

Jeremy Rifkin

DOBA PRISTUPA

Nova kultura hiperkapitalizma u kojoj je cijeli život iskustvo za koje se plaća

Bulaja naklada, Zagreb, 2005. 386 str.

U knjizi «Doba pristupa» Jeremy Rifkin, američki teoretičar i politolog, analizira prijelaz s koncepcija vlasništva na koncepciju pristupa kao jedan od ključnih procesa onog dijela svijeta koji sam sebe uporno naziva «razvijenim svijetom». Knjiga je podijeljena na dva dijela. Prvi dio, naslovljen «Sljedeća granica kapitalizma», sadrži sedam poglavlja, a drugi dio, «Ograđivanje zajedničke kulture», daljnjih pet poglavlja.

U prvom poglavlju, «Ulazak u doba pristupa», Rifkin navodi kako se riječ «market» (tržište) pojavila u engleskom jeziku u 12. stoljeću kao oznaka za fizički prostor razmjene dobara između trgovaca i kupaca, a da bi do kraja 18. stoljeća taj pojam izgubio bilo kakvu zemljopisnu odrednicu. Daljnje korištenje pojma «tržište» označava apstraktan proces prodavanja i kupovanja stvari. S tim u vezi osnovna Rifkinova teza jest da u «ovoj novoj eri tržišta ustupaju mjesto mrežama, a vlasništvo se postupno odmjenuje pristupom» (str. 12). Pokretačka sila te nove ere je intelektualni kapital. Bogatstvo više ne predstavlja fizički kapital, već ljudska mašta i kreativnost. Rifkin nadalje navodi da će svijet strukturiran oko odnosa pristupa vrlo vjerojatno stvoriti posve novu vrstu ljudskih bića. Ta nova vrsta ljudskih bića, između ostalog, obilježena je i prijelazom s etike rada na

etiku igre gdje se u kontekstu agresivnog globalnog kapitalizma odvija proces komodifikacije igre. Osim toga, razvija se tzv. «ekonomija iskustva» gdje privatni život svake osobe postaje potencijalno komercijalno tržište. Prema Rifkinu, kulturna proizvodnja predstavlja posljednji stupanj kapitalističkog načina života u kojem se teži komercijalizirati što više ljudskih aktivnosti. «Prodavanje kulture, u obliku sve većeg broja ljudskih aktivnosti za koje se plaća, ubrzano vodi u svijet u kojem novčani međuljudski odnosi postaju supstitucija za tradicionalne ljudske odnose. Zamislite svijet u kojem je praktički svaka djelatnost izvan granica obiteljskih odnosa iskustvo za koje se plaća, svijet u kojem tradicionalne međuljudske obveze i očekivanja – koje posreduju osjećaji vjere, empatije i solidarnosti – bivaju zamijenjeni ugovornim odnosima u obliku novčanih članarina, pretplata, pristupnih pristojbi, premija i naknada» (str.18).

Rifkin jasno uočava da globalna komodifikacija kulture otvara mogućnost uništenja same kulture. Naime, komercijalno područje je izvedenica kulturnog područja, prije svega zbog činjenice da je kultura područje sustava vrijednosti i dogovorenih normativnih sustava unutar kojih se, između ostalog, odvijaju trgovina i tržište. Podsjetimo na poznatu ocjenu Maxa Webera da je asketski duh «izašao» iz «željeznog kaveza» jer «pobjedonosnom kapitalizmu, svakako, otkada se on zasniva na mehaničkoj osnovi, nije više potrebna ova podrška» (Weber, Protestanska etika i duh kapitalizma. 1989: 190). U tom smislu ni globalnom kapitalizmu, koji se «zasniva» na virtualnom rastvaranju svake os-

nove, nije više potrebna «kulturalna podrška». Barem ne u izvornom smislu kulturne produkcije. Novi tip ljudskog bića koji se razvija u «doba pristupa» karakteriziraju «višestruke osobnosti» pogodne za «kretanje» kroz virtualne svjetove i relativno nepogodne za svijet «stvarne sadašnjosti». Stoga je nužno preoblikovati stvarni svijet da bude «kao na filmu». Također podsjetimo da o nastanku postmodernih višestrukih identiteta raspravlja i američki psiholog Kenneth Gergen koji polazi od teze da proces socijalne saturacije (društvenog zasićenja) proizvodi duboke, temeljite promjene u našem razumijevanju samih sebe. Polazeći od romantizma i preko modernizma, on razmatra postmodernu subjektivnost kao raspršenu, fragmentiranu, višestruku, subjektivnost koja samu sebe ne promišlja kao «jedno», već kao «mnogi». Uvodeći pojam «zasićenog jastva», Gergen isti objašnjava kroz razvoj komunikacijskih tehnologija koji je potaknuo međusobnu «kolonizaciju mozgova». Gergen smatra kako danas sve više postajemo svjesni da je svaka istina o nama samima konstrukcija određenog trenutka i istinita samo za određeno vrijeme i unutar određenih odnosa. Gergen u tom smislu razmatra novi obrazac samo-svijesti kojeg naziva multifrenija, a koji se odnosi na podijeljenost pojedinca unutar višestrukosti samo-ulanja. Nadalje, on smatra da time ulazimo u stanje gdje se gubi smisao same ideje racionalnog izbora. Ovo stanje višestrukosti jastva odgovara postmodernom razračunavanju s velikim meta-iskazima gdje objektivnost i

sama istina postaju upitne. Stvarnost postaje jezična igra (pozivanje na Derridu), a jastvo artefakt hiperrealnosti (Baudrillard). (Gergen, *The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life*. 1991).

