

PROPAGANDA SADRŽANA
U BIBLIJSKIM KNJIGAMAStefani C. Šovanec
Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet

Prema mnogim istraživačima, Biblija se u proučavanju istorije propagande ističe zato što predstavlja prvu celovitu koncepciju propagande sadržanu u skupu knjiga. U ovom radu se daje pregled literature o propagandi sadržanoj u biblijskim knjigama, obuhvata glavna teorijska stajništa i ilustruju tehnike propagande korišćene u biblijskim tekstovima. Naime, tehnika direktne i indirektne propagande, tehnika vertikalne i horizontalne propagande, tehnika transfera, „šokiranja publike“, tehnika nagrade i kazne, tehnika ponavljanja sadržaja poruke, propaganda akcijom i tehnika „ispiranja mozga“ u Bibliji su udružene zarad propagiranja vere i formiraju veoma moćno propagandno oruđe o čijem uticaju i danas svedočimo. Autori Svetog pisma uspeali su da u ovom skupu knjiga prikažu veru kao najuzvišeniju vrlinu hrišćanina i da time obezbede dvostruku propagandnu efikasnost.

Ključne reči: *propaganda, Biblija, koncepcija biblijske propagande, propagandne tehnike*

„– Dok ne vidim na rukama njegovim rana od klinova,
i ne metnem prst svoj u rane od klinova,
i ne metnem ruke svoje u rebra njegova, neću verovati.
– Pošto si me video verovao si; blago onima koji ne vide, a ipak veruju.“
Sveto Jevanđelje po Jovanu 20.25-9

„Dobar hrišćanin nikada ne treba da zaboravlja, da svakog dana,
jutrom i večeri, i pri radu i pri odmoru, pogledavši u nebo iskreno
i od sveg srca kaže, po primeru žene Hananejke:
‘Pomiluj me Gospode, sine Davidov. Gospode, pomози mi’“
Firmilijana (1892, II: 147)

Uvod

Već su najraniji oblici sporazumevanja među ljudima dali uslove za razvoj propagande kakva postoji danas. Početak komunikacije među ljudima ujedno je i početak propagandne delatnosti koja se kroz vekove menjala i razvijala sa napretkom svesti, znanja i tehnologija. Ona je dobijala nova značenja, a različita doba su joj nametala dru-

gačije namene. Kada piše o propagandnoj delatnosti, Tadić navodi da se ona razvijala kao „sredstvo za sugestivno saopštavanje važnih informacija“, kao i da je „ostavila snažan pečat razvoju ljudske civilizacije“ (Tadić, 2005: 19). Ontologija propagande se ne može usko vezati za određeni istorijski momenat. Kada Tejlor (Taylor) piše o počecima propagande, ističe da već na neolitskim crtežima iz pećina (7000 godina pre n. e.) možemo videti čoveka koji koristi oružje protiv drugog čoveka, a da to ove crteže čini možda najstarijim oblikom ratne propagande (Taylor, 2003: 20). Sa druge strane, Starčevićeva navodi da je obeležavanje, odnosno žigosanje stoke u starom Egiptu (2000 godina pre n. e.) jedan od prvih oblika propagande jer su te oznake imale značenje kvaliteta i reputacije, što bi se, kako autorka navodi, „moglo nazvati određenim vidom izgradnje imidža, a što je funkcija propagande u dugom roku“ (Starčević, 2007: 423). Autori kao što su Tejlor i Džouet i Odonelova (Jowett & O'Donnell) u kontekstu nastanka propagandnih veština ističu važnost perioda Antičke Grčke, vladavine Aleksandra Velikog, a kasnije i uspona Rimskog Carstva i totalitarizma Julija Cezara. Domaći autori, Jazić i Tadić, kada govore o razvitku propagandnih tehnika uglavnom u fokus stavljaju srednji vek i periode revolucija. Ipak, prelomnim trenutkom u razvoju propagande može se smatrati Gutembergovo otkriće neizmernog civilizacijskog značaja – pronalazak štamparske prese, pa samim tim i pojava prvog značajnog štampanog izdanja - Biblije. Štampa tada omogućava masovno širenje poruka koje postaje preduslov za savremenu propagandnu delatnost, a uticaj Biblije svedoči o snazi kakvu je propaganda imala već u svojim počecima.

U ovom radu autorka će pokušati da pruži pregled, kako inostrane tako i domaće literature o propagandi sadržanoj u biblijskim knjigama, uz navođenje primera koji oslikavaju tehnike propagande korišćene u biblijskim tekstovima. Kada je reč o vezi propagande i Biblije, moguće je govoriti o sredstvima i tehnikama propagande sadržanim u biblijskim tekstovima, metodičkim postulatima biblijske propagande, njenim vrstama, načelima propagande prema kojima je Biblija pisana, o propagandistima u biblijskim knjigama, o propagandistima Biblije, pa i o propagandi korišćenjem interpretacija biblijskih tekstova¹. Budući da je tema Biblije i propagande veoma obimna i složena, cilj rada nije da dâ uvid u sve navedene aspekte, već da tematski obuhvati glavna teorijska stanovišta i ilustruje korišćene tehnike propagande u biblijskim tekstovima.

