

UDK 316.258:2
316.77:2
2:316.77

Izvorni znanstveni članak
Primljeno: 3. siječnja 2005
Prihvaćeno: 8. ožujka 2005.

Religija kao komunikacija Razmatranja iz suvremene sociološke teorije

Ivan Markešić

Leksikografski zavod «Miroslav Krleža», Zagreb

Sažetak

U ovom se radu autor bavi do sada u Hrvatskoj nedovoljno obrađivanom temom: religija kao komunikacija. Uvodno naznačuje da je komunikacija u suvremenom društvu postala najčešće rabljenim pojmom, zbog čega se sve više i govori o temeljitim i sustavnim promjenama komunikacijske kulture.

Temeljna hipoteza koju autor u ovom članku želi provjeriti glasi: ako je jedan od «proizvoda» razvoja suvremenoga društva komunikacija, tada i religijski sustav, kao jedna od nezamjenjivih, stalnih konstanti svih dosadašnjih ljudskih društava, može u tom smislu obavljati funkciju medija komunikacije.

U dokazivanju postavljene hipoteze, autor nas u prvom dijelu upoznaje s temeljnim pojmovima (religije i komunikacije) i njihovim značenjima u društvu, dok nam u drugom dijelu predočuje duhovnu situaciju vremena u kojoj započinje naznačeni proces komuniciranja. Govoreći u trećem dijelu o novim medijima i novim medijskim društvima, autor naznačuje religiju kao jedan od oblika suvremene komunikacije. No, na koji način religija može postati komunikacijskim medijem, autor nam predstavlja u četvrtom dijelu na temelju teorije komunikacije J. Habermasa, fenomenološkoga polazišta P. L. Bergera i T. Luckmanna te sustavno-teoretskog stajališta N. Luhmanna.

Ključne riječi: komunikacija, religija, društvo, globalizacija, kultura, djelovanje, sustav

UVOD

Stupanj razvoja suvremenoga zapadnoeuropskog društva koje, svjedoci smo toga, svakim danom postaje sve kompleksnije i izdiferenciranije, mnoge zbunjuje: ne znaju kako ga nazvati: moderna, druga moderna, kasna moderna, ili pak jednostavno postmoderna. Sve su to veliki pojmovi koje pojedinci na različite načine ocjenjuju i interpretiraju.

U tom i takvom društvu riječ **komunikacija** postala je pojam koji se najviše rabi. U gotovo svakom segmentu društva, od državnih institucija, političkih stranaka do poduzeća, športskih klubova i privatnih osoba stvaraju se posebni obrasci komunikacije, odnosno vlastita kultura komunikacije. Sasvim je razumljivo da taj i takav razvoj **komunikacijske situacije** nije mogao zaobići ni religiju, kao jedan od parcijalnih, funkcionalno izdiferenciranih podsustava modernoga društva. Vidljivo je da se u svakom od tih podsustava izgrađuje struktura komuniciranja u dva smjera: 1) **prema unutra** - nastojeći uz postojeće uvjete rada poboljšati rezultate rada, ali i dobit, i 2) **prema vani** – želeći se u 'punom svjetlu' predstaviti u javnosti kako bi, npr. u odnosu prema konkurentskim tvrtkama ili institucijama pokazali svoju veličinu i nadmoć, ili pak, kako bi se kao političke stranke mogle svojim programima i brojnošću članstva što primjerenije predstaviti drugim političkim strankama. Potrebno je stoga napomenuti da je u međusobnim nadmetanjima i

«nadmudrivanjima» političkih stranaka od velike, ako ne i od presudne važnosti, upravo ispravna i pravovremena komunikacija s biračima. Od toga, zapravo, ovisi hoće li neka stranka, bilo na lokalnim, županijskim ili državnim izborima dobiti naklonost birača. Također, ni mediji ne zaostaju u tomu. Sve više je emisija u kojima imamo neki oblik privatne komunikacije koju možemo nazvati privatnim *talkshowima* – (npr. HTV-ove emisije: nekoć **Misli 21. stoljeća, Forum, Gosti Željke Ogreste**, danas **Otvoreno, Latinica, Piramida**, ili na OTV-u: **Dva u devet**, itd.).

Ni sociolozi nisu otišli daleko. Među njima postoje već oni koji govore o zao-kretu, odnosno o korjenitoj promjeni *komunikacijske kulture*, dok drugi govore o *porastu važnosti komunikacija* u društvu, da bi već treći ustvrdili kako živimo u *komunikacijskom društvu*. Ono što je za nas zanimljivo, kad je o komuniciranju riječ, jesu društvene posljedice procesa koji je postao novim proizvodom suvremenoga društva. To znači, za nas je zanimljivo pronaći odgovore na pitanje: što je komuniciranje činjenično, stvarno, promijenilo u društvu i do kakvih je ono promjena dovelo, odnosno koliko su društvene promjene utjecale na razvoj medija? Jesu li razvoj masovne komunikacije i novi mediji (internet, npr.) proizvodi upravo toga procesa komuniciranja? Odnosno, još preciznije: koliko je proces komuniciranja utjecao na razvoj komunikacije (i kakve) i na razvoj medija (i kakvih) unutar religijskoga polja? Sredinom šezdesetih godina XX. st. započinje razdoblje američke tele-evangelizacije, stvaranje tzv. *Electronic churches*, čime započinje proces izravne primjene suvremenih medija masovne komunikacije (radio, televizija, film itd.) za predstavljanje religijskih sadržaja. Moglo bi se, stoga, kazati da je komuniciranje postalo nešto novopronađeno u moderni ili u najnovijem «post-modernom» modernom vremenu.¹

Do takvog razvoja u gotovo svim društvima došlo je zahvaljujući naglom razvoju suvremenih medija masovne komunikacije, ali i drugih medija². Američki istraživač masovnih komunikacija, George Gerbner, ističe kako su masovni mediji postali «nova religija, koja kontrolira sve nas», zapravo mi živimo u vremenu u kojemu nastaje «nacionalna religija postmoderne», ali nas toliko pritišće da je osjećamo kao «državnu prisilu».

¹ Tyrell, H., Krech, V. und Knoblauch, H., "Religiöse Kommunikation. Einleitende Bemerkungen zu einem religionssoziologischen Forschungsprogramm", u: Hartmann Tyrell, Volkhard Krech und Hubert Knoblauch (Hrsg), *Religion als Kommunikation*. Würzburg 1998., str. 7.

² U razvoju medijske tehnologije moguće je naznačiti tri glavna izvora: 1) *Vojska i rat*, koje nije bilo moguće organizirati ni voditi bez medijske tehnologije, 2) *Religija*. Svi su veliki religijski događaji bili medijski događaji, npr. Mojsijevo dobivanje ploča s deset zapovijedi, Pavlovo služenje rimskim poštanskim sustavom radi slanja svojih poslanica, Lutheorovo korištenje tek izumljenog knjigotiska, ili uporaba videotehnike, čime su se obilato služile moderne crkvene zajednice (electronic churches) ili npr. iranski vjerski vođa, ajatolah Homeini (odn. tele-Homeini, kako ga je nazvao J. Derrida), te u najnovije vrijeme služenje internetom, o čemu govori i Papa Ivan Pavao II., 3) *Ekonomija*, u kojoj je novac medij komunikacije i u kojoj se s prvim spisima rješavalo pitanja poreza, vlasničkih ugovora i dr.

U ovom radu polazimo od sljedeće hipoteze: **ako je jedan od «proizvoda» razvoja suvremenoga društva komunikacija, tada i religijski sustav, kao jedna od nezamjenjivih, stalnih konstanti u povijesnom razvoju svih dosadašnjih ljudskih društava, može obavljati funkciju medija komunikacije.**

Međutim, da bismo mogli govoriti o društvenoj relevantnosti i značenju komunikacije u suvremenom društvu, potrebno je, barem u najkraćim crtama, naznačiti temeljno značenje pojmova religija i komunikacija, od kojih u ovom tekstu polazimo, zatim kazati nešto o modernom društvu u kojem se događa proces komuniciranja, te o religijskoj slici toga društva. Budući da u sociologiji postoje veoma različita gledanja u svezi s društvenim procesima, na temelju čega i nastaju sociološke teorije, pomoću kojih se želi danu društvenu zbilju i odnose u njoj na vlastiti način razumjeti i interpretirati, ovdje ćemo govoriti o tri suvremena teoretska modela koji se bave 'socijalitetom' religijskoga, odnosno koji religiju uzimaju i razumijevaju kao nešto što ima svojstva komunikativnoga i kao nešto što se izvršava (ostvaruje) i reproducira kao komunikacija. U tom ćemo smislu govoriti o Habermasovoj teoriji komunikativnog djelovanja, b) Luckmannovoj 'fenomenološki usmjerenom sociologiji' i c) Luhmannovoj teoriji sustava.

1. POJMOVNO ODREĐENJE

Ni jedan pojam, pa tako ni pojmovi komunikacije i religije nemaju i nisu imali u svim vremenima i nemaju ni danas u svim društvima, narodima, kulturama i civilizacijama isto i nepromijenjeno značenje. Njihova su se značenja i važnost mijenjali onim slijedom kako su se ta ista društva razvijala i mijenjala, i to nikada pojedinačno nego uvijek u međusobnom prožimanju. Razvoj religije kao društvene tvorbe nije se stoga mogao ni zbivati izvan samoga društva i bez njegova utjecaja, kao što su se i oblici komunikacije među ljudima stvarali na temelju danih društvenih potreba i odnosa.

