

KULTURA KAO SREDSTVO I PROSTOR PSIHOLOŠKE MANIPULACIJE

REZIME: Kultura i manipulacija su u višeznačnom i višeslojnom odnosu. Jedna od čestih relacija jeste da kultura postaje polje ali i svojevrsno sredstvo za manipulativne aktivnosti. Dakle, kultura kao autentična komunikacija (a nema manipulacije bez komunikacije) u savremenom društvu može da poprimi obrise psihološkog manipulisanja, kako pojedinaca tako i grupa i masa. Kao i drugi fenomeni, ni kultura sama po sebi (*a priori*) nije društveno (ili psihološki) ni konstruktivna ni destruktivna već, u zavisnosti od konteksta u kome se ostvaruje, ciljeva koji se njome nastoje postići, metoda koje koristi i posledica koje ostavlja, može biti okarakterisana na različite načine, pa i kao komunikacija ili manipulacija. Jedna od karakteristika savremenog društva je intenzivna komunikacija, ali i sveopšta i „nepodnošljiva lakoća manipulacije“ brojnim entitetima, pa i kulturom. Psihološka manipulacija je jedan od najrasprostranjenijih oblika komunikacije. Kao takva, ona je i kulturu koristila kao efikasno sredstvo svog delovanja, ali i kao pogodan prostor svog manifestovanja. Masovna kultura sa industrijom zabave pokazala se kao jedan od najpogodnijih prostora za manipulaciju ljudskom psihom. Brojnost i razuđenost oblika kulturnog ispoljavanja jedan je od osnovnih razloga korišćenja kulture kao sredstva manipulacije.

KLJUČNE REČI: *kultura, masovna kultura, psihološka manipulacija, industrija zabave, savremeno društvo.*

Uvod

*Kultura i civilizacija tanka su i bedna skrama na čoveku,
koja pri najmanjoj ogrebotini pokazuje svoje lice koje nema
ničeg zajedničkog s moralitetom kojim ga je zaogrнула kultura.*

Fridrih Niče (Friedrich Nietzsche)

Posmatrano u dugom hodu ljudske istorije kultura je bila njen nerazdvojni deo. I savremeno društvo se ne bi moglo nazivati civilizacijskim da ga ne određuje kultura kao njegovo osnovno obeležje. U tom smislu se slobodno može reći da je kultura jedna od najvažnijih karakteristika, kako čoveka tako i ljudskog društva uopšte. Zato je

kultura višeznačna individualna i društvena kategorija. Njena humanistička suština se ogleda u doprinosu „humanizaciji prirode“ („očovečenju prirode“) i u „naturalizaciji čoveka“ („oprirođenju čoveka“). Ali kultura nije samo to. Ona je veoma često bivala instrument koji nije imao humane ciljeve. Pogotovo je u savremenom društvu bila predmet zloupotrebe. Posmatranje kultura kao prostora psihološke manipulacije nije novina u kulturologiji. Na opasnosti od instrumentalizacije kulture ukazivali su mnogi teoretičari. Tako je, na primer, Srđan Vrcan upozoravao na to da kultura poseduje potencijal uticaja na društvo, zbog čega može da bude i „društveno opasna“ jer se po svom „sadržaju i po svojim funkcijama približava tradicionalnom pojmu rase“ (Vrcan, S., 2001: 108). Na opasnosti od takvog odnosa prema kulturi ukazivao je i psiholog Robert Serpel (Serpell; Serpel, R., 1978). Američki naučnik Herbert Šiler (Schiller) u emisiji *Otvoreni um* govori o „kulturnom imperijalizmu“ (Herbert, S., 1979), a Frensis Fukujama (Francis Fukuyama) o „sudaru kultura“ (Fukujama, F., 2009). Semjuel Hantington (Samuel Huntington) govori o „sukobu civilizacija“ (Hantington, S., 2001). I nemački filozof Valter Benjamin (Walter Benjamin; 1892–1940) je u svom čuvenom eseju „Umetničko delo u veku svoje tehničke reprodukcije“ („Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“, objavljeno 1936. godine) upozoravao na to da se često iza velikih kulturnih dostignuća može naći varvarizam kao njihovo naličje (Benjamin, V., 1974: 114–150).

Odnos kulture i psihološke manipulacije se najčešće manifestuje kao instrumentalizacija kulture (kao oblika društvene svesti) u manipulativne svrhe. Ako se pažljivije sagleda suština ovog, umnogome skrivenog fenomena, videće se da se kultura veoma često koristi kao prostor ispoljavanja raznih manipulativnih pojava. To je, čini nam se, sasvim dovoljan razlog da se odnos kulture i manipulacije posmatra kao vitalna tema savremenog društva.

Kako je moguće da kultura kao instrument psihološke manipulacije očara ljude? Odgovor se krije u ljudskoj prirodi: čovek je više biće verovanja (*homo religiosus*) nego biće sumnje, čovek je biće koje ima potrebu za konzistentnim idejama (*homo ideologicus*) kao vodiljama ponašanja, čovek je socijalno biće (*homo socius*). Kultura je i specifičan izvor moći (kako duhovne tako i materijalne), koja se, kao i svaka druga moć, može upotrebiti ili zloupotrebti kao sredstvo psihološke manipulacije. Širok je dijapazon korišćenja kulture kao sredstva psihološke manipulacije, a mi ćemo u ovom radu ukazati samo na neke primere.

