

In Medias Res

PHILOSOPHY OF MEDIA



ISSN 1848-6304
UDK / UDC 316.774:1
Vol 13, no. 24, 2024.

CENTER FOR PHILOSOPHY OF MEDIA

ISSN 1848-6304
UDK / UDC 316.774:1
DOI: 10.46640/imr

Publisher:

Centre for Media Philosophy and Research (Zagreb)
www.centar-fm.org

Editor-in-Chief:

Sead Alić
www.seadalic.com
inmediasres@centar-fm.org

Deputy Editor:

Suzana Marjanić
suzana@ief.hr

Managing Editor:

Nenad Vertovšek
nenad.vertovsek@gmail.com

Secretary:

Srećko Brdovčak Mac
mac@centar-fm.org

Editorial Board:

Frank Hartman (Bauhaus University Weimar, Germany), Predrag Finci (England), Herta Maurer (Alpen-Adria University Klagenfurt, Institute of Slavic Studies, Austria), Izidora Leber (Solo artist, Switzerland), Željko Rutović (Montenegro), Lino Veljak (Croatia), Đorđe Obradović (University of Dubrovnik, Croatia), Ružica Čičak-Chand (Institute for Migration and Ethnic Studies, Croatia), Jure Vujić (Institute for Geopolitics and Strategic Research, Croatia), Sead Alić (University of North, Croatia)
inmediasres@centar-fm.org

Lectors and correctors:

Majda Kovač
majda.kov@gmail.com
Vesna Ivezić
vesna.ivezic9@gmail.com

Layout and placement on the Web:

Centre for Media Philosophy and Research

The design the cover of the first issue:

Nora Mojaš and Venes Alić

TABLE OF CONTENTS:

XIII Uz trinaesti simpozij Filozofija medija (2023)

Fahira Fejzić – Čengić: Medijska refrakcija zvuka – teži put do mudrosti Medias Refraction of Sound – the Strong Path to Wisdom.....	3953
Divna Vuksanović i Dragan Čalović: Digital Performances: a Problem-based Approach Digitalna izvođenja: problemski pristup.....	3967
Karlo Kanajet: Characteristics of Croatian News Portals Reporting on the COVID-19 Pandemic in 2020 in the Pre-crisis Period Obilježja izvještavanja hrvatskih news portala o pandemiji COVID-19 u 2020. godini u pretkriznom razdoblju.....	3981
Dario Terzić: Boja kao identitet Color as an Identity.....	4005
Branka Šegvić i Iva Polić: Analiza internetskog diskursa u objavama članova Vlade na Facebooku Analysis of the Internet Discourse in the Facebook posts by the Members of the Croatian Government.....	4017
Mustafa Sefo: Jezik, komunikacija i mediji Language, Communication, Media.....	4037
Dafne Vidanec: Refrakcije religioznoga: boje i oblici bizantske umjetnosti na primjeru Eufrazijane Refractions of the Religion: Colors and Shapes of Byzantine Art Applied to Euphrasian Basilica	4049
Jasna Kolovrat: Manipulativna moć reklama u oblikovanju pristanka na buduće socioekonomske trendove The Manipulative Power of Advertisements in shaping Consent to future Socioeconomic Trends.....	4073

Moneef R. Zou'bi:

The Arab Islamic Civilisation as a Global Force for Good: A Reworked Science-Focused Historical Narrative

Arapsko-islamska civilizacija kao globalna 'sila za dobro': Preinačeni, na znanost usmjereni povijesni narativi..... 4095

Enes Karić:

Hermeneutika i egzegeza Kur'āna Filipa Ćorlukića

Hermeneutics and Exegesis of the Qur'an by Filip Ćorlukić..... 4103

Fahira Fejzić – Čengić

Univerzitet u Sarajevu, Fakultet političkih nauka,
Odsjek za komunikologiju/žurnalisitiku
Bosna i Hercegovina
fahira.fejzic.cengic@gmail.com

Medijska refrakcija zvuka – teži put do mudrosti

Refrakcija - lom umjetničkog, filozofijskog, religijskog i znanstvenog čina

Sažetak

Treba znati da je ispravno slušanje osobenost živih, jer se mrtvi ili mrtva znanja ne mogu dozvati. Za njih je važno razlikovanje spoznaje umom i spoznaje srcem. Kako tvrdi ovaj najnoviji znanstveni dokaz o 'malom mozgu u srcu'. Najvažnije slušanje je 'uhom srca' jer u tom iskustvu nastaju neizbrisivi originalni tragovi koji obujmljuju cjelinu bića poput krvotoka koji obujmljuje svaku venu, žilu, organ, ćeliju. 'Uho srca' svjedoči cjelinu, obujmljujuće prima zvukovlje i stapajući se s njima pamti i djeluje po prirodnim principima. S takvim srcem kao središtem bića nastaje viđenje stvari onakvih kakve jesu, uistinu i stvarno. Mudri filozofi poput Rumija su naveli primjer slušatelja kao primjer sjemenki koje su sa dlana prosute na zemlju. Nešto će zrnevlja pasti na plodno tlo, nešto će pokljucati ptice, nešto će zapasti u korov. Samo će zrnevlje s plodnog tla izrasti u zdravu biljku i to će biti biljka mudrosti. Sva ostala zrna će propasti, što strunuvši, što osušivši se. Tako pravo slušanje ostvaruje ulogu kod dobrih slušatelja. Ako je slušanje srca toliko uzvišeno, onda će svaka dlaka na čovjeku potpunih vrlina

dobro i lijepo slušati. Ispravnost slušanja vodi kvalitetu shvaćanja spoznaji, a onda iz te spoznaje slijede prave riječi – riječi mudrosti koje svijet poučavaju i svijet spašavaju.

Ključne riječi: *slušanje, refrakcija zvuka, sempliranje, digitalizacija, mudrost.*

Svjetlost je čudo. Svjetlost je metafora. Svjetlost je važna jer imamo dva oka, dva svjetlosna teleskopa najmanjeg obima s hiljadu i više operacija u njima.

Uz svjetlost ide *refrakcija*. Ili prelamanje. Sve što smo kao ljudi proizveli prelama svijet oko nas. I kad god hoćemo taj prirodni svijet posredovati, prezentirati, predstaviti, opisati, predočiti, protumačiti ga, zahvaćamo činjeničnost, realitet okolnog mnogostrukog svijeta svim svojim bićem, prilagođenim za prihvrat tog šarolikog, originalnog svijeta, ali ga sredstva medijskog posredovanja refraktiraju.

Svijet doživljavamo sobom. Kao totalitetom. Okom, uhom, nosom, jagodicama prstiju, srcem, umom ili *srčanim umom*. Tekst će pokušati pojasniti što je to 'srčani um'. To što se kroz nas i pomoću nas prelomi, refraktira malo ili veliko, nevažno ili važno, lijepo ili nelijepo, nikad više nije isto. Nikad nije cjelina svijeta koji nas okružuje. Stoga, što je svijet oko nas originalno stvaralaštvo Jedinog Stvaraoca bez prethodnih modela, Kreatora Apsolutnih Mogućnosti i što je to stvaralaštvo uvijek original. Uvijek i oduvijek, te zauvijek. Kako u svakoj sekundi ili trenu, kao i u protežnom vječnom postojanju.

Kad nema vidljive svjetlosti govorimo o crnim rupama, tamnim udubljenjima. O sljepoći. Ali s Planckom smo shvatili da su i crna tijela sakriveni svjetlosni potencijali. Čak i u vakuumu se događa nastajanje i nestajanje svjetlosti, kao frekventnih opsega ili kao fotona, dakle, frekvencija...

„Danas znamo da svjetlost plamena svjjeće nije nestala /iščezla (iako je mi više ne vidimo...). Ranije je bilo nezamislivo, ali je danas izvjesno da su saznanja moderne fizike o svjetlosti jasan dokaz da svjetlost uistinu posjeduje pomenute božanske atribute jer je doslovno sveprisutna i doslovno trajna, iako to na prvi pogled djeluje da nije slučaj. Svjetlost je vrsta energije; mala količina mase posjeduje ogromnu energiju u omjeru kojeg definira kvadrat brzine svjetlosti ($E/m=c^2$). Svjetlost raznih frekvencija, vidljiva i nevidljiva za ljudsko oko je, uistinu, sveprisutna u materijalno-energetskom kontinuumu.“¹

Sama svjetlost ima dualnu prirodu, ili je sama od sebe djelić energije u vidu elektromagnetnog vala, ili je čestica, tj. foton nulte mase, a ipak posjeduje tzv. *momentum*, dakle *jest*. Svjetlost je posvuda: u materiji, oko materije, u univerzumu, čak u vakuumu. Sve oko nas trajno vibrira kao prijelaz energija-svjetlost i tako analogno, unedogled, po čuvenoj *teoriji struna*.

Polovinom XX stoljeća R. Feynman je otkrio svjetlost i u laboratorijskom vakuumu koji je smatran

¹ Pogledati zanimljivu knjigu Fuada Mece pod nazivom Eko-aktivni stambeni urbanizam Kur'anski dar čovjeku i prirodi, Sarajevo 2023., Dobra knjiga, počev od strane 30 pa do 45.

stopostotno praznim prostorom s apsolutnim ništa. I tu, u tom laičkom ništa, postoji svjetlost, tj. neprekinuto stvaranje čestica iz ništa, nastaje, stvara se nešto iz ništa i pojavljuju se parovi, elektron-pozitron ili čuveno materija-antimaterija, koji se istovremeno *inhiliraju* tj. poništavaju se. Nastaju i poništavaju se i tako u nedogled. Stvaraju se i fotoni, dakle *momentum svjetlosti*. Mnogo znanstvenika iz oblasti fotonike ili čiste fizike ostaje zbunjeno nad ovim fenomenom i to stvaranje iz ništa naziva virtualnim, nestvarnim...“Svjetlost je nerazdvojan pojam same suštine postojanja i ne treba medij kroz koji će se prostirati za razliku od zvuka koji je talasne prirode, ali treba medij, kao što su zrak, voda, metal...“², da bi se kroz njih i uz pomoć njih širio. Da dodamo još i ovaj fascinantni fenomen koji kaže da nemamo problem s tim gdje je plamen svijeće kada smo ugasili plamen. Meco, fizičar, kaže: „Ona je u trenu apsorbirana u okolnoj materiji bivajući transformirana u druge frekvencije svjetlosti koje mi ne vidimo, sve je tu, nije nestalo“³, konačno naše oko vidi samo neznatan dio vidljivog spektra svjetla dok velike zone ultraljubičastih svjetlosnih zraka ili infracrvenih zraka također ne vidimo. Samo naše ljudsko tijelo isijava infracrvenu svjetlost nama nevidljivu. Spominje se *svijetleća aura* oko svakog bića pa i čovjeka, ali i to nije predmet našeg interesa u ovom tekstu. Posigurno je da će sama suština svjetlosti do kraja ostati znanosti i čovjeku nepoznata.

Digitalizacija zvuka nužno vodi do gubitka informacije

Promotrit ćemo u ovom tekstu kako djeluje *refrakcija u zvuku*. Zvuk doživljavamo, primamo, percipiramo sluhom kao čulom, ušima kao prijemnim organima, na način auditivne slušne frekvencije. Čujnošću. Možda ponajvažnijim čulom. Medijski lom svjetlosti ili zvukovni lom je veoma važan. U radiju kao masovnom mediju, Ipodu ili mp3 playeru, pametnom ručnom satu, kao reproducirajućim medijima koji mogu biti optimalni prenosnici muzike i zvukovlja, tonaliteta kroz i pomoću zvukovnog ili muzičkog zapisa, odmičemo se od izvornoga zvuka. Nesvjesno. Bez dodatnih aktivirajućih elemenata, ne može nas takav reproducirajući zvuk *uzdignuti*. Za emociju više. Zvuk, harmonija, ritam, a u to spadaju i riječ i govor, mogu nas dotaknuti, probuditi, uzdići, promijeniti, nadržati, ojačati, učiniti osjetljivijim, emotivnijim, jednostavno potpunijim bićima. Milozvučje je čudo na svoj način, poput svjetlosti. Jer i zvuk je nerazdvojni pojam suštine postojanja. Autorica Fejzić Čengić u predgovoru knjige „Nelagode s medijima“ piše:

„Jedna moja slutnja je potvrđena na današnji dan dok pišem ovaj uvod (15. 2. 2016.), naime, potvrđeno je da su snimljeni gravitacijski valovi, šumovi u prostoru i vremenu, ili milozvučje kosmosa koji je glasan, a ne nijem. Da planete, zvijezde, galaksije te međuprostori trepere zvukovljem, i da se ugodna simfonija kosmosa širi svuda od svakoga ka svim smjerovima. Beskonačno tako. Dvije ogromne slušalice u Liwingstonu i Hamfordu su primile to zvukovlje jer ih je nova tehnologija snimila. Kao ljudi mi možemo i čuti svemir, čuti treptaje kosmosa.“⁴

2 Ibidem, 34 strana

3 Ibidem, 34

4 U uvodu knjige *Nelagode s medijima*, napisane i objavljene 2016. godine, autorica Fahira Fejzić Čengić spominje ovaj

Drugo pitanje ostaje po strani – jesmo li uopće spremni poslušati kozmos, zvuk kozmosa i diviti mu se zajedno sa udivljenjem Kreatoru tog savršenstva sklada ili ćemo se prije pognute glave, mimo obzorja nebeskih, spustiti na mali skromni cilj – da tehnološki iskopiramo prirodne zvukovne i ine ljepote i to još skupo prodamo i naplatimo. Svakom tko želi slušati i biti ‘moderan’.

Pravo oslobođeno slušanje je slušanje izvornog zvukovlja, simfonije kozmosa, svemira, po čemu je kao modelu stvoren čovjek, to najsavršenije božansko stvorenje, dakle, božanski znaci se ne samo vide, već i čuju.⁵ Kao cjelina ili kao jedan mali detalj, svejedno je, sinkronicitetno potvrđuju ovo slušanje. Ovaj zvuk.⁶

Za početak ćemo konstatirati jednostavnu i posve logičnu misao koja kaže da čin digitalizacije zvuka i tonova nužno vodi do gubitka informacije, odnosno do gubitka muzičkog ugođaja, harmonije i sklada tonaliteta. Svaki gubitak dijela informacije dovodi do transformacije suštine informacije, originalnog zvuka npr., što za posljedicu ima ili može imati, pogrešno ili više površno, ili nedovršeno čujenje, ili slušanje zvukovne stvarnosti. U današnjici u kojoj je svakom mediju važno da bude kompatibilan s digitalnim platformama, jer ako nije ne može preživjeti, događaju se stalne refrakcije uz pomoć tehnologije kao medija-produžetaka u mekluanovskom smislu riječi, dakle kao nositelju same poruke već samim *techneom* zvučna informacija postaje kopirana, manje potpuna vrijednost, a više potrošačka roba.

Kod pretvaranja zvuka iz analognog u digitalni signal, što nas prvenstveno zanima u ovome tekstu o refrakciji zvuka, zadržat ćemo se na tragu pojave *sempliranja* kao izrazite zvučne refrakcije da bi došli do čina digitalizacije zvuka koji je jedini kao takav zasad poznat. Sve oko nas funkcionira kao analogni signal; sunce, mjesec, zemlja, vrijeme, zvukovi biljke, životinje - jesu raznovrsne forme *analognih signala*. Želja i zadatak savremenih tehnoloških tendencija je pretvoriti originalno zvukovlje, kao i ostale analogne forme, u digitalne kôdove. To jest *digitalne signale*. Osnovna osobina analognih signala je *neprekidnost* koja proizilazi iz jedinice vremena u kojoj se signal promatra, a pošto je vrijeme neprekidna varijabla, to je i vrijednost analognog signala neprekidna. Svi ovi prirodni signali kao analogni signali vezani su za fizičke osobine koje prenose jer su kao i jedne i

fenomen i u nastavku knjige dijelom se bavi pitanjem auditivnih ili slušnih medija. Pogledati od str. 7 do 47. Sarajevo, 2016., Dobra knjiga

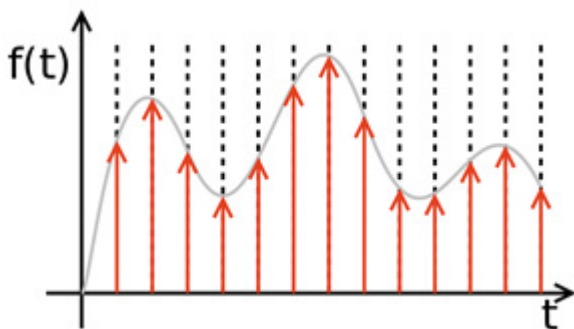
- 5 Knjiga ili svete Knjige, primjerice Kur'an, to izriječom zahtijevaju od homo sapiensa, 'To su dokazi za ljude koji čuju', sura Fussilet, 53 ajet, rečenica... Chittick to u već navedenom djelu odlično ilustrira: „Ali kako Bog kaže 'Budi!' nečemu što još ne postoji? Kratak odgovor glasi ovako: prije nego što stvari nastanu, one posjeduju određeni način postojanja u riznicama nevidljivog svijeta – i ne postoji ništa čije riznice ne posjedujemo. Kad Bog kaže 'Budi' nekoj stvari iz ovih riznica, ona **čuje** Njegovu zapovijest i **posluša ju**. Ona nastaje u svijetu, uspunjava funkciju za koju je stvorena i potom se ponovo vraća u nevidljivo carstvo. A Allahu se sve vraća...“, W. Chittick, *Uvod u sufizam*, str. 97.
- 6 Digitalizacija spada u tzv. treću industrijsku revoluciju, nakon one prve koja počinje oko 1784. s pojavom parnog stroja, skokovitim razvojem mehanike, upotrebom vodene pare koja je postojala kao važna dimenzija ljudskih društava oko stotinu godina; potom je tu druga industrijska revolucija koja počinje otprilike 1870-tih godina s otkrićem i primjenom električne energije gdje nastaju linijska proizvodnja, moderne tvornice, potom je već oko nas četvrta industrijska revolucija koju u tekstu nećemo tretirati s umjetnog inteligencijom i tome pripadajućim otkrićima i upotrebama. Ova treća industrijska revolucija postoji ili zasnovana je na manje-više tri važna zakona: Mooreov zakon – po kome se snaga udvostručuju svaka 24 mjeseca (mada je to sad trostruko kraći interval), Metcalfeov zakon - po kojem vrijednost mreže raste s brojem njenih korisnika i Internetov zakon – vrijeme je stalno i traje non stop...

druge kompatibilne i istovremeno analogne. Zna se kako neki materijali bolje prenose zvuk, neki opet sliku, neki taktilnost. Potom se analogni signal, kako bi ga se pretvorilo u drugi oblik i drugi signal, mora pretvoriti u električnu struju, tj. napon, jer se analogni signal radi obrade, čuvanja ili sličnog pretvara u električni. Potom slijedi digitalizacija koja se sastoji od niza kombinacija dva broja - 0 i 1. To je općepoznato. Brojevi predstavljaju mjerni odraz analognog signala u vremenskom intervalu što znači da se ne može zabilježiti svaka baš svaka vrijednost signala, već samo određene dionice ili dijelovi točaka u vremenu. To je tzv. *diskretni ili prekidni signal*. Digitalizacijom i kompjuterom se obrađuje signal preko brojki ili *algoritama* koje jedino takve kompjuter kao digitalna mašina može prepoznati.

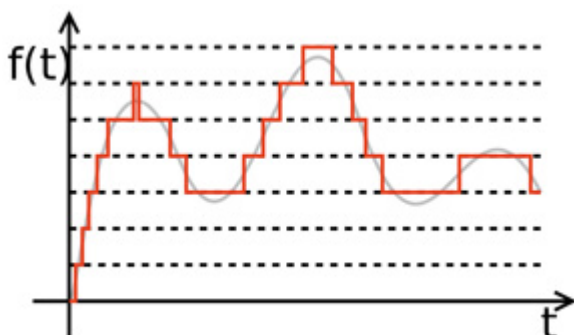
Proces se odvija, rekostmo, preko dva koraka:

- sempliranje i
- kvantizacija.

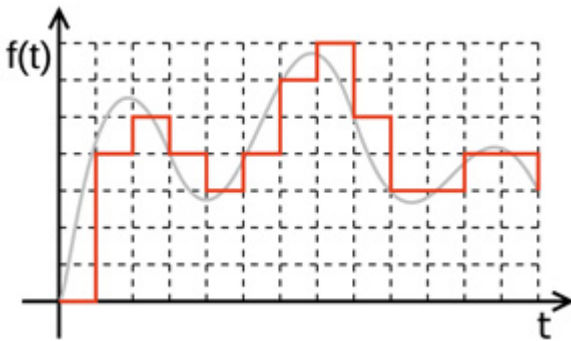
Kod sempliranja biraju se uzorci iz cjeline analognog signala, dok se kod drugog koraka svode direktno odabrani algoritam i brojevi u digitalni signal.



Diskretni signal dobijen sempliranjem analognog.



Digitalni signal dobijen kvantificiranjem diskretnog



U mreži položen signal gdje se vidi koliko praznina ostaje nepopunjeno u zvučnom digitaliziranom signalu.⁷

Sempliranje, kako se vidi sa slike, predstavlja prvi čin obrade analognog signala gdje se uzimaju najveće vrijednosti i učestalost zvuka, pa će se tek u *kvantizaciji* dobiti brožčani signal koji će moći biti pretvoren u digitalni. Vide se rupe, prazni prostori koje digitalni kôd ne pokriva, i tu se pojavljuju *refrakcije*, *lomovi*, *gubici*, kako bi se sve to moglo nazvati, ili faktički, mogućnosti manipulacije našega uha, sluha, uma, srca, dakle, svih onih prirodnih čula koja upijaju cjelovitost zvuka u analognim okolnostima. To pak znači da ne samo izraziti talenti, sluhisti, muzičari, pjesnici, poete, kreativci, stvaraoci gube čitave slojeve dubine zvuka, pitkosti zvuka, milozvučja, akorda, simfonije kao složenosti i harmoničnosti koju digitalni signal nužno okrnjuje, gubi, zaobilazi, preskače, već i svi ostali slušatelji u prostoru. A to pak znači da ljudi kao analogni signali u prirodi gube od svoje i okolne ljepote, estetike, nježnosti, čarobnosti, punine, slasti i beskrajne neizrecive slobode koja je, evo ovdje, uhvaćena, ulovljena i pretočna u jednu jedinu varijantu za sve uši, sve sluhove svijeta kao jedine. A zvukovlje je upravo mnogostruko i naprosto neiskazivo, neizrecivo unificiranim zvukovnim ili muzičko-matematičkim ograničenim tonalitetima.

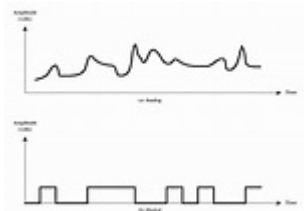
Refrakcija u tonskim oblastima je značajna. Malo se o njoj govori, digitalizacija je prosto preplavila tonske tokove svijeta zvukovlja i slušnosti.

Gubici tonskog originala se ovlaš popunjavaju

Nakon faze *sempliranja* 'rupe u zvukovnim signalima' se popunjavaju kao 'gubici poruke', tako da se ubacuju brojevi koji će popuniti praznine i poslije će se obrađivati isključivo matematskim putem, jer kompjuter poznaje samo matematske kodove, rekosmo, 0 i 1. Kod ovog čina dopune moguća je i događa se manipulacija signalom, tu se često ubacuju skrivene poruke, neutralne ili štetne frekvenije te se prostor koristi za plasiranje *subliminalnih poruka zvučnog tipa*, dakle, one se ne mogu svjesno percipirati, ali ostavljaju traga na *ljudsku podsvijest* i trajne posljedice naročito

⁷ <https://www.audiozone.cz/recenze/stoparuv-pruvodce-digitalnim-zvukem-1-dil-t18487.html>, posjećeno, 25.4.2023. u 11,27 sati

na djecu, mlade i inače podsvijest svih slušatelja. Često se subliminalno šalju poruke komercijalnog tipa, propagandnog, senzacionalističkog, huškačkog, mrziteljskog, veličajući razna božanstva, idole, sotonističke sadržaje i slično.⁸



Digitalni signal, iznad analogni signal.

Ovdje se na manjoj gornjoj slici već vidi da su očite razlike između analognog i digitalnog signala. Radi vjerodostojnosti se popunjava digitalni signal pa se koristi metod ponovnog učitavanja, gdje je važan zakon da se najmanje dva puta uzima analogni signal s najviše frekvencije f_m po obrascu $f_{sr} \geq 2f_m$. f_{sr} je frekvencija sampling ratea i mora biti dva puta viša od najviše frekvencije f_m koja se može pojaviti u analognom signalu koji se uzorkuje.⁹ To je poznati *Shannon Nyquistov teorem* o sempliranju. Matematički se obje strane jednadžbe izjednačuju dodavanjem ili oduzimanjem vrijednosti dok se ne postigne jednadžba. Pri tome $k=2k$. Potom se digitalni signal ponovo pretvori u analogni prilikom emitiranja.

Kao da, na neki način, tvori mrtve zvukove, za umrtvljene svremene ljude koji ne rađaju mudrost života, spominjane na početku teksta.

Reklo bi se, zašto jednostavno kad može komplicirano???

Zašto prirodno kad može neprirodno???

Gotovo je najzanimljivije propitati kako su i koliko uho i slušni aparatorij savremenog čovjeka podžloni *falsifikatu* u mnogim aspektima apsorpiranja zvukovlja i koliko je većma falsifikat tonova, šumova, ozvučja i prisutan, i koliko je i u sferi slušnoga, čujnoga prisutna ona poznata *iluzija*, na svako pola koraka, tu u postojanju bilo realnom bilo virtualnom. Uistinu, nad ovim se pojavnostima

⁸ Naravno da se gubitak zvučne informacije gubio i ranijim mehaničkim nosiocima zvučnih poruka ili signala. Kao fonograf, gramofon, gdje je igla čitala zvuk s ugrađene gramofonske pločne površine, bilo je tu iskrivljavanje zvuka, boje glasa, grebanja, šištanja zvuka, zvuk nije nakon nekoliko upotreba bio čist kao originalni. Dijelovi gramofona su se trošili, ruinali, habali. I otišli skoro u zaborav. Ali se na to svjesno pristajalo i sa stajališta producenta i recipijentata... Nije bilo iluzija da to nije tako. Mislim da sam Bog, Kreator svega želi da slušamo originale, ne da se uvlačimo u kopije - kako bismo Ga ljepše spoznali i dokučili. Kasetofon iz 70-tih godina 20. vijeka već naprednije zapisuje zvuk na namotanu, usku traku na kazeti s dvije strane. Princip rada je elektromagnet s A i B strane koja očitava monografski fluks s trake. Ali svi ovi gubici originalnog analognog signala su bili vidljivi, **nisu se skrivali** i imali su rok trajanja. S digitalizacijom se želi ostvariti, možda nesvjesno, lažni univerzalni zvuk koji će odstupati od originala, ali će se u njega moći nevidljivo dodavati ili oduzimati upravo prirodnosti ili originalnosti.

⁹ http://eskola.hfd.hr/pc_kut/tuzork/, Shanon Nyquistova teorema o sempliranju

valja zadržavati, što češće ih primjećivati, analizirati i pokušati umaći iluziji, skloniti se ili zakloniti se od slušnog falsifikata. Živjeti u sadašnjem trenutku, kako nas svaka zrelija psihologija, mistika, duhovnost upućuju sve češće i jasnije, živjeti svoj život *u vremenu kao najdragocjenijem resursu* koji svako biće, a čovjek naročito, imaju na raspolaganju. I to je najbolji resurs, ako ga promaknemo, on se udaljava nepovratno i mi nikada više istom nogom u istu rijeku koja teče ne možemo nagaziti, kako su nas mudro savjetovali antički filozofi. Rijeka oteče, vrijeme nestane, zamaknu zvukovi nad obzorjima, ostajemo samo mi neutješno pogubljeni jer nismo dostatno probuđeni za ovaj najbolji – *sadašnji originalni i empirijski, stvarni trenutak*.

Svaki sljedeći je nešto drugo. Ono što je sad svjedočimo u tom sad; mnogima polovina života, ako ne i više, ionako prođe kao da i nisu živjeli, i nisu ostali svjedoci svoga života. A to nam je najprva zadaća. Tako uz pomoć dodatnih umjetnih, a snažnih pomagala, medija svih vrsta, oblika i formata, dodatno i sempliramo, pretačemo u dvije brojke bujni široki neponovljivi dragocjeni život. Život koji je veći od svake obmane¹⁰ na koje ovako ili onako pristanemo. Samo probuđen čovjek može biti istinski svjedok vlastitosti i može *bivati*. U najpunijem smislu riječi. I sekunde su važne. Zato što brzina suvremenosti kao *dromološki mlin samljevač* i sekunde uzima, i njih dijeli na djeliće, fragmentira već fragmentirano. A šta je u milozvučju bitnije od te cjeline i topline zvuka koji nije isjeckan niti programiran po psihomorfološkim svojstvima unutarnjeg, srednjeg i prednjeg uha. Samo tko ostane budan, neće biti zaskočen od svega što na svaki način potapa u sveopćoj *medijskoj buci* ili *medijskoj mećavi*, kako ju je nazivao Baudrillard.

Koliko samo sekundi i minuta oduzima svakodnevno korištenje mobitela, koliko je naše slušne pažnje ukradeno, jer ovo je uistinu doba borbe za *ljudsku pažnju*. Ako je ne osvoji nešto dobro, istinito, plemenito i lijepo, onda će je posigurno osvojiti nešto zlo, neistinito, odvratno i ružno.

Uroniti u cjelinu svijeta i čuti ga i vidjeti kao neponovljiv harmonični original

Za uranjanje u svijet ili istinsko snalaženje u njemu kao bivstvovanje, a ne kao posjedovanje, važno je biti prirodan i *budan*. Pratiti sebe svakog trenutka i budnošću izbjeći sve zamke koje nam naša tehnička ili komunikacijska pomagala, naši proizvođači i naše 'mehaničke štake' za čula stvaraju pa svijet ne ispunjavamo osobnom poniznošću i svestranošću niti nas same taj prekrasni originalni svijet zapljuskuje i dodiruje na način ljubavi i sveprožimanja. Većina mističnih iskustava i naukovanja, kao i praksi i vještina, zahtijevaju istovremenu *budnost i uma i srca*. U sufizmu posebno. Otud i poseban termin 'srčani um', 'srčani vid', 'srčana spoznaja' kao viša spoznaja od samo umske, razumske ili racionalne. Dugo za ovu stavku nije bilo, nazovimo ga tako, digitalnog kao racionalnog dokaza. Godine 1991. znanstvenici su ustanovili da svako ljudsko srce ima *40 hiljada ćelija* i to specijalnih ćelija koje stvaraju *neuronsku mrežu*. One su poput moždanih, ali nisu moždane već su upravo u srcu. Nazivaju ih *mali mozak u srcu*. Ove ćelije misle neovisno o mozgu, one osjećaju i pamte

¹⁰ Asocijacija na istoimenu knjigu autorice Fahire Fejzić Čengić, 'Život je veći od svake obmane', izašle krajem 2022. godine u Sarajevu u izdanju Fakulteta političkih nauka UNSA

neovisno o mozgu. Znači, svako iskustvo se registrira na dva mjesta, u umu i u srcu. Pogledati sjajan prilog o navedenoj temi.¹¹

U sufizmu, islamskom misticizmu, kao i svim sličnim mističnim učenjima, smatra se da je *umijeće slušanja* posebna osobenost sufija/mistika. Ponavljaju kako je za valjano *govorenje* potrebno *dobro slušanje*. Mnogi koji nose teret znanja njime se i ne okoriste jer imaju teret nošenja znanja, a nedostaju im spoznajne moći stvarnih istina.

Treba znati da je ispravno slušanje osobenost živih, jer se *mrtvi* ili *mrtva znanja* ne mogu dozvati. Za njih je važno ovo razlikovanje spoznaje umom i spoznaje srcem. Kako tvrdi ovaj najnoviji znanstveni dokaz o ‘malom mozgu u srcu’. Najvažnije slušanje je ‘uhom srca’ jer u iskustvu nastaju neizbrisivi originalni tragovi koji obujmljuju cjelinu bića poput krvotoka koji obujmljuje svaku venu, žilu, organ, ćeliju. Uho srca svjedoči cjelinu, obujmljujuće prima zvukovlje i stapajući se s njima pamti i djeluje po prirodnim principima. Takvim srcem kao središtem bića nastaje viđenje stvari onakvih kakve jesu, uistinu i stvarno. Mudri su, poput Dželaludina Rumija u poznatom spjevu ‘Mesneviya’, naveli primjer *dobrog slušatelja* kao primjer *sjemenki* koje su sa dlana prosute na zemlju. Nešto će zrnevlja pasti na plodno, nešto će pokljucati ptice, nešto će zapasti u korov. Samo će zrnevlje s plodnog tla izrasti u zdravu biljku, i to će biti *biljka mudrosti*. Sva ostala zrna će propasti, što strunuvši, što osušivši se. Sjemenke su kod Rumija promatrane kao sjeme rasta, sjeme znanja, sjeme dosezanja plodova, originalnih i plodnih. Tako pravo slušanje ostvaruje ulogu kod dobrih slušatelja. Ako je ‘slušanje srca’ toliko uzvišeno, onda će svaka dlaka na čovjeku sjati poput rajskog svjetlosnog čovjeka potpunih vrлина, dakle, svaka dlaka će dobro i lijepo slušati. Ispravnost slušanja vodi kvaliteti shvaćanja i spoznaje, a onda slijede prave riječi – mudrosti koje svijet poučavaju i svijet spašavaju.

Filozof Rumi, pojašnjava *šta je to mudrost* i koga krasi? Najprije, to su postojane individue. Koje mogu istrajati na teškim putevima. Koji nisu dominantni i nisu putevi privilegija. Danas bi to bili smjeli filozofi i mislioci, istraživači i znanstvenici koji nude alternative bez traženja privilegija i koji su na neki način disidenti na djelu i *praxisu*. Takvi slijede *božansku svjetiljku* u vremenima tmine, a slijediti je nije nimalo lako. Rumijev savjet je jednostavan – sagledaj početak i kraj, ne samo početak.

‘Reci Musejlemi manje obijest ispoljavaj

Ne budi obmanut početkom – konac gledaj!’¹²

Dakle, baci pogled na posljedice. Ako i bacaš pogled prema pročeljima, političkim poslovnim i inim, probaj vidjeti konac njihov, kraj njihov. Bolan zna biti kraj koji nije promišljan na samome početku.

‘Ne nastupaj kao vođa iz pohlepe za gomilanjem...’

11 <https://www.instagram.com/p/CqWGxYyACk6/>

12 Prema kazivanju Rumijeve ‘Mesneviye’ od 13. septembra/rujna 2023. godine u Sarajevu, mesnevihan/kazivač je hafiz Mehmed Karahodžaveć dugi niz godina, svake srijede navečer. Poetska filozofija Dželaludina Rumija kaziva se ovdje kontinuirano više od 260 godina...

Upravo ovo gomilanje, ovi materijalni aspekti postojanja, pohlepa, zavist i ljubomora odmiču nas od cilja i spoznaje kraja ili konca...Uistinu je, stoga, slijediti *božansku svjetiljku* u današnjici preteško. To bi bio znak da se *s dva oka* i *s dva uha* svijet promatra i sluša. Počesto se u savremenosti svijet i svijest gledaju samo jednim okom i slušaju samo jednim uhom.

A ovi krasni organi dati su u paru, nimalo slučajno i nikako bez razloga...za spoznati kraj neophodno je koristiti, pored ostaloga, oba uha. Promišljanje u ovom tekstu nas je dovelo do jasnog zaključka: navedeno *sempliranje* i *digitalizacija* umanjuju ispravnost dobrog slušanja.

Ukoliko iskustva ne budu imala srčane obujme, ukoliko nestanu srčani, dakle, *plemeniti ljudi* oko nas i opstanu oni čija je jedina refleksija samo usko racionalna i profitna, mnogo je pokazatelja da su suvremenija društva na tragu tih individua, nesumnjivo, prisutna dekadentna faza razvoja ljudskog društva kulminirat će eksplozijom rušilačkog, *samodestruktivnog*, najprije moralnog a onda financijskog, zatim znanstvenog, psihološkog i svakog drugog sloma svijeta. Bit će i ratova i kaosa. Kako dobro uočava autorica prošlogodišnjih filozofskih susreta Josipa Bubaš: „Ako tehnologiju uzmemo za jedini relevantan izvor spoznaje, ne sužavamo li percepcijsko polje i mogućnost razumijevanja tijela i uma?“¹³, a svako je iskustvo najprije kulturalno. Pa možda ovo naše doba i uistinu *producira mrtvo mišljenje*. Sporedno i nedjelatno mišljenje...U ovoj fazi naše savremenosti okruženi smo, ili bolje kazati, pristisnuti smo konceptom ‘tehnološkog mišljenja’ ili načina razmišljanja, kako navodi autor u tekstu Sensorium McLuhanus, te nastavlja s dodatnim pitanjem, je li filozofija medija kadra promišljati koliko je tehnologija unaprijedila ljudski život u drugim aspektima, tj, onom vrijednosnom, etičkom i općenito oplemenjujućem smislu.

I zvuk se tehnološkim konceptom mišljenja i transformacije doživljava, ne kao zvučna milozvučna simfonija, već kao sirovi materijal koji treba biti transformiran u što god poželimo. Ovdje se, pokatkad, čini da je upravo digitalna tehnologija spram zvuka nadišla svaku drugu vrijednost, i njegovu toplotu, i milozvučje, i originalnost, i ljepotu, i ugodu koju stvarni prirodni kao originalni zvuk ozvučuje, nudi, širi oko sebe. Lijepi prirodni zvukovi su poput prirode okićeni vibracijama, tonalitetom, visinom, nizinom, ritmom, frekvencijom, dakle, s tako mnogo čestica i parametara pri sebi, i svi oni pomiješani čine sazvučje i sklad koju divna muzika prirode ili vode primjerice stvara...I tu nema niti naglih skokova niti naglih padova, uočljive su samo nježne pravilnosti koje imaju tendencije stabilnosti i reda. Harmonije i sklada. I čovjeku je potrebna stabilnost. I red. I harmonija, i sklad, i ritam i balans. Sve suprotno umara, razara, rastače. I naše psihofizičke reakcije čak su uvjetovane harmonijom, skladom, lijepim blagim ritmom, ne kaosom, ne bukom, ne skokovitošću. Kako to lijepo primjećuje autor s prošlogodišnje sesije FM u tekstu ‘Prostor aktivne imaginacije/intuicije’ Krešimir Katušić: „Strojevi sve više zamjenjuju ljudski rad, a znanje sve više ostaje zapisano u algoritmima programa dok se kôd čovjeka gubi i nestaje. Proizvodi stroja su brži i jeftiniji, a rad majstora dugotrajan i skup. Nestankom struje nestaje i znanje ugrađeno u algoritam programa,

13 Bubaš, Josipa, Tijelo i metafora mreže, The Body and the Network Metaphor, pogledati šire na linku https://www.researchgate.net/publication/370907492_Tijelo_i_metafora_mrezeThe_Body_and_the_Network_Metaphor

a nestankom ljudi koji istražuju i grade rukama nestaje iskustvo i znanje čovjeka.“¹⁴

Možda je riječ o nestajanju ljudi, ali teško je prozrijeti iluziju čak i kad je svezremana oko nas. Kako bi rekao Ralph Waldo Emerson, svijet pripada onima koji proniknu kroz njegovu iluziju, a moto je rada s prošlogodišnje sesije, kako već rekosmo, u tekstu ‘Sensorium McLuhanus’...

U knjizi naslovljenoj ‘Kao ribe u vodi’, autorica Fejzić Čengić, podsjećajući na dr. Siemiona, veli:

„...priroda ne emitira na određenoj frekvenciji, već se razlijeva u boji i vremenu. Zato je, dodaje autorica, neponovljiva. Tehnologija se ponaša drukčije. Može sabiti elektromagnetsku energiju te tamo tražiti te specifične znakove i obrasce koji se ponavljaju, a kojima priroda teži. Tražimo strukturu. To znači da tehnika i tehnologija u ljudskoj izvedbi uzimaju ili su kadri uzimati samo jedan od aspekata mnogostrukosti prirode koja se neprestano mijenja a istovremeno zadržava svoja primarna i gradična svojstva.“¹⁵

Odviše sempliranja i odviše digitalizacije neminovno vodi do gubitka originala informacije u slušnom polju, gubitka harmonije, kako smo već naglasili. Svijet uronjen u izraženo zvukovno filtriranje, kao falsificiranje izvornoga prirodnoga zvukovlja, još je udaljeniji od originala svih vrsta iz prirode i time od savršenstva Stvoritelja. Digitaliziranom sluhu i sempliranom uhu moguće je podmetnuti svaki falsifikat za takozvani original. Srca će kao emocionalna središta gubiti uši sluha i čujnosti i tako će nestajati mogućnost *istinske spoznaje* i *spoznaje istine* u vrtlogu tehnološkog preinačavanja putem *nanotehnoloških posredovanja* svake vrste (ona su na sićušnom talasnom ili čak energetskom nivou pa, stoga, običnim čulima neuočljiva), a ono najočitije pripada medijskom posredovanju. Ono je masovno, kontinuirano, snažno, sveprisutno i oštećujuće po slušnost i aktivnu imaginaciju i kreaciju ljudskog roda u savremenosti.

Američki profesor William Chittick u opusu posvećenom sufizmu koji ispisuje posljednih godina, oslanjajući se na velikog filozofa, mistika, Šemsa Tabrizija i dakako Rumija, njegovog najboljeg đaka, preuzimajući njegova pitanja o slušanju i učenju koja glase:

Zašto proučavate znanje radi ovozemaljskih zaloga? Ovo uže služi da ljudi izađu iz bunara, a ne da idu iz ovog bunara u onaj bunar. Morate se obavezati da znate ovo: ‘Ko sam ja? Koja sam ja supstanca? Zašto sam došao? Kuda idem? Odakle je moje porijeklo? Šta ja radim u ovo vrijeme? Prema čemu sam okrenuo svoje lice?’¹⁶

daje ovovremene odgovore:

*Nema ništa štetnije za **dobrobit sopstva** od ideje da znamo ko smo i da nam ne treba pomoć, ili samo malo pomoći, ili samo pomoć imaginarnih ‘stručnjaka’ kako bismo doveli naše poslove u red. U sufijskoj literaturi to je fatalni nedostatak modernog svijeta. Moderna nauka, tehnologija i sve druge grane učenja, da ne govorimo o politici, nisu ništa drugo do **neznanje o sopstvu koje se***

14 Katušić Krešimir, pogledati šire u tekstu https://www.researchgate.net/publication/370961025_Prostor_aktivne_imaginacijeintuicijeA_Space_of_Active_ImaginationIntuition

15 Pogledati u knjizi Fahire Fejzić Čengić ‘Kao ribe u vodi’ u poglavlju Ka filozofiji medija ili kako opstati s medijima, Izdavač Dobra knjiga Sarajevo, 2018. godina, počev od strane 29.