Naravno, sve veći broj mladih koji sve više vremena provode u virtualnim svjetovima posljedično vodi sve većim rascjepu (socijalnom, ekonomskom, digitalnom) između njih i ostatka svijeta, od kojeg se veći dio još uvijek «bavi» egzistencijalnim pitanjima zadovoljavanja osnovnih životnih potreba.

Drugo poglavlje nosi naslov «Kada tržišta ustupaju mjesto mrežama». Rifkin analizira razvoj mreže, od prvog računala poslužitelja koje je uključeno u mrežu 1969. godine pa sve do danas. Kao što je poznato, korijeni onoga što nazivamo internet leže u ARPANET-u kojeg je razvila Agencija za istraživanje naprednih projekata, a kasnije se razvijaju i druge mreže. ARPANET je ukinut 1990. godine, a globalni razvoj interneta temeljio se na NSFnetu (mreža Nacionalne znanstvene fundacija). Naravno, globalnim prodorom interneta početkom devedesetih godina prošlog stoljeća razvija se i internet (mrežna) ekonomija unutar koje dolazi do radikalizacije zahtjeva za inovacijom. Prema Rifkinu, «interval između želje i ispunjenja sve brže se približava istovremenosti, a potrošači očekuju pojavu sve šire palete novih proizvoda i usluga gotovo vratolomnom brzinom» (str.35). To skraćivanje vremena između pojave želje i njezinog ispunjenja na jednom mjestu nazvali smo (možda prestrogo) procesom infantilizacije koji sve više zamjenjuje proces socijalizacije (Nikodem, «Unutrašnji totalitarizam» umjesto demokracije. Jesmo li osuđeni na

distopiju, 2004:376). Naravno, namjera nam je bila ukazati na više-manje očiglednu činjenicu da prijelaz s naglašavanja važnosti usvajanja normi i društveno prihvaćenih pravila ponašanja na naglašavanje važnosti želja djece u procesu socijalizacije može voditi stvaranju «nove vrste ljudskih bića». Sociokulturni i socioekonomski procesi koji prethode tom prijelazu su u literaturi uglavnom solidno obrazloženi.

Rifkin nadalje ističe «holivudski organizacijski model» kao tržišnu paradigmu prodavanja i kupovanja ljudskih iskustava. «Filmska industrija je stjegonoša nove ere u kojoj životno iskustvo svakog potrošača biva komodificirano i pretvoreno u beskrajni niz teatralnih trenutaka, dramskih događaja i osobnih transformacija» (str.43.).

U trećem poglavlju, «Bestežinska ekonomija», Rifkin analiza proces dematerijalizacije i kretanja prema bestežinskom stanju. Jedan od primjera je razvoj računala, od prvog IBM osobnog računala iz 1981. godine, koji je težio 20,1 kilograma, do suvremenih prijenosnih računala koja teže manje od tri kilograma i imaju više nego 500 puta jaču snagu. Osim toga, sustav elektroničkog pohranjivanja (knjiga, dokumenata, slika, glazbe itd.) također predstavlja plastičan primjer procesa dematerijalizacije. Tome možemo dodati i sve veći broj ljudi koji kupuju u virtualnim «dućanima» na internetu. Rifkin navodi primjer da je 1995. godine oko 14,3 milijuna ljudi surfalo mrežom, a dvije godine kasnije oko 41 milijun ljudi je kupovalo u elektroničkim dućanima. Naravno, bestežinskoj ekonomiji i procesu dematerijalizacije pripada i visoko raz-

vijena dematerijalizacija novca u smislu povećavanja korištenja svih oblika kartica i čekova. Rifkin primjećuje da je dematerijalizacija novca povezana s padom štednje i porastom osobnog zaduženja, prije svega zbog velikog broja inovacija u komercijalnim kreditima koji potiču veću potrošnju. Potrošački kredit javio se krajem 19. stoljeća, a u široj primjeni (u američkom društvu) je od početka 20. stoljeća. Sredinom prošlog stoljeća pojavile su se i kreditne kartice, primjerice Diners (1949.), American Express (1958.) itd.