Propaganda i religija

Pojam propaganda – „propagare“ (*lat.*) u značenju „sve ono što treba da se učini za rasprostiranje jednog mišljenja ili jedne ideje“ (Jazić, 2013: 7), često je pogrešno smatran pežorativnim. Noam Čomski, pisac, lingvista i politički aktivista, govori o propagandi u demokratskim društvima gde navodi da je „propaganda za demokratiju (je) ono što je to-ljaga za totalitarnu državu“ (Čomski, 2008: 16), a Edvard Berniz (Edward Bernays), *otac*

¹ U SAD-u su crkve nekada imale značajnu ulogu u određivanju ljudskih prava, pa su tako u bici za prava LGBT populacije obe strane upotrebljavale interpretacije Biblije kako bi ojačale svoje propagandne kampanje. Jedna strana je koristila tvrdnju da biblija jasno osuđuje homoseksualizam, a druga se oslanjala na fundamentalni princip hrišćanstva: „voli svog komšiju kao sebe samog“ (Jowett & O'Donnell, 2012: 62); U Severnoj Africi je Holandska Reformatska crkva koristila svoje interpretacije određenih biblijskih tekstova da bi propagirala u korist rasne separacije (Jowett & O'Donnell, 2012: 61).

odnosa s javnošću naziva je „inženjeringom povinovanja“ (Čomski, 2008: 23). Prema određenju Džoueta i Odonelove (2012) propaganda znači vrednosno neutralno „širenje ili promovisanje određenih ideja“ (Jowett & O'Donnell, 2012: 2). Značenje sredstva koje ima prikriven, negativan cilj pripisuje se propagandi tokom perioda reformacije i kontra reformacije², pa se može reći da joj je negativno značenje dala, neposredno religija (Jazić 2013: 7). Džouet i Odonelova stanovišta su da tokom istorije nije bilo uspešnijih dugoročnih kampanja od onih koje su vođene u okviru velikih propovednih religija (Jowett & O'Donnell, 2012: 58). Oni ističu da, iako je svaka velika religija koristila različite strategije za ostvarenje ciljeva, sve su oslanjane na četiri fundamentalna principa - upotrebu harizmatičnih figura, ozbiljnog simbolizma, jednostavne i neprekidne moralne filozofije i razumevanje potreba publike (Jowett & O'Donnell, 2012: 58).

Mnogi autori ističu relevantnost dominantnih religija za evoluciju civilizacije, pa i propagande. Jazić navodi da je uspon hrišćanstva „snažno uticao na celokupan civilizacijski razvoj zapadne hemisfere, pa samim tim i na razvoj propagande“ (Jazić, 2013: 139), a Jukić, kada piše o menjanju religije pod uticajem industrijske civilizacije, navodi da je vera vekovima bila „jedino zajedničko ognjište smisla, a crkva dominantna zajednica u društvu i u narodu“ (Jukić, 1971: 117). Krstićevo mišljenje jeste da je hrišćanstvo „jedan od odlučujućih momenata pri obrazovanju i profilisanju zapadne kulture“, kao i da je crkva, shodno tome, „drugo vremena ne samo normirala moralno postupanje, nego i gospodari la intelektualnim životom i kontrolisala političke strukture društva u kojem je obitavala“ (Krstić, 2013: 312). Slavujević, kada govori o povezanosti propagande i vere, ističe inpregniranost propagande u svaki društveno-politički čin i navodi da je njome obuhvaćen „ne samo svaki čin vršenja vere, već i svaki međuljudski odnos, budući da se sve odvija po pravilima propisanim od boga“ (Slavujević, 2006: 37).

Biblija kao oruđe propagande

Biblija, u značenju „knjige“ (grč.) prevashodno jeste upravo knjiga, zapis – „poruka čovečanstvu“ (Gams, 1979: 16). Sastavljena je iz dva zaveta³, Starog i Novog, što ukazuje na svečanost i trajnost ovih „sporazuma“, odnosno „ugovora“ između čoveka i Boga (Gams, 1979: 16). Savremena literatura se, konsekventno okolnostima u društvu u kojem vladaju masovni mediji, najčešće bavi savremenom propagandom i njenom praktičnom primenom. Počeci propagande i njeni oblici korišćeni pre ere masovnih medija, u literaturi su najčešće, u najboljem slučaju, samo skromno opisivani. Sa druge strane, istorija proučavanja Biblije stara je koliko i ona sama i obuhvata veoma široko polje istraživanja. Literatura o Bibliji se većinom bavi simbolikom u Bibliji, biblijskim mitovima i legendama, arheologijom Biblije i njenim autorima. O Svetom pismu su vođene brojne teološke i filozofske rasprave, pisalo se sa stanovišta antropologije, sociologije, istorije, politikologije, književnosti, pa čak i medicine, ali veoma malo iz ugla istorije propagande. U okviru domaće literature koja se u celosti ili delimično bavi propagandom u Bibliji, značajni auto-

² U literaturi se za konkretnu vremensku odrednicu uzima 1622. godina, kada je Vatikan etablirao instituciju *Sacra Congregatio de propaganda fides* značenja Svete kongregacije za propagiranje rimokatoličke vere.