16 William Chittick, Uvod u sufizam, Biblioteka irfan i hikmet 20, Fondacija ‘Baština duhovnosti’, Mostar 2023., iz Uvoda i Predgovora bosanskom izdanju, stranica 7

maskira u znanje. *Pokušaj da se svijet racionalizira i da ga koristimo za vlastitu korist osuđeni su na propast, jer ne možemo nikada znati gdje je naša korist. Ovo je krajnja ludost 'rada na sebi'. Jedini način na koji se možemo pretvarati da poznamo sopstvo kako bismo pomogli sebi je da zakopamo lažno znanje, pretvarajući se da znamo ono što ne znamo i ne možemo znati. Ljudi to čine definirajući sebe u ograničenim terminima, tj. biološkim terminima, antropološkim terminima, psihološkim terminima, ideološkim terminima, historijskim terminima, teološkim terminima, islamističkim terminima. Ovi neuspjeli pokušaji razumijevanja sopstva uveliko doprinose objašnjavanju krvoprolića u dvadesetom stoljeću, do sada neviđenog u historiji čovječanstva'.¹⁷*

Kakogod, najbolje je učenje slušanjem. Sluh je iznimno vrijedan preduvjet učenja i čuvanja naučenoga. Ovo je važno za ljudski rod u svakom vremenu. Najbolje se uči slušanjem učitelja i ponavljanjem za njim. Sve prapovijesti u činu stvaranja svih *duša* kažu da ih je Stvoritelj po duhovnom stvaranju upitao: „Jesam li ja vaš Gospodar?“, i one su uglas odgovorile: „Jesi, svjedočimo!“ U ovom epohalnom i najvišem egzistencijalnom dijalogu koji se u Kosmosu dogodio posebna pažnja posvećena je slušanju. Da nije tog svojstva i mogućnosti, ne bi bilo umstvene razvojnosti ljudskoga roda. Duše ne bi mogle čuti svoga Gospodara! Učenje slušanjem koje isključuje ovu nadnaravnost i osvjedočenje nije potpuno učenje. Ono je nalik onom zrnevlju koje se prosulo iz šake pa palo na kamen ili na korov te nije smoglo snage proklijati i zaživjeti.

Slušanje mnogo simpliranih i digitalnih tonova i zvukova osim što će se vremenom izgubiti, naprosto će se s nosača zvuka izlizati, tj. naprosto će se izbrisati sa nosača zvuka kako to već svjedočimo, smanjit će se ili dokinuti original. I to je svakako suženo ili ograničeno slušanje. Već i na tehničkom planu. A pogotovo na značenjskom, semantičkom, smisaonom i prenesom polju. A kopije su svakako sve bljeđe i zapuštenije što ih je više izniklo na nosačima kopiranih tehničkih medija.

Literatura:

C. Chittick, W. (2023), *Uvod u sufizam*, Mostar, Fondacija baština duhovnosti, Biblioteka irfan i hikmet (prijevod na bosanski jezik Alena Demirović)

Fejzić Čengić, F. (2016), *Nelagode s medijima*, Sarajevo, Dobra knjiga

Fejzić Čengić, F. (2018), *Kao ribe u vodi*, Sarajevo, Dobra knjiga

Fejzić Čengić, F. (2022), *Život je veći od svake obmane*, Sarajevo, Fakultet političkih nauka, UNSA

Meco, H. F. (2023), *Eko-aktivni stambeni urbanizam, Kur'anski dar čovjeku*, Dobra knjiga, Sarajevo

Suhrawardi, šejh Š. (2010), *Znanje duhovno naprednih, (Avariful mearif, s arapskog Muamer Kodrić)* Sarajevo, Nakšibendijska tekija Mejtaš

<https://www.instagram.com/p/CqWGxYyACk6/>

<https://www.audiozone.cz/recenze/stoparuv-pruvodce-digitalnim-zvukem-1-dil-t18487.html>

¹⁷ Ibidem, stranica 67

http://eskola.hfd.hr/pc_kut/tuzork/,

https://www.researchgate.net/publication/370907492_Tijelo_i_metafora_mrezeThe_Body_and_the_Network_Metaphor

https://www.researchgate.net/publication/370961025_Prostor_aktivne_imaginacijeintuicijeA_Space_of_Active_ImaginationIntuition

Medias Refraction of Sound – the Strong Path to Wisdom

Abstract

It should be known that correct listening is a characteristic of the living, because the dead or dead knowledge cannot be summoned. For them, this distinction between knowing with the mind and knowing with the heart is important. As this latest scientific evidence claims about the ‘cerebellum in the heart’. The most important listening is with the „ear of the heart“ because in the experience, indelible original traces are created that encompass the whole being, like the blood flow that encompasses every vein, vessel, organ, cell. The ear of the heart witnesses the whole, comprehensively receives sounds and, merging with them, remembers and acts according to correct principles. With such a heart as the center of being, seeing things as they are, truly and really, arises. The sages cited the example of listeners as an example of seeds that were spilled from the palm of the hand onto the ground. Some grains will fall on fertile soil, some will be pecked by birds, some will fall into weeds. Only the seed from the fertile soil will grow into a healthy plant, and it will be a plant of wisdom. All other grains will perish, as they crumble and dry out. This is how true listening plays a role in good listeners. If listening to the heart is so sublime, then every hair on a man of complete virtue will listen well and beautifully. The correctness of listening leads to the quality of understanding and cognition, and then the right words follow - wisdom that teaches the world and saves the world.

Key words: *listening, sound refraction, sampling, digitalization, wisdom.*



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Divna Vuksanović i Dragan Čalović

Fakultet dramskih umetnosti, Univerzitet umetnosti, Srbija

vuksanovic.divna@gmail.com

Fakultet savremenih umetnosti

Svetozara Miletića 12, Beograd, Srbija

calovicdragan@gmail.com

Digital Performances: a Problem-based Approach

Abstract

Starting from Austin's theory of speech acts and the difference that is established at the meta-linguistic level between two types of utterance: performative and constative, the authors, from the point of view of media philosophy, claim that in the digital universe, where linguistic and every other expression is transposed by the media, every interaction, being a media creation and therefore without foundations in reality, is performative. Recognizing digitization, i.e. the actions and procedures that confirm it through interaction, as economically based and therefore the entire digital space as bound to the ruling capitalist socio-economic paradigm, the authors questioning whether is enough to claim that the performativity of digital devices and algorithmic structure represent, without distinction, a necessary and sufficient condition for overall digital performativity? That is, if all interactions in the digital world were reduced exclusively to logical operations, there would be no "symbolic surplus" that makes language to be a language and art to be an art, regardless of their material basis. The authors conclude that digital culture establishes a new dystopian line of cultural development, which (in the considered case) finds its manifestation in digital performances. Mentioned form has its origin in a particular software culture as an anti-cultural deviation of digital culture. Digital performances,

viewed from that point, are understood as non-performances, or entities that exist only in their connection to performances, which, again, can never become.

Key words: *art, digital culture, digital performance, digitization, media philosophy, new media, software culture.*

Performance, as a phenomenon, seems to be as old as human communities. It revolves around the spontaneous gatherings and various (cultural) practices of indigenous communities. While some of these practices endure to this day (conversations, communal walks, etc.), others have been supplanted by newer ones (listening to music, going to cinemas and parties, watching television, engaging in digital interactions). Contemporary so-called “digital communities” whether they comprise ‘emigrants’ (Digital Immigrants) or “natives” (Digital Natives) (Prensky 2001), conduct their activities within the artificially constructed realm of digital media. Consequently, the entire digital culture aligns with digital practices, which can be examined either as distinct entities, compared to traditional culture, or within a relatively autonomous framework of interpretation.

In contrast to performance in previous eras, largely synonymous with the performing arts, today’s era is characterized by the migration of numerous forms and contents from the physical to the digital realm (Baudrillard), performance becomes essential, and sometimes the primary practice within media and new media culture. What exactly do we, as media philosophers, actually mean by that? To address this question at least partially, it is necessary to recall a particular event, that is, a kind of “philosophical revolutionolution” (van Oort 1996-1997).

In our current context of exposition, the reference is primarily directed towards the foundational linguistic aspects of performance; the contemporary understanding of performance is closely linked to Austin’s theory of speech acts, and the distinction established at the meta-linguistic level between two types of statements: performative and constative. This retrospective, first of all to what is known as the “language revolution” (Rorty) - a precursor both chronologically and logically to the media revolution and prepared it for further refinement and paved the way for performances intertwined with artificial intelligence and mutual machine mediation and interaction, for example, is crucial in illustrating the “change of ontology”, encompassing both the interpretation and establishment of new forms of “reality” in our era.

The aforementioned Austin’s distinction, which views certain speech acts as statements about the world, and others as self-referential and even autonomous concerning linguistic, and even any other reality, and finally, in relation to the question of truth, is relevant to understandings of performance in the digital space, since they are, by assumption, performative. Therefore, in the digital universe, where language and every other expression is transposed by the media, and it is not exclusively a mechanical mediation, as one might initially think, every interaction is, in fact, performative since,

quite literally, as a media creation, it cannot have a counterpart in reality. Thus, simultaneously, Baudrillard's defined *simulacrum* is explained - as a sign without a referent, which at the same time means the abandonment of truth from the circular procedures of simulations and simulacrums.

Although not directly refer to language and aesthetics, but rather on concepts related to identity (gender) phenomena, as Erika Fischer-Lichte (Fisher-Lichte) claims in the book *The Transformative Power of Performance: A New Aesthetics* referencing the phenomenological interpretations of Judith Butler, the publication underscores the significance of the American author's comprehension, and elaborates in detail the terms 'performative' and 'performance' (Fisher-Lichte 2008: 25-37), and highlighting the similarities and differences between Austin's understanding of the performative (in its primarily linguistic use) and the same term employed by Butler in understanding identity within the framework of a "cultural philosophy" (Fisher-Lichte 2008: 26).

Further analyzing Butler's essay titled: "Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory", Fischer-Lichte emphasizes the importance of bodily acts which, according to Butler, those performative acts that constitute gender and all other identities (Fisher-Lichte 2008: 27); these acts are characterized by two features - "dramaticness" and "non-referentiality" (Fisher-Lichte 2008: 27). The property of non-referentiality is, particularly interesting and instructive for us, because it is also the basis (following Baudrillard's direction in defining the simulacrum) of the interpretation of digital, as a materialistic culture. Fischer-Lichte asserts that the differences between Austin's definition of speech acts and Judith Butler's corporeal (gender) performativity are actually subtle, with the emphasis on corporeality rather than language, rendering Butler's theory more applicable and bringing it closer to common practices and understandings (Fisher-Lichte 2008: 27).

But do linguistic, logical, "bodily" and procedural practices, which are performed in the digital environment, correspond to traditional, that is, to those modern concepts of praxis, understood in the range from Aristotle (Aristoteles) through Marx (Marx), Habermas, all the way to Freire, for whom practice entails action within a reflexive community; moreover, it includes all activities that are in a critical relationship with reality, and are therefore effective.

At first glance, one would say that today's understanding of the user's practice, realized in the digital space, does not align with any of the aforementioned paradigms - neither interaction has ethical, nor even political characteristics in the earlier sense of the word (although contemporary discourse often discusses political activism on the Internet and in the so-called social media), and not even cultural, if the scope of the concept of culture does not include literally everything that exists. Furthermore, contrary to both ancient Greek and Habermasian ideals, theory and practice today are by no means unified; numerous interactions on the Internet, in fact, are devoid of the user's awareness, and unfolding "spontaneously" or almost automatically. Consequently, it appears that the foundation of digitization, and the actions and procedures that confirm it through interaction, is exclusively economic in nature, and therefore, the entire digital sphere appears tightly bound to the prevailing capitalist socio-economic paradigm.

What kind of sociality is this, and does it possess the characteristics of culture, i.e. of such behavior within digital community/communities that could be deemed part of contemporary culture? Undoubtedly, a number of media theorists believe that in the Internet environment, by analogy with the physical world, both culture and customs (manifestations representing cultural practices on the Internet), as well as artistic projects, which most often fall under the definition - digital art, are realized (performances). Consequently, we need to explore the concept of digital culture and its relationship to performance.

First and foremost, it should be noted that theoretical reflection, on the one hand, and performances, on the other hand, historically speaking, have something in common - and that is dialogue. Namely, poetic, musical and dramatic performances (especially tragedies), as well as Socratic dialogues, form the foundation of European culture. It's understood, of course, that dance culture exists outside of this cultural research paradigm. However, cultural performances, in addition to the aforementioned artistic and discursive ones, can be interpreted much more broadly, whether it involves a return to rituals from the pre-antique era, or a spatial expansion of action to the area of the East - Asian theater, Eastern rituals and festivities (Fischer-Lichte, 2014: 113-140). In any case, the thin thread separating cultural from early artistic (theatrical) practices shows their distinction, which is historical in its character, where cultural practices are, in all likelihood, both temporally and logically older than artistic ones, and indeed precede them.

In other words, cultural practices not only precede artistic practices, they are also the foundation of performativity, which only much later extended to language, understood in the narrower sense of the term, as well as discursive dialogic forms of expression. Moreover, cultural practices recognized as foundational activities of ancient communities, including theater ones, primarily rely on non-verbal communication, which is form of interaction, it differs from dialogue, a concept typically emphasized in more mature and developed Eurocentric formed cultures. Furthermore, as Erika Fischer-Lichte emphasizes in her book *Theater and Performance Studies*, everything that has the characteristics of performativity, i.e. performance, does not necessarily belong to theater, even when it contains elements that are typical for the theater (actor, stage and audience); for example, it refers to Brecht's "street scenes", which resemble events from everyday life. (Fischer-Lichte, 2014: 181).

Overall, performance is present in all cultures; at first they were cultural, then artistic (theatrical) and linguistic performances. In recent times, there is more and more talk about digital performances, that is, about such activities that are realized in the digital space and have the characteristics of performativity.

In the digital horizon of performance, dialogue has certainly been replaced by interaction, which we do not consider an essential substitution.¹⁸ In addition, the question arises whether dialogue

¹⁸ We previously wrote about this in detail in the chapter "Dialogue culture vs. interactive communications" in the book *Philosophy of Media: Ontology, Aesthetics, Criticism*, so, for this reason, we will leave out a broader elaboration of the mentioned issue in our text (Vuksanović 2007: p.113-127).

as such is a desirable social practice, if it does not carry a critical, i.e. self-critical, potential. For example, the Freire Institute, which educates students in accordance with the author's attitude towards contemporary pedagogy (which is also one of the forms of social practice important to us), with special emphasis on poor and oppressed citizens, the concept of praxis, following Freire's glossary, determines with regard to the dialogue, but also the actions resulting from it, which are based on a critical attitude towards reality.¹⁹

In essence, dialogue, facilitated by critical thinking, should transform practice, which, in that case, is equated with problematic thinking within dialogue, and with the practical outcomes of those reflections, empowering consciousness to enact change upon reality through its activities. Therefore, according to these statements, and in the spirit of Freire's understanding, it is not enough for people to come together and talk for the purpose of acquiring knowledge about their social reality. Instead, individuals must collectively engage in action upon their environment, not only to critically reflect on reality but also to effect substantial change in order not only to critically reflect on reality, but also to significantly change it, and through further action and critical reflection.

And to summarize in the spirit of the ideas of media philosophy that we represent here. Judging by the previous observations, performances in digital media can have, in addition to language, cultural and artistic features, but they are not in any way compatible with dialogic forms of communication. At first glance, it is a paradox that arises from the fact that the performativity of the language used in digital media misses the dialogue, even though it is about activities that are basically related to language and its phenomena. Here, of course, it is not a question of some kind of misuse of language that does not lead to dialogue, but, in the best case, there is a technically mediated monologue between the two, which represents the exchange of user activities in digital media. Then, by itself, communication in digital communities is considered a form of digital culture, which, in a special way (at least conceptually and terminologically), maintains ties with culture in the traditional sense of the word. And, finally, what kind of culture is it, apart from the fact that it is media-mediated, that is, "digitalized", and what are the elements of performance in it that make it special?

In essence, it could be argued that all activities within a digitally defined framework of interaction constitute aspects of culture. Especially if it is perceived as the entirety of human achievements in reality. Furthermore, it prompts the question of whether all these activities are performative, and what distinguishes digital performativity from performance within the realm explored by performance studies.

One of the more extreme interpretations refers to the performativity that we supposedly find within digital media, and which presupposes completely new forms of internal action (the so-called intra-activity), and that between the so-called agents (whether they are of human or machine origin),

¹⁹ „It is not enough for people to come together in dialogue in order to gain knowledge of their social reality. They must act together upon their environment in order critically to reflect upon their reality and so transform it through further action and critical reflection.“, “Concepts Used by Paulo Freire: Transformational educator, pedagogical thinker and radical practitioner”, 29th November 2022, <https://www.freire.org/concepts-used-by-paulo-freire>

and on the basis of epistemological and ontological assumptions, the so-called New Materialism (New Materialism), whereby every “turn” (linguistic, cultural, etc.), historically observed, ends with the return of “matter to matter” (Barad 2003). In this context, we are talking about the so-called posthumanist performativity. In the spirit of performativity considered in this way, all digital cultures would be seen as performative, since they are basically based on digital technology, which certainly offers new possibilities for performative practices and interventions. But can performativity, in all its heterogeneous dimensions, without bypassing the action of agents, be solely reduced to the simple material basis of the digital space and the agents that confirm it? In this sense, is it enough to claim that the performativity of digital devices and algorithmic organization represent a necessary and sufficient condition for overall digital performativity, without distinction?

If things were viewed that way, every action in the digital space, regardless of its origin and purpose, would be performative by definition, and such activities (be they economic, political, cultural or artistic) would not be mutually exclusive, since is the medium itself, as a subject - the digital one, that is, in the last instance - the material one. Then the identity formula would read: $A=A$; it would be equal to the logical one, i.e. empty identity, and would not say anything about the cultural and artistic moment of interaction, which is what we care about in this text. Therefore, considered in a vulgar-materialist manner – where anything digital and material, and at the same time performative - is the so-called. digital culture, which mediates a “return to matter”, would be a mere hypostasis of a material world that mediates and interacts from the inside (technically).

Indeed, reducing all interactions in the digital realm exclusively to logical identity operations, would eliminate the “symbolic excess” that makes language language and art art, regardless of their material basis. Because, if the various interactions in the digital medium were to differ only in terms of genre, but not structurally, then any differentiation would merely be a matter of convention; and political discourse, for example, could be uncritically equated with artistic expression, and economic activities, with cultural or social discourse, since it is always a digital interactive performative space. Hence, any practice in digital media would grounded in identity-based operations, it would always confirm the same, matter as space, regardless of the “mode” of performance.

In the narrower sense, digital identity would represent “a set of information about an individual, organization or electronic device that exists online” (<https://www.techtarget.com/whatis/definition/digital-identity>). This encompasses patterns of information use, which can be “read” as performative, and are grounded in the body of information, i.e. matter. When considering identity in this context, it becomes evident that it is not merely comprised of empty transactions, and if it can be observed, not only in space, but also in time, then in that time mediation can be shown as the same, but also as different, and thus identity/identities they can manifest in different ways in time. By introducing a temporal component into body-spatial identities, they become, instead of tautological (which are constantly repeated, pointing to the same), dialectical in nature.

Art, according to our understanding, uses the digital space not only as a “material” basis (infrastructure) of its activity, similar to all other interactions but also in the context of permeation with the material, which at the same time implies a potential challenge (art is something more), it potentially builds and/or emancipates another reality and value (which is not necessarily profitable): it emerges from the relationship with the digital, and should do something different, something other. Although digital art, as Erika Fischer-Lichte claims, “destabilizes the aesthetic form of the work of art” (Fischer-Lichte 2008: 75), it remains in the realm of the material, as a particular form of materialization (“performance”). Of course, it also raises the question of the “compatibility” of the work of art, considered in the traditional conceptions, with the “materiality” of the performance (Fischer-Lichte 2008: 75). However, such (dematerialized, in the sense of “work”) art (whose foundation is digital technology) can also “produce” something non-identical, as Theodor Adorno would suggest.

If, namely, all digital cultures are, in principle, performative, their artistic value cannot simply be equated with ordinary performativity (since, supposedly, everything that is digital is performative), i.e. - it cannot be reduced exclusively to performativity, in that case there would be no difference compared to other interactions in the digital space. Dialectical mediation and struggle, in the case of art, take place in the relationship between medium (technology) and the art itself (technique / devoid of “aura”, material), whereby art rests on the logic of language games, but that logic, if it is to truly be considered art, overcomes it through dialectics. Hence, art should be something more than artificial intelligence and algorithmically organized digital space. Even when completely desaturated (a replica of Benjamin’s “Work of Art in the Era of Technical Reproducibility”/“Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit”/), it actually denies its technologically generated essence, as one of the possible material worlds of production, and through that moment of non-identity with the actualized world of the capitalist mode of production and the same rationality, as well as the relationship to itself, its own history and the aesthetic categories that confirm it, it persists as a difference - therefore, art.

But for the sake of further understanding of the relationship between digital performances and art, it is necessary to dwell a little more on the aforementioned Benjamin’s text, especially in terms of his prognostic announcement of a turn in the change of the further development of art. The development of reproduction techniques, at the turn from the nineteenth to the twentieth century, signaled a profound shift in production relations, which, it seems, experienced its full affirmation with the rise of digital technologies. Such relationships, as he observed, have encroached upon art itself. However, the observed changes, despite the radical change in artistic practice, do not yet lead to its end in Benjamin’s reading. Nevertheless, it seems that approximately a century after the publication of this text, we are witnessing the entry of the process of transformation into a new phase, caused by changes in the field of technology. Digital performances, although supposedly cultural within the context of digital culture’s development, challenge their own cultural significance by abolishing traditional references that define culture. It is a change that literally takes place on the

level of language, which is why the insistence on distinguishing between digital performances and art is not only necessary for the sake of understanding art itself, in the conditions of the development of digital reproducibility techniques, but also for defending culture rooted in humane assumptions.

We recognize the implosion of language, the result of which is the affirmation of the code, as one of the central consequences of the transformation of technique. Understood in the ancient Greek understanding of the term as man's ability, but also the knowledge to act in the world, technique necessarily presupposes a linguistic foundation. The entire historical development of technology ran parallel to the evolution of natural language, forming an inseparable relationship. By abandoning this connection, thanks to the change in production conditions, the technique is entering a post-historical development phase. This is no longer about understanding the avant-garde as software (cf. Manovich /Manovich/), but software culture as a new avant-garde.

The performativity of digital culture, in this sense, at the same time maintains and breaks ties with the historical performative, making it simultaneously present and absent. For a more complete understanding of the initiated changes, it is necessary to introduce a conceptual distinction between *digitally mediated performances*, *digitized performances* and *digital performances*.

Digitally mediated performances will be considered the realization of digital records of performances in the traditional sense of the term. Here, therefore, we are not talking about a performance that uses digital technologies in its realization, although it may refer to them on a theoretical-poetic level, or rely on them in any way at the media level. In a narrower sense, these performances could be seen as digital records, or documents, but not as performances themselves. Despite this, applying Benjamin's argumentation about the independence of technical reproduction, in this case too we can observe a certain independence thanks to which these kind of copies change their status.

The development of digital culture intensified the process of separating the copy from the original, which began with the appearance of technical reproductions (cf. Benjamin, Vuksanović, Čalović). The digital copy not only introduces the origin into new circumstances, allowing its further transformations, but at the same time becomes a performable product of digital culture. This separation is part of wider socio-historical movements by which digital culture establishes itself as independent. Throughout history, special cultural practices and related technologies have appeared as agents of cultural development, without fear that, despite possible changes in the flow, they could threaten it. However, this is not the case with digital technologies. The development of the concept of posthumanism has shifted the paradigm of cultural development, opening up the possibility of its movement independent of the connection with human civilization. The concept of culture itself, which was traditionally not possible to connect with other species, is undergoing a transformation, expanding its content to the action of the so-called. intelligent systems. The visions of posthumanism, although they do not encompass digital culture entirely, open the way for a new development that dominates of human-centric culture. The world of digital culture, therefore, is not merely a segment of broader cultural movements, but (through the establishment of software culture) also the origin of their alternative.

A digitized copy of a performance, traditionally understood, thus does not exclusively represent a document, or its *image*, but at the same time the performance itself. It is a special digital event that, within the framework of digital culture, should be understood as a performance at the level of data exchange. The original performance was not completely abolished by this, but it was reduced to the level of referential. It becomes a concept that, thanks to linguistic action, is introduced into the context of digital culture, thus forming part of a new semiological system.

Digitized performances, unlike those mentioned above, are already linked to digital culture by their origin. They arise as part of new appropriations of technological practices, but without abandoning the vision of humane cultural development. Throughout history, the emergence of new technologies was accompanied by socio-historical changes that outlined new trends in civilization. As these technological changes did not arise outside of society and social needs, their mutual influence remained inextricable. And since technological development was a part of wider social movements, it was understandable that certain achievements widened their field of acceptance, including cultural practices. Digitized performances are part of the tradition that arose from this expansion, stemming from the exploration of the expressive possibilities inherent in new technologies and their theoretical-poetic potential. The expansion of the media field for artistic and cultural expression, in addition, represents one of the central features of cultural development (remember, for example, the appearance of the potter's wheel, the technique of casting bronze, the development of printing, etc.) whose dynamics especially intensified from the middle of the nineteenth century, including and appropriation of digital technologies as a medium of artistic creation (Čalović).

Digitized performances thus continue a historical concept thanks to which new media and forms of creative expression entered the world of art. Digitized performances, as performances extended by digital technologies, including here any performance based on human action, which takes digital technologies as the medium of its own realization, in this sense, although technologically new, remain fundamentally traditional on a conceptual level. Such cultural and artistic practices remain firmly on the side of (humane) cultural development, expanding expressive means with the potentials opened by new technological development, without the danger that the field of culture itself could be destabilized.

Contrary to these tendencies, digital culture establishes a new dystopian line of development, which in terms of performativity finds its manifestation in digital performances. It is about a form that finds its origin in a particular software culture as an anti-cultural deviation of digital culture. Unlike digital culture, which still remains at the level of assumptions of human cultural development, software culture is based on the vision of creative software, which abolishes the very concept of culture in its traditional definition. Digital performances, in this sense, arise as software-initiated anti-cultural forms, that is, as performatives produced by software combinatorics, which would probably remain theoretically unnoticed if their appearance did not coincide with the spread of the ideology of posthumanism. Namely, it is a language-based performance that is autogenerated thanks to both linguistic and discursive transformations.

Here, therefore, we are dealing with a semiotic phenomenon. To explain it, we must rely on the often neglected distinction between semiotics and semiology, where semiotics, as a general theory of signs, as opposed to semiology which focuses on the role and development of signs in a social context, extends its interest to the linguistic acts of artificial systems. Going further along this line, we can conceive of digital performance, in the narrower sense of the word, as a semiotic act initiated by inhuman action, which as such has significance only in harmonizing the work of artificial systems, but which cannot be attributed any cultural significance. But here we are talking about something else. Namely, what we encounter here is a transitional structure that leaves the field of semiotics and embraces the space of social action. However, precisely at that level, this semiotic act ceases to be that, growing into a secondary semiological statement, that is, in Barthes' terms, a myth (Barthes). At this level, digital performance is and is not at the same time. It is irresistibly reminiscent of performance, but since it was created on the basis of the laws of combinatorics, its strength can still only be in mimicry.

We could oppose the above-mentioned understanding with the counterargument that humane performances also presuppose the adoption of certain patterns, figures, conventions, etc., so they themselves are in many cases of combinatorial origin. Nevertheless, they carry a higher purpose, based on the intention to convey deeper emotional and meaningful layers through the material element, which are precisely the reason for the existence of the material element. Contrary to this, digital performances, deprived of the essence that every work of art necessarily includes, remain an end in themselves. Their only goal is to use the skill of combinatorial models to get as close as possible to the material level in order to be equal to it.

We can really anticipate reaching this level of mimicry. Even at today's level of development of digital technologies, it is not incredible to imagine the possibility that a software creation, on a material level, looks exactly as it would appear if it were the result of human creative work. Despite this, without penetrating to that higher level, i.e. without understanding the physical element only as a carrier of that essence for the sake of which its creation was initiated, such creations fail to rise to the level of performance itself, precisely because they remain outside the world of art.

In this sense, digital performances can still only be understood as non-performances or entities that exist only in their connection with performances, which, again, can never become. They are not their negation, because they are not abolished by anything, but empty echoes that confirm their power. And at that level, our reading of digital performances begins by interpreting them as mythological structures. Following Barthes, digital performance could be understood as a mythological figure of software culture. At the level of its consumption, the absurdity of this phenomenon remains imperceptible, but it is the same with the figures of the bourgeois myth that Barthes talks about. However, at the level of his reading, a whole new world of meaning opens up for us. Digital performance thus becomes a clear indicator of the transformation of digital into software culture, which irresistibly resembles the former, and whose only meaning is to look exactly like something it is not.

The emergence of such linguistic structures further brings us back to Baudrillard. Although his theory of the simulacrum has attracted a lot of academic attention, one dimension of his thinking seems to have remained insufficiently noticed. It is about the question of the reason for their appearance. Why is modern social development characterized by the intensification of simulacrums? In connection with this, we can follow up with the question where does the need for non-performances come from, and in general for software-initiated non-art? To answer this, we should return to Huxley's observation that even at that time the consumption of art materials far exceeded the work of gifted artists. Bearing in mind such historical roots, it is not difficult to conclude that this is a consequence of the capture of the field of art by capitalist relations. The development of the consumer society, which emerged during the twentieth century on the assumptions of modern capitalism, brought an acceleration of the consumption of goods in all segments of social activity. Reality itself did not retreat from these processes, as Baudrillard points out, among other things, with his observations, but equally neither did art. The maintenance of these relations in their early stage of appearance could still be satisfied by the expansion of the market to the area of activity of non-talented artists - a phenomenon noted by Huxley - but for the further survival of the market growth, new solutions had to be found. With digital performance, which was visible even before the advent of artificial intelligence and creative software, a place was secured in a society based on market relations.

Getting used to the simulation mechanisms in this sense was crucial. In conditions where economic growth implies the establishment of a market that greatly exceeds the realistic possibilities of its expansion, industrially produced surrogates, in the commodity sense, become identified with their models. However, this is no longer just about the increasing exposure to works of weak artistic value, but about replacing the need for an artistic impression - the sensory one. Digital performances, although devoid of an artistic dimension, can still have a sensory effect. Just like the works of nature, these can arouse different aesthetic feelings, while remaining very clearly demarcated from the world of art. Although devoid of any emotion, consciousness and even essential intelligence, they, like natural ones, can satisfy the need for a sensory impression, which, by all accounts, compared to the need for an artistic experience, is better adapted to the economy of the needs of current economic development.

The question that inevitably arises in such circumstances is that of the future of art. In light of the intensification of consumer relations, will the need for art still exist, or will the world of art ultimately be equated with the world of sensuality? The current danger of digital performances being equated with artistic performances thus leads us to a much more serious doubt - whether in the conditions of future socio-economic relations, their development will finally give up any pretension of approaching the world of art, abolishing in that turn any need for artistic experience.

Digital performances, in this sense, achieve their full transformation only within the boundaries of the ideology of transhumanism. Alienated by their nature, they provide sense impressions devoid of any higher purpose in their traditional understanding. Based as a reflection of software

combinatorics, linguistically but not communicatively based, digital performances can still only cause fascination with combinatorics guided by statistical evaluation criteria. Their self-identity and service to the market, it seems, always already confirms this.

References:

- Barad, K. (2003). „Posthumanist Performativity: Toward an Understanding of How Matter Comes to Matter”, u: *Gender and Science: New Issues*, Vol. 28, No. 3, USA: The University of Chicago Press.
- Barthes, R. (1993). *Mythologies*, London: Vintage Books.
- Benjamin, W. (1974). *Essays*, Beograd: Nolit
- Concepts Used by Paulo Freire: Transformationaleducator, pedagogical thinker and radical practitioner*, 29th November 2022, <https://www.freire.org/concepts-used-by-paulo-freire>
- Čalović, D. (2013). „Art in the cyber environment“, *Philosophical research*, , Vol. 2, No.33. Zagreb: Hrvatsko filozofsko društvo.
- Fisher-Lichte, E. (2008). *The Transformative Power of Performance: A new aesthetics*. USA and Canada: Routledge.
- Fisher-Lichte, E. (2014). *The Routledge Introducton to Theatre and Performance Studes*. London and New York: Routledge.
- Lammin, H. 17th December 2022, <https://www.leoalmanac.org/what-are-bob-and-alice-saying-miscommunication-and-intermediation-between-language-and-code-hannah-lammin/>
- Manovič, L. „Avant-garde as software: from ‘new vision’ to new media“, (translated Tupanjac, Vladimir), Sretenović, D. ed. (2001). *Metamedia*, Beograd: Centar za savremenu umetnost
- Prensky, M. (2001). „Digital Natives, Digital Immigrants“, u: *From On the Horizon*, Vol. 9, No. 5. MCB University Press.
- TechTarget 17th december 2022, „Digital identity“, <https://www.techtarget.com/whatis/definition/digital-identity>
- Van Oort, R. (1996/1997). „Performative-Constative Revisited: The Genetics of Austin’s Theory of Speech Acts“, u: *Anthropoetics II no. 2 Fall*. California: UCLA’s first Open Access journal.
- Vuksanović, D. (2007). *Media philosophy: Ontology, aesthetics, criticism*, Belgrade: Faculty of Dramatic Arts - Institute for Theater, Film, Radio and Television, Čigoja Štampa.
- Vuksanović, D., Čalović, D. (2016), „The New Paradigm: Original and Copy in the Digital Age“, in: *Proceedings of the Faculty of Dramatic Arts*, No. 29, Belgrade: Faculty of Dramatic Arts - Institute for Theater, Film, Radio and Television

Digitalna izvođenja: problemski pristup

Sažetak

Polazeći od Austinove teorije govornih akata i razlike koja se na metajezičkom nivou uspostavlja između dve vrste iskaza: performativa i konstativa, autori sa stanovišta filozofije medija iznose stav da je u digitalnom univerzumu, gdje se jezički i svaki drugi izraz medijski transponira, svaka interakcija, ustvari, performativna, pošto i doslovno, kao medijska tvorevina ne može imati podmet u stvarnosti. Krenuvši sa stanovišta da je osnova digitaliziranja, odnosno radnji i postupaka koje ga interakcijom potvrđuju, isključivo ekonomske prirode, pa je, stoga, dakle, cjelokupni digitalni prostor vezan za vladajuću kapitalističku društveno-ekonomsku paradigmu, autori postavljaju pitanje je li u tom smislu dovoljno tvrditi da performativnost digitalnih uređaja i algoritamsko organiziranje predstavljaju nužan i dovoljan uvjet za sveukupnu digitalnu performativnost, bez razlike? Odnosno, ukoliko bi se sve interakcije u digitalnom svijetu svele isključivo na logičke identitetske operacije, ne bi postojao „simbolički višak“ koji jezik čini jezikom, a umjetnost umjetnošću, neovisno od njihove materijalne osnove. U tekstu se zaključuje da digitalna kultura uspostavlja jednu novu distopijsku liniju kulturalnog razvoja koja na planu performativnosti svoju manifestaciju dobija u digitalnim izvođenjima. Riječ je o obliku koji ishodište pronalazi u naročitoj softverskoj kulturi kao antikulturalnoj devijaciji digitalne kulture. Digitalna izvođenja, na tom nivou promatrano, u tekstu su shvaćena kao ne-izvođenja ili entiteti koji postoje tek u svojoj povezanosti sa izvođenjima, koja, opet, nikada ne mogu postati.

Ključne riječi: digitalizacija, digitalna kultura, digitalno izvođenje, filozofija medija, novi mediji, softverska kultura, umjetnost.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Karlo Kanajet

Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Hrvatska
karlo.kanajet@fpzg.hr

Characteristics of Croatian News Portals Reporting on the COVID-19 Pandemic in 2020 in the Pre-crisis Period

Abstract

Public health crisis provoked by the COVID-19 pandemic is the issue that marked 2020 the most from various angles, as well as the communication one. This paper examines media echo of COVID-19 pandemic crisis in pre-crisis time in Croatia, before the first registered case of the infection. The most important result of the performed research is that the media coverage of the analyzed news portals in critical period may be valued as credible because the media releases used multiple sources and the authorship was transparent. Group of actors that in pre-crisis gained the most visibility were politicians. Research also demonstrated that news portals emphasized numerical data concerning crisis in media releases, while explicitly marking the situation with the word 'crisis' did not occur in large-scale.

Key words: crisis communication, pre-crisis, COVID-19, news portals, media credibility.

Introduction

The COVID-19 pandemic is the event that marked the year 2020 to the greatest extent in the world. At the beginning of the year, information began to arrive through the media about a previously unknown infectious disease that initially appeared in the city of Wuhan in the Chinese province of Hubei. One of the negative consequences of globalization processes manifested itself at the moment when the wave of new cases of infection began to spread unstoppably throughout the world at high speed. The first case of infection in Croatia was recorded on February 25, in a male person who was staying in Milan (Vrabec, 2020). After that event, the curve of the increase in the daily number of infected people in Croatia gradually increased, reaching double-digit, triple-digit, and even four-digit figures in the last quarter of the calendar period of 2020. However, it should be pointed out that there was a kind of „respite“ from the pandemic in Croatia, i.e. the drop in the number of infected people that occurred with the warmer weather, one of the factors that usually favors the reduction of the transmission of infectious diseases. That's how Croatian Prime Minister Andrej Plenković pointed out during the summer that „we defeated COVID-19 in the first wave“ (Vlada.gov.hr, 2020). Regardless of the real intensity of the health threat, which varied, as well as the population's perception of it, the COVID-19 pandemic is a typical example of a crisis situation.

In general, a crisis can be defined as an emerging risk, a phenomenon that has been known for a long time, or was not noticed and occurred suddenly (Töpfer, 2006, p. 353, quoted according to Tomić and Milas, 2007, p. 140). There are many types of crises. One can talk about the difference between, for example, ecological and economic crises. Nevertheless, health crises are specific insofar as they affect the spectrum of occurrence associated with categories that, regardless of culture and heritage, are assigned the highest value - human life and health. Chen et al. (2004, p. 1984) point out that health-related risks threaten the development and security of countries. In other words, health is the base and necessary prerequisite for everything else. The crisis associated with the COVID-19 pandemic has, among other things, quite clearly demonstrated the devastating effect that the threat to health and related political moves have on the entire economy of the country, with a special emphasis on the hospitality sector.

The paper analyzes the communication aspect of the crisis related to the COVID-19 pandemic. Many actors - politicians, scientists, health workers, businessmen and others - communicated about this crisis (and still do). In addition to the analysis of the direct channels available to them for the placement of certain messages, for example through press releases, the characteristics of the communication of these actors can also be read in an indirect way, through research that focuses on the media coverage of the topic. Analysis of media content can offer an answer to the question of which group of actors was the most represented in the media. Likewise, it is possible to bring crisis communication into relationship with journalistic ethics. Crisis situations, along with media content intended for children, are topics where the highest standards of journalistic calling are expected.

The general liberalization of the availability of channels for broadcasting messages, along with numerous benefits, also brought risks of the spread of unverified information and hate speech and a kind of degradation of journalism - the issue of official licensing of persons who perform journalistic work becomes somewhat redundant in conditions where anyone who owns a mobile phone with internet access. According to research on media habits in the Republic of Croatia, the dominant medium is the Internet, which achieves even more than a double advantage compared to the medium that follows it, television (24sata and IPSOS, 2019, p. 7, cited according to Mučalo, 2020, p. 97) . The growing importance of the Internet as a means of disseminating information is greatly favored by technological progress that enables the appearance of new practical devices that have the ability to connect online. This paper focuses on news portals as the central place of information dissemination in the Internet space, whose importance in the media and advertising market, as well as in public relations, is recognized by Skoko and Vrdoljak (2018, p. 95). The paper investigates the characteristics of crisis communication in the case of the COVID-19 pandemic on Croatian news portals. The key questions on which attention is focused are which actors are the most represented in the media and to what extent news portals reflect the standards of credible journalism. The analysis is limited to the period that preceded the acute crisis, i.e. the first registered case of COVID-19 in Croatia.

The paper commences by examining crisis communication as a multi-stage phenomenon. It is shown that most crises consist of several recognizable stages. The context of the crisis caused by the COVID-19 pandemic in 2020 is then described, after which the methodology used in the paper is explained. After that, the results of the conducted research are presented. The final part of the paper is the conclusion.

Crisis communication as a phase phenomenon

Crisis communication is classified in the field of topics studied by public relations. Plenković (2015, p. 114) defines it as a process that deals with the collection of different types of data with the aim of planning strategic concepts in the domain of politics, economy, science, media and military, religious and sports issues. Coombs (2009) connects crisis communication with the response of management structures to the crisis. A crisis should be seen as the occurrence of conditions in which regular procedures are disrupted. Tomić and Sapunar (2006, p. 298) point out that the areas most susceptible to crises are air and maritime transport, railways, chemical industry, nuclear power plants, oil refining and transportation, power plants, oil and gas pipelines, mining and construction. When any large-scale industry is mentioned, one of the first vivid associations is the production plant and the daily effort of workers performing physical tasks. They are used to the usual procedure that takes place almost automatically, without much room for creative breakthroughs. Such conditions are desirable because they ensure a satisfactory degree of predictability, however, a moment of inattention is enough and things can go in the wrong direction - human error can lead to an explosion that disrupts the routine of doing work. More importantly, the very lives of workers may be at risk.

The crisis refers to the described situation. It is about a rupture that affects the previous rules. In the highly mediatized environment of the modern world, every such event usually attracts a lot of attention from journalists and other communicators. The aforementioned air transport illustrates this very well. Despite the repeated statistics that talk about automobiles as a riskier form of transport, airplanes are traditionally perceived as more dangerous for the reason that every airplane accident is, as a rule, a highly resonant case in the media that „breaks“ the rule that says that information in order to be valuable as news should to be geographically or locally relevant, so plane tragedies are reported regardless of the part of the world in which they occurred. Đuzel (2020) picks out the aviation industry as an area that is characterized by specific crisis communication. Regardless of the industry in question, today there are no stakeholders who can afford the luxury of ignoring media influence. In the modern world, the power of different media has reached the point where they can dictate trends and cause tectonic changes in politics and economics.