Razvoj potrošačkih kredita i kreditnih kartica utjecao je na sve rašireniji obrazac prebacivanja prihoda na trenutnu potrošnju i život uz manje akumulirane štednje. U razvoju bestežinske ekonomije Rifkin ističe i tzv. «outsourcing» vlasništvo (outsourcing – prepuštanje nekog dijela poslovanja kompanije nekom vanjskom poslovnom subjektu). «Outsourcing je ugovaranje s nekom drugom stranom o obavljanju funkcija ili usluga koje su se ranije obavljale unutar kuće – drugim riječima, zamjena internog vlasništva ili fizičkog kapitala i operacija pristupom potrebnim resursima i procesima vanjskih dobavljača» (str.63.). Outsourcing poslovanje označava izbjegavanje zastarjelosti pogona, opreme i poslovnih sustava, te prijelaz s dugoročnog vlasništva na kratkoročni pristup čime se postiže konkurentnost. Stvarni «predmet» kupnje i prodaje u umreženoj ekonomiji su ideje, imidži i koncepcije, a fizičko utjelovljenje tih ideja, imidža i koncepcija sve više postaje sekundarno. Kao primjer «prave» virtualne tvrtke Rifkin navodi Nike kao poznatog proizvođača sportske opreme koji «ne posjeduje ni jednu tvornicu,

stroj, opremu ili nekretninu vrijednu spomena». Nikeova proizvodnja se temelji na širokoj mreži dobavljača («proizvodnih partnera») iz Jugoistočne Azije koji proizvode dizajiranu sportsku opremu. Rifkin nadalje navodi da su Nikeovi prihodi samo za SAD-e u 1998. godini iznosili više od četiri milijarde dolara, a radnici u tvornicama Nikeovih dobavljača u Vijetnamu su zarađivali oko dva dolara dnevno. Na temelju tog primjera još jednom se ističe da konačni ključ tržišnog uspjeha nije vlasništvo, već pristup. Pri kraju trećeg poglavlja Rifkin ističe da je «u novoj eri um iznad materije. Lakši proizvodi, «sažimanje» nekretnina, *just-in-time* skladišta, *leasing* i *outsourcing* dokazi su devalvacije materijalističkog svjetonazora zajedno s njegovim naglaskom na fizičkom. To ne znači, međutim, da se također smanjuju i sebičnost, pohlepa ili komercijalna eksploatacija» (str.76.).

Četvrto poglavlje, «Monopoliziranje ideja», počinje navodom o «čudnom obratu povijesti», pod kojim se misli kavko kapitalizam sustavno rastvara vlastita načela i institucionalne temelje. No to i nije toliko čudno ako podsjetimo da modernitet (kao sociokulturni kontekst nastanka i razvoja kapitalizma) nema utemeljenja jer se temelji na slobodi i rastvaranju i dekonstrukciji svih temelja. Moderni svijet se stalno mora «ponovo zamišljati» (Heller, *The Three Logics of Modernity and the Double Bind of the Modern Imagination*.2005:63-64). U smislu monopoliziranja ideja navodi se primjer franšiziranja, ali ne proizvoda, već načina poslovanja. Riječ je o

masovnoj proizvodnji i prodaji konceptata, a ne samih proizvoda. Tako primatelj franšize ne kupuje posao, već dobiva kratkoročni pristup njegovom korištenju pod uvjetima koje određuje dobavljač. Osim franšize, Rifkin navodi i primjer raznih patenata, od kojih su možda i najdvojbentiji biološki patentni. «Na primjer, seljaci i znanstvenici koji su u prošlosti kupovali životinje mogli su uvijek smatrati njihovo potomstvo svojim vlasništvom. To više nije tako. Tehnički gledano, dobavljač patentiranih životinja vlasnik je sveg potomstva s istim genotipom. Stoga ako je neka životinja klonirana i patentirana, klonirane kopije smatraju se intelektualnim vlasništvom nositelja patenta, te se za svako mlado mora plaćati tantijeme... Umjesto vlasništva nad životinjama, seljaci, istraživači i drugi kupovat će pristup korištenju patentiranih, kloniranih životinja, te će se potom morati plaćati pristupne pristojbe u obliku tantijema za svakog proizvedenog kloniranog potomka» (str.93).

Peto poglavlje nosi naslov «Sve je usluga». Rifkin daje primjer kupnje automobila (tipičan za američko društvo) kao modernističke inicijacije u svijet vlasničkih odnosa odraslih. No i tu dolazi do promjene Fordovim uvođenjem leasinga osamdesetih godina prošlog stoljeća. Pitanje koje se nameće jest – trebaju li nam određene stvari ili samo njihova funkcija? U slučaju leasinga kupci plaćaju samo onaj dio vrijednosti automobila koji stvarno i koriste.

