

Savjetodavna (ne)moć self-help literature

Vrcelj, Sofija; Mrnjaus, Kornelija

Source / Izvornik: **Školski vjesnik : časopis za pedagoška i školska pitanja, 2014, 63, 181 - 199**

Journal article, Published version

Rad u časopisu, Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:375108>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-15**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



Sofija Vrcelj*
Kornelija Mrnjauš**

SAVJETODAVNA (NE)MOĆ *SELF-HELP* LITERATURE

Sažetak: Autorice u radu daju povijesnu dimenziju „self-help“ literature s kvalitativnom analizom dominantnih knjiga nastalih na američkom prostoru. Na temelju takve analize identificiraju se razvojne etape ovog tipa literature, a njih čine: prva etapa nazvana etapom napora i truda, druga etapa koja je etapa lakih rješenja te treća usmjerena na promjenu (ka boljem) „selfa“. Osim američkog konteksta, dat je i hrvatski kontekst „self-help“ literature za koju je karakteristična prvotna kroatizacija američkih autora, a potom „autentični“ period. Nadalje, u radu se problematizira djelotvornost „self-help“ literature, i s tim u vezi, ova je literatura određena literaturom pedagogije (lažne) nade jer sugerira kako svaki pojedinac može ostvariti sve što želi jer su uvjeti amortizirani. Međutim, ta vjera i nada u pojedinca nije realna jer u knjigama ne postoje socijalne barijere, odnosno, ako i postoje, one nisu smetnja osobama koje pozitivno misle.

Ključne riječi: „self-help“ literatura, uspjeh, savjetovanje, savjeti za muškarce i žene, pedagogija nade, promjena „selfa“.

1. Uvod

(Post)moderni modeli života razvili su posljednjih nekoliko desetljeća, osim određenih pogodnosti, i niz poteškoća na globalnoj i posebice na osobnoj razini, ali isto tako i različite, lako dostupne načine za koje se vjeruje da mogu pomoći u rješavanju poteškoća. Među takve načine rješavanja problema, pogotovo u posljednjih 25 godina, ubraja se *self-help* literatura, koja je postala dio svakodnevnog kulture (življenja). *Self-help* literatura jest literatura koja je pisana s namjerom da pomogne čitateljima promijeniti ili poboljšati neki aspekt njihova osobnog ili profesionalnog života. Ovako široko određenje otvara prostor različitim nekvalitetnim uradcima koji daju argumente za određivanje *self-help* literature kao trivijalnog proizvoda američke kulture.

Individualnost i individualna sreća u tzv. zapadnjačkim kulturama ima prioritetnu vrijednost, što je i svojevrsni ključ za razumijevanje utjecaja *self-help* literature na prirodu ljudskih subjekata. Pojedinač je u svom individualnom postojanju povijesno biće određeno svojim položajem u vremenu, prostoru i uzajamnom djelovanju kulturnih sustava i zajednica pa je dobro razumijevanje pojedinca uvjetovano dobrim razumijevanjem društveno-kulturnih uvjeta koji su iznjedrili poteškoće i (moguća) rješenja tih i takvih poteškoća. *Self-help* literatura nužni je civilizacijski izraz uvjeta koji pred individuu postavljaju odgovornost izbora (životnog stila) dajući mu pri tome privid slobode (Hochschild, 1995).

Self-help literatura često je prvi izvor informacija za osobe koje proživljavaju životne promjene, a njihova upotreba ne podrazumijeva, nužno, gubitak vjere ili povjerenja u „tradicionalne“ stručnjake i institucije. *Self-help* literatura (p)ostala je osnovna matrica današnjeg načina života i (samo) savjetovanja i predstavlja reakciju na pluralizaciju životnih formi i puteva, te pruža suvremeni oblik „prerade“ modernizacijskih procesa.

Osim *unisex self-helpa*, posebnu popularnost u Americi sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća, a u ostalim zemljama nekoliko godina kasnije, imao je „ženski“ *self-help* zbog toga što je „pripremao“ žene za korporativni svijet u kojem nisu imale iskustva (Cherry, 2008). Relativno niske cijene, laka dostupnost i pristupačnost, uvijek ponuđeno rješenje za svakoga čija primjena dovodi do „sigurna“ rješenja, čime se donekle opravdava njihovo određenje trivijalnim aspektima američke kulture, čine *self-help* literaturu popularnom. Procvat ovog tipa literature pokazatelj je destabilizacije tržišta rada, obitelji, prijateljstava, rodbinskih i ljubavnih veza, odnosno, ona je pokazatelj nesigurnosti (fluidnog) života (Bauman, 2009). Isto tako, procvat se može tumačiti i nužnošću pojedinca u modernom društvu da konstruira *priču o sebi*, kako sugeriraju Anthony Giddens, Michel Foucault i pristup *queer teorije* identitetu u radovima Judith Butler (Gauntlett, 2008), a *priča o sebi* ima legitimitet biti i (snažno) „*American Dream – American Life*“ priča.

Postajući dio svakodnevice pojedinaca, gdje kriterij spola, dobi, bračnog ili socioekonomskog statusa nije bitan, ovaj tip literature nameće potrebu za identificiranjem razloga društvene i kulturne snage te istraživanja učinaka *self-helpa*. Snagu i privlačnost pojedini autori smještaju u kontekst tzv. *Personality Ethic* odnosno u uvjete koji favoriziraju uspjeh, dobru javnu sliku o sebi, u poboljšanje stavova i ponašanja, vještina i tehnika a koje osiguravaju dobre interakcije. *Self-help* ima svoje opravdanje ako pridonosi osobnoj sreći pojedinca i izgradnji (*authentic*) *selfa* (Cheng, 2008). Unatoč tome što je život (ponekad) težak, pojedinac može biti sretan i uspješan *misleći pozitivno*, ili pak uz pomoć *zakona privlačnosti*, kako sugerira Rh. Byrne u knjizi *The Secret*.

Za ljudsko je društvo karakteristično da je imalo oduvijek određene poteškoće i da je pronalazilo načine njihova rješavanja. U tradicionalnim kulturama nastale su narodne izreke koje se svojevrsni vodiči ka uspjehu, sreći, zadovoljstvu, kvaliteti odnosa i drugih aspekata života u kojima se pokušava otkloniti poteškoća. Narodne izreke, osim što su savjetodavno jasno koncipirane, „amortizatori“ su poteškoća društvene grupe odnosno pojedinca. Sagledavajući (post)moderni kontekst *self-helpa*, možemo ga odrediti kao detradicionalizaciju folkloru i narodnih mudrosti koje su (vještici) *selfhelperi* umotali u celofan „sigurne pomoći“, a koja ima svoju cijenu u svijetu koji svakim danom proizvodi različite teškoće i nesigurnost.

2. Povijest *self-help* literature – američki kontekst

Većina se autora slaže (Effing, 2009; McGee, 2005; Butler-Bowdon, 2003; Anker, 1999) da počeci *self-help* literature sežu u osamnaesto stoljeće, a povezuju ih s objavljivanjem američke *Deklaracije nezavisnosti* koja polaže nadu i vjeru u pojedinca kao sretnog i razumnog bića koje je sposobno biti izvan zatvorenog sustava i djelovati u otvorenom sustavu (Bergsma, 2008). Ta „službena“ vjera u pojedinca rezultat je doseljeničkih puritanskih shvaćanja i ideja o jednakosti i bratstvu svih ljudi koji su se mogli djelomično dokazivati u američkim uvjetima, čime se produljuje historija *self-helpa* na radove Bishopa Baylyisa *The Practice of Piety* (1649) i Samuel Hardy's *Guide to Heaven* (1673) koji su utjelovili vjerovanja poput snažne radne etike i bliskosti s Bogom. Od dobra se puritanaca očekivalo da ova vjerovanja slijedi jer on je odgovoran za svoju sreću i uspjeh (Starker, 1989).