„The media become direct initiators of social changes, but also participate in the structure of social power. This is manifested in the fact that modern technology has made it possible for part of the media to be freed from the control of the state and big capital, and thus freed media strive for social power, and direct this power mainly in relation to politics and politicians. This, as a result changes, i.e. weakens, the previously unquestioned model of parliamentary democracy, and the media are gaining more and more social power“ (Dulčić, 2014, p. 96).

In the context of effective crisis communication, it is expedient to carry out thorough monitoring of the environment in order to spot and recognize in time all the forces that have the potential to initiate processes that will lead to problems - we are talking about -both immediate ones, which include direct threats to life and health, and “soft”, reputational risks for an organization. In crisis communication, it is strongly recommended to follow the media agenda as a source that brings useful information about trends in society, the most important topics and a type of perception. There are crises that cannot be qualified by that term until the moment the media announce them, that is, draw attention to a specific event. Such an understanding of crisis communication points to the fact that it is a layered phenomenon. Intuitively, one could assume that it only implies communication that takes place during the duration of the crisis, but this is approach is too limited.

Coombs (2015) approaches the topic of crisis communication through a three-phase model. It distinguishes between the pre-crisis period, the crisis event and the post-crisis period. Sellnow and Seeger (2013, cited according to Obrovac Lipar, 2020) interpret that in the first phase there is recognition, creation of plans and anticipation of a bad event, the crisis event implies confrontation and quick reaction, while in the post-crisis period there is a kind of relaxation and attention is focused on returning to regular functioning. Đuzel (2020) also mentions communication before the accident, communication during the accident and communication after the accident, while Griffin (2018, cited according to Klepić, Lesko, Bošnjak and Mabić, 2020) in the specific area of social networks in crisis circumstances uses the terms „prevention“, „intervention“ and „postvention“.

Certain theories go in the direction of including two more phases. Thus, Bulajić (2010, p. 87) talks about five stages of crisis: beginning, rise, peak, fall and end. For Fearn-Banks (2016, p. 4), the five stages of crisis are: detection, prevention and preparation, containment, recovery and learning. The last item is extremely important because it affects the adoption of forms that can prevent the appearance of a new crisis in the future, as well as improve the organization of work in general. To that extent, every crisis, in addition to being a threat, is also an opportunity for a breakthrough.

It is obvious that crisis situations have their own genesis. Characteristic poorly set patterns, for example unclear procedures and inadequate communication of team members in an organization, can produce dramatic consequences at the most inconvenient moment with a domino effect. Although there are indeed crises that occur at high speed and unexpectedly, for example explosions and natural disasters such as earthquakes, a deeper examination of such events leads to the conclusion that many outcomes could have been more favorable if at least some neuralgic points had been noticed beforehand.

The above is especially true in terms of information dissemination. In the light of the modern media environment characterized by communicators that multiply every day, the media's responsibility to provide timely and verified information is increasing. The research in this paper deals with media reporting in the pre-crisis period, that is, the period before the escalation of the crisis. Coombs (2015, p. 10) points out that in crisis management at that stage it is important to identify warning signs and collect information related to them, which is then analyzed. In the case of the COVID-19 pandemic, a certain period of time passed from the appearance of the first news about the new infectious disease in China to the first registered case in Croatia. The news reported by the media was followed closely, initially to a lesser extent, and then increasingly so.

The 2020 COVID-19 pandemic

News portal *Jutarnji.hr* (2020) presents a chronology related to the beginning of the crisis in the case of the COVID-19 pandemic. On January 17, 2020, the Chinese authorities announced that the viral pneumonia that started in the city of Wuhan claimed another victim. The virus itself, which comes from the SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) family, was discovered a month earlier. A week later, China began measures to contain the spread of the disease, which also appeared in neighboring countries - Taiwan, the Philippines, Thailand, Japan, Singapore and South Korea. The first case of infection was also confirmed in the USA, and Chinese President Xi Jinping warned that the country is in a difficult situation because the epidemic is accelerating (*Jutarnji.hr*, 2020).

Already in January, the World Health Organization declared an international public health threat, while in March cases of infection with the new disease were reported worldwide, which is why a global pandemic was declared (Grbeša, 2020, p. 57). The first registered case of infection with the virus in Croatia occurred on February 25 (Vrabec, 2020), and the pandemic soon became daily

headline news in print media, radio, television and the Internet. As a result of the increase in the number of infected people, in order to prevent mass gatherings of people, there were restrictions on a whole range of activities and gradually, as in many other countries, „closures“ and the transition to a „quarantine“ way of life.

Methodology

The aim of the paper is to examine the characteristics of reporting by Croatian *news* portals about the COVID-19 pandemic in 2020 in the pre-crisis period, before the first registered case of infection in Croatia. Although the pandemic was officially declared in March, i.e. after the appearance of the first case of infection in Croatia, this term is used in the paper to describe the crisis, for the reason that it precisely defines the type of public health threat in question and in whose genesis, looking retrospectively, the pre-crisis and acute phase can be clearly identified. The research questions that are the focus of the work are:

1. How was the coverage of the COVID-19 pandemic in 2020 on the *news* portals *Večernji.hr* and *Tportal.hr* during the pre-crisis period?
2. During the pre-crisis period, which group of actors were the most represented in the reporting of the *news* portals *Večernji.hr* and *Tportal.hr* on the COVID-19 pandemic in 2020?
3. To what extent did the *news* portals *Večernji.hr* and *Tportal.hr* in reporting on the COVID-19 pandemic in 2020 in the pre-crisis period insist on labeling the situation as a crisis?

In the challenging times of the crisis, the role of ethical media reporting is further emphasized. Vilović (2003, p. 963) sees responsibility as the basis of the ethics of journalistic profession. Elementary ethical standards of quality journalism include signing the published content, as well as citing sources. In addition, it is extremely important to ensure the greatest possible degree of objectivity through pluralism, i.e. to approach the topic from different points of view. In crises, including the period before the actual escalation, the intensity of experiences increases, emotions are also present, and confrontations often occur between groups representing their interests. In a public health crisis such as a pandemic, three basic groups of actors can be identified: politicians, scientists and health professionals.

In this paper, the term politicians is understood as government representatives such as prime ministers, presidents, ministers and mayors. Scientists represent people employed at various institutes and faculties, while the term health workers means doctors (including epidemiologists) and other medical personnel and hospital directors. The specific crisis related to the COVID-19 pandemic, in its later development, has given rise to another significant stakeholder group - businessmen dissatisfied with the restrictive measures that affect their business. Finally, understanding the seriousness of the situation is sometimes conditioned by an apparently prosaic category, language. The media has a responsibility to call a spade a spade, as renaming can in some cases be seen as a misleading strategy (Jugo, 2012, p. 196).

The paper uses the quantitative-qualitative method of content analysis. According to Berelson (1952, cited in Dragojević, Kanižaj and Žebec, 2004, p. 99), content analysis is a „research technique of objective, systematic and quantitative description of the manifest content of means of communication“. It is a method that is used to determine the relevant features of a media text by collecting numerical indicators related to the analyzed material, and in addition to examining the most important qualitative determinants that can be used to draw valid conclusions. The unit of analysis is the media publication of the news portal. Each of the analyzed media publications was assessed against a re-defined matrix containing relevant categories that are important for the subject of the research. The news portals Večernji.hr and Tportal.hr were selected for analysis, which in the critical period were among the most read in Croatia based on the number of „unique users“ (Rating.gemius.com, 2020). The algorithm of „unique users“ refers to „the number of individuals who visited a certain website during the analyzed period, regardless of the frequency of visits to that website, the number of devices, or cookies used, with which they visited that page or the duration of their visits“ (Skoko and Vrdoljak, 2018, p. 87).

News portal Večernji.hr recorded 1,860,268 „unique users“ in January 2020, and 1,807,321 in February of the same year. At the *news portal Tportal.hr*, 1,807,957 or 1,728,246 „unique users“ were recorded in the same time period. These are *news* portals that bring relevant news from Croatia and the world every day and that are not owned by the same media entity, therefore they are guided by different editorial policies and attract an audience of various ideological values. The analysis includes publications found by searching for the keyword „coronavirus“, from January 1, 2020 until the publication reporting the first case of COVID-19 infection in Croatia on February 25. The sample consists of a total of 588 media announcements, 253 on the *news portal Večernji.hr*, and 335 on the *news portal Tportal.hr*.

The results

Credibility of the media

The information needs of the parties involved, as well as interested observers, in a crisis are twofold. Negative news traditionally generates more publicity. In human psychology, a known mechanism is present that directs attention towards situations that represent a change in the *status quo*, the introduction of some new dynamics. Burić (2009, p. 532) points out that events such as serious murders, crimes, violence, economic affairs and personal dramas of prominent individuals and suicides represent content that dominates the news. Journalists often deal with negative topics in a targeted manner according to the principle that the story is presented in sequels, which, in addition to showing fresh interesting elements, also means a greater chance that more readers, viewers and listeners will come into contact with the media release. On the other hand, the often invoked function of the media as a corrective in relation to other actors in times of crisis can be especially confirmed or denied.

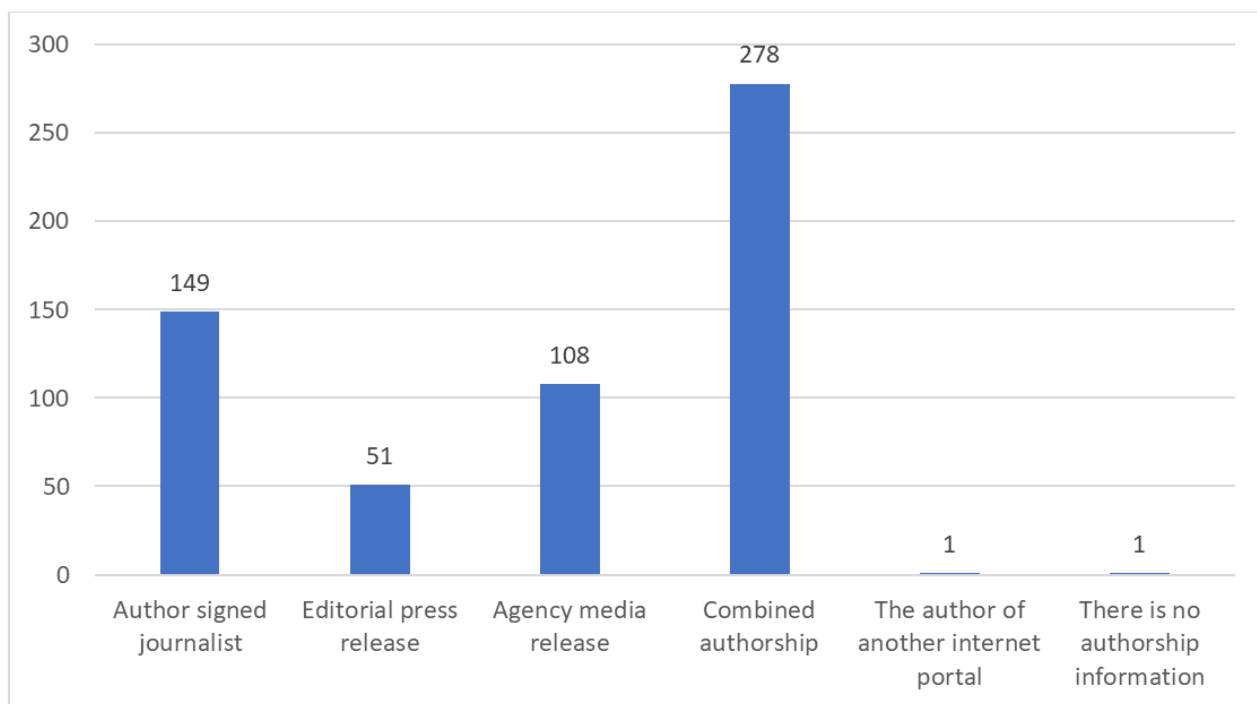
First of all, ethical and timely journalism is extremely important because people deal with a limited amount of information. In addition, contemporary trends that characterize the global media scene include *fake news* phenomena that introduce uncertainty into categories such as truth, clarity, precision, groundedness, context and credibility. In unstable times, there is a logical and understandable need for an „information sanctuary“, a safe place where you can get valid data that determines opinions and behaviors.

„It is crucial to properly inform people what exactly is happening so that they can understand the situation in which the role of the media, which has great power in informing and educating people, creating desirable attitudes and behaviors necessary in dealing with crisis situations and in promoting mental health, is extremely important“ (Babić and Babić, 2020, p. 26).

Instead of the concept of ethical journalism, but by no means in conflict with it, this paper uses the concept of media credibility. The key principles of credibility, according to Gavranović (2009, p. 127), are transparency, truthfulness and authenticity. In the domain of journalism, transparency and authenticity imply the unequivocal possibility of establishing a correlation between the content presented and its authorship. Every media text intended for a wide audience is a type of individual and collective representation of journalists and their editorial staff. This should be especially taken into account in the current conditions of fragile intellectual property. The principle of truthfulness is somewhat more problematic because, as stated by Vreg (2007, p. 174), „the problem is not only in the interpretation and selection of journalists, but in the representation of reality and the social role of the media and journalists“. In other words, it is clear that the „raw“ data processed by the journalist, for example statistical indicators, must be true, but even their simple interpretation is subject to a certain amount of subjectivity. Therefore, more and more people are talking about honesty as a substitute for the hard-to-achieve ideal objectivity. Honesty is primarily reflected through balance in the sense of the opportunity for multiple sources to have the opportunity to achieve visibility in the final journalistic work that is marketed to the public.

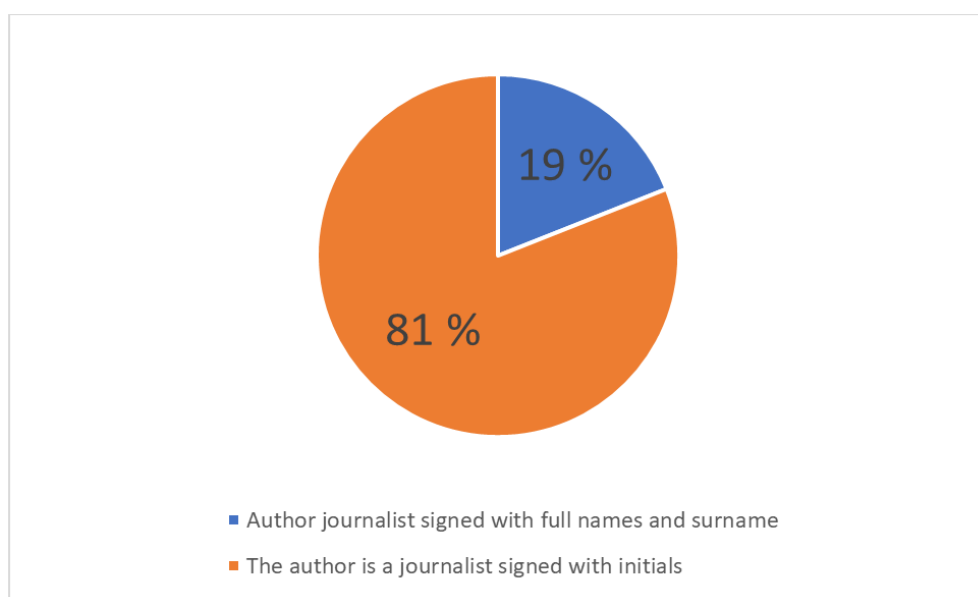
As for the authorship of media announcements, overall looking at the two *news* portals analyzed (Figure 1), *Večernji.hr* and *Tportal.hr*, it is evident that combined authorship dominates. This means that media releases are signed by the author, journalist and some other source, several journalists, or for example the editorial office and the news agency (Hina). In terms of frequency, they are followed by the signature of one journalist as the author of the agency announcement, while 51 media announcements are editorial. In the analyzed period, *Večernji.hr* had one media publication in which the authorship was not stated, and on the same *news* portal, in one media publication, the Internet portal *Poslovní.hr* was listed as the author.

Figure 1. Authorship of a media publication on the news portals Večernji.hr and Tportal.hr (N=588)



In the case where one journalist is the author of the media announcement, certain differences can be observed between the analyzed *news* portals. So *Večernji.hr* in all such media announcements, with one exception, uses a model according to which the journalist is signed with his full name and surname. On the other hand, on the *news* portal *Tportal.hr*, journalists sign with their initials (Figure 2).

Figure 2. Signing of a journalist as the author of a media announcement on the *news* portal *Tportal.hr* (N=93)

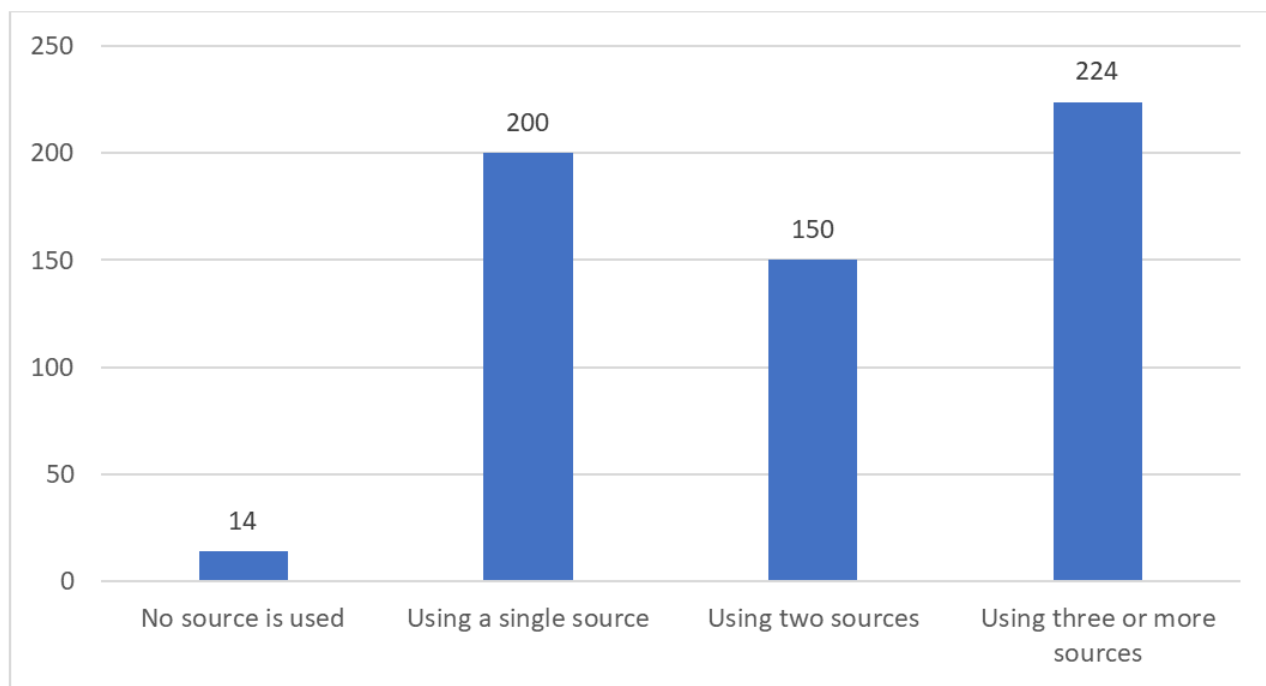


It should also be pointed out that in the total number of analyzed media publications, in terms of authorship, the category editorial media publications and media publications originating from the news agency (Hina) refer only to *Večernji.hr*. In other words, on the *news* portal *Tportal.hr*, media publications in the observed period are signed either by the author or the journalist, or it is a matter of combined authorship. Considering the fact that in the analyzed *news* portals only in the case of one media publication the author is not mentioned, it can be said that the principle of transparency was respected in the pre-crisis communication regarding the COVID-19 pandemic. If it were to be viewed as an individual component, one could speak of complete authenticity if there were media publications in which the author appears as an individual journalist signed with his full name and surname. Although in some cases it is inevitable due to the functional organization of work, editorial authorship represents a kind of diffusion of responsibility towards the produced content. However, the specific pre-crisis context in the circumstances of the development of the COVID-19 pandemic should be taken into account.

Given the seriousness of the topic in question and the potential consequences of misplaced information, it is not surprising to find that *news* portals have taken a more cautious approach. For this reason, the item of authorship is in most cases in the analyzed period a combined category. In light of the dominance of new media, which Kovačić and Baran (2018) describe as the initiators of new methods of manipulation, where individuality is expressed but also problematic (due to the possibility of using fake names in virtual space), it seems that in times of crisis, elements are more often reached for “old school” journalism - relying on news agencies to obtain verified information. A similar, more “cautious” pattern is visible in the use of sources.

In the search for truth, which in a radically skeptical sense represents the interpretation of the ultimate recipient of a media message, one of the general places of journalistic credibility is contained in the legal principle of *audiatur et altera pars*, that is, the use of multiple sources. When it comes to a crisis caused by a completely new phenomenon, such as a previously unknown infectious disease, it seems that the media has no choice but to serve as a platform where numerous, of course relevant, sources will get an opportunity for visibility. Out of the total number of analyzed media publications, in the largest number of cases three or more sources appear in the text (Figure 3).

Figure 3. Citation of sources in media announcements on news portals Večernji.hr and Tportal.hr (N=588)

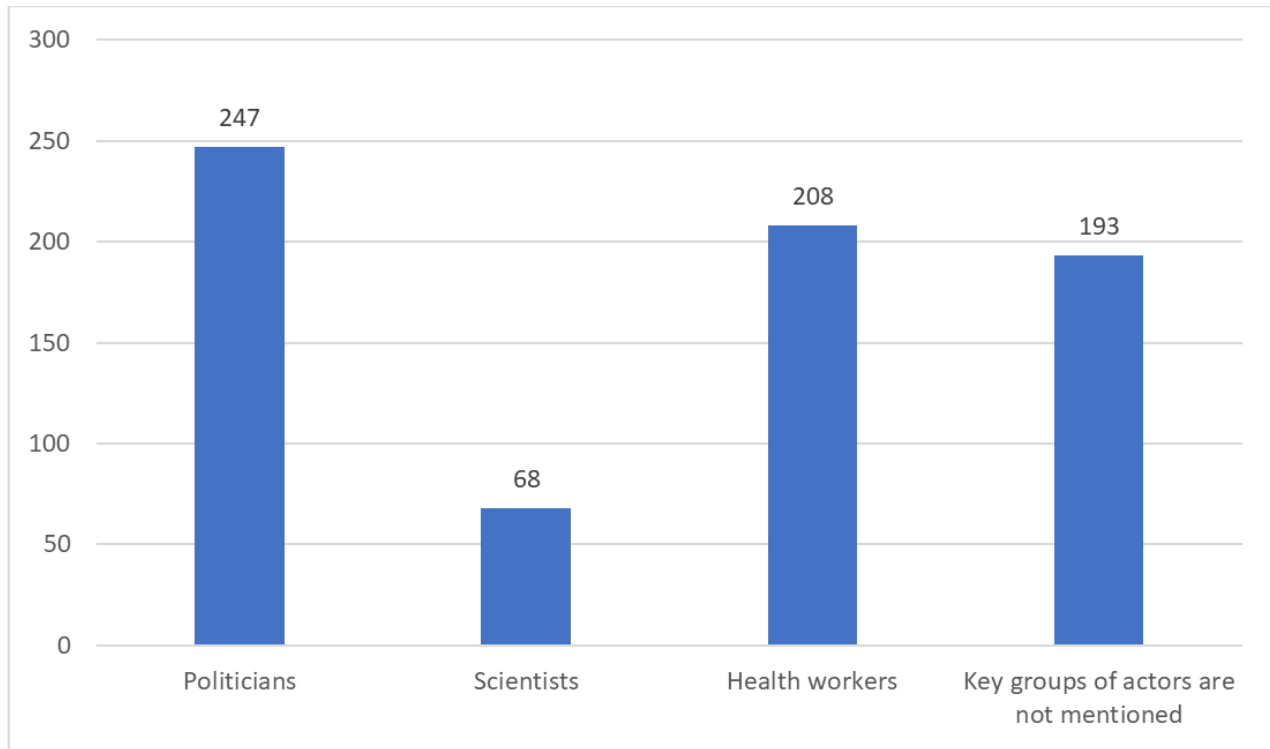


In slightly more than 2% of analyzed media publications, the source is not used. Seen individually, *Večernji.hr* relied on three or more sources in the largest number of media publications, while *Tportal.hr* cited one source. The explanation for that finding could be in the fact that *Večernji.hr* belongs to a business conglomerate that unites several media, Styria Media Group, and therefore has a greater possibility of “network expansion” in the field, that is, access to relevant sources. As pointed out by Gans (1980, p. 117-124, cited according to Poler Kovačić, 2005, p. 14), the success of journalists in finding sources depends on four interrelated factors: value, power, the ability to obtain appropriate information, and geographical and social proximity. On the other hand, the increased share of one source in the media release could be the result of the gradual profiling of key actors who participated in crisis communication regarding the COVID-19 pandemic as the development of events became more and more dynamic.

Key actors

The COVID-19 pandemic as a key global topic in 2020 has, as expected, attracted political attention. Although it is only one of many public policies, health policy has great social significance and is the subject of many public discussions, as well as everyday life decisions (Zrinščak, 2007, p. 193). The great interdependence of politics, healthcare and the economy was demonstrated in the acute phase of the crisis caused by the COVID-19 pandemic. In the pre-crisis period, in the analyzed media publications, the most frequent references refer to politicians (Figure 4). Health professionals follow, while scientists are the least represented.

Figure 4. Reference to key groups of actors on the *news* portals *Večernji.hr* and *Tportal.hr* (N=588²⁰)



If the analyzed *news* portals are observed in particular, it is an interesting finding that *Večernji.hr* mentions politicians and health workers in equal proportions - both groups of actors appear in 109 media announcements. As the crisis became more and more serious, it was necessary to make certain political decisions, and the engagement of healthcare workers who had direct contact with patients and potentially infected persons increased. The scientific community, due to the characteristic distance it demonstrates in some cases, as well as for other reasons, can hardly match the world of politics in terms of media visibility even under regular conditions. According to the results of the research, it seems that in the pre-crisis this dichotomy was even more pronounced, and in the acute crisis that occurred after the first registered case of infection in Croatia, certain members of the scientific community and political actors entered into open conflict.

Looking individually, Prime Minister Andrej Plenković and Minister of Health Vili Beroš have been identified as the most important political actors in Croatia. The results of the research show that the first man of the executive power did not achieve great media visibility (Figures 5 and 6).

²⁰ In some of the analyzed media publications, there are no references to key groups of actors, while in some, one, two or all three key groups of actors are mentioned

Figure 5. Reference to Prime Minister Andrej Plenković in a media release on the *news* portals *Večernji.hr* and *Tportal.hr* (N=588)

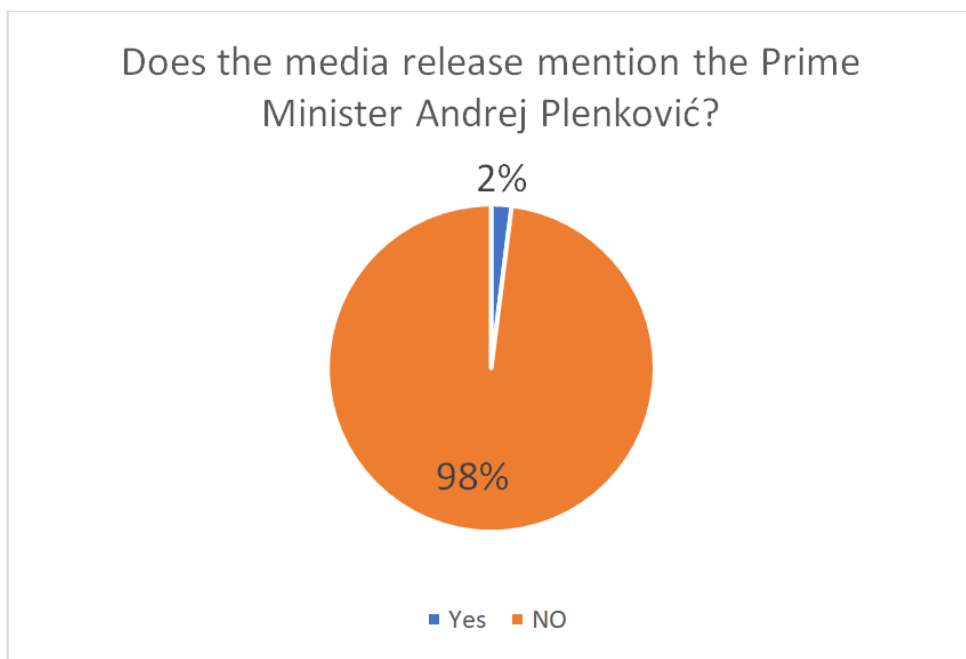
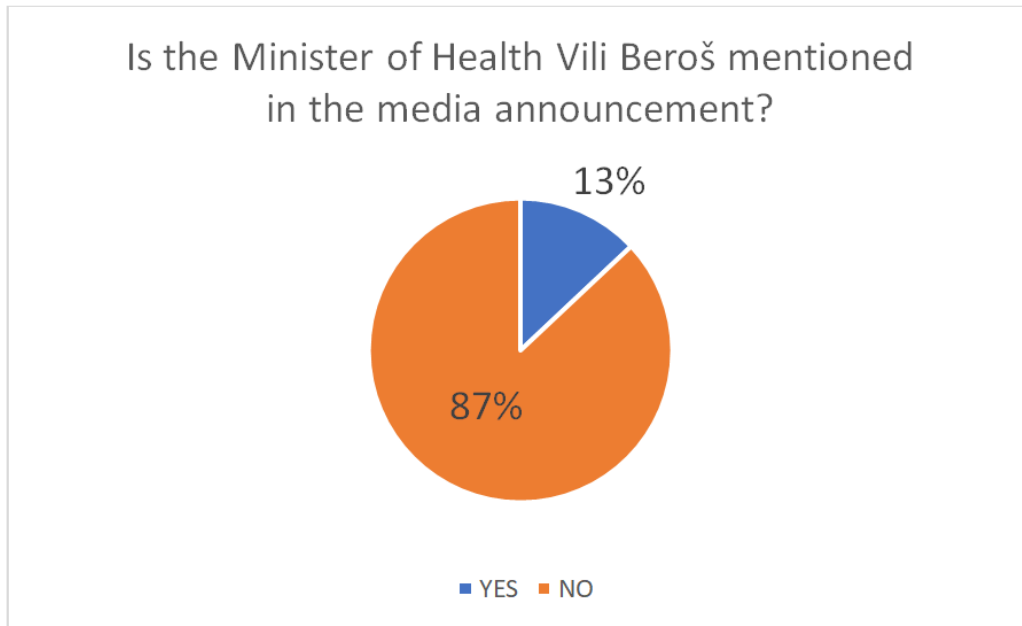


Figure 6. Reference to the Minister of Health Vili Beroš in a media release on the *news* portals *Večernji.hr* and *Tportal.hr* (N=588)



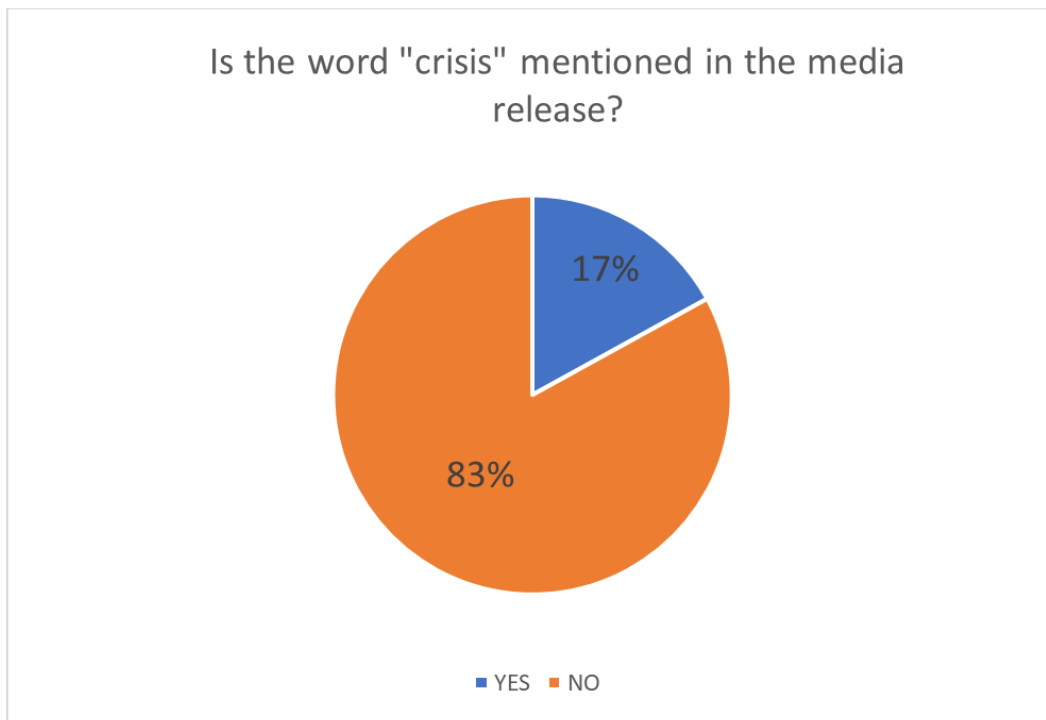
It seems that in the pre-crisis period, while the threat could still be suspended, the role of leader was delegated to hierarchically lower structures. The behavior and communication of the first person of an organization or state is extremely important in crisis situations. His presence and effective moves are expected. Tomić and Glavač (2019) refer to symbolism, which is important in raising

morale among people. On the other hand, the true skill of quality leaders is reflected in a prudent assessment of the real level of threat that a specific crisis represents. As emphasized in the paper, the crisis is a phase phenomenon. Proactivity is certainly desirable, but luckily sometimes a truly minor problem does not reach crisis proportions, and greater damage can be caused by unnecessary panic that has been triggered. As in many other fields, the quality of performance depends on experience and the ability to see problems from multiple perspectives.

Marking the situation as a crisis

The correct use of language in crisis communication has at least two roles. Labeling a phenomenon as a crisis clearly suggests the extent of the danger that threatens. Also, for persons who may be affected by the crisis, conditions must be ensured in which instructions on expected behavior are issued in a clear and comprehensible manner. The public health response, for example, to threats from biological and chemical weapons implies relevant guidelines and manuals (Kello, 2003, p. 145). Of the 588 analyzed media announcements, 98 (17%) of them mention the word crisis, through the designation of the situation related to the COVID-19 pandemic and the establishment of the Civil Protection Headquarters of the Republic of Croatia (Figure 7).

Figure 7. Mention of the word “crisis” in media announcements on *news* portals *Večernji.hr* and *Tportal.hr* (N=588)



The mentioned finding indicates that language alternatives were used to a greater extent to indicate a crisis situation. Some of the typical examples that appeared on the analyzed *news* portals on January 30 are listed in Table 1.

Table 1. Examples of language alternatives for the term “crisis” in media publications

<i>News portal</i>	Date of media release	An example of a language alternative for the term “crisis”
<i>Večernji.hr</i>	30.01.2020.	“global danger”
<i>Večernji.hr</i>	30.01.2020.	“international state of emergency”
<i>Tportal.hr</i>	30.01.2020.	“shock”
<i>Tportal.hr</i>	30.01.2020.	“challenge”

Finally, the use of numbers in the context of the crisis is important primarily for the reason that the scientific discourse suggests, that is, grounding and verifiability. Various numerical indicators create a basis for making certain claims, as well as justifying the measures taken. The COVID-19 pandemic is an example of a crisis where the numbers that appeared in the public space related to statistics on infected, deceased and tested persons, as well as indicators related to the economy and the state of volatile capital markets (Table 2). The results of the conducted research show that in the pre-crisis period, the use of numbers was present in more than 2/3 of the analyzed media publications, and in the *news* portal *Večernji.hr* in almost 3/4 of the analyzed media publications (Figures 8, 9 and 10).

Table 2. Examples of the use of numerical indicators in media announcements

News portal	Date of media release	An example of the use of numerical indicators in the context of the crisis caused by the COVID-19 pandemic
<i>Večernji.hr</i>	14.02.2020.	“Compared to the same period last year, the number of cars of all brands, delivered to Volkswagen’s most important single market, fell by 11.3 percent. In total, VW delivered 343,000 vehicles to China in January. The decline in Chinese deliveries was also reflected in the overall figures, which showed 5.2 percent fewer cars delivered globally - a total of 838 thousand cars” (Večernji.hr, 2020).
<i>Večernji.hr</i>	15.02.2020.	„According to the latest data, the coronavirus killed 1,523 people in China and infected more than 66,000 of them. The new strain of the virus has spread to more than 20 countries, but the vast majority of those infected and almost all of them died in China” (Večernji.hr, 2020).
<i>Tportal.hr</i>	07.02.2020.	“The foundation of Bill Gates and his wife Melinda promised on Thursday to give 100 million dollars for the global response to the epidemic of the new coronavirus, from which almost 500 people have died so far” (Majetić, 2020)

Figure 8. Mention of numerical indicators in media announcements on *news* portals *Večernji.hr* and *Tportal.hr* (N=588)

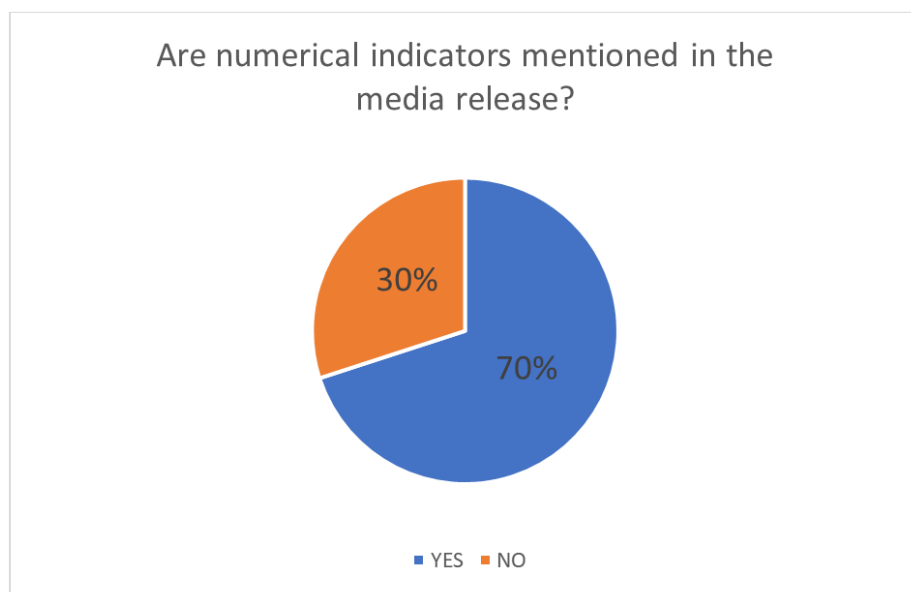


Figure 9. Mention of numerical indicators in a media announcement on the *news* portal *Večernji.hr* (N=253)

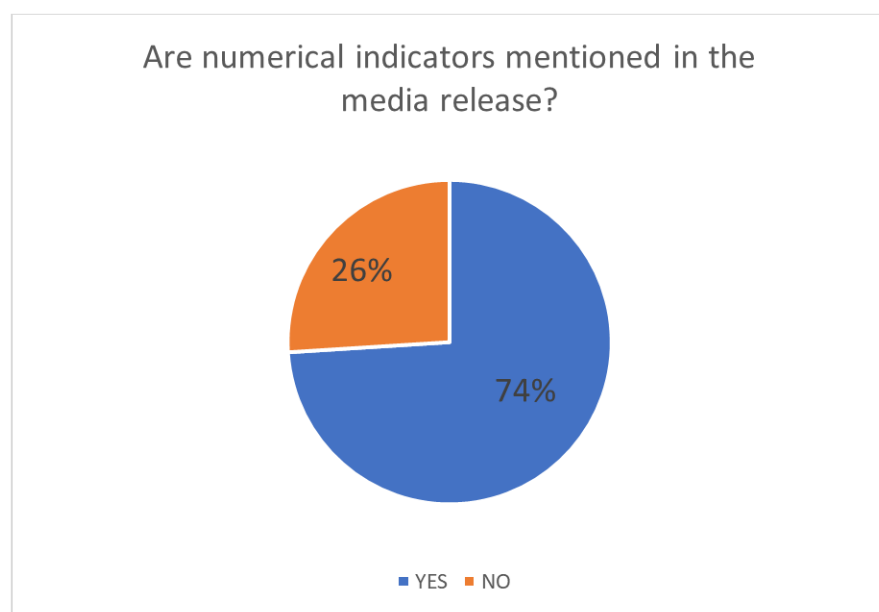
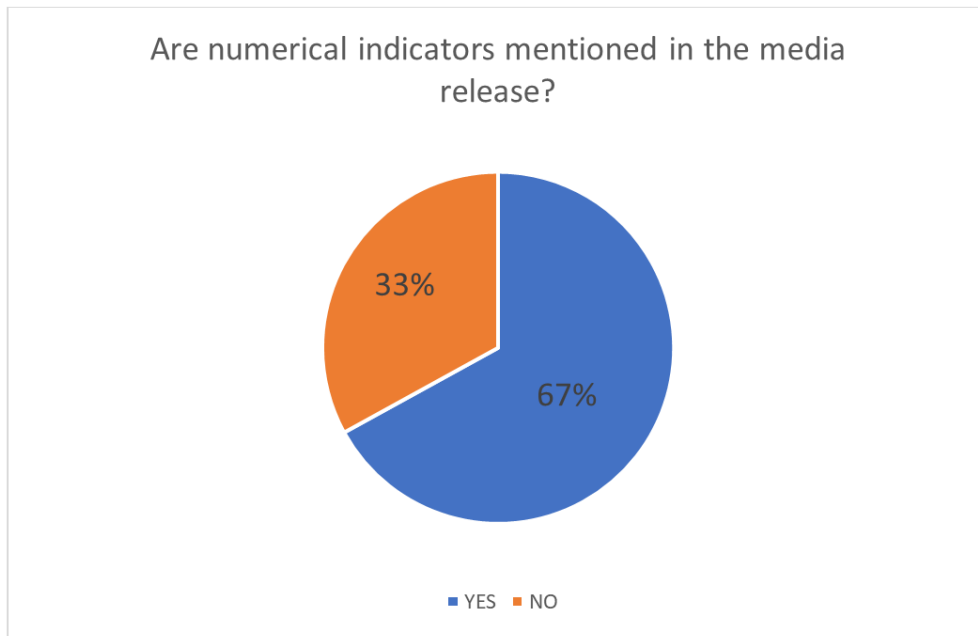


Figure 10. Mention of numerical indicators in a media publication on the *news* portal *Tportal.hr* (N=335)



Conclusion

Crisis communication is a branch of public relations that deals with communication aspects related to crises, situations in which difficulties caused by various reasons disrupt normal processes in business, politics and society in general. There are threats that are remedied in time and do not grow into large-scale crises, but in retrospect, in numerous examples of crises, they have a clear genesis - the initial problem of a limited scope grew larger until it escalated. Therefore, crises can be described as phenomena consisting of at least three parts: pre-crisis, acute phase and post-crisis. This paper deals with the pre-crisis period of the public health crisis associated with the COVID-19 pandemic that marked the year 2020. The paper explores crisis communication through the prism of media coverage of the topic on Internet *news* portals, means of information that, due to rapid technological development and modern mobile forms of organization of private and business life, are gaining more and more importance. In crisis conditions, for the purpose of disseminating reliable information, the standards of credible journalism have a special value. In addition, the work investigates which group of actors achieved the greatest visibility in the media regarding the COVID-19 pandemic.