U šestom poglavlju, «Komodificiranje ljudskih odnosa», Rifkin ističe da je doba pristupa, prije svega, određeno sve većom komodifikacijom cjelokupnog ljudskog iskustva. U tom smislu zadr-

žavanje pažnje klijenata i potencijalnih korisnika pretpostavlja kontroli što je moguće većeg dijela njihovog vremena. Tako stranka postaje tržište, a suvremenim marketingom dominira naglasak na udio kod stranke, a ne na udio na tržištu. Takvu orijentaciju opisuje i pojam «doživotne vrijednosti» («lifetime value», LTV) koji označava osiguravanje i komodificiranje doživotnih odnosa s klijentima. Strategije prijelaza s proizvodnje na marketing po sebi i nisu nove, već se razvijaju od šezdesetih godina prošlog stoljeća. No, ubrzani razvoj informatičke tehnologije omogućio je nove pristupe u komodifikaciji/kontroli stranaka. «Kontroliranje stranaka znači upravo to – sposobnost zadržavanja i usmjeravanja njezine pažnje i upravljanje sićušnim detaljima životnih iskustava svake osobe. Komercijalni agenti poprimaju ulogu skrbnika» (str.135.). Komodificiranje ljudskih odnosa, između ostalog, vodi i stvaranju novih vrsta zajednica interesa. Prva faza u stvaranju takvih zajednica jest stvaranje svijesti, u smislu stvaranja svijesti o proizvodu ili usluzi kod stranke, uz očekivanje dogovora o prvoj prodaji. Druga faza je stvaranje identiteta, u smislu identifikacije stranke s određenim proizvodom ili uslugom tvrtke, što postaje sastavnim dijelom njezinog doživljaja sebe. Treća faza je stvaranje odnosa, tzv. «intimnosti sa strankom». Četvrta faza je samo stvaranje zajednice gdje tvrtka pomaže svojim strankama u stvaranju međusobnih odnosa temeljenih na njihovim zajedničkim interesima za proizvode i usluge te tvrtke. Na kraju ovog poglavlja Rifkin navodi da kada

gotovo svaki aspekt ljudskog bića postaje plaćena aktivnost, sam ljudski život postaje komercijalni proizvod, a komercijalna sfera postaje ključni i konačni arbitar ljudskog individualnog i zajedničkog postojanja.

Sedmo poglavlje, zadnje u prvom dijelu knjige, naslovljeno je «Pristup kao način života». U tom poglavlju razmatraju se uvjeti nastanka i društvene posljedice tzv. «planiranih naselja» koja uobičajeno karakteriziraju ekskluzivnost (isključivost, često puta su takva naselja ograda zidom ili žicom), strogi nadzor ulaska i izlaska i visoki stambeni standard. Takve stambene jedinice nazivaju se «common-interest developments» (CID), a u SAD-u nastaju krajem dvadesetih godina prošlog stoljeća. Rifkin ih navodi kao primjer upravo zbog toga što je (ograničeni) pristup jedna od temeljnih karakteristika takvih zajednica.

U drugom dijelu knjige Rifkin uglavnom ponavlja već postavljene teze o «dobu pristupa». Osmo poglavlje analizira «novu kulturu kapitalizma» koju autor vrlo jasno opisuje u sljedećoj rečenici: «'Sudjelovanje' je palo sa svojeg uznositog pijedestala u političkom carstvu i preobrazilo se u ideju neograničenog potrošačkog izbora unutar komercijalnog carstva» (str.180). Rifkin dalje izlaže o rastućoj kulturnoj industriji, pretvaranju umjetničke opozicije u ključnu ideologiju sustava, životnim obrascima iscenirane autentičnosti i stvaranju «ekonomije iskustva» u kojoj je temeljno pitanje «što još nisam iskusio?». Nova kultura kapitalizma ogleda se i u razvoju sveprisutnih trgovačkih centara kao bezvremenih mjesta neosobnih šetača, koja su sva nalik jedna drugima i u kojima doslovce možemo primijeniti

Morrisonove riječi da su «ljudi čudni kada si stranac, a lica ružna kada si sam».

Deveto poglavlje, «Raskopavanje kulturnog krajolika», donosi daljnju analizu instrumentalizacije kulture u marketinške svrhe, od ekoloških pitanja i feminizma, do pitanja ljudskih prava i socijalne pravde. «Emocionalna reakcija je zajamčena, ili vam se novac vraća» (str.219.). U desetom poglavlju, «Postmoderna pozornica», Rifkin ističe rađanje novog ljudskog arhetipa, koje psiholog Robert J. Lifton naziva «protejska» ljudska bića. To su sve češći «prolaznici» virtualnih svjetova, promjenjive osobnosti uvijek spremne na prilagodbu simuliranoj ili pravoj stvarnosti, bez zanimanja za povijest, opsjednuti stilom i modom i uvijek u histeričnoj potrazi za inovacijama i novim iskustvom. Za postmoderne proteje, kako to i Gary Oldman u Nokia reklami kaže, svijet je pozornica. «Ako su ljudi modernog svijeta tragali za svrhom, ljudi postmodernog svijeta traže zaigranost... U postmodernom okružju sve je manje ozbiljno...