1. Određenje osnovnih pojmova: kultura i psihološka manipulacija

Dva su osnovna pojma koja se dovode u vezu u ovom radu: kultura i psihološka manipulacija. Oba pojma su veoma kompleksna i višedimenzionalna, a u svakodnevnoj upotrebi su veoma frekventni, što im daje privid nečega poznatog i razumljivog.

1.1. Pojam „kultura“

Pokušaji određenja pojma „kultura“ imaju svoje korene još u helensko doba. Među prvima su bili sofisti, koji su promišljali suštinu ovog pojma i oblikovali ga „nasuprot etosu grčkog plemstva“ (Damjanović, M., 1977: 12). Sredinom XX veka sadržaj pojma kulture je značajno proširen, kao rezultat uvođenja principa holizma u razumevanju ovog fenomena.¹ Novo proširenje sadržaja ovog pojma vezano je sa nastojanjem da se očuva „kulturni pluralizam“ (etničkih, nacionalnih, verskih, jezičnih i drugih grupa) i razvijaju posebni socijalni identiteti, ali da se pri tome očuvaju i ona kulturna obeležja koja pripadaju društvu kao celini. Proučavanjem kulture bavi se značajan broj naučnih disciplina (filozofija, antropologija, psihologija, a posebno mesto pripada sociologiji, odnosno sociologiji kulture itd.), što je i izrodilo veći broj definicija kulture i nepostojanje jedne opšteprihvaćene definicije. Vremenom se formirala široka lepeza definisanja: od antropološkog („Kultura je čovečanstvo“), preko redukovanih („To su najsofisticiraniji izrazi ljudskog duha“), do negacijskih („Kada čujem reč kultura, hvatam se za pištolj“²). To je razumljivo jer je kultura jedan od najširih pojmova. Savremeno poimanje „kulture“ nastalo je krajem XVIII i početkom XIX veka.

Imajući u vidu stav britanskog filozofa Terija Igltona (Terry Eagleton), koji u svom radu „Ideja kulture“ („The Idea of Culture“) upozorava na moguće društvene posledice određenih shvatanja kulture,³ mi se u ovom radu opredeljujemo za definiciju britanskog antropologa i etnografa Edvarda Berneta Tajlora (Edward Burnett Tylor, 1832–1917), koji smatra da je kultura „složena celina koja uključuje znanja, verovanja, umetnost, moral, pravo, običaje i svaku drugu sposobnost ili naviku koju čovek stiče kao član društvene zajednice“ (Tylor, E., 1958: 16).

1.2. Određenje pojma „psihološka manipulacija“

Drugi ključni pojam koji koristimo u ovom radu je „psihološka manipulacija“. Etimološki posmatrano, reč manipulacija je novolatinska kovanica: *manus* – ruka i *pulare* – glačati, uglačati, prevlačiti rukom, udešavati, dodirivati, pipati. Prvobitno značenje je imalo pozitivnu konotaciju i ticalo se obrade nekog predmeta veštini korišćenjem ruku. Oni pojedinci koji su se isticali ovim umećem i tehnikom nazivani su rukovaoci, odnosno manipulanti. Ova veština se kasnije prenela i na spretno upravljanje (rukovođenje) ljudima kako bi se njihova aktivnost usmerila ka nekom zajedničkom cilju. Ova pojava se i danas različito shvata i prema njoj se zauzimaju ra-

¹ Ovaj princip je podrazumevao objašnjavanje složenih kulturnih pojava u njihovoj celovitosti i usmeravanje na povezanost svega što okružuje čoveka kao stvaraoca kulture.

² Ovakav stav se najčešće pripisuje Hermanu Geringu (Hermann Göring), ali mnogi autori smatraju da je to izvorno rečenica nemačkog dramaturga Hansa Josta (1890–1978) u drami *Šlagerer*: „Kad začujem reč kultura... otkočim svoj brauning“.

³ „U Bosni ili Belfastu kultura nije samo ono što se stavlja u vokmen, nego i ono za šta se ubija“ (Иглтон, Т., 2012: 8–52).

zličiti stavovi. Kontinuum ide od toga da je svaka komunikacija ujedno i manipulacija („*Manipulacija je sve!*“) do njenog apsolutnog negiranja kao pojave („*Manipulacija ne postoji!*“). Postoje brojne definicije pojma manipulacije. Ovde se nećemo njima baviti jer to nije tema rada, već ćemo izdvojiti samo jednu koja je za naš predmet interesovanja relevantna. Mnogi smatraju da je Đuro Šušnjić dao najkompletniju i najuravnoteženiju definiciju manipulacije. On je analizom elementa strukture pojma manipulacije nastojao da otkrije sve činioce koji doprinose uspešnosti manipulacije i delovanju njene „nevidljive ruke“. Na osnovu toga je ponudio sledeću definiciju: „Manipulacija se može odrediti kao smišljen, sistemski i kontrolisan postupak ili skup postupaka pomoću kojih manipulator, koristeći simbolička sredstva, u za njega pogodnim psihosocijalnim uslovima, odašilje u masu, preko sredstva komunikacije, određene poruke, s namerom da utiče na uverenja, stavove i *ponašanje* velikog broja ljudi, tako da bi se oni, u stvarima o kojima ne postoji opšta saglasnost, a za koje su životno zainteresovani, usmerili prema ubeđenju, stavovima i vrednostima manipulatora, *a da toga nisu ni svesni*“ (Šušnjić, 2011: 42). Primetno je da je autor u ovoj definiciji posebno naglasio dve odrednice manipulacije: prva se tiče **ponašanja**, a druga **nesvesnosti manipulativnog postupka**. Time je želeo da naglasi njene dve osnovne karakteristike: činjenicu da je osnovni cilj svake manipulacije upravo kontrola ponašanja ljudi, ali i da oni nisu svesni ni te namere ni postupaka ni uticaja.