In summary, the analysis of media coverage of news portals *Večernji.hr* and *Tportal.hr* in the pre-crisis period can be assessed as credible due to the use of multiple sources and transparency in terms of authorship. Combined authorship dominated media publications. This means that authorship is attributed to a journalist and another actor, for example a news agency, or several

journalists are working on the story. This finding leads to the conclusion that convergence trends are not significantly expressed in the crisis communication of *news* portals. Instead, recent trends in newsrooms worldwide, due to improvements in the technical competence of journalists themselves and difficulties related to media financing that lead to cost reductions and workforce reductions, are moving in the direction of an increase in the proportion of journalists who operate on a freelance basis and independently perform various aspects of journalistic work. It seems that the public health crisis as a topic for the organization of journalistic work means reuniting and collective work on the same story with the division of work, as well as relying on the reports of news agencies, media actors who until recently were forecasting a gloomy future due to sluggishness and the inability to follow modern trends, especially expressed if they are state-owned.

The authenticity of journalistic content certainly depends on the number of media publications that are signed with the full name and surname of the journalist who worked on them. Considering the initiatives that are moving in the direction of better regulation of the online space, especially regarding the comments that appear on social networks, positive developments can be expected in the near future in terms of the absence of doubts regarding the question of who should be responsible for the written word. In addition to the sovereign authority as the prescriber of norms, an indispensable and even more important item in this sense refers to appropriate self-regulation that monitors all changes in the media market and acts proactively in the direction of a satisfactory level of „hygiene“ of public space. Nevertheless, the unique circumstances of the beginning and development of the crisis caused by the COVID-19 pandemic in a remote part of the world offer a kind of alibi, that is, a justification for a more cautious approach toward media content authorship. In crisis situation certainly means circumstances in which the diffusion of responsibility regarding authorship may not be viewed as overly problematic. The research shows that collectivity in the sense of authorship of media announcements is also monitored in the source segment. The majority of media publications included three or more sources. In slightly more than 2% of the content, the source could not be identified, which is an extremely satisfactory percentage that testifies to how the news portals in this case truly served as a platform that follows *audiatur et altera pars* thinking.

As for the actors who achieved visibility in the pre-crisis period, the research identified three most important groups - politicians, health workers and scientists. Given the representation it has in the media even under normal circumstances, it is not surprising to find that politics dominated in this situation as a whole. Nevertheless, on the news portal *Večernji.hr*, health care workers joined politicians in equal proportion in terms of visibility. The most significant individual political actor, the research showed, was the Minister of Health Vili Beroš, who was referred to in the media more than five times more than Prime Minister Andrej Plenković.

Future research could explore the role of a political leader such as a prime minister during the acute phase of a crisis. Finally, the research found that the analyzed news portals explicitly used the word „crisis“ in 17% of cases in the pre-crisis period. Research that may be undertaken in the future may

also explore this issue in the context of the acute phase of the crisis. The paper led to the finding that in the pre-crisis „construction“ of the media story related to the COVID-19 pandemic, the role of numerical indicators that point to seriousness and scientific discourse was important. Such a result suggests that media audiences came into contact with quality information on the basis of which they could form attitudes regarding the crisis situation.

References:

- Babić, D. i Babić, M. (2020) How to save yourself from stress during the corona pandemic , *Zdravstveni glasnik*, 6 (1), p. 25-32.
- Bulajić, M. (2010) Crisis communication, *Medix: specialized medical bimonthly*, 16 (87/88), p. 87-88.
- Burić, J. (2009) Mass media as subjects of manipulation. Ethical values against the “trendy market culture” of manipulating violence, accidents and crimes, *Obnovljeni Život*, 64 (4), p. 531-543.
- Chen, L., Evans, T., Anand, S., Boufford, J. I., Brown, H. i Chowdhury, M. (2004) Human resources for health: overcoming the crisis, *The Lancet*, 364 (9449), p. 1984-1990.
- Coombs, W. T. (2015) *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*, DC: SAGE, Los Angeles and Washington
- Dragojević, S., Kanižaj, I. i Žebec, I. (2004) Media analysis of selected newspapers on the subject of foreign entrepreneurs in Croatia, *Društvena istraživanja*, 13 (1-2) (69-70), p. 97-122
- Dulčić, D. (2014) Mass media and postmodern society, *Media, culture and public relations*, 5 (1), p. 87-97.
- Đuzel, M. (2020), Characteristics of crisis communication in the aviation industry, *South Eastern European Journal of Communication*, 2 (1), p. 25-35.
- Fearn-Banks, K. (2016) *Crisis Communications: A Casebook Approach*, Routledge, New York and London
- Gavranović, A. (2009) Credibility - the basis of media activity, *MediAnali*, 3 (6), p. 121-132.
- Grbeša, M. (2020) Communicating about the COVID-19 pandemic: media coverage of headquarters and the use of persuasion strategies in Croatia, *Anali Hrvatskog politološkog društva*, 17 (1), p. 57-78.
- Jugo, D. (2012) *Public relations strategies*. Zagreb: Profil - Novelti millenium, Zagreb
- Kello, D. (2003) Public health preparedness of European countries for chemical accidents, *Arhiv za higijenu rada i toksikologiju*, 54 (2), p. 145-152.

- Klepić, Z., Lesko Bošnjak, L. i Mabić, M. (2020) Social networks and crisis communication, *South Eastern European Journal of Communication*, 2 (1), p. 37-46.
- Kovačić, S. i Baran, T. (2018) New media – a generator of new manipulation techniques , *Hum*, 13 (19), p. 271-294.
- Mučalo, M. (2020) Commercial FM radio in the context of Croatian media policy, *Medijske studije*, 2 (21), p. 87-103.
- Obrovac Lipar, S. (2020) Crisis communication on the example of Catholic universities, *South Eastern European Journal of Communication*, 2 (2), p. 67-75.
- Plenković, M. (2015) Crisis communication, *Media, culture and public relations*, 6 (2), p. 113-118.
- Poler Kovačić, M. (2005) Journalists and their sources: the role of media relations in managing access to press releases, *Medijska istraživanja*, 11 (1), p. 9-31.
- Skoko, B. i Vrdoljak, N. (2018) The actual reach of news portals - the relationship between readership, credibility and influence, *Hum*, 13 (19), p. 79-97.
- Tomić, Z. i Glavač, K. (2019) Political Leadership, *South Eastern European Journal of Communication*, 1 (1), p. 9-20.
- Tomić, Z. i Milas, Z. (2007) Strategy as a response to the crisis, *Politička misao*, 44 (1), p. 137-149.
- Tomić, Z. i Sapunar, J. (2006) Crisis communication, *Hum*, 1, p. 298-310.
- Vilović, G. (2003) Investigative journalism, tabloidization and ethics , *Društvena istraživanja*, 12 (6) (68), p. 957-974.
- Vreg, F. (2007) Media theories and reality, *Informatologia* 40 (3), p. 173-179.
- Zrinščak, S. (2007) Health policy of Croatia. In the vortex of reforms and contemporary social challenges, *Revija za socijalnu politiku*, 14 (2), p. 193-220.

Internet sources:

- Coombs, W. T. (2009) Crisis Communication, *The International Encyclopedia of Communication* [online], <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781405186407.wbiecc156> (accessed:10th December 2020)
- Gemius.rating.com (2020) [online], <https://rating.gemius.com/hr/tree/8> (accessed:13th December 2020)
- Jutarnji.hr (2020) *Detailed chronology of the new coronavirus pandemic: How, day by day, the world closed down and sank into a global recession.* [online], <https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/detaljna-kronologija-pandemije-novog-koronavirusa-kako-se-iz-dana-u-dan-svijet-zatvarao-i-tonuo-u-globalnu-recesiju-10266286> (accessed:11th December 2020)

- Majetić, V. (2020) Here's who Bill Gates will give \$100 million to fight the coronavirus, *Tportal.hr*, 7th February [online]., <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/evo-kome-ce-bill-gates-dati-100-milijuna-dolara-za-borbu-protiv-koronavirusa-foto-20200207> (accessed: 27th December 2020).
- Večernji.hr (2020) *The head of the WHO on the coronavirus: It is time for solidarity, not for politicization.* [online]., <https://www.vecernji.hr/vijesti/sef-who-a-o-koronavirusu-vrijeme-je-za-solidarnost-a-ne-za-politiziranje-1379478> (accessed 27th December 2020)
- Večernji.hr (2020) *Volkswagen's deliveries to China dropped sharply due to the coronavirus and the New Year holidays.* [online]., <https://www.vecernji.hr/auti/volkswagenove-ispоруke-u-kinu-naglo-pale-zbog-koronavirusa-i-novogodisnjih-praznika-1379268> (accessed 27th December 2020)
- Vlada.gov.hr (2020) *Plenković for VL: We defeated COVID-19 in the first wave, reactivating the economy also means opening borders.* [online]., <https://vlada.gov.hr/vijesti/plenkovic-za-vl-pobijedili-smo-covid-19-u-prvom-valu-reaktiviranje-gospodarstva-podrazumijeva-i-otvaranje-granica/29832> (accessed 9th December 2020)
- Vrabec, V. (2020) First confirmed case of coronavirus in Croatia, *Telegram.hr*, 25th February [online]., <https://www.telegram.hr/politika-kriminal/potvrden-prvi-slucaj-koronavirusa-u-hrvatskoj/> (accessed 9th December 2020)

Obilježja izvještavanja hrvatskih news portala o pandemiji COVID-19 u 2020. godini u pretkriznom razdoblju

Sažetak

Javnozdravstvena kriza izazvana pandemijom virusa COVID-19 događaj je koji je u najvećoj mjeri obilježio 2020. godinu s različitih aspekata, pa tako i onog komunikacijskog. U radu se istražuje medijski odjek krize izazvane pandemijom virusa COVID-19 u pretkriznom periodu u Hrvatskoj, prije prvog registriranog slučaja zaraze. Najvažniji rezultat provedenog istraživanja je: kako se izvještavanje odabranih news portala u analiziranom periodu može ocijeniti vjerodostojnim iz razloga što se u medijskim objavama koristilo više izvora te je autorstvo bilo transparentno. Skupina aktera koja je u pretkrizi u medijskim objavama ostvarila najveću vidljivost bili su političari. Istraživanjem je također utvrđeno kako je u medijskim objavama news portala naglasak stavljen na brojčane pokazatelje u kontekstu krize, dok eksplicitno označavanje situacije putem riječi „kriza“ nije bilo zastupljeno u većoj mjeri.

Ključne riječi: *krizna komunikacija, pretkriza, COVID-19, news portali, vjerodostojnost medija.*



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Dario Terzić

Visoka škola za turizam i menadžment, Konjic, Bosna i Hercegovina

dariobrel@yahoo.com

Boja kao identitet

Sažetak

Što je to identitet, što mi to uistinu vidimo, a što je tek samo pričinja (hayal)? Stari su Egipćani pojam **boja** i pojam **biće** označavali istom riječju (iwen). Za ovaj drevni narod riječ boja označavala je ljude, bića, karakter. Kako bi se Božanstvu dala dodatna snaga i naglasila njegova zagonetnost, tada bi se govorilo da je to božanstvo neke čudne, neodređene boje. Odavno nas pokušavaju zatrovati političkom antropologijom - još od srednjeg vijeka, riđokose osobe su zvali i „prokleti crveni“, Kineze danas nazivaju „mali žuti“ itd. Strah nas je od onih koje zovemo mali i zeleni, a koji su tu „negdje izvan planeta“. Autori stripova kao po dogovoru biraju boje kojima će biti predstavljeni negativni likovi u priči. U digitalnom vremenu i boja i biće dobivaju neke nove identitete. Što je humanost i koliko nijansi danas ona ima?

Ključne riječi: boja, identitet, humanost, vizualnost, interpretacija.

Uvod

Kada promatramo „nešto“ i pokušavamo odrediti njegov identitet, postavlja se i pitanje kako i koliko mi vidimo to „nešto“. Drugo je pitanje je, ne samo „kako nešto vidimo“, već i vidimo li stvarno „ono što vidimo“. Svijet je *pričin*, on nema zbiljsku egzistenciju. To je ono što se misli snagom pojma uobrazilje (*hayal*) – napisao je jednom Ibn Arabi.

U literaturi o samopoimanju vrlo se često rabi termin ‘identitet’. Mi možemo, ali i moramo postaviti i pitanje – je li identitet isključivo samopoimanje?

Igra identiteta se odvija tijekom cijelog života, a uloge nikad nisu fiksirane. Brojni su kromatski identiteti zabilježeni kroz historiju.

Istraživanja pokazuju da najveći dio informacija primamo vidom. „To govori o značaju pravilnog vizualnog nastupa organizacije i moći utjecaja na potrošača elementima vizualizacije identiteta“ (Trandafilović, 2006: 47).

Kao što je pokazao Sampson (1978), a teorijski razmotrio Miller (1963), kada se od ljudi traži da navedu i procjene pojedine značajke koje su iznimno važne za njihovo vlastito poimanje, odnosno koje su to značajke važne za nečije samopoimanje, koliko je u svemu tome važna boja; koliko je neko sretan zbog toga što je bijelac ili ponosan što je crnac, ljut na svijet jer je albino i sl.?

Teze da identitet nije fiksiran nego fluidan, promjenjiv i dinamičan (Mead), presudno su utjecale na simboličko-interakcionističke analize. Prema njima, identitet se može mijenjati s promjenama interakcija i izloženosti novim kulturnim sredinama. Herbert Blumer je tvrdio da je osoba proces, a ne predmet. Ona, tvrdi Blumer, djeluje prema sebi, odnosno upravlja se u svojim akcijama na osnovi pretpostavki o samoj sebi kao o predmetu. Osoba, stoga, pomaže drugim ljudima da započnu djelovati. U tom kontekstu i Goffman tvrdi da se igra identiteta odvija tijekom života te da uloge nisu fiksirane: unutar njih, akteri kreiraju svoj vlastiti stil. Individue, po Goffmanu, prezentiraju različite sebe (*self-ove*) u zavisnosti od društvenog konteksta. Razvoj osobe proizvod je procesa individualne interpretacije uloga drugih i reakcijâ drugih na tu interpretaciju. Pri tom su ključni pojmovi interakcija i interpretacija.

„Black or White“, pjevao je Michael Jackson, a fraza iz pjesme postale je i pitanje njegovog identiteta. Radio je sve kako bi postao bijelac, ali i dalje je ostao „identificiran“ kao crnac.

U različitim tekstovima u kojima vas preispituju o vašem identitetu postavljaju se pitanja i vezana za vaša fizička obilježja: visinu, izgled tijela, težinu i sl. Ovdje slobodno možemo dodati i boju kože jer i ona jest naše fizičko obilježje.

Riječ je o načinu na koji vidimo sebe i svoju osobnost. Osobnost, odnosno um (*mind*), sinonim je za reflektivni osjećaj identiteta. To je individualno iskustvo sebe. Budući da je društveni pogled na um presudan za razumijevanje društvenog identiteta, te da je osobnost nezamisliva bez racionalizacije sebe, identitet nastaje u dinamičnom procesu između, kako to George Herbert Mead kaže, *mind* i *self* (*idem* str. 110).

Identitet je fenomen koji podjednako obilježava društveno-strukturne razlike, kao i kulturalno i biografski promjenjive emocije i očekivanja (idem, str. 100, 111).

Pozicioniranju rasprava o identitetu u sociološki mikro-makro kontekst osobito je pridonijelo shvaćanje strukture i djelovanja u Giddensovoj teoriji strukturacije. Njegova je teza da identitet nije nešto što se dobiva pri rođenju, nego nešto što se mora izgrađivati tijekom cijelog života, odnosno da identitet predstavlja projekt za koji se osoba mora izboriti (idem 110).

Netko će postaviti pitanje - je li identitet urođen? Zašto se netko trudi kreirati identitet bijelca (Michael Jackson)? Ostaju i dalje brojna pitanja u stilu - kako bismo trebali promatrati identitet: kao personalni ili kao socijalni pojam? Ne zaboravimo svakako Kellnerovu postavku o multi identitetima, odnosno o tome da identitet nikada nije jedan jedini, nego smo istovremeno mnoštvo različitih identiteta.

Identiteti i konstrukcije

Kako i na koji način možemo promatrati boju kao značajku nečijeg (vizualnog) identiteta, a da pri tome ne mislimo samo na brend, na proizvod? Boja je praiskonski vezana za pojam čovjeka.

Po hebrejskoj tradiciji ime Adam znači crveno (i živo). Ime 'ādhām originalno označava ljudsku rasu, jednu njegovu individuu, čovjeka, koji je suprotstavljen ženi. Ipak, ni u ovom slučaju etimologija nije baš do kraja istražena. U biblijskoj priči (Geneza, II, 5-7; III, 19-23), *adham* je derivacija riječi *dm*, što znači tlo, odnosno, crveno biće, a odnosi se na boju zemlje od koje je stvoreno ljudsko tijelo.

Stari su Egipćani pojam *boja* i pojam *biće* označavali istom riječju (*iwēn*). Za ovaj drevni narod riječ *boja* označavala je ljude, bića, karakter.

Kako bi se Božanstvu dala nekakva dodatna snaga i naglasila njegova zagonetnost, tada bi se govorilo da je to božanstvo neke čudne, neodređene boje (Lurker; 1990: 93). Crno kao boja kože ima, dakle, idejnu funkciju (Kress. Van Leuween; 2006: 226-229). Svjetla put (blijeda koža) označavala je aristokraciju i razlikovala ju od seljaka koji su uvijek bili tamnije puti. Boja ima i interpersonalnu funkciju. Pojedini identiteti vremenom dobivaju nova imena. U Sjedinjenim Američkim Državama, kao i ostatku svijeta, odavno se za ljude crne boje kože ne koristi pogrdan izraz „negro“. Prema najsvremenijemu priručniku APA (2020), Negro i Afro-American, zastarjeli su i neprimjereni nazivi, a prednost se daje nazivima Black ili African American. Valja napomenuti i da se neprimjerenim smatra uporaba množinskoga oblika Blacks ili pak the Black te je poželjno upotrebljavati izraze poput Black person, Black people, Black citizens i sl. Stalno se stvaraju novi konstrukti.

Svijet se tek konstruira i struktuiru kroz naše ljudske potrebe, sposobnosti i mogućnosti – a ovo se odnosi kako na naše organske mogućnosti spoznaje tako i na pojmovne mogućnosti predstavljanja pomoću jezika. Svijet je shvatljiv samo utoliko, ukoliko je izgrađen, struktuiran i formiran našim,

od strane ljudi napravljenim, ili u nama pronađenim / zatečenim interpretacijskim shemama. Sve ono što mi kao spoznavajuća i djelatna bića možemo shvatiti i predstaviti, ovisno je od interpretacija (Lavić; 2014: 111).

Naime, pridjev „plav“ nekada je u staroslavenskim jezicima značio „svijetao“ ili „blijed“ i koristio se u opisivanju najsvjetlijeg spektra boja od bijele do zlatnožute. Otud se i čovjek svijetle kose (i očiju) nazivao „plavim“, a takva upotreba održala se u našem jeziku do danas. Ovo važi samo kada se govori o ljudima, tj. njihovim fizičkim osobinama.

Međutim, u nekim jezicima se, baš kao i u našem, za ljude s plavom kosom koriste izrazi koji nemaju nikakve veze sa žutom bojom, pa se tako na španjolskom za plavušu kaže „rubio“ (bukvalni prijevod „crvena“), a na portugalskom „loira“ (u bukvalnom značenju „plava“).

Bijelo je boja koja opisuje mrtvaca, odnosno blijedu put. Svjetla put (blijeda koža) označavala je aristokraciju i razlikovala ju od seljaka, koji su uvijek bili tamnije puti. U 16. i 17. vijeku aristokrati su koristili kreme za izbjeljivanje kože. Posvijetlili bi kožu, tako da bi ona postajala upadljivo blijeda, te su se mogle skoro izbrojati vene. Otuda i izraz *plava krv*, kao aristokratska krv.

Homo sapiens je kroz prizmu vlastite boje kože stvorio i svojstveni univerzum boja. Bijeli je čovjek od svoje bijele boje kože stvorio simbol plemstva, aristokracije. Za Kineze je žuta boja, ustvari, u centru Univerzuma. Afrikanci su pak crnom dali jednu posebnu simboliku koju druge kulture ne mogu ni naslutiti. Bijeli čovjek je stavio svoju bijelu put u reakciju s pojmom Dobra, dok crno vezuje za smrt i Zlo. Narodi tamnije puti stvorili su suprotan, kromatski sistem vrijednosti (Zahan; 1951: 185).

Pojam bijele rase je posebno hvaljen u djelu *Die Demokratie* (1876). Julius Schwarz (ironija prezimena) pokušava nas zatrovati političkom antropologijom po kojoj „misija bijele rase jest da ostvari dominaciju Civilizacije na cijeloj površini planeta“. Slične opservacije nalazimo i u djelima Juliusa von Pflugk - Harttunga i Austrijanca Felixa Rittera von Luschana. Posebno je zanimljivo vidjeti kako von Luschana i još neki autori vide diskriminaciju crnaca u Americi kao nešto sasvim normalno u svim aspektima društvenog života. Mišljenje je von Luschana da crnci, postajući slobodni i time vlasnici političkih prava, postaju ustvari još opasniji, a to je „dokazano“ porastom kriminala (Terzić, 2018: 94).

U poznatom filmu Bernarda Bertoluccija „Kineski car“ jedna je scena posebno zanimljiva: kada mladi car, još uvijek dječak, napada svog prijatelja zato što je obučen u žuto, jer „samo car može nositi tu boju“.

Pojašnjenje: Žuti car je mitski osnivač dinastije Han (202. pr. Kr.-220. po Kr.), stručnjak za magiju i medicinu; s njim počinje poveznica carstva sa žutom bojom koja će u Tang eri (618-907) biti rezervirana samo za cara te zabranjena svima ostalima.

Žuti car, ili svojim kineskim imenom Huangdi (' hw a: ŋ ' d i:), u kineskoj je religiji božanstvo (shen), jedan od legendarnih kineskih vladara.

U kasnom razdoblju zaraćenih država, Žuti car je integriran u kozmološku shemu pet faza, u kojoj žuta boja predstavlja fazu Zemlje, Žutog zmaja i središte. Korelacija boja u vezi s različitim dinastijama spomenuta je u knjizi Lüshi Chunqiu, gdje se smatra da je vladavina Žutog cara bila pod kontrolom zemlje. Ovdje imamo, dakle, primjer specifičnog kromatskog identiteta, odnosno identifikacije jedne boje (žute) s najmoćnijom osobom u Carstvu.

Nazivi *Redskins* ili *Peaux-Rouges*, odnosno *Crvenokošci*, podrugljivi su.

Izraz crvenokožac, koji se ponekad u pogrđnom smislu koristi u Sjedinjenim Državama i zapadnim zemljama za označavanje sjevernoameričkih autohtonih naroda, smatra se rasističkim jer se odnosi na boju kože tih populacija. Jedna od hipoteza o porijeklu imena odnosi se na naviku ratnika nekih plemena da prije bitaka boje svoju kožu u crveni oker. Izraz „crveni ljudi“ koristio je, primjerice, u nekim svojim govorima indijanski poglavica Crveni Munder, kao što je bio njegov govor upućen svećeniku misionaru koji je želio obratiti pleme Seneca (Hamilton, 2007: 291).

Neke druge teksture

Pejorativno ćemo Kineze i Japance nazvati „mali žuti“. Atribut „žuti“ može nositi negativne konotacije na nekom globalnom, makro planu, ali isto tako može zvučati specifično i u pojedinim mikro sredinama, kao npr. u Mostaru. Zašto Mostarci prežu od „žutog“?

Jedna mostarska legenda kaže da *jednom godišnje, u noći između prvog i drugog augusta, rijeka Neretva svojim čudnim šumom, neki se zaklinju da je to rika, doziva svoje žrtve. Iz dubokih virova i brzaca tada dopire rika čudesnih podvodnih bića koja se okupljaju i odabiru svoju žrtvu.*

Stanovnici njenih obala znali su da se svakoga 2. augusta, posebno u vrijeme podnevne molitve, ne smiju kupati niti tražiti osuježenje u njenim dubinama.

Kažu da je iz tog doba nastala izreka: “Nadrlj’o je k’o žuti“.

Pojedinci imaju strašan strah od starenja, od toga da im kosa postane sijeda, da uđu u „bijelu dimenziju“. Sijedi su ljudi na izvjestan način identifikacija mudrosti, zrelosti. Montague Summers, u svome prijevodu djela *Malleus Maleficarum*, primjećuje kako su u srednjem Vijeku crvena kosa i zelene oči bili znak da se radi o vještici, vukodlaku ili vampiru. Smetaju nam ljudi drugačije boje kose, drugačije „teksture“. Upravo je jedna takva priča o teksturi uznemirila Mostarce i natjerala ih da još jednom pokušaju bar analizirati „stanje duše“ ovog, već godinama uspavanoga grada, i suočiti se s mržnjom koja „izvire“ iz tako banalnih i nevjerojatnih stvari i situacija. ‘Slučaj Ante’ mnoge je podsjetio da postoji i ‘slučaj Mostar’.

Isto kao što ja, na primjer, mogu prepoznati po boji kože nekog Muslimana koji pređe ‘vamo na zapadnu obalu ili koji tu živi, po govoru, po kretanju. Pa ne znam. Vidi se jednostavno. Ta tekstura lica i tamnija koža se odnosi na Bošnjake, barem ovdje u Mostaru.

U latinskom malus[loš] (uz koje stavljam grčko μελας [melas: crn, mrk, mračan.]) moglo bi označavati prostog čovjeka kao tamnoputog, prije svega sa crnom kosom („Hic niger est“ - „Ovaj je

crn...”, Horacije, *Satire*, I, 4, 85), kao prearijskog stanovnika na talijanskom tlu koji se od svjetlije, plave, osvajačke arijske rase koja je postala vladajuća, najjasnije razlikovao po boji kože. Galski mi je pružio potpuno odgovarajući slučaj – ‘fin’ (na primjer, u imenu Fin-Gall), riječ koja označava plemstvo i na kraju - dobar, plemenit, čist, prvobitno plavokos, nasuprot tamnopotim crnokosim starosjediocima. Kelti su, uzgred rečeno, bili apsolutno bjeloputa rasa; pogrešno je kad se one zone uglavnom tamnokosog stanovništva koje su uočljive na brižljivije rađenim etnografskim kvartama Njemačke dovode u vezu s nekim keltskim porijeklom ili miješanjem krvi, kako to još Wirchow čini; naprotiv, to su tragovi prearijskog stanovništva Njemačke (Nietzsche; 2004: 8).

Koliko može ponavljanjem jednog te istog kôda u kolektivnom imaginariju doći do promjene odnosa prema određenom kôdu? Na pitanje za naše ispitanike: kako biste obojali negativne likove u crtanim filmovima, najviše odgovora je bilo – crno. Hoće li tako biti i za nekoliko godina? Naime, istraživanja pokazuju da japanski (ali i američki) crtani filmovi već decenijama pokušavaju nametnuti ljubičastu kao boju zlog junaka. Pogledajmo kako to rade Japanci i Amerikanci. Još 1937. godine, u crtanom filmu *Snježana i sedam patuljaka*, zla kraljica ima ljubičastu kutiju, a osim ljubičaste, u istom filmu, u negativnom kontekstu nalazimo i crnu boju.

U ljubičasto-crnu kombinaciju je odjevena i *Gospodarica zla* u filmu „Uspavana ljepotica u šumi“. Pridružuju joj se: *Ursula*, vještica iz „Male sirene“ te *Imperator Zurg* iz filma „Toy Story“, drugi dio. Iste boje je i *Lotso Grandi* u filmu „Toy Story“, treći dio. Slijede: *Mohican Kid*, „Egipatska mumija“, *Pirana* u „Mastersima“, *Skeletor*, *Evil-Lyn Zoltar* u „Skeletoru“. Također je ljubičast *Malefix* iz „Ghostbustersa“, „Great Mazinger“ je naziv filma, a ljubičasti junak je *Great General of Darkness/Veliki gospodar mraka*. Također, u video igrama, negativni likovi su najčešće u ljubičastoj boji (*Wario* i *Walugi*, likovi iz serije „Super Mario“). Tu su još mnogi, u svijetu vrlo poznati junaci crtanih filmova (Marvel Comics) i video igara, čija imena još nisu ni prevedena na naš jezik: *Galaktus*, *Sentinel*, *Purpleman*, *Annihilus*, *Deathlok*, *Goblin*, *Mysterio*, *The Lizard*, *Mushking*, *Prowler*, *Hawkeye*, *Super Skrull*. Pozitivne likove se uvijek nekako bojalo u crveno, plavo ili žuto, kao vesele i dobre osobe, a da bi se izazvao suprotan efekt, crtači su negativne likove morali bojati nekim drugim bojama – preostale su samo zelena i ljubičasta.

Zeleni čovjek

Osim žutog čovjeka, u različitim historijskim pričama i mitovima srećemo i čovjeka zelene boje. Zelena boja u islamu ima vrlo jaku simboliku. Po nekima, zelen je dženet, po drugima su zeleni turbani meleka što su Muhamedu dolazili u san, a svi se ipak slažu da je al Khidr, zvani Zeleni, jedan je od najbitnijih kur’anskih likova i suputnika Muse. Sveti Patrik zaštitnik je Irske, a njihovi simboli su list djeteline i zelena boja.

Zeleni Čovjek je legendarno biće koje se prvenstveno tumači kao simbol ponovnog rođenja, a predstavlja ciklus novog rasta koji se javlja svakog proljeća. Zeleni čovjek najčešće je prikazan u skulpturi ili drugom prikazu lica koje je sačinjeno od lišća ili u potpunosti okruženo lišćem.

Zeleni čovjek je, ponavljajući entitet u raznim poganskim vjerovanjima, također, prikazan u mnogim svetim i profanim građevinama u simboličke i ne-simboličke svrhe. Sastoji se od lica čovjeka čiji su brkovi i kosa načinjeni od lišća koje mu također viri iz usta. Izraz „zeleni čovjek“ skovala je Lady Raglan koja je opisala zelene ljude u crkvenoj arhitekturi (Harte,2005: 119).

Zeleni čovjek općenito je povezan s nekoliko vrlo starih poganskih entiteta prirode i plodnosti, kao što su, na primjer, egipatski bog Oziris, divlji čovjek, potomak Tammuza, Dumuzija, likovi u djelima babilonske mitologije (Gardiner, Allan, Hood, 2010: 55)], a postoje i druge nadnaravne teme dokumentirane u Engleskoj, Japanu, Tibetu, Nepal, Borneu, Maleziji i Baliju. Najstariji pronađeni primjerak čovjeka iz čijih usta izlazi vegetacija je onaj iz crkve u Saint-Hilaire-le-Grandu (Francuska), koji datira iz četvrtog stoljeća prije Krista (Anderson,1990: 46).

U irskoj mitologiji, *far darrig* ili u irskom pisanju Fea Dearg (izgovara se [f̪ar 'd̪iːarəɡʲ]), opisuje se ponekad kao gigantski, ponekad kao sićušni vražić. Za njega se kaže da ima sklonost natjerati stanovnike kuće da ga prime u svoje domove i da za njega rezerviraju najbolje mjesto, kraj vatre. Nakon toga će se opustiti i ići tako daleko da će svoju odvratnu odjeću prožetu njegovim užasnim smradom sušiti iznad ognjišta. Ako se stanovnici kolibe ne povinuju, kaže se da će im *fea darrig* izvoditi svakakve trikove i nemilosrdno ih maltretirati (Hart,1939: 45-47).

Prokletstvo crvenokosih

Ljudi kao da samo traže razlog da mrze one koji su drugačiji. Nekada taj razlog može biti (reći ćemo mi) i tako banalan kao što je - crvena boja kose. Giovanni Verga autor je romana „Rosso Malpelo“ (u slobodnom prijevodu „Prokleti crvenokosi“), knjige u kojoj su crvenokosi zli. Crvenokosi dječak je osuđen na rad u rudniku i maltretiranja iz jednog jedinog razloga, a to je boja njegove kose. Riđokosi, odnosno crvenokosi, smatrani su vražjom djecom, poganima, zlima. Osim toga, u srednjem vijeku, u Zapadnoj Evropi, *crvenokos* je bio i sinonim za životinjsku seksualnost i moralnu degeneraciju.

Pamtim jednu priču mog talijanskog prijatelja Alberta Grossija, još iz 1997., koji je i sam riđokos. Priča govori o srednjovjekovnoj Parmi ili nekom od gradova - državica tog prostora, kada je vladar, koji je imao crvenokosu kćerku, osuđeniku na smrt ponudio pomilovanje pod uvjetom da oženi crvenokosu djevojku. Osuđenik je samo kratko prokomentirao „Bolje smrt nego crvenokosa“. Ta priča, bila istinita ili ne, trebala bi nam ilustrirati koliko je u nekim društvima uvriježeno mišljenje da „crvenokosi donose nesreću“.

Godine 2022. Engleska je dobila prvu crvenokosu Miss. To je bila 26-godišnja Jessica Ashley Gagen, inženjerka zrakoplovstva; djevojka koju su u školi ismijavali zbog boje kose, postala je prva crvenokosa Miss Engleske u 94 godine postojanja ovog natjecanja. Crvenokosa Miss ljepote je u jednom intervjuu naglasila da vjeruje kako je važno educirati ljude o tome sa čime se djeca suočavaju u školi, kako bi se osnažila ona djeca koja možda proživljavaju isto što je prije i ona. Tvrdi da su je u školi udarali, pljuvali pa čak i pokušali zapaliti, a sve zbog izgleda.

Mladi Italijan, Daniele Fiamma, objavio je na društvenim mrežama kako ne bi nikome poželio da se rodi kao što se on sam rodio - crvene kose. Na vrlo duhovit način, ovaj je mladić pokušao prepričati samo neke od epizoda iz svog života. Riječ je o raznim uvredama, ponižavanjima, provokacijama i insinuacijama na račun boje njegove kose.

U nekim društvenim zajednicama, osim crvenokosih, na udaru su i albino ljudi.

Albinizam je urođena anomalija, odnosno, netko je albino od rođenja, albino se ne postaje. Ovaj poremećaj pigmentacije kože pogađa ljude svih nacionalnosti širom svijeta.

Progon, smrtna kazna, sakaćenje i često ubijanje; u nekim afričkim zajednicama, zbog praznovjerja, animističkih religija i nedostatka znanja, albino ljudi nemaju lak život i često su prisiljeni na izolaciju. Ali čak i u zemljama Zapada, mnogi žive u zasebnom svijetu, sa željom da prođu neprimijećeni.

Ljudi s albinizmom su i danas žrtve isključenja, progona, pa čak i atentata ili ritualnih zločina. U pojedinim slučajevima, žrtve su čak i otimane i to u magijske svrhe (zbog lokalnih vjerovanja koja njihovim organima pripisuju iscjeljujuće moći; posebno u Maliju, Kamerunu...)

Kromatski identiteti u kinematografiji i literaturi

O bojama, prošlosti i sadašnjosti, u svojim romanima promišlja i turski nobelovac Orhan Pamuk. Veza između prošlog i sadašnjeg vremena sadržana je i u boji. Crveno je boja osvete i smrti, ali ponajviše, boja strasti, nadahnuća i umjetnosti. A možda je, po Pamuku, ime univerzuma – Crveno! Odavno taj svijet Zapada i Istoka, novog i starog, nije tako sažeto, a sveobuhvatno opisan kao u ovom remek-djelu: „Na Zapadu slikaju ono što vide, a mi ono što gledamo.“ (Vladislav Bajac u pregovoru srpskog prijevoda knjige „Zovem se crvena“, Terzić, 2018: 73).

„Njujoršku trilogiju“ Paula Austera čine tri knjige: „Stakleni grad“, „Duhovi“ i „Zaključana soba“. U romanu „Duhovi“ radnja je, kao i u „Staklenom gradu“, smještena u New York, a svi likovi nose imena boja. Prerušeni čovjek po imenu White daje nalog privatnom detektivu Blueu da prati Blacka (Bijeli, Plavi i Crni). Pjevačica Pink (pravim imenom Alecia Moore) je u odvojenim pričama ispričala dvije verzije o tome kako je nastalo to njeno umjetničko ime. Jedna od njih nam kaže da je to bilo pod utjecajem lika Pink (*Ružičasti*) što ga je u filmu „Reservoir Dogs“ glumio Steve Buschemi. Naime, u filmu, nakon pljačke, radnja seli u unutrašnjost automobila za bijeg. Gospodin Bijeli, vozeći jednom rukom, pokušava utješiti histeričnog gospodina Narančastog, koji je pogođen u trbuh i obilno krvari. Dolaze do napuštenog skladišta za koje se kasnije otkriva da je sastajalište pljačkaša koji su upravo opljačkali zlatarnicu. Gospodin Bijeli ostavlja gospodina Narančastog na podu. Pojavljuje se gospodin Pink i u napadu bijesa sugerira da je pljačka bila zamka. Gospodina Smeđeg je ubila policija, a gospodin Bijeli i gospodin Pink ne znaju gdje su nestali gospodin Plavi i gospodin Teget itd. I Oster i Tarantino nam nude likove, osobenosti u bojama, te ostavljaju da ih tumačimo na način koji nama najviše odgovara, uzimajući od svakog od ponuđenih likova osobine koje mi sami možemo najbolje uočiti i prepoznati.

Knjiga i film pod nazivom „Pedeset nijansi sivog“ među novijim su svjetskim hitovima. Originalni naslov je *“Fifty Shades of Gray”* (G je veliko te možemo zaključiti da se radi o vlastitom imenu, odnosno prezimenu), a autorica E. L. James je kazala da je za glavnog junaka Christiana Graya (gray = siva) i odabrala ovo ime „zato što ništa nije crno-bijelo, sve zavisi od ugla gledišta“. Zato ona ne osuđuje Grayevo ponašanje i stil života pun „nijansi“. Mi u startu imamo dva značenja naslova: „50 nijansi sive (boje)“, odnosno, „50 nijansi (Christiana) Graya“. Očigledno su se naši prevodioci odlučili za prvu verziju.

Boje donose raznovrsnost, razigranost, slobodu. Kao što su protestantski kanoni ograničavali slobodan izbor boja, tako je izbor boja reduciran i u nekim drugim sistemima. Ponekad se ipak javi i želja za pobunom. O tome piše Azar Nafisi u hit knjizi „Lolita u Teheranu“.

‘Privatni seminari su trajali skoro dvije godine. Sedam djevojaka bi svakog četvrtka ulazilo u kuću profesorice Azar. Odmah po ulasku, djevojke bi sa sebe skinule one teške crne odore i tada bi nastupao „prask boja“ – piše u knjizi „Lolita u Teheranu“ profesorica Nafisi. ‘Trenutak za trenutkom, svaka djevojka od njih sedam, dobivala bi neku svoju, posebnu formu, profil koji je bilo nemoguće limitirati; ulazeći u novi, vrli svijet, ostajući ipak u fizičkom smislu još uvijek u onom istom Teheran, postajale bi nešto sasvim drugo. Ispod teških crnih odora, djevojke su’, piše Azar Nafisi, ‘imale osjećaj da njihova tijela postaju sablasti. Svakog četvrtka ujutro, nakon skidanja odore i čadora, otvaralo se carstvo boja – šareni cvjetni svijet drevne iranske kulture.’ Bili su to sati drugačijeg proživljavanja stvarnosti. Čitalo se i diskutiralo. Lolita i druge „zabranjene“ knjige. Ulazak u tu novu, drugačiju dimenziju bio je praćen i „koloriranjem“ stvarnosti. Dominirajući crni kôd bio je zamijenjen polikromnom dimenzijom. Svaka djevojaka bi, skoro kao po dogovoru, izabrala neku drugu, za taj dan reprezentativnu, boju. Boje su također označavale drugačije viđenje svijeta oko sebe i svijeta u sebi. Sebe samih. Oslobođajući boje i svoje tijelo, sedam djevojaka je ulazilo u jednu drugačiju eru koja je podrazumijevala sve ere. Ulazile bi tako u jedan magični prostor van prostora, u jednu vrstu „Vlastite sobe“, o kojoj je nekada davno pisala Virginia Woolf. „Haljine bijele, žute, smeđe, crvene, nebeski plave zablješdale bi iznenada“ (idem).

Kako se jedan narod identificira s određenom bojom najbolji je primjer filma „Brooklyn“, režisera Colma Tóibina, gdje već od prve scene glavne likove ove ekranizirane priče vidimo obučene isključivo u zelenu boju. Naravno da je nemoguće pobrojati sve knjige i filmove koji nam, ponekad na vrlo suptilan i ne baš tako manifestan način, kroz kromatske kôdove donose priču, odnosno identitete pojedinaca, grupa, naroda.

Sve je izgleda krenulo od prvog čovjeka Adama (crveni). Nakon njega dolaze brojni konstrukti, redaju se vlastita imena čije je značenje vezano i uz kromatske kodove: Alan, Alba, Beryl, Bianca, Bela, Blue, Bowie, Boyd, Bruno, Carmine, Cherry, Clementine. Crystal, Fiona, Flynn, Giada, Ginger, Gray, Gwen, Hazel, Heather, Iris, Ivory, Ivy, Kelly, Lillac, Ljubica, Nila, Olive, Pink, Reed, Rory, Rose, Roza, Rowan, Roy, Ruby, Rufus, Russel, Rusty, Saffrin, Scarlett, Sigal, Violet...