Tako je, prema Ingou Mörthu, komunikacija pojam koji se kako u prirodnim (informacijska teorija, kibernetika, biologija) tako i u društvenim znanostima (psihologija, socijalna psihologija, sociologija, antropologija itd.) koristi na više različitih načina i s više različitih značenja i u tom bi se smislu zajednička jezgra pojmovnog polja «komunikacija» mogla odnositi na procese posredovanja (predavanja, razmjene i pohranjivanja) informacija u interakciji.³ U tom poimanju komunikacija znači neprestano stupanje-u-odnose subjekata na temelju postojanja uspješne razmjene informacija gdje subjekti nisu samo ljudski subjekti, već i svi biološki organizmi, ali i svi strojevi koji su koncipirani kao (za informacije, odn. signale iz okoline) otvoreni sustavi (kompjutori, roboti). Budući da se sa socio-religijskog stajališta procesi međuljudske komunikacije nalaze u središtu

³ Mörth, Ingo: „Kommunikation“, u: Hubert Cancik, Burkhard Gladigow, Matthias Laubscher (Hrsg.): *Handbuch religionswissenschaftlicher Grundbegriffe*, Band II., Stuttgart/Berlin/Köln 1990., str. 392.-393.

pozornosti teoretskog razmatranja, Mörth naznačuje i četiri temeljne značajke komunikacije ljudi:

- 1) sposobnost posredovanja i obradbe informacija stječe se procesima učenja u zajednici (skupini);
- 2) posredovanje se obavlja pomoću simbola (znakova), čije značenje počiva na konsenzusu članova skupine;
- 3) simboli su međusobno povezani i čine «strukturu priopćivoga», kao što su jezik, te drugi oblici neverbalne komunikacije, obredi i geste;
- 4) primjena simbola, njihovo posredovanje i/ili obradba intencijski se provode unutar društvene skupine u interakcijskim situacijama.⁴

Na temelju toga moguće je tražiti i odgovor na pitanje: koje značenje međuljudska komunikacija ima u kulturnoj antropologiji, psihologiji, pedagogiji, socijalnoj psihologiji, sociologiji, lingvistici i semiotici, a koje u istraživanjima masovne komunikacije i medija.

Kako još uvijek sa stajališta religijske znanosti nema cjelovite, interkulturalno i interdisciplinarno razrađene teorije komunikacije za područje religijskih fenomena (iako se to parcijalno može susresti unutar psihologije religije, sociologije religije, teologije te u istraživanjima jezika i masovnih komunikacija), ovdje ćemo se posvetiti trima teoretskim polazištima unutar sociologije religije (Habermasovom, Luckmannovom i Luhmannovom konceptu) uz napomenu kako i koncepti razlikovanja «sakralnih» i «profanih» socijalnih činjenica kod E. Durkhiema, zatim koncept izdiferenciranosti uloga «religijskih virtuoza, odnosno specijalista», od šamana do svećenika, kod M. Webera, koncept religije kao područja stvarnosti s onu stranu ljudi i društva koje je socijalno konstruirano i koje postoji kao realnost *sui generis* kod Karla Marxa, do koncepta institucionaliziranih i organiziranih socijalnih oblika religioznoga (kod Ernsta Troeltscha) te koncepta funkcije religije u personalnom i u transpersonalnom području kod T. Parsonsa, zaslužuju, također, isto tako posebnu pozornost.

Iz navedenog je sasvim razvidno da u ovom radu nećemo moći poći samo od jednoga, za sva teoretska stajališta zajedničkoga značenja pojma religije, nego od više različitih.

2. DUHOVNA SITUACIJA VREMENA

Da bismo mogli govoriti o temi **religija kao komunikacija**, potrebno je naznačiti teoretski okvir u kojem se stvara teorija o religijskoj komunikaciji.

⁴ Mörth, I.: *nav. dj.*, str. 393.

U tom kontekstu bit će dovoljno navesti nekoliko teza (četiri) koje, na temelju postojanja dosadašnjih teoretskih postavki, navodi Horst Jürgen Helle u svom djelu posvećenom razvoju predodžaba o svetomu.⁵

1. **Religioznost je multidimenzionalni fenomen** (Charles Y. Glock). Helle je mišljenja kako je, slijedeći Ch. Glocka, moguće razlikovati četiri dimenzije religioznosti: 1) dimenziju iskustva, to znači dimenziju iskustva onih 'stvarnosti' koje potječu od neposrednog iskustva blizine nadnaravnog bića, zatim 2) ritualnu dimenziju, 3) ideološku dimenziju i 4) dimenziju nasljedovanja.

2. **Na tržištu vrijednosti društava blagostanja religija kao legitimacijski sustav nema više nikakvih šansi za monopolistički nastup** (Berger i Luckmann). Tim su stavom, smatra Helle, ova dvojica sociologa religije zapravo zauzeli stajalište kako se sociologija religije treba služiti metodama sociologije znanja. Oni, istina, ukazuju na činjenicu da je religija legitimacijski sustav, ali da u budućnosti religijsko znanje kao legitimirajući nacrt, odnosno kao prijedlog budućnosti, neće više imati monopol.

3. **Društvo više nije upućeno na religijske legitimacijske sustave zbog toga što su moderna društva blagostanja, koja se nalaze (i postoje) izvan religijske svijesti, dovoljno legitimirana racionalnošću** (Richard K. Fenn). Najsvežiji primjer za to je stvaranje i izglasavanje Ustava Europske unije, u čijoj se preambuli izbjeglo govoriti čak i o religijskim (kršćanskim) korijenima Europe. Zagovornici takvoga stajališta, koje je iprihvraćeno, nisu smatrali potrebnim spominjati to, jer novonastaloj zajednici za njezino postojanje nije potrebna nikakva religijska (odn. crkvena) legitimacija. Protivnici takvoga stajališta željeli su isticanjem kršćanskih korijena Europe u njezinom ustavu upravo legitimirati novonastalu zajednicu i preporučiti je svojim članovima.

4. **U mjeri u kojoj se u društvima blagostanja živi s oduševljenjem za prirodnanstveni i tehnički napredak, u toj mjeri tehničko-racionalni legitimacijski sustav dospijeva u krizu koju karakterizira siromaštvo u transcenciji. Iz toga se rađa nova potreba traženja religijskog odgovora u pitanjima smisla** (R. E. Stauffer). Moderni duhovni pokreti, posebice pokreti unutar *New Agea* najvjerođostojnije svjedoče čovjekovo traganje za odgovorom na pitanja o njegovoj «bačenosti», odnosno «poslanosti» u svijet.

Na temelju ovdje navedenih postavki Helle zaključuje kako će na pragu trećega tisućljeća sociologija religije morati istraživati koji oblici religijskoga mišljenja i djelovanja mogu doći na mjesto dualizma i racionalizma i kako se pomoću sjećanja općeljudskih vrijednosnih tradicija može povezati partikularno s općim, unatoč postojanju snažnih individualizirajućih snaga.⁶ No, pitanje budućnosti religije i time znanosti koje se njome bave predmet je veoma različitih društvenih teorija.

⁵ Helle, Horst Jürgen: *Religionssoziologie. Entwicklung der Vorstellungen vom Heiligen*. München – Wien, 1997., str. 62-63.

⁶ Helle, H.J.: *nav. dj.*, str. 63.

Ako bismo sada pokušali opisati kompleksnost suvremenoga društva, morali bismo se služiti i odgovarajućim pojmovima. Držimo da bismo sa sljedećim pojmovima mogli u najosnovnijim crtama iskazati zbilju suvremenih zapadnoeuropskih, izdiferenciranih društava: a) nezaustavljivi procesi globalizacije i b) funkcionalno diferenciranje društva, te u sklopu toga c) snažni tijekovi pluralizacije, individualizacije, te d) upućenost čovjeka pojedinca na doživljaj, informacije i medije.

U svezi s tim David. J. Krieger⁷ navodi sljedeće:

a) Kad je riječ o tekućim procesima globalizacije, tada je potrebno istaknuti da se suvremene nacionalne države nalaze pod snažnim pritiskom integriranja u jedno, za njih izvanjsko kulturno, politički, gospodarski i svjetonazorski šire 'svjetsko društvo', dok istodobno ta ista društva unutar samih sebe doživljavaju etničko-kulturno pluraliziranje, zbog čega ih je potrebno promatrati kao multikulturalna i multietnička društva.⁸

Čini se da se procesom globalizacije «tope» ranije uspostavljene granice i prepreke i da svijet sve više postaje «globalnim selom» i jednom općom i zajedničkom pozornicom, na koju svi imaju pravo pristupa i sudjelovanja⁹, a za što posebnu zaslugu ima upravo razvoj komunikacijskih medija, jer «sve što znamo o svijetu, znamo iz medija», smatra Luhmann.¹⁰

Iako su zapadnoeuropska društva i do sada po svoj religijskoj, nacionalnoj, vrijednosnoj strukturi bila višereligijska, višenacionalna i višesvjetonazorska, ipak je u njima prevladavao određeni konsenzus u pogledu temeljnih društvenih vrijednosti. Međutim, postmoderna situacija, ističe Krieger, «donosi sa sobom **radikalni pluralizam vrijednosti i svjetonazora**, koji razara do sada prevladavajući zapadni kulturni konsenzus utemeljen na sekularnom humanizmu»¹¹, ukazujući pri tom na činjenicu kako više nema sveopćeg prihvaćanja simbolike humanizma i kršćanstva, odnosno kako više uopće nema ni vrijednosti ni simbola koji bi bili sposobni stvoriti neki konsenzus, odnosno nema nekih općenito zajednički priznatih «kolektivnih reprezentanata» društva. Dakle, sve je više posebnih, međusobno veoma različitih, ali isto tako međusobno neovisnih društvenih skupina i područja, od medija, gospodarstva, politike, crkava - na makrorazini -, do svakodnevlja, osobnih interesa, svjetonazora i religija - na mikrorazini. U međusobnom odnošenju te takozvane «utjecajne grupe i područja» surađuju na mnogim programima, nadopunjuju se, ali mogu jedni

⁷ Krieger, J. David: „Religion als Kommunikation“, u: *Salzburger Theologische Zeitschrift*, br. 1, Salzburg, 1999., str. 2.

