom tekstu je ukratko opisana teoretska pozadina projekta kao i sve njegove razvojne faze - od radnih grupa projekta do izložbe i glavne instalacije. Drugi i veći dio teksta donosi odlomak iz knjige *Becoming Christian* (Stvaranje hrišćanina) koja je objavljena 2009. godine u okviru *The Extra Light* projekta. Knjiga se sastoji od serije razgovora između Jean-Jacques Suurmonda, protestantskog sveštenika, pisca i kolumniste iz Holandije, i Saše Karalića, vizuelnog umjetnika, predavača na Gerrit Rietveld akademiji u Amsterdamu i autora ovog teksta i projekta. Prevedeni odlomak iz ove knjige je uzet iz poglavlja *On personal experience of religion* (O ličnom doživljaju religije).

*Si Dieu nous a faits à son image, nous
le lui avons bien rendu.*

Voltaire (Notebooks c.1735-c.1750)

*Ako nas je Bog stvorio prema svome liku,
onda smo mu valjano uzvratili uslugu.*

Volter (Bilješke, 1735-1750)

Ovaj čuveni Volterov citat na direktan način ukazuje na konceptualni okvir *The Extra Light* projekta koji ću ovdje ukratko predstavim. Volter, vjernik i deista, je smatrao da određeni religijski tekst ili tradicija otkrovenja nisu neophodni da bi se vjerovalo u Boga: „Šta je to vjera? Da li je to vjerovanje u ono što je očigledno? Za mene je očigledno da postoji nužno, vječno, savršeno i inteligentno biće. To nije stvar vjere već stvar razuma.“ Za Voltera

je crkva „neumoljiv neprijatelj progresa, pristojnosti, humanosti i racionalnosti“ u čijem je interesu „da drži ljude u neznanju i pokornosti, kao djecu.“ (Volter, 1843:473)

The Extra Light Project je koncipiran u namjeri da se pronađu dodirne tačke između umjetnosti i religije u kreiranju i manipulisanju kolektivnog vjerovanja kao i da se ispitaju mehanizmi i sredstva koja se koriste u te svrhe. Ovaj projekat polazi od pretpostavke da su i umjetnost i religija socijalne konstrukcije koje uveliko zavise od kolektivnog konsenzusa. Taj kolektivni konsenzus se održava našom potrebom za vjerovanjem i kreiranjem apstraktnih značenja i nalaže nam da se odnosimo prema umjetnosti i religiji kao prema društveno relevantnim kategorijama. Da li to one uistinu i jesu je pitanje koje je već vijekovima neizostavan dio njihovog društvenog djelovanja, autorefleksije i neka vrsta naizgled samokritične stavke koja samo učvršćuje njihov autoritet i društvenu poziciju.

Ono što je tokom vijekova društvene ekspanzije umjetnosti i religije kolektivno dogovoreno i s čim se operiše kao sa činjenicom je da su umjetnost i religija naši vodiči u kreiranju, razumijevanju i korištenju apstraktnih interpretacija stvarnosti. Zbog te svoje društvene uloge (koja je uveliko mistifikovana u skladu sa svojom osnovnom svrhom), umjetnost i religija su postavljene na pijedestal nedodirljivosti i podrazumijevanja. *The Extra Light Project* se odnosi prema toj nedodirljivosti na vrlo pragmatičan način - sredstva koja koriste umjetnost i religija su ogoljena i prezentovana u njihovoj osnovnoj formi i u okviru jednog konkretnog događaja. Projekat je zasnovan na nekoliko test-situacija tokom kojih je funkcionalna vrijednost vizuelnih sredstava koja koriste umjetnost i religija suočena sa njihovom kolektivnom recepcijom.

Osnovne razlike – Iako su i umjetnost i religija socijalne konstrukcije i zavise u mnogome od kolektivnog konsenzusa, postoje bitne razlike u njihovom društvenom djelovanju i njihovoj simboličkoj poziciji u društvu. Religija se preko svojih institucija uglavnom bavi očuvanjem jedne rigidne spiritualne formule koja utapa pojedinca u kolektiv dok se savremena umjetnost bavi preispitivanjem takvih rigidnih društvenih formula i konstantnim presonalizovanjem ponuđenih društvenih kodova.