Više nije važno stvaranje povijesti, nego izmišljanje zanimljivih priča prema kojima bi se živjelo... Brzi tempo hiperrealne kulture nanosekunde skraćuje individualni i kolektivni vremenski horizont na neposredni trenutak... U tom novom dobu ... vlada 'princip užitka'» (str.244/245.). Da zaigranost proteja Zapada, kao primjeraka posljednjeg ljudskog života, može imati i posve ljudske posljedice jasno je vidljivo iz svakodnevnih medijskih izvješća iz Iraka i drugih zemalja u svijetu koje služe kao poligoni protejske zaigranosti u «stvarnoj sadašnjosti».

Jedanaesto poglavlje govori o «uključenima i isključenima». Analizirajući kratko život s vanjske strane elektroničkih vrata, Rifkin upozorava kako većina ljudi na našem planetu nema nikakve veze s novim virtualnim svjetovima, a njihove uvjete života diktira puko fizičko preživljavanje. Tako 65 posto današnjeg svjetskog stanovništva nikad nije obavilo niti jedan telefonski razgovor, a 40 posto nema pristup električnoj energiji. Usprkos tome, Rifkin predviđa da će se u budućnosti najveći dio ljudske civilizacije odvijati u elektroničkim svjetovima. To će svakako produbiti jaz (ekonomski, kulturni, socijalni, digitalni rascjep) između tzv. «razvijenog» i «nerazvijenog» svijeta, ne samo u ogromnim razlikama statističkih pokazatelja, životnim uvjetima i ne/mogućnosti pristupa, već i u rastućem nerazumijevanju između tih dijelova. («Što je netko udaljeniji od življenog iskustva drugog ljudskog bića, manje je vjerojatno da će moći osjetiti empatiju», str.307).

Posljednje, dvanaesto poglavlje nosi naslov «Prema ekologiji kulture i kapitalizma». Rifkin još jednom ističe da «doba pristupa donosi sa sobom ne samo nova sredstva za organiziranje ljudske egzistencije, nego također i nove definicije toga što znači biti ljudsko biće» (str.296.). S obzirom na sve veći razvoj elektronički posredovane komercijalne i društvene mreže pravo pristupa postaje sve važnije. No ipak, nove virtualne zajednice ne mogu u potpunosti zamijeniti tradicionalne koncepcije zajednice jer komercijalna sfera nudi nešto što ne može dati: pristup životu dubokog zajedništva i osobne transformacije. Rifkin stoga smatra da će povratak kulture i biznisa u uravnoteženu ekologiju biti je-

dan od najvažnijih političkih zadataka nadolazećeg doba. U tom smislu ističe potrebu za usmjeravanjem jednake pozornosti prema revitalizaciji lokalnih kultura i prema osiguravanju pristupa kulturnoj robi na tržištu.

Krunoslav Nikodem

Irena Borowik (ed.)

RELIGIONS CHURCHES AND RELIGIOSITY IN POST-COMMUNIST EUROPE

Nomos, Krakow, 2006. 368 str.

Knjiga pred nama, «Religije, crkve i religioznost u poslijekomunističkoj Europi» predstavlja zbornik radova koji je uredila poznata poljska sociologinja religije Irena Borowik, inače profesorica na Jagiellonian Sveučilištu i suradnica Instituta za znanstveno istraživanje religije. Knjiga je posvećena jednoj od najpoznatijih autorica s područja sociologije religije – Eileen Barker.

Sam sadržaj podijeljen je u tri poglavlja. Prvo poglavlje nosi naslov «Religija i društveni procesi u srednjoj i istočnoj Europi», i sadrži sljedećih osam radova: Włodzimierz Pawluczuk «Početak državnosti u poslijekomunističkoj stvarnosti»; Detlef Pollack i Olaf Müller «Religioznost u srednjoj i istočnoj Europi: prema individualizaciji?»; Miklos Tomka «Katolici i protestanti u poslijekomunističkoj Europi»; Marjan Smrke «Krivudava granica defanzivne i ofanzivne mimikrije u poslijekomunističkim društvima»; Siniša Zrinščak «Anonimni vjernici kao sociološki izazov: Religije i religijske

promjene u poslijejugoslavenskim državama»; Janusz Marianski «Religioznost poljskog društva iz perspektive sekularizirane Europe»; Larissa Titarenko «Religija i društveni procesi u poslijesovjetskoj Bjelorusiji»; Adela Kvasničkova «Religijske promjene u Slovačkoj i Češkoj nakon 'Baršunastog razvoda'».