⁸ Krieger, J. D.: *nav. dj.*, str. 2.

⁹ Huber, Hans Dieter: «Welcome to Securityland. Die Globalisierung von Kommunikation und Kultur im Internet», u: *Kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaften*, Jg. 25, 1997, Heft 1, str. 70.

¹⁰ Niklas Luhmann: *Die Realität der Massenmedien*. Opladen, 1996., str. 9

¹¹ Krieger, J. D.: *nav. dj.*, str. 2.

druge i sprečavati u razvoju i postojanju. Upravo je stoga na djelu stalna kontrola tih odnosa te neprestano traženje nekoga zajedničkog kompromisa, konsenzusa.

Moderni čovjek nema više potrebe (ili možda nema više nikakve mogućnosti) doživjeti sebe u okviru (i okrilju) zajednice i tradicije sa čvrstim, unaprijed zadanim i utvrđenim normama i vrijednostima. On živi u jednom fluidnom društvenom procesu, bez čvrstih uporišta i određenosti. Prisiljen je svakodnevne odluke donositi sam. U tom procesu individualiziranja, pod kojim Ulrich Beck podrazumijeva, prije svega, «promjenu životnih pozicija i vlastitih biografija», životni se putovi međusobno isprepliću, pa u suvremenim društvima kapitalističko-tržišna načela rada traže profil individualističke osobe, dakle osobe koja će biti pokretljiva (mobilna, selilačka), neovisna o obiteljskim vezama i otvorena za samopredstavljanje i koja će ispunjavati pretpostavke za socijalni uspon. U tom smislu Beck govori o «pluraliziranju životnih stilova» koji se ponekad iskazuju u jednoj te istoj osobi,¹² ali i o sve snažnijoj upućenosti individuumâ na same sebe i na svoju individualnu sudbinu na tržištu rada, na temelju čega se stvara jedno «potpuno pokretno *single*-društvo»¹³

Možda u svemu tomu najviše trpi tradicija. Ona je, smatra Krieger, izložena pogibelji da u mnogim svojim segmentima, čak i u onim najbitnijim i najvitalnijim, kao što je npr. jezik, moral, norme, vrijednosti, kultura, iščezne i postane dijelom čovjekovih «dragih uspomena».

b) Suprotno tom razvoju, ističe Krieger, svjedoci smo sve drastičnijeg fragmentiranja suvremenog društva iznutra, odnosno njegovoga sve snažnijeg i bržeg funkcionalnog diferenciranja, što moderno društvo vodi u pravcu osamostaljivanja društvenih podsustava, kao što su: gospodarstvo, pravo, politika, medicina, odgoj, umjetnost, religija i mediji, o čemu posebno govori Niklas Luhmann.¹⁴ Na taj se način događa daljnje unutarnje diferenciranje pojedinih podsustava, npr. u sustavu znanstvene tehnologije. Upravo je to, smatra Ulrich Beck, jedan od promotora teorije **Društva rizika**, da se moderno društva suočava s «organiziranom neodgovornošću». Naime, nitko danas nije u stanju kontrolirati što se događa u znanstvenim laboratorijima, kakvi su i primjenjuju li se i na koga se primjenjuju npr. rezultati istraživanja u polju genske tehnologije. Mi se zapravo nalazimo u društvu u kojem smo jednaki u jednomu: svi smo na isti način izloženi rizicima i time jednako uživamo (pozitivne i negativne) posljedice suvremenoga tehnološkog razvoja. Više gotovo i nema pojedinačne osobe koja bi bila odgovorna za učinjeno. Sve je postalo upitno, nedefinirano, nesigurno. Pojedinac se nalazi na rubu polja gdje nema nikoga s kim bi komunicirao. Ostao je sam sa sobom.

¹² Beck, Ulrich: *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt, 1986., str. 216.

¹³ Beck, U.: *nav. dj.*, str. 199.

¹⁴ O problemu sve snažnijeg unutarnjeg diferenciranja društvenoga sustava Luhmann posebno govori u svom djelu *Ökologische Kommunikation*, Opladen, 1990.

Kao posljedica takvoga razvoja društva, pojedinac postaje sve usamljeniji. On je istina «sretan» zbog pluralnosti njegovoga okruženja, on ima prigodu birati između više mogućnosti, međutim, on je isto tako prisiljen, zapravo nalazi se «pod moranjem» donijeti odluku o izboru, a da sam ne zna je li to moralno, društveno korisno i prihvatljivo. U pojedinca se uvlači strah da može donijeti krivu odluku, strah od besmisla takvoga načina življenja, strah od života i svega onoga što taj «samački» život donosi sa sobom. Zbog toga se kod pojedinca sve glasnije javlja potreba za smislenom, svjetonazorskom, vrijednosnom ili religijskom orijentacijom, potreba za solidarnošću i interpersonalnom komunikacijom.

Upravo je taj «zov» za smislom života, religijskom orijentacijom, za temeljnim vrijednostima u najrazličitijim situacijama u kojima čovjek pojedinac samostalno i pod pritiskom donosi odluke, koje se ne tiču samo njega, nego i zajednice (čovječanstva) u cjelini, svejedno da li u gospodarstvu, upravi, znanosti, tehnologiji, odgoju i u medijima onaj koji nas, smatra Krieger, vodi k jednom ne baš vedrom zaključku da je «multikulturno, multireligijsko društvo zapalo u duboku krizu vrijednosti, svjetonazorske orijentacije i socijalnoga konsenzusa»,¹⁵ te u tom kontekstu naznačuje kako su upravo to činjenice koje mogu i trebaju biti izazovne posebno za religije, koje bi u interkulturnoj i interreligijskoj komunikaciji trebale pridonijeti međusobnom razumijevanju i stvaranju jednoga sveopćeg društvenog konsenzusa.

3. RELIGIJA KAO KOMUNIKACIJSKI MEDIJ

Takav razvoj situacije u društvu nije mogao zaobići ni religiju, što su posebice pojavom televizije iskoristile neke crkve u Americi. Pojavljuje se elektronska crkva, (*Electronic church*) čime započinje razdoblje **televizijske evangelizacije**. Iz tog je vremena poznato koju je ulogu u Europi imalo snimanje i prikazivanje filma o **Deset Božjih zapovijedi**, ili u Indiji ekranizacija **Epa o Ramayani**.

Međutim, primjetno je, s druge strane, kako unutar samih crkava dolazi do određenih problema s komunikacijom. Postavlja se jedno od temeljnih pitanja: kako biblijsku poruku prenijeti novim generacijama, a da ona ne bude kruta, neprihvatljiva? Stoga su teolozi prihvatili izazov komunikacijskoga društva, želeći na taj način suvremenim jezikom i ljudima suvremenog doba prenijeti Kristovu poruku.

Sociolozi, kao «promatrači društva», govore o novom komunikacijskom društvu, odnosno o medijskom društvu, o društvu medija, i to zbog toga da bi upravo toj komponenti dali važnost. Riječ je, kazano Weberovim riječima, o nastajućim «velikim kulturnim problemima», o kojima znanost treba još zauzeti svoje stajalište.

¹⁵ Krieger, J. D.: *nav. dj.*, str. 3.

Za religiju se može kazati da ona predstavlja jedan oblik komunikacije jer, s motrišta sociologije religije, sadrži u sebi elemente komunikativnosti. Religija se, zapravo, i događa kao komunikacija i ona se tu, u toj komunikaciji, drži Luhmann, ujedno i reproducira.¹⁶ To, međutim, ne znači da religija prelazi u društveno, u socijalno, ili pak da izvan komunikacije nema religije.

Potrebno je stoga govoriti o specifičnosti religijske komunikacije, o simboličnom, metaforičnom, prisposodbnom i alegorijskom karakteru religijskoga jezika.¹⁷ Religijskim se jezikom, zapravo, preinačuje u običan jezik ono što je transcendentno, dakle jezik «prevodi» **nepoznato u poznato** (*Unvertrautes in Vertrautes*). Pogleda li se malo bolje socioreligijska literatura, vidjet će se da se govor o odnosu društva i religije događa tako kao da je religija s onu stranu ove stvarnosti, a ne da se događa da postoji upravo u ovom društvu. Za Thomasa Luckmanna je religija, ističe Manfred Prisching, prije svega u uvjetima moderne «nešto sasvim unutarnje, privatno, skriveno u posljednjem kutku čovjekove duše»,¹⁸ te iz toga izvlači zaključak kako svako živo ljudsko biće mora biti religiozno, dok je za Petera L. Bergera religija pojavna stvarnost koja se ostvaruje u ovom svijetu i koja ima svoju funkciju. Ono što se u novo vrijeme sve više ističe jest činjenica da se religiju shvaća kao «bitno komunikativno društveno događanje». S druge strane, novo je i to što se i u drugim disciplinama nailazi na «komunikativni aspekt» religije gdje se to prepoznaje kao perspektiva «nove vrste».

Međutim, u našem razmatranju predmeta religije kao komunikacije treba u svakom slučaju polaziti od trenutnoga sociološkog teoretskog obzorja, to znači od situacije sa sociološkim teorijama.