Američki individualizam, jasno istaknut u *Deklaraciji nezavisnosti*, kao sloboda osobne poduzimljivosti i izgradnja integriteta, podloga je u mnogim američkim *self-help* knjigama. Priliku (i obvezu) pojedincu pruža i Benjamin Franklin u svojoj *Autobiografiji*, opisujući poželjne vrline i upute prema kojima se treba ravnati da bi pojedinac razvio poželjne osobine odnosno bio uspješan i sretan. B. Franklin, navodeći poželjne vrline koje dobar i razborit Amerikanac treba imati poput, primjerice, *štedljivosti* (troši samo na ono što koristi tebi samome ili drugima, ne rasipaj ništa), *marljivosti* (budi uvijek zaposlen nečim korisnim), *pravednost* (ne čini nikome nepravde, niti ne propuštaj dobročinstva) poljuljao je puritansku tradiciju, iako joj u svojim preporukama ostaje vjeran – optimističan je spram čovjeka u kojeg vjeruje, a ne dijeli dijeli ljude na dobre ili loše.

Svojim pisanjem pokušao je pomoći drugim običnim ljudima da postanu uspješni dijeleći svoje spoznaje i aktivnosti karakteristične za američki žanr – *self-help* literaturu. U nizu pozitivnih ocjena njegova lika (nazvan je američkim prvim velikim čovjekom od slova, izdavačem, znanstvenikom, filantropom, diplomatom,

najpoznatijom i najcjenjenijom figurom svoga vremena) svakako ulazi i ta da je i prvi veliki *self-made man* u Americi. Njegova *Autobiografija* svojevrsni je moralni vodič u kojem je pokazao put do uspjeha utemeljen na kulturi napora i rada (Effing, 2009: 125), a u kojem je prepoznatljiva snažna puritanska tradicija koja naglašava naporan rad, obrazovanje, potrebu za samoispitivanjem, disciplinu i štedljivost za ostvarenje američkog sna. Jedan od njegovih neprocjenjivih doprinosa društvu vidljiv je i u tome što je njegov rad potaknuo milijune ljudi da se usredotoče na *self poboljšanje* (kojem se trebaju posvetiti cijeli jedan ili dva sata svaki dan jer prosječan čovjek može učiniti velike promjene) (Butler-Bowdon, 2006). B. Franklin daje i odgovor na pitanje koji su uzroci uspjeha Amerike koja nije imala dobre osnove za uspjeh jer je naseljena emigrantima, kolonistima, i ostalim „suvišnicima“ iz Staroga svijeta. Uzroci uspjeha leže, kako ističe Franklin, u autonomnoj etici i asketizmu pojedinaca i u zahtjevu da država bude tek instrument za ispunjenje ciljeva pojedinaca. Pojedinci moraju biti opskrbljeni etikom, koja će ih iznutra siliti da budu najbolji, da iz vlastite koristi ispunjavaju zajedničke svrhe, da se ne oslanjaju na druge u vlastitim prohtjevima, već da opći interes ostvare sami radi njega samoga. Esencijalni dio etike i asketizma jest donošenje odluke. Koristeći se sustavom grafova i dnevne *self*-procjene, stalno je pokušavao svladati trinaest vrlina, a njegov krajnji cilj bio je postizanje osjećaja sreće i ispunjenja (Anker-Roy, 1999). Za Benjamina Franklina može se reći da je unio sekularnu točku gledišta u ostvarivanju uspjeha i bogatstva. Naime, prijašnje su knjige bile napisane s namjerom da se (p)ostane bliže Bogu jer će ta bliskost s Bogom osigurati zadovoljstvo pojedincu. Franklin u *self-help* literaturu uvodi „svjetovnu“ filozofiju koja uključuje socijalnu mobilnost i zalaganje pojedinca, što je posebno izraženo u knjizi *The Way to Wealth* (1757). Koncept utilitarizma koji je Franklin unio u američki način života ostao je i do danas prisutan u mnogim preporukama u *self-help* literaturi jer je važno biti zadovoljan, sretan i živjeti hedonistički.

Utjecaj religije na funkcioniranje „američkog sna“ i američkog društva u cjelini, u vrijeme Franklina i danas, nemoguće je razumjeti bez aprecijacije moćne vjerske dinamike koja je utjecala i još uvijek utječe na stavove i ponašanje mnogih ljudi u SAD-u (Paul, 2001). Taj je utjecaj ugrađen u mnoge recentne *self-help* knjige, odnosno u literaturu koja je orijentirana na duhovnost pojedinca. Istraživanja pokazuju (Gallup, 1995; Bisop, 1999) da Amerikanci pokazuju zabrinutost za društvo, demokraciju i budućnosti (61% ih vjeruje da demokracija ne može preživjeti bez vjerovanja u Boga; vjeruju da je Biblija stvarna Božja riječ te da je treba doslovno tumačiti u životu). Ta se upornost vjerskog svjetonazora može tumačiti pokušajima uvođenja kulturnog fundamentalističkog pokreta (Bisop, 1999) koji ima snažan utjecaj u javnim školama, masovnim medijima i drugim društvenim institucijama, pa je izražena religioznost određeni otpor spram

nemilosrdnoj sekularizaciji američke kulture i rastu znanstvenog svjetonazora (Gallup, 1995).

U kontekstu feminističke misli, djelo M. Wollstonecraft *Vindication of the Right of Women* (1792) može se odrediti prvom „ženskom“ *self-help* literaturom, posebice stoga razloga što autorica pokušava poljuljati tradiciju koja neravnopravan položaj žena opravdava ulogom Boga – problemi žena nastaju zbog disharmonije s Bogom. M. Wollstonecraft savjetuje žene kako mogu postići svoja prava u okruženju koje im nije naklonjeno: Bog, kako ističe, nije ženu stvorio slabijom od muškarca, već su ljudska bića, neovisno o spolu, rođena sa sposobnošću prosuđivanja. Ljudi su stvorili društvo i civilizaciju i temeljem moći (stečene imanjenjem i nasljednim pravima) korumpirali i društvo i pojedince, kako one koji su podložni vlasti, tako i one koji drže vlast. U tom smislu nije opravdano predlagati površne promjene u odgoju žena, a da se istodobno ne promijeni društvo, ukine ekonomska eksploatacija i arbitrarna vlast (Wollstonecraft, 1999). Priznavajući da žene nisu bolje nego što se predstavljaju, vedeta britanskog feminizma problem vidi u sredini koja mlade žene svakodnevno ohrabruje da budu krhke, tankočutne i osjetljive, vješte u nekorisnim vještinama koje služe zabavi kako bi na kraju uvidjele da će moć i zadovoljstvo steći jedino ako se svide muškarcu. Udaja je vrhunac njihove karijere, a brak nešto sasvim drugo od onoga na što ih pripremaju sentimentalni romani. M. Wollstonecraft zaključuje kako su zbog zanemarenog ženskog obrazovanja žene postale slabe, frivolne, poslušne i koketne te im savjetuje da svoj položaj poboljšaju obrazovanjem (u koedukativnim programima).