Iz prvog poglavlja odabrali smo tri rada. Prvi je Miklosa Tomke o katolicima i protestantima u poslijekomunističkoj Europi. Tomka (profesor sociologije i ravnatelj Centra za religijska istraživanja na Katoličkom sveučilištu Peter Pazmany u Budimpešti) ističe kako je proces de-kristijanizacije istočne i srednje Europe prije izraz jedne nesigurne akulturacije i anomije, nego izvornog sociokulturnog razvoja. U tom smislu analiziraju se podaci o konfesionalnoj pripadnosti, religijskoj samoidentifikaciji, dobnoj i obrazovnoj strukturi u Litvi, Češkoj, Slovačkoj i Mađarskoj. Tomka navodi da rezultati više međunarodnih komparativnih istraživanja općenito ukazuju na važnost religijske samoidentifikacije kao determinirajućeg čimbenika ponašanja u društvu, dok uloga denominacijskog identiteta vidno opada. No u istočnoj i srednjoj Europi tome nije tako. Posebice se ističe poguban utjecaj razdoblja komunizma na protestanske denominacije koje su, za razliku od Katoličke crkve, bile sklonije kompromisu s totalitarnim komunizmom (u smislu sklonosti socijalnim reformama). S druge strane, čini se da razdoblje poslijekomunizma karakterizira porast protestantizma (kao i različitih manjinskih religijskih skupina), i opadanje katoličanstva. Jedan od mogućih uzroka takvih

procesa jest i sporija prilagodba Katoličke crkve na nove demokratske društvene uvjete. Drugi rad koji smo izabrali za ovaj prikaz iz prvog poglavlja je o religijskoj mimikriji u poslijekomunističkim društvima Marjana Smrkea (profesor sociologije religije i komparativne religije na Fakultetu društvenih znanosti Sveučilišta u Ljubljani). Nakon kraćeg teorijskog obrazloženja pojma mimikrije Smrke ističe da se pojava društvene mimikrije (oponašanja) uglavnom javlja u nesigurnim društvenim uvjetima. Područje istočne Europe bilo je, zbog burnih društveno-političkih događaja, pogodno za razvoj religijske mimikrije (u smislu prijelaza iz jedne konfesije u drugu, smanjivanja religioznosti i njene revitalizacije i sl.). Kao posebice istaknuti slučaj revitalizacije religije Smrke ističe Hrvatsku za vrijeme rata od 1991. do 1995. godine (kojeg potpuno krivo naziva «trećim balkanskim ratom»). Smrkeovo korištenje modela mimikrije svakako predstavlja jedan od zanimljivih pokušaja objašnjenja religijskih promjena u ovom dijelu Europe.

Siniša Zrinščak (sociolog i profesor socijalne politike na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu) analizira religijske promjene u zemljama bivše jugoslavenske federacije, uzimajući pritom u obzir podatke o religijskoj i denominacijskoj pripadnosti, institucionalnoj religijskoj praksi, vjerovanju u Boga i život poslije smrti i o mogućnosti da Crkva pruži adekvatne odgovore na duhovne potrebe i socijalne probleme. Nadalje, Zrinščak ističe tri moguća pristupa u ob-

jašnjenju religijskih promjena. Prvi pristup promatra religiju kao dio procesa društvene regeneracije, odnosno religija predstavlja osnovni okvir za društvene procese emancipacije od državno-političke kontrole. Drugi pristup promatra religiju kao dio novog društvenog poretka, prije svega u smislu da je novi (demokratski) poredak, za razliku od komunističkog, omogućio slobodno izražavanje religije na individualnoj i društvenoj razini. Treći pristup porast religioznosti objašnjava društvenom krizom, gdje se u sve nesigurnijim društvenim uvjetima ljudi okreću religiji koja nudi postojanost i sigurnost.

Drugo poglavlje, «Novi religijski pokreti u srednjoj i istočnoj Europi», sadrži dvanaest radova: Istvan Kamaras «Usporedba religioznosti, životnog stila i ukusa između vjernika dvije Krišna skupine u Mađarskoj»; Peter Török «Nije dječja igra. Pokušaj analize pripadništva novih religijskih pokreta u Mađarskoj»; Aleš Črnič i Gregor Lesjak «Sustavna studija novih religijskih poretka – slučaj Slovenije»; Marina V Vorobjova «Novi religijski u Rusiji – biti ili ne biti? O prioritetima među suvremenom ruskom populacijom»; Tadeusz Doktor «Tipologija novih religijskih pokreta i empirijski indikatori»; Zbigniew Pasek «Državna i lokalna politika prema novim religijskim pokretima u Poljskoj, 1989-2004»; Maria Libiszowska-Zoltkowska «Religijska konverzija – nastavak ili promjena identiteta»; Halina Grzymala-Moszczyńska «Kulturni šok među misijama za nove religijske pokrete u Poljskoj»; Katarzyna Zielinska «Sloboda religije i vjerovanja u Poljskoj – ideologije i

stvarnost»; Dorota Hall «NLO u krajoliku - Slučaj Wylatovo, Poljska»; Anna E. Kubiak «New Age - Mitiziranje starih mitova»; Szymon Beznic «U dilemi – Istraživanje novih religijskih pokreta».