4. RELIGIJA (KAO KOMUNIKACIJA) U SUVREMENIM SOCIOLOŠKIM TEORIJAMA

Ako bismo, vraćajući se na 70. godine prošloga 20. stoljeća, htjeli govoriti o važnosti komunikacije i čak u Habermasovu smislu koristiti govor o promjeni paradigme, to međutim, u ovom vremenu, ne možemo činiti jer uz to postoje i druga sociološko-teoretska stajališta, posebice ona koja se bave teorijom djelovanja. Ponajprije tu moramo spomenuti *Rational Choice*-teoriju (teoriju slobodnog/racionalnog izbora) koja je izričito nekomunikativna. Njezin je projekt individualistički, i ona želi cjelokupno socijalno događanje kao «djelovanje» pripisati pojedincima, i to želi objasniti njihovim kalkulacijama s obzirom na koristi koje je potrebno steći kao i interese koje treba zastupati. Stoga ta teorija, koju uzimamo kao primjer, nema nikakve potrebe za komunikacijom.

¹⁶ Luhmann, Niklas: "Religion als Kommunikation", u: Tyrell, H., Krech, V. und Knoblauch, H., *nav. dj.*, str. 135-145.

¹⁷ Tyrell, H., Krech, V. und Knoblauch, H., *nav. dj.*, str. 10.

¹⁸ Prisching, Manfred (Hg.): *Gesellschaft verstehen. Peter L. Berger und die Soziologie der Gegenwart*. Wien 2001., str. 14-15.

Postoje, međutim, teorije koje su, rekli bismo, prijateljski raspoložene prema komunikaciji, a to su: 1) Habermasova «teorija komunikativnog djelovanja», 2) «fenomenološki orijentirana sociologija» Thomasa Luckmanna i 3) teorija sustava Niklasa Luhmanna.¹⁹

a) Habermasova teorija komunikacijskog djelovanja

Jürgen Habermas najpoznatiji je suvremeni predstavnik kritičke teorije društva i najgorljiviji zagovornik teorije komunikativnog djelovanja. Međutim, u radovima iz područja sociologije religije rijetko se gdje pojavljuje njegovo ime. Također, ni u filozofskim tekstovima drugih autora koji se bave njegovom osobom i djelom tema «religije» nema glavnu, već jednu sasvim sporednu ulogu. Stoga je, što se tiče Habermasove teorije komunikativnog djelovanja, potrebno istaknuti da se ona ne bavi religijom kao posebnim predmetom, te je stoga sociološki pristup 'religiji kao komunikaciji' na tlu Habermasove teorije komunikativnog djelovanja veoma otežan²⁰; s jedne strane stoga što Habermas **sakralno** promatra, oslanjajući se (samo) na Durkheima, kao 'autoritativnu regulacijsku moć' koja sili (prisiljava, goni) na djelovanje, kao 'arhajska jezgra normativnog' (koja nema govorni karakter, odnosno ima karakter neizgovaranja - nemogućnosti da se iskaže govorom). S druge strane, nastavlja Tyrell, Habermas religijsku evoluciju promatra kao ostvarivanje 'mogućnosti da se sakralno iskaže govorom (*Versprachligung*)', čime međutim govori o **ukidanju** sakralnog. To znači sljedeće: religija je za njega nešto specifično nekomunikativno i evolucijski se kao nešto arhajsko – nakon faze prijelaza u visoku religiju - ukida (nestaje) u 'komunikativnom djelovanju'. Svojedobno se sa socioreligijskog stajališta, nastavlja isti autor, nije previše suprotstavljalo takvom viđenju stvari. Vrijedno je, međutim, napomenuti, da je Habermas naišao na veliku i pozitivnu recepciju kod teologa, među ostalim u **teoriji religijskog govornog čina** (*religiöser Sprechakt*). U tom je kontekstu potrebno uputiti na Habermasovo djelo **Teorija komunikativnog djelovanja**²¹ koja uz teoriju društva, djelovanja i racionalnosti sadržava istodobno i teoriju religije.

Unatoč takvom određenju, pokušat ćemo, međutim, naznačiti u kojim se kontekstima javlja kod Habermasa tema religije. U svojem članku o razumijevanju religije u teoriji komunikativnog djelovanja Edmund Arens razlikuje pet konteksta u kojima Habermas tematizira religiju. Prvi put kada raspravlja o religijskim tradicijama i filozofsko-religijskim motivima, i to počevši sa svojom disertacijom «**Das Absolute und die Geschichte. Von der Zwiespältigkeit in Schellings Denken**» (1954.), koja u bitnomu predstavlja njegovu raspravu sa Schellingovom filozofijom religije. Drugi je put tematizira u djelima «**Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus**» (1973.) i «**Zur Rekonstruktion des Historischen Materialismus**» (1976.). Treći kontekst je Habermasova razradba koncepta komunikativne racio-

¹⁹ Tyrell, H., Krech, V. und Knoblauch, H.: *nav, dj.*, str. 13.

²⁰ Tyrell, H., Krech, V. und Knoblauch, H.: *nav, dj.*, str.13.

²¹ Habermas, Jürgen: *Theorie des kommunikativen Handelns*. 2 sveska. Frankfurt am Main, 1981.

nalnosti i etike u okviru «Teorije komunikativnog djelovanja», dok se kao četvrti kontekst mogu uzeti njegove izjave o religiji i semantičkom potencijalu religijskoga govora, da bi se na posljetku, kao peti kontekst, u kojem se religija pojavljuje kod Habermasa, mogli uzeti njegovi razgovori i rasprave s teolozima o religijsko-teoretskim problemima, što se posebice vidi u njegovoj knjizi «**Exkurs: Transzendenz von innen, Transzendenz ins Diesseits**» (1991.).²² Međutim, njegovo najizraavnije tematiziranje religije i njezine uloge u modernom, sekulariziranom društvu nalazi se u članku «**Glauben und Wissen**»²³, u kojemu Habermas sasvim jasno ističe veliko značenje religije i njezine tradicije za suvremeno postmoderno, sekularizirano društvo.

Mi ćemo se, međutim, ovdje ipak pozabaviti njegovom teorijom komunikativnog djelovanja kako bismo istaknuli nekoliko temeljnih značajki i time barem u najkraćim crtama naznačili njegovu razumijevanje religijske komunikacije, odnosno kako bismo sasvim jasno razlučili u čemu on, kada je religija u pitanju, vidi vrijednost i značenje govornog čina.

No, prije toga potrebno je kazati kako Habermasova teorija društva, djelovanja i racionalnosti, iznesena u «Teoriji komunikativnog djelovanja», sadrži istodobno i teoriju religije koja, istina, nije sustavno razrađena, ali koja polazi od temeljne postavke da se s društvenom racionalizacijom događao istodobno i razvoj religije.²⁴ To znači da Habermas u svojem određenju razvoja religije slijedi postavke teorije evolucije, odnosno ističe kako se «tijekom razvoja društva razvija i njegova teorija racionalizacije, koja se međutim, smatra Knoblauch, odvija na različitim kolo-sijecima, pa tako imamo:²⁵

- 1) Kognitivno-instrumentalnu racionalnost (kategorijalno mišljenje i ciljno djelovanje, racionalizira se u znanosti i tehnici).
- 2) Estetsko-praktična racionalnost (izražava se u umjetnosti koja ima vlastite zakone)
- 3) Moralno-praktična racionalnost (upravlja 'dobro' i 'ispravno djelovanje', svoj izraz nalazi u religijskom razvoju, posebice u kršćanskoj etici bratstva koja se ufa u spasenje).

²² Arens, Edmund: «Religionsverständnis der Theorie des kommunikativen Handelns», u: Tyrell, Hartmann / Krech, Volkhard und Knoblauch, Hubert (Hrsg): *Religion als Kommunikation*. Würzburg, 1998., str. 241-272.

²³ Habermas, Jürgen: *Glauben und Wissen*. Friedenspreis des Deutschen Buchhandels 2001. Laudatio: Jan Philipp Reemtsma. Sonderdruck. Frankfurt am Main 2001. Predavanje pod ovim naslovom Habermas je održao u povodu dodjele nagrade za mir, koju mu je dodijelilo Udruženje njemačkih knjižara tijekom održavanja Sajma knjiga u Frankfurtu (Frankfurter Messe) 2001. Neposredan povod za ovakav sadržaj predavanja bilo je rušenje dvaju tornjeva Svjetskoga trgovačkog centra u New Yorku koje su 11. listopada 2001. izvršili pripadnici Osame bin Ladena.

²⁴ Arens, E.: *nav. dj.*, str. 244.

²⁵ Knoblauch, Hubert: *Religionssoziologie*. New York, 1999., str. 42.

Tim što svijet postaje racionalniji, on ima sve manje potrebe za religijom. Taj se razvoj racionalizacije religije kod Habermasa zbiva, navodi isti autor, kroz četiri etape:²⁶

- 1) Arhajska društva (obredi i mitovi služe kao oblici sporazumijevanja)
- 2) Razvijene (visoke) kulture (od mitova nastaju religijske i metafizičke slike svijeta, prakticiranje rituala postaje sakramentalnom praksom)
- 3) Rana moderna društva (kultna se praksa preoblikuje u obrazovnu religiju koja se služi umjetnošću; stvara se etika nadzora)
- 4) Moderna (praksa postaje komunikativno djelovanje; iz etike nadzora razvija se komunikativna etika).