U najopštijem smislu manipulacija je stvar psihe. Mi u ovom radu pod pojmom manipulacija podrazumevamo upravo psihološku manipulaciju – manipulaciju ljudskom psihom (svešću i podsvešću). Kao radnu definiciju psihološke manipulacije koristićemo onu koju je dao Petar Bokun: „Psihološka manipulacija je oblik sveukupnog mentalnog delovanja na pojedinca, grupu, narod, grupu naroda, koja upotrebljava sredstva s direktnim ili indirektnim uticajem na ljudsku psihu“ (Bokun, P., 1999: 15).

2. Sličnosti kulture i manipulacije

U traganju za težišnom dodirnom tačkom kulture i manipulacije pošli smo od jednog od najšireg shvatanja pojma kulture kao „sveukupnog proizvoda ljudskog roda“ (Najman, V., 1998: 43). Posmatrano u tom smislu, i komunikacija (a time i manipulacija) su deo kulture. Austrijski pisac Jozef Kiršner (Josef Kirschner) u svojoj kulturnoj knjizi *Manipulišite, ali pravilno: osam uspešnih strategija koje vam omogućavaju da utičete na druge ljude* govori i o kulturi manipulisanja, o pravilima i etičkim načelima kojih se treba držati da bi se pravilno manipulisalo drugim ljudima (Kirschner, J., 1981).⁴ Ali ovako široka definicija ostavlja prostor za mnoge nedoumice, kao što su, na primer: da li svaki ljudski rad (svaka ljudska delatnost) možemo okarakterisati kao

⁴ Jozef Kiršner ravnopravno stoji u redu sa klasicima žanra primenjene psihologije, kao što su Dejļ Karnegi (Dale Carnegie) i Napoleon Hil (Hill).

kulturu, ko stvara kulturnu vrednost i sl. Čini nam se da je najprikladniji način za razumevanje odnosa dva fenomena (kulture i manipulacije) i mehanizma manipulacije kulturom njihovo raščlanjivanje na konstitutivne elemente onih definicija koje smo usvojili kao dovoljno operativne za ovu priliku.

Tabela 1. Sličnosti kulture i manipulacije

Osnovni konstitutivni elementi kulture	Osnovni konstitutivni elementi manipulacije
<ul style="list-style-type: none"> ● Emiter kulturnih sadržaja – kulturni delatnik; ● kulturni sadržaj; ● recipijent kulturnih sadržaja, masa, publika; ● socijalno-psihološki uslovi za emitovanje kulturnih sadržaja; ● sredstvo, prenosilac kulturnog sadržaja, ● povratna sprega (tzv. „kulturološki <i>feedback</i>“) – saznanje o [ne]prihvatanju emitovanog kulturnog sadržaja; ● posledice koje je kulturni sadržaj izazvao na socijalnom ili psihološkom planu. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Manipulator („zavodnik sa plamenim jezikom“*); ● informativni sadržaj, poruka („paukova mreža satkana od reči“*); ● objekat manipulacije, masa („republika pokornih divova“*); ● socijalno-psihološki uslovi u kojima se poruka saopštava („oni mute bistrine vode“*); ● kanal, prenosioци poruka („zatvori bez zidova“*); ● povratna sprega (<i>feedback</i>) – informacija o delotvornosti manipulacije; ● spoljni ili unutrašnji šum – sve ono što ometa ostvarenje manipulacije; ● posledice delovanja manipulacije.

* Navedene elemente pojma manipulacije dao je Đuro Šušnjić (Šušnjić, Đ., 1990: 43–97).

U ovakvom kontekstu manipulator nije samo onaj ko odašilje poruke već je njegova prvenstvena funkcija kontrola dispozicija za ponašanja targetiranog socijaliteta. Za efikasnost (uspeh) manipulativne poruke ili kulturnog sadržaja nije od presudnog značaja njena umetnička vrednost ili karakter sadržaja poruke, već i brojne okolnosti u kojima se vrši emitovanje sadržaja (među kojima je od posebnog značaja autoritet manipulatora, odnosno emitera kulture).

Velizar Najman rešenje brojnih dilema vezanih za instrumentalizaciju kulture vidi u podeli opšte kulture (sveukupne ljudske prakse) na kulturu Dobra (sve ono što je u ljudskoj praksi konstruktivno, stvaralačko) i kulturu Zla (sve ono što je u ljudskom radu destruktivno, rušilačko) (Najman, V., 1998). Veliki broj kulturologa se ne slaže sa ovako širokim određenjem kulture kao „svega onoga što je čovekov proizvod“ i smatra da je ona predmetno omeđena i podložna preciznijem definisanju. Na tragu takvog teorijskog polazišta nicala su brojne specifične definicije kulture. Dakle, granica (ako je uopšte ima) između komunikacije i manipulacije je nejasna i lelujava.