Za američku kulturu (življenja) u devetnaestom stoljeću bili su najvažniji uspjeh, trud i disciplina i ta su tri nerazdvojna elementa prisutna i u ostalim *self-help* knjigama. Oslanjajući se na te elemente u kreiranju uspješna života u Americi, zemlji koja pruža mogućnost svakome da iskuša svoju priliku, kako je određena u literaturi, nastaje djelo S. Smilesa *Self-Help; with Illustrations of Character and Conduct* (1859), nazvano Biblijom viktorijanskog liberalizma. Smiles za nacionalni napredak „zadužuje“ pojedinca koji će svoju snagu iskazati djelatnostima važnim za državu, poput industrije i energetike, a u osobnom životu biti pravedan jer pravednost je esencijalna vrlina. Nasuprot tome, nacionalnom propadanju pridonosi individualna lijenost i sebičnost. Za Smilesa biti uspješan znači biti uporan i ustrajan u radu jer „nebo pomaže onima koji pomažu sami sebi“ (Smiles, 2011: 72). Rečeno modernim rječnikom, Smiles je naglašavao važnost unutarnje motivacije, a koja dobiva zamah i kroz institucije jer one pomažu čovjeku tako što ne ograničavaju njegovu slobodu da se razvija i poboljša svoje individualno stanje. Sreća i blagostanje pojedinca ne mogu biti briga društva, već ih treba osigurati pojedinac svojim ponašanjem. Svakodnevno iskustvo pokazuje da energija pojedinca ima najveći utjecaj na život i na djelovanje drugih, što predstavlja najbolje praktično znanje pa je važno korištenje biografija, posebice

dobrih ljudi, kao poticaja za promjenu svojega *selfa* (Smiles, 2011). „Za život pojedinca i države (nacije) važna je self-kultura koja uključuje obrazovanje, razvoj svih čovjekovih potencijala koji će mu omogućiti da se razvije kao intelektualac. Bez obzira kakvi smo – luđaci, čudovišta ili izrazito neobični, treningom se možemo izgraditi i postati kompletan čovjek“ (Smiles, 2011: 152). Naglašavajući značaj pojedinca, Smiles u suštini jača ideju o američkom jedinstvu, američkoj kulturi i američkoj nacionalnosti, u čijem izgrađivanju posebno mjesto ima pojedinac.

Iako se uspjeh (Amerikanaca) prikazuje kontinuirano kao jedan od najvažnijih elemenata, mjerilo uspjeha pred kraj devetnaestog stoljeća, a posebno početkom dvadesetog mijenja se i izjednačava s bogatstvom. Štoviše, Russell H. Conwell u knjizi *Acres of Diamonds* (2011) ističe da je naša od Boga zadana dužnost da se obogatimo, odnosno, ako je čovjek siromašan, on je jedini za to kriv jer je siromaštvo rezultat grijeha pojedinca. Uspjeh kao jedna od važnih dimenzija čovjekove sreće ostat će prisutan u *self-help* literaturi u kasnijim periodima, dobivajući nove dimenzije (Conwell, 2011; Cheng i College, 2008).

U tridesetim godinama dvadesetog stoljeća Ameriku je zahvatila ekonomska kriza. Za razliku od prijašnjih vremena u kojima su ljudi bili orijentirani na postizanje bogatstva, u vrijeme krize orijentirali su se na izbjegavanje siromaštva i u tom kontekstu davali su se savjeti. Da bi ublažili neuspjeh nepostizanja bogatstva, preporučuje se vjera u sebe i svoje potencijale i bogatstvo će na neki način biti stvoreno. Da bi umanjili teškoće krize i posljedice teškog rada mnogih Amerikanaca, smatralo se društveno važnim pitanjem pronalaženje nove formule za uspjeh. Osim naporna rada i ustrajnosti u formulu uspjeha ugrađeno je i samopouzdanje, volja, unutarnja motivacija te niz drugih vrlina koje su neophodne za stjecanje bogatstva. Potpora novom tipu uspjeha su i drugačiji oblici samopomoći a prioritetno mjesto pripada pozitivnom razmišljanju. Period pozitivnog razmišljanja obilježen je radom Joshue Loth Liebmana *Peace of Mind: Insights on Human Nature that Can Change Your Life* (1946). Liebman daje odgovore na neke od ljudskih dvojbi koje se odnose na savjest, ljubav, vjeru u Boga, tugu i ostala stanja i emocije a koje su univerzalne i vrijede za svakog čovjeka. Za rješavanje određenih dvojbi važno je, kako ističe Liebman, samoprihvatanje koje je nužna pretpostavka za napredak i sreću jer se čovjek ne treba pretvarati i nastojati biti ono što nije. Samoprihvatanje pomaže pojedincu da ocijeni svoje sposobnosti i uvjete u kojima djeluje te da neuspjeh, od kojeg nije lišena nijedna osoba, shvaća varijabilnom kategorijom zbog toga što u svakom neuspjehu postoje i elementi uspjeha. Liebman uvodi društveno-historijski moment u *self-help* tako što upućuje pojedinca na društvo u kojem živi koje mu treba biti uzor. S obzirom na to da je Amerika od otkrića bila nacionalno, rasno i etnički pluralistična, tu raznolikost treba koristiti kao učitelja i prenositi je i na individualnu razinu, samoprihvatajući da smo ljudska bića koja imaju različite

emocije i različita raspoloženja. „Ako smo postali pluralistični u razmišljanju o sebi, naučit ćemo da depresivno raspoloženje, neprijateljsko raspoloženje ili nekooperativno raspoloženje (...) nije trajno. Kao pluralisti sami ćemo nešto poduzeti za loše ali i za bolje, te prestati zahtijevati krhko savršenstvo koje može dovesti samo do unutarnjeg očajaja“ (Liebman, 1946: 199).

Moderni i dinamični svijet proizveo je stres, problem modernog doba, o kojem je prvi progovorio Vincent Norman Peale sredinom dvadesetog stoljeća u knjizi *The Power of Positive Thinking: A Practical Guide to Mastering the Problems of Everyday Living* (1957). Peale nastavlja tradiciju pozitivnog razmišljanja kao oblika samopomoći u borbi protiv stresa i prevencije životnih teškoća. Preporučeni način u borbi sa stresom jest vjerovanje u sebe i svoje sposobnosti a ta će vjera, odnosno pozitivno razmišljanje, dovesti do uspjeha. Zbog toga je važno kreirati mentalnu sliku o sebi kao uspješnoj osobi i „držanje“ te mentalne slike treba potpomagati pozitivnim mislima. Pozitivne misli jamstvo su uspjeha a njega možemo postići spajajući religiju i pozitivno mišljenje (Norman, 2011). Razloge nastajanja ove knjige, u kojoj se opisuje do tada relativno nepoznata boljka modernog doba, treba tražiti u uvjetima užurbanog života koji su proizveli drugačije oblike uspjeha i sreće, a njihovo ostvarivanje zahtijeva od pojedinca više rada, veću uključenost, više dinamizma i snage u utrci s rokovima, konkurentnošću i žurbom.

„Era stresa“ započeta s Pealeom u *self-help* literaturi traje i danas jer je stres određen glavnim uzrokom mnogih bolesti, neuspjeha, frustracija i svega što se može podvesti pod užurbani i moderni život. Bez obzira što proizvodi stres, pojedinac je sposoban nositi se s mnogim nedaćama snagom pozitivnog mišljenja (i djelovanja). *Self-helperi* „...na poseban način igraju na kartu ideje svemoći pojedinca. S jedne strane postoji ideja o svemogućem pojedincu koji svojom snagom i odlučnošću može promijeniti svijet oko sebe i stoga povećati vlastito blagostanje. S druge strane postoji odbacivanje stvarnosti kao takve i shvaćanje da pojedinci imaju moć nad vlastitim viđenjem stvarnosti te da drukčiji pogled na stvari njih može promijeniti“ (Salecl, 2012: 39).

Polovinom dvadesetog stoljeća u Americi je glavni sadržaj *self-help* literature bio odnos između pojedinca i društva, odnosno pronalaženje načina koji će uspostavljati harmonične odnose radi evidentnih promjena u odnosima među ljudima, promjena u intelektualnom i akademskom životu, na tržištu i u industriji. Sve su one podvedene pod zajednički nazivnik – **konzumerizam kapitalističkog društva**. Za razliku od laičke perspektive analize odnosa, posebnost „novog američkog života“ iz znanstvene perspektive sagledava David Riesman (i suradnici R. Denney i N. Glazer) u knjizi *The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character* (2001). Autori su istraživali povezanost promjena u institucijama društva i promjena u karakteru Amerikanaca.