³ „Zavet“ je anarhičan izraz za „savez“, „sporazum“, „ugovor“.

ri su Tadić i Jazić, a najveći doprinos ovom području dao je Slavujević svojim monografijama *Biblijska koncepcija propagande* (1992) i *Biblija i propaganda* (2016). Ovaj autor je jedini sastavio iscrpan pregled biblijskog koncepta propagande, prikazujući njegovu sveobuhvatnost i značaj za savremenu propagandnu delatnost. Upravo Slavujević razmatra dva presudna razloga za nezainteresovanost istraživača za temu biblijske propagande. Kao prvi razlog navodi samu propagandu za koju „postoji interesovanje pre svega kao za praktičnu delatnost“, koja bi trebalo da pruži smernice za delovanje u savremenom okruženju (Slavujević, 2006: 10). Kako dalje piše, drugi razlog jeste ideološka nespojivost dva pojma - „uz Bibliju kao svetu knjigu u hrišćanskoj civilizaciji teško ide pojam propaganda koji se tradicionalno, iako ne i opravdano, shvata u pejorativnom smislu kao indoktrinacija, manipulacija, obmana, laž, prevara“ (Slavujević, 2006: 10).

Neupitno je da je značaj propagande sadržane u biblijskim tekstovima veliki, posebno kada se sagleda njena celovitost i stepen uspeha. Slavujević u svom obimnom istraživanju Biblije ističe da ovaj značaj proističe iz „neraskidive povezanosti religijskih, političkih, pravnih, moralnih, i drugih sadržaja“ (Slavujević, 2006: 37). On je mišljenja da ključne biblijske ideje imaju propagandnu funkciju, a to slikovito prikazuje navođenjem ideje *parusije*, odnosno ideje silaska Boga na zemlju: „Najpre, silaskom na zemlju, među ljude, kao sin božiji, jedno apstraktno božanstvo približeno je običnom čoveku, postalo je razumljivije i prihvatljivije“ (Slavujević, 2006: 38). Naime, ovde je primenjen postupak „očovečenja boga“ koji za cilj ima da pokaže kako je moguće i „obogotvorenje čoveka“ – „Hristos treba da bude ljudima primer koji potvrđuje da, kao što je bog sišao na zemlju, tako i čovek može da se uspe na nebesa“ (Slavujević, 2006: 39). Pored toga, parusija latentno osigurava „puni legitimitet Hristovim apostolima i učenicima kao propagatorima vere“ (Slavujević, 2006: 39). Slavujević primerima iz jevanđelja pokušava da prikaže kako je „čitava ovozemaljska Hristova misija propagandna *par excellence*“: „Hajdemo u obližnja sela i gradove da i tamo propovedam, jer sam ja za to došao“ (Marko, 1.38; Luka, 4.43 prema Slavujević, 2006: 39), „Idite, dakle, i naučite sve narode, krsteći ih u ime Oca i Sina i Svetoga duha, i učite ih da izvrše sve zapovesti što sam vam dao (...)“ (Matej, 28.19-20 prema Slavujević, 2006: 39). Autor dodaje da pojam propovedanje zapravo ima isto značenje kao reč propaganda, a biblijsku propagandu naziva i „propagandom uličnih propovednika“ (Slavujević, 2006: 98).

Jazić ističe dva važna aspekta u odnosu Biblije i propagande. Prvi aspekt se odnosi na to što Biblija jeste „najstariji i najpoznatiji propagandni sadržaj“, što je poduprto njenim prevođenjem na većinu jezika i njenim širenjem putem crvenih informaciono-komunikacionih kanala (Jazić, 2013: 139-140). Kao drugi aspekt autor ističe samu koncepciju Biblije, odnosno postulate, sredstva i tehnike (Jazić, 2013: 140). Da dubina i snaga propagandnih poruka neosporno proističe i iz njihove univerzalnosti piše Jazić i navodi da se vrednosti ističane u Bibliji mogu shvatati kao „opštečovečanski propagandni stavovi“ i da „biblijski tekstovi u formi univerzalnih poruka odgovaraju kako stanovnicima današnjeg sveta, tako i modernim urbanim pripadnicima prosvetljenih društava“ (Jazić, 2013: 139-140).

Autori koji u okvirima drugih oblasti izučavaju Bibliju često iznose svoja viđenja o uveravajućim moćima biblijskih sadržaja i tvorevinama njene propagande. Tadić biblijske tekste opisuje kao „prava mala propagandna remek-dela“ (Tadić, 2005: 55). Fri (Free) smatra da je biblijska propaganda toliko prožimajuća da sledbenici veruju da je ona „oblik objave Boga ljudima. Veruju da je ona bitna za čitavo čovečanstvo, ali i da je precizna u svakom

aspektu“ (Free, 1992: 14). Bukail (Bucaille) govori o snazi indoktrinacije biblijskih poruka u Starom i Novom zavetu - „njihovo čitanje davalo je priliku samo za apologetska razmatranja. Smatralo bi se grehom da se ispoljio i najmanji kritički duh u odnosu na njih“ (Bucaille, 1979: 14). Gams piše o Bibliji kao prikazu borbi čoveka i društva, valorizujući je pri tom i kao „dokument koji će umnogome uticati na društveno uređenje evropskih, a kasnije američkih hrišćana“ i kao „izvorište i inspiraciju kasnijih društvenih borbi u Evropi“ (Gams, 1988: 5-6). On navodi da, iako postoje različita vrednosna prosuđivanja biblijskih kazivanja, Biblija neosporno mora biti shvaćena kao „dokument i društvenih i društveno-političkih ideologija“ (Gams 1979: 5-6). Dil (Dill), kada govori o mitologiji i simbolima u Bibliji, kao osnovni razlog efikasnosti biblijske propagande navodi manipulaciju emocijama: „bajka, bez htenja da ubeduje logikom – pod uslovom da postiže cilj - deluje na našu duboku emotivnost, pa čak i na naša potisnuta osećanja krivice“ (Dill, 1991: 14). Upravo zbog upotrebe emocija mitologije sugestivno deluju i na primitivne narode i na narode sa razvijenom kulturom (Dill, 1991: 14). Naime, emotivno uzbuđenje direktno rezultira shvatanjem značenja poruke tako da mitovi ne pobuđuju ni verovanje, ni sumnju (Dill, 1991: 14).