3. Manipulacije kulturom: individualna i socijalna komponenta

Kultura kao prostor psihološke manipulacije nije novina u opštem shvatanju fenomena kulture. To ukazuje na promenljiv eksplikativni⁵ potencijal ovog pojma. Pojam kulture poseduje potencijal uticaja na društvo, zbog čega je bio i „društveno opasan“ pojam jer se po svom „sadržaju i po svojim funkcijama približava tradicionalnom pojmu rase“ (Vrcan, S., 2001: 108). Smatramo da se manipulativna priroda kulture u najvećoj meri zasniva na kulturnom determinizmu – kultura mnogo toga definiše (posmatra se kao spoljni faktor koji bitno određuje, kako pojedinca tako i zajednicu). U analizi socijalno-psiholoških uslova manipulacije kulturom treba imati na umu i karakter (koncept) društva kao najšireg okvira instrumentalizacije kulture u manipulativne svrhe. Kako je savremeno društvo suštinski potrošačko društvu u kome je prisutna tendencija postvarenja čoveka u svim oblastima, ni kultura ne postaje samo tržišna roba već je i sama u funkciji kreiranja potrošnje proizvoda i usluga.

3.1. Kultura kao osnova političke legitimizacije i manipulacije

Kultura je kao fundamentalna kategorija društva u tesnoj vezi sa drugim društvenim oblicima svesti. Jedna od takvih je i politika, pa i rat „kao produženje politike drugim nasilnim sredstvima“ (Sun Cu Vu). U tom smislu je i nemački književnik Tomas Man (Thomas Mann, 1875–1955) Prvi svetski rat u esejističko-političkoj zbirci priloga *Nepolitička razmišljanja* objašnjavao kao sukob zaraćenih strana i kao sukob različitih shvatanja kulture (sukob mehanicističkog i artificijelnog, odnosno prirodnog i organskog shvatanja) (Mann, T., 2009). Iako je kultura često značila kritičku misao prema određenoj ideologiji i prema političkoj praksi, često je srećemo i kao primer za opravdavanje određenih političkih ideja i njihovu podršku, kojom se može lako manipulirati. Ovo nam govori da već na teorijskom nivou postoji nastojanje da se ustanovi legitimitet političkih aktivnosti koje se pozivaju na takva shvatanja kulture, koja opravdavaju sprovođenje određenih političkih strategija. Određenim definicijama kulture se obezbeđuje prihvatljiv društveni status jer poseduju „naučnu utemeljenost“. Dakle, na nivou realizacije političkih ideja određene definicije mogu uspešno da posluže kao podloga za političku mobilizaciju određene grupe, mase. Politika se zaogrće kulturom, koja je sama po sebi (*eo ipso*) nepolitična. Dok se nađe dovoljno hrabar dečak da vikne „*Car je go!*“ ponekad prođe dosta vremena, a posledice takvog delovanja su dugoročne. Sve navedeno upozorava da kultura, pretočena u politički aktivizam, može služiti kao podloga legitimitetu i prestaje biti bezazlena „igra duha“.

3.2. Kultura u funkciji manipulacije nacionalnim identitetima

Jedan od veoma rasprostranjenih načina političke instrumentalizacije kulture je izgradnja socijalnih identiteta (etničkih, nacionalnih) do mere kada je njihova di-

⁵ Eksplikacija (latinski *explicare, explicatio*) – objašnjavanje, razjašnjavanje, tumačenje, prikazivanje.

stinkcija ne samo međusobno nekomunikabilni, već zatvoreni i nespojivi entitet. Početkom sedamdesetih godina kultura se počela vezivati i za personalni identitet, a nešto kasnije i za kolektivni (nacionalni, etnički, polni, regionalni) identitet. Time je pojam poprimio nova značenja. Homogenizacija jednog identiteta i njegovog distanciranja od drugog može da dovede i do socijalnog konflikta. Bliža istorija ovih prostora je bogata takvim primerima. Dakle, apsolutizacija kulturne partikularnosti ne samo da osporava pretenziju ka njenoj univerzalnosti već može da posluži i za psihološku manipulaciju. Kulturne razlike se uzdižu do nivoa na kome pripadnici različitih kultura ne mogu više ostvariti zajednički život. Ernest Gelner (Gellner) kulturu određuje kao osnovni konstituent nacionalnog identiteta i smatra da savremeni nacionalizam počiva na političkoj formuli „Jedna nacija, jedna kultura i jedna država“ (Gelner, E., 1997: 8). U tom smislu su se u skorijoj istoriji, zarad uspostavljanja čvrste povezanosti države i kulture, preduzimale razmene stanovništva, nasilne asimilacije ili proterivanje. Semjuel Hantington smatra da je rat fizička realizacija kulturnog načela u procesu nastanka identiteta, odnosno da „kultura i kulturni identitet, koji je na najširem nivou civilizacijski identitet, oblikuju modele kohezije, dezintegracije i sukoba u posthladnoratovskom svetu“ (Hantington, S., 1998: 20). Naime, svi socijalni sukobi prvo počinju u duhovnoj sferi (rečima, znacima, simbolima, slikama i sl.), pa time i u kulturi. Dakle, brojni su primeri (zlo)upotrebe kulture u kreiranju socijalnih (nacionalnih) identiteta.