Iz toga se može sasvim jasno zaključiti kako Habermas u procesu društvene racionalizacije vidi nestajanje religije, odnosno iščeznuće potrebe za njom jer se procesi **odčaravanja** (što je bilo karakteristično za Weberov govor) i procesi **desakraliziranja** (što je bilo karakteristično za šezdesete godine 20. stoljeća, za vrijeme u kojem se smatralo da će sekularizacijom društva, procesima desakralizacije, religija polagano iščeznuti kao nepotrebna pojava). Naime, tijekom evolucije ljudskoga društva komunikacija preuzima onu ulogu koja je do tada imala religija. Ona zamjenjuje simbole, mitove, obrede. Komunikacijom uprisutnjujemo onostranost, transcendentnost. Jer, onoga trenutka kada se služimo govorom, kada, dakle, u govornom činu tražimo točnost i vjerodostojnost, mi tada deskraliziramo ono što se nekoć smatralo svetim. Ništa više nije skriveno u Najvišoj Zbilji, u Bogu. U komunikaciji, u intersubjektivnoj komunikaciji, čovjek, tražeći objektivnost, stvara norme i vrijednosti. Njih više ne treba tražiti na nekom drugom mjestu.

Međutim, ističe Knoblauch unatoč uvjerenosti kako razvoj komunikacijskoga djelovanja može dovesti do desakraliziranja društva, a time i do sve veće i snažnije ovostrane transcendencije, Habermas je ipak mišljenja kako će religija, upravo stoga što posjeduje poseban govor, koji je inspirirajući, kojeg se ne može otuđiti, koji je vlastit, koji izmiče kontroli filozofskoga govora, i dalje imati veliko značenje za ljudsko društvo i ona će i dalje koegzistirati zajedno s komunikativnim razumom.²⁷

b) Luckmannova 'fenomenološki usmjerena sociologija'

Sasvim drukčije, rekli bismo, gotovo suprotstavljeno toj teoriji, prema religiji se odnosi fenomenološki usmjerena sociologija. Ona kod Alfreda Schütza još nema toliku naklonost prema sociologiji religije, koliku ima kod Thomasa Luckmanna.²⁸ Jedna od najpoznatijih i, možda, najosporavanijih Luckmannovih postavki je njegova funkcionalistička definicija religije, prema kojoj čovjek u religiji transcendirira svoje biološko biće i da tek time, dakle transcendiranjem vlastitoga

²⁶ Knoblauch, H.: *nav. dj.*, str. 141.

²⁷ Knoblauch, H.: *nav. dj.*, str. 143.

²⁸ Tyrell, H., Krech, V. und Knoblauch, H., *nav. dj.*, str. 14.

biološkoga bića, postaje uistinu čovjek. U tom smislu religija se ubraja u temeljne antropološke značajke svakoga čovjeka. Kako se sve više bavio fenomenologijom religije, Luckmann će u kasnijim radovima svoj antropološki pojam religije nadopuniti i fenomenološkim, prema kojem «transcendencija znači sposobnost ljudske svijesti da upozna granice svojih iskustava» i koju Luckmann dijeli na tri razine: male transcendencije (ako nešto prekorači neposredno iskustvo u vremenskom ili prostornom pogledu), srednje transcendencije (ono što se iskusi, može se iskusiti samo posredno) i velike transcendencije (one se ne mogu iskusiti u svakodnevnom životu, i njezine simbole nalazimo u ekstazi, u transu ili drugim graničnim situacijama).²⁹

Istina, ističe Tyrell, i tu u početnom razdoblju u njegovim socioreligijskim radovima nije toliko značajno osvjetljena religijska komunikacija kao što će se to dogoditi u kasnijim godinama kada se s obzirom na **religijske stvarnosti** pojavljuje pojam **komunikativne kontrole**. Ona već, s druge strane, od početaka, od ranoga Schütza,³⁰ raspolaže s diferencirano razvijenom komunikacijskom pojmovnošću.

Njezino Husserlovo nasljeđe dopušta da teorija ide na socijalno umjesto od svijesti 'usamljenoga Ja'. To ju vodi do problema intersubjektiviteta. Na to ona ne reagira 'komunikacijom' nego 'konceptom socijaliziranog životnog svijeta', sa 'sociologijom znanja'. Također i razumijevanje religije polazi od subjektivne strane, od, iskustava transcendentnoga, i za privatiziranu i već «nevidljivom» postalu religioznost moderne Luckmann uistinu smatra nekomunikativnu, ali na sebe upućenu subjektivnost upućuje izravno u (religijsko) središte. Na taj način komunikativno posredovanje znanja i jezično (govorno) 'primanje' (i potvrđivanje) socijalno konstruirane – također i religijske – stvarnosti postaje temom Berger-Luckmannove sociologije znanja.³¹ Pored toga što se fenomenološki usmjerena sociologija religije veoma opsežno bavi istraživanjima religije i religioznosti, u posljednje se vrijeme sve više vode teoretske rasprave o komunikaciji i komunikativnom djelovanju.

Želeći dati svoje tumačenje ophođenja ljudi s transcendencijama (malim, srednjim i velikim), te čovjekovih tumačenja svetih univerzuma kao i osobnih identiteta (čiji

²⁹ Knoblauch, Hubert: «Transzendenzerfahrung und symbolische Kommunikation», u: Tyrell, H., Krech, V. und Knoblauch, H., *Religion als Kommunikation*, str. 154-155.

³⁰ Schütz, Alfred: *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie*, Wien, 1932.

³¹ Berger, Peter/Luckmann, Thomas: *Socijalna konstrukcija zbilje*. Zagreb, 1992. U ovom zajedničkom djelu o socijalnoj konstrukciji zbilje oni u obrazloženju navode da društvo ima zbilju koja se temelji na dvije postavke. S jedne strane, ono je objektivna danost i to zbog objektiviranja ljudskoga iskustva u društvenom djelovanju, u socijalnim ulogama, jeziku, institucijama, simbolskim sustavima i, s druge strane, ono je isto tako i subjektivna zbilja, koju pojedinac stvara i posjeduje.

oblici ovise o socijalnoj strukturi dotičnoga društva), Luckamann za to naznačuje tri povijesna razdoblja razvoja ljudskoga društva, odnosno religije:

- 1) U **arhajskim društvima** međusobno se isprepliću osoba, religija i društvo. Moglo bi se reći da su jedno, da predstavljaju jednu cjelinu. Nema gotovo nikakvih procesa diferenciranja osim po dobnoj (stari – mladi) i spolnoj razini (muško – žensko). Religija je u bitnomu legitimacijski sustav, posebice u pogledu rodbinskih odnosa. Bilo je potrebno pozornost posvetiti čuvanju tabua incesta. Religija je davala, iako u tipizacijama, odgovore na velika (vječna) pitanja ljudi (o životu, smrti, bolesti, stradanju, nevoljama i patnjama).
- 2) U **tradicionalnim visokim kulturama**. Sveti se univerzum izdvaja u određenim društvenim institucijama. Javljaju se religijski eksperti koji žele usustaviti i kodificirati postojeća tumačenja svijeta i nadnaravnoga, za što im posebno služi pismo.
- 3) **Za moderna industrijska društva** karakteristična je činjenica da sveti univerzum nema više ono i onakvo značenje i utjecaj na druge institucije (gospodarstvo, odgoj, obrazovanje, znanost, tehnologija itd.). Istodobno, kao što zapažaju i drugi sociolozi religije, sveti univerzum ima sve manje utjecaja i na vlastito vođenje života. Čovjek pokušava, i uspijeva mu, organizirati i osmisлити svoj vlastiti život i bez religije.

Ono po čemu je Luckmann posebno poznat jest njegov pojam **nevidljive religije**. Kako on polazi od shvaćanja da je religioznost antropološka odrednica svakoga čovjeka, time ona nikada ne iščezava. Može doći do preoblikovanja, ili nestanka nekih oblika iskazivanja religioznoga u društvu, ali to nipošto ne znači da ona i nestaje. Luckmann ističe, pored toga, i povećano značenje **privatiziranja** religije. U takvim okolnostima čovjek više ne podliježe usustavljenim i kodificiranim religijskim postavkama neke religijske organizirane skupine (zajednice), nego sa stola na kojemu se nude različiti svjetonazori uzima ono što mu u danom trenutku najviše odgovara, čime dolazi do izmiješanosti različitih religijskih oblika u jednoj osobi.³² Sve je to posljedica čovjekovog nastojanja da ostvari samoga sebe, da postigne i očuva dobro zdravlje, da u životu nema patnje i da živi bezbrižno.

³² Neka istraživanja (npr. Europsko istraživanje vrednota – EVS-1999) pokazuju da velik broj katolika, koji potvrdno odgovaraju na pitanje «Vjerujete li u uskrsnuće tijela?», potvrdno odgovara njih gotovo 30% također i na pitanje «Vjerujete li u reinkarnaciju?». (Za ovo usp. Siniša Zrinščak, Gordan Črpić, Stjepan Kušar, «Vjeronanje i religioznost», u: *Bogoslovska smotra*, br. 2, Zagreb 2000., str. 240. O tomu govori i mons. Ivan Devčić, redoviti profesor na Kat. bogoslovnom fakultetu u Rijeci: «Crkva ne želi ulaziti u konflikte s određenom politikom i vlašću» (intervju), u: *Vjesnik*, 14.04.2001., str. 5., zatim prof. dr. Josip Baloban, (KBF Zagreb): «Deklarativno, tradicionalno je kršćanstvo u Hrvatskoj još u modi» (intervju) u: *Vjesnik*, 25.1.2005., str. 5. Naime, u posljednje se vrijeme na religijskoj tržnici proširio i povećao broj ponuđača smisla. Katolici su, zahvaljujući tome, ali i sve snažnijim globalizacijskim procesima, upoznali nove religije. Upoznali su i one koji nude i posreduju neke katoličanstvu strane svjetonazore. Nije ih, dakle, smetala njihova katolička vjera da prihvate i one dijelove «novoga nauka» koji im omogućuju svladati trenutne životne poteškoće.

c) Teorija sustava Niklasa Luhmanna

Ni jedna se teorija u sociologiji ne upinje sociologiju postaviti na komunikacijski kurs kao što to čini sustavna sociologija, koju možemo nazvati i teorijom razlikovanja (diferencije), na čemu je posebice inzistirao Niklas Luhmann. Njegovo je stajalište jedno od najznačajnijih suvremenih pokušaja objašnjenja što je to komunikacija. U osnovi skicirano, ističe Krieger, komunikacija je za Luhmanna «smisleno intersubjektivno događanje», ona je za njega «temeljna operacija društva».³³

U svojem određenju komunikacije Luhmann ne polazi od klasičnog modela komunikacije kao sustava prijenosa vijesti (informacija), nego je razumijeva kao sintezu triju selekcija (izbora):

- 1) informacija,
- 2) priopćenje (on čak govori o ponašanju u priopćavanju, npr. slanje cvijeća ženskoj osobi po taksistu) i
- 3) razumijevanje.