Tehnike propagande u biblijskim tekstovima

Biblijska propaganda obuhvata sve do sada poznate tehnike propagande, kao različite komunikološke činove koji „proizvode različita psihološka dejstva na čovekov doživljaj emitovanog sadržaja, sa ciljem da ga što lakše opazi i prihvati“ (Slavujević, 2006: 97). Dakle, tehnika direktne i indirektna i tehnika vertikalne i horizontalne propagande, tehnika transfera, tehnika „šokiranja publike“, tehnika nagrade i kazne, tehnika ponavljanja sadržaja poruke, propaganda akcijom i tehnika „ispiranja mozga“ čine u Bibliji autentičnu i koherentnu propagandnu celinu.

Korišćenje **tehnike direktne odnosno indirektna propagande** odnosi se na korišćenje „direktna, intergrupna i interpersonalna, dvosmerne komunikacije“ (Slavujević, 2006: 98). Naime, ovde se, pored propovedanja, radi i o pripovedanju, prorokovanju, držanju govora i širenju glasina o čudima koje čine Hristos i ostali predodređeni da ih čine (Slavujević, 2006: 98). Ove forme komunikacije, prvenstveno zbog mogućnosti prilagođavanja situaciji komunikativnog čina, doprinose efektivnosti propagande, pa se „lakše (se) postiže propagandna slojevitost i uverljivost, direktno raščišćavaju nedoumice, eliminišu ili prikrivaju elementi institucionalizovanog hijerarhijskog odnosa propagatora i primalaca poruke“ (Slavujević, 2006: 98-99). O usmenom prenošenju izreka, pesama, himni i propovedi piše i Belc (Beltz) - „orijentalac voli pričati. Logorska vatra ispred šatora je utočište tradicije“ (Beltz, 1984: 30) i sa tim vezi navodi primer iz Pete Mojsijeve knjige: „Zato pazi i dobro se čuvaj da ne zaboraviš događaje što si ih svojim očima video: neka ti ne iščeznu iz srca ni jednoga dana tvoga života; naprotiv, pouči o njima svoje sinove i sinove svojih sinova“ (V knjiga Mojsijeva, poglavlje 4, stih 9 prema Beltz, 1984: 39). Horizontalna propaganda se očitava u silasku božijeg sina na zemlju, među narod, da širi veru i raspravlja o njoj i ona se realizuje unutar primarnih grupa (Slavujević, 2006: 99). Kada se propagiranje vere institucionalizuje, odnosno kada nastaje centralizovana crkvena hijerarhija, kada propagatori dobiju veći autoritet, a komunikacija postane jednosmerna, nastupa vertikalna propaganda (Slavujević, 2006: 99).

U suštini, **tehnika transfera** predstavlja proces formiranja pozitivnog/negativnog stava o nekom objektu, direktno i indirektno - dovođenjem u vezu sa pozitivnim/negativnim karakteristikama nekog drugog objekta (Slavujević, 2006: 99-100). Kako bi ilustrovao upotrebu tehnike transfera u biblijskim tekstovima, Slavujević navodi primer transfera znanja, pa samim tim i božanstva - „Jehova prenosi deo svoga znanja na „svete oce” sa kojima zaključuje saveze, lično im daje zapovesti, proroke vodi na nebesa, ili im šalje vizije i koristi ih kao glasnogovornike“ (Slavujević, 2006: 100). Autor veoma bitnim primerom tehnike transfera smatra i ideju stvaranja čoveka prema božijem liku, a kao najekspresivniji primer ističe priču o prazniku Silazak Svetog duha kada je Hristovim učenicima dodeljeno znanje raznih jezika - „odjednom nastade huka s neba kao od duvanja silnog vetra, i ona napuni svu kuću u kojoj su oni sedeli, i pokazaše im se razdeljeni jezici, kao jezici ognjeni, i spustiše se na svakoga od njih. I svi se oni napuniše Duha Svetoga i stadoše govoriti raznim jezicima, kao što im Duh davaše da govore” (Dela apostolska, 2.2-4 prema Slavujević, 2006: 101-102).

Tehnika „šokiranja publike” jeste „ekstremni vid primene jednog od osnovnih metodičkih postulata propagande - pojednostavljivanja slike sveta, odnosno preuveličavanja i iskrivljavanja stvarnosti“ (Slavujević, 2006: 102). Ova tehnika se pokazala kao izuzetno efikasna u kriznim vremenima, kratkotrajna je, a u Bibliji se ispoljava u vidu proročanstava, prokletstva i čudesa (Slavujević, 2006: 102). Slikovit primer **proročanstva** koje ima snažnu i zastrašujuću retoriku jeste Hristovo proročanstvo o propasti Jerusalima:

„Ustaće narod na narod, i kraljevstvo na kraljevstvo, i biće zemljotresa na najviše mesta, i biće gladi. To će biti samo početak bolova... Predaće brat brata na smrt i otac sina, i ustaće deca na roditelje i učiniće da umru... Teško trudnima i dojilicama u te dane!... Jer će u te dane biti nevolja kakva nije bila od početka sveta koji je Bog stvorio, i neće ni biti... Ali u te dane posle te nevolje, sunce će pomračiti i mesec neće svetlost svoju puštati i zvezde će popadati s neba, i sile nebeske uzdrmaće se” (Marko 13.8-30, prema Slavujević, 2006: 105).