To je upravo i jedan od razloga razdvajanja umjetnosti i crkve u vrijeme modernizma - dok su umjetnici u to vrijeme započeli proces svojevrsnog ‘razapinjanja’ forme, crkva je odlučila da ostane vezana za tradiciju i

da očuva prepoznatljivu tradicionalnu formu. Od tog vremena datira i veliko nepovjerenje između crkve i umjetnosti kao i razdvajanje umjetnosti na tzv. 'pravu umjetnost' i na 'crkvenu umjetnost'. Zbog toga je savremena umjetnost često kritikovana od strane crkve kao 'bogohulna' i 'degenerisana' dok je crkvena umjetnost kritikovana od strane savremenog umjetničkog svijeta kao 'kič' i 'bez stvarnog dodira sa stvarnošću'. *The Extra Light Project* funkcioniše kao čudna spona između ove dvije sfere. Glavni fokus ovog projekta je minimalna umjetnička instalacija i intervencija u prostoru kreirana od strane umjetnika-ateiste dok je, u isto vrijeme, ta instalacija kreirana u prostoru crkve uz učešće velikog broja sveštenika i teologa. Ovaj projekat stoji na razmeđu između savremene umjetnosti i crkve i u isto vrijeme im pripada objema i nijednoj od njih.

Opis projekta – *The Extra Light Project* je započeo 2007. godine mojom saradnjom sa holandskim protestantskim sveštenikom, piscem i kolumnistom Jean-Jacques Suurmondom sa kojim sam započeo seriju razgovora o odnosu između umjetnosti i religije. Suurmond je u to vrijeme radio kao sveštenik u protestantskoj crkvi u Vlaardigenu, gradiću u Holandiji, gdje su razgovori vođeni obično nedjeljom u praznoj crkvi nakon jutranje službe. Ovi razgovori su dokumentovani i objavljeni u knjizi *Becoming Christian / Stvaranje hrišćanina* koja je objavljena u okviru *The Extra Light projekta*.

Tokom ovih razgovora sam došao na ideju da ispitam funkcionalnost vizuelnih (i stereotipnih) elemenata koji se koriste i u umjetnosti i u hrišćanskoj religiji u okviru jednog konkretnog i umjetno kreiranog javnog događaja. Izdvojio sam tri vizuelna elementa – svjetlo, maglu i prisustvo publike – i odlučio da ih kombinujem u prostoru crkve. Ideja je bila da se čitav prostor crkve ispuni gustom maglom i da se njena unutrašnjost obasja snažnim reflektorima izvana kroz crkvene prozore. 'Ready-made publika' ovoga događaja bi bila grupa od 100 sveštenika i teologa koja bi već bila prisutna u crkvi prije dolaska ostatka publike. Ovaj javni događaj i instalacija su planirani kao jednokratno dešavanje od četiri sata koje nikada više neće biti ponovljeno. Noorderkerk, jedna od najvećih i najstarijih crkvi u Amsterdamu, je pristala da ugosti ovaj događaj i on je planiran za 10. decembar 2009. godine.

Pošto društvena funkcionalnost ponuđenih simboličkih sadržaja uveliko zavisi od grupne interpretacije, sastavljene su dvije radne grupe koje su interpretirale instalaciju u Noorderkerku prije nego što se desila. Ovim je

izokrenuta normalna dinamika recepcije umjetničkog rada – interpretacije nije slijedila umjetnički rad već mu je prethodila.

Ovdje je takođe bilo važno da su učesnici radnih grupa dolazili iz dva različita diskursa – umjetničkog i religioznog. Prva radna grupa, tzv. neregiozna, je bila sastavljena od umjetnika, umjetničkih kritičara i kulturnih radnika dok je druga, tzv. religiozna, bila sastavljena od sveštenika i teologa. Prije nego što će se sastati, obje radne grupe su popunile upitnik i odgovorile na seriju konkretnih i praktičnih pitanja o planiranoj instalaciji kao i seriju generalnih pitanja o odnosu između religije i umjetnosti. Svaka grupa se prvo sastala zasebno i tokom sastanka od tri sata raspravila svoje viđenje instalacije i pokušala da joj odredi socijalnu i estetsku funkciju. Nakon toga, ove dvije grupe su se srele i tokom zajedničkog sastanka uporedile svoja viđenja instalacije.

Svaki od ova tri sastanka je dokumentovan i prikazan u formi tri video rada tokom izložbe *The Extra Light Project – Predictions* u Lloyd Hotelu - Cultural Embassy u Amsterdamu. Ova izložba je otvorena početkom decembra 2009, desetak dana prije instalacije u Noorderkerku. Ideja je bila da publika prvo pogleda ove grupne interpretacije instalacije a tek onda instalaciju samu.