Zbigniew Pasek (docent na Institutu za znanstveno istraživanje religije na Jagiellonian svučilištu i voditelj Centra za dokumentaciju religijskih manjina u suvremenoj Poljskoj na istom sveučilištu) izlaže o državnoj i lokalnoj politici prema novim religijskim pokretima u Poljskoj, od 1989. do 2004. godine. Pitanje novih religijskih pokreta javlja se sredinom devedesetih godina prošlog stoljeća kada njihova brojnost dolazi do izražaja, između ostalog, kao posljedica uklanjanja državne kontrole religije (uslijed demokratskih promjena). Kasnih devedesetih dolazi do zakonske regulacije u smislu legalne jednakosti svake crkve ili vjerske zajednice. Potpisuje se konkordat s Vatikanom za Katoličku crkvu, dok su manjinske vjerske zajednice regulirale svoj status kroz tzv. «male konkordate» (njih petnaest do 2004. godine). No Pasek ističe kako zakonska jednakost ne podrazumijeva i jednakost u punom smislu te riječi. Kao i u nekim zapadnim zemljama Europe, primjerice Francuskoj i Njemačkoj, i u Poljskoj dolaze do izražaja negativni stavovi javnosti spram novih religijskih pokreta. Takvo stanje rezultiralo je izvješćem Ureda za nacionalnu sigurnost iz 1995. godine, gdje se zauzima izrazito negativan stav prema novim religijskim pokretima. Primjerice, kao osnovno određenje sekte ističe se psihička manipulacija, te

se većini pokreta implicira «kriminalna priroda». Pasek navodi i primjer odbijanja registracije crkve Realijanaca iz 1998. godine, prije svega zbog zagovaranja «genokracije», što se protivi poljskim zakonima i Ustavu. S druge strane, ističe potrebu informiranja o novim religijskim pokretima jer se u javnosti uglavnom pojavljuju «ekstremni» primjeri kao što su sotonisti i Realijanci.

Maria Libiszowska-Zoltkowska (profesorica sociologije na Sveučilištu u Varšavi) raspravlja o religijskom obraćenju kao kontinuitetu i/ili promjeni identiteta. Uvjerenje da je određena osoba stvorena «na sliku Božju» predstavlja dio njenog osobnog identiteta kao religijske osobe, a identifikacija s određenom vjerskom zajednicom predstavlja dio njenog socijalnog identiteta. S tim u vezi autorica podsjeća kako je u tradicionalnim društvima lokalna religijska kultura konstituirala osnovno određenje identiteta. Kroz prizmu tako određenog identiteta pojedinac je «učio o svijetu i svom mjestu u tom svijetu», o sustavu vrijednosti i normi, moralnim i društvenim standardima i sl. Religijski svjetonazor je uglavnom prevladavao u tom smislu. No procesi društvenih i inih promjena (modernizacija), između ostalog, donose pluralnost gdje se više ističe pravo izbora. Izbor je naravno moguć ukoliko postoji više ponuđenih opcija i sama sloboda izbora. Religijsko obraćenje javlja se, po autorici, kada pojedinac svjesno i neovisno odluči prihvatiti nova vjerovanja i nova religijska ponašanja koja su različita od prošlih, i kada se dobrovoljno podređuje zahtjevima određene religijske organizacije. Posljedice obraćenja su reinter-

pretacija osobne biografije i prošlog socijalnog identiteta. Naznačeno obraćenje može značiti prijelaz od «nevjernika» k «vjerniku», ili prijelaz iz jedne vjeroispovijesti (vjerske zajednice) u drugu. Društveni procesi u srednjoj i istočnoj Europi u posljednjih dvadesetak godina na različite načine pogoduju religijskim obraćenjima u oba smisla. Primjerice, zbog promjene društvenog statusa vjernika, od društveno nepoželjne do društveno poželjne kategorije, ili zbog izrazite formalizacije i birokratizacije tradicionalnih religijskih organizacija kojima se narušava vjersko zajedništvo. Autorica na kraju ističe da religijsko obraćenje donosi više promjene u smislu socijalnog identiteta, a manje u smislu osobnog identiteta.