Naime, bez jedinstva ove tri selekcije nema komunikacije. Jer, ni jedna od ovih triju selekcija zasebno nije komunikacija. To znači sljedeće: prvo, informacija nije informacija, ako se ne može priopćiti; drugo, priopćenje nije priopćenje ako se ne razumije, odnosno koje se ne može razumjeti i, treće, ne postoji razumijevanje ničega drugoga negoli priopćene informacije.

Hubert Knoblauch u svojem djelu «**Religionssoziologie**» navodi kako Luhmann polazi od stajališta «da religija i društvo u bitnomu dijele iste osnove», s tim da je «religija dio socijalnog sustava, koji se tek tijekom razvoja društva počinje razlikovati od nje»³⁴ (što pokazuje i slika br. 1, iz koje je vidljivo da je u početku društveni sustav bio zapravo religijski sustav).

U Luhmannovom shvaćanju razvoja društva postoji nekoliko bitnih točaka. Kao prvo, razvoj društvenog sustava prati povećana kompleksnost koju se može opisati kao proces diferenciranja i koji ima tri, odnosno četiri stupnja³⁵:

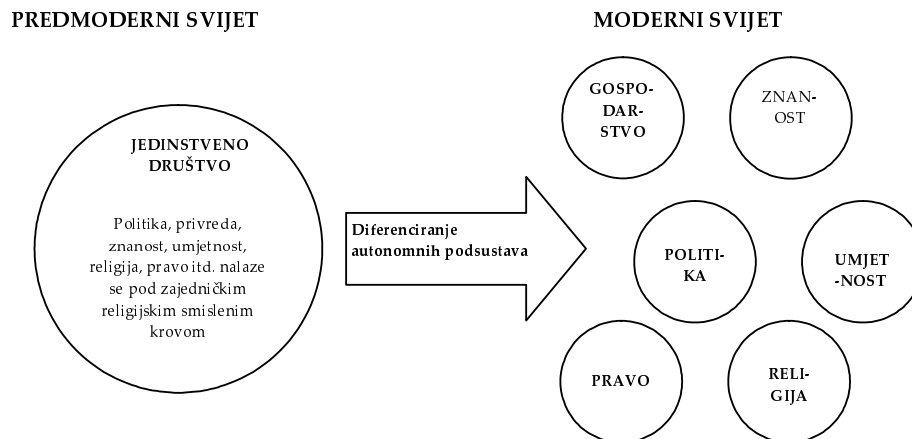
1. Segmentirano diferenciranje je tipično za sasvim rana, arhajska društva, koja se u bitnomu sastoje od strukturalno sličnih parcijalnih (dijelnih) sustava, kao što su npr. obitelj, klan, selo, pleme. U takvom je društvu postojalo samo nekoliko razlika, npr. razlika između ratnika i svećenika, i svakomu je bilo sve poznato.

³³ Tyrell, H., Krech, V. und Knoblauch, H.: *nav. dj.*, str. 15.

³⁴ Niklas Luhmann, „Die Ausdifferenzierung der Religion“, u: *Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie*. 3. Frankfurt am Main, 1989., str. 259-358.

³⁵ Treibel, Annette: *Einführung in soziologische Theorien der Gegenwart*. Opladen, 2000., str. 26-27.

Slika br. 1. Luhmannovo shvaćanje društvenog diferenciranja



2. **Stratificirano diferenciranje** odnosi se na društva koja pokazuju nejednake, u pravilu hijerarhijski ustrojene staleže, kao što su npr. feudalna, klasna ili staleška društva. Ta su društva bila stratificirana na načelu gornjeg, odnosno donjeg položaja, pa smo tako imali gornji, srednji i donji (niži) stalež. Međutim, Luhmann ne interesiraju takva vertikalna kategoriziranja. Njegova perspektiva u diferenciranju je horizontalna.

3. **Funkcionalno diferenciranje** je karakteristično za moderna društva u kojima postoji horizontalno diferenciranje. U njima se ne postupa na temelju vertikalne hijerarhije, nego ponajprije na temelju funkcije koju neki od podsustava ima u odnosu na društveni sustav kao cjelinu, na drugi parcijalni sustav i prema samomu sebi. Dakle, moderno se društvo, prema Luhmannu, «rašćlanjuje na posebna parcijalna područja, koja za društvo u danom trenutku ispunjavaju posebnu, na tom području dominirajuću funkciju za cjelokupno društvo»

4. Oslanjajući se na radove Immanuela Wallersteina, ističe Annette Treibel, Luhmann uvodi i četvrtu vrstu diferenciranja: **diferenciranje između središta i periferije**, to znači između bogatih i siromašnih područja (regija), između tzv. prvog i tzv. trećeg svijeta. To se diferenciranje može uočiti i unutar postojećih društava suvremene Europe.

Za Luhmanna je komunikacija sve. Pojedinačna se funkcionalna područja stvaraju i održavaju pomoću komunikacije i kroz komunikaciju. Komunikacija se događa u mediju koji je specifičan za određeni parcijalni sustav. Tako je za parcijalni sustav *pravo* medij komunikacije binarni kôd «pravedno/nepavedno», u *privrednom sustavu* medijem je novac na binarnom kôdu «imati/nemati vlasništvo», odnosno «plaćanje/neplaćanje novčanog iznosa», u parcijalnom sustavu *znanost* binarni je kôd «istina/neistina», itd. Iz toga proizlazi zaključak da pojedinačne parcijalne sustave (npr. gospodarstvo) ne konstituira zbir pojedinačnih

podstava (poduzeća), nego ga konstituira komunikacija koja se orijentira prema za taj sustav specifičnom kôdu. Slično je i s religijom.

Za Luhmanna su ti kodovi u pravilu dvovalentni i time isključuje sve ono treće, dakle sve ono što nije sadržano u toj razlici. To znači da u funkcionalno diferenciranim društvima «imanje ili neimanje vlasništva» ne ovisi o tomu (ili ne bi trebalo ovisiti o tomu) ima li netko službu i moć donošenja političke odluke; također znanstvenu se istinu ne može (ili se ne bi trebalo moći) određivati pravom ili spasenjem.

Međutim, ti kodovi ipak nisu 'ugrađeni' u odgovarajuće institucije i organizacije. Jer, kao što se privreda ne sastoji od količine (zbira) poduzeća, tako se isto ne može religiju zamijeniti crkvama. Ne konstituiraju poduzeća privredni sustav, nego komunikacija koja se orijentira prema ekonomskom kôdu.

Moglo bi se reći da isto vrijedi i za religiju, koju ne čini zbir napravljenih crkvenih objekata, ili sakralnih predmeta, nego komunikacija koja se odvija između ljudi pojedinačno, između institucija i organizacija. Religija u mediju vjera nudi sredstvo duhovne komunikacije i to na binarnom kôdu imanencija / transcendencija.³⁶

Upravo tu se stvara poteškoća: kako u tom imanentnom svijetu komunicirati o nečemu što je transcendentno? Ne stvara li se uvijek imanentno, kada se razgovara o transcendentnom što se, smatra Knoblauch, posebno može promatrati kod mističnih iskustava, zapravo «komunikacija se uvijek odnosi na diferenciju prema nečemu što nastaje društvenim diferenciranjem od «nepoznatog» preko «Boga» i «transcendencije» do «kontingencije» (*unvertraut* ↗ *Gott* ↗ *Transzendenz* ↗ *Kontingenz*). Te diferencije ukazuju na kôd religijske komunikacije. O tomu Luhmann veoma iscrpno govori u svojem djelu o društvenoj strukturi i semantici³⁷.

Kodovi religijske komunikacije nisu uvijek isti. Oni se mijenjaju tijekom društvenog diferenciranja. U određivanju pojma kôda Luhmann uzima definiciju specifičnosti religioznog smislenog oblika. To znači da Luhmann ne uvodi pojam kôda samo za to da bi odredio i utvrdio obuhvatno područje religijskog sustava i da bi religiju razgraničio od drugih dijelnih sustava, nego on pomoću njega postiže viši stupanj povijesne konkretije jer, kako smo to već vidjeli, smisleni oblik religije varira tijekom svoje povijesti.³⁸ U segmentiranim je društvima temeljni kôd razlika: poznato/nepoznato (*Differenz: vertraut/unvertraut*), da bi, razvojem monoteističkih religija, taj kôd kasnije izgledao sasvim drukčiji. Sva se kontingencija pripisuje jednomu Bogu, On je glavni i jedini sve-promatrač (*All-Beobachter*) i tu nema promatranja drugoga reda (*Beobachtung zweiter Ordnung*). U Bogu se tada nalazi opravdanje za Zlo koje postoji u svijetu. Ako je on svemoguć i sveznajući, zašto

³⁶ Luhmann, Niklas: *Die Religion der Gesellschaft*. Frankfurt am Main, 2000., str. 77. i d.

