

# Duhovni konzumerizam

## i

### pitanje motivacije izbora religijskih vjerovanja i praksi

*Cilj rada je istražiti fenomen duhovnog konzumerizma. Ispitat ćemo uzroke i povode njegove pojave, te opisati način na koji se manifestira. Pritom ćemo istražiti i uloge kakve u tom procesu imaju mediji i popularna kultura. Područje duhovnosti kojeg ćemo se najviše doticati bit će ponajprije new age u svojim različitim oblicima, budući da je i sâm uvelike temeljen na principu „švedskog stola“. Međutim, ovaj rad neće biti etnografski prikaz suvremenih alternativnih religioznih vjerovanja i praksa, već će pokušati istražiti razloge zbog kojih ljudi odabiru određena religijska vjerovanja i prakse, odnosno vrste motivacija koje različite ljude navode na različite odabire. Istražit ćemo što je to na temelju čega ljudi biraju – na koji način je taj odabir refleksija njihove osobnosti i na koji način taj odabir transformira ili potvrđuje njihovu osobnost. Osim literature, izvor informacija će biti i kazivači koji su sami uzeli učešća u nekom obliku duhovnog konzumerizma, te će na taj način iz prve ruke dati razloge svojih odabira.*

## UVOD

Sâm naslov kolegija za koji je ovaj seminar napisan „Oblici religioznosti u suvremenim sociokulturnim procesima“ sugerira mnoštvo dostupnih mogućnosti na tržištu religije u našem sadašnjem društvenom kontekstu. Prvo pitanje koje se postavlja je: „Koji je razlog tome?“ Međutim, teško je odgovoriti na pitanje ukoliko ne postavimo neka druga pitanja. Kao prvo, radi li se samo o oblicima ili se radi i o sadržajima? Naime, ukoliko govorimo o oblicima religioznosti, čini se prirodnim zaključiti da je sadržaj svih oblika isti, tj. da je religioznost sadržajno istovjetna i da se samo izražava kroz drukčije oblike. Pokušat ćemo stoga vidjeti sadržaj li možda i sâm oblik svoj sadržaj, odnosno značenje. Nadalje, postavlja se pitanje, ukoliko je dostupno mnoštvo oblika, tko uzrokuje njihovo postojanje? Jesu li to „potrošači“ ili „proizvođači“ religije i postoji li između njih razlika? Međutim, još važnije pitanje sastoji se u tome: što je to što nekoga navodi na religioznost, tj. odabir određenog oblika/sadržaja religioznosti? Dakle, u ovom radu ćemo razraditi tezu koja govori u prilog tome da je priroda motivacije element koji određuje odabir oblika/sadržaja religioznosti. Pošto ćemo čitavu tezu razrađivati u kontekstu duhovnog konzumerizma, analizirat ćemo i sâm fenomen konzumerističkog poimanja svijeta uopće. Iz tog razloga, knjiga Hajrudina Hromadžića

*Konzumerizam: potreba, životni stil, ideologija* poslužit će kao korisno referentno štivo. Knjiga predstavlja svojevrsni pregled razvoja fenomena konzumerizma i konzumerističkog društva od njegovih početaka do danas. Kroz ekonomske, sociološke, antropološke i psihološke aspekte definira ishodišta konzumerizma, prikazuje njegove konkretne primjere, ali i načine otpora koji se javljaju prema njemu. Knjige koje su bile najbliže temi seminarskog rada i koje su nisu bavile samo konzumerizmom ili samo duhovnošću, već duhovnim konzumerizmom su *Spiritualities of Life: New Age Romanticism and Consumptive Capitalism* Paula Heelasa i *Zašto mnoštvo verskih zajednica?* Miloša Bogdanovića. *Spiritualities of Life* daje dobar uvid u svjetonazor i filozofiju tzv. „New Age duhovnosti života“, obuhvaćajući sve međusobno napete tvrdnje o jastvu i slobodi izbora s jedne strane, duhovnim magima koji određuju koje je i kakvo to jastvo, te marketinškim ili nemarketinškim manipulacijama iracionalnim kao glavnim čimbenikom tog jastva. Heelas je mladost proživio šezdesetih godina 20. stoljeća, tijekom socio-kulturnih promjena u kojima je, kako sâm navodi, bio više sudionik nego promatrač. Iako ga ne voli povezivati s kapitalizmom, New Age smatra jednim od najboljih primjera potrošačke kulture Zapada koji, kao „kultura subjektivnog dobra“ omogućuje kupovanje želja. Osim toga analizira i odnos korisnika (klijenata) i praktičara (duhovnih maga). Knjiga je vrlo korisna za temu istraživanja, pogotovo u kombinaciji s Hromadžićevim *Konzumerizmom* koji koristi podosta istih termina i djeluje gotovo kao kvalitetan dekoder ove knjige. Knjiga *Zašto mnoštvo verskih zajednica?* posebno mi je zanimljiva zbog činjenice da je Bogdanović, osim što je poput Heelasa i sâm sudjelovao u fenomenima koje opisuje, jedan od mojih kazivača. Međutim, za razliku od Heelasa, Bogdanović nije bio i ostao sudionik samo jednog religijskog svjetonazora (koliko god „duhovnosti života“ isticali svoju raznovrsnost, ipak imaju jasno određenu filozofiju i ideologiju, što smo već spominjali na ovom kolegiju), već je prošao i imao intenzivna iskustva s mnogim raznovrsnim religijskim uvjerenjima, praksama i zajednicama. No, autor ne nastupa isključivo narativno, jednostavno opisujući svoja iskustva, već daje opširno tumačenje vlastitog iskustva. Pošto je njegovo početno polazište bilo ateističko, nakon svog duhovnog putovanja, u knjizi se u određenom smislu vraća na tu početnu poziciju nereligioznog istraživača s koje, opskrbljen intelektualnim i iskustvenim saznanjima o različitim religijskim vjerovanjima i praksama, kreće u dubinsku analizu svog iskustva. Iako se više ne smatra ateistom, argumentira da su ga upravo mnoga načela koja se nalaze u ateizmu sačuvala od fanatične religioznosti. Iako knjiga izlazi iz okvira akademskog „kurikularnog“ opusa, ona nije samo nasumičan osobni projekt, već ozbiljan intelektualni poduhvat, prepoznat i od strane akademske zajednice u Srbiji, pri čemu valja spomenuti da je