Literatura:**Tiskani mediji:**

- Anderson, William, *Green Man*, Harpercollins, London, 1990.
- Arebi, Ibn, *Mekanska otkrovenja*, Ibn Arebi, Sarajevo, 2007.
- Gardiner, Philip i Allan, Brian, *Robin Hood: From Darkwood to Hollywood*, Brownbooks, Dallas, 2010.
- Hamilton, Charles, *Scritti e testimonianze degli indiani d'America*, Feltrinelli Editore, Milano, 2007.
- Hart, George, *Dictionary of Egyptian Gods and Goddesses*, Routledge, Abingdon
- Isucu, Toshiko, San i stvarnost kod Ibn Arabija, *Zbornik radova „San, java i buđenje“*, Dečje novine, Gornji Milanovac
- Kress, Gunter; Van Leeuwen, Theo, *Reading Images*, Routledge, London - New York, 2006.
- Lavić, Senaid, *Metodološke rasprave*, FPN, Sarajevo, 2014.
- Lodi per Mostar, *Rassegna La regina delle acque*, ICS, Lodi, 2000.
- Lurker, Manfred, *Dizionario delle immagini e dei simboli biblici*, Paoline, Milano, 1990
- Nietzsche, Friedrich, *Uz Genalogiju morala - polemički spis*, AGM, Zagreb, 2004.
- Terzić, Dario, *Kromatski kodovi u konfliktnoj komunikaciji gradova u tranziciji*, FPN Sarajevo, 2018 (2018: 94)
- Trandafilović, Igor, *Ime, boje, logo*, Bigz, Beograd, 2006.
- Zahan, Dominique, *Les couleurs ches les Bambara du Soudan francais* in *Notes africainrs NA SQ* Dakar, 1951.

Online tekstovi:

- Koludrović Tomić, Inge i Knežević, Sanja, <https://hrcak.srce.hr/file/19583>. Datum pristupa 22. 12. 2022.
- Pagani, Caroline, *Le variazioni antropologico-culturali dei significati simbolici dei colori* <https://www.ledonline.it/leitmotiv/Allegati/leitmotiv010114.pdf> datum pristupa 22. 12. 2022.
- Patekar, Jakob, *Amerikanci afričkoga podrijetla u hrvatskome jeziku*, <https://hrcak.srce.hr/file/385121> Ja Datum pristupa, 22. 12. 2022.
- Plasse, Stéphanie, *Les albinos, victimes de sacrifices humains* [archive], sur Afrik.com, 3 mai 2008 (consulté le 22 juin 2008)

Portali:

Adamo -significarto https://www.treccani.it/enciclopedia/adamo_%28Enciclopedia-Italiana%29/, datum pristupa 19. 12. 2022.

Albinismo: <https://www.nurse24.it/studenti/patologia/albinismo.html>, datum pristupa 26. 12. 2022.

albinismo_un_mondo_a_parte_che_pochi_conoscono, <https://www.redattoresociale.it/article/notiziario/> datum pristupa 24. 12. 2022.

Baby names, <https://www.verywellfamily.com/color-names-for-your-baby-2757961>

Cinque colori della Cina Bertolini Luisa, <https://www.doppiozero.com/i-cinque-colori-della-cina> datum pristupa, 24. 12. 2022.

Imperatore giallo, https://hmn.wiki/it/Yellow_Emperor datum pristupa 21. 12. 2022

Inzenjerka-zrakoplovstva-koju-su-zlostavljali-zbog-crvene-kose-postala-miss-engleske/<https://www.index.hr/magazin/>, datum pristupa, 22. 12. 2022.

Quando Khomeini puniva le donne http://www.repubblica.it/2004/f/sezioni/spettacoli_e_cultura/libri36/lolita/lolita.html) datum pristupa 26. 12. 2022.

Perche i villain indosano sempre qualcosa di viola.. <https://lifestyle.everyeye.it/articoli/speciale-perche-villain-indossano-viola-verde-nero-59629.html>, datum pristupa 26. 12. 2022.

Vesti 24 sata p g 16.12.2015 <http://www.24sata.rs/tajna-je-u-naslovu-zasto-50-nijansi-i-zasto-bas-sive/4183> datum pristupa 22. 2. 2016.

Zašto se žene sa žutom bojom kose zovu plavuše?<http://www.telegraf.rs/zivot-i-stil/1716990> datum pristupa 23. 12. 2022.

Video:

Perspektiva Mostar (<http://www.slobodnaevropa.org/media/video/perspektiva-druga-epizoda-mostar>), datum pristupa 26. 12. 2022.

Color as an Identity

Abstract

What is an identity? What do we really see and what is just a delusion (hayal)? Ancient Egyptians used the same word (iwen) to denote both the concept of color and the concept of being. For this ancient people, the word color meant people, beings and character at the same time. In order to give the Deity some extra strength and to emphasize its enigma, they used to say that this deity has a strange and indeterminate color. We have been poisoned by political anthropology for a long time. Red-haired people have been called “damn reds” since the Middle Ages, Chinese people are called “little yellows” nowadays etc. We are afraid of those we call small and green and who are “somewhere outside the planet”. Almost all authors of the comics choose the colors that will represent the negative characters in the story. In digital era, both color and being gain some new identities. What is humanity and how many shades does it have today?

Key words: color, identity, humanity, visuality, interpretation.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Branka Šegvić i Iva Polić

Veleučilište Aspira, Domovinskog rata 65, Split, Hrvatska
branka.segvic@aspira.hr

Filozofski fakultet, Poljička cesta 35, Split, Hrvatska
ipolic@ffst.hr

Analiza internetskog diskursa u objavama članova Vlade na Facebooku

Sažetak

Ispreplićući obilježja govorenog i pisanog jezika, društvene mreže važan su komunikacijski kanal kojim se političari u današnje vrijeme sve više služe za komunikaciju s javnošću. Društvene mreže im omogućavaju neposredni kontakt s publikom, bez intervencije i uplitanja medija. Koristeći se društvenim mrežama poput Facebooka, Instagrama i Twittera, političari sami odlučuju o informacijama i vijestima koje dijele s publikom te posljedično o izgradnji vlastitog imidža u javnosti i načinu zadobivanja naklonosti glasača. U ovom su radu analizirane Facebook objave članova Vlade, odnosno elementi internetskog diskursa poput emojija, hashtagova, označenih institucija, osoba i lokacija koje članovi Vlade upotrebljavaju u svojim objavama. Utvrđeno je kako najzastupljeniji format objave uključuje tekst i fotografiju. Među analiziranim elementima internetskog diskursa najzastupljeniji su emojiji,

slijede ih hashtagovi, označene institucije i označene osobe, dok je oznaka lokacije bilo najmanje. Svi se analizirani elementi češće mogu pronaći u objavama ženskih pripadnica Vlade. Najzastupljeniji je emoji 'zastave', što je očekivano s obzirom na korpus, dok upotreba hashtagova varira ovisno o resoru. O resoru varira i označena lokacija, dok je najčešće označena osoba Andrej Plenković, a najčešće označena institucija Vlada Republike Hrvatske. Radom je pokazano kako su samo neverbalni elementi internetskog diskursa dovoljan te posljedično veoma važan dio stvaranja javne slike i identiteta političara. Ovakvi elementi čine objave dinamičnijima i privlačnijima te utječu na način na koji političari persuazivno djeluju na svoju publiku.

Ključne riječi: *internetski diskurs, analiza diskursa, društveni mediji, društvene mreže, internetska komunikacija, politički diskurs.*

Uvod

S pojavom Interneta, mobitela i društvenih mreža, tj. razvojem digitalne komunikacije, razvili su se i pomoćni znakovi koji dodaju sociolingvističku i pragmatičku vrijednost komunikacijskom procesu. S obzirom na to da je internetska komunikacija uglavnom lišena komunikacije licem u lice, društvene su mreže obogaćene alatima koji zamućuju granicu između pisanog i govorenog diskursa omogućujući korisnicima da svoju pisanu poruku upotpune neverbalnim komunikacijskim činovima. Odabir tih neverbalnih alata ovisi o različitim čimbenicima poput govornikovih i sugovornikovih aktivnosti i interesa, društvene uloge, spola, dobi, stavova itd. Govornik u digitalnom okruženju svjesno ili nesvjesno bira određeni alat, čime o sebi otkriva i više nego što je često svjestan. Komunikacija na društvenim mrežama uz tekstnu objavu uključuje i upotrebu emotikona, *emojija*, *hashtagova* i poveznica, podjelu drugih objava, označavanje osoba i institucija te objavljivanje fotografija i videozapisa. Ti elementi komunikacijskog procesa imaju ilokucijsku i perlokucijsku snagu i predstavljaju ilokucijske i perlokucijske čineve.

Budući da odabir alata pri objavi na društvenim mrežama ovisi i o korisniku i o publici/pratiteljima, bitne su razlike između privatnih profila privatnih osoba, javnih profila osoba koji od društvenih mreža žive, tj. svojim objavama zarađuju, i javnih profila osoba koje obnašaju određenu javnu funkciju. U današnje se vrijeme od javnih dužnosnika, prvenstveno političara, očekuje da prate komunikacijske trendove i da budu prisutni na društvenim mrežama kako bi se približili većem broju ljudi. U vremenu kad ljudi sve manje gledaju televiziju i sve se više informiraju na društvenim mrežama, političari koji smatraju relevantnim doprijeti do šire javnosti prisutni su na mrežama. Međutim, i odabir mreže na kojoj se korisnik pojavljuje šalje poruku o njemu. Naime, vodeće političke stranke u Hrvatskoj prisutne su na Facebooku, Instagramu i Twitteru, a nema ih na TikToku, koji je

rezerviran za zabavne i „neozbiljne” sadržaje. S druge strane, Facebook je društvena mreža kojom se služe uglavnom odrasli korisnici i koja dopušta najdulje objave za razliku od Instagrama i Twittera na kojima je dopuštena duljina poruke znatno manja. Osim toga, Instagram je namijenjen mlađoj publici kojoj se informacija prvenstveno prenosi vizualno, putem slike ili videozapisa. Upravo je to i razlog zašto su autori smatrali objave na Facebooku najprimjerenijima za analizu.²¹

Dok se komunikacija na komunikacijskim platformama može dovesti do razine tajnoga kôda zahvaljujući piktogramima i skraćivanju riječi, u političkom diskursu nejasnoća, nedorečenost, nekonvencionalne implikature, bilo što što evocira nekonvencionalno značenje, nije dobrodošlo. Poruka upućena ciljanoj publici trebala bi biti jasna i izravna.

U ovom ćemo radu istražiti strukturu objava na Facebooku hrvatskih političara i ulogu neverbalnih obilježja u njihovim objavama.

Političari i društvene mreže

Politika, kao umijeće upravljanja političkom zajednicom, odnosno organizirano društveno djelovanje sa ciljem ostvarenja društvenih interesa, neizostavan je dio života svih građana suvremenoga društva. Važnost političkog govora kao dijela političke djelatnosti prepoznao je već Aristotel (4. st. pr. Kr., prijevod 1989) definirajući političko govorništvo, njegove karakteristike, teme i zadaće. U suvremenom smo dobu okruženi političkim diskursom, ne samo u tradicionalnim retoričkim oblicima kao što su govori i debate, već i u različitim novinskim, radijskim i televizijskim formama, pamfletima i brošurama, društvenim mrežama te internetskim blogovima i forumima. Važnost moći uvjeravanja u političkom diskursu poznata je od antičkih vremena, a prepoznata je i u analizi diskursa kao glavnoj metodologiji kojom se pristupa političkom diskursu. Krićka analiza diskursa upotrebljava se ne bi li se ustanovilo kako dominantna politička elita koristi, kontrolira i manipulira diskursom (Wilson, 2015, Wodak (1989) i navodi kako su mehanizmi manipulacije i uvjeravanja neizostavni dio proučavanja političkoga diskursa s obzirom na utjecaj suvremenih medija. Sažimajući karakteristike političkoga diskursa Chilton (2004) navodi da je riječ o metaforičkom diskursu punom binarnosti. Međutim, s obzirom na to da političari više ne komuniciraju s publikom u neposrednom kontaktu, politički se diskurs mijenja. Slika o političarima ne gradi se izravno, već preko medija, reklamnim porukama, fotografijama, pristupom novinara ili medijske kuće.

Imajući na umu da nijedan ozbiljan pristup političkom diskursu ne može isključiti utjecaj medija, važno je definirati neke temeljne pojmove. Bilić (2020) medije definira kao različite tehnologije koje omogućavaju ljudsku interakciju i koje sudjeluju u oblikovanju modernih društava. Dijeli ih na tradicionalne (tiskovine, radio i televizija) te suvremene medije (internet i društvene mreže). Suvremeni mediji omogućavaju javnosti, ali i političarima, da generiraju vlastiti sadržaj, stvaraju

21 <https://www.tportal.hr/tehnolo/clanak/drustvene-mreze-u-hrvata-facebook-i-dalje-najpopularniji-a-instagram-ga-prati-u-stopu-20190117> (zadnji pristup 2. 8. 2023.)

vijesti i ostvaruju interakciju s publikom. Društvene medije može se promatrati kao alate demokracije. Društvene su mreže postale glavni nositelji vijesti, ponekad čak i prije tradicionalnih medijskih kuća. Da bi političari ostvarili svoje ciljeve, prisiljeni su djelovati u složenome hibridnom medijskom sustavu (Chadwick, 2013) u kojemu se tzv. stari i novi mediji preklapaju i djeluju jedni na druge.

Društvene su mreže omogućile političarima da budu izravni pošiljatelji svojih poruka i da sami odabranim ulogama pokušaju ostvariti željeni status u zajednici. Pri tome se služe različitim mehanizmima kako bi ciljana publika povjerovala njihovim porukama i tako potvrdila njihov status. Osim što društvene mreže omogućuju brži pristup publici, veću vidljivost i izravnu interakciju s glasačima putem komentara, onemogućuju i reinterpetaciju političkih poruka u medijima. Odabir kanala (tj. društvene mreže) kojim će djelovati također je svojevrsna poruka. Upravo je zato većina hrvatskih političara i političkih stranaka aktivna na Facebooku. Facebook se nametnuo kao agora na kojoj hrvatski političari mogu doći do većeg broja glasača – odraslih ljudi. Na svjetskoj razini Facebook je društvena mreža popularnija među starijom populacijom, dok je, primjerice, Instagram, zbog naglašene vizualnosti, popularniji među mlađom populacijom. Osim pristupu ciljanoj publici, u ovom slučaju glasačima, Facebook, u usporedbi s drugim društvenim mrežama, političarima nudi širi raspon formata sadržaja: osim fotografija i videozapisa, korisnici Facebooka u svojim objavama mogu postavljati poveznice, duže videozapise, članke i slično i što je najvažnije – poveznice su na Facebooku interaktivne, što znači da ih se može kliknuti i pristupiti novom sadržaju. Takvi formati djeluju „ozbiljnije“ i „profesionalnije“, što je u skladu sa statusom koji političari na društvenim mrežama žele ostvariti. S obzirom na to da je jezik političara na društvenim mrežama javni, a jezik javne komunikacije, posebno političke kojom se oblikuje javno mnijenje, mora biti razumljiv, jasan i prihvatljiv zajednici (Škiljan, 2000), političari se na Facebooku moraju prilagoditi ciljanoj publici i na planu sadržaja i na planu izraza. Odabir formata poruke i elemenata poruke poput *hashtagova*, *emojija* ili označavanja osoba, lokacija i institucija također oblikuju ne samo poruku, nego i ulogu koju političari igraju u javnom prostoru. *Hashtag* (#) ili ključna riječ metapodatkovna je oznaka kojom se označavaju riječi ili izrazi kako bi se kategorizirali, uspoređivali i usustavljivali sadržaji. Označavanje (tagiranje) osoba, lokacija i institucija služi uključivanju označenih stranica u objavljeni sadržaj. I *hashtag* i označavanje dio su poruke kojom političari igraju ciljanu ulogu. Na taj se način povezuju s osobama, lokacijama i institucijama i implicitno stvaraju sliku o sebi jer označene stranice upućuju na aktivnosti političara i na njihove afilijacije. *Emojiji*, s druge strane, dodaju afektivnu funkciju porukama i u pratitelja izazivaju emociju i reakciju. Osim u samoj aktivnosti na Facebooku, upravo u upotrebi ovih elemenata dolazi do razlika između političara, što upućuje na to da i političari unutar iste političke opcije u zajednici na Facebooku zapravo mogu imati različitu ciljanu publiku, igrati različite uloge i ostvarivati različite statuse

Brojna su istraživanja aktivnosti političara (npr. Chadwick, 2013) na društvenim mrežama tijekom izbornih kampanja ili aktivnosti koje su dovele do ekstremnih događaja poput juriša na američki Kapitol nakon američkih izbora 2020. (npr. Ouyang i Waterman, 2020), kao i angažmana biračkog tijela (npr. Chadwick, 2013; Kushin i Kitchener, 2009), ali slabo su u radovima zastupljene i

predstavljene svakodnevne objave političara i njihova rutina na društvenim mrežama (npr. Larsson i Kalsnes, 2014, o svakodnevnoj aktivnosti švedskih i norveških političara na društvenim mrežama). Jasno je kakva se aktivnost i poruke mogu očekivati tijekom političke kampanje, no iznimno je zanimljivo i što svakodnevna aktivnost političara na društvenim mrežama otkriva o profilu političara i njegovoj ciljanoj publici.

Ciljevi istraživanja

Svrha je ovoga rada bila istražiti diskurs članova Vlade, odnosno njihovu upotrebu elemenata karakterističnih za objave na Facebooku poput *emojija*, *hashtagova*, fotografija, videozapisa te označavanja institucija, osoba i lokacija. S obzirom na navedeno može se definirati nekoliko ciljeva:

- utvrditi najzastupljeniji format objave među članovima Vlade na Facebooku, kod svih članova i kod svakog pojedinačno
- utvrditi najčešće korištene *emojije*, *hashtagove* te najčešće označene institucije, osobe i lokacije u objavama članova Vlade na Facebooku
- utvrditi koji članovi Vlade najčešće upotrebljavaju tipične elemente internetskog diskursa i s kojim ciljem
- utvrditi kakvu sliku o sebi i svom resoru članovi Vlade stvaraju odabirom različitih elemenata objava na Facebooku.

Korpus i metodologija

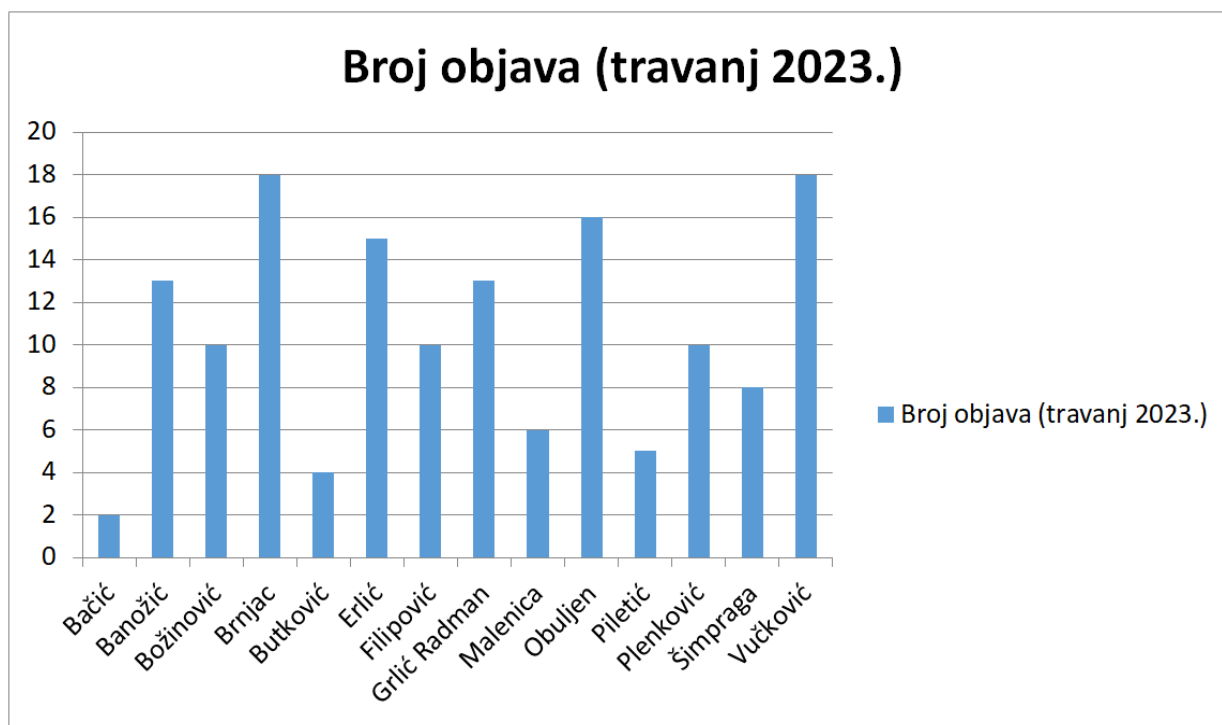
U svrhu istraživanja prikupljeno je 148 objava sa službenih profila članova Vlade na Facebooku. Sve su prikupljene objave iz travnja 2023. godine. Preuzete su sa službenih Facebook profila Andreja Plenkovića, premijera Republike Hrvatske; Davora Božinovića, potpredsjednika Vlade i ministra unutarnjih poslova; Olega Butkovića, potpredsjednika Vlade i ministra mora, prometa i infrastrukture; Branka Bačića, potpredsjednika Vlade i ministra prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine; Anje Šimprage, potpredsjednice Vlade; Gorana Grlića Radmana, ministra vanjskih i europskih fondova; Šime Erlića, ministra regionalnog razvoja i fondova Europske unije; Nikoline Brnjac, ministrice turizma i sporta; Davora Filipovića, ministra gospodarstva i održivog razvoja; Marije Vučković, ministrice poljoprivrede; Marina Piletića, ministra rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne skrbi; Marija Banožića, ministra obrane; Ivana Malenice, ministra pravosuđa i uprave i Nine Obuljen Koržinek, ministrice kulture i medija. Zanimljivo je napomenuti kako potpredsjednik Vlade i ministar hrvatskih branitelja Tomo Medved, ministar financija Marko Primorac i ministar obrazovanja Radovan Fuchs nemaju službene profile na Facebooku. Iako ministar zdravstva Vili Beroš ima službeni Facebook profil, zadnja mu je objava iz rujna 2021. pa je, stoga, njegov diskurs na ovoj društvenoj mreži isključen iz analize.

Prethodno opisani korpus analiziran je kvantitativno i kvalitativno. Deskriptivnom statistikom opisan je broj objava po članu Vlade te format svih objava (tekst, fotografija, video, poveznica itd.) – općenito i u odnosu na pojedinog člana Vlade. Nadalje, deskriptivna statistika korištena je i kako bi se ustanovio broj upotrijebljenih *hashtagova*, *emojija*, označenih osoba, označenih institucija te prijavljenih lokacija. Ovi su parametri analizirani općenito za sve članove Vlade i u odnosu na pojedinog člana Vlade. Također je ustanovljeno koji su *hashtagovi* i *emojiji* najčešće upotrijebljeni te koje su osobe, institucije i lokacije članovi Vlade najčešće označavali. U kvalitativnom dijelu istraživanja analiziraju se i interpretiraju podatci dobiveni deskriptivnom analizom diskursa.

Rezultati

Ukupno je analizirano 148 objava na Facebooku. Grafom 1 prikazan je broj objava u odnosu na svakog člana Vlade. Zanimljivo je primijetiti kako najveći broj objava imaju tri ministricice: ministrica sporta i turizma Nikolina Brnjac (18), ministrica poljoprivrede Marija Vučković (18) te ministrica kulture i medija Nina Obuljen Koržinek (16) što može upućivati na veću aktivnost žena na društvenim mrežama. Ipak, ovakve primjedbe potrebno je uzeti s rezervom s obzirom na to da, iako ministricice zasigurno utječu na aktivnosti svojih kabineta odnosno timova, svoje društvene mreže ne vode one osobno već članovi njihovoga tima. Također, spomenute ministricice zadužene su za tzv. meke resore (turizam, sport, mediji, kultura), stoga, ne čudi suvremeniji pristup komunikaciji s javnošću i intenzivnija internetska komunikacija.

Graf 1. Broj objava po članu Vlade



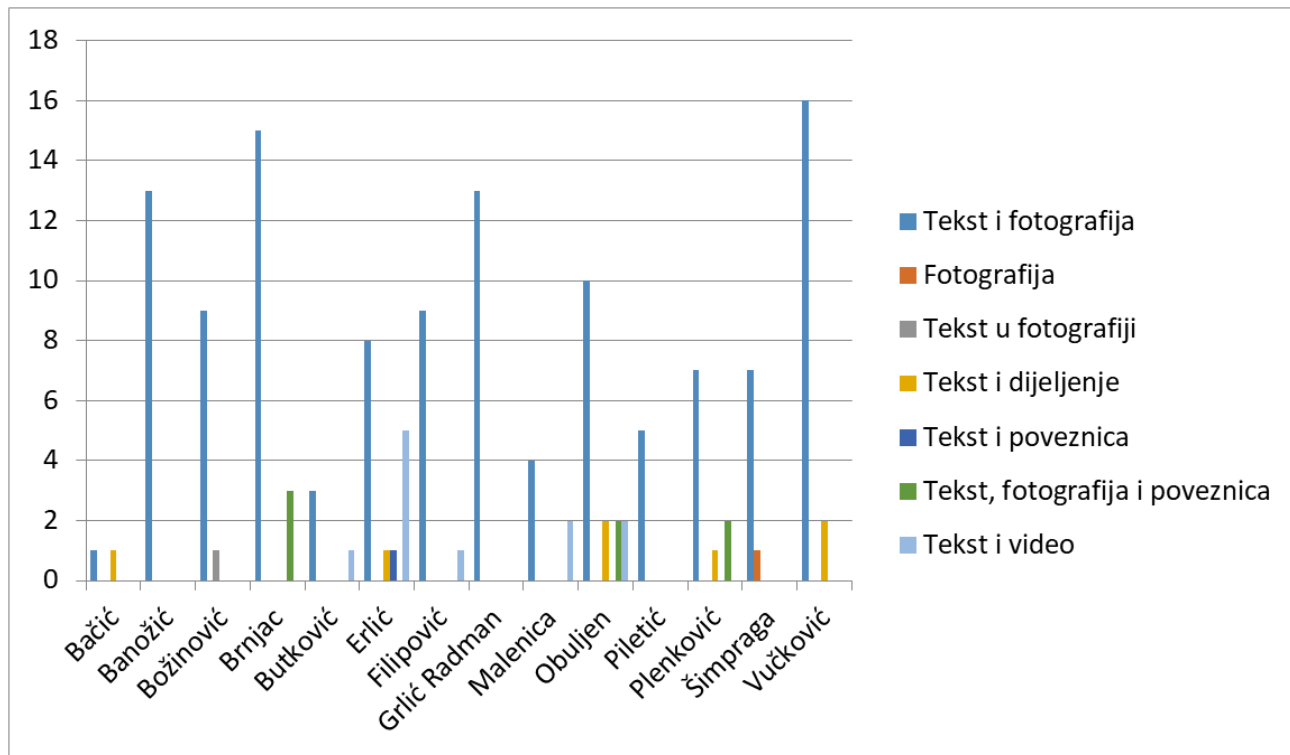
Format objave prvi je analizirani parametar. Rezultati istraživanja pokazali su kako članovi Vlade Republike Hrvatske na Facebooku najradije komuniciraju kombinacijom fotografije i teksta s obzirom na to da je u tom formatu objavljeno ukupno 120 od 148 objava (Tablica 1). Kombinacija teksta i videozapisa korištena je u ukupno 11 objava, dok je po 7 objava sadržavalo tekst i podjelu objave s nekog drugog profila ili kombinaciju teksta, fotografije i poveznice. Od ostalih formata korištene su još fotografije, fotografije s umetnutim tekstom te objave koje sadrže tekst i poveznicu.

Tablica 1. Format objave po članu Vlade

ČLAN VLADE	TEKST I FOTO- GRAFI- JA	SAMO FOTO- GRAFI- JA	TEKST I PODI- JELA DRUGE OBJAVE	TEKST U FOTO- GRAFIJI	TEKST I POVE- ZNICA	TEKST, FOTO- GRAFIJA I POVE- ZNICA	TEKST I VIDEO
BAČIĆ (2)	1	-	1	-	-	-	-
BANOŽIĆ (13)	13	-	-	-	-	-	-
BOŽINOVIĆ (10)	9	-	-	1	-	-	-
BRNJAC (18)	15	-	-	-	-	3	-
BUTKOVIĆ (4)	3	-	-	-	-	-	1
ERLIĆ (15)	8	-	1	-	1	-	5
FILIPOVIĆ (10)	9	-	-	-	-	-	1
GRLIĆ RADMAN (13)	13	-	-	-	-	-	-
MALENICA (6)	4	-	-	-	-	-	2
OBULJEN (16)	10	-	2	-	-	2	2
PILETIĆ (5)	5	-	-	-	-	-	-
PLENKOVIĆ (10)	7	-	1	-	-	2	-
ŠIMPRAGA (8)	7	1	-	-	-	-	-
VUČKOVIĆ (18)	16	-	2	-	-	-	-
Ukupno	120	1	7	1	1	7	11

Isti podaci prikazani su i Grafom 2 iz kojeg je jasno da u objavama članova Vlade na Facebooku dominira forma teksta i fotografije.

Graf 2. Format objave po članu Vlade



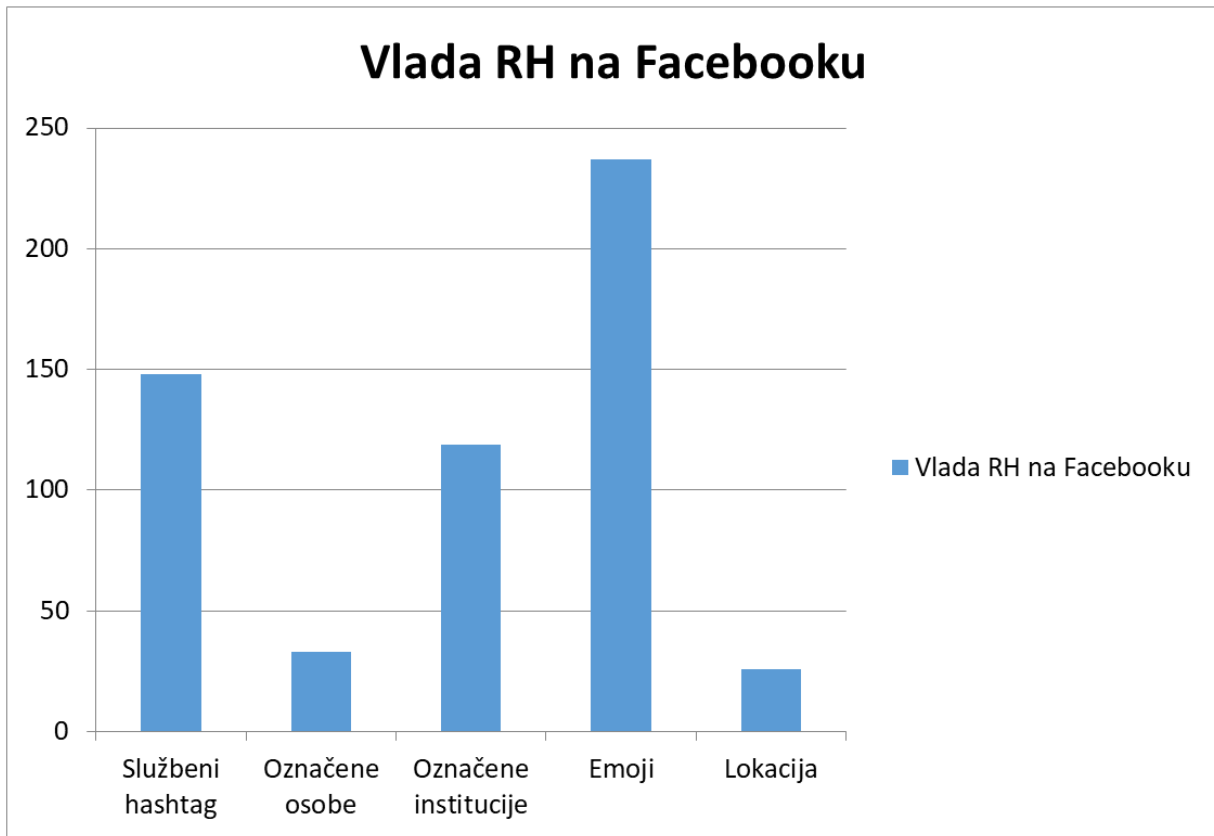
U odnosu na komunikacijske elemente društvenih mreža najčešće su korišteni *emojiji* (237) i *hashtagovi* (148) (Tablica 2). Članovi su Vlade relativno često označavali različite institucije (119), dok su druge osobe (33) i lokacije (26) označavane manje. Važno je napomenuti da su u kvantitativni dio analize uzeta u obzir sva ponavljanja *emojija*, *hashtagova*, označavanja institucija, osoba ili lokacija.

Tablica 2. Obilježja objave po članu Vlade.

ČLAN VLADE	SLUŽBENI HASHTAG	OZNAČENE OSOBE	OZNAČENE INSTITUCIJE	SIMBOLI	LOKACIJA
BAČIĆ	-	-	-	-	-
BANOŽIĆ	43	3	7	34	2
BOŽINOVIĆ	-	2	7	-	-
BRNJAC	12	4	14	27	2
BUTKOVIĆ	-	-	-	-	-
ERLIĆ	14	5	-	56	-
FILIPOVIĆ	1	8	15	2	-
GRLIĆ RADMAN	-	1	3	3	-
MALENICA	1	-	2	2	-
OBULJEN	56	3	51	46	10
PILETIĆ	1	3	2	27	3
PLENKOVIĆ	11	3	8	6	5
ŠIMPRAGA	-	-	-	8	4
VUČKOVIĆ	9	1	10	26	-
Ukupno	148	33	119	237	26

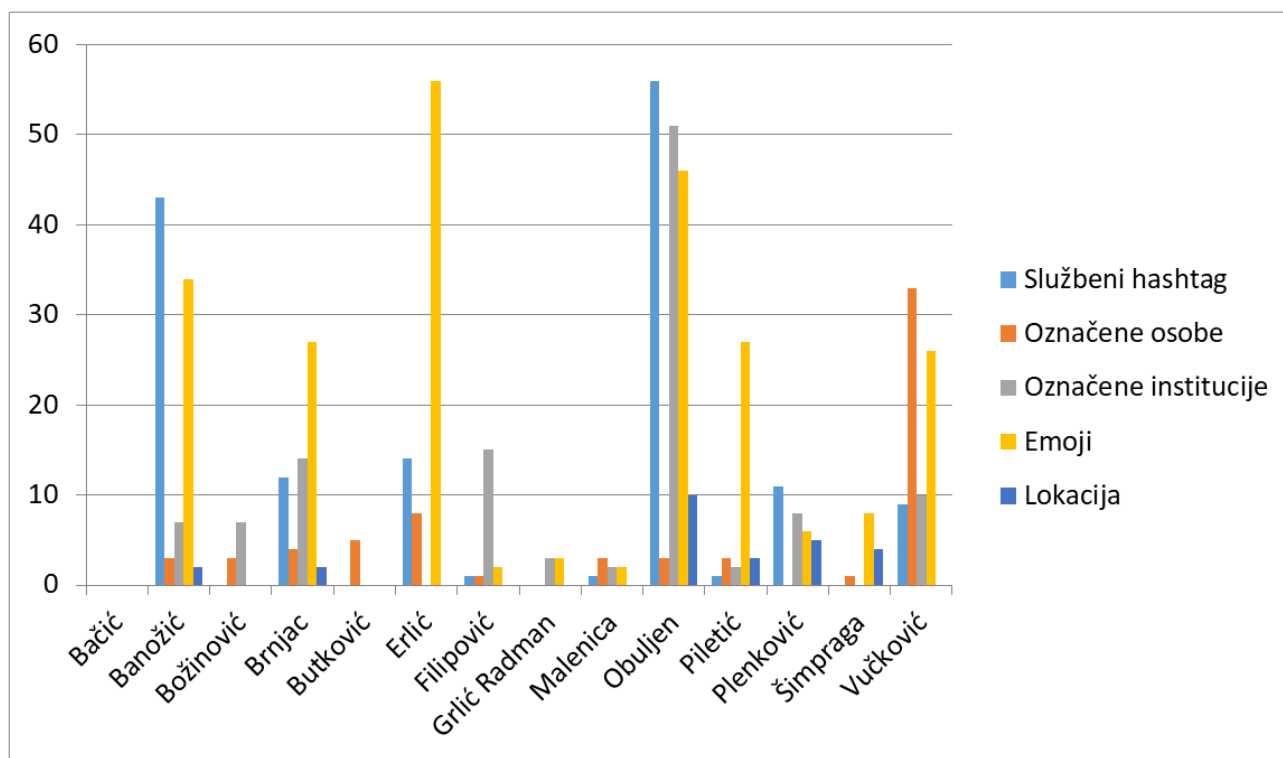
Rezultati iz Tablice 2 prikazani su i Grafom 3 radi preglednosti. Grafom 3 nije uzet u obzir svaki član Vlade pojedinačno, već je samo prikazana zastupljenost pojedinih obilježja internetskog jezika za sve članove Vlade zajedno. Jasno je da su *emojiji* najzastupljeniji element, slijede ih *hashtagovi* i označene institucije, dok je označenih osoba i lokacija značajno manje. Oznaka lokacija specifičan je element koji je potrebno izdvojiti jer se po objavi može označiti samo jedna lokacija. Međutim, dobivene rezultate smatramo relevantnima s obzirom na to da je prikupljeno 148 objava ukupno, a tagirano svega 26 lokacija.

Graf 3. Obilježja političkih objava za sve članove Vlade



Grafom 4 prikazani su analizirani elementi objava za svakog člana Vlade pojedinačno. Iako su članovi Vlade imali različiti broj objava, analizu diskursa svakog pojedinog člana smatramo relevantnom s obzirom na to da broj korištenih *emojija*, *hashtagova*, označenih osoba, institucija i objava ne ovisi o broju ili dužini objave te da se u istoj kratkoj objavi može pojaviti više *emojija*, *hashtagova* ili označenih institucija/osoba/lokacija. Graf 4 dokazuje da tri prethodno spomenute ministrice s najviše objava (Nina Obuljen Koržinek, Marija Vučković i Nikolina Brnjac) ujedno najviše upotrebljavaju sva analizirana obilježja diskursa društvenih mreža. Sva analizirana obilježja upotrebljavaju još i ministri Mario Banožić te Marin Piletić. Zanimljiv nerazmjer u upotrebi specifičnih elemenata objava na Facebooku nalazimo u ministra Erlića koji upotrebljava značajan broj *emojija*, ali u njegovim objavama uopće ne nalazimo označene lokacije ili institucije. U objavama ministra Butkovića pronađeno je svega nekoliko označenih osoba, a u objavama ministra Božinovića samo označene osobe i institucije, dok ostali elementi internetske komunikacije nedostaju. Navedeno se može objasniti time što su oba spomenuta ministra ujedno i potpredsjednici Vlade te su zaduženi za resore koji se tradicionalno percipiraju kao ozbiljniji (unutarnji poslovi i more, promet i infrastruktura) pa se od njih možda i ne može očekivati prevelika uporaba *emojija* i *hashtagova*.

Graf 4. Sva obilježja objava po svakom članu Vlade.



Najčešće je korišten emoji hrvatske zastave (66), što je i očekivano s obzirom da se analizirao diskurs članova Vlade. Sljedeći su najčešće korišteni emoji brojke (18), kojima članovi Vlade ističu dodijeljene proračune, ostvarene prihode ili sredstva dobivena iz europskih fondova. Od ostalih najčešće korištenih emojija upotrijebljeno je 15 emojija potvrdnog okvira s kvačicom, 14 emojija koji označava pljesak te 9 strelica koje pokazuju desno. Primijećeno je da diskursom različitih članova Vlade dominiraju različiti emojiji, pa tako u objavama ministra Banožića nalazimo emoji podignuta dva prsta (8). Kod ministra Erlića, u skladu s resorom za koji je zadužen, nalazimo 5 emojija zastave Europske unije i 10 emojija kvačica, a kod ministrice Obuljen emoji knjige (3). Potpredsjednica Vlade Anja Šimpraga najčešće upotrebljava emoji djeteline s 4 lista (6).

Za razliku od emojija istraživanjem nisu utvrđeni najčešće korišteni hashtagovi za sve članove Vlade. Članovi Vlade upotrebljavali su hashtagove ovisno o resoru za koji su zaduženi. U skladu s navedenim, u objavama ministra Banožića često se nailazi na #hrvatskavojska (15), #MORH (5) ili #HV (5), a u objavama ministra Erlića ponavljaju se #EUfondovi (7) i #ITU (4). Za objave ministrice turizma Nikoline Brnjac karakteristično je da ne ponavlja hashtagove osim dva puta ponovljenog #sportstourism. Slična je situacija i kod ministrice kulture i medija Nine Obuljen Koržinek u čijim se objavama nalaze 53 različita hashtaga od kojih se po dva puta ponavljaju #rodenizačitanje, #godinačitanjasvakegodine i #zakrižen. Premijer Plenković ponavlja #Schengen (4) i #Eurozone (4), dok ministrica Vučković upotrebljava relativno neutralni hashtag #RH (4).

Najčešće označena osoba u objavama članova Vlade na Facebooku je Andrej Plenković (8), dok je najčešće označena institucija Vlada RH. Označene lokacije razlikuju se ovisno o tome za koju je priliku objava pisana.

Rasprava

Emojiji

Većina se *emojija* u objavama članova Vlade može prema funkciji razvrstati u dvije skupine: referencijalne *emojije* (oni koji zamjenjuju neki pojam ili riječ) i afektivne *emojije* (one kojima je funkcija naglasiti sadržaj koji je objavljen). Pri tome naglašavamo da svaki referencijalno upotrijebljen *emoji* ima istodobno i poetsku i afektivnu funkciju.

Emojiji u analiziranim porukama služe za privlačenje pozornosti, vizualno strukturiranje objave, referiranje na naciju, naglašavanje sadržaja, politika i vrijednosti te izražavanje emocija. Ovakva klasifikacija u mnogome odgovara i istraživanju Wurst i suradnika iz 2023., samo što u svojem korpusu nismo pronašle *emojije* kojima se promiče srodni sadržaj.

Odnos prema nacionalnim zastavama razlikuje se od kulture do kulture, od države do države. Tako, na primjer, Francuzi ili Amerikanci rado i često, i u javnom i osobnom prostoru, upotrebljavaju nacionalnu zastavu, dok je to u Njemačkoj poslije Drugoga svjetskog rata rijetkost (Kariryaa et al., 2022: 368). U Hrvatskoj privatne osobe, osim u kontekstu sportskih događanja, rijetko posežu za nacionalnom zastavom. Dok javne institucije imaju istaknuta nacionalna obilježja poput zastave ili državnoga grba, privatne osobe rijetko obilježavaju i državne praznike zastavom. Međutim, u svijetu politike nacionalna je zastava uobičajen simbol, kako u stvarnom svijetu, tako i u virtualnom.