3.3. Međuzavisnost kulture i komunikacija: polje latentne psihomanipulacije

Razvoj komuniciranja, od prvobitnog prapgovora, preko razvijenog govornog sistema homo sapijensa (pre stotinu milenijuma), znakovnih simbola (pisma) i razvoja štampanih, a kasnije i audio-vizuelnih medija, pa sve do razvoja savremenih oblika socijalnog umrežavanja (internet, mobilna telefonija), pratio je i podsticao razvoj kulture. Ali i kultura je, kroz celi taj proces, uticala na oblikovanje komunikacije. Kao socijalni proces, komuniciranje kreira uslove za nastanak, razvoj i funkcionisanje različitih oblika kulture. Na uzajamnost ove dve pojave ukazuje i Dragan Koković: „Da bi bilo koji oblik kulture postao društveni sadržaj, i da bi se zaista pretvorio u kulturu mora da postane subjekt i predmet komunikacije, što ga po prirodi stvari čini komunikativnim. S druge strane, komunikacija je predmet kulture, to je način na koji se kultura širi i postaje stalna i delotvorna. Nema komunikacije bez kulture niti kulture bez komunikacije“ (Koković, D., 2005: 267–268). Dakle, socijalna interakcija i komunikacija su uslov opstanka čoveka kao vrste ali i razvoja njegove kulture. U tome naročito značajnu ulogu imaju sredstva masovne komunikacije.

Povezanost ovih fenomena je posebno vidljiva danas. Ruski kulturolog Elmar Vladimirovič Sokolov (Эльмар Владимирович Соколов) komunikativnu funkciju kulture izdvaja kao najvažniju: „Ciljevi socijalnog uzajamnog uticaja određuju ne samo formu i uslove komunikacije, nego i sadržaj informacije koja se prenosi. Podaci koje čovek želi da dobije i koje on usvaja uvek su u korelaciji sa njegovim mestom u društvu i njegovim odnosom prema kulturi“ (Sokolov, 1976: 113). Kultura je nosilac sa-

znanja, vrednosti, stavova, uverenja, pogleda, načela, verovanja, stila življenja i sl. Kao takva, ona je najznačajnija pretpostavka za polivalentnu komunikaciju između ljudi. **Kulturom se mogu graditi i mitovi, a oni su pogodno sredstvo manipulacije.**

3.4. Mediji kao transmisija kulturnih sadržaja

Značajnu ulogu u ovoj „igri društvenog komuniciranja“ (Emil Vlajki) imaju masovni mediji koji pripremaju publiku (masu) da nekritički usvaja sadržaje koji joj se nude, ali ih i perfidno nameću kao kulturu. Osnovna intencija pri tome jeste da se recipijenti liše svake slutnje i sumnje u namere emitera. Kako manipulacija poseduje kameleonski karakter, to i nije teško ostvariv takav naum. Pored pozitivnih efekata koje ostvaruju masovni mediji na širenju kulture, potrebno je sagledati i implikacije zloupotrebe medija u zadovoljenju kulturnih potreba.

Ideja o medijima kao sredstvima prenošenja informacija o nekim istinama je gotovo napuštena već tokom Drugog svetskog rata. Tada su otkrivene neverovatne mogućnosti masovnih medija kao sredstva manipulacije masama. Kada se medijske poruke upakuju u formu kulture one dobijaju na persuaznosti a recipijenti postaju persuazivniji. Naime, poruke koje se plasiraju u formi kulture ne nailaze na analitički pristup kakav bi imale kada bi bile „čiste“ informacije. Istraživanja su potvrdila da su slušaoci prijemčiviji za kulturne sadržaje nego za informativne.

Mediji prenose celinu informacije („celu istinu“) samo onda kada se radi o ne tako važnim događajima, čime stvaraju utisak objektivnosti. Najčešće se to odnosi na rezultate nekih sportskih nadmetanja, vremenske prognoze i sl. Kada su u pitanju važna društvena pitanja, mediji prenose samo onaj deo informacije koji odgovara određenim interesima (koji je u skladu sa uređivačkom politikom). Kakav je učinak takvog medijskog informisanja? U zavisnosti od raznih faktora, posledice koje ostavlja tako selektivno plasiranje informacija (deo istine) mogu da budu analogne posledicama laži. Otvorene i neprikrivene laži u medijima nisu česta pojava, pogotovo ako se radi o lako proverljivim informacijama.⁶

Tragamo li za determinacijskim sklopom koji određuje ulogu kulture u savremenom društvu, ne možemo prevideti i čitav niz negativnih efekata koji masovni mediji imaju na društvo. Među njima se posebno ističe kreiranje tzv. „virtuelne stvarnosti“ kao zamena za realnost i stvaranje veštačkih potreba. Zloupotreba medija je danas veoma prisutna u perfidnom plasiranju poruka. Ako se ima u vidu da su mediji pod kontrolom interesnih grupa koje nastoje da kontrolišu sadržaj svih poruka koje se emituju recipijentima zarad svojih komercijalnih ciljeva, ali i zarad oblikovanja društvenog i kulturnog habitusa. Medijski posredovani kulturni sadržaji postaju prostor moćne latentne manipulacije jer se obraćaju

⁶ Zato se na sudu i traži da se svjedok zakune da će govoriti „istinju, celu istinu i ništa osim istine“ („*The truth, the whole truth, and nothing but the truth!*“). Razumljivo je da informacija (istina) ako nije celovita može izazvati veće posledice od laži, jer se laž lakše razotkriva od „polovične istine“.

globalnom auditorijumu (plediraju na masovnost recipijenata). Dakle, manipulacija masama, koja se ostvaruje posredstvom medija u kulturološkom kontekstu, može da znači i ostvarenje kulturnog imperijalizma („kulturnog neokolonijalizma“, „kulturne okupacije“ i sl.).