Prihvaćajući teorijske postavke frankfurtske škole i rad E. Fromma, Riesman vrlo kritično analizira (negativan) utjecaj popularne kulture i medija na oblikovanje karaktera pojedinaca. Identificirajući nekoliko tipova društva, autori ističu da je za tradicionalna društva karakteristično postojanje jasnih pravila koja ne daju slobodu djelovanja. Takva su društva proizvela tradicionalno usmjerene pojedince koji se transformiraju kao *inner-directed* i *other-directed* pojedinci. Pojedinci usmjereni prema unutra imaju snažnu samomotivaciju, ponašaju se prema obrascima koje su naučili u djetinjstvu i nastoje opravdati pouzdanost slike svijeta koju su dobili u djetinjstvu. Tipovi usmjereni prema drugima za svoje ponašanje traže potvrdu od drugih ljudi i zbog toga trebaju biti fleksibilni u prilagođavanju vrijednostima one grupe koja na takvog pojedinca ima najveći utjecaj. Njihovo je ponašanje oblikovano utjecajima vršnjačkih grupa, statusnih grupa, radnih grupa i mas-medija. Analizirajući preobrazbu od tradicionalnih tipova ka modernim individualistima, čime je postavljen temelj *Selfa*, Riesman kreira novi tip autonomnog pojedinca koji će biti sposoban uskladiti se s normama ponašanja, ali biti slobodan u donošenju svojih odluka. Za razliku od drugih *self-helpera* Riesman je unio pojam *sekularizirani značajni drugi* u poboljšanju *selfa*. *The Lonely Crowd* postala je *catchphrase* modernog urbanog društva u kojem smo „sami zajedno“.

Bez obzira radi li se o literaturi koja nudi, *leisure and ease* rješenja za sve probleme koje možemo imati, ili se radi o literaturi koja je utemeljena na znanstvenim psihološkim istraživanjima (Rimke, 2008), zajednička im je poruka „možemo i znamo sami“, čime se implicira da svi problemi i odgovori dolaze iz unutrašnjosti svake osobe, a ta je unutrašnjost umotana u misterij jedinstven za svakog pojedinca jer, kako ističe J. Bradshaw u *Homecoming: Reclaiming and Championing Your Inner Child* (1992), svaka osoba ima jedinstvenu sliku svijeta i nesvjesni unutarnji sustav vjerovanja. Upravo ta jedinstveno konstruirana stvarnost daje snagu promjena *wounded inner childa* pomoću mnemoničkih formula i povratka izgubljenog *selfa*.

Od šezdesetih godina dvadesetog stoljeća za (američku) *self-help* literaturu počinje period eksplicitne orijentacije na promjenu *selfa* a koja počiva na znanstvenim temeljima (Hazleden, 2003). U tom periodu nastaje knjiga Abraham Maslowa *Motivation and Personality* (1954) u kojoj analizira osnovne ljudske potrebe odnosno potrebu za samoostvarenjem. Ističući značaj motivacije u postizanju vrhunskih doživljaja, Maslow relativizira sreću kao vrhunac života zbog njezine intrinzične prolaznosti kao i kratkoće trajanja vrhunskih doživljaja. Međutim, pojedinac treba uvijek težiti ka višim potrebama i upravo se u njegovoj (unutarnjoj) motivaciji ogleda njegova snaga.

Nastavljajući trend znanstveno utemeljenih *self-help* knjiga, D. Goleman u knjizi *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ* (1996) orijentira

se na emocionalnu inteligenciju pomoću koje možemo poboljšati sebe, odnose s drugima i postići uspjeh. Goleman je kroz rezultate znanstvenih istraživanja pokazao da IQ nije presudan za uspjeh, već važnost ima emocionalna inteligencija. Pišući ovu knjigu, autor je nastojao napraviti „svojevrsan vodič kroz znanstvene spoznaje o emocijama. Riječ je o putovanju kojemu je cilj unijeti razumijevanje u neke trenutke u našim životima i svijetu oko nas koji nas najviše zbunjuju. Svrha ovog putovanja jest shvatiti što to znači na koji način u emocije unijeti inteligenciju. Već sama ta spoznaja može u određenoj mjeri pomoći; uvođenje spoznaje u sferu emocija učinkom je slično djelovanju promatrača na kvantnoj razini u fizici, koji mijenja ono što se promatra“ (Goleman, 1996: 5).

Emocije su posebno važne u poslu, što Goleman elaborira u knjizi *Working with Emotional Intelligence* (1988), jer su se pravila promijenila. „Ocjenjivanje se obavlja prema novim mjerilima; nije bitna samo inteligencija, ni naobrazba i stručnost, već i umješnost kojom se nosimo s vlastitom osobom, kao i s drugima (...) Ta mjerila imaju malo veze s često isticanom važnosti naobrazbe; akademska znanja uglavnom su za njih nebitna. To novo procjenjivanje usmjereno je (...) na osobne kvalitete, poput inicijativnosti i empatije, prilagodljivosti i uvjerljivosti“ (Goleman, 2007: 9).

Nastavljajući znanstveni pristup u *self-helpu*, isti autor daje pomoć za međuljudske odnos u djelu *Social Intelligence: The New Science of Human Relationships* (2006). Na temelju istraživanja u biologiji i neuroznanosti, Goleman otkriva upućenost pojedinca na druge, pri čemu kvaliteta odnosa s drugima oblikuje mozak, na povoljan ili loš način, i utječe na stanice u našem cijelom tijelu – sve do razine gena. Ako imamo razvijenu socijalnu inteligenciju, sposobni smo biti empatični, altruistični, sretni, uspješni, kooperativni. Dobri odnosi su blagotvorni za pojedinca jer oblikuju njegov um i tijelo.

Pokazalo se da je pozitivna orijentacija bila općeprihvaćena, pa je prevladavajući pozitivan stav dao ohrabrenje kvaziznanstvenicima da manipuliraju drugim ljudima koristeći sumnjive tehnike u poboljšanju *selfa* u svim dimenzijama radi ostvarenja određenog cilja. Na programima privatnih televizija postoje nebrojeni *self-helperi* koji djeluju na distanci, preko telefonske slušalice. Njihovi „savjeti“ nisu besplatni te možemo zaključiti da značajno podupiru konzumerizam jer im vrlo vjerojatno nije stalo do sreće pojedinca, nego do vlastite zarade. Kvaziznanstvenici nude alternativna rješenja u slučajevima da ponuđene tehnike i savjeti ne daju poželjne; ako rezultat izostane, to je zato što je pojedinac bio nedovoljno (mentalno) aktivan pa pomoć treba potražiti u alternativnim sustavima vjerovanja *New Agea*.

Neoliberalizam je nametnuo relativno drugačiju koncepciju sreće i zadovoljstva koja u nesigurnim uvjetima ne traži odgađanje, već se nalazi u snazi i moći sadašnjeg trenutka, kako poručuje E. Tolle u knjizi *Power of Now: A Guide*

to *Spiritual Enlightenment* (1999). Umjesto usredotočenja na ostvarivanje sna u budućnosti, Tolle podsjeća na važnosti življenja u sadašnjem trenutku kao i na važnost duboke preobrazbe „ne kao o nekoj udaljenoj, budućoj mogućnosti, nego kao o nečemu što je moguće već sada“ (Tolle, 1999: 5). U svojem duhovnom prosvjetljenju važna je (re)orijentacija na sadašnji trenutak jer „Ništa se nikada ne događa u prošlosti; dogodilo se u Sadašnjem trenutku. Ništa se nikada neće dogoditi u budućnosti; dogodit će se u Sadašnjem trenutku. Ono za što mislite da je prošlost uspomena je na prethodni Sadašnji trenutak pohranjena u mislima. Sjetite li se prošlosti, vi ponovno budite uspomenu – a to činite sada. Budućnost je zamišljen Sadašnji trenutak, projekcija uma. Kad budućnost dođe, ona dolazi kao Sadašnji trenutak, razmišljate li o budućnosti, to činite sada ...ništa se nikada ne događa u prošlosti; događa se u Sadašnjem trenutku. Ništa se nikada neće dogoditi u budućnosti; dogodit će se u Sadašnjem trenutku“ (Tolle, 1995: 36).