Suštinu proročanstava opisuje Holbah (Hoblah) – „ljudi su u svim vremenima želeli da znaju budućnost, pa se uvek nalazilo ljudi raspoloženih da ih usluže. Kod svih naroda sveta vidimo čarobnjake, vrače, proroke“ (Holbah, 1963: 47). On opisuje proroke kao *čudne ljude* koji su shvatili da „proricanja treba da budu nejasna i dvosmislena da se ne bi kasnije opovrgavala“ (Holbah, 1963: 47). Proricanje je bilo cenjena veština, zanat, grana trgovine, „veoma korisna i unosna u siromašnom narodu koji je živeo u uverenju da je njegov bog isključivo zauzet oko njega“ (Holbah, 1963: 49). Proroci koji se pominju u biblijskim tekstovima često su subjekti koji izriču ne samo proročanstva, već i bacaju kletve, čine čudesa i drže propovedi okupljenom narodu (Slavujević, 2006: 103). **Kletve** su takođe veoma učestali vidovi šokiranja publike, upućuju se osobama, stvarima, biljkama, pa tako Hristos jednom proklinje i smokvu „i ona se sutradan osuši“ (Marko, 11.12-14 i 21 prema Slavujević, 2006: 106). Jačinu kletvi u biblijskim tekstovima dobro prikazuje primer Hristovog obraćanja građanima Kapernauma: „I ti Kapernaume, hoćeš li biti do nebesa uzdignut? Ne, ti ćeš u Ad unižen biti; jer da su u Sodomu bila čudesa što su u tebi bila, i danas bi on postojao. Zato vam ja kažem da će zemlji Sodomskoj lakše biti u dan suđenja nego tebi” (Matej, 11.23-24 prema Slavujević, 2006: 106). **Čuda** su poslednji vid ove tehnike, a čini ih bog i svi koje je bog odredio da ih čine. Propagandna snaga čudesa leži u njihovim svedocima koji prepričavanjem postaju propovednici Isusove vere i moći. Stavovi Isusa o prepričavanju čudotvornih dela su kontradiktorni, pa tako, prema crkve-

nim izvorima on ne dozvoljava govorenje o njima, a sa druge strane, Isus zahteva da se o njima govori – kada izleči bolesnog zapoveda: „Idi kući svojoj k svojim i kaži im šta ti Gospod učini, i kako se smilova na tebe. I on otide i počne propovedati u Dekapolju šta mu učini Isus. I svi se čuđahu“ (Marko, 5.19-20 prema Slavujević, 2006: 108). Čuda su u biblijskim tekstovima raznovrsna i potiču od raznih božijih poslanika:

„Izrailjski bog, koga Mojsije naziva Onaj koji jeste, pušta deset kazni, odnosno pošasti na Egipat (Knjiga druga – Izlazak, 7.1-11.10), Mojsije razgovara sa grmom kupine u plamenu (Knjiga druga – Izlazak, 3.2 i dalje), bog hrani Izrailjce u pustinji manom koja pada sa neba (Knjiga četvrta – Brojevi, 11.7-9), i prepelicama (Isto, 11.31-32), Mojsije podiže štap i pruža ruku da bi razdvojio vode Crvenog mora kako bi njegov narod prešao na drugu stranu (Knjiga druga – Izlazak, 14.16)“ (...) „a Samuilo priziva gromove i kišu (Prva knjiga Samuilova, 12.18)“ (...) „Jelisije pročišćava vode Jerihona (2.21-22), sirotici puni prazne sudove uljem (4.2-6), leči nerotkinju (4.16-18), a zatim vaskrsava njeno mrtvo dete (4.33-36), leči otrovane hranom (4.41), hrani stotinu ljudi sa dvadeset hlebova (4.43-44)“ (Slavujević, 2006: 107).

U Bibliji se može uočiti i hijerhija čuda: opsednutog čoveka ne uspevaju izlečiti Isusovi učenici, ali Isus uspeva (Matej, 17.14-18; Luka, 9.40-42 prema Slavujević, 2006: 111). Zaključuje se da Isus ima jaču moć stvaranja čuda od svojih učenika, pa u Bibliji važi - „Što su veća čudesa, veća je snaga božanstva“ (Slavujević, 2006: 112). Slavujević smatra da je ovakva upotreba čudesa zapravo vid psihološke prisile (Slavujević, 2006: 112). Naime, ne nameću se samo propovedi, već je čovek treba da veruje „pod pritiskom neobičnih, natprirodnih moći čudotvoraca“ (Slavujević, 2006: 112). Kada govori o dokazima hrišćanske religije i čudima, Holbah navodi da su čuda „neverovatne stvari koje služe kao dokaz drugim neverovatnim stvarima“ (Holbah, 1963: 46). On smatra da korišćenje čudesa u propagandne svrhe počiva na neznanju i lakovernosti naroda i na spretnosti propagandiste (Holbah, 1963: 47). Dokins (Dawkins) govori o čudima u koja su hrišćani verovali i, uprošćavajući ih, navodi sledeća: „U pradavna vremena devica je rodila jednog čoveka bez biološkog oca. Isti taj čovek bez oca zazvao je prijatelja Lazara čiji je leš već zaudarao, i Lazar je namah oživeo. I taj čovek bez oca oživeo je tri dana pošto je progreben. Četrdeset dana kasnije čovek bez oca popeo se na vrh brda i uzdigao u nebo...“ (Dawkins, 2009: 180).