3.5. Masovna (popularna) kultura kao prostor manipulacije

Industrija zabave je oblast izrazite primene manipulacije kao što su to i druge oblasti: reklame, politika, propaganda, indoktrinacija, religiozne propovedi i sl. Ona pretvara pojedince u masu i time potire njihove individualne razlike i samostalnost mišljenja. Posrednička uloga medija u manipulaciji kulturom je u mogućnosti da recipijente (masu kao primaoca kulturnih sadržaja) liši moguće slutnje i sumnje u namere emitera. I Noam Čomski (Chomsky) je upozoravao na manipulativnu moć medija kada se radi o kulturnim sadržajima, koja se najčešće manifestuje kao selekcija kulturnih sadržaja (odbacivanje alternative), formiranje kulturnih vrednosti, izgradnja kulturnih identiteta, nametanje vrednosnog sistema, ksenofobično čuvanje sopstvenog kulturnog identiteta, odbacivanje kulturnog pluralizma, očuvanje tradicionalističkih kulturnih obrazaca, određivanje važećih kulturnih standarda i sl. (Čomski, N., 2002).

Kultura je ugrožena medijskom manipulacijom koja se prepoznaje u nastojanju da se medijski nametnu određeni ukusi, shvatanja ili modeli kulturnog ponašanja. To poprima obrise svojevrzne kulturne indoktrinacije i ideološkog oblikovanja kulturne svesti određenih ciljnih grupa (naroda). Uporedo sa komercijalizacijom masovne kulture, u kojoj prevladava zabavni sadržaj, izgrađuje se specifična „kulturna industrija“ koja svoje kulturne proizvode prilagođava tzv. „masovnoj publici“ i konformističkom ukusu. („*Narod to voli!*“; „*Narod to hoće*“; „*Narod to gleda/sluš!*“) Značajna negativna posledica ovakvog medijskog tretmana kulture je i snižavanje estetskih kriterijuma publike. Odnosno, za efikasnost (uspeh) manipulativne poruke ili kulturnog sadržaja nije od presudnog značaja njegova umetnička vrednost ili karakter sadržaja poruke, već i brojne okolnosti u kojima se vrši emitovanje takvih sadržaja (među kojima je od posebnog značaja autoritet manipulatora, odnosno emitera kulture. Dakle, ni hleba ni igara (kulture) već samo manipulacija u vidu pseudoigara.

3.6. Akulturacija i transkulturacija kao načini manipulacije

Monadno shvatanje kulture („kultura-nekultura“) kao teorijski koncept je pogodan i za akulturaciju (gubljenje sopstvenih izvornih kulturnih obeležja i preuzimanje tuđih u situaciji dodira različitih grupa) i transkulturaciju (prihvatanje drugačijih kulturnih sadržaja) kao oblika psihološke manipulacije. Naime, u savremenom društvu je prisutna i tendencija kulturološke promene u pravcu unifikacije kultura, pri čemu se jedan kulturološki obrazac nameće kao jedini „ispravan“, „poželjan“, „potreban“, „koristan“, „neophodan“, „savremen“ i sl., a drugi odbacuje kao „neispravan“, „ne-

poželjan“, „nepotreban“, „nekoristan“, „zastareo“ i sl. Tako okarakterisana kulturna zajednica se lakše asimiluje ili koristi u neke političke svrhe. Kulturama je svojstveno prožimanje i difuzija (proces prenošenja kulturnih sadržaja sa osobe na osobu, s grupe na grupu, s društva na društvo), ali ti procesi imaju dominantno spontani karakter, za razliku od akulturacije i transkultuiranja, koji su planski projekti. Nije retka ni politička (geopolitička) intencija (koja se oslanja na ovaj teorijski koncept) da se određeni geografski prostor poklopi sa „kulturnim krugom“ u kome se to društvo poima kao svojevrsna teritorijalizovana kultura.

Zaključak

1. Oko fenomena kulture i psihološke manipulacije još uvek je mnogo toga nepoznatog, neuhvatljivog i neiskazanog. Njihova priroda je promenjiva, dinamična, pa i protivurečna, i stoga izmiče celovitom određenju i definisanju. Brojne definicije ovih pojmova su odraz različitih teorijskih pristupa i različitih kriterijuma ocenjivanja ovih oblika ljudske aktivnosti. U najširem smislu, pod kulturom se podrazumeva oblast čovekovog delovanja koja se povezuje sa samopotvrđivanjem, samospoznajom, sa akumulacijom iskustva i znanja (religijski kultovi, fobije, mišljenja, oponašanja), kao izraz njegove subjektivnosti, ali i objektivnosti (karaktera, stručnosti, veština, znanja). Slično ovome, i pojam „psihološka manipulacija“ se najčešće određuje kao smišljeno, ciljano i plansko oblikovanje psiholoških dispozicija (stavova, vrednosnog sistema, verovanja, motiva, navika itd.), te kreiranje kulturnih obrazaca ponašanja koji su prvenstveno u skladu sa interesima i ciljevima manipulatora.

2. Savremene kulturološke rasprave su u najvećoj meri fokusirane na masovnu tržišnu potrošnju kulturnih dobara (moda, umetnost, književnost i sl.), odnosno na tzv. „popularnu kulturu“. I površni pregled aktuelnih istraživanja kulture domaćih autora ukazuje na to da se kultura retko posmatra kao sredstvo (prostor) psihološke manipulacije. Na to ukazuju osnovni problemi (teme) kojima se bavi savremena kulturologija: kulturna dinamika, kulturna različitost, kulturna dominacija, kulturni diskontinuitet, prenos i učenje kulture i sl.