Upotreba *emojija* nacionalnih zastava uobičajena je u političkome internetskom diskursu (v. Kariryaa et al., 2022). To je logično i očekivano zato što je nacionalna zastava simbol države i nacionalnog identiteta. U objavama naših političara *emoji* hrvatske nacionalne zastave češći je od ostalih *emojija* i uglavnom se u tekstovima objava upotrebljava umjesto imenice Hrvatska i pridjeva hrvatski. Iako je značenje *emojija* zastave u ovim slučajevima denotativno, a funkcija referencijalna, oni imaju i ekspresivnu, i konativnu, i poetsku funkciju. Naime, zamjenom riječi hrvatskom zastavom, političari namjerno ili nenamjerno vizualno naglašavaju svoj identitet, utječući pritom na to kako ih ciljana publika doživljava, čime se ostvaruju ilokucijska i perlokucijska snaga *emojija* nacionalne zastave. Poetska se funkcija, moguće je, ne ostvaruje namjerno, ali se ipak ostvaruje. Naime, zbog živih boja *emojija* tekst postaje vizualno zanimljivijim i privlačnijim potencijalnom čitatelju, iako takve objave ponekad podsjećaju na dječje početnice u kojima su ključne riječi zamijenjene slikom. Osim toga, zamjena riječi *emojijem* tekst čini kraćim, a sažetost je dobrodošla značajka objava na društvenim mrežama.


Osim u referencijalnoj funkciji, *emoji* hrvatske nacionalne zastave pojavljuje se u objavama u kojima se naglašava pripadnost ili podrška hrvatskim nacionalnim simbolima, događajima i predstavnicima. U tim je slučajevima *emoji* nacionalne zastave često popraćen drugim *emojijima*. Na primjer, nakon teksta u kojem čestita gimnastičaru Tinu Srbiću na osvojenoj zlatnoj medalji na Europskom prvenstvu, ministar Banožić dodaje *emojije* hrvatske zastave, ruke s dva podignuta prsta i zlatne medalje. *Emoji* ruke s dva podignuta prsta u obliku slova V, znaka uglavnom poznatog kao znaka mira, u tekstnim porukama ima značenje pobjede, i taj se *emoji* naziva rukom pobjede. *Emoji* zlatne medalje s istaknutim brojem 1 u ovom je slučaju denotativan i odnosi se na Srbićevu zlatnu medalju. Kombinacijom ovih *emojija* Banožić naglašava Srbićev uspjeh i identificira ga s nacionalnim uspjehom, i s uspjehom Hrvatske vojske, čiji je Srbić pričuvnik. Inače, u gotovo svakoj objavi ministar Banožić objavljuje kombinaciju *emojija* hrvatske zastave i ruke pobjede. Nadalje, ministar Filipović i ministrica Vučković na kraju svojih objava ponekad uključe samo *emoji* hrvatske zastave, što je također identitetski čin.

U obrađenim objavama članova Vlade RH pojavljuju se zastave Europske unije, Ukrajine, Slovenije, Indije, Turske i Albanije. Pritom se najčešće ostvaruje referencijalna funkcija *emojija*, tj. zastava u tekstu objave zamjenjuje ime države ili pridjev izveden iz njezina imena. Međutim, kombinacije zastava drugih država ili Europske unije i hrvatske zastave imaju dodatno značenje. Na profilima ministra Malenice i ministricice Vučković na kraju objava o susretu sa slovenskim ministricama nalaze se zastave Slovenije i Hrvatske, čime se naglašava suradnja i zajedništvo dviju država. Također se zajedno postavljaju *emojiji* zastave Hrvatske i Europske unije, pri čemu se želi istaknuti pripadnost Hrvatske Europskoj uniji i njezin europski identitet. Zanimljiva je i kombinacija *emojija* zastava Hrvatske i Albanije između kojih je *emoji* rukovanja, koji simbolizira suradnju između dviju država. Može se primijetiti da se na takav način hrvatska zastava kombinira sa zastavama država iz okruženja i sa zastavom Europske unije, čime hrvatski političari, svjesno ili nesvjesno, upućuju na povezanost između Hrvatske i Unije te država u okruženju.

Emojiji desne strelice koji inače predstavlja smjer u objavama naših političara (Banožić, Vučković, Obuljen Koržinek) upotrebljavaju se kao grafičke oznake za natuknice. Njima političari vizualno naglašavaju sadržaj koji slijedi, a uglavnom je riječ o različitim postignućima njihovih resora. Na primjer, u jednoj od objava ministar Banožić upravo *emojijima* desne strelice nabraja projekte moderniziranja Hrvatske vojske. Kod ministricice Obuljen Koržinek nailazimo u ovoj ulozi *emoji* 'play' i *emoji* 'ubrzanje'. Iako je uloga ovih *emojija* strogo gledano referencijalna, oni poruku čine vizualno privlačnijom i preglednijom te naglašavaju sadržaj koji slijedi, stoga, imaju ulogu u postizanju ciljanog statusa političara, a to je pozitivna percepcija resora i onog tko mu je na čelu. Istu funkciju ima i *emoji* kvačice u objavama Erlić, Piletić, Obuljen, Vučković. Postiže se preglednost i sustavnost. Ministar Erlić bira *emoji* kvačice u objavi za Dan planeta Zemlje, pri čemu je indikativan odabir *emojija* sa zelenom pozadinom. Takvim odabirom ministar naglašava nastojanja svojega resora da Hrvatska uz pomoć europskih fondova dosegne klimatsku neutralnost. Nadalje, Ministar Piletić

emojijem strelice prema dolje upućuje korisnika na fotografije koje su postavljene u sklopu objave, a premijer Plenković *emojijem* desne strelice upućuje korisnika na poveznice u svojim objavama.

Emojiji zastava i simbola poput strelice i kvačice pokazali su se najzastupljenijima i u istraživanju upotrebe *emojija* u objavama političkih stranaka na Facebooku u 11 europskih država tijekom europskih izbora 2019. (Wurst et al., 2023).

Osim zastava, *emojiji* koji se pojavljuju u referencijalnoj funkciji (tako da zamjenjuju neku riječ ili pojam) jesu *emojiji* brojki, fotoaparata, ključa i pljeska. *Emojijima* brojki ministri naglašavaju aktivnosti koje smatraju uspješnima (Piletić, Obuljen Koržinek). Na primjer,  milijuna € pretežito vizualnom tipu korisnika upečatljivije je od 262 milijuna €. Iako su brojke činjenične, upotrebom *emojija* efekt je naglašen. *Emoji* fotoaparata s bljeskalicom, pri navođenju autorskog prava za fotografiju, pojavljuje se umjesto riječi fotografija. *Emoji* ključa pojavljuje u objavi na engleskom jeziku ministrice Brnjac umjesto riječi ključ, a ministrica Obuljen Koržinek upotrebljava *emoji* pljeska umjesto riječi pljesak. Svi ovi *emojiji*, kao i *emojiji* zastava, doprinose privlačnosti poruke. Bez obzira na to što nemaju preneseno značenje, *emojiji* ove objave čine vizualno atraktivnijima, a njihove autore modernijima i zanimljivijima.

Ostali *emojiji* imaju funkciju naglašavanja tekstualnog sadržaja. Na primjer, čestitka za Cvjetnicu čini se toplijom, iskrenijom i srdačnijom uz *emoji* grančice, kao i čestitka za Uskrs uz *emojije* zeca i pilića (Piletić, Brnjac). Na taj se način političari približavanju svojoj publici i smanjuju distanciranost.

Nadalje, česti su *emojiji* kojima se samo pojačava, tj. naglašava, sadržaj teksta. Takvi su npr. *emoji* (tradicionalne) obitelji uz riječ obitelj (Piletić), *emoji joysticka* uz *gaming* industriju (Piletić), *emoji* stolnoteniskog reketa uz Hrvatski stolnoteniski savez (Brnjac), *emojiji* košarkaške lopte i papira s olovkom uz poziv na prijavu na košarkašku manifestaciju (Brnjac), *emoji* dviju maski uz kazalište ili kazališne predstave, *emoji* planine uz Velebit (Erlić), *emoji* stabla i Zemlje na Dan planeta zemlje (Vučković, Plenković), *emoji* laptopa i mobitela uz društvene mreže ili *emojiji online* i *offline* uz te *hashtagove* (Obuljen Koržinek). Ti se *emojiji* mogu promatrati i političko-ideološki (obitelj, stabla), ali je njihova uloga prvenstveno pojačavanje poruke.

Emojijima članovi Vlade izražavaju i emocije i odnos prema određenim događajima i osobama. Na primjer, *emoji* pljeska pronalazimo u kombinaciji s *emojijem* top (Piletić), u kombinaciji sa zlatnom medaljom (Brnjac), u kombinaciji s eurima i konfetima (Erlić), pri čemu se u svim objavama nekome čestita ili nekog pohvaljuje, dakle izražava se iznimno pozitivan stav. Nadalje, ministrica Šimpraga redovito upotrebljava *emoji* djeteline s četiri lista, a upotrijebila je i *emoji* bubamare, što je u skladu s nepretencioznošću i jednostavnošću njezinih objava. Ona se odabirom *emojija* predstavlja kao osoba koja je jedna od nas i koja vjeruje u bolje sutra.

Objave ministrice Obuljen Koržinek u kontekstu *emojija* specifične su po tome što ministrica jedina *emojije* često stavlja na početak objave kako bi privukla pozornost pratitelja. Osim tematskih, koji su u njezinim objavama povezani s resorom kulture i manifestacijama o kojima objavljuje (*emojiji*

nota, knjiga i kazališta), Obuljen Koržinek služi se i simbolima poput crvenih uskličnika na početku objave o zaštiti djece na internetu kako bi postigla izražen stav jer u takvoj temi neutralan stav nije dobrodošao.

Pojavljaju se samo dva *emojija* srca (žuto uz uskrсну čestitku ministra Piletića i plavo uz poveznicu HDZ Trnje u objavi ministrice Brnjac). Također, gotovo da nema facijalnih *emojija*. Jedini takav *emoji*, *emoji* sramežljivoga nasmiješenog lica, upotrijebio je ministar Erlić uz čestitku za Dan Zadarske županije. Iako su *emojiji* srca i facijalni *emojiji* među najzastupljenijima u općoj uporabi, u političkim objavama rijetko se nailazi na njih, vjerojatno zato što političari žele zadržati dojam ozbiljnosti na svojim stranicama.

Dakle, većina je upotrijebljenih *emojija* barem naizgled neutralna, ali s pozitivnim efektom. *Emojiji* u analiziranim objavama mahom su pozitivni. Naime, *emojiji* općenito ostavljaju pozitivan dojam u objavama, zbog čega ne čudi njihova visoka zastupljenost u objavama članova hrvatske Vlade.

Hashtag

U objavama političara na Facebooku *hashtagovi* imaju važnu ulogu jer njima političari i njihovi timovi povezuju svoje objave sa srodnim i/ili povezanim sadržajima, ne opterećujući pritom suviše svoje objave. *Hashtagovi* mogu biti integrirani u tekst objave ili navedeni nakon teksta objave.

Zanimljivo je da se članovi Vlade uvelike razlikuju prema upotrebi *hashtagova*. Neki ih uopće ne upotrebljavaju (npr. Božinović ili Butković), neki tek sporadično (Erlić ili Vučković), a apsolutno po *hashtagovima* prednjači ministrica Obuljen Koržinek koja ih je u promatranom razdoblju upotrijebila više nego svi ostali članovi Vlade zajedno. *Hashtagovi* u nekim objavama imaju referencijalnu funkciju, tj. *hashtag* se upotrebljava umjesto uobičajenog naziva ili pojma (npr. u objavama ministra Banožića #Sabor ili #hrvatskavojska). Oni svakako upućuju na pojmove, osobe ili organizacije s kojima se političar želi povezati i u kontekstu kojih želi biti prepoznat, a u objavama članova Vlade neutralni su i njima se ne izriče nikakav poseban politički ili ideološki stav. Naglašeni politički stavovi očituju se samo u *hashtagovima* #SupportUkraine (Banožić) i #ForOurPlanet (Erlić). To ne iznenađuje jer su neka istraživanja pokazala da objave s naglašeno političkim *hashtagovima* nisu pozitivno percipirane među korisnicima (v. Rho i Mazmanian, 2019). Doduše, nijedan analizirani političar osim ministrice Obuljen Koržinek ih ne upotrebljava sustavno, zbog čega su njezine objave najpodobnije za analizu. Obuljen Koržinek svojim *hashtagovima* otkriva ne samo institucije i kulturne manifestacije s kojima je povezana u svojem svakodnevnom radu, već je njima sažet njezin kulturno-politički program. Tako ministrica *hashtagovima* podržava čitanje, hrvatske dramatičare, hrvatsku glazbu, glazbenike i skladatelje, očuvanje baštine itd. Ministrica podržava i #Hrvatskukatoličkumrežu i manifestaciju #Zakrižen, što se može protumačiti kroz prizmu ideologije i željene uloge političarke koja podržava kršćanske vrednote, što stoji i u političkom programu vladajuće stranke. Kod Obuljen Koržinek nalazimo i #SretanUskrs, baš kao

i kod ministra Banožića. Ostali članovi Vlade čestitaju Uskrs, ali bez *hashtaga*. Također, dok su Banožićevi *hashtagovi* integrirani u tekst, *hashtagove* u objavama Obuljen Koržinek pronalazimo i u tekstu i nakon teksta objave. Može se zaključiti da samo ministrica Obuljen Koržinek vlada uporabom *hashtagova* na način na koji bi se očekivalo od aktivnog korisnika društvene mreže, tako da ostavlja dojam suvremene političarke koja se dobro snalazi u digitalnom svijetu.

Označene osobe, institucije i lokacije

Najčešće označena osoba u analiziranim objavama predsjednik je Vlade Andrej Plenković, a druge su označene osobe one s kojima se članovi Vlade susreću na određenim događanjima ili je riječ o osobama kojima su objave posvećene. Na primjer, u svojim objavama o uspjesima sportaša Tina Sribića i Dine Levačić ministrica Brnjac ih je i označila. Zastupljenost Andreja Plenkovića među označenim osobama upućuje na odnos između ministara i njihova šefa. Naime, označavanjem mu ministri odaju priznanje za rad i zasluge i indirektno grade status Andreja Plenkovića kao premijera kojega podređeni poštuju i koji drži sve konce u rukama. Što se tiče označavanja institucija, prednjači ministrica Obuljen Koržinek, a slijede je ministar Filipović i ministrica Brnjac. Dok su označene institucije u objavama Filipovića i Brnjac očekivane, u objavama Obuljen Koržinek veliki je broj označenih institucija, čime se postiže dojam da ministrica uistinu želi odati priznanje svima uključenima u određeni projekt bez obzira na to što označene institucije ponekad opterećuju sami tekst objave. Naravno, jasno je da je svrha označavanja povezivanje određenih osoba i institucija s objavljenim sadržajem, ali označavanje se u samom tekstu prepoznaje po plavoj boji slova, stoga, razbijajući monotoniju crno-bijelog teksta doprinosi privlačnosti objave.

Ministrica Obuljen Koržinek prednjači i u označavanju lokacija, a slijede je premijer Plenković i ministrica Šimpraga. Označavanjem lokacije političari privlače pratitelje koji su zainteresirani za označenu lokaciju, čime se stvara osjećaj zajedništva, a istodobno sebe brendiraju kao političare kojima je stalo do mjesta koja posjećuju.

Format (fotografija, poveznice, video)

Tekst objave na Facebooku pojačava se fotografijom, videozapisom i poveznicama. Naime, objave koje se temelje samo na tekstu ne privlače pažnju korisnika i ne potiču njihovu uključenost. Zato je nužno izbjegavati previše teksta i objavu obogatiti vizualnim sadržajem koji naglašava sadržaj teksta.

U objavama članova Vlade na Facebooku prednjači format objave koji čine tekst i fotografija. Štoviše, u promatranom razdoblju ne postoji objava bez vizualnog sadržaja. Fotografije najčešće prikazuju događaje i ljude o kojima su objave, ali također ima drugih sadržaja koji su zastupljeni. Na primjer, ministar Banožić upotrebljava citate, a kod Brnjac, Malenice i Plenkovića pojavljuju se infografike. Također, postoje objave u kojima je uz tekst podijeljen videozapis ili druga objava. Svi su ovi primjeri u svojoj biti neutralni. Međutim, u promatranom razdoblju bio je Uskrs i u čestitkama su vidljive

razlike između članova Vlade. Svi osim Bačića, Butkovića i Erlića, na Facebooku su čestitali Uskrs, pritom se koristeći generičkim internetskim čestitkama i ponekad uključujući u čestitku podatke o svom resoru (Banožić, Brnjac, Plenković, Vučković), a ponekad čestitajući u svoje ime (Filipović, Malenica, Piletić). Ministar Božinović objavio je formalnu stiliziranu čestitku, a i čestitka Grlića Radmana odaje dojam da je izrađena baš za tu priliku. Zanimljive su boje na čestitkama – kod ministrice Brnjac jaja su ružičasta, kod ministra Banožića metalna, a kod ministra Filipovića plava. Odabirom boja ministri potvrđuju i svoje rodne uloge. Ministrica Šimpraga objavila je uz uskrsnu čestitku fotografije podjele pogačica, dakle opet naglašava da je i za obiteljski blagdan uz narod, dok je ministrica Obuljen Koržinek u svojoj čestitci podijelila svoje prisustvo na križnom putu ‘Za križen’, čime je svojim iskustvom potvrdila status političarke koja živi i poštuje kršćanske vrijednosti i naglašava vrijednost nematerijalne baštine.

Osim teksta u kombinaciji s fotografijom i videozapisom ima objava koje uključuju poveznice, čime se opet rasterećuje sama objava, ali i povezuje sa željenim sadržajem. Zanimljivo je kako su u objavama premijera Plenkovića poveznice u kombinaciji s *emojijem* strelice. Ministrica Brnjac poveznicu upotrebljava kad izravno poziva pratitelje na djelovanje ili kad želi uputiti pratitelje na vijest povezanu uz objavu, a u oba slučaja poveznici prethode *emojiji*. Ministrica Obuljen Koržinek jednom poveznicom upućuje na više informacija o osobi o kojoj je objava, a druga je objavljena uz niz *hashtagova*. U svim slučajevima poveznice zatvaraju tekst objave, što je indikativno u smislu očekivanog formata objave.

Zaključak

Članovi Vlade razlikuju se prema aktivnosti na Facebooku, prema formatu objave i prema elementima objave. Time oblikuju ulogu koju igraju u javnom prostoru. Upravo zato nema eksperimentiranja i prevladavaju neutralne objave. Objave su, ipak, pozitivno intonirane i njima se naglašavaju uspješnost i angažman članova Vlade. Slici uspješnih političara doprinose odabrani *emojiji*, *hashtagovi*, poveznice, označavanje osoba, institucija i lokacija, kao i fotografije i videozapisi. Dovoljno je promotriti navedene elemente, bez analize teksta, da bi se stvorila slika o svakom pojedinom članu Vlade i o vrijednostima za koje se zalažu. Općenito gledajući, članovi Vlade svojim objavama na Facebooku oblikuju ulogu snažnih, sposobnih i posvećenih pojedinaca, među kojima ima ozbiljnih i distanciranih te onih toplijih i bližih običnome čovjeku. Na primjer, svojim objavama na Facebooku ministrica Obuljen stvara sliku uspješne i sposobne žene, dok potpredsjednica Vlade Šimpraga gradi imidž pristupačne osobe bliske prosječnom čovjeku. Ministar obrane Banožić gradi sliku snažnog muškarca, dok potpredsjednik Vlade i ministar unutarnjih poslova Božinović odaje dojam ozbiljnosti i iskustva.

Osim što se odabirom elemenata objave ostvaruje ilokucijska snaga, njima se oblikuje tijek diskursa. „Ideološka manipulacija jezikom i jezična mistifikacija samo dodatno pojačavaju njegovu moć, odnosno moć društvene grupe čije je on sredstvo komunikacije“ (Granić, 2013: 154). Služeći se nekim

jezičnim ili strukturnim elementom diskursa radi određene ideologije, oni koji ih upotrebljavaju osnažuju status tih elemenata, „a osnažen status jezične strukture jača (jezičnu) ideologiju, odnosno ideologiju samu“ (Granić i Polić, 2020). Upravo tako i elementi objave poput *emojija*, *hashtagova*, poveznica ili fotografija mogu služiti kao mehanizmi manipulacije i ideologizacije. Svakako, svi ovi elementi doprinose dinamičnosti i privlačnosti objave, a time i pozitivnoj slici političara koji ih upotrebljavaju.

Način na koji političari koriste društvene mreže u svakodnevnom obnašanju dužnosti nedovoljno je istraženo područje, kako na domaćoj tako i na međunarodnoj političkoj sceni. Rezultati istraživanja jasno pokazuju kako je diskurs Facebook objava važan dio kreiranja identiteta i slike političara u javnosti kojem je potrebno posvetiti više pozornosti. Buduća istraživanja mogla bi se usmjeriti na analizu objava svakog pojedinog političara ili pojedinog zasebnog komunikacijskog elementa u političkom diskursu, kao i na tekstualni dio objave, odnosno organizacijsku strukturu teksta objave političara na Facebooku.

Literatura

Aristotel (1. st. pr. Kr., izdanje 1989) *Retorika*, Zagreb, Naprijed.

Bilić, Petar (2020), *Sociologija medija. Rutine, tehnologija i moć*, Zagreb, Jesenski i Turk.

Chadwick, Andrew (2013), *The hybrid media system: politics and power*, New York, Oxford University Press.

Chilton, Paul (2004), *Analysing Political Discourse – Theory and Practice*, London, Routledge, Taylor and Francis Group.

Granić, Jagoda (2013), Vertikalna stratifikacija jezika i društva, U: Žele, Andreja (ur.), *Družbena funkcijskost jezika (vidiki, merila, opredelitve)*. Znanstvena založba Filozofske fakultete Ljubljana, 149-155.

Granić, Jagoda i Polić, Iva (2020), Jezični stereotipi: medijska (de)konstrukcija društvene zbilje, U: Kołodziej, Agnieszki; Tyszkowskiej-Kasprzak, Elżbiety; Ślowskiej Magdaleny i Ursulenko, Anny (ur.). *Słowiańszczyzna dawniej i dziś – język, literatura, kultura. Monografia ze studiów slawistycznych IV*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT-Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, 71-80.

Larsson, Anders O. i Kalsnes, Bente (2014), 'Of course we are on Facebook': Use and non-use of social media among Swedish and Norwegian politicians. *European Journal of Communication*, 29(6), 653–667. <https://doi.org/10.1177/0267323114531383>

Kariryaa, Ankit; Rundé, Simon; Heuer, Hendrik; Jungherr, Andreas and Schöning, Johannes (2022). The Role of Flag Emoji in Online Political Communication. *Social Science Computer Review*, 40(2), 367–387. <https://doi.org/10.1177/0894439320909085>

- Kushin, Matthew i Kitchener, Kirsten (2009), Getting political on social network sites: Exploring online political discourse on Facebook. *First Monday*, 14(11). <https://doi.org/10.5210/fm.v14i11.2645>
- Ouyang, Yu and Waterman, W. Richard (2020), *Trump, Twitter, and the American democracy: Political communication in the digital age*, Palgrave Macmillian .
- Rho, Eugenia Ha Rim i Mazmanian, Melissa (2019), Hashtag Burnout? A Control Experiment Investigating How Political Hashtags Shape Reactions to News Content. *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.* 3, CSCW, Article 197 <https://doi.org/10.1145/3359299>
- Škiljan, Dubravko (2000), *Javni jezik*. Zagreb, Antibarbarus.
- Wilson, J. (2015), Political Discourse. U: Schiffrin, Deborah; Tannen, Deborah i Hamilton, Heidi E. (ur.), *The Handbook of Discourse Analysis*, Oxford, John Wiley and Sons, 775-794.
- Wodak, Ruth (1989), *Language, Power and Ideology. Studies in Political Discourse*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Comapny.
- Wurst, Anna-Katharina, Pohl, Katharina, Hassler, Jörg. i Jackson, Daniel (2023). Emojis in Parties' Online Communication During the 2019 European Election Campaign: Toward a Typology of Political Emoji Use. *International Journal of Communication*, 17, 4686-4706

Analysis of the Internet Discourse in the Facebook posts by the Members of the Croatian Government

Abstract

Considering that they combine the features of spoken and written language, social media networks present an important communication channel which politicians increasingly use nowadays in order to establish communication with the public. Social media networks enable direct communication between politicians and their audience, without the intervention of media. By using social networks such as Facebook, Instagram and Twitter, politicians have the opportunity to decide on the information and news they wish to share with the audience, and consequently on the development of their own public image and on the method of winning the affection of their voters. This paper analyses Facebook posts by the members of the Croatian Government. More precisely, it focuses

on internet discourse features such as emojis, hashtags, tagged institutions, persons and locations used by Government members in their Facebook posts. It has been established that the most frequently used post format includes text and photos. Emojis are the most represented among the analysed internet discourse elements. They are followed by hashtags, tagged institutions and persons, while tagged locations are the least represented element. All analysed features appear more frequently in the Facebook posts by female Government members. National flags are the most represented emoji which is expected considering analysed corpus, and the use of hashtags varies depending on the department Government members are in charge of. Tagged locations also vary depending on the Government department. Most frequently tagged person is Andrej Plenković, and the most frequently tagged institution is the Government of the Republic of Croatia. The paper results show that just non-verbal internet discourse features are sufficient, and consequently, relevant part of the process of creating politicians' public images and identities. Such features make the posts more dynamic and attractive, and thus impact the persuasive power of the politicians.

Key words: *Internet discourse, discourse analysis, social media, social network, Internet communication, political discourse.*



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Mustafa Sefo

Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu
Odsjek komunikologije/žurnalistike
Bosna i Hercegovina
mustafa.sefo@fpn.unsa.ba

Jezik, komunikacija i mediji

Sažetak

Jezik je sistem koji omogućava ljudima komunikaciju. U namjeri da potiče razmjenu informacija među pojedincima, jezik ima dvostruku funkciju – komunikaciju među ljudima i simbolizaciju ideje znakom. Naša civilizacija je proizvod jezika, usmenog i pisanog govora. Pojava slikovnih medija, poput fotografije, kina, televizije, videa ili stripa, riskira prevrtanje krhke ravnoteže uspostavljene verbalizacijom između instinktivnog i racionalnog. Slika izaziva, ali ništa ne produbljuje. Izgovorena riječ strukturira iskustvo, omogućava subjektu da se distancira od njega kako bi ga integrirao, probavio i stekao. Govor, odnosno artikulirani izraz misli riječima, glavni je element jezika. Jezik je individualiziran, utjelovljen, stavljen u danu situaciju. Donekle je izgubljena iz vida bitna civilizacijska uloga govora kada je počeo puhati vjetar masovne tehnologije. Sa slikama koje definiraju novi jezik, tehnike su dale nova sredstva. Napori medijskih stručnjaka stoga su mnogo više fokusirani na istraživanje tehničkih aspekata i novih mogućnosti koje nudi tehnologija, nego na artikulaciju pratećeg diskursa. Već spomenuta McLuhanova izreka „Medij je poruka“ potisnula je važnost govora. Fenomen je, osim toga, univerzalan: Strogost artikulacije verbalnog diskursa posvuda opada.

Ključne riječi: jezik, komunikacija, mediji, filozofija.

Teorija komunikacije i društvena teorija

Komunikacija je glavno naučno i političko pitanje 21. stoljeća. Trijumf tehnologije, spajanjem ljudi i društava, zahtijeva ogroman napor i znanje jer ovo zbližavanje, čineći vidljivije kulturne, društvene i vjerske razlike, povećava poteškoće u međusobnom razumijevanju. Kraj geografskih udaljenosti naglašava težinu kulturoloških razlika, dakle, potrebu za istinskom željom da toleriramo jedni druge. Ovaj preokret u redoslijedu važnosti, između kraja geografskih udaljenosti i rasta kulturnih udaljenosti, također je jezično i političko pitanje jer informacije i komunikacija nisu samo tehnički procesi, nego i temeljne vrijednosti društva individualne i kolektivne emancipacije od 18. vijeka. Oni su, na primjer, u srcu trenutnog zapadnog modela koji se naziva „masovnim individualističkim društvom“ i koji mora istovremeno upravljati s dvama kontradiktornim naslijeđima naše političke filozofije: slobodom 18. stoljeća i jednakošću 19. stoljeća. Informacije i komunikacija su stoga, zajedno s ekonomskim pitanjima, i središnje vrijednosti modernog doba i predmet tehničkog napretka. Kakav odnos danas ostaje između postulata o međusobnom razumijevanju i strašne reorganizacije kapitalističke ekonomije pod nazivom „informacijsko društvo“?

Komunikacijom trebamo obuhvatiti i razumjeti sljedeće fenomene: interpersonalnu komunikaciju, komunikaciju posredovanu klasičnim ili novim tehnikama, političku komunikaciju, interkulturalnu komunikaciju, ali i modele organizacije društva kroz vrijednosti, simbole i reprezentacije. Odnosno, to je ono što pojedincima i zajednicama omogućava da se predstavljaju, stupaju u međusobne odnose i djeluju na svijet.

Odnos svakog od nas prema svijetu odigrava se komunikacijom. Zato nema društva bez komunikacije, posebno u demokratskom modelu koji uspostavlja princip slobode i ravnopravnosti svojih subjekata u međusobnim odnosima. Komunikacija stoga postaje horizont svakog demokratskog društva s potrebom da se riješe ovi kontradiktorni ciljevi: osiguravanje komunikacije između slobodnih pojedinaca i preuzimanje težnje za jednakošću koja je horizont demokratskih društava, također, osiguravanje minimuma suradnje uz poštovanje kulturnih i političkih razlika unutar međunarodne zajednice u vrijeme kada najveće svjetske industrije, industrije komunikacija, vide zemlju kao jedinstveno tržište.

Između vrijednosti komunikacije, tehnika komunikacije i ekonomije komunikacije sve se miješa i prepliće, pogotovo zato što se čini da između vrijednosti komunikacije i ekonomije tehnike „prirodno“ stvaraju vezu. Od telefona do radija, od televizije do interneta, oni utjelovljuju dvostruki ideal slobode i jednakosti informacija i komunikacije. Čini se da je tehnologija postala naoružano krilo zapadnog demokratskog ideala, čak i ako su ove tehnike istovremeno neodvojive od globalnog rasta. Kada govorimo o globalnom selu, je li to ideal komunikacije na globalnom nivou ili infrastruktura prve industrije na svijetu, industrije informacija i komunikacija? Je li informacijsko društvo ideal demokratskog društva na globalnom nivou ili ideološka maska globalne informacijske ekonomije? Drugim riječima, sveprisutnost informacija i komunikacija na globalnom nivou nisu dovoljne da osiguraju pravedno, egalitarno i komunikativno društvo. E-sloboda je velika podrška e-poslovanju,

a glavne globalne komunikacijske grupe moraju biti prve koje će pohvaliti zasluge e-demokracije ili e-obuke od kojih će, osim toga, biti glavni ekonomski korisnici. U potpunoj smo konfuziji. Rastući savez između ideala komunikacije, performansi tehnika i realnosti ekonomije zahtijeva ogroman rad znanja kako bi se razlikovali problemi i stvorilo znanje.

Upravo taj dvojni status komunikacije, i temeljne vrijednosti i uloge kao instrumenta ekonomskog rasta, čini je jednim od najvećih izazova budućnosti. Potreban je temeljni kritički rad da se u ovom toku tehnika, diskursa, usluga, ideologija odvoji ono što se odnosi na ideal komunikacije i međusobnog razumijevanja od onoga što se odnosi na realnost nove etape historije ekonomije – ekonomije informacija. Pitanje znanosti i znanja je čak i ispred političkog, jer znanje pomaže da se napravi razlika između govora i obećanja.

Kojim alatom se treba koristiti za ovo sortiranje? Možda najjednostavnijim, onim koji dolazi iz etimologije. Komunikacija ima dva značenja: Prvo, povezuje komunikaciju i dijeljenje, razumijevanje i poštovanje drugih. To je ideal komunikacije na individualnom ili kolektivnom nivou. Normativna dimenzija služi kao referenca kako u smislu intersubjektivne komunikacije tako i u smislu tehnika ili društava. Drugo, novije, pojačano komunikacijskim tehnikama od kojih je prva tisk, naglašava ideju prenošenja. Ono djeluje uz odavno istinitu hipotezu da što je više informacija, više je komunikacije. Danas nas sveprisutnost tehnika i obim tokova informacija tjeraju da shvatimo da više nije dovoljno širiti veliku količinu informacija, pa čak ni osigurati interakciju kako bi se povećala komunikacija između pojedinaca ili zajednica. Ova druga dimenzija, koja se naziva funkcionalnom, očito naglašava performanse, bez nužnog osiguranja međusobnog razumijevanja.

Širenje velike količine informacija i organiziranje njihove interakcije više ne znači komuniciranje. Komunikacija se susreće s tehnikom, čak i tehničkom ideologijom, koja brka performanse i ljudsku i društvenu komunikaciju. Tehnicizam je jednostavna ideja koju prenose informacijske i komunikacijske industrije, prema kojoj vrijedi da što su pojedinci i društva više „opremljeni“, to je osigurana normativnija komunikacija. Tehnicizam se jednostavno sastoji od uspostavljanja kontinuiteta između tehničkog sistema i društvene stvarnosti. Zato svako teorijsko razmišljanje o komunikaciji danas uključuje kritičko promišljanje tehnika, ne da bi se kritizirala njihova uloga, već da bi se njihovo mjesto stavilo u perspektivu. Drugim riječima, potrebno je socijalizirati tehnologiju kako bi se izbjegla tehnicizacija društva. Ovaj pristup se također povezuje s tradicijom filozofije i historijom znanosti i tehnologije koje su uvijek insistirale na diskontinuitetu između tehničkog sistema i društva. Svakako, tehnika utječe na društvo, ali u složenoj interaktivnosti uloga kulturnih i društvenih modela često je barem jednako jaka. Ta uloga kulturnih i društvenih modela još je veća kada su u pitanju komunikacijske tehnike.

Možda je moguće da prvi medijsko-teorijski aksiom glasi da nema medija koji ima supstancijalno historijski stabilan kôd. Masmediji nisu samo reprezentanti određenih formi kao teatar ili film. Nisu samo ni tehnika kao tiskarstvo ili slikarstvo. Materijalni nosioci simboličkih sistema ili tehnike distribucije nisu dovoljni da se shvati pojam medija u cijelosti. Traži li se

novo pozicioniranje medijskih teorija u nekom zajedničkom horizontu, moraju se postaviti i novi uvjeti novog razumijevanja svijeta u svijetu koji je nerazumljiv.²²

Normativna ili funkcionalna komunikacija: podijeliti ili prenijeti?

Znanstveni izazov komunikacije sastoji se od razlikovanja normativnog od funkcionalnog u svakoj komunikacijskoj aktivnosti te socijalizacije tehnika kako bi se izbjeglo tehniciranje komunikacije.

Družiti se, znači vidjeti vezu koja u svakoj eri postoji između društvenog i kulturnog modela komunikacije i tehničkih sistema. Radeći ovaj posao možemo svaki put komunikacijska pitanja postaviti u odnosu na dominantne društvene, političke i kulturne modele. Štoviše, u tom pogledu se ne treba suprotstavljati ljudskoj komunikaciji koja bi bila normativna i tehničkoj koja bi bila funkcionalna.

Ne može postojati toliko normativne komunikacije kroz tehnologiju kao što su tisak, knjižare, radio i televizija odavno dokazali; ne može postojati funkcionalna komunikacija u direktnim ljudskim odnosima kao što vidimo u mnogim društvenim situacijama poslovanja, porodice ili života, u gradu ili na selu. Opozicija, koja je fundamentalna za održavanje u svakoj eri, između normativnog i funkcionalnog ne preklapa se nužno s opozicijom između ljudske komunikacije i tehničke komunikacije.

Glavne komunikacijske tehnike dobile su svoje značenje samo zato što su rezonirale s kulturnim i društvenim projektom komunikacije. Upravo ta veza između tehničkog sistema i modela komunikacije čini interes razmišljanja o komunikaciji već tri vijeka. Sva promišljanja o idealu komunikacije od 17. stoljeća, vezana za slobodu savjesti, zatim za slobodu pojedinca, za političku slobodu i na kraju za ideju jednakosti, bila su praćena borbom oko značenja koje treba dati tehnički komunikacijski sistem. Drugim riječima, ako su komunikacijske tehnike odigrale bitnu ulogu u tisku i telefonu, zatim radiju i televiziji, to je zato što su svaki put bile ubačene u jedno od poglavlja ove duge kulturne i političke bitke komunikacija.

Tisak je neodvojiv od modela liberalne demokracije, kao što su radio i televizija od masovne. Izazov trenutnih komunikacijskih tehnika je znati kako se one uklapaju u dvojni ideal naših suvremenih društava, „masovno individualističko društvo“ sa svojim dvostrukim referencama na slobodu pojedinca i društvenu jednakost. Svaka od postojećih tehnika je manje-više primjerena jednoj od dviju skala komunikacije. I cijeli je interes i poteškoća interneta, odlučujućeg tehničkog napretka, da se zna pomiče li on ovaj problem veze između ovih dviju skala komunikacije ili ne.

Internet za sada više pojačava mogućnosti individualne komunikacije, nego što donosi promjenu u odnosu na drugu dimenziju komunikacije bolje podržanu od strane radija i televizije, a koja je povezana s modelom masovne demokracije, tj. upravljanjem društvenom i kulturnom heterogenošću.

²² Kečo-Isaković, E. (2006) *Izazovi mas-medija*. Sarajevo: DES, 68.

Sa stanovišta teorije komunikacije, tehnički sistem interneta trenutno ne predstavlja nadilaženje aktualnog problema komunikacije: povezivanja pojedinaca na osnovi zajedničkog interesa, a ipak osigurava minimuma društvene kohezije.

Nada demokratske teorije komunikacije jest omogućiti u isto vrijeme intersubjektivnu i društvenu komunikaciju. Zbog toga izazov komunikacije znači manje upravljanje sličnostima, nego upravljanje razlikama, manje okupljanje pojedinaca i zajednica koji imaju zajedničke interese, nego sposobnost organiziranja kohabitacije između heterogenih zajednica i društava, manje performanse alata, nego filozofije komunikacije koja je u njihovoj osnovi. Ljudi su ti koji konstruiraju komunikacijske modele koji se prvo nalaze u njihovim glavama, a zatim u alatima. Osim toga, historija tehnika, uključujući komunikaciju, puna je alata koji u konačnici nikada nisu imali trajni društveni život, jednostavno zato što nisu odgovarali društvenom i kulturnom pitanju.

Podsjećanje na prevagu kulturne i društvene dimenzije u komunikaciji je fundamentalno, naročito danas kada tehnički napredak, značajan u ovom sektoru, može dovesti do vjerovanja da je tehnička izvedba izvor mutacije kulturnih modela komunikacije. Tehnike očito imaju stvarni utjecaj na kulturne modele kao i na društvenu organizaciju komunikacije, ali po redosljedu analize nisu primarne. Ili bolje rečeno, u tehničkoj interakciji, kulturi, društvu, komunikaciji, kulturni modeli su ti koji igraju bitnu ulogu. To su komunikacijske utopije koje daju smisao alatima, čak i ako oni, kroz promjene koje izazivaju, očito imaju utjecaj na kulturne i društvene modele komunikacije.

Komunikacijske znanosti između tehnologije i politike

Kao što smo shvatili u smislu teorije komunikacije, pitanje je njena veza s političkom teorijom. Ova veza se radikalno razlikuje zavisno o tome hoćemo li se na kraju opredijeliti za humanističku filozofiju komunikacije ili tehničku filozofiju. Danas sve gura da prevlada drugo. Tu se u konačnici povezuju pitanja znanja i politike koja se tiču refleksije statusa komunikacije u našim društvima, refleksije koja je za nešto više od pola vijeka rodila komunikacijske znanosti.

Ne postoji samo jedna znanost koja može obuhvatiti komunikaciju, budući da komunikacija uključuje nekoliko disciplina. Komunikacija je predmet interdisciplinarnog znanja, na razmeđu tradicionalnih disciplina i novijih znanja vezanih za širenje komunikacije i istoimenih tehnika. Strukturira ju otprilike deset disciplina: filozofija, antropologija, sociologija, politologija, lingvistika, pravo, ekonomija, historija, psihologija i geografija.

Nekoć mnogobrojne vizije s područja komunikacija postale su u kratkom vremenu realnost te su promijenile čitav život suvremenog čovjeka i, naravno, promijenile su odnose unutar svijeta komunikacija. Konsekvenca za to je da su masmediji postali predmetom mnogih znanosti, ali su i sami postali vrlo značajna znanstvena disciplina da danas nitko ne postavlja više pitanje je li komunikologija znanost ili samo dio neke od znanstvenih disciplina (sociologije, filozofije, psihologije, ekonomije...)²³

23 Isto, 9.

Štoviše, dokaz da se ovo polje još uvijek bori da bude legitimno, može se vidjeti u činjenici da historija istraživanja komunikacije u Evropi nije precizno datirana, ali možemo razlikovati četiri faze:

Prva faza traje do 1960-ih godina. Uglavnom je posvećena proučavanju pisanog tiska oko nekoliko univerzitetskih centara, kao što je French Press Institute u Parizu, najstariji univerzitetski istraživački centar za komunikaciju, osnovan 1938. Radio, nažalost, nije predmet velike teorijske radoznalosti. Komunikacija, iako je glavni sastojak modernosti, izostaje u ovom preispitivanju oblika poslijeratnog društva, osim nekih radova na oglašavanju u nastajanju. Studije književnosti to ignoriraju, a i lingvistika također.

Druga faza obuhvaća period od 1960-ih do 1975. To je pravi početak studija, ne o komunikaciji, koja nije od interesa, već uglavnom o medijima. Akademici su istraživanja usmjerili prema anglosaksonskim zemljama. Ovdje je potrebno navesti imena G. Friedmanna, J. Cazeneuvea, E. Morina, R. Barthesa, O. Burgelina i Paul-Henri Chombarta de Lauwea. G. Friedmann, koji je već intenzivno radio na razvoju industrijske sociologije, uveo je američku tradiciju istraživanja masovnih medija. Većina današnjih pitanja o utjecaju medija, komunikacijskom društvu, problemu kulturnog nivoa, elitnoj kulturi, kraju knjige, američkoj ideologiji, imidžu, već se tada postavlja. Čak je i problem recepcije poruke iz medija i javnosti već prisutan. S druge strane, radio u virtualnoj intelektualnoj indiferentnosti doživljava svoj vrhunac.