recenzent ove knjige dr. Svetozar Sindelić, profesor filozofije na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Beogradu. U tom svijetlu korisno je spomenuti i da ovo nije autorova jedina knjiga, već je napisao i četiri druge, te niz znanstvenih članaka i eseja, također surađujući s članovima srpske akademske zajednice od kojih je vjerojatno najpoznatiji prof. dr. Marko Mladenović, poznat kao nekadašnji ravnatelj *Instituta za socijalnu politiku* i *Instituta za pravne i društvene nauke* Pravnog fakulteta u Beogradu, suosnivač Gerontološkog i Defektološkog fakulteta, te osnivač smjera za socijalni rad i socijalnu politiku na Fakultetu političkih nauka u Beogradu. Tu su i manje poznate ličnosti poput dr. Gorana Golubovića, forenzičkog psihologa; dr. Lidije Ćuk, psihijatrice; te antropologa i antropologinje dr. Dušana Obradovića i mr. sc. Ksenije Slankamenac. Ovo sam naveo radi uvida u utjecaje koji su oblikovali Bogdanovićev aparaturski analizirajući religijskih vjerovanja i iskustava. Dakle, kako sam već naveo, okvir koji koristi je areligiozno-istraživačke prirode, opremljen većinom psihološkim, antropološkim, ali i filozofskim aparatursima. Nema ni najmanju namjeru empirijski opovrgnuti niti dokazati bilo koji religijski sustav razmišljanja (naprotiv, na nekoliko mjesta u knjizi jasno upozorava na opasnost empirijskih metoda kao mjerila dokazivanja ispravnosti nekog religijskog pravca). Umjesto toga, izdiže se iznad svih njih, analizirajući same motive koji nekoga vode na prakticiranje religioznog iskustva – upravo ono što je glavni predmet ovog seminara. Umjesto komparativne analize različitih religijskih zajednica (što bi naslov neopretnom čitatelju mogao nagovjestiti), autor istražuje prirodu raznolikih motivacija koje ljude na različite načine uvode u religiozno iskustvo. Na taj način analiza tih motivacija sama po sebi prikazuje i različita vjerovanja i prakse koje proizlaze iz prirode motivacije za njihov odabir. Poput Hromadžića i Heelasa, koristi termine iracionalnog i racionalnog, želje i potrebe na isti način, ali ih još temeljitije uklapa u kontekst duhovnog iskustva. Te tri knjige su osnovna literatura na kojoj se ovaj seminar temelji i izvanredno jedna drugu nadopunjuju, čineći vrlo funkcionalne ljestve po kojima ću se penjati tijekom istraživanja i promišljanja u ovom radu. Dok Hromadžićev *Konzumerizam* daje kvalitetnu analizu tog fenomena *per se*, uvodeći pojam motiva kao marketinške mete, Heelas to spušta na dublju razinu govoreći o subjektivnom jastvu kao elementu preko kojeg je duhovnom tržištu moguće plasirati odgovarajuće proizvode duhovnosti, da bi Bogdanović zagrebao još dublje u samu psihološku srž motiva koji ljude navode na religioznost uopće, iz čega prirodno proizlaze različiti oblici religioznosti (prema različitosti motiva). U istraživanju za ovaj seminarski rad nisam poduzeo terenska istraživanja u doslovnom smislu riječi, već intervjuje s kazivačima koji su imali ili žele imati udijela u nekom obliku duhovnog konzumerizma. Smatram da promatranje sa ili bez sudjelovanja nije bilo potrebno pošto cilj seminara nije

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU

[WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](#)

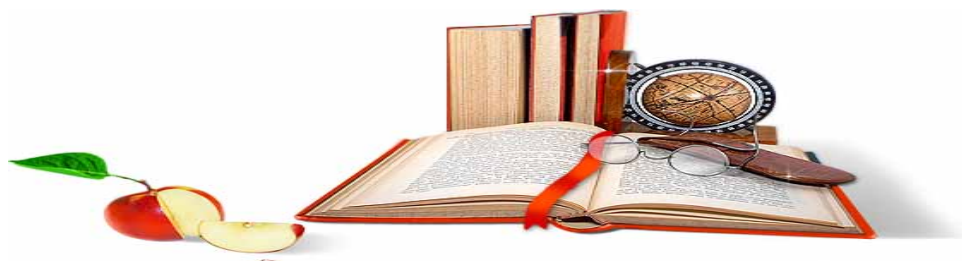
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)

[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)

[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#). KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)