Installacija – *The Extra Light Project* instalacija je relizovana 10. decembra 2009. godine u Noorderkerku u Amsterdamu između 19 i 23 časova. Veliki prostor crkve Noorderkerk je bio potpuno ispunjen gustom maglom uz pomoć dvije jake dimne mašine dok su četiri snažna reflektora (18.000 W svaki) obasjavala unutrašnjost crkve izvana kroz prozore - po dva reflektora sa svake strane. Reflektori su bili pričvršćeni na dvije dizalice i podignuti na visinu od deset metara tako da se svjetlo koje je dopiralo izvana kroz prozore prostiralo visoko iznad glava gledalaca. Pošto je crkva bila ispunjena gustom maglom (sa vidljivošću od oko tri metra), svjetlo je bilo jedina orijentaciona tačka u prostoru.

Velike orgulje Noorderkerka su bile okružene skelama i zapakovane u bijelu plastiku. Ovo je učinjeno iz praktičnih razloga (zaštita orgulja od magle) ali je u isto vrijeme imalo efekat brisanja najvažnijeg vizuelnog elementa u prostoru protestantskih crkvi. Bijela plastika kojom su orgulje bile prekrivene se stopila sa maglom kreirajući naizgled prazan prostor u crkvi - orgulje su naizgled nestale sa svog uobičajenog mješta. Tek kada bi im prišao blizu, gledalac je mogao da im razazna oblik.

Prisustvo stotinu teologa i sveštenika je bio važan konceptualni detalj ove instalacije. Oni su bili zamoljeni da prisustvuju instalaciji bez svojih svešteničkih odora, u svojoj civilnoj odjeći, trideset minuta prije početka. Osim sveštenika i teologa koji su već učestvovali u radnim grupama, instalaciji je prisustvovao i veliki broj sveštenika koji su bili pozvani preko protestantskih glasila i Internet portala. Pošto nisu bili obučeni u svoje svešteničke odore, bili su izmješani sa ostatkom publike i njihov broj se umnožavao kako je veće odmicalo. Na kraju večeri je dostignut broj od stotinu sveštenika i teologa uz posjetu od oko petsto ostalih gledalaca.

Odlomak iz knjige *Stvaranje hrišćanina*
(Becoming Christian, Saša Karalić and Jean-Jacques
Suurmond, 2009, Skandalon)

Karalić: Na putu ovamo sam razmišljao kako su umjetnost i crkva kroz vjekove često djelovali zajedno u mobilizaciji ljudi u različite, često političke, svrhe.

Suurmond: Šta podrazumijevaš pod ‘mobilizacijom’?

Karalić: Hoću reći da su i umjetnost i crkva vjekovima usmjeravale ljude na vjerovanje i pokornost i da su radile na proizvodnji istog imajući sličan cilj tokom duge zajedničke istorije. Preljepe crkve su građene, prelijepi freske su slikane, mnogo dobrih umjetničkih djela je napravljeno i to sve u slavu i korist crkve. Možemo da pretpostavimo da je dio toga pravljen da bi se inspirisalo ljude na vizuelnom nivou i da bi im se pomoglo u njihovom duhovnom traganju. Ali učeni smo kroz istoriju da je veliki dio toga pravljen isključivo u političke i finansijske svrhe. Većina crkvi je građena da bi se pokazala moć vladara i zajednice i umjetnik je često upošljavao kao dekorater. Ali kada se umjetnost razdvojila od crkve negdje u vrijeme modernizma, njihovi ciljevi su postali potpuno različiti. Crkva je odlučila da ostane u rovovima tradicije dok su se umjetnici odmetnuli da tragaju za novim odgovorima. Umjetnici su započeli svjevrsnu dekompoziciju i ‘razapinjanje’ tradicije kroz ‘razapinjanje’ forme dok je crkva odlučila da ostane rigidna i da ne slijedi ovaj očigledan ljudski poriv za duhovnim razvojem, promjenom i potrebom da se preispita način na koji živimo u svijetu. Ovdje dajem umjetnost kao primjer jedne šire socijalne dinamike usmjerene ka revitalizaciji socijalnog okruženja. Ta potreba za konstantnom revitalizacijom

ima, naravno, i svoje loše strane. Te loše strane se mogu opaziti u savremenoj umjetnosti kada ona preraste u površni dizajn, praćenje trenda ili puku proizvodnju robe.

Suurmond: Kič?