Tehniku „nagrade i kazne“ Slavujević naziva još i „vruće-hladno“ i tehnikom obećanjem i pretnjom (Slavujević, 2006: 116). Naime, ova tehnika, kao i čitava biblijska propaganda, počiva na upotrebi osećanja ljubavi i osećanja straha (Slavujević, 2006: 117). Ovde dolazi do manipulacije putem eksplicitnih pretnji i blagoslova. Koliko je ovo bio značajan propagandni segment govori i postojanje „specijalizovanih geografskih prostora“ za blagosiljanje i proklinjanje - brdo Garazin, sa koga su Judejci blagosiljali i brdo Gevol, sa koga su bacali kletve (Firmilijana, 1892: 179 prema Slavujević, 2006: 117). Naime, bog daje nagrade u vidu zdravlja, sreće i materijalnih dobara, a kažnjava lišavanjem, slanjem raznih pošasti i smrti na ljude (Gams, 1988: 40). Interesantno je i što božije nagrade i kazne ne pogađaju samo vernika, već i njegovo potomstvo (Gams, 1988: 40). Neke od božijih kazni se mogu uočiti u sledećim primerima:

„Pustiću na vas strah, sušicu i groznicu, koje će vam oči zamutiti i dušu ucveliti i uzalud ćete sejati seme svoje, jer će ga jesti neprijatelji vaši“ (...) „pustiću na vas zveri poljske koje će vam decu raskidati i stoku potrti i vas umaliti, i opusteće putevi vaši“ (...) „Ješćete

meso od sinova svojih i ješćete meso od kćeri svojih“ (Knjiga treća - Levitska, 26.16, 22 i 29 prema Slavujević, 2006: 117); bog kažnjava Kaina za ubistvo Avelja: „I sada, da si proklet na zemlji, koja je otvorila usta svoja da primi krv brata tvojega iz ruke tvoje. Kad zemlju uzradiš, neće ti više davati blaga svojega. Bićeš potukač i begunac na zemlji“ (Janković, 1996: 12); stanovnici Sodome i Gomore bivaju kažnjeni za poroke, razvrat i nemoral jer među njima nije bilo ni 10 pravednika: „Tada pusti Gospod na Sodom i Gomor od Gospoda s neba dažd od sumpora i ognja. I zatre one gradove i svu onu ravan i sve ljude u gradovima i rod zemaljski“ (Janković, 1996: 19).

Jaroslavski, nastojeći da objektivno prikaže elemente Biblije i da razotkrije protivrečnosti njenih sadržaja, navodi primer o takozvanom prvom grehu za koji bog propisuje zastrašujuću kaznu. Bog se obraća Adamu: „Od svakoga drveta u vrtu ćeš jesti, ali od drveta saznanja dobra i zla nećeš jesti; jer onog dana kad okusiš s njega umrećeš“ (II, 16-17, prema Jaroslavski, 1962: 93). Kada Adam ipak okusi jabuku sa zabranjenog drveta, bog mu saopštava: „Zato što si poslušao ženu svoju i jeo s drveta s kojega sam ti zabranio govoreći da ne jedeš s njega, neka je prokleta zemlja zbog tebe; s mukom ćeš se od nje hraniti doveka svog. Trnje i korov će ti rađati i hranićeš se zeljem poljskim, U znoju lica svoga ješćeš hleb svoj dok se ne vratiš u zemlju iz koje si uzet; jer si prah i u prah ćeš se vratiti“ (II, 17-19, prema Jaroslavski, 1962: 104). Tehniku propagande putem nagrade i kazne najbolje oslikava dualizam raj - pakao u čijoj je suštini strah čoveka od smrti, a manipulisanje ovim predstavama služi kao efikasan instrument za kontrolu ponašanja ljudi (Slavujević, 2006: 120). Dokins napominje da je u Starom zavetu najstroža božija kazna propisana za greh bogohuljenja, i da je čak i danas propisivana u zakonima pojedinih zemalja⁴ (Dawkins, 2009: 280). Čak i u Novom zavetu u kome Isus Hrist propagira ljubav i mir opisivane su okrutne božije kazne (Slavujević, 2006: 118). Gams, ističe da Deset zapovedi pripisuju smrtno kazne za grehe kao što je preljuba, homoseksualizam (III knjiga, glava 20) i da Mojsijevo petoknjžje sadrži propisana krivična dela, ne jasno definisana i ne u savremenom smislu krivičnih dela, za ubistvo, brakolomstvo, rodoskrvnuće, lažno svedočenje, povredu verskih propisa, otpadništvo od vere i slično (Gams, 1988: 36). Zakoni koje Jahve daje Izrailjanima preko Mojsija između ostalog obuhvataju: „Ko udari oca svojega ili mater svoju, da se pogubi, ko opsuje oca svoga i mater svoju, da se pogubi. Neka bude kazna: život za život, oko za oko, zub za zub, ruku za ruku, nogu za nogu, opekotinu za opekotinu, ranu za ranu, modricu za modricu“ (Janković, 1996: 34).