Treća faza je smještena u narednu deceniju (1975–1985) i definira mučno pitanje utjecaja medija. Frankfurtska škola trijumfira s amblematskim likovima H. Marcusea i T. Adorna. Na ekonomskom planu, teze o američkom kulturnom imperijalizmu definitivno potvrđuju činjenicu da mediji pripadaju „ideološkim aparatima“. Debata, strastvena, nasilna, obilježena lošom namjerom s obje strane, „oko novog svjetskog informacionog poretka“ odvija se, na osnovi izvještaja Mac Bridea (1980), preko UNESCO-a. Informacija, više od komunikacije, već trideset godina ilustrira jedan od bitnih oblika stvarne neravnoteže. Istovremeno se pojavljuje još jedan diskurs vezan za nove komunikacijske tehnike. Ovdje je sve pozitivno. Mnogo se očekuje od obećanja kablovske televizije u Kanadi i Sjedinjenim Američkim Državama, koja bi trebala omogućiti ispravljanje štete prouzrokovane masovnom televizijom. Izgledi za individualizaciju kablovskom televizijom, a zatim i računarstvom, potvrđuju otvaranje još jedne historije komunikacije.

Paradoksalno, ove inovacije, neodvojive od industrijske logike, hvale se onoliko koliko se osuđuje masovna televizija. Nalazimo stari sukob između privlačnosti individualne logike i nepovjerenja u kolektiv. U to vrijeme je, nesumnjivo, rođena tehnička ideologija vezana za individualizirane usluge. Zaboravljeni interesi, ekonomska logika, kulturni modeli, otuđenost, sve postaje „besplatno“ zahvaljujući novim tehnikama. Danas, nekoliko decenija kasnije, nalazimo iste argumente s informacionim putovima, internetom, elektronskom demokracijom, tele-obrazovanjem.

Četvrta faza počinje od 1985. godine- To je period intelektualnog otvaranja. U oblasti istraživanja svjedočimo određenom zbližavanju suprotstavljenih pozicija. Zagovornici kritičkog pristupa marksističkog tipa postepeno prepoznaju da je javnost inteligentnija nego što se čini te da usprkos

kulturnoj i ideološkoj dominaciji mediji nemaju toliko straha od utjecaja. Javnost je naučila da se „igra“ s medijima. Rad na historiji tiska, telefona, radija i televizije podržava promjenu stava, u tom smislu da u svakoj eri naglašava postojanje relativne autonomije društvenih i kulturnih ponašanja u odnosu na ove tehnike. Ponovo otkrivamo važnost sociokulturnog konteksta simboliziranog kulturološkim studijama koje stavljaju veći naglasak na interakciju između tehnika, modela i kulturnih identiteta. Nasuprot tome, zagovornici kritičkog empirijskog pristupa, za koje su događaji poprilično pokazali da su u pravu, dužni su priznati da izvanredna ekspanzija komunikacijskih industrija zamagljuje razumijevanje odnosa između komunikacije i društva.

Politička filozofija, konačno pronalazeći interes za pluralističku demokraciju, otkriva koncepte javnog prostora i problem argumentacije, dakle, pitanje međusobnog razumijevanja. Konačno smo shvatili da to nisu samo poruke i savjeti. Osim toga, postoje pojedinci i kompanije koji grade veoma komplicirane burze. Ukratko, komunikacija polako postaje „vrijedno“ teorijsko pitanje. Intelektualci polako shvaćaju da postoje primaoci koji igraju centralnu ulogu i da što je više poruka, to više filtriraju i igraju aktivnu ulogu, daleko od „pasivnosti“ o kojoj smo dugo pričali. Vrlo sporo, presporo s obzirom na politička pitanja, komunikacija počinje postajati suštinsko teorijsko i praktično pitanje.

U stvarnosti se za trideset godina polje istraživanja diverzificiralo. Prva dva pristupa su svrgnula empiričare nasuprot kritičara zbog divergentne analize mjesta komunikacije u društvu i kritičkog kapaciteta pojedinaca. Prvi hipostazira nove tehnike, a drugi je oprezan u komunikacijskim problemima, dok posljednja dva nailaze na vrlo povoljan odgovor među kulturnim elitama.

Komunikacija je teorijsko raskršće. Vidjeli smo da je izgrađena na raskršću desetak disciplina, što objašnjava određene intelektualne teškoće u konceptualizaciji. Stvaranjem teoretskih alata, koncepata, na primjer oko javnog prostora, političke komunikacije, argumentacije, javnog mnijenja, recepcije, upotrebe, interakcionizma, interkulturalne komunikacije i sl., uspjeh ćemo izbjeći ovu „tiraniju komunikacije“. Jučerašnji protivnici komunikacije u suštini su bili marksisti koji su vodili dvostruku borbu: ideološku, protiv mehanizama dominacije na djelu u međunarodnoj audiovizualnoj komunikaciji i ekonomsku, da osude težinu kulturnih industrija.

Danas je dominantna struja drugačija. To je tehnička ideologija, ideologija industrije, koja hvali „informativsko-komunikacijsko društvo“ koje bi nastalo poslije televizije i kompjutera. Poslije bi se, uz interaktivnu komunikaciju, sve promijenilo. Čak je to već, dolaskom društvene kablovske televizije, zatim kompjutera i mreža, prije četrdeset godina bilo obećano.

Eksplozija tržišta komunikacija

Višak je svuda: 50 kanala kod kuće izgleda kao minimum, 100 nešto razumno, 300 do 400 znak napretka, a da ne spominjemo međusobno povezivanje mrežama. Komunikacija je postala jedan od najjačih simbola modernosti. Štoviše, uspjeh ovih tehnika objašnjava razmjere ideologije komunikacije koja je zasnovana, svakako, na tehničkim performansama, ali vjerojatno jednako toliko i na krizi triju drugih velikih vrijednosti koje su dominirale 20. vijekom: znanosti, religije i politike.

Istraživanje u akademskom svijetu je bilo jedini način pristupa znanju vitalnog, ali zanemarenog sektora. Danas je potražnja za znanjem još uvijek blago niska, ali je taj fenomen maskiran preobiljem postojećih informacija na tržištima, strategijama igrača, ekonomskim restrukturiranjem, tehničkim prognozama, novim uslugama i njihovim eksperimentiranjem. S istraživačke točke gledišta, ipak, tokom dvadeset godina možemo imenovati oblasti u kojima je postignut napredak. To su sljedeće oblasti i obuhvaćaju pobrojano:

1. Komunikacija i društvo: institucionalna komunikacija, historija tiska i komunikacijskih tehnika, znanosti, kulture i komunikacije, kolektivno pamćenje i historija komunikacije, pravo i ekonomija informacija i komunikacija, društvena historija i pamćenje;
2. Mediji i demokratija: politički govori i njihovi izrazi, posredovanje i medijatzacija, mediji, krize i sukobi, evolucija audiovizualnih sistema i regulatornih institucija, pojava novih tehnika komunikacije;
3. Komunikacija i politika: karakteristike i funkcioniranje javnog prostora, javno mnijenje i politička komunikacija, diskurs i prakse aktera, konteksti prenošenja i prijema političkih poruka u javnom prostoru, informacije i akcije, novi odnosi između javnog i privatnog prostora;
4. Komunikacijske strategije: modifikacija prostora i vremena, konstrukcija i izražavanje mišljenja, prijem poruka i ponašanja publike, argumentativne strategije i konstrukcija stvarnosti, konstrukcija, interakcija i interpretacije, individualna i kolektivna zastupanja, interpersonalna komunikacija i komunikacija na daljinu, različiti oblici interkulturalne komunikacije, riječi, geste, slike i raznolikost načina komunikacije;
5. Evropa i interkulturalna komunikacija: stereotipi i reprezentacije, identitet i komunikacija, nacionalni mediji i prostori, internacionalizacija komunikacije, politička, ekonomska, institucionalna i kulturna pitanja, Evropska unija i granice južne i istočne Evrope, poteškoće interkulturalne komunikacije, društvene nejednakosti i sukob kultura, sukob između komunikacijskih industrija i pitanje kulturne raznolikosti;
6. Četiri teorijske pozicije: Teorijske pozicije, često kontradiktorne, koje strukturiraju polje istraživanja, mogu se grupirati u četiri pozicije. Prva se odnosi na vezu između tehnike i vrijednosti u polju komunikacije, a druga se tiče stupnja otvorenosti i zatvorenosti društva. Što se tiče komunikacije, razilaženje je između dijelova koji favoriziraju tehnički pristup komunikaciji, u usporedbi s onima koji favoriziraju pristup u smislu vrijednosti. Što se tiče društva, razilaženje je između dijelova koji favoriziraju otvorenu viziju društva, u usporedbi s onima koji radije insistiraju na temi društvene kontrole i dominacije.

To je u konačnici, s jedne strane, veza tehnike i vrijednosti u komunikaciji, a s druge, manje ili više zatvorena vizija društva koje predstavlja dvije ose u odnosu na koje se distribuira rad na komunikaciji. Stoga je odnos komunikacije i društva diskriminirajući faktor. Vizija informacija i komunikacije uvijek otkriva implicitnu ili eksplicitnu teoriju društva. Ne postoji „prirodan“ stav o komunikaciji,

bilo da se radi o imidžu, recepciji, televiziji, novim tehnikama ili interkulturalnoj komunikaciji. I svaka od ovih vizija se u konačnici odnosi na koncepciju komunikacije i društva. Stoga možemo postaviti sljedeća pitanja bilo kojeg tehničkog, akademskog, političkog diskursa o komunikaciji: Koje su pretpostavke? Gdje on govori o tako „prirodnoj“ komunikaciji? Koja je njegova implicitna vizija društva? Kako to utječe na njegovu koncepciju komunikacije?

Čitajući novinske članke ili slušajući određenog ekonomskog ili političkog aktera koji intervenira u polju komunikacije, možemo razumjeti na koju od ovih pozicija je vezan govor.

Prva struja je vrlo optimistična po pitanju društva - kao i tehnika, okuplja one koji u tehničkim lomovima vide nastanak novog društva, više demokratskog, relacijskog i interaktivnijeg. Ovdje je to gotovo vjerovanje. Ovakav stav je sveprisutan u medijima, novinama i budućem radu. Ovdje je gotovo sve pozitivno. Otpor društava se poistovjećuje sa strahom od promjene. Ekonomska logika je naoružana ruka ove globalne revolucije koja će omogućiti precrtavanje odnosa. Obrazovanje, kao jedan od dodataka ove komunikacijske revolucije, omogućit će zemljama da preskoče fazu industrijskog društva i direktno dođu u informacijsko.

Druga struja: kritika. Osuđuju ekscese komunikacijskih industrija na globalnom nivou i opći utjecaj tehnika na društvene odnose. Nove usluge ništa ne mijenjaju. Međutim, može se voditi borba da se društva oslobode ovog, konačno, ideološkog, kao i ekonomskog, tehničkog i političkog utjecaja. Na međunarodnom planu, ideologije informacijskog društva samo su alibi nove međunarodne podjele rada koja učvršćuje dominaciju.

Treća struja: empiristi kritičari. Ovdje prevladava ideja manevarskog prostora u odnosu između komunikacije i društva. Komunikacija je vrijednost prije nego što postane tehnika, a u ime ove normativne reference moguće je, na dnevnoj bazi, podizati kontradikcije između ideala komunikacije i stvarnosti komunikacijskih industrija. Inteligencija javnosti je čuvar ovog dualiteta komunikacije. To je simetrija inteligencije građanina u demokratskom modelu. Ovdje je ključna ideja regulacije, kao i ideja kritičke analize.

Četvrta struja: nihilisti. Oni pokazuju dvostruko nepovjerenje, i u društvo i u čovjeka. S druge strane, nihilisti, manje-više skeptični u zavisnosti od autora, snažno vjeruju u moć tehnika, ali na simetričan način. Za njih su i glumci prevareni. Samo je manjina u stanju kroz svoju kulturu odbaciti zamke i iluzije ove komunikacije. Perspektiva je često elitistička.

Zaključak

Komunikacija je vjerojatno jedan od segmenata stvarnosti u kojem je bilo najviše promjena u posljednjih šezdeset godina. Možemo samo razmisliti o telefonu, radiju, televiziji, kompjuterima, današnjoj stvarnosti i mobilnim telefonima. To su preokreti koji su se desili bez postojanja velike znanstvene kulture, jer informacija i komunikacija jučer nisu bili legitimna i cijenjena oblast. Kašnjenje je stoga više na strani teorije i refleksije, nego na strani tehnike i ekonomije. Komunikacija

postaje glavno pitanje 21. vijeka, jednako važno kao znanost, obrana, obrazovanje, zdravstvo. Napor proizvodnje znanja, stoga, mora biti razmjeran ovom ekonomskom, društvenom i kulturnom značaju, kako na nivou nacija tako i onog suštinskog sutra i poštovanja kulturne raznolikosti.

Informacijom i komunikacijom utječemo na mentalnu infrastrukturu pojedinaca i zajednica. Razvijanje znanja je i način da se očuva komunikacija kao karakteristična vrijednost kulture i demokracije u vrijeme kada je s uspjehom zahvaćaju svi interesi. Kako komunikacija postaje rastuća globalna industrija, ne postoji garancija da će ostati vezana za vrijednosti koje je podržavaju. Može čak postati faktor dominacije i nejednakosti, daleko od ideala dijeljenja i emancipacije.

Razvijanje znanja o komunikaciji znači djelovanje tokom vremena, da se obećanja o novim tehnikama stave u perspektivu. To ne svodi komunikaciju na tehnike, nego na razvijanje teorijskog rada i promoviranje razvoja znanstvene zajednice. Primjetna je marginalizacija istraživača i akademika u korist „stručnjaka“ i „savjetnika“ svih vrsta čiji govori uvijek bivaju privlačniji. Jednom kada komunikacija postane industrija, logika interesa dominira logikom vrijednosti. Sve dok ne bude komunikacijske krize, potražnja za znanjem će vjerojatno ostati niska.

Hoćemo li ostaviti otvorenu raspravu, jedva ocrtanu, o dvjema filozofijama komunikacije: dijeljenju ili prenošenju? Politička filozofija insistira na idealu međusobnog razumijevanja između ljudi i društava. Tehnička filozofija je osjetljiva na napredak koji omogućava sve brži prijenos i interaktivnost informacija i komunikacija svih vrsta. S jedne strane je sporost i teškoća u međusobnom razumijevanju, a s druge tehnička brzina. U sredini, obećanja ekonomije, spremnije da pređe na tehničku nego na humanističku logiku.

Kakva će biti uloga znanja? Bit će potrebno razlikovati u obećanjima, govorima, dostignućima, što se odnosi na političku filozofiju komunikacije od onoga što se odnosi na tehničku filozofiju. Ove dvije filozofije se ne preklapaju nužno s opozicijom između normativne komunikacije i funkcionalne komunikacije, što pokazuje složenost odnosa između komunikacije i društva. Ustvari, može postojati normativna komunikacija i u političkoj i u tehničkoj filozofiji komunikacije. Obrnuto, funkcionalna dimenzija se može naći i u političkom ili tehničkom pristupu komunikaciji. U svakom slučaju, razlikovanje dviju vizija, tehničke i političke komunikacije, omogućava nam da stavimo u perspektivu pitanja vezana za ekonomiju komunikacije i društvene, kulturne i obrazovne projekte koji su njeno proširenje. Nije li u svim slučajevima razlikovanje problema različite prirode ono što karakterizira čin znanja?

Literatura:

- Fejzić-Čengić, F. (2016) *Stvarnost i mediji, vrijeme istrošenih ideologija*. Sarajevo: Dobra knjiga.
- Fejzić-Čengić, F. (2009) *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Connectum.
- Granjon, F. (2012) *Reconnaissance et usage d'internet. Une sociologie critique des pratiques de l'information connectee*. Paris: Presses des Mines.
- Habermas, J. (1962) *L'espace public. Archeologie de la publicite comme dimension constitutive de la societe bourgeoise*. Paris : Payot.
- Hall, S. (2007) *Identite et culture*. Paris: Ed. Amsterdam.
- Kečo-Isaković, E. (2006) *Izazovi mas-medija*. Sarajevo: DES.
- Lamza Posavec, V. (1995) *Javno mnijenje*. Zagreb: Alinea.
- Lazarsfeld P.F., Katz E. (1955) *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. New York: The free press.
- Lorimer, R. (1998) *Masovne komunikacije*. Beograd: Clio.
- McQuail, D. (2010) *Mass Communication Theory*, (6th edition). London.
- Nuhanović, A. (2005) *Fenomen javnosti*. Sarajevo: Promocult.
- Radojković, M., Stojković, B. (2004) *Informaciono komunikacioni sistemi*. Beograd: Clio.
- Sinanović, A. (2007) *Društvena odgovornost medija*. Sarajevo: Vesta.
- Šljivo-Grbo, A. (2009) *Mediji i demokratizacija društva*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka.

Language, Communication, Media

Abstract

Language is a system that allows us to communicate. In its intent to encourage the exchange of information between individuals, its function is dual: that of communication between humans and of the symbolization of an idea by a sign. Civilization as we know it a product of language, both spoken and written. The emergence of image media such as photography, cinema, video, and comics risks overturning the fragile balance that has been established by the verbalization between the instinctual and the rational. The image provokes, but does not reach deeply. A spoken word structures the experience and enables the subject to distance itself from it, in order to integrate, digest, and acquire it. Speech, i.e. the verbal articulation of a thought, is the principal element of language. Language is therefore individualized, embodied, and put in a certain situation. A very important civilizational role of speech has somewhat started to disappear from view, after the winds of massive technology have begun to blow. With pictures that define a new language, technology has provided us with new means. Media experts' efforts are therefore nowadays more focused on the research of the technical aspects and new technological possibilities, than on the articulation of the existing discourse. The already famous McLuhan's phrase "The Medium is the message" has suppressed the importance of speech. The phenomenon is universal: the strictness of the articulation of the verbal discourse is in decline everywhere.

Key words: language, communication, media, philosophy.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Dafne Vidanec

Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić, Zaprešić, Hrvatska
dafne.vidanec@gmail.com,
dvidanec@bak.hr
dafne.vidanec@iCloud.com

Refrakcije religioznoga: boje i oblici bizantske umjetnosti na primjeru Eufrazijane

Sažetak

Eufrazijana (Poreč, 6. st. po Kr.), jadranski, arhitektonski antikvitet; skoro tri desetljeća na UNESCO-ovoj listi zaštićenih spomenika kulture i graditeljstva (1997.). Eufrazijeva bazilika predstavlja remek djelo bizantske, mozaikalne umjetnosti na Zapadu. Ona, a zahvaljujući dispoziciji boja i oblika dohvatljivih cjelinom oblička biblijskih – novozavjetnih likova, ne samo da nadilazi antički, grčki koncept mimesis-a (Aristotel, O pjesničkom umijeću 1449 b1 VI., 25), nego nam u maniri Martina Heideggera „daje misliti“, takoreći, načine očitovanja liturgijski „svetoga“. Ti načini neumitno zavise o poznavanju sadržaja svetoga koje se želi izraziti, kao što – u praktičnom dijelu - zavise o stanju vješte ruke majstora, koji vještinom (svoje) ruke može postići takvu ras/poredbu bojâ i oblikâ (umjetničkog predmeta) koja vuče promatrača da se zagleda, primjerice, u ljepoliko lice Bogorodice na tronu. Naša je teza da je bizantskoj umjetnosti

imanentna hajdegerijanska dijalektika ruke. To nazivam 'ikonografskom refrakcijom' i biti će izloženo s dva aspekta: umjetničko-oblikovnog i teološko-filozofskog.

Ključne riječi: *Eufrazijeva bazilika, Bizant, mozaici, Martin Heidegger, 'dijalektika ruke', Hegel, refrakcija duh/ovnoga u umjetnosti.*

Status quaestionis: arhitektura i pamćenje

Nije²⁴ lako pisati o oku dohvatljivim, arhitektonsko i morfološki - 'naoko' stiliziranim, napola skrivenim, a napola otkrivenim ljepotama mozaikalne umjetnosti građevinskih zdanja poput porečke, ranosrednjovjekovne ljepotice – *bazilike Sv. Eufrazija*²⁵. *Eufrazijana* je sakralni, arhitektonski kompleks (slika 1).

24 Neuobičajeno je uvod otpočeti negacijom. Međutim! U teološki nadahnutom govoru, čemu je naša tema supsumirana, upotreba negacije nema istu težinu – posuditi ću leksički koncept Ernsta Tugendhata iz njegovih „Predavanja o etici“ – „gramatički“, kao u nekom drugom, gramatički ustrojenom diskursu o kontekstualnom protežnošću submisivnim kontekstima (tako nazivam diskurs o stvarima koje, s obzirom na pristup mišljenju, općenito potpadaju kreacionističkom gledanju na stvarnost). U teološkom diskursu upotreba negacije ima složeno, među ostalim i dijalektičko značenje. Primjerice, kada se govori o razumijevanju Božjega Otajstva – što je važno za aspekt sakralnoga, kada je riječ o umjetnosti, spominje se, među ostalim, *via negativa* način. To je, zapravo, gramatička baština koju nam je ostavio Aristotel. Kad ovaj „Grk“ objašnjava, primjerice, temelje aretaičke etike bjelodane u „Nikomahovoj etici“, on najprije govori što vrlina (grč *aretí*) nije. Takav pristup u stilu 'što nešto jest, a što nije' – u biti i je filozofijski. Ali filozofija – žargonski – ne 'dila' s kontekstima; ona nije kontekstualna nego tematska i, prema Descartesu, protežna – spacijalna i nadilazi kontekste. No taj Aristotelov, intertekstualno integrirani *via negativa* pogled na stvari u razmatranju mnogo stoljeća kasnije preuzeti će sâm Heidegger, jer njegovo „da je bitak skriven“ možemo uzeti manifestnim poklonom filozofijske hermeneutike koja je teološkom diskursu kognitivni alat, a zapravo forma strukture konstitutivnoga. Želi se reći da je umjetnička analiza sakralnih elemenata mozaikalnih prikaza Eufrazijane nezamisliva bez te hermeneutike.

U Tugendhatovom konceptu gramatičkoga vidi: Ernest TUGENDHAT, *Predavanja o etici*, (prev. Kiril Miladinov), Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2003., 49. – Tugendhat izraz „gramatički“ upotrebljava u smislu mjerila (od grč. *gramma* – slovo; učenost). U tom kontekstu ga i mi ovdje upotrebljavamo; za Aristotela u kontekstu *via negativa* u: ARISTOTEL, *Nikomahova etika*, (prev. Tomislav Ladan), FPN, Zagreb, 1982., od I. 1102 a 13 nadalje. Ta negacija je utkana u eksplanatorni princip tumačenju biti stvari; o *via negativa* kao o načinu očitovanja bitka u Heideggera usp: Usp. Martin HEIDEGGER, Bitak i vrijeme, (prev. Hrvoje Šarinić), Naprijed, Zagreb, 1988., 81 i dalje; posebno do 115; o skrivenosti bitka v. 4.

25 Dalje će se navoditi kao *Eufrazijana; Eufrazijeva bazilika; Bazilika* (nap. a.)..



Slika 1. Panorama dijela sakralnoga kompleksa s ostacima mozaika.

Za sakralne komplekse poput *Eufrazijevog*, u čijem se središtu nalazi bogomolja, može se reći da ne postoje kako bi – poput baroknih - fascinirali, nego impresionirali (lat. *impressio*). Govorimo o utisku kao o refrakciji pamćenja²⁶. Primjerice, promatrajući dio kompleksa, kako je prikazan na gornjoj slici, uočavamo detalje: krov(ove) i sjene; hod ljudi kroz **atrium** Bazilike (...).

Ono što sakralni kompleks izgrađen u bizantinskom stilu čini autentičnim, jest utisak koji stvara igra sjena i stvarnih oblika. U mozaikalnoj umjetnosti, koja predstavlja domet bizantinske arhitekturne umjetnosti, igra sjena se postiže rasporedbom mozaikalnih oblika – kamenčića, stakalca, komadića jantara koji se slažu u cjelinu na točno određenoj podlozi. To se radi rukom i to možemo nazvati ruko-vođenjem utiska koji ruka nekog majstora-mozaikiste transponira na tu istu podlogu koja će kasnije postati mozaik.

Filozofijski promatrano, način izrade mozaika može se tumačiti i shvatiti kroz filozofijsku hermeneutiku, pri čemu dominantnu ulogu ima tzv. 'misleća ruka'. To nije novitet. Pionir te koncepcije je germanofoni mislilac Martin Heidegger.²⁷ Svrha je stvoriti ikonu za koju se, na tragu glasovitog, germanofonog mislioca Hansa-Georga Gadamera koji se u tom pogledu poziva na

26 U grčkoj mitologiji *Mnemosyna* je muza pamćenja. – također vidi i u: Martin HEIDEGGER, *Što se zove mišljenje?*, (prev. Boris Perić), Naklada Breza, 2008., 61. i dalje.

27 Usp. M. HEIDEGGER, *Što se zove mišljenje?*, 61. i dalje.

Huizingu i Guardinija²⁸, može reći da, ako je „umjetnost igra mašte“, onda je umjetnost ikone zacijelo igra sjena, tj. refrakcija svetoga. Stoga, slijedeći koncepciju refrakcije (svetoga) u umjetnosti, ovaj rad ima svrhu potencijalne čitatelje senzibilizirati za dublje proučavanje specifičnosti bizantske, mozaikalne umjetnosti, za koju se nedvojbeno može reći da je stilom, formom i koloritom neponovljiv fenomen u umjetnosti i povijesno-umjetničkom diskursu, koji je nastao – posuditi ću Nietzscheov izraz – kao iskaz „volje za moć“.

Bizant je sinonim za vladavinu i državu, ali i za umjetnost koja je nastala unutar njegovog administrativnog teritorija (4. – 15. st. Po Kr.). To je nekada bio veliki teritorij i gotovo ‘dugovječan’, a to je, osvrnemo li se na tragove njegove dominacije u umjetnosti i ostao, i to zahvaljujući mozaikalnoj umjetnosti i arhitekturi – ikonografiji.

Rad će biti podijeljen u dva tematska bloka, od kojih je prvi usmjeren ka pozicioniranju određenih pitanja vezanih za položaj umjetnosti u filozofskom diskursu s osvrtom na motiv svetoga. Drugi dio posvećen je analizi i raspravi odabranih arhitektonskih elemenata porečke *Eufrazijane*. Možebitno izostanak polazišne (hipo)teze potencijalni čitatelj može uzeti (figurativno) ‘za zlo’. Međutim, slijedeći Hegelovu koncepciju iz njegove „Fenomenologije duha“ o transcendiranju apsoluta kroz filozofiju, religiju i umjetnost,²⁹ mišljenja smo da bi svaki pokušaj diskurzivno usmjeren k oblikovanju teze mogao biti shvaćen kao postavljanje epistemičke prepreke Hegelovu „Duhu“ u hodu ka manifestaciji kako bi se materijalizirao u umjetničko djelo – u ikonu, primjerice, čija je svrha biti medijatorom između svetog i profanog: očitovanje svetoga u svjetovnome; beskonačnoga u konačnome (...), a tako vidim ikonu na mozaikalnim prikazima Eufrazijeve bazilike – ponajviše jer, kako explicite kaže i sâm Hegel, „božanska bit i ljudska priroda *po sebi* nisu odvojene (...)“.³⁰

I. Bizantska umjetnost kao Aristotelov ‘dispositio’³¹ Hegel-Heideggerova koncepta *biti*

Može se reći da ono što *Eufrazijevu baziliku* zajedno s njezinim prirodnim (more) i arteficialnim (arhitektura) okruženjem čini autentičnim jesu njezini mozaici. To su umjetničke tvorevine kojima dan-danas u svijetu umjetnosti nema pandana, kako u formi, tako i u sadržaju, tehnici izrade i osobito u koloritu. Stoga, zdanja poput *Eufrazijane* – osim što su mjesta liturgijskoga kulta, također su i predmet proučavanja različitih disciplina, znanosti i područjâ.³² Zbog same istraživačke kompleksnosti nije lako pisati o mozaicima *Eufrazijeve bazilike* i dojmovima koji izviru iz promatračkoga divljenja predmetu štovanja kao o odbljesku „svetoga“ u „profanome“ (M. Eliade) – kao o refrakciji svetoga koju ti mozaici emaniraju dok ih, primjerice, promatrač gleda.

28 Usp. H.-G. GADAMER, *Ogledi o filozofiji umjetnosti*, (prev. Darija Domić), AGM, 2003., 37.

29 Usp. G. W. F. HEGEL, *Fenomenologija duha*, (prev. Milan Kangrga), Naklada Ljevak, Zagreb, 2000., 490.-491. i dalje.

30 Usp. G. W. F. HEGEL, *Fenomenologija duha*, 498. (Emfaza u tekstu je izvorna.).

31 Izraz se koristi u misaonoj maniri Aristotela, na mjestu gdje u Organonu raspravlja o kategoriji „imanje“, te na početku same rasprave podcrtava da imanje nije isto što i habitus, da je posrijedi dispozicija.

32 Usp. Crkveno graditeljstvo - „Građevni sklop Eufrazijeve bazilike u Poreču“ u: GRAĐEVINAR 62 (2010) 9, 837.-848. (preuzeto s web-stranice: <https://http://www.casopis-gradjevinar.hr/assets/Uploads/JCE-62-2010-09-06.pdf> (zadnji pristup 26. siječnja 2024.).

Mozaikalna umjetnost je sinonim za „sveto“. I zato što ta umjetnosti – žargonski – ‘dila’ sa svetošću, ne možemo zaobići njezinu teološko-crkvenu perspektivu koja se tumači uz pomoć teološko-filozofskoga³³. – Već smo u Uvodu spomenuli da, kada je riječ o sakralnim, arhitektonskim zdanjima koja nadahnjuju, glavnu ulogu igra dojam (lat. *impressio* – utiskivanje, navala). Dojam možemo shvatiti kao refrakciju osjećajnošću prožetih misli o predmetu - tj. hajdegerijanski mišljeno, o „priboru“³⁴ koji svojom iznimnošću ‘iskače’ iz onog „okolskog“ – okružja, tj. „svijeta“.³⁵ Zato nije lako pisati o specifičnostima koje ulaze u opseg i sadržaj pojma sakralne umjetnosti. Sakralno u dodiru umjetničkoga na stanoviti način postaje poetično i praktično³⁶: tako vidim i shvaćam mozaik; kao kombinaciju aristotelovski mišljenog odnosa „tvorbe i činidbe“. Mozaik je utjelovljena poruka (izvora) svetoga, te ima namjenu i svrhu. Svrha sakralnoga je liturgijska: liturgijski izričaj. Sakralno je i umjetničko, a sakralna arhitektura objedinjuje i jedan i drugi aspekt, odnosno, liturgijsko sakralno i umjetničko sakralno među sobom se prožimaju na dva načina: fenomenski i djelatno. To ‘fenomenski’ se tiče sveukupnosti svih onih zadatosti koje neko sakralno djelo određuju na prvi pogled: mjesto, vrijeme, odnosi itd. To fenomensko je, dakle, kategorijalno, *apriorno*, zadano: forma (grč. *εἶδος*³⁷). Bizantska je umjetnost vezana za formu, a to je (jednim djelom!) izvan mogućnosti čovjekove intervencije u bit same poruke. Poruka je forma. Forma nije antropološka³⁸ već ontološka zadatost postojećega – neke stvari i/li bića. Zbog toga se sakralna umjetnost, promatrana kao umjetnost forme (tj. poruke), smatra bogonadahnutom³⁹ umjetnošću. Posebice kada je posrijedi likovni izričaj koji svoje nadahnuće nalazi u novozavjetnim izvješćima: u Isusovom i Marijinom životu, dok su ostali sveci⁴⁰ koje neki mozaikalni prikaz predstavlja, njihovo mjesto, uloga i značenje, promatrani i iščitavani u odnosu na Isusa i Mariju.⁴¹ Potvrdu toga nalazimo i u samom nazivlju bogomolja

33 Da pojasnimo. Sadržaji svetoga su supsumirani znanosti teologiji – u znanstvenom diskursu. Međutim, kada sveti sadržaji postanu diskurzivnom objektivacijom predočujućega, onda tu nastupa filozofija, a opet u ‘duhu’ one Gadamerove, „jer gdje ne razumije nitko drugi, ondje je čini se pozvan filozof.“ – Usp. H.-G. GADAMER, *Ogledi o filozofiji umjetnosti*, 16.

34 Usp. M. HEIDEGGER, *Bitak i vrijeme*, (prev. s njem. Hrvoje Šarinić), Naprijed, Zagreb, 21988., 86-87.

35 Naime, Martin Heidegger u „Bitku i vremenu“ daje izvrsnu analizu dimenzioniranja svijeta kao konstitutivnog elementa strukture „in-der-Welt-Sein“, a ona nam je važna za razumijevanje umjetničkog karaktera i teološke poruke izvan crkvenog prostora Bazilike. I to nema veze s načinom na koji promatramo, već s načinom na koji mislimo *Lógos* (od grč. „riječ“, „misao“, „mišljenje“, „govor“). Usp. Iv 1, 1. – Izraz *Lógos* se ovdje koristi u teološkom kontekstu. Titula Ivana evanđelista za Boga.

36 Izraz koji je prema Aristotelu svojstven za diskurs o „nepokretnom pokretaču“: u smislu, Bog kao stvoritelj, a čovjek kao stvaralac. – Pojašnjenje izraza vidi u: Aristotel, *Politika*, bilješka br. 44 uz I., 1254a – gdje Aristotel raspravlja o činidbi i tvorbi (u kontekstu tumačenja koncepta života).

37 Zanimljivo je da ovaj, Aristotelu tako favorabilan, grčki izraz Gorski i Majnarić u hrvatski jezik prevode polisemnim izrazima kao: „lice, lik, stas, izgled, ljepota; ideja, (za)misao, pojam; svojstvo, vrsta; način; narav, stanje“. – Usp. *εἶδος* u: *Grčko-hrvatski rječnik. Na osnovi Žepić-Krkljuševa rječnika*, (prir. Oton Gorski i Niko Majnarić), Školska knjiga, Zagreb, 2011, 118, § lijevo.- O Formi također vidi u: ARISTOTEL, *Organon glav. 8.* – Aristotel formu izjednačuje s figurom – jedan od izraza u latinskom jeziku (*figura, -ae, f.* – „lik, oblik“) je na koji je prevedena grčka riječ *εἶδος*.

38 U našem slučaju, arhitektonska; graditeljska.

39 Izraz valja tumačiti u kontekstu ontološkoga – Heideggerov *Sorge* (hrv. brigovanje) – eshatološki element ontološke strukture svijeta. To bi Charles Taylor u *A Secular Age* nazvao „svijetom transcendencije“ nasuprot „svijeta imanencije“.

40 Vidi ovdje sliku 6 u trećem dijelu rada: Bogorodica na tronu: prikaz mučenika Maura.

41 Dva ključna lika (*εἶδος*-a) u bizantskoj ikonografiji.

izgrađenih u bizantinskom stilu: one nose naziv ili prema Mariji – *Bogorodici*⁴² – slučaj s našom *Eufrazijanom*⁴³, ili prema Isusu – *Pantokratoru*⁴⁴, ili prema *Presvetom Trojstvu*, kao što je slučaj s gruzijskom *Samebom*⁴⁵, novoizgrađenom bazilikom u središtu T'bilisija (v. sliku 2) s kupolom višom od osamdeset metara. – Panoramski pogled na grad s lokalnoga brda ponad T'bilisija fokus stvara na crkvi, koja noću nalikuje na luč usred tmine. To nije slučajno, već simbolistički iskaz Izaije: „(n) arod koji je u tmuni hodio svjetlost vidje veliku (...).“⁴⁶



Slika 2. Katedrala Presvetog Trojstva u T'bilisiju.

Foto: Dafne Vidanec/12/2018.

Praktički aspekt sakralnog u odnosu na umjetničko dadne se iščitavati iz sljedeće tvrdnje: da bi transcendentno biće - *Lógos* dobio svoj dom ovdje na Zemlji, od važnosti je ispuniti neke (pred) uvjete: geo-klimatske (položaj), geo-morfološke (kvaliteta građevnog materijala), biološko-društvene (populacija), moralne i duhovne (religioznost i denominacija – religija i vjera), ekonomsko-političke (budžet i investicija), što sve čini okružje budućega sakralnoga objekta (v. sliku 3.).

42 Grčki: Θεοτοκος („Bogorodica“).

43 Katedrala Uznesenja Marijina.

44 Prevedeno s grčkoga na tuzemni jezik: „Svevladar“.

45 Na gruzijskom jeziku naziv za gradsku katedralu presvetoga Trojstva.

46 Usp. Iz 9, 1.



Slika 3. Panorama položaja Eufrazijeve bazilike.

Foto: TZ grada Poreča

Kada se prethodno spomenute pretpostavke ispune, možemo govoriti o aspektu umjetničkoga: o oblikovanju umjetničkoga dojma – o impresiji svjetlošću.

Dojam je izraz koji najljepše dočarava i dohvaća ono što bizantska umjetnost predstavlja. Bizant je, naprosto, dojam! Želi se reći da je umjetničko u bizantskoj umjetnosti definirano kategorijalnim pretpostavkama⁴⁷ koje je još davno opisao Aristotel u „Organonu“: *supstantio, quantitas, relatio, qualitas, actio, passio, tempus, ubi, dispositio*⁴⁸, *situs*.⁴⁹ To nam dalje daje „misliti“⁵⁰ da je umjetnost u svojoj biti kategorijalna – *supstancija*/lna. Ona je nama koji promatramo njezino djelo, npr.

47 One su manifestno sadržane u općoj definiciji o ikonografiji, prema kojoj „ikonografija razmatra nelikovne komponente likovnog djela. Odričući se likovne analize, interpretacije i vrednovanja, ikonografska je analiza bliža tzv. literarnom pristupu likovnoj umjetnosti, narativnoj, tematskoj, pa i idejnoj interpretaciji (...). – Usp. R. IVANČEVIĆ, „Uvod u ikonologiju“ u *Leksikon ikonografije, liturgike i simbolike zapadnog kršćanstva i Uvod u ikonologiju Radovana Ivančevića* u (ur. Anđelko Badurina), Sveučilišna naklada Liber – Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1985., 13.-14.

48 Imanje nije habitus nego „dispozicija“. Vidi ovdje bilj. 19, tamo na str. 44.

49 Usp. ARISTOTEL, *Organon*, glav. IV - XV u: isti, *Organon*, (prev. dr Ksenija Atanasijević), Kultura, Beograd, 1970., 7.-44.

50 Koristim izraz na tragu Martina Heideggera, iz njegova „Što se zove mišljenje?“.

građevni ili „graditeljski ansambl“⁵¹ *Eufrazijeve bazilike* ili se pak divimo njezinim plodovima⁵², ona je fenomenalna: umjetnost ‘vuče’ „ka samim stvarima“⁵³; ona je „pokazujuće-se-samo-po-sebi, očito“.⁵⁴ Zato o sakralnim zdanjima, koja su shvaćena kao umjetnička ostvarenja, govorimo s pozicije fenomenološkoga jer su ona materijalizacija Heideggerova, gramatički upečatljivog postulata: „bitak je skriven“⁵⁵. Hoće se reći da su sakralni građevni kompleksi, osim po svojoj (liturgijskoj) namjeni, i izazov mišljenju, kao u arhitektonskim elementima skrivena „zagonetka“⁵⁶ koju tek treba istražiti. Neovisno od njihovih religioznih denominacija, crkveno-administrativne politike koja stoji iza nastanka tih zdanja, ona su za kulturu neke zajednice također sastavni element duhovne – vjerske i religiozne poruke koju neka bogomolja koja je specifična za religijski kult te zajednice manifestira na autentičan način;⁵⁷ na način na koji se religioznost očituje – promatraču. (V. sliku 4). Bitak je skriven u izričaju onoga koji taj izričaj čini očitim kroz potez ruke, bilo graditelja ili mozaikiste – to je, prema Aristotelu, gibanje. Tako možemo reći da se mozaikalna umjetnost sastoji u gibanju ruke majstora-mozaikiste po podlozi – tj. po mjestu (*ubi*).

Da zaokružimo prethodno izloženo!

Bizantska ikonografska umjetnost bazirana je na (meta)fizikalnim elementima, također.

Što se tiče fizike, tiče se i same prirode – tj. karaktera neke stvari - filozofski mišljeno. A kada govorimo o karakteru neke stvari, govorimo o naravi po kojoj je ta stvar specifična – u odnosu na neku drugu: to na specifičan način kaže Hegel kada objašnjava mišljenje na relaciji „Bog – Duh – znanje“⁵⁸.

Hegel govori o tri momenta „biti“⁵⁹, a kod Heideggera, u njegovu „Bitku i vremenu“, taj temporalni aspekt prisutan je u opisu „vremenskih ekstaza“: bilost, jest(anje) i budućnost. No za obojicu ovih mislilaca bit se sastoji u kretanju: kod Hegela su to momenti „apsolutnoga“ duha; kod Heideggera to je – takoreći – ‘plov’ bitka vremenom shvaćenim kao njegovim horizontom. Taj fenomenologijsko-ontološki karakter mišljenja biti bitka u filozofiji modernoga doba, tvrdim, dohvatljiv je (bio) samo ruci bizantskih majstora-mozaikista, tako da bizantsku mozaikalnu umjetnost možemo uzeti kao proto-fenomenologiju bitka bića. Mozaici bizantske umjetnosti formom objašnjavaju ono što je tek mnogo stoljeća nakon (pada Bizantskoga Carstva, op. a.) postalo bjelodano u filozofiji; prema

51 To je graditeljsko-arhitektonski izraz koji se koristi za *Baziliku*. Povijesno-umjetnički ili teološki je „sakralni kompleks“ (op. a.). – V. ovdje referencu u bilj. 6.

52 Primjerice, mozaicima u konhi *Bazilike*!

53 Usp. Martin HEIDEGGER, *Bitak i vrijeme*, (prev. Hrvoje Šarinić), Naprijed, Zagreb, 1988., 30

54 Usp. Martin HEIDEGGER, *Bitak i vrijeme*, 31. (Emfaza u tekstu je izvorna.).

55 Usp. Martin HEIDEGGER, *Bitak i vrijeme*, 4.

56 Isto, 4.

57 Zato će Hegel u Fenomenologiji duha i reći da „(n)arod, koji se u kultu religije umjetnosti približava svom bogu, običajnosni je narod, koji svoju državu i njezine radnje zna kao volju i izvršenje samoga sebe.“ – Usp. G. W. F. HEGEL, *Fenomenologija duha*, 462.