Karalić: Da, kič. Crkva ponekad želi da se uključi u savremena dešavanja u umjetnosti ali često na veoma nespretnan način - čini se da se crkva rijetko povezuje sa kvalitetnom umjetnošću a puno češće sa kičem. Jednom sam posjetio jednu pravoslavnu crkvu na ostrvu Samos u Grčkoj gdje su imali velike zvučnike postavljene na krov tako da turisti mogu da prate crkvenu službu sa plaže. Crkva je bila prepuna plastičnih anđela, dekoracija u boji i plastičnog cvijeća – nikada prije nisam vidio takvu eksploziju kiča. Pravoslavna crkva je, u svojoj osnovi, veoma tradicionalna (očuvanje tradicije je bio jedan od razloga njenog razlaza sa Katoličkom crkvom) i nije se mnogo adaptirala modernim vremenima. Zato je ova crkva na Samosu izgledala tako nespretna u svom pokušaju da bude moderna i da privuče turiste – čini se da je kič prvi popularni izbog vizuelne komunikacije i to kič najjeftinije vrste! To nije samo problem ove crkve na Samosu već i problem savremene crkve generalno gledajući. Crkva zaboravlja da je savremena publika veoma vična vizuelnoj komunikaciji i da ne može više da privuče njihovu pažnju nekakvim plastičnim anđelima i treperavim svijećama. Percepcija svijeta i socijanog okruženja savremene publike je veoma određena novim medijima koja funkcionišu kao njihov 'prozor u svijet' – prag pažnje i reagovanja publike je pomjeren mnogo stepeni nadalje. Crkva, dakle, ne može da se nada da će da dirne ili uplaši bilo koga udaranjem u zvona ili grmljenjem orguljama (koji su originalno dizajnirani u te svrhe). Ili plastičnom statuom Marije sa treptećim svjetlima. A publika bi trebala da prihvati i poštuje sve ovo samo zato što je prezentovano od strane najstarije društvene institucije!

Suurmond: Šta nije u redu sa statuom Marije sa treptećim svjetlima?

Karalić: Ponižava svakoga ko želi da uzme crkvu za ozbiljno.

Suurmond: Ne zaboravi da crkva želi da dosegne svakoga bez izuzetka. To uključuje i vrlo jednostavne ljude koji po našem mišljenju nemaju najbolji ukus...

Karalić: Ne govorim ovdje o ukusu već o funkcionalnosti.

Suurmond: Ti kao umjetnik si veoma osjetljiv kada je forma u pitanju dok je forma u ovom slučaju veoma popularna, gotovo banalna. Ali ne i ljudima kojima je namijenjena! Oni su u stanju da se veoma predano mole ispred plastične statue Marije sa treptećim svjetlima i da budu duboko dirnuti. To

možda nije u skladu ni sa mojim ukusom ali jeste sa njihovim!

Karalić: Da je umjetnost isto tako davala ljudima upravo ono što žele, nikada se ne bi promijenila, razvila i promjerila unaprijed. Smatram da je zadatak i umjetnosti i religije da iznalaze nove ideje i podstreke na polju vizuelnih i spiritualnih sadržaja i informacija. U protivnom, nećemo biti u stanju da se dalje razvijamo i ostaćemo zauvijek da stojimo na gomili kiča. Takođe: kada kažete 'ljudi sa jednostavnim ukusom', to zvuči veoma patronizirajuće kao da takvi ljudi nisu u stanju da promijene išta nabolje. Ako im se ponudi drugačija vrsta vizuelne komunikacije koja ih uzima zaozbiljno i tretira kao jednake, daje im se određen prijedlog i ideja a ne samo propovijedanje i podučavanje.

Suurmond: Komunikacija podrazumijeva pronalazak zajedničke polazišne osnove sa drugima prije nego smo im u stanju saopštiti nešto novo. U protivnom, nećemo biti u stanju da razumijemo jedni druge. To je možda ono što crkva pokušava da uradi.

Karalić: To je problem s kojim se suočava i savremena umjetnost - kako prenijeti poruku širokoj publici i pri tom ostati vjeran osnovnoj ideji. Živimo u veoma pragmatičnim vremenima u kojima je sve podređeno određenoj funkciji – ako umjetničko djelo nije viđeno ili prodano, onda gotovo i da ne postoji.

Suurmond: Dozvoli mi da te pitam sljedeće: Recimo da napraviš umjetnički rad za koji unaprijed znaš da ga niko neće vidjeti. Kako bi to bilo?

Karalić: To bi bilo ok.

Suurmond: Ti znači ne želiš da napraviš rad koji će biti viđen i koji će možda imati uticaja na druge?

Karalić: Naravno da želim i ja to uvijek radim. Ali ako me pitaš kako bi to bilo kada bih napravio rad koji niko neće vidjeti, ja moram da kažem da bi mi i to, u principu, bilo prihvatljivo. Ja ne radim tako ali sam siguran da je stvoreno mnogo dobrih umjetničkih radova iza zatvorenih vrata ateljea koje niko nikada neće vidjeti. Da li će rad biti pokazan ili ne je stvar umjetnikovog izbora.