Tehnika ponavljanja sadržaja poruke zasniva se na principu primene „tradicionalnog obrazovnog i vaspitnog postulata po kojem je ponavljanje osnov svakog učenja“ (Slavujević, 2006: 121). Primenjeno na Bibliju, to znači da se iznova ponavljaju identične ključne ideje zapakovane u različite priče, proročanstva, zapovesti, kletve i drugo. Na primer, bog svoje zapovesti objavljuje Mojsiju, Mojsije ih saopštava Isusu Navinu, kome se javlja bog i opet mu ponavlja isto (Slavujević, 2006: 121). Molitve su sredstvo koje se posebno ističe u kontekstu širenja vere ponavljanjem. Slavujević navodi da je moljenje „svakodnevna (je) religijska potreba, ali i obaveza, dužnost vernika“ (Slavujević, 2006: 121).

⁴ Dokins daje primer iz 1922. godine, kada je u Britaniji Džon Vilijam Got osuđen na devet meseci teškog fizičkog rada zbog bogohuljenja i primer iz 2005. godine kada je grupa hrišćana tužila televiziju BBC za bogohuljenje zbog emitovanja određene emisije šoua *Jerry Springer, the Opera* (Dawkins 2009: 281).

Propaganda akcijom se u praksi ostvaruje na različite načine, ali se u suštini ona odnosi na mnoštvo „organizovanih, kontrolisanih ili, bar, podsticajnih spontanih aktivnosti grupa i pojedinaca koje nisu preduzete prvenstveno iz propagandnih razloga“ i na događaje koji imaju isključivo propagandnu svrhu, pseudodogađaje (Slavujević, 2006: 123-124). Kao primere ovakvih događaja Slavujević nabraja: „razaranje gradova nevernika ili otpadnika od Jehovine vere, rušenje Balovih hramova i oltara, lomljenje kipova, ubijanje sveštenika, smenjivanje sa vlasti i ubijanje izrailjskih kraljeva, čak i najbližih rođaka“ (Slavujević, 2006: 124). Ovde se radi o događajima koji su imali mnoštvo učesnika i svedoka koji su o njima govorili i pisali, pa su i oni direktno uticali na propagiranje i učvršćivanje vere (Slavujević, 2006: 124). Dalje, lični primer služi kao veoma učestalo i efektno propagandno sredstvo (Slavujević, 2006: 124). Na primer, Bog svojim sledbenicima govori: „Vi ćete tada učiniti kao što sam ja činio“, primer boga sledi Isus, pa govori: „Naučite od mene“, a Isusov primer sledi Pavle: „Ugledajte se na mene kao i ja na Hrista“, kao i Petar: „Budite ugledi stadu“ (Slavujević, 2006: 125).

Tehniku „ispiranja mozga“ ili „prisilnog ubeđivanja“ karakteriše psihička i fizička tortura. (Slavujević, 2006: 126). Ova tehnika se pojavljuje u biblijskim tekstovima indirektno, kazivanjima o takozvanom Isusovom stradanju i mučenjima kroz koja je prolazio u pustinji - „Sveti duh šalje Hrista u pustinju da bude iskušen od đavola, i on tamo, u potpunoj izolaciji, u neprijateljskom ambijentu, provodi četrdeset dana gladan i žedan (Matej, 4.1-2; Luka, 4.1 prema Slavujević, 2006: 126).

Svi elementi, sredstva, tehnike, metodički postulati, ideje i koncepti biblijske propagande udruženi su zarad jednog, ne prikivanog cilja – propagiranja vere. Oni koju su Bibliju pisali, odnosno oni koji su je sastavljali/uređivali/cenzurisali, kao najbitniju vrlinu dobrog hrišćanina pokušali su da istaknu upravo veru. Značaj ovog postupka ističe Holbah, navodeći da je ta neprikosnovena vrлина „dar sa neba i posledica jedne posebne milosti; ona zabranjuje sumnju i ispitivanje; ona oslobađa čoveka da vežba svoj razum, lišava ga slobode da misli“ (Holbah, 1963: 87). U Prvoj poslanici Solunjanima navodi se: „Jer ako verujemo da Isus umre i vaskrse, tako će i Bog one koji su usnuli u Isusu dovesti s njim“ (1Sol 4, 14 prema Dragutinović, 2010: 57), a prema Poslanici Rimljanima vera donosi nagradu – spas: „Jer ako ispovedaš svojim ustima da je Isus Gospod, i veruješ srcu svoje da ga Bog podiže iz mrtvih, bićeš spasen“ (Rim 10, 9 prema Dragutinović, 1996: 56). Puko pozivanje naroda na verovanje ipak nije moglo dugo da se održi efikasnim pa hrišćanstvo počinje da koristi filozofiju, kako bi se vera odbranila i nadograđivala (Telebaković, 2003: 375 i 385 prema Slavujević, 2006: 45). Tako danas svedočimo postojanju obilja filozofske literature u kojoj su izloženi argumenti kojima je vera branjena i koji pokušavaju da dokažu postojanje boga (Telebaković, 2003: 408 prema Slavujević, 2006: 45).