58 W. F. HEGEL, *Fenomenologija duha*, 488.

59 To su: (1) moment *biti*; (2) moment *bitka za sebe* (kao drugobitak *biti*) i (3) moment *bitka za sebe* ili znanja *sebe u drugome* - W. F. HEGEL, *Fenomenologija duha*, 492. – Emfaza u tekstu je izvorna.

Hegelu shvaćenoj kao znanje; prema Heideggeru razumijevanoj kao kretanje bitka horizontom naše egzistencije – *Sorge* (ili „brigovanje ka Smrti“)⁶⁰.

Mozaik čini bit nekog sakralnog zdanja. To je razlog poradi kojega je *Eufrazijana* već preko dva desetljeća moja osobna interesna i istraživačka sfera: njezini likovni sadržaji su kriptirana poruka svetoga u vremenu. Poruka je bit.

Putujući u svojstvu Erasmus-predavač po europskom, pravoslavnom prostoru, ono što sam zapazila u arhitekturi tih gradova su prekrasne bogomolje, poput, primjerice, centralne bazilike *Marijina Uznesenja* u bugarskoj Varni na Crnome moru (slika 4).



Slika 4. Katedrala Marijinog uznesenja.

Photo: Dafne Vidanec/03/22/2022.

⁶⁰ Usp. Martin HEIDEGGER, *Bitak i vrijeme*, 63., 266. i dalje.

II. Umjetničko-oblikovni aspekt mozaikalnih likovnih izričaja *Eufrazijeve bazilike* u Poreču s osvrtom na teološku analizu i umjetničko vrednovanje apsidalnog mozaika *Bogorodice na tronu*

Priča o *Eufrazijani* vezana je uz priču o Bizantskom Carstvu⁶¹ (4. / 6. st. pr. Kr. – 15. st. po Kr.).

Eufrazijana je *par excellence* primjer ovjekovječenja 'jedne' moći koja je trajala gotovo tisuću godina. Bizantsko je carstvo jedno od najdugovječnijih carstava u povijesti monarhije, u antici, kao i u Srednjemu vijeku, a *Eufrazijeva bazilika* je iskaz njegove moći, ali istovremeno i dokaz da je ona nekada postojala – trajala i ostavila trag na Zapadu. Bizant je (bio) sinonim za ekonomski status; duh aristokracije i političko-monarhijsko-vladarski monopol. Stoga, velika arhitektonska zdanja poput, primjerice, *Hagie Sophiae*⁶² u nekadašnjem Carigradu⁶³ odraz su moći vladanja.

Eufrazijana predstavlja jedan dio građevnog ansambla koji pripada *ranobizantskoj* arhitekturi kršćanske umjetnosti. Izgrađena je prema uzoru na bizantska arhitektonska zdanja⁶⁴ te predstavlja monumentalni spomenik čijoj arhitektonskoj i umjetničkoj vrijednosti pridonose specifičnosti koje se manifestiraju u osebujnim formama i sadržajima raskošne dekoracije (liturgijskoga prostora) u stilu i tehnici (v. sliku 5).



Slika 5. Srednja lađa s pogledom na oltarni prostor.

Na početku rada se spomenulo da je *Bazilika* interesna sfera različitim disciplinama i područjima istraživanja: od umjetnosti, preko politike i filozofije do građevine i arhitekture. Recepcija istraživačke

61 Piše se velikim početnim slovima jer se odnosi na naziv države..

62 Usp. Fatih Cimok, *Hagia Sophia*, A Turizm Yayinlari Ltd. Şti., Istanbul, 1995. / 1999.

63 Danas Istanbul na Bosporu– 'europski New York'!

64 Koja karakterizira kupola – građevinski domet čijoj je specijalnosti pošlo za rukom da uz pomoć građevinskih alata (Heideggerova „priborkost“ iz „Bitka i vremena“) prenese nebeski svod na Zemlju. (op. a.).

provenijencije je značajna⁶⁵, ali o njoj je napisano vrlo malo studija ozbiljnijega⁶⁶ karaktera. To navodi na zaključak, ne da je malo interesa za Bizant i bizantsku umjetnost, nego tu postoje ‘viši’ motivi zbog kojih se u javnom ili akademskom diskursu tek u tragovima raspravlja o specifičnostima tisućljetne tradicije. Ako je prema Heideggeru vrijeme horizont bitka, a tisuću godina trajanja vladavine Bizanta je vrlo dugo vrijeme – u zemaljskim mjerilima, onda se tu naslućuje problem koji možemo sažeti u pitanju: Zašto, osim Prelogove edicije iz 1994. godine postoji tek par članaka⁶⁷ o Eufrazijani kod nas, a ne postoji cjelovita monografija koja pruža detaljni teološko-umjetnički uvid u oblikovne i kolorističke elemente njezinih mozaika, jer iz njih emanira prava vrijednost te bogomolje koja je, usuđujem se kazati, kod nas više popularna po svom imenu, nego li po funkciji.

2.1. Prevalentnost kulturološkoga nad teološko-liturgijskim

Eufrazijana je povijesno-umjetnički arhitektonski raritet prepoznatljiv po dekorativnoj specifičnosti: freske i mozaici; oblici i kolorit u odnosu na zadani krajolik i teološko-liturgijsku poruku. Viđena je kao jedinstveni umjetnički izričaj nadahnut teološkom - kršćanskom refleksijom Istoka. Ta se refleksija ne prepoznaje ili pak ne dolazi do izražaja samo kroz tehnički aspekt, bjelodan u oblikovnim elementima i samome koloritu interijera i eksterijera, što je rezultat vještih ruku graditelja i majstora-umjetnika. Ta refleksija povezana je s teološko-liturgijskim, tako da se o *Eufrazijani* može govoriti kao o liturgijskoj refrakciji religioznoga, pri čemu je ovdje dominantan umjetnikov zamišljaj - vizija sakralnoga u realnome (svijetu).

Vrijednosni element liturgijskoga izričaja prisutan je u pitanju izbora materije: građevnoga materijala od kojih je sačinjen čitav ansambl *Eufrazijane*, mozaici poglavito. Odabir materije uvodi *Eufrazijanu* u diskurs o dekorativnoj umjetnosti: freske i mozaici. Govorim o obradi materijala⁶⁸

65 Zaguglamo li izraz „Eufrazijeva bazilika“, tražilica će izlistati oko 5700 stranica, a upiše li se u nju anglikanizirani izraz, dobit ćemo preko 50 000 jedinica. To nam daje misliti da je Bazilika popularnija izvan internetske domene matične zemlje nego li u njoj, što nije za čuditi se. Primjerice, studenti povijesti umjetnosti, kada rade temu srednjovjekovne umjetnosti, još uvijek konzultiraju rad moje malenkosti o mozaicima Eufrazijeve bazilike u Poreču objavljen prije gotovo 20 godina u časopisu *Crkva u svijetu*.

66 Izraz se odnosi na insuficijentno stanje znanstveno-stručnih publikacija unutar tuzemnog akademskog diskursa. Kao dokaz spomenuti ću da u repozitoriju Sveučilište nacionalne knjižnice u Zagrebu postoji trinaestak više popularno-stručnih (osim Prelogove *Eufrazijeve bazilike u Poreču*, op. a.), nego li znanstvenih monografija o Eufrazijani. – Usp. Eufrazijeva bazilika. Katalog NSK, dostupno na: https://katalog.nsk.hr/F/U3L-8TUISXE8DFJGGDDCJJ6VBMJXN2GUS54XVQ4FF7VSQ17TSXE-20607?func=finde&request=Eufrazijeva+bazilika&find_scan_code=FIND_NAS&adjacent=N&x=0&y=0&filter_code_1=WLN&filter_request_1=&filter_code_2=WYR&filter_request_2=&filter_code_3=WYR&filter_request_3=&filter_code_4=WFM&filter_request_4=&filter_code_5=WSL&filter_request_5=ti.

Interes za bazilikom pobuđen je više sa strane profesionalne fotografije, turizma i kulturne baštine, nego li s teološke strane. Mišljenja sam da je to posljedica nedovoljnog poznavanja sakralnoga sadržaja i njegova liturgijskog konteksta, jer Bizant nije samo povijest, to je, prije svega religija – bizantski liturgijski obred.

67 Potencijalne čitatelje upućujem na internet izvore. Dovoljno je samo u tražilicu *Google* (ili neku alternativnu tražilicu) upisati pojam „Eufrazijeva bazilika“, te će se izlistati stranice na kojima je dostupan sadržaj o Eufrazijani, napisan bilo u formi publicističkih eseja ili znanstveno-stručnoga rada. To čitateljima ostavljam na slobodni izbor!.

68 Smole, kristali, pijesak, staklo, drvo, kamen, oker i sl. – sve prirodni materijali modificirani vještom rukom majstora-mozaikista ili freskopisca.

koji su bizantski majstori-mozaikisti upotrebljavali pri izradi podnih i zidnih mozaika. Tu nije posrijedi samo umjetnikovo (grč.) *téchne*, već i nadahnuće – bogonadahnuti (umjetnički) rad koji se reflektira kroz umjetnikov doživljaj svete poruke koja ima izvor u novozavjetnim spisima i osjećaju divljenja sâmom budućem ikonografskom sadržaju koji ga je u radu inspirirao. To je simboličko ikonografsko koje je usko povezano s medijsko-teološkim: sveti prikazi ili ikone su poruke ascendentnih struktura descendetnim entitetima koji putem oblikovno-kolorističkoga prenose⁶⁹ sveti sadržaj povezan s misterijem Presvetoga Trojstva, što neki majstor-mozaikist izražava na svojstven – „autentičan“⁷⁰ način. Autentičnost likovnih i dekorativnih elemenata *Eufrazijane* povezana je i sa sljedećim aspektom, a to je onaj geografsko-kulturološki: govorimo o specifičnosti koja povezuje, tj. objedinjuje dva pristupa likovnog tumačenja svetopisamske, odnosno, evanđeoske poruke: istočni i zapadni. Ta se dva tumačenja, u suštini, ne razlikuju u percepciji, već u samom načinu interpretacije i realizacije perceptivnih elemenata: poveznica Istok i Zapad – Bizant i Rim – lice i naličje mediteranskog kulturnog *habitusa*.

Povijesno-umjetničke osobitosti *Eufrazijeve bazilike* krajem devedesetih godina prošloga stoljeća potaknule su zanimanje Organizacije za zaštitu spomenika kulture pri *UNESCO-u*, te je *Bazilika* dobila status zaštićenog spomenika kulture.

U novije vrijeme o *Bazilici* se govori u kontekstu kulturno-ekonomskoga: spomenici kulture poput *Eufrazijeve bazilike*, koji su svjedoci jedne epohe koja je u administrativno-političkom pogledu iščeznula, postaju medijatori između povijesti i kulture s jedne strane te turizma i ekonomije s druge: ekonomski resurs. A tamo gdje novac u sferi *ars aeterna* odredi svoje tokove kretanja, tamo to sveto i povijesti vrijedno počinje gubiti sjaj. To nazivam refrakcijom religioznoga. Pitanje *koliko?*, za sadržaje koje sfera sakralnoga supsumira predstavlja „destrukciju“⁷¹ vrijednosno-apstrahirajućih determinanti nas samih, shvaćenih kao „bitak-u-vremenu“ koji to isto vrijeme, transponirajući se u forme Hegelova apsolutnoga „Duha“ transcendira, a to transcendiranje nadilazi humaniziranoj svijesti specifične egzistencijale izražene u kvantitativnim elementima koji su poznati samo ljudskome rodu. I premda izdanak jednog monarhijskoga sklopa, koji se po svojem habitusu ne razlikuje mnogo od suvremenih monarhijskih sklopova koji su ‘krunu’ zamijenili ‘zelenom bojom’⁷², a zbog koje se također krvarilo, ginulo (...) riječju, ratovalo u povijesti (...), naposljetku, ratovanje je rezultiralo ‘pobjedom turbana nad mitrom i krunom’⁷³ (...), ratovi ‘zbog krune’ nisu nikada rezultirali refrakcijom religioznoga – bez obzira o kojoj god religiji ili konfesiji je bilo riječi, koliko su toj

69 To prenošenje može biti determinirano ili inducirano. Pod prvim podrazumijevamo religiozno-teološko posredovanje, što se u teološkom (pa i etičkom, nap. D. V.) naziva pozivom, poblize bogonadahnutim izborom od strane ascendentnog entiteta prema descendetnom subjektu djelovanja: ikonografu ili freskopiscu. Inducirano prenošenje – sintagma koju sam skovala u svrhu ovoga rada, a tiče se stečenoga, naučenoga umijeća posredovanoga znanjima vrhunskih ikonografskih škola. Spomenuti ću da je jedna među najpoznatijima u svijetu ikonografije ruska ikonografska škola predvođena najpoznatijim ruskim ikonografom iz 14./15. st. – Andrejem Rubljovom.

70 Izraz koristim u misaonoj maniri Martina Heideggera i Charlesa Taylora.

71 Heideggerov izraz iz *Bitka i vremena*.

72 Aluzija na američki dolar.

73 Aluzija na pad Carigrada (Konstantinopola ili Istanbula) 1453. godine pod otomansku vlast: pad Bizanta.

refrakciji pridonijeli ratovi u ime boje. Kolorit je došao na mjesto forme, tj. oblikovnoga. Nekada je umjetnost bila forma – što nije novitet, jer o tome, među ostalim, *explicite* piše i Gadamer u svojim „Ogledima o filozofiji umjetnosti“: klasično poimanje umjetnosti kao forme – *mimesis*-a⁷⁴ nadomješteno je usredištenjem umjetnika na pijedestal genija: „stvaranje umjetničkog genija“⁷⁵. – Ako detaljnije i dublje ‘priđemo’ bizantskoj umjetnosti, njezinom tematskom bloku i ilustriranim sadržajima, uvidjeti ćemo da ta umjetnikova ingenioznost koju tako promovira zapadna estetika nije novitet: preusmjeravanje od djela na umjetnika načinili su bizantski majstori-mozaikisti, čiji je rad preteča tehnika i umijeća ikonografskih škola poput one, nadahnute Andrejem Rubljevom iz kasnog Srednjeg Vijeka. Kršćanstvo je bizantsko – poručuje Hugo Ball.⁷⁶

Da sumiram prethodno izloženo. Tema ovoga rada je refrakcija svjetlosti na primjeru mozaika *Eufrazijeve bazilike*. Za izraz „mozaik“ u sažetku ovoga rada postoji izraz „oblikovno“. Cilj je bio pokazati kako je bizantska umjetnost ono što Aristotel dohvaća u koncept forme, a Heidegger u izrazu „priručnosti“. Motiv je *Eufrazijana*. Priča o toj Bazilici je kompleksna, kako sam to višekratno spomenula: građevinsko-arhitektonska, povijesno-umjetnička, povijesno-politička, etnografsko-kulturološka, običajno-duhovna itd. Želi se reći da nas ta bazilika zanima i kao građevina, i kao spomenik kulture nekadašnjega Bizanta na Zapadu, i kao svjedok ideje ekumenizma, promovirane na Drugom vatikanskom saboru početkom šezdesetih godina 20. stoljeća, što se ima zahvaliti velikom (ekumenskom) papi Ivanu XXIII. (...); nadalje, zanima nas kao geopolitički eho dominacije jedne vladavine koja je bila sinonim za moć, lijepo, sveto, uzvišeno, sjajno – svjetlo Bizanta. Danas je od toga svjetla ostalo – posudit ću Ecov izraz – „samo ime“. Međutim, ono je putokaz daljnjem istraživanju onih elemenata koji u znanstvenom diskursu privlače na daljnje proučavanje i izučavanje: umjetnost kao Hegelova manifestacija apsolutnoga „Duha“. To je filozofska motivacija utkana u raspravu o teološko-liturgijskim značajkama svetoga koje uprisutnjuje ikonografski sadržaj mozaika Eufrazijeve bazilike u Poreču. U sljedećem bloku posvetiti ćemo se opisu, analizi i teološko-liturgijskom vrednovanju ikonografskih elemenata mozaika u konhi Bazilike, zato što taj mozaik predstavlja izvor (1) od kojega bi valjalo krenuti u istraživanje bizantskim stilom nadahnute umjetnosti (i novijega vremena – posebno se to odnosi na kolorit) i (2) zato što je čitavo zdanje, situirano uz more – uz naš Jadran, svjedok slojeva vremenskih ekstaza bitka tu-bitka – to je onaj ontološki aspekt koji bizantska ilustrativnost tako lijepo dohvaća kroz igru svjetlosti, a to se postiže bojama. Boje su dominantni element umjetnosti koja obuhvaća ikonografski sadržaj.

74 Umjetnost kao manifestacija lijepoga.

75 Usp. Hans-Georg Gadamer, *Ogledi o filozofiji umjetnosti*, 26-27, 35.

76 Usp. Hugo Ball, *Byzantinisches christentum; drei heiligenleben; mit einem vorwort von Waldemar Gurian*, J. Kösel & F. Pustet, München, 1931; isti, *Byzantinisches Christentum*, Einsiedeln, Benziger, 1958.; isti, *Byzantinisches Christentum : drei Heiligenleben / herausgegeben und kommentiert von Bernd Wacker*, Wallstein Verlag, Göttingen, 2011.

2.2. Mozaik Bogorodice na tronu: teološka analiza i umjetničko vrednovanje

Bogorodica na tronu jedno je među najljepšim djelima sakralne umjetnosti i ikonografije. Ikonografska se umjetnost od uobičajene razlikuje u odnosu na simbolički izričaj ikonografskog sadržaja. A kada govorimo o opisu i simbolici ikonografskog sadržaja unutar crkvenog prostora *Eufrazijeve bazilike*, prvo treba vidjeti što podrazumijevamo pod ikonografskim sadržajem općenito.

Etimološki, pojam „ikonografski“ je izvedenica pojma „ikonografija“. Sâm je pojam grčke leksičke provenijencije te ga konstruiraju dvije riječi grčkoga porijekla: prva riječ označuje imenicu - „ikona“, što dolazi od grčkog *eikōn* (izvr. εἰκών), izraz koji se na hrvatski jezik prevodi riječju „slika“ ili „lik“ – kip nekog sveca i sl. Druga riječ potječe od glagola *gráfō* (izvr. γράφω) što znači (o)pisati. Ikonografija je, u biti, teološki impostirana umjetnost koja nastoji predočiti sadržaj inspiriran biblijskom (tj. svetopisamskom) tematikom koristeći se specifičnim likovnim metodama, na način da razmatra i predočuje nelikovne komponente likovnog djela. Kao likovna disciplina, ikonografija se u umjetnosti javlja u 2. stoljeću, započevši prikazima ciklusâ iz Marijinog života. Sve do ikonoklazma⁷⁷, ikonografija se postupno razvijala u sakralnu umjetnost, čije su teme kršćanski nadahnute.⁷⁸ Marijin i Isusov život su središnji motivi toga nadahnuća. Međutim, ovdje ćemo se zadržati na Mariji, zato što je u znak njezina štovanja načinjen središnji mozaik u konhi današnje katedrale, a nekadašnje bazilike – *Eufrazijane*.

2.2.1. Oblikovno koloristički elementi mozaika u apsidi

Dakle, govorimo o funkciji ikonografskih elemenata u odnosu na mozaikalne prikaze interijera *Eufrazijeve bazilike*. Pod tim vidom najprije će se ukratko kazati ponešto o liturgijskom prostoru u kojem se nalazi centralni mozaik *Eufrazijane*: Bogorodica na tronu.

Bizantska je umjetnost Mariju uvijek prikazivala kao „bogorodicu“ (*theotokos*), odnosno, pisano velikim slovom, *Majku Božju*. Povijesno-ikonografske činjenice navode da se Marijin lik, kako smo već napomenuli, prikazivao u ikonografiji već od 2. stoljeća. Mariji je posvećeno posebno mjesto u liturgijskom kultu Istoka. Može se reći da je i Zapad štovao Bogorodicu iznad ostalih svetaca, jer je ona doživljavana kao sveta, prvenstveno poradi toga, što je – prema kanonskoj predaji - u njoj začeta druga božanska osoba Presvetog Trojstva⁷⁹. Pored doktrinalnoga prisutnome u likovnom izričaju, relevantno je ovdje i to *kako* je istočna liturgija doživljavala Mariju. - Marija je štovana kao

77 U 7. i 8. stoljeću na Istoku se pojavila struja koja je htjela uništiti sve svete slike (ikone), budući da su se pristaše ikonoklazma, zvani ikonoklasti ili kipoborci, bojali da bi štovanje ikona moglo odvesti u idolatriju. Dvostoljetne borbe završile su pobjedom nad ikonoklastima, time što je na 7. ekumenskom koncilu u Niceji 787. svečano dopušteno štovanje ikona.

78 Definiciju i određenje pojma ikona v. u: *Leksikon ikonografije, liturgike i simbolike zapadnog kršćanstva i Uvod u ikonologiju Radovana Ivančevića*, (ur. Anđelko Badurina), Sveučilišna naklada Liber – Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1985., 13.-16. 258. (Dalje će se navoditi u skraćenom obliku: *Leksikon*, (ur. Anđelko Badurina, redni broj stranice.).

79 Istočna ikonografija 6. stoljeća na Zapadu Bogorodicu prikazuje kao majku Isusovu u kontekstu kristološke dogme, potvrđene na saboru u Niceji 325., koja naučava da je Krist druga božanska osoba Presvetog Trojstva.

Majka Božja; ona je majka Isusova, a Isus je *Lógos*⁸⁰ - „Očeva Riječ“ inkarnirana u ljudskoj osobi – u čovjeku. „Riječ“ (*Lógos*) je simbol prisutnosti Boga u svijetu. *Lógos* se utjelovio u osobi Isusa Krista, začetog po Duhu Svetom i rođenog od žene Marije. Štovana kao “Nježna majka” (*Eleusa*), “Putevoditeljica” (*Hodegitria*), “Zaštitnica ljudi” i “Mlijeko(m)hraniteljica” (*Galaktotropuza*), Marija je u kršćanskoj liturgiji Istoka i ikonografiji imala posebno mjesto. Na mozaiku u apsidi *Eufrazijeve bazilike* Marija je prikazana kao “Prijestolje Mudrosti”⁸¹. Dominantni lik ovog ikonografskog prikaza *Bogorodice s Djetetom* preuzet je iz starokršćanske kompozicije *Poklonstva triju kraljeva* s freski u katakombama (2. stoljeće). *Bogorodica s Djetetom* u kasnijem razdoblju, dakle, od 10. stoljeća na Zapadu postaje centralnim motivom sakralne umjetnosti. Ikonografija o Bogorodici ima izvore i u kršćanskoj pučkoj pobožnosti kojoj su nerijetko povod bila ukazanja ili viđenja Bogorodice⁸². S tim u svezi, u 6. stoljeću nastaje određeni pomak koji se odnosi na ikonografski sadržaj: centralno mjesto u crkvenom prostoru postaje rezervirano isključivo za Bogorodicu s djetetom Isusom, ne više za Krista Pantokratora. Što se pak oblikovnog elementa tiče, glavna apsida *Eufrazijeve bazilike* s tematskim prikazom na mozaiku nadovezuje se na gore spomenutu činjenicu - ukras na zidu apsida predstavlja inovaciju u ikonografiji tog vremena. Središte konhe oslikano je, kako rekosmo, mozaikalnim prikazom Bogorodice na prijestolju s Djetetom u krilu. Isus u liku djeteta označava onoga koji vlada svijetom. Isus kao Vladar (Pantokrator)⁸³ javlja se u ikonografiji u 4. stoljeću, ali od 5. stoljeća postaje redovit u konhi apsida. Kada je riječ o marijanskom kultu na osnovu ikonografije, onda se prije svega misli na razloge koji pretpostavljaju simboličku interpretaciju štovanja Bogorodice. Simbolička interpretacija očitovana je u literarnom i ikonografskom sadržaju, koji se temelji na ciklusu o Marijinom životu prema izvorima literarnog opusa. Literarni opus o Mariji uključuje kanonske spise, apokrifnu literaturu, legende i nauk crkvenog učiteljstva. Ovi navedeni izvori čine osnovu i izvor ikonografskog sadržaja kojemu je Marija glavni motiv. Veza između Marije i Isusa je ono što prikaz ikone pokušava izraziti u likovnom pogledu. Važnost likovnih elemenata ikone ne treba umanjivati, ali pri opisu ikonografskog sadržaja treba se držati nelikovne sastavnice. Glavna misao ikone je sakralna poruka sadržana u likovnoj interpretaciji teološke perspektive.

Dominantni lik na mozaiku, kako smo prethodno kazali, prezentira *Bogorodicu na tronu* (v. sliku 6). Riječ je o mozaikalnom prikazu koji potječe iz prve polovice 6. stoljeća. Na osnovu povijesno-umjetničke analize⁸⁴, prvi puta na Zapadu otkriva se novost u ikonografskom sadržaju: *Bogorodica* zauzima centralno mjesto koje je do tada pripadalo Kristu. *Bogorodica* je prikazana kao u viziji.

80 Iv 1, 1-5.

81 Prijestolje Mudrosti, (latinski) „Sedes Sapientiae“ je frontalni prikaz *Bogorodice s Isusom*, koji se u ikonografiji na centralnom mjestu u crkvi prvi puta javlja upravo na mozaiku *Eufrazijeve bazilike* u Poreču.

82 „Pobožnosti prema Bogorodici u ikonografiji“. U srednjovjekovnoj književnosti i ikonografiji najpoznatija je legenda o Teofilu. Usp. *Leksikon...*, str. 165-166; 375.

83 Krist Pantokrator je ikonografski prikaz Isusa Svevladara kako sjedi na nebu kao Gospodar svijeta. – Usp. *Leksikon*, (ur. Anđelko Badurina), 447.

84 Povjesničari umjetnosti na osnovu komparacije u stilu i tehnici smatraju da se radi o mozaiku koji nije otkriven nigdje na Istoku. Na osnovu detaljnije analize pretpostavlja se da je možda postojao sličan prikaz na Istoku, ali nije pronađen. Usp. A. ŠONJE, nav. dj. str. 31-32.

Odjevena u grimiznu tuniku modeliranu laganim prijelazima nabora, njezina odjeća se doima lepršavom u skladu s pozadinom. Boja njezine tunike upućuje na dostojanstvo, ali ujedno je i simbol Boga⁸⁵. Koloristički elementi se nadopunjuju međusobno. Bogorodičina grimizna tunika stvara kontrast u odnosu na zlatnu pozadinu neba.



Slika 6. Apsidalni mozaik Bogorodice na tronu.

85 Grimiz ili skarlet je boja odjeće kardinala rimske Crkve. U ikonografiji je simbol dostojanstva i carske vlasti, na osnovu Iv 19,4-6; evanđeoski izvještaj o mucu gdje se Krist pojavljuje s trnovom krunom na glavi. Usp. značenje prema: *Leksikon ikonografije, liturgike i simbolike zapadnog kršćanstva*, Liber, 1979., str. 247 (skraćeno će se navoditi: *Leksikon* i redni broj stranice).

Bizantska ikonografija često Bogorodicu prikazuje odjevenu kao na prikazu u *Eufrazijani*, a ponekad je ona odjevena u plavičasti plašt⁸⁶. Kružna aureola oko glave znak je svetosti. Za razliku od aureole ostalih likova na prikazu, izuzevši lik Isusa, njezina je aureola fino oblikovana, tako da je u skladu s blagim rubovima nimbusa koji popunjavaju pozadinu neba. Isus koji sjedi na krilu u liku djeteta odjeven je u ceremonijalno ruho rimske liturgije, a plašt koji obavija njegovu tuniku zlatne je boje, poput aureole sa znakom križa oko njegove glave. Križ je simbol spasenja i isključivo se upotrebljava za Krista. Zlatni plašt doima se kao zrakasto-blještavi sjaj koji okružuje tijelo i glavu. Izražava najuzvišeniji oblik božanstvenosti, a simbol je Boga kao vrhovnog nebeskog vladara i Krista kao druge božanske osobe. Ikonografija ovime pokušava izraziti božansku slavu kojom je ovjenčan Krist Pantokrator. Položaj njegove desne ruke ukazuje na gestu blagoslova. Blagoslov (lat. *benedictio*) je vanjski znak Božje naklonosti, a podrijetlo vuče iz Starog zavjeta, gdje je poprimao različita značenja kao što su, primjerice, zazivanje za moć, plodnost, snagu za pobjedu nad neprijateljima itd. U istočnoj starokršćanskoj ikonografiji Isus se uvijek prikazivao kao onaj koji blagoslivlja. Iznad Bogorodice i Krista s neba je pružena ruka s krunom od lovorova lišća. Ruka je simbol Boga Oca, a gesta prezentira krunjenje Bogorodice. Obzirom na prikaz Boga Oca, riječ je o simboličkom motivu karakterističnom za prvo kršćansko razdoblje ikonografije. Budući da su kršćani nerado prikazivali Božje lice, ruka je obilježje Božje nazočnosti. Prikaz ruke koja se pokazuje iza oblaka simbolizira poštovanje i slavu dostojnu Božjeg veličanstva, koje „ni jedan čovjek ne može vidjeti i na životu ostati“⁸⁷. Božja ruka je ujedno i simbol njegove snage. Kršćanska ikonografija često prikazuje ruku kako drži neki predmet, kao što se vidi na mozaiku u apsidi *Eufrazijane*. Isti taj predmet nalazi se u rukama dvojice nepoznatih svetaca i mučenika Maura. Radi se o lovorovoj kruni, a značenje se vezuje uz simbol vječnosti, tj. neprolaznosti, o čemu svjedoči činjenica da lovorovo lišće nikada ne vene. Sv. Pavao u prvoj poslanici Korinćanima lovorov vijenac povezuje s neraspadljivim vijencem, kojim će biti ovjenčana kršćaninova pobjeda:

„Ne znate li: trkači u trkalištu svi doduše trče, ali jedan prima nagradu? Tako trčite da dobijete. Svaki natjecatelj sve moguće izdržava; oni da dobiju raspadljiv vijenac, mi neraspadljiv.“⁸⁸

Koliko je shvatljiv ikonografski sadržaj koji međusobno povezuje odnos Bogorodice i Krista, vidi se u likovnoj interpretaciji ranobizantskog mozaika. Ključni pojam je zapravo rana kršćanska simbolika ocrтана teološkim sadržajem istočne teologije. U čemu se ona očituje? Istočna teologija interpretirana ikonografijom očituje se u raznolikosti komponenata koje ikonografsku tematiku Bogorodice na tronu čine jedinstvenim likovnim prikazom koji objedinjuje sljedeće: (1) liturgijski kult očitovan u štovanju Marije; (2) kristološku dimenziju vidljivu u simbolici Kristova poslanja; (3) ambijent koji upućuje na Eden (tj. Raj) u komu je prisutnost Boga prezentirana u liku ruke.

86 Plašt ili pluvijal je najsvečanije liturgijsko ruho. Razvio se od kišne kabanice koja se nosila preko misnog ruha. U ikonografiji simbolizira nevinost, čistoću i dostojanstvo. Bogorodica ogrnuta plaštem javlja se u prikazu ikone „Mater omnium“ (Zaštitnica svijetu). *Leksikon*, (ur. Anđelko Badurina), 170., 461.

87 Iz 33,20.

88 1Kor 9,24-27. (Prema prijevodu Duda-Fučak, KS, Zagreb, 1991.)

Ovi motivi tvore unikatnu cjelinu obojenu kolorističkim elementima. Kolorističke elemente tvori kombinacija likovnog sadržaja i teološko-biblijskih motiva, a to znači sljedeće:

1. simbolika boja odgovara naravi biblijskog lika u teološkom smislu, odnosno teološkoj interpretaciji onoga koga taj lik predstavlja;
2. teološka interpretacija je inspirirana na biblijskom sadržaju Novog zavjeta i apokrifima
3. ambijent je vezan uz funkciju likova na način da upotpunjuje njihovu važnost ne samo u teološkom aspektu, nego i u umjetničkom, koji je išao za time da ocrta stvarnim ono što je simbol svetoga ili nevidljivoga.

Lik *Bogorodice na tronu* promatra se u odnosu na ostale likove na mozaikalnom prikazu. Za kompoziciju ikonografskog sadržaja je bitno protumačiti u kakvom su odnosu likovi među sobom, tj. koje su i što predstavljaju stvarne i nestvarne osobe na ikoni. Oko trona Bogorodice, s njezine lijeve i desne strane, nalaze se anđeli, sveci, mučenici, te portreti biskupa Eufrazija, arhiđakona Klaudija i njegovog, prema legendi, sina. Pojava anđela u Bogorodičinoj blizini karakteristična je u ikonografskim temama koje prezentiraju biblijski sadržaj vezan uz motive njezinog života i (nakon) smrti⁸⁹. Anđeli su prikazani kao pratnja u motivu krunidbe Bogorodice. Literarni izvor krunidbe je legenda koja potječe iz 6. stoljeća⁹⁰.

Sveci na osobit način časte Bogorodicu, a anđeli sudjeluju kao korska pratnja. Anđeli se doimaju dinamički, što se očituje u njihovim kretnjama, naizgled, kao da se guraju uz Bogorodicu da bi ju prvi pozdravili. Pastirski štap koji drže u rukama je ikonografski atribut Božje vlasti, a u pastoralu od 5. stoljeća simbolizira biskupski primat. Tri nepoznata sveca također su prisutni činu Marijine krunidbe isto kao i anđeli. Sveci su osobito častili Mariju kao Majku Božju. Odjeveni su u bijele tunike koje predstavljaju ceremonijalnu odjeću rimske liturgije. U rukama drže poklone namijenjene Bogorodici u čast krunjenja. Dvojica drže krunu od lovora (simbol vječnosti), a jedan drži Evanđelistar. Glave anđela i svetaca obavija aureola (znak svetosti). Likovi s Bogorodičine lijeve strane, osim anđela koji stoji tik uz Bogorodicu su povijesne osobe; dva porečka biskupa: Sv. Maur i Eufrazije, te arhiđakon Klaudije i njegov sin. Ovaj dio na mozaiku prezentira porečku hijerarhiju. Na osnovu natpisa koji upućuju na njihove identitete, može se utvrditi da je porečka biskupija u ono vrijeme poznavala crkvene službe, time što hijerarhijski redoslijed likova na mozaikalnom prikazu upućuje na točno određen redoslijed. Biskup kao glava uvijek se nalazi prije arhiđakona, kojemu je služba manja od biskupske. Njihov identitet svjedoče nazivi imena ispisani na mozaiku. Sv. Maur na mozaiku prezentira biskupa pogubljenog za vrijeme kršćanskih progona u Poreču (3/4. stoljeće). Njega je porečka kršćanska zajednica štovala i štuje kao sveca zaštitnika grada Poreča i cijele Istre, i kao takvome posvećen mu je kult uz ostale lokalne mučenike koji su stradali u kršćanskim progonima

89 Obično se spominje Bogorodičina proslava, kao što se vidi na mozaiku u konhi, ili ikonografija prikazuje njenu smrt i uznesenje.

90 Literarni izvor Bogorodičine krunidbe je legenda koja se pojavljuje u 6. stoljeću, a od 12. stoljeća ustalila se u Francuskoj, gdje je oblikovala svoj ikonografski motiv. Prema toj legendi Bogorodica je predočena kako nakon uznesenja živi u nebeskoj slavi, koja je izražena simboličkim aktom krunidbe. *Leksikon*, (ur. Anđelko Badurina), 368.-369.

krajem 3. stoljeća. Biskup Eufrazije u 6. stoljeću gradi baziliku u sklopu čijeg prostora posebno mjesto posvećuje kultu lokalnih mučenika.

Prije nego li je Eufrazije iznova sagradio „svoju“ baziliku, tijelo mučenika Maura nalazilo se u porečkoj bazilici iz 5. stoljeća, u koju je preneseno s mjesta koje se nalazilo izvan grada Poreča. Da je riječ o lokalnom mučeniku, a ne o Sv. Mauru iz Afrike - kao što navodi Misal pape Hadrijana I., koji se štuje 22. studenog, potvrđuje povijesna činjenica da u prvoj polovici 6. stoljeća nije bio običaj u zapadnoj crkvi dijeliti kosti mučenika kao relikvije⁹¹. Relikvije su bili predmeti koji su se štovali jer su njima doticali kosti mučenika. U tu je svrhu Eufrazije postavio mali oltar u desnoj apsidi, koji u donjem dijelu ima prozorčić (*finestrellu*) kroz koji su se spuštali predmeti do mučenikovih kostiju.

Može se reći da je mozaik u konhi apside namijenjen kultu koji štuje Bogorodicu iznad svih svetaca i kultu lokalnih mučenika⁹². Na porečkom mozaiku *Eufrazijane* sv. Maur sudjeluje kao pratnja pri krunidbi Bogorodice. Ovaj motiv vezuje se uz motiv Marijinog uznesenja, gdje je na nebu kruni Bog Otac. Obzirom da je riječ o svečanom činu krunidbe kao takve, ceremonijalno ruho koje nosi sv. Maur upotpunjuje simboličko značenje samog svečanog čina. Oko njegove glave ocrtana aureola upućuje da se radi o svecu, a lovorova kruna namijenjena Bogorodici simbolizira njezinu vječnu slavu i djevičanstvo. Lijevo od sv. Maura su portreti osoba koje nisu sveci: biskup Eufrazije, arhiđakon Klaudije i lik dječaka (koji je prema legendi Klaudijev sin). Eufrazijev portret realistički je ocrtan, što se ne može tvrditi i za ostale likove na mozaiku. Je li u pitanju preciznost tehnike i metode ili kvaliteta materijala, teško je tvrditi, no svakako je riječ o portretu kojem nema presedana u bizantskoj ikonografiji Zapada. Eufrazije je prikazan kao donator bazilike, što je vidljivo po modelu svoje bazilike koju drži u rukama. Povjesničari umjetnosti tvrde da se ni ravenki mozaici *San Vitale* ne mogu usporediti s Eufrazijevim portretom. Kako je Eufrazije stavio sebe među svece je „enigma“ koja svoje rješenje nalazi u vezi s ikonografskom praksom u kojoj je čest prikaz donatora umjetničkog djela. Ovo se tiče i ikonografske tematike koja Eufrazija prikazuje na mozaiku kao *adoranta*, odnosno onoga koji se poštuje kao donator (naručitelj ili dotiratelj umjetničkog djela). Eufrazije je odjeven u grimiznu tuniku koja je simbol vrhovništva glede crkvene hijerarhije. Literarna djela koja govore o razvoju bizantske umjetnosti na Zapadu nerijetko uzimaju Eufrazijevo vrijeme kao presedan ranokršćanske umjetnosti. Biskup Eufrazije u literarnim spisima obilježen je kao „slavohlepni“ biskup. Klaudije arhiđakon i njegov sin Eufrazije (kako svjedoči natpis imena na mozaiku) nisu toliko važne osobe u kontekstu liturgijskog štovanja. Njihova se prisutnost odnosi

91 Povijesne isprave za povijest Crkve u Hrvata svjedoče da se tijelo Sv. Maura ili Mavra nalazi u porečkoj katedrali-bazilici, u koju je preneseno u 4. stoljeću iz starokršćanskog groblja. Msg. P. Deperis potkraj 19. st. pronašao je arheološke ostatke spomen-kapelica na mjestu nekadašnjeg groblja, što svjedoči o većem broju porečkih mučenika. O prijenosu mučeničkih kostiju u gradsku crkvu svjedoči zapis jedne kamene ploče. Da se radi o mjestu na kojem je bilo pokopano tijelo Sv. Maura, objašnjava tekst te ploče koja je pronađena 1847. Taj zapis predstavlja povijesni dokaz o lokalnim mučenicima na tlu Poreča.

92 Marijanski kult je kult rimske liturgije koji njeguje pobožnost prema Bogorodici, koju štuje kao prvu među svecima - (grčki) „hiperdoulija“. U ikonografiji Istoka i Zapada ona je često prikazivana kao Majka Božja. Ikone Bogorodice s djetetom imaju različite nazive, ovisno o temi koju ikona prezentira. Usp. nazive Bogorodice u: *Leksikon*, (ur. Anđelko Badurina), 164.

na ikonografsku simboliku mozaika promatranog s aspekta hijerarhije. Manje važni likovi služe kao pratnja Bogorodici. Klaudije prezentira dio hijerarhije porečke Crkve koju je tada vodio njegov brat - biskup Eufrazije. Vjerojatno je imao službu koja se odnosila na upravljanje crkvenim dobrima, a ujedno je bio i glavni đakon - tj. poglavar đakonskog zbora.

Postoji određeno hijerarhijsko ustrojstvo među likovima koje ikonografski sadržaj pretpostavlja u hijerarhijskoj kompoziciji. Hijerarhijska kompozicija očitovana je takvom rasporedbom likova, koja dominantni lik smješta na centralnu poziciju. Centralna pozicija mozaika u konhi glavne apside rezervirana je, kako smo rekli, za Bogorodicu sa Isusom na tronu. Ostali likovi smješteni su prema hijerarhijskom načelu, kako se vidi na mozaiku.

Ambijent u koji su likovi smješteni u skladu je s njihovim teološkim obilježjima. Zlatna pozadina neba oslikana je šarenim nimbusima i predstavlja Raj. Ruka koja se ukazuje iza oblaka, kako je poznato od ranije, simbolizira Božju nazočnost. Livada ispunjena naturalistički oslikanim cvijećem također je predodžba Raja zemaljskog. S umjetničkog aspekta promatrano, kako bi se postigao dojam Raja, mozaikista se služio metodom kombiniranja kockica od svjetlucavog stakla u kombinaciji s jantarom. Tanak sloj jantarnih listića prekrivaju nepravilno izrezane kockice od svjetlucavog stakla. Na taj način postignut je dojam zlatne boje. Nimbusi na zlatnoj pozadini ostavljaju dojam vitalnosti i dinamike koja se očituje i u naborima Bogorodičine tunike. Kada apsidu obasja svjetlost izvana, tada nepokretnost Bogorodičinog lika oživi u sjaju zlatne pozadine. Promatrajući njezinu odoru zapaža se meka modelacija i dojam lepršavosti, što je u skladu s dinamičnim dojmom nebeske pozadine. Naturalistički oslikani ambijent odgovara motivu krunidbe, a nadnaravno oslikani lik Bogorodice čini se kao u viziji. Pokreti likova na mozaiku u ulozi su djelovanja na vjernike pri ulasku u crkvu. Ceremonijalnost bizantske liturgije sačuvala se u stavu i pokretima anđela, kao i u njihovoj odjeći prikladnoj za ceremonijalnu liturgiju.

2.2.2. Mozaik u konhi u kontekstu specifičnosti bizantske liturgije

Imajući na umu ono što smo prethodno kazali, neophodno je reći nekoliko riječi o bizantskoj liturgiji, budući da je ipak riječ o razdoblju kada se