3. Veza kulture i društva je specifična: kultura utiče na društvo, ali i društvo utiče na kulturu. U takvoj uzajamnosti kultura ima socijalizirajuću funkciju. Svaki pojedinac se socijalizira u datom kulturnom kontekstu i na taj način kultura utiče na formiranje ličnosti, navika, stavova, mišljenja, a samim tim i na njegovo ponašanje. To znači da se kreiranjem kulturnog habitusa može uticati na dispozicije ponašanja. U tom smislu, kultura se može koristiti kao sredstvo razdvajanja ili sredstvo povezivanja pojedinaca, grupa, masa. U oba slučaja kultura može da bude prostor psihološke manipulacije. Savremeno društvo se odlikuje izrazitim pragmatizmom i utilitarizmom, što pogoduje ideji i praksi psihološke manipulacije, pri čemu ni prostor kulture nije izuzet. Kultura se, kao instrument psihološke manipulacije, najčešće manifestuje kao prostor prinude; kao skrivena igra različitih centara društvene moći; kao vladanje ljudima „uz pomoć duhovnog ujarmljivanja“ (Ratko Božović); kao vladavina ideja-

ma i ideologijama; kao „vladavina simbolima“ (Đuro Šušnjić); kao način kreiranja lažnih potreba; kao način zadovoljenja „ega“ recipijenata (gradnjom virtuelnog osećanja moći i emotivne sigurnosti) i sl. Takvu zloupotrebu kulture prati bezobzirnost, oholost, bezdušnost manipulatora, a sve u funkciji ostvarivanja (nad)moći („Volja za moć“ – Fridrih Niče) i realizacije određenih interesa. U krajnjoj instanci cilj ovakve instrumentalizacije kulture nije samo slepa poslušnost pojedinaca, grupa i masa, nego prvenstveno kontrola njihovog ponašanja. Kultura je korišćena i u kvazinaučnom diskursu za kreiranje nacionalnih identiteta, što prvo postaje politička praksa a kasnije državna politika.

4. Kultura se može posmatrati kao svojevrsan proizvod. Ona se proizvodi i prodaje kao i svaka druga masovna roba. Kultura je postala industrijski proizvod „industrije kulture“. Kultura se masovno konzumira jer se i proizvodi za mase, jer je „masovno proizvedena“. Takva kultura je po svom osnovnom karakteru konfekcijska i zabavljačka – nije proizvod želje publike već osmišljenog izbora sadržaja i načina prezentacije koji povlađuje niskim ukusima. Najčešće se on nameće pod raznim izgovorima. U tom smislu je i prihvatljiva Makluanova (McLuhan) primedba da je „smešno govoriti da masovna kultura vodi računa o tome šta ‘publika želi’“.⁷

5. Kakva je uloga masovnih medija u instrumentalizaciji kulture u manipulativne svrhe? Najveći broj kulturologa smatra da je njihova uloga prvenstveno posrednička – da su mediji samo sredstvo i ništa više. Jedan deo teoretičara kulture smatra da su mediji u procesu manipulacije kulturom sredstvo zavisnosti, jer način na koji će oni biti korišćeni u tom procesu samo delimično zavisi od primaoca a mnogo više od pošiljaoca kulturnih sadržaja.

6. Na osnovu svega rečenog, možemo reći da je poželjno imati kritički pristup korišćenju kulture za psihološku manipulaciju. Pitanje je samo sa kog stanovišta to činimo. Ako je to sa stanovišta humanizma (da li je u funkciji stvaranja humanih mogućnosti ili ne?) onda je takva instrumentalizacija kulture za osudu. Pri tome je naročito značajno imati na umu kriterijum slobode. Naime, sloboda je za kulturu esencija – ona omogućava da čovek dostojanstveno i spontano živi, da se potvrdi kao stvaralačko biće i da može da razvija svoje urođene sposobnosti. Ako čovek kao biće kulture (i kao biće u kulturi) nije slobodan, onda se može i sam koncept kulture kao sredstvo ljudske kreacije i kao njegovo „carstvo slobode“ (Herbert Markuze [Marcuse]) dovesti u pitanje. Manipulacija kulturom ugrožava čovekove „polivalentne mogućnosti“ (Ratko Božović) i dovodi u pitanje i sam smisao života. U okrilju postvarene civilizacije koja i kulturu koristi kao sredstvo za „ribarenje ljudskom dušom“ (Đuro Šušnjić) čovekove mogućnosti su sputane, kritički duh je umrtvljen, a sloboda, kao suština življenja, mu se oduzima.

7. Dakle, može se argumentovano konstatovati da je kultura moćna i da se kao takva koristi za ostvarivanje socijalne dominacije, ali i psihološke manipulacije, pa i kao sredstvo kulturne okupacije. Kultura je moćna jer raspolaže mogućnošću (zlo)u-

⁷ Makluan, Maršal: *Poznavanje opština čovekovih produžetaka*, Prosveta, Beograd, 1971, str. 110.

potrebe u cilju usmeravanja ponašanja ljudi. Nauka je dokazala da svaka poruka (pa i u formi kulture) ostavlja određene posledice na ljudski um, odnosno da ona nije bez uticaja na dispozicije ponašanja, jer konzumirani kulturni sadržaj ostavlja manje ili više (ne)vidljive tragove na psihi pojedinaca. Stoga je značajno praviti razliku između kulture kao sredstva socijalizacije i humanizacije i kulture kao sredstva (i prostora) psihološke manipulacije.