„Promijenjena“ neoliberalna sreća ne nalazi se u vanjskom Bogu, povezana je s uspjehom, novcem i materijalnim dobrima, ali znatno više sa znanjem i unutarnjim majstorstvom misli, emocija i strasti, otvaranjem srca i imanja svijesti o dragocjenosti svakog trenutka u životu. Poboljšanje *selfa* ključ je osobnog uspjeha i trajne sreće, a „imunizacija“ nesigurnost koju je proizveo neoliberalizam i kreirao kontekst u kojem je *self* poboljšanje pouzdan osiguravatelj dobrih uvjeta života, odnosno uvjerenje da je pojedinac, a ne društvo, odgovoran za vlastitu (ne)sigurnu stvarnost. „Još donedavno osoba koja bi dobila otkaz vjerojatno bi pronašla krivca u izvanjskim okolnostima, ali danas smo prisiljeni ocjenjivati sami sebe i probati shvatiti zašto smo izgubili posao. ...što je putanja našeg života manje predvidljiva i podložna nazoru, to smo prisiljeniji (...) preoblikovati sami sebe“ (Salecl, 2012: 32 – 33). Kod pojedinca se stvara osjećaj krivnje, jer nije dovoljno dobar. Treba se mijenjati, a *self-help* literatura nudi instant odgovore i recepte za brzu promjenu i brzi uspjeh.

3. Hrvatski self-helperi

Hrvatska je svoje tržište *self-help* knjigama intenzivnije otvorila devedesetih godina dvadesetog stoljeća, kada se dinamiziraju globalizacijski procesi, a koji su obilježeni rapidnom kulturnom amerikanizacijom i komercijalizacijom svih segmenata života. Iako je koncept *The American Dream* bio „neuhvatljivo“ prisutan na područjima zemalja koje su svoju ideologiju temeljile na ideologiji komunizma, početkom tranzicije ovaj koncept postaje transparentan i kroz *self-help* literaturu. Početkom devedesetih u Hrvatskoj se radilo o „kroatizaciji“ američkih *leisure and ease self-helpera* kroz prevođenje knjiga koje su u Americi nastale znatno ranije. Za taj je period karakteristična *svojevrsna taksonomija koraka* koju hrvatski čitatelji trebaju slijediti i to će ih dovesti do uspjeha, odnosno ostvarenja američkog sna.

Tipični su naslovi iz toga perioda: „kako biti uspješan“, „faktori uspjeha“, „sedam odnosno dvanaest koraka do uspjeha“, i sl. Čitajući te knjige, činilo se da je veoma lako biti uspješan, odnosno, da će samo čitanjem tih knjiga (u udobnom kauču) osigurati uspjeh. Prisutne brojke u naslovima implicirale su „nepodnošljivu lakoću“ jer uspjeh je osiguran „za sedam dana kroz sedam koraka“ dok je za radikalnije preobrazbe koje će dovesti do uspjeha potrebno „dvanaest koraka“ implicirajući time ozbiljnost danih uputa.

Nakon početnog perioda „selfhelperizacije“ Hrvatske, s porastom sličnosti društvenih i životnih uvjeta između Amerike i Hrvatske, a to je značilo porast nesigurnosti na radnom mjestu, nesigurnosti na tržištu rada, u obitelji, i životnom okruženju uopće, nastaje procvat (prevođenja) *self-help* literature i rođenje hrvatskih *selfhelpera*. Ogromni porast ovog tipa literature također se može tumačiti povećanim interesom za uspjeh u poslu, u međuljudskim odnosima, obitelji i drugim aspektima života kojeg osigurava „sedam koraka do uspjeha“ i niz drugih instant rješenja s jedne strane te kriza s druge. „Gledajući financijsku računicu, razumljivo je zašto ljudi, umjesto ulaska u ordinaciju, onda radije posežu za rješenjem iz knjige. Priručnik za samopomoć u prosjeku košta 100 kuna i za istu cijenu može se koristiti beskrajno dugo“ (Tolić, 2008: 38 – 41).

Slično kao i u domovini *self-helpa*, brojčani rast proporcionalan je porastu krize i nesigurnosti. „Tezu da je prodaja *self-help* literature veća što je gospodarska situacija u zemlji teža, istinitom smatraju mnogi i nagli rast prodaje takvih knjiga na zapadnoeuropskom tržištu zadnjih godina vežu uz recesiju. Unatrag nekoliko godina i u Hrvatskoj su se u većem broju počele pojavljivati takve knjige, da bi se u zadnjih godinu dana interes za njih višestruko povećao – prodaju se u za Hrvatsku velikim nakladama, izdavačke kuće sve više povećavaju udio takve literature u svojoj ukupnoj ponudi i upravo njih daleko najbolje prodaju. I domaći autori su se intenzivnije primili pisanja takvih knjiga, a pojavile su se i zvijezde samopomoći čije su knjige postale pravi bestseleri. Kako biti sretniji, poduzetniji, opušteniji ili ljepši, savjeti su koji se lako prodaju, a neki izdavači tvrde da takva literatura u principu ne treba ni reklamu, jer uvijek ima svoje kupce koji se nadaju da će im nekoliko desetaka stranica promijeniti život“ (Simić i Beck, 2011).

Uz izraženu ekonomsku krizu ide i izražena komercijalizacija svih segmenata života koji je sličan u svim društvima u kojima je „bog novac“. Da bismo se približili i/ili „bili u društvu boga novca“ potrebno se „pustiti voditi“. Slobodu „puštanja vođenju“ osiguravaju knjige o *coachingu* a čije tajne znaju samo određene osobe, što je rezultiralo i novim zanimanjima: *life, personal i business coaching*. Literatura kojom nas se upućuje u tajne *coachinga* ne zahtijeva *kroatizaciju* jer su neoliberalni uvjeti slični u zemljama u kojima je neoliberalni koncept postao filozofija života.

Iako su na hrvatskom tržištu značajno prisutni prevedeni (*ne*)*sekularizirani selfhelperi*, domaći su više orijentirani na pojedinca i njegovu snagu promjena (u potrazi za srećom), ne odričući se pritome duhovnosti pojedinca koju autori različito definiraju. U radovima domaćih autora ne postoji taksonomizacija koraka (do uspjeha i sreće), već se čitatelju ostavlja „sloboda izbora“. Autorica *Tkanja života* Mirjana Krizmanić (2009) eksplicite navodi da to „nije knjiga naputaka koja bi svima u svakome trenutku i na svakom mjestu mogla omogućiti postizanje zadovoljstva i sreće jednom i zauvijek. To nije knjiga uputa koje bi mogle omogućiti jednostavno privremeno postizanje sreće, a nije ni knjiga recepata, pa čak ni konkretnih preporuka, jer to zapravo nije moguće sročiti... U knjizi je riječ o svakodnevnim životnim situacijama u koje su uvrštene osnovne etape životnog puta većine ljudi ali i o mnogim drugim pojavama u vezi s našim traženjem životnog zadovoljstva i sreće“ (Krizmanić, 2009: 8 – 9). Autorica „tka život“ kroz međuljudske odnose, kroz brak, bolest, smrt bližnjih, kroz ljubav, religioznost i niz situacija koje su zajedničke svima.

Šimleša u knjizi *Škola života: Kako kreirati istinsku sreću* (2009) uvodi čitatelja u školu „koja ima najambicioznije moguće gradivo i najuzvišeniji cilj ... želi nas naučiti kako da živimo sretno te kako da život shvatimo ne kao generalnu probu, već da ga živimo vrhunski punim plućima“ (Šimleša, 2009: 10). Za postizanje sreće potrebno je *otvoriti umove i srca*. Isti autor u *Ljubavologiji* (Šimleša, 2011), upućuje čitatelja u ljubav i u partnerske, obiteljske, poznaničke, prijateljske i poslovne odnose u kojima je važno zadržati *self* i osigurati povjerenje i zadovoljstvo u bitnim područjima života.