³⁷ Luhmann, Niklas: *Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft*. Frankfurt am Main, 1980., str. 351-352.

³⁸ Markešić, Ivan: *Luhmann o religiji*. Zagreb, 2001., str. 132.

dopušta Zlo i Patnju? Da bi se na to našla odgovor, teologija je, smatra Luhmann, ustanovila dogmu³⁹ koja sada preuzima funkciju posebnog medija komunikacije. Dakle, ono što religija nije mogla objasniti ritualnim činom, sada je to činila dogmama.

Slika br. 2. Luhmann, Niklas: «Značajke socijalnih sustava i komunikacijskih zbilja», u: Krause, Detlef: Luhmann-Lexikon. Stuttgart ,2001., str. 43.

	FUNKCIJA	UČINAK	MEDIJ	KÔD	PROGRAM
RELIGIJA	Isključivanje kontingencijâ	Dijakonija	Vjera, Diferencija Bog-duša	Imanencija – transcendencija	Objava, Sveto pismo, Dogmatika
PRAVO	Isključivanje kontingencije normativnoga očekivanja	Olakšanje očekivanja, Reguliranje konflikta	Pravo (pravorijek)	Pravo / Nepravo	Kondicionalni programi, Pravne norme, Zakoni
POLITIKA	Omogućivanje kolektivno obvezujućih odluka	Preinačivanje kolektivno obvezujućih odluka	Moć	Imati moć / Nemati moć Vlast / oporba	Vladini, stranački programi; proračun
GOSPO-DARSTVO	Smanjivanje nestašice	Zadovoljenje potreba	Novac	Plaćanje / Neplaćanje	Svrhoviti programi / Proračun
ZNANOST	Stvaranje novoga znanja	Davanje novoga znanja	Istina	Istina / Neistina	Teorija i metode
MASOVNI MEDIJI	Stvaranje komunikacijske asimetrije	Oblikovanje javnoga mnijenja	«Informacije»	Informacija / neinformacija	«Anticipirano» javno mnijenje

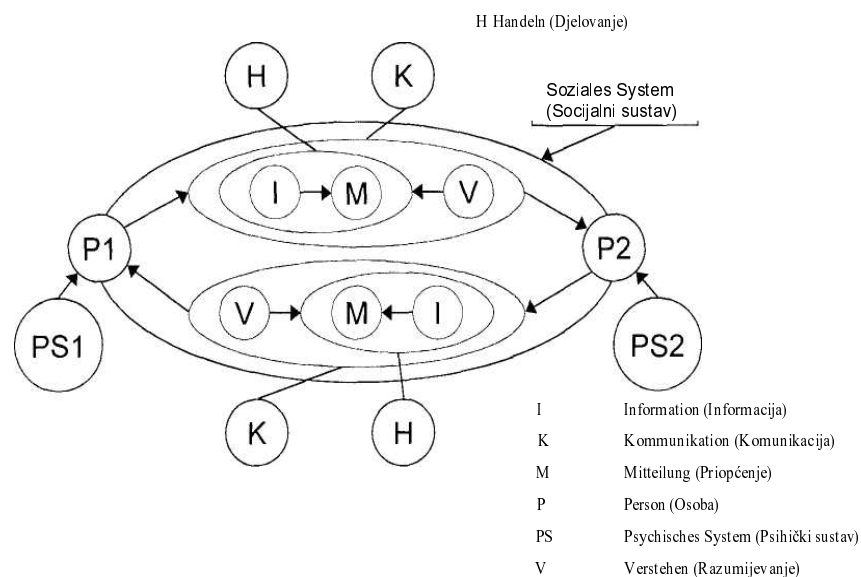
Drugi autor, R. Stichweh, smatra da komunikacija počiva na razlikovanju (diferenciji) informacije (*Information*) i priopćenja (*Mitteilung*) koje nudi promatrač i time *alter ego* koji pomoću tog razlikovanja vidi u komunikaciji čin razumijevanja (*Verstehen*) i koji na taj čin razumijevanja može nadovezati sljedeće komunikacije.⁴⁰ Treba istaknuti da su za teoriju sustava granice društvenog ujedno i granice

³⁹ Luhmann, Niklas: *Die Funktion der Religion*. Frankfurt am Main, 1977., str. 85. i d.

⁴⁰ Firsching, Horst: *Warum 'Kommuniaktion'? Auf welche Problemstellungen reagieren kommunikationstheoretische Ansätze in der Soziologie – besondere in der Religionssoziologie?*, u: Tyrell, H., Krech, V. und Knoblauch, H., *nav. dj.*, str. 187-240.

komunikacije. Međutim, granični dio, o kojem se u posljednjem desetljeću veoma puno govorilo, jest dio, razmak između komunikacije i svijesti (kao okoline komunikacije). Luhmann ističe: «Religija ima društvenu egzistenciju samo kao komunikacija. Ono što se događa u glavama bezbrojnih pojedinaca, ne bi se moglo nikada skupiti u 'religiju' – to je moguće jedino kroz komunikaciju».⁴¹

Slika br. 3. Luhmann, Niklas: „Dvostruka kontingencija – komunikacija – djelovanje“, (u: Krause, Detlef: Luhmann-Lexikon. Stuttgart, 2001., str. 35.)



Luhmann u svojem članku **Religija kao komunikacija**⁴² ističe kako je potrebno napustiti teoriju društva koja se izgrađuje na antropološkim referencijama. To znači da se društvo ne može više shvaćati kao velika skupina nacionalnog oblika ili pak kao sveukupnost svih ljudi. On tu antropološku (ili «humanističku») teoriju društva zamjenjuje i nadomješta teorijom sustava koja se temelji na operaciji koja proizvodi taj sustav i koja se reproducira iz vlastitih proizvoda (*autopoiesis*). U razmatranje dolazi samo «komunikacija», jer je za njega ona jedina uistinu socijalna operacija koja u sebi uključuje kako priopćivanje tako također i razumijevanje i sama se ostvaruje onda kada se priopćenje razumije u dovoljnoj mjeri (to znači kad se ono što se priopćilo bude razumljelo).

Komunikacija za njega nije prijenos informacije s jednog mjesta na drugo, ili od jednog subjekta drugom. Ta bi definicija, prema Luhmannu, trebala voditi do

⁴¹ Luhmann, Niklas, *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt am Main, 1984., str. 330.

⁴² Luhmann, Niklas: "Religion als Kommunikation", u: Tyrell, H., Krech, V. und Knoblauch, H., *nav. dj.*, str.135-145.

shvaćanja da komunikacija ne može kontrolirati samu sebe, jer kako bi ona mogla ustvrditi što se događa «u» subjektima koji sudjeluju u komunikaciji.

Osim toga, tako shvaćena komunikacija ne bi imala vlastito sjećanje. Bila bi upućena na sjećanja subjekata koji sudjeluju. To je i takvo podređivanje ipak u najvećoj mjeri nerealistično; jer kako komunikacija treba ustvrditi čega se sudionici trebaju sjetiti, odnosno kako može utvrditi što su oni zaboravili. Međutim, drži Luhmann, pitanje sjećanja je za religijsku komunikaciju od središnjeg značenja. Ta se religijska komunikacija mora kao komunikacija moći nečega sjećati i mora moći mnogo toga zaboraviti, npr. rimsko-pravnih i vojnopolitičkih okolnosti kada je riječ o Isusu iz Nazareta. Stoga, zaključuje Luhmann, mi komunikaciju moramo shvaćati (razumijevati) kao samostalnu operaciju, koja pretpostavlja (postojanje) svijest(i) kao što pretpostavlja postojanje životnih uvjeta na zemlji; međutim, s takvim je pretpostavkama označena i potvrđena samo upućenost na okolinu, a ne komponenta vlastitoga načina koje društvo, odnosno religijski sustav imaju u provođenju operacije.⁴³

Tim razmišljanjima, tvrdi Luhmann, komunikacija postaje fundamentalnom kategorijom – slično kao što pojam biokemijskog cirkuliranja postaje fundamentalnom kategorijom za teoriju živućih sustava ili pojam svijesti za teoriju psihičkih sustava. Luhmann smatra da takvo premještanje (odnosno stacioniranje) društvene teorije na komunikaciju ima prednost u tomu što to premještanje omogućuje sasvim jasno razgraničavanje sustava od njegove okoline. U društveno se ubraja samo ono što se realizira kao komunikacija. Društvo je operativno zatvoreni, iz vlastitih proizvoda samoproduciraajući sustav komunikacije. Ako se to tako shvati, onda se i parcijalne podsustave društva treba razumijevati kao komunikacijske sustave. Također i religiju. Stoga, drži Luhmann, religija svoju društvenu egzistenciju ima samo kao komunikacija. Ono što se događa u glavama velikog broja pojedinaca, ne može se nikada skupiti (sabrati) u «religiju» – to je moguće samo komunikacijom. Time je, ipak, naznačen samo jedan opći oblik, koji religija dijeli zajedno s drugim društvenim područjima. Međutim, potrebno je odgovoriti na pitanje, može li se iznaći nešto specifično o religiji, ako se društvo shvati kao komunikacijski sustav, jer društvo i religija nisu jedno te isto?