Suurmond: Ali ti stvaraš svoje radove da bi bili pokazani publici?

Karalić: Naravno.

Suurmond: Što znači da na neki način pokušavaš da privučeš njihovu pažnju?

Karalić: Da.

Suurmond: Mi teolozi to zovemo 'inkarnacija'. Inkarnacija znači otjelovljenje, Bog uzima ljudsko obličje u Hristu. On nam se u vizuelnom obličju

ljudskog bića obratio i od tog trenutka nam je otvorio nove vidike. Zato je Evanđelje neiscrpan izvor prepun kratkih priča i pouka koje su uvijek svježije a često paradoksalne i šokantne!

Karalić: Slično priči o Zartustri?

Suurmond: Tako je.

Karalić: Mislim da je suviše pretenciozno za umjetnika preuzeti ulogu Hrista ili Zaratustre...

Suurmond: Radi se o umjetnikovom privlačenju publike da bi bio u stanju da komunicira svoju umjetnost. O tome se radi.

Karalić: Čim u današnjem svijetu stupimo u 'arenu privlačenja publike', suočavamo se sa veoma jakom konkurencijom – moramo pronaći put kroz medijsku džunglu koja neprestano galami i takmiči se u privlačenju pažnje. Problem sa umjetnošću je da ona pokušava da ponudi sadržaje koji često nisu komercijane prirode i nisu zasnovani na profitu. Ali da bi privukla pažnju publike, umjetnost je primorana da koristi ista komercijalna medijska sredstva kao i svi drugi. Ovo na duže staze ima uticaja i na sam sadržaj umjetnosti.

Suurmond: Crkva je suočena sa istim problemom... Ali crkva nikada ne može potpuno da se proda komercijalnom svijetu jer se ona ne bavi 'zvučnim efektima' već sporim životnim pitanjima i značenjima života: Odakle dolazimo? Zbog čega živimo? Kuda idemo?

Karalić: Ali još uvijek moramo da odgovorimo na jedno važno pitanje: kako prenijeti Hristovu poruku bez plašenja ljudi i bez namjere da ih načinimo malima i poslušnima?

Suurmond: Mislim da ovdje zaista postoji paralela između umjetnosti i religije: kako ostati vjeran sopstevnom identitetu kao crkva i u isto vrijeme privući ljude? Ovdje uvijek postoji određena tenzija. Crkva ponekad griješi i ide predaleko u tom pokušaju te se pretvara u komercijalni religiozni biznis (u Americi ima mnogo takvih). Na drugoj strani, crkva isto griješi ako želi da opstane u vakumu zadovoljna svojim posebnim položajem i identitetom. To takođe nije dobro. Ja sam se lično mnogo promjenio na tom planu. Ranije sam brinuo o tome kako privući ljude u crkvu. To više ne radim. Sada sam ubjeđen da ako djelujem sa uvjerenjem i radim ono što smatram da je esencijalno za crkvu – da slavim stvarnu svrnost, Boga, tvorca i oslobodioca svega što postoji – onda mogu ostalo da prepustim Bogu. Što god smo autentičniji kao crkva, bićemo privlačniji autsajderima.

Karalić: Šta podrazumijevaš pod 'autentičnim'?

Suurmond: To znači biti istinit prema trajnim vrijednostima crkve. Pričali

smo ranije o značaju iznovnog otvaranja, doživljavanju raspenja, o stvarno stvarnom i o tome kako ljubav može da nas izbavi od iluzija – to nikada neće biti popularna poruka jer ljudi vole biti obmanuti. Znaš, iluzije mogu biti jako lijepe. Ali, u isto vrijeme, ljudi pate zbog njih.

Karalić: Možda te ne razumijem potpuno ali mi se čini da se ovdje ponovo vraćaš tradiciji i kažeš: „Pustiću stvari da se odvijaju svojim tokom”...

Suurmond: Ne bih to tako nazvao jer mi ‘povratak tradiciji’ zvuči suviše teoretski. Više se radi o tome da ja i crkva kojoj trenutno služim doživljavamo Boga i vjeru na određeni način. Ja sam vjeran tome i ne brinem previše o tome šta ce drugi reći. Mogu da zamislim da bi umjetnik mogao da djeluje na isti način: da radi ono što misli da je dobro i da se ne brine previše o ostalom.