U knjizi *Čuda se ipak događaju* Majda Rijavec (1997) piše o psihologiji pozitivnog mišljenja odnosno na nizu primjera ilustrira različite pristupe životnim dobrim i lošim situacijama ostavljajući čitatelju prostor za izbor uz sugestije „prihvatite probleme kao normalni dio života“ (Rijavec, 1997: 80), ili „otkrijte pozitivno u drugima“ (Rijavec, 1997: 57). I ostali hrvatski *self-help* autori usmjereni su na pojedinca, njegovu sreću i uspjeh i koriste se širokim „self-helperskim asortimanom“ iz kojeg je moguće i potrebno derivirati individualni pristup odnosno biti uspješan *self-made man* i *self-made woman*.

4. Pomažu li *self-help* knjige?

Malo je radova u kojima se istražuje *self-help* literatura kao kultur(al)ni fenomen usprkos ogromnom i rastućem korpusu *self-help* tekstova u različitim područjima života – u obrazovanju, zdravstvu, psihologiji, stres-managementu, psihoterapiji, međuljudskim odnosima, sportu i ostalim aspektima života kojeg *selfhelper* identificira važnim. Nepostojanje adekvatnog vokabulara potrebnog za analizu *self-help* literature je još jedan u nizu razloga zbog kojih se ovaj žanr trivijalizira.

Iz rijetkih radova u kojima se analizira pomoć koju pruža *self-help*, uočljiva je kritička dimenzija jer se ističe da ovaj tip literature daje poruku o „nepodnošljivoj lakoći rješavanja problema“ odnosno da prenosi kulturu *leisure and ease* života (McGee, 2005), a razlozi zbog kojih privlače čitatelje nalaze se u njihovu repositioniranju jer postaju protagonisti kao i u stvaranju veze s autorom *self-helpa* (Cherry, 2008). Smatra se da su ove knjige *apaurin knjige* i čitajući ih, postiže se placebo-efekt jer veliki broj preporuka i savjeta ne počiva na znanstvenim spoznajama niti na empirijskim pokazateljima, već se efekt postiže elokventnošću i sposobnošću autora da uvjeri čitatelje da prihvate savjet (Rosen, 1993). Osim toga, *self-help* literatura daje manje-više eksplicitne poruke: „čitajući ovu knjigu, vaš će se život promijeniti“. Ove i slične poruke mogu djelovati na minimaliziranje potreba za socijalnim interakcijama i navesti čitatelja na djelovanje u skladu sa socijalnom fikcijom koja podgrijava uvjerenje da u našu sposobnost „hipnotiziranja“ društvenih uvjeta koji (ni)su za pojedinca povoljni (Gauntlett, 2002). Većina poruka koje su utemeljene na ključnim pojmovima poput „egzistencija“, „self-transformacija“ i „društvo“ u suprotnosti su s teorijom socijalne konstrukcije stvarnosti, a glorificirajući „pozitivno mišljenje“, koje treba stavljati u kontekst vjerovanja, pojednostavljuju se odnosni aspekt života. Osim toga, komunikacija sa sobom i drugima a uz pomoć savjeta, osigurava sve što čovjeku treba. Ne umanjujući važnost komunikacije, koja je bila podloga savjetodavnog rada u tzv. oralnim kulturama, njezin utjecaj valja sagledavati u kontekstu kritičke pedagogije iz razloga što „terapeutski etos komunikacije“ (Woodstock, 2007: 168), kako se slikovito želi prikazati važnost komunikacije, ipak nije „lijek“ za sve.

Slovenska autorica Renata Salec u knjizi *Tiranija izbora* (2012), kritički sagledavajući *selfhelpersko* štivo ističe da „ključna stvar u vezi s vodičima za samopomoć jest da oni očito ne djeluju. Unatoč brojnom čitateljstvu koje žudi za takvim štivom ti priručnici nisu uspjeli stvoriti sretnije i mentalno zdravije društvo. Upravo u tome se skriva njihov glavni doprinos: umjesto da izliječe nesreću, takve su knjige osnažile ideju da se bijeda nalazi posvuda“ (Salec, 2012: 39).

Osim negativnih procjena vrijednosti *self-helpa*, postoji i vrlo afirmativna procjena koja smatra da vokabular koji se koristi kao i savjeti koji upućuju – primjerice, „kako preuzeti kontrolu nad svojim životom“, „kako se bolje osjećati“, „kako postići ljubav i sreću“, „kako se samoaktualizirati“, „kako se osjećati bolje“ i niz drugih „osnažujućih“ poruka – daju argumente temeljem kojih *self-help* literaturu ocjenjuju literaturom (pedagogije) nade. (McLean, 2011). Iako u podlozi savjetodavnog rada leži zahtjev za personalizacijom pristupa odnosno savjeta, budući da su problemi personalizirani bez obzira što pokazuju sličnost, *self-help* literatura daje nadu svima jer sugerira načine kako se može konstruirati svoju priču u kojoj smo jaki, dosljedni, fleksibilni (za promjene prema boljem), priču

u kojoj možemo steći, tako važno, samopouzdanje i sve potrebno za ostvarenje „*The American Life*“. Za razliku od ostalih aktivnosti u suvremenom svijetu u kojima je prisutna selekcija prema različitim kriterijima a koji pokazuju da svi ne mogu sve, odnosno da svi ne trebaju biti jednaki, *self-help* literatura daje poruku „svatko može sve“. Ta vjera i nada u pojedinca nije realna jer u knjigama ne postoje socijalne barijere, odnosno, ako i postoje, one nisu smetnja osobama koje pozitivno misle. U kontekstu promjena i kulture koja je preokupirana (korekcijom) *selfa*, *self-help* literatura je „*acting at a distance*“ (Rimke, 2000: 62). Popularnost ovoga psihološkog diskursa polazi od uvjerenja da psihološka pomoć, različito „materijalizirana“ kroz *self-helperski* diskurs, može osobu učiniti „normalnom“ ili „sretnom“, prema konceptu koji je društveno prihvatljiv. U podlozi mnogih savjeta koji osiguravaju psihičko zdravlje jest discipliniranje koje je ključ odgovornosti. Samodisciplina je važna za korekciju *selfa* prema sreći i zadovoljstvu, kao i za podnašanje patnje (Rimke, 2000: 68).

Za adekvatnu procjenu vrijednosti *self-help* literature, potrebna je rekonceptualizacija prirode ljudskog djelovanja i društvene strukture (McLean, 1997) jer društveni svijet nije, na fundamentalnoj razini, sastavljen od nezavisnih pojedinaca i objektivne strukture; društvena struktura sastoji se od povijesnih obrazaca odnosa između ljudskog bića i prirodnog i materijalnog okruženja u kojem čovjek živi. Prihvaćajući da su u kreiranju svijeta prisutna tri momenta – eksternalizacija, objektivizacija i internalizacija (Berger i Luckmann, 1992), prihvaćamo i aktivnu ulogu pojedinca u kreiranju, održavanju i rasuđivanju realnosti pa tako prihvaćamo i *self-help* literaturu kao dio te realnosti i stvarnosti, odnosno jedan od interpretativnih modela socijalne realnosti. Unatoč suprotstavljenim perspektivama (pr)ocjene njihovih učinaka na pojedinca i/ili grupu, valja priznati da *self-helperi* reagiraju na društvene probleme u određenom vremenu upućujući čitatelje kako se uspješnije nositi s određenim poteškoćama.

Da svijet nije (potpuno) isti za muškarce i žene može se vidjeti iz tipologije savjeta za muškarce i žene. Iako je diskurs promjene najzastupljeniji u svim tipovima *self-helpa*, analiza je pokazala da se muškarce savjetuje da više pokazuju emocije – ljubav, povezanost s drugima, bol, neuspjeh i druge (Paul, 2001; Craft, 2012). Budući da *self-helperi* nemaju namjeru mijenjanja svijeta već održavaju prihvaćene vrijednosti, muškarci su određeni „glavama obitelji“ pa ih se savjetuje da se posvete obitelji a ne samo poslu. Dobivajući ljubav od obitelji te gajeći odgovornost na poslu, stvaraju realne osnove da budu sretni. Savjetuje im se da se, iako su „emocionalno tvrđi“ od žena, ne srame izražavati složeni emocionalni život (kao i žene). Kako je za modernog muškarca važna heteroseksualna veza, podučava ih se „macho – metodologija“ (Craft, 2012).