Literatura

1. Andre, M. (1986). *Metamorfoza bogova – Irealno*. Beograd: Jugoslavijapublik.
2. Božović, R. (1989). *Lavirinti kulture*, 4. dopunjeno izd. Beograd: FPN / Čigoja štampa.
3. Benjamin, V. (1974). *Eseji*. Beograd: Nolit.
4. Bokun, P. (1999). *Psihološki rat: manipulacija dušom*. Beograd: Jugoslovenska knjiga.
5. Bidney, D. (1953). *Theoretical Anthropology*. New York: Columbia University Press.
6. Čomski, N. (2002). *Mediji, propaganda i sistem*. Zagreb: IK „Što čitaš?“.
7. Damnjanović, M. (1977). *Istorija kulture*. Niš: Gradina.
8. Everitt, A. (2001). *Cicero: the life and times of Rome's greatest politician*, New York: Random House.
9. Frojd, S. (1988). *Nelagodnost u kulturi*. Beograd: Rad.
10. Fukujama, F. (2009). *Sudar kultura: poverenje, društvene vrline i stvaranje prosperiteta*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
11. Gelner, E. (1997). *Nacije i nacionalizam*. Novi Sad: Matica srpska.
12. Hantington, S. (2001). *Sukob civilizacija i preoblikovanje svjetskog poretka*. Podgorica / Banja Luka: CIP.
13. Harper, D. (2001). *Online Etymology Dictionary*. Preuzeto sa: <http://www.etymonline.com> (2. novembar 2012).
14. Kroeber, L. A. end Kluckhohn, C. (ed.) (1963). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. New York: Vintage Books.
15. Kirschner, J. (1981). *Manipulieren, aber richtig: Acht erfolgreiche Strategien, mit denen Sie auf andere Menschen Einfluß nehmen*. München/Zürich: Droemer Knaur.
16. Левит, С. Я. (гл. ред.) (1998). *Культурология XX век. Антология*, С П б, Москва: Университетская книга. Preuzeto sa: <http://studyspace.ru/uchebniki-i-posobiya-po-kulturologii/kulturologiya.-xx-vek.-antologiya.html> (14. oktobar 2012).
17. Lesli, V. (1970). *Nauka o kulturi: studija o čoveku i civilizaciji*. Beograd: Kultura.
18. Koković, D. (2005). *Pukotine kulture*. Novi Sad: Prometej.
19. Malinovski, B. (1970). *Naučna teorija kulture*. Beograd: IP Vuk Karadžić.
20. Mann, T. (2009). *Betrachtungen eines Unpolitischen* (Große kommentierte Frankfurter Ausgabe. Werke, Briefe, Tagebücher), Bd. 13, Frankfurt am Main: S.

Fischer.

21. Moren, E. (1979). *Duh vremena*. Beograd: BIGZ.
22. Najman, V. (1998). *Kultura zla: prva teorijsko-empirijska sagledavanja*, Beograd / Smederevska Palanka: KIZ Kultura/ Optimum.
23. Schiller, H. (1979). Freedom of the Press or Cultural Imperialism, *The Open Mind*, PBS Video, Thursday, May 31st. Preuzeto sa: <http://www.unz.org/Pub/PBSVideo-0000-00004> (13. oktobar 2012).
24. Serpel, R. (1978). *Uticaj kulture na ponašanje*. Beograd: Nolit.
25. Sokolov, V. (2001). *Kulturologija: ogledi iz teorija o kulturi*. Beograd: Prosveta.
26. Sokolov, V. (1976). *Kultura i ličnost*. Beograd: Prosveta.
27. Šušnjić, Đ. (1990). *Ribari ljudskih duša: ideja manipulacije i manipulacija ideja*. Beograd: NIRO Mladost.
28. Tylor, E. (1958). *Primitive Culture*. New York: Harper & Row.
29. Иггтон, Т. (2012). *Идея культуры*. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики (Исследования культуры).
30. Ушинский, К. (1868). *Человек как предмет воспитания, опыт педагогической антропологии*. Санкт-Петербург. Preuzeto sa: <http://www.rulex.ru/01200105.htm> (13. oktobar 2012).
31. Vrcan, S. (2001). Kultura kao društveno opasan pojam, *Reč*, časopis za književnost i kulturu, 61/7, Beograd: Radio B92.

CULTURE AS A MEANS AND ENVIRONMENT OF PSYCHOLOGICAL MANIPULATION

ABSTRACT: Culture and manipulation are related in a number of significant and complex ways. It very often transpires that culture becomes an environment, which in a way facilitates psychological manipulative activities. Therefore, culture as an authentic means of communication (there is no manipulation without communication) in a contemporary society could acquire subtle properties of psychological manipulation of individuals, as well as the groups and masses. Just as other phenomena, the culture itself (and *a priori*) is neither socially, nor psychologically constructive or destructive, but depending on the context and the aims to be accomplished, the methods and consequences of the manipulative scheme, it could be defined in a number of different ways, including both communication and manipulation. One of the characteristics of the contemporary society is intense communication and a general “unbearable ease of manipulation” of numerous entities and the culture itself. Psychological manipulation is one of the most widely spread forms of communication. As such, it has used the culture as an effective means and appropriate environment for its own manifestation. Mass culture with the entertainment industry has proven to be one of the most convenient environments for manipulation of the human psyche. The number and variety of cultural manifestation represent some of the most fundamental reasons for using the culture as a means of manipulation.

KEY WORDS: *Culture, mass culture, psychological manipulation, entertainment industry, contemporary society.*