Karalić: Nisam govorio o osnovnoj svrsi umjetnosti i religije. Pretpostavimo da ta svrha postoji i da je na sigurnom mjestu. Ali šta se dešava kada ta stvar koju zovemo ‘vjera’ ili ‘inspiracija’ postane zakrčena u kontaktu sa stvarnošću? Možemo biti vjerni sebi i, ako smo dosljedni, naš trud će biti prepoznat i poštovan. Ali interesantno je za primjetiti kako se ta stvar koju želimo iznijeti na vidjelo lomi, zlouportebjava i zagađuje u dodiru sa stvarnošću. Ne moramo odmah da imamo nekakav moralni sud o tome, možemo to takođe da prihvatimo kao izazov. Nije pametno ako zauvijek ostanemo zarobljeni samo parametrima onoga što znamo i u šta vjerujemo. Korištenje masovnih medija za promociju i komercijalizaciju umjetničkog djela ili korištenje plastične figure majke Marije kao prenosnika vjere i vjerovanja su ekstremni načini privlačenja pažnje ‘spoljašnjeg svijeta’ i ja ne podržavam ni jedan od njih. Ali, iznova, interesantno je za primjetiti šta se dešava sa umjetnošću i religijom kada ih iznesemo pred masovnu publiku. Mislim da bi trebalo biti moguće učiniti oboje: komunicirati na nivou masovne publike i ostati vjeran sopstvenoj ideji i svrsi.

Suurmond: Zar su te ne radi o stalnom pomjerenju od sopstvene inspiracije ka spoljašnjem svijetu i nazad?

Karalić: Da, ali svaki put kada nam se naša poruka ili svrha vrati nazad, iznova je zagađena tim spoljašnjim svijetom. Ponekad u sopstvenu korist.

Suurmond: To nije važno. Svaki put kada sam zagađen spoljašnjim svijetom, vraćam se nazad i bivam iznova pročišćen svojom osnovnom inspiracijom. Ali to nije najbitnije. Najbitnije je ne ostati zauvijek ovdje ili tamo. Ako ostanem ovdje, postajem nevažan; ako ostanem tamo, postajem plijen ukusa masovih medija i svega ostalog. Mora da postoji ta neprestana dinamika između ovdje i tamo.

Karalić: U tom slučaju se možemo identifikovati sa obje pozicije.

Suurmond: Da, i otkriti da u nama uvijek postoji puno više toga nego i u jednoj od njih. To je izazov koji mi se čini važnim. Moja osnovna bit je uvijek ovdje, u mom srcu i u mojoj početnoj inspiraciji.

Karalić: Sve ovo zvuči gotovo kao tehnika preživljavanja za umjetnike i teologe, preživljavanje u spoljašnjem svijetu...

Suurmond: Meni ne smeta kada se tekst gospela korsti u popularnom mjuziklu. Vjerovatno ga nikada neću pogledati ali mi ne smeta. Pričali smo ranije o stalnoj potrebi sa obnavljanjem i otvaranjem. Moj koncept vjere i crkve kao i moje viđenje svijeta takođe moraju biti ponekad uzdrmani. Ponovo dolazimo do tog doživljaja raspenja. Riječ 'inspiracija', naime, je religiozna riječ, dolazi od Svetog Duha, 'spiritus'...

Karalić: Ja bih rekao da je obrnuto!

Suurmond: Na jednoj od starih slika vidimo pisce gospela sa Svetim Duhom u obliku goluba koji im govori riječi u uho. To je inspiracija. Inspiraciju ne možeš sam da izmisliš. Ne možeš da kažeš: „Sutra u deset sati ću da budem inspirisan.”

Karalić: Ruska pjesnikinja Marina Cvetajeva je rekla da je umjetničko djelo rezultat truda i čuda. Sjedeći i čekajući da nam nadođe inspiracija ili da se desi čudo nas neće odvesti daleko. Moramo i da radimo.

Suurmond: Mi u crkvi to zovemo 'sarađivati sa molitvom'. Pod molitvom podrazumijevam inspiraciju, naravno. Čuda ne možemo da izmislimo ili napravimo – zbog toga se i zovu čuda. To je nešto što nam je dato. To je osnova inspiracije – ona to je data. To je takođe i osnova vjere – to je nešto što nam se stalno daje sa one druge strane.

Karalić: Mislim da je inspiracija precijenjena. Postoji vrsta inspiracije kojoj bi umjetnik trebao da okrene leđa. Neka vrsta inspiracije nije dobre ni za umjetnika ni za ljudski rod.

Suurmond: Zašto da to onda zovemo 'inspiracija'?

Karalić: Ono što želim reći je da je važno i za teologa i za umjetnika znati da se njihovo djelovanje ne može uvijek okvalifikovati samo kao dobro, da su u stanju užasno da pogriješe i da njihovo djelo može biti loše i represivno i za zajednicu i za njih same. Inspiracija je psihološko stanje u kojem smo animirani da djelujemo, to je sve.