Ženama se savjetuje, da unatoč stresu i težini modernog života, pozitivno razmišljaju, vjeruju u sebe u pronalaženju rješenja uz korištenje *self-help*

literature. Kako je promjena prema boljem najzastupljenija u *self-helpu*, potrebna je njihova veća uključenost u svijet u kojem je muškarac referentni okvir, odnosno odbacivanje uloge koju im je društvo dodijelilo, a sve je to moguće uz vjeru, samopoštovanje i samopomoć. Univerzalnom porukom vjere u žene te isticanja samopomoći kao važnog načina osnaživanja žena, aktualizira se feministička misao i akcija emancipacije žena odnosno „re-vizija“ položaja žena (Kelly, 2012; Craft, 2012). No, na drugoj strani, u *self-helperskoj* konstrukciji suvremenog svijeta i medijskog posredovanja ženskog identiteta, posebice u kanoniziranju tijela i ljepote, mogu se proizvesti druge vrste ženske ovisnosti i potčinjenosti, dodatno se nameće potrebu kritičkog čitanja i promišljanja suvremenih *self-help* medij (Vrcelj, Mušanović, 2011).

5. Zaključak

Jednostrana (i jednostavna) ocjena *self-help* literature nije prihvatljiva zbog toga što njezinu vrijednost uvijek valja stavljati u kontekst vremena i u kontekst pojedinaca koji su ih kreirali i koji ih čitaju. U cjelini gledano, možemo reći da *self-help* literature barata prilično konzistentnom skupinom poruka, smještenih oko samopouzdanja i vjere, samopoštovanja, odnosno mijenjanja *selfa* (u potrazi za boljim životom) ili promjena uvjeta koji osiguravaju bolji život. Domaći i strani *self-helperi* ističu uspjeh (u osobnim odnosima te posebno u poslovnim) a isto tako okreću se i sreći koja dobiva različite dimenzije i koncepte, što ovisi o piscu knjige za samopomoć. Unatoč velikoj zastupljenosti *self-help* knjiga, rijetka su istraživanja koja su u fokus stavila ovaj tip literature. Autori koji se bave istraživanjem nekih aspekata i utjecaja *self-help* literature suglasni su oko toga da je ovaj fenomen (post)modernog vremena ima svojevrstu katalizatorsku funkciju na osobnoj i društvenoj razini.

Ako bismo prihvatili shvaćanje da načini na koji se određeni problem u društvu predstavlja nisu slučajni već u funkciji komercijalizacije i kapitala te u funkciji onih koji su na pozicijama moći, onda postojanje *self-help* literature trebamo gledati „statističkim naočalama“ koje nam govore da je tiskanje ovog tipa literature postao veliki *biznis* (Wilson i Cash, 2000). U Americi se svake godine objavljuje tisuće novih samopomoć naslova: tijekom 2005. godine potrošeno je na *self-help* knjige 693 milijuna dolara, na audio-knjige 354 milijuna dolara, a svaki treći Amerikanac kupio je barem jednu *self-help* knjigu (McGee, 2005; Gauntlett, 2008). Osobni trening, koji je utemeljen na ovom tipu knjiga, također predstavlja unosan posao – procjena je da u Americi u 2006. godini 40 000 ljudi radilo kao *life or work coaches*. Europsko je tržište nešto skromnije, ali dovoljno opskrbljeno: u Velikoj Britaniji industrija ovih knjiga svake godine sve je veća – godišnje oko 6.8 milijuna, što jer 33% ukupnog broja izdanih knjiga (Gauntlett, 2008: 4). Relevantno pitanje jest: kakav tip ljudi kupuje i čita *self-help* knjige?

Najopćenitije se može reći da su konzumenti one osobe koje imaju potrebu *mijenjanja* i žele koristiti *self-help* literaturu koja može pripomoći u poboljšanja i prihvaćanja odgovarajućeg *copying stylea*.

Dominantno okretanje ka izgradnji jedinstvenog *selfu* koji će biti u stanju „voditi bitku“ *u* i *sa* nesigurnim uvjetima omogućuje određivanje *self-help* literature literaturom koja (de)konstruira pojedinca i nudi mu (ne)provjeren „strateški stav“ za rješavanje problema.

Popularnost *self-help* literature sigurno određuje njezina lakoća čitanja, stvaranje pozitivnog osjećaja i nade u laku i brzu promjenu. Ostaje otvoreno pitanje zašto znanost nije odgovorila na očitu potrebu pojedinca za pomoć u sve nesigurnijim uvjetima življenja nego je ostavila slobodan prostor „kvaziznanstvenicima“ koji su iskoristili trenutak i uvjete za stvaranje brze i lake popularnosti i zarade.

Literatura

1. Anker, R. M. (1999): *Self-Help and Popular Religion in Early American Culture. An Interpretive Guide*, London: Greenwood Press.
2. Bauman, Z. (2009): *Fluidni život*. Novi Sad: Mediteran Publishing.
3. Berger, P. L. i Luckmann, Th. (1992): *Socijalna konstrukcija zbilje. Rasprava o sociologiji znanja*. Zagreb: Naprijed.
4. Bergsma, A. (2008): Do self-help books help? *J Happiness Stud* (9): 341 – 360.
5. Bishop, G. (2000): What Americans Really Believe And Why Faith Isn't As Universal As They Think. *Free Inquiry*, 19 (3): 38 – 42.
6. Bradshaw, J. (1992): *Homecoming: Reclaiming and Championing Your Inner Child*. New York, Toronto, London, Sydney, Auckland: Bantam Books.
7. Butler-Bowdon, T. (2003): *50 Self-Help Classics: 50 Inspirational Books to Transform Your Life from Timeless Sages to Contemporary Gurus*. London, Yarmouth: Nicholas Brealey Publishing.
8. Cheng, M., i College R. (2008): The selves of self-help books: Framing, argument, and audience construction for social and autonomous selves. *L O R E*, 6 (2): 1 – 27. <http://rhetoric.sdsu.edu/lore/6_2/cheng.pdf>, 10. 1. 2013.
9. Cherry, S. (2008): The ontology of a self-help book: A paradox of its own existence. *Social Semiotics*, 18 (3): 337 – 348.
10. Conwell, R. H. (1915): *Acres of Diamonds*, <<http://pinkmonkey.com/dl/library1/digi096.pdf>>, 10. 1. 2013.
11. Craft, C. L. (2012): *Female Workplace Self-Help Books: Guiding Women to Become Leaders*, Theses, Dissertations and Capstones. Paper 235, <<http://mds.marshall.edu/etd/235>>, 15. 11. 2012.
12. Effing, M. M. (2009): The Origin and Development of Self-help Literature in the United States: The Concept of Success and Happiness, an Overview. *ATLANTIS*.