Luhmann smatra da komunikacija, ako uspije, omogućuje sintezu informacije, priopćenja i razumijevanja, stoga i ističe kako je njegova glavna teza da se religija može ostvariti (realizirati) jedino kao komunikacija jer osim nje ne postoji ni jedno drugo socijalno mjesto gdje bi se to moglo dogoditi.

⁴³ Luhmann, N., *nav. dj.*, str. 144.

ZAKLJUČAK

Iako još uvijek nemamo cjelovite, interkulturalno i interdisciplinarno razrađene teorije komunikacije za područje religijskih fenomena, ipak je na temelju ovdje prikazanih, veoma različitih teoretskih stajališta postalo sasvim razvidno kako religija svoju daljnju egzistenciju može vidjeti jedino u komunikaciji.

Moderno, odnosno (kako ga mnogi još nazivaju) postmoderno društvo karakterizira nekoliko bitnih značajki: ponajprije, religioznost je postala multidimenzionalni fenomen. Osim toga, religija gotovo da nema više šansi nastupati monopolistički kao legitimacijski sustav, a niti su moderna društva radi daljnega postojanja više upućena na religijske legitimacijske sustave. Međutim, na osobnoj razini ljudi traže u različitim religijskim oblicima odgovore na svoja svakodnevna pitanja: o zdravlju, udobnom životu, patnji, smrti itd.

S druge strane, neupitni procesi globalizacije teku u dva smjera: suvremene se države nalaze pod snažnim pritiskom integracije u neko novo «svjetsko», odnosno «europsko» društvo (što je trenutno slučaj s proširenjem Europske unije), čime dolazi do nestanka ranijih čvrstih granica, zbog kojih su se vodili svjetski ratovi. Drugi smjer ovoga globalizacijskog procesa dovodi do sve veće individualizacije, slobode, pokretljivosti, ali i sve veće usamljenosti i ostavljenosti čovjeka pojedinca. U mnoštvu mogućnosti koje mu stoje na izboru, on je primoran donositi sam odluku i za nju biti odgovoran.

Takav razvoj situacije u modernom društvu nije mogao zaobići ni religiju jer se ona, kao društvena tvorba, ne događa negdje u nekom zrakopraznom prostoru nego ovdje u konkretnim društvima. U tom je smislu problem komunikacije zahvatio i moderne religije. Postavilo se sasvim otvoreno pitanje: mogu li religije kao takve prenositi, npr. evanđeosku poruku, modernom čovjeku na dosadašnji način? Riječ je zapravo o tomu, je li religija moguća kao komunikacija, odnosno: je li religija išta drugo negoli komunikacija, kako tvrdi N. Luhmann.

U Habermasovoj teoriji komunikativnoga djelovanja religija u procesima racionalizacije nestaje, odnosno nestaje potreba za njom, jer se razvojem komunikacije smanjuje potreba za religijom. Naime, dotadašnju ulogu religije zamjenjuje komunikacija. U Luckmannovoj «fenomenološki» usmjerenoj teoriji religija se promatra, prvotno, kao mogućnost kojom čovjek transcendirira svoje biološko biće, čime se ona ubraja u temeljne antropološke značajke svakoga čovjeka, te potom, u kasnijim radovima, kao mogućnost da čovjek «transcendencijom (na tri razine) upozna granice svojih iskustava», gdje se religija pojavljuje kao «komunikativna kontrola». U Luhmannovoj teoriji religija se može ostvariti (realizirati) jedino kao komunikacija, jer osim nje ne postoji ni jedno drugo socijalno mjesto gdje bi se to moglo dogoditi.

Dakle, upravo to i takvo suvremeno zapadnoeuropsko društvo počiva danas na komunikaciji. Bez nje bi bilo nemoguće čak i razumjeti moderni svijet. Što u vremenu interneta i globalne umreženosti može još pružiti religija?, pitanje je na koje mnogi traže odgovor. Svi se slažu u jednom: religija se odnosi na specifično područje koje nije moguće obuhvatiti ni jednim drugim društvenim podsustavom. Ona se u tom koristi i specifičnim jezikom. Poruke koje priopćuje moguće je razumjeti samo u tom mediju. Upravo zbog toga ona ostaje i dalje medij komunikacije na kodu: imanencija/transcendencija. Naime, bez informacija, bez njihova razumijevanja i daljega prosljeđivanja drugima onoga što su akteri u komunikaciji razumjeli neće biti moguće govoriti o religiji. Povijest svih dosadašnjih društava pokazuje kako je religija pomagala ljudima razumjeti ono što je nepoznato. Ona im je omogućivala stečeno znanje o nadnaravnoj zbilji i samima sebi prenašati sljedećim generacijama.

LITERATURA

- Beck, U. (1986). **Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne.** Frankfurt am Main.
- Berger, P., Luckmann, Th. (1992). **Socijalna konstrukcija zbilje.** Zagreb.
- Cancik, H., Burkhard, G., Laubscher, M. (Hrsg.). (1990). **Handbuch religionswissenschaftlicher Grundbegriffe.** Band II., Stuttgart/Berlin/Köln.
- Habermas, J. (1981). **Theorie des kommunikativen Handelns, I/II,** Frankfurt am Main.
- Habermas, J. (2001). **Glauben und Wissen.** Frankfurt am Main.
- Helle, H. J. (1997). **Religionssoziologie. Entwicklung der Vorstellungen vom Heiligen.** München – Wien.
- Huber, H. D. (1997). «Welcome to Securityland. Die Globalisierung von Kommunikation und Kultur im Internet». U: **Kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaften,** Jg. 25, Heft 1.
- Knoblauch, H. (1999). **Religionssoziologie.** Berlin – New York.
- Luhmann, N. (1977). **Funktion der Religion.** Frankfurt am Main.
- Luhmann, N. (1984). **Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie.** Frankfurt am Main.
- Luhmann, N. (1996). **Die Realität der Massenmedien.** Opladen.
- Luhmann, N. (2000). **Religion der Gesellschaft.** Frankfurt a/M.
- Markešić, I. (2001). **Luhmann o religiji.** Zagreb.
- Prisching, M. (Hg.). (2001). **Gesellschaft verstehen. Peter L. Berger und die Soziologie der Gegenwart.** Wien.
- Schütz, A. (1932). **Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie.** Wien.
- Treibel, A. (2000). **Einführung in die soziologische Theorie.** Opladen.
- Tyrell, H., Krech, V., Knoblauch, H. (Hrsg.). (1998). **Religion als Kommunikation.** Würzburg.

RELIGION AS COMMUNICATION CONTEMPORARY SOCIOLOGICAL THEORY CONTEMPLATIONS

Ivan Markešić

Institute of Lexicography 'Miroslav Krleža', Zagreb

Summary

In this paper the author deals with the so far insufficiently treated topic: religion as communication. In the introduction, it is pointed out that communication in a modern society has become most frequently used concept, because of which it is also more and more talked about basic and systematic changes of the communicational culture.

The essential hypothesis that author wants to verify in this paper is the following: if one of the 'products' of the development of a modern society is communication, then the religious system also, as one of irreplaceable, permanent constants of all human societies up to now, can in this sense carry out the function of a communication medium.

In the process of proving the set hypothesis, the author in the first part of the text makes us familiar with the basic notions (religion and communication) and their significance in a society, while in the second part, he shows us the spiritual situation of the epoch in which the indicated process of communication begins. Talking in the third part about new media and new media societies, the author points out religion as one of the aspects of modern communication. But, in what way can religion become a communicational medium, the author shows us in the fourth part, on the basis of the theory of communication of J. Habermas, phenomenological standpoint of P. L. Berger and T. Luckmann as well as systemic-theory standpoint of N. Luhmann.

Key words: communication, religion, society, globalisation, culture, activity, system

RELIGION ALS KOMMUNIKATION BETRACHTUNGEN AUS ZEITGENÖSSISCHER SOZIOLOGISCHER THEORIE

Ivan Markešić

Lexikographisches Institut „Miroslav Krleža“, Zagreb

Zusammenfassung

In dieser Arbeit befasst sich der Autor mit dem bisher in Kroatien nicht genügend behandelten Thema: Religion als Kommunikation. In der Einleitung wird angedeutet, dass die Kommunikation in der modernen Gesellschaft zum meistgebrauchtem Begriff geworden ist, weshalb man immer mehr über systematische Grundveränderungen der Kommunikationskultur spricht.

Die Grundhypothese, die der Autor in diesem Artikel prüfen will, lautet: Wenn eines der „Produkte“ der zeitgenössischer Gesellschaft Kommunikation ist, dann kann auch das Religionssystem, als eine der nicht ersetzbaren, ständigen Konstanten aller bisherigen menschlichen Gesellschaften in diesem Sinne auch die Funktion des Kommunikationsmediums ausüben.

Bei der Begründung der gestellten Hypothese, macht uns der Autor im ersten Teil des Artikels mit Grundbegriffen der Religion und Kommunikation bekannt und mit deren Bedeutung in der Gesellschaft, während er im zweiten Textteil die Geisteslage der Zeit darstellt, in der der genannte Kommunikationsprozess anfängt. Indem er im dritten Teil über neue Medien und neue Mediengesellschaften spricht, bezeichnet der Autor die Religion als eines der Aspekte der zeitgenössischen Kommunikation. Auf welche Art und Weise jedoch die Religion ein Kommunikationsmittel werden kann, zeigt uns der Autor im vierten Teil, auf Grund der Kommunikationstheorie J. Habermas', des phänomenologischen Ansatzes P. L. Bergers und T. Luckmanns sowie des systemtheoretischen Standpunktes N. Luhmanns.

Schlüsselwörter: Kommunikation, Religion, Gesellschaft, Globalisierung, Kultur, Handeln, System