Suurmond: Ja bih to onda nazvao 'demonско'.

Karalić: Démonski aspekti inspiracije su upravo ono o čemu govorim. Inspiracija nije uvijek dobra i pozitivna. Ta vrsta energije može takođe biti

demonske naravi i proizvesti demonske simulakrume od kojih ljudska zajednica jednostavno ne može imati nikakve koristi.

Suurmond: Zar nam nije i to ponekad potrebno?

Karalić: Naravno da jeste, potrebno nam je kao neka vrsta pročišćenja. Ali se pitam zašto se crkva uvijek predstavlja samo kao dobra i zašto je prepuстила to naše demonsko podzemlje nekakvim opskurnim sektama.

Suurmond: Ne, to ne bi bilo istinito; biti samo optimističan nije stvarno.

Karalić: Da li prepoznaješ trenutke tokom svoje crkvene službe kada elementi demonskog počnu da se pojavljuju?

Suurmond: Da, oni su uvijek prisutni. Tokom molitve za ljude u bolu, na primjer. U centru svega je uvijek krst što je samo po sebi užasna stvar.

Karalić: Da, jeste.

Suurmond: Radi se o instrumentu martira, o užasnoj stvari. I nalazi se svuda, na vrhovima svih crkvenih tornjeva! Mi dolazimo u crkvu sa našim mračnim stranama i na početku nam je potrebna molitva da bi je Gospod čuo i prepoznao našu tamu. Demoni ne mogu mnogo da nam naškode ako ih prepoznamo i iznesemo na svjetlo dana, oni mogu da nam naškode samo ako ne želimo da ih prepoznamo. Ako ih ne prepoznamo, oni nas stalno napadaju s leđa.

Karalić: Ako govorimo o tehničkoj strani crkvene službe, onda možemo da primjetimo da neke crkve kao sto su baptistička ili pentakostalna crkva koriste tehnike kojima stimulišu da i dobre i loše strane vjernika izađu na površinu tokom crkvene službe. To je često isprepletano i nepročišćeno i iznijeto zajedno u istom dahu. Ovakva mogućnost ne postoji u protestantskim, katoličkim ili pravoslavnim crkvama gdje su vjernici više u situaciji da pasivno primaju bez mogućnosti da se fizički izraze.

Suurmond: Ne, nije isto kao u crnačkim crkvama, na primjer. Ali se u ovim crkvama vjernici takođe mogu izraziti kroz liturgiju, riječi su im ponuđene tokom liturgije. Oni to takođe mogu učiniti kroz molitvu, ispovjest, klečanje, krštenje...

Karalić: Ovo su sve individualni načini izražavanja.

Suurmond: Oni su individualni i kolektivni u isto vrijeme. Svaka prisutna osoba doživljava objektivnu komunalnu liturgiju na svoj način, ona nikada nije ista za svakoga. I to je isto nešto što nam je dato, kao inspiracija. Ponovo se vraćam na to: sve nam je dato, moj vlastiti život mi je dat! Ja nisam sam stvorio svoj život, samo sam jednoga dana odjednom shvatio da živim! I ja to doživljavam svaki dan - znam da mi je svaki dan poklonjen i to je dobar

osjećaj. Samo me ludilo objektivnog, kao što je to komunalna liturgija, može spasiti od iluzije da sam ja sam svoj stvaralac, ono me može pročistiti i osloboditi. Kada kažem 'objektivno', onda mislim na stvarnu stvarnost, na Boga. A kada sam ostavljen na milost sopstvenoj subjektivnosti, onda sam samo dio svog malog zagušljivog svijeta i ne mogu više da napredujem.

Karalić: To je kao neka vrsta zajedništva sa Bogom koju tražiš da se ne bi osjećao usamljenim.

Suurmond: Ne radi se o usamljenosti. Ja ne osjećam uvijek Boga, moji osjećaji nisu toliko važni. Bog je važan i ono što on radi u mom životu. Htio bih stalno da razumijem šta on to radi. Šta, na primjer, on sada radi u tvom životu?

Karalić: Ko?

Suurmond: Bog.

Karalić: Nisam siguran da mogu da odgovorim na to pitanje jer je to pitanje za mene veoma hipotetično.

Suurmond: Ako Bog postoji, onda on nešto radi i u tvom životu. Ja ne znam šta bi to moglo da bude...

Karalić: Ali za mene je to jedno veliko 'ali' i zbog toga ne mogu da odgovorim na tvoje pitanje.