- Journal of the Spanish Association of Anglo-American Studies*, 31 (2): 125 – 141. <<http://www.atlantisjournal.org/ARCHIVE/31.2/2009MurEffing.pdf>>, 15. 2. 2013.
13. Franklin, B. (1757): *The Way To Wealth*, <<http://www.bfranklin.edu/johnhibbs/WayToWealth.pdf>>, 10. 7. 2013.
 14. Gallup, G., Jr. (1995): Religion in America: Will the Vitality of Churches Be the Surprise of the Next Century? *The Public Perspective*, October/November 1995, <<http://www.ropercenter.uconn.edu/public-perspective/ppscan/66/66001.pdf>>, 14. 10. 2012.
 15. Gauntlett, D. (2002), *Self-help books and the pursuit of a happy identit*, proširena verzija materijala s Media, Gender and Identity: An Introduction (Routledge), <<http://www.theoryhead.com/gender/selfhelp.pdf>>, 12. 10. 2012.
 16. Rosen, G. M. (1993): Self-Help or Hype? Comments on Psychology's Failure to Advance Self-Care. *Professional Psychology: Research and Practice*, 24 (3): 340 – 345.
 17. Goleman, D. (1996): *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. New York, Toronto, London, Sydney, Auckland: Bantam Books
 18. Goleman, D. (2007): *Emocionalna inteligencija: Zašto je važnija od kvocijenta inteligencije*. Zagreb: Mozaik knjiga.
 19. Goleman, D. (2007): *Emocionalna inteligencija na poslu*. Zagreb: Mozaik knjiga.
 20. Goleman, D. (2006): *Social Intelligence: The new science of human relationships*. New York: Arrow.
 21. Goleman, D. (2008): *Socijalna inteligencija – Nova znanost o ljudskim odnosima*, Zagreb: Mozaik knjiga.
 22. Goleman, D. (1998): *Working with Emotional Intelligence*. New York, Toronto, London, Sydney, Auckland: Bantam Books.
 23. Hazleden, R. (2003): Love Yourself: The Relationship of the Self with Itself in Popular Self-Help Texts. *Journal of Sociology*, December 2003, (39): 413 – 428.
 24. Hochschild, J. L. (1995): *Facing Up to the American Dream: Race, Class, and the Soul of the Nation*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
 25. Krizmanić, M. (2009): *Tkanje života – putovi i staze do životnog zadovoljstva i sreće*, Zagreb: Profil.
 26. Liebman, J. L. (1994): *Peace of Mind: Insights on Human Nature That Can Change Your Life*. New York: Carol Publishing Group.
 27. Maslow, A. (1982): *Ličnost i motivacija*. Beograd: Nolit.
 28. Maslow, A. (1954): *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.
 29. McGee, M. (2005): *Self-Help Inc.: Makeover Culture in American Life*. New York: Oxford, University Press.
 30. McGraw, P. C. (2001): *Self Matters: Creating Your Life from the Inside Out*. New York: Free Press.
 31. McLean, S. (1997): Objectifying and Naturalizing Individuality: A Study of Adult Education in the Canadian Arctic. *Canadian Journal of Sociology*, 22 (1): 1 – 29, <http://conted.ucalgary.ca/resources/pdf/CJS_1997.pdf>, 12. 10. 2012.

32. McLean, S. (2011.): „Pedagogy of hope, or government at a distance? Self-help books, adult learning, and biographical transformation“, u: Pita, J. C. (ur.), *ESREA 2011 Conference*, Geneva: Université de Genève Uni-Mail, str. 247 – 261, <[http://fapsesrvnt2.unige.ch/Fapse/mimesis.nsf/Publnformations/DB0E442E468BCECDC1257844006B1A3A/\\$FILE/Esrea_2011.pdf](http://fapsesrvnt2.unige.ch/Fapse/mimesis.nsf/Publnformations/DB0E442E468BCECDC1257844006B1A3A/$FILE/Esrea_2011.pdf)>, 12. 10. 2012.
33. Annie Murphy Paul, *Shattering the Myths* (1. 3. 2001.). *Psychology Today*, <<http://www.psychologytoday.com/articles/200103/self-help-shattering-themyths>>, 10. 1. 2013.
34. Peale, N. V. (1957): *The Power of Positive Thinking: A practical guide to mastering the problems of everyday living*, (e-book), <http://www.lbushcolejr-personaldevelopment.info/uploads/9/8/1/5/9815519/the_power_of_positive_thinking.pdf>, 12. 2. 2013.
35. Peale, N. V. (2011): *Moć pozitivnog mišljenja*. Zagreb: Mozaik knjiga.
36. Riesman, D.; Glazer, N. i Denney, R. (2001): *The Lonely Crowd, Revised edition: A Study of the Changing American Character*. Yale: Nota Bene book.
37. Riesman, D. i sur. (2007): *Usamljena gomila – studija o promeni američkog karaktera*. Novi Sad: Mediterran Publishing.
38. Rijavec, M. (2000): *Čuda se ipak događaju: psihologija pozitivnog mišljenja*. Zagreb: IEP d.o.o.
39. Rimke H. M. (2000): Governing citizens through self-help literature. *Cultural Studies*, 14 (1): 61 – 78.
40. Salecl, R. (2012): *Tiranija izbora*. Zagreb: Fraktura.
41. Smiles, S. (1859): *Self-Help; with Illustrations of Character and Conduct*, <http://files.libertyfund.org/files/297/Smiles_0379_EBk_v6.0.pdf>, 10. 2. 2013.
42. Starker, S. (1989). *Oracle at the supermarket: The American preoccupation with selfhelp*. New York: Transaction.
43. Šimleša, B. (2009): *Škola života – kako kreirati istinsku sreću*. Zagreb: Naklada Ljevak.
44. Šimleša, B. (2011): *Ljubavologija*. Zagreb: Naklada Ljevak.
45. Tolle, E. (1999): *Power of Now: A Guide to Spiritual Enlightenment*. Novato: New World Library.
46. Tolle, E. (2006): *Moć sadašnjeg trenutka – vodič prema duhovnom prosvjetljenju*, Zagreb: V.B.Z.
47. Tanja Simić i Boris Beck, *Treniranje života*, Nacional, (822): 08-16, 16. 8. 2011., <<http://www.nacional.hr/clanak/114333/treniranje-zivota>>, 13. 2. 2013.
48. Tanja Tolić, *Hrvatska industrija sreće*, Jutarnji list, 38-41, 6. 9. 2008., <<http://www.jutarnji.hr/hrvatska-industrija-srece/258366/>>, 18. 2. 2013.
49. Vrcelj, S.; Mušanović, M. (2011): *Kome još (ne)treba feministička pedagogija?!*. Rijeka: Hrvatsko futurološko društvo.
50. Woodstock, L. (2007): Think about it: The misbegotten promise of positive thinking discourse. *Journal of Communication Inquiry*, 31: 166 – 189.
51. Wollstonecraft, M. (1999): *Obrana ženskih prava*. Zagreb: Ženska infoteka.

Sofija Vrcelj*

Kornelija Mrnjaus**

ADVISORY POWER(LESSNESS) OF THE SELF-HELP LITERATURE

Summary: *In this paper the authors provide a historical dimension of self-help literature with the qualitative analysis of the dominant books produced in the U.S. area. Based on this analysis, the developmental stages of this type of literature are identified. The first stage is called stage of effort and hard work, the second stage is the stage of easy solutions, and the third stage is focused on the change (to better) of self. In addition to the American context, the paper also provides the Croatian context of self-help literature, which is characterized by initial Croatization of American authors, followed by "authentic" period. Furthermore, the paper discusses the effectiveness of self-help literature, and in this regard, this literature is defined as the literature of pedagogy of (false) hope as it suggests that each individual can achieve whatever s-he wants because the conditions are damped. However, the faith and hope in the individual is not realistic because these books address no social barriers, or, if they do exist in the books, they are not a nuisance to people who think positively.*

Keywords: *self-help literature, success, counseling, advices for men and women, pedagogy of hope, alteration of the self.*

* prof. dr. sc. Sofija Vrcelj
Filozofski fakultet u Rijeci
Odsjek za pedagogiju
svrcelj@ffri.hr

** doc. dr. sc. Kornelija Mrnjaus
Filozofski fakultet u Rijeci
Odsjek za pedagogiju
kmrnjaus@ffri.hr

* Sofija Vrcelj, PhD
Faculty of Humanities and
Social Sciences in Rijeka
Department of Education
svrcelj@ffri.hr

** Kornelija Mrnjaus, PhD
Assistant Professor
Faculty of Humanities and
Social Sciences in Rijeka
Department of Education
kmrnjaus@ffri.hr