Zaključak

Prema mnogim istoričarima propagande Biblija se ističe jer je u njoj sačinjena prva kompletna koncepcija propagande. Njena totalnost, odnosno celovitost odnosi se na sadržavanje svih elemenata savremene propagande i odlikuje se po „ciljno-programskoj monolitnosti, po jednoobraznoj intencionalnoj usmerenosti, po tendenciji unifikaciji društvene svesti“ što Slavujević ilustruje primerima: „Budite jedne misli međ sobom“

(Pavlova prva poslanica Rimljanima, 12.16 prema Slavujević, 2006: 169) i „Mnoštvo koje beše primilo veru beše jednog srca i jedne duše” (Dela apostolska, 4.32 prema Slavujević, 2006: 169). Biblijska propaganda je u određenom smislu totalna i jer „sudi o celom svetu i svakom čoveku za celokupnu prošlost, sadašnjost i budućnost” i zato što „zahteva celokupni život vernika kao put sopstvene potpune i neprestane reprodukcije” (Slavujević, 2006: 169). Takođe, ona obuhvata koherentnu celinu svih vrsta propagande, kao i sudelovanje svih raspoloživih propagandnih tehnika i sredstava, pri tom obuhvatajući sva ljudska čula (Slavujević, 2006: 169-170). Ona je apsolutna „sa stano- višta bespogovornog autoriteta” (..) i po „postuliranju obaveze propagiranja svojih sadržaja od strane svih pripadnika društvene zajednice” (Slavujević, 2006: 170). Na kraju, totalna je i po nameri da bude „ekskluzivna, isključiva propaganda u društvenom prostoru”, kako Firmilijana opisuje, „sve donde dok se svi ne prosvete i dok ne bude jedno stado i jedan pastir” (Firmilijana 1892, I: 208 prema Slavujević, 2006: 170). Fascinantna postignuća propagande hrišćanstva mogu se objasniti konstruisanjem Biblije kao propagandnog oruđa, upotrebom emocija, a posebno straha od smrti, nametanjem vere kao imperativa, manipulacijom razumom i voljom naroda, korišćenjem i pisane i izgovorene reči, pseudodogađaja, spektakla, likovne umetnosti, muzike i impozantne arhitekture. Kreativna upotreba propagandnih tehnika primenjenih na univerzalne humanističke principe rezultirala je kontinuiranim uspehom propagande hrišćanstva (Jowett & O'Donnell, 2012: 65). Slikovitošću, snažnom simbolikom, insistiranjem na verodostojnosti i istinitosti, stvorena je jedna od dominantnih religija i, kako je Janković opisuje „najčitanija i najviše prevedena knjiga, otkako je sveta i veka” (Janković, 1996: 7). Iz biblijskih knjiga nastale su direktno i indirektno tri velike svetske religije – judaizam, hrišćanstvo i islam (Janković, 1996: 8). Biblija je nastajala skoro deset vekova i svojim istorijskim i umetničkim značajem uticala je, kako na svetsku kulturu, tako i na savremeno društvo i način razmišljanja.

Literatura

- [1] Beltz, Walter (1984): *Biblijska mitologija – Bog i bogovi*, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb.
- [2] Bucaille, Maurice (1979): *Biblija, Kur'an i nauka*, Starješinstvo Islamske zajednice u SR Bosni i Hercegovini, Sarajevo.
- [3] Гамс, Андрија (1979): *Библија и друштво*, Матица српска, Нови Сад.
- [4] Гамс, Андрија (1988): *Библија у светлу друштвених борби*, Научна књига, Београд.
- [5] Докинс, Ричард (2009): *Заблуда о Богу*, Хеликс, Смедерево.
- [6] Драгутиновић, Предраг (2010): *Увод у Нови завет: основи новозаветне науке I*, Православни богословски факултет, Београд.
- [7] Јазић, Александар (2013): *Спољнополитичка пропаганда: актери и средства*, Институт за међународну политику и привреду, Београд.
- [8] Јарославски, Јемељан (1962): *Библија за вјернике и невяренике*, Свјетлост, Сарајево.
- [9] Јанковић, Владета (1996): *Митови и легенде*, Српска књижевна задруга, Београд.
- [10] Jowett, S. Garth & O'Donnell, Victoria (2012): *Propaganda and persuasion*, Sage Publications, London.
- [11] Јукић, Јаков (1971): Религија индустријске цивилизације, *Црква у свијету: Црква у свијету*, 6(2): 117-134.

[12] Крстић, Предраг (2013): Религија и толеранција: тематизовање односа у доба просветитељства, *Филозофија и друштво*, 24(1): 311-337.

[13] Славужевић, Зоран (2006): *Библија и пропаганда*, Службени гласник, Београд.

[14] Старчевић, Слађана (2007): Еволуција пропаганде, *Теме*, 31(2): 421-436.

[15] Тадић, Дарко (2005): *Пропаганда*, Спектрум Букс, Београд.

[16] Taylor, Philip (2003): *Munitions of the Mind, A history of propaganda from the ancient world to the present era*, Manchester University Press, New York.

[17] Free, P. Joseph (1992): *Archaeology and Bible history*, Zondervan Publishing House, Michigan. Доступно на:

<https://books.google.rs/books?id=haVoe4n0iflC&printsec=frontcover&dq=bible&hl=en&sa=X&ei=7oqUVJtUguBom7yBqAk&ved=0CEwQ6AEwBzgK#v=onepage&q=bible&f=false> (посећено: 09.02.2017)

[18] Holbah, Pol (1963): *Разголићено хришћанство или испитивање начела и последица хришћанске религије*, Рад, Београд.

[19] Чомски, Ноам (2008): *Контрола медија – спектакуларна достигнућа пропаганде*, Рубикон, Нови Сад.