Anna E. Kubiak (profesorica antropologije na Institutu filozofije i sociologije pri Poljskoj akademiji znanosti u Varšavi) analizira mitska utemeljenja New Agea. Sama pojava New Agea izmiče definiranju i predstavlja dobar primjer kulture kasnog moderniteta koju karakterizira gubitak središta i generiranje hibrida. New Age, između ostalog, karakterizira nedostatak subjekta, narušavanje granica vremena i prostora, umreženost, ukidanje kulturnih granica, simboli jedinstva i ženstvenosti, te stalno naglašavanje promjena. U tom kulturnom kolopletu tradicija funkcionira kao dio individualnog brikolaža. Nova duhovnost širi se kroz konzumerizam koji propagira individualni izbor. Pojedinač «postaje Bog», zagledan u vlastiti odraz u ogledalu koji izgovara «ja sam bog

svoj i nemam drugih bogova osim sebe sama». U analizi New Agea Kubiak se poziva na poznati rad Thomasa Luckmanna «Nevidljiva religija», gdje se između ostalog ističe proces privatizacije religioznosti. Jedan od aspekta privatizacije religioznosti je i «smanjivanje transcendentnosti», gdje s tradicionalnog stajališta simbolički univerzum postaje mješavina svetog i profanog. Tradicija postaje oruđe za ostvarivanje «male transcendentnosti» koja je povezana s privatnim svijetom pojedinca (zdravlje, sreća, novac, seks). Autorica nadalje ističe da sam sadržaj nove duhovnosti i nije nov, odnosno da postoji kontinuitet u mitovima koje sadržava New Age. Ono što jest novo je način «konzumacije» tih mitova. Aspekti New Age mitova su: 1. Konvencionalizacija forme u smislu da simboli postaju stereotipi; 2. Stalna promjena znakova koji vrijede tek jedan trenutak iza kojeg se nastavlja «borba» znakova; 3. Simboli su izrazito empirijski i može ih se promatrati kao fetiše; 4. Mitovi su distributivni, a ne kolektivni (ne pripadaju niti jedno određenoj grupi); 5. Mitovi su generički, povezani s različitim tradicijama čiji su izvori zaboravljeni; 6. Mitovi i simboli su individualni, njihova značenja referiraju individualno iskustvo; 7. Mitovi su izrazito kontekstualni. Kontekst života pojedinca održava mitove na životu. U tom smislu autorica predlaže koncept «sadržavajućih mitova» koji su nalik sažetima u enciklopediji religije.

Treće poglavlje, «Kontekst istraživanja religije», sadrži osam radova: Dinka Marinović Jerolimov «Tradicionalna crkvena vjerovanja i alternativna vjerovanja u Hrvatskoj»; Ankica Marinović

Bobinac «Religijsko iskustvo i tradicionalna religioznost u Hrvatskoj»; Attila K. Molnar «Civilna ili etnička religija: Slučaj Mađarske»; Jasmina Glišić «Srpska pravoslavna crkva nakon 5.listopada 2000. godine i demokratskih promjena u Srbiji»; Sergej Flere «Pravni pregled religijskih pitanja na Ustavnom sudu u Sloveniji»; Irena Borowik «Pogled na Rimokatoličku crkvu iz perspektive biografskih priča poljske mladeži»; Milda Alisauškiene «Pojava religije u poslijekomunističkom društvu: Slučaj grada Visaginasu u Litvi» i Dominika Motak «Modernost u ogledalu apokaliptičkog imaginarija».

Na temelju rezultata empirijskog istraživanja «Društvene i religijske promjene u Hrvatskoj» iz 2004. godine, Dinka Marinović Jerolimov (viša znanstvena suradnica na Institutu za društvena istraživanja u Zagrebu) izlaže o tradicionalnim (crkvenim) i alternativnim vjerovanjima u Hrvatskoj. Na početku autorica ističe porast religioznosti kao posljedicu društveno-političkih promjena u Hrvatskoj početkom devedesetih godina prošlog stoljeća. Naznačeni porast odnosi se prije svega na tradicionalnu religioznost vezanu uz Katoličku crkvu i obiteljsku socijalizaciju. No autorica upozorava kako «religijska slika» hrvatskog društva nije homogena, kako bi se očekivalo s obzirom na gotovo devedeset posto građana koji se izjašnjavaju katolicima. To potvrđuje i analizom empirijskih pokazatelja. Posljednji rad koji smo izabrali za ovaj prikaz je Ankice Marinović Bobinac (viša znanstvena suradnica na Institutu za društvena

istraživanja u Zagrebu) o odnosu religijskog iskustva i tradicionalne religioznosti u Hrvatskoj. Istraživanja dimenzije religijskog iskustva su relativno rijetka i pomalo zanemarena unutar sociologije religije. Autorica kao moguće razloge takvom stanju navodi probleme samog definiranja i operacionaliziranja religijskog iskustva, te dominaciju kvantitativnih metoda istraživanja kojima se navedena dimenzija religioznosti teško može u potpunosti istražiti. Na temelju rezultata empirijskog istraživanja autorica ističe da u hrvatskom društvu prevladavaju pasivna religijska iskustva, te ona niskog intenziteta. Također, dobivena je veza između religijske samoidentifikacije i religijskog iskustva, ispitanici koji se smatraju religioznima češće imaju religijska iskustva.

Na kraju treba istaći da knjiga «Religije, crkve i religioznost u poslijekomunističkoj Europi» prije svega može poslužiti sociolozima religije, ali i svim drugim znanstvenicima i laicima zainteresiranima za fenomen religije.

Krunoslav Nikodem