Suurmond: Za tebe je to pitanje hipotetično. Ali recimo da se poigraš tom hipotezom i da se upitaš: „Ako Bog postoji, šta on sada radi u mom životu?“ Vrlo konkretno, ne samo u tvojim mislima.

Karalić: Čini da sjedim ovdje i da razgovaram sa tobom.

Suurmond: Moguće.

Karalić: Ali ako to kažem, odmah sam suočen sa pitanjem: „Zašto to radi?“ Ako želim da odgovorim na to pitanje, prinuđen sam da predvidim budućnost i da je povežem sa prošlošću i sadašnjošću. A ta mogućnost jednostavno nije data ljudskom biću. Kada bismo bili u stanju da to uradimo, da nadmašimo naša fizička ograničenja, naš mozak bi eksplodirao. Znači, jedini način da se odgovori na to pitanje je da se prihvati postojanje Boga kao i religiozni obrazac i matrica propisana i ponuđena od strane crkve.

Suurmond: Religija je matrica?

Karalić: To je kako je ja vidim. Pošto nisam vjernik, prinuđen sam da postavim pitanje 'zašto', da sistematizujem stvari i da ih stavim u određeni slijed. Ako pretpostavim da Bog postoji i da me postavio ovdje da razgovaram sa tobom, ja moram da pitam: „Zašto?“ Ako bi me ti nazvao i tražio da se sretnemo u sedam sati na centralnoj stanici, ja bih te pitao: „Zašto? Šta se

desilo? Da li želiš samo da razgovaraš sa mnom ili ti je potrebna moja pomoć?“ Očekivao bih nekakav odgovor od tebe.

Suurmond: Svemu mora da postoji razlog... Ali kako bi bilo kada ne bi razmišljao na taj način i jednostavno došao bez pitanja? To se zove vjera.

Karalić: To bi bilo moguće. Ali ako bih došao bez pitanja, onda bi ti i ja morali biti veoma bliski, morali bi da imamo spiritualnu vezu koja mi obezbjeđuje da ne moram da postavljam nikakva pitanja.

Suurmond: Čak i ako ne razumiješ zašto?

Karalić: Čak i ako ne razumijem zašto. U tom slučaju bi bilo veoma moguće.

Suurmond: Ovo je prelijepa paralela življenju sa Bogom. Što god se više približiš Bogu, lakše će ti (iako nikada potpuno lako) biti na stanici u određeno vrijeme bez znanja zašto i bez bilo kakvih „ali“ i „ako“. Radi se o povjerenju, radi se o vjeri.

Karalić: Vjerujem da pravi vjernici zaista mogu da osjete taj božji poziv. Ali moje pitanje kao vizuelnog umjetnika je uvijek:”Kako?“

Suurmond: Kako? To je tehničko pitanje!

Karalić: Ovdje moram ponovo da se vratim problemu publike: da li je moguće povezati privatni doživljaj vjere sa širom zajednicom? Da li je taj doživljaj pojačan prisustvom drugih, prisustvom te zajednice?

Suurmond: Naravno. Ali ja ne bih nazvao taj doživljaj privatnim već ličnim. Jer Bog je Bog svega što postoji. Kada doživljavam Boga, to nikada nije privatna stvar već u isto vrijeme i kosmička stvar jer je osjećam takvom. Ali želio bih da se ponovo vratim mom pitanju: Ako Bog postoji, ako bi bila moguća takva ludost, šta on sada radi u tvom životu?

BIBLIOGRAFIJA

Karalić, Saša i Suurmond, Jean-Jacques, *Becoming Christian / Christen worden*, Amsterdam: Skandalon, 2009: 66-76

Voltaire, *Notebooks*, c.1735-c.1750

Voltaire, *Dictionnaire philosophique*, Paris: Garnier Frères, 1965: 109





Saša Karalić
Gerrit Rietveld Academie
Amsterdam
info@sasakaralic.nl
www.sasakaralic.nl

The extra light project

Summary: *This text brings a description of The Extra Light Project - an art project that was realized in 2009 in Amsterdam. The Extra Light Project aimed to discovering similarities between art and religion in creating or manipulating collective convictions along with means and techniques that are used for these purposes. The conceptual background of the project is shortly described in the first part of the text together with all phases of the project – from its working groups to its exhibition and main installation. The second and longer part of the text brings extract from the book *Becoming Christian* that was published in 2009 on the occasion of the project. The book contains serial of conversations between Jean-Jacques Suurmond, a Protestant minister, writer and columnist, and Saša Karalić, artist, docent of multimedial arts at Gerrit Rietveld Academy in Amsterdam and author of this text and project. The translated extract of this book is taken out of the chapter *On personal experience of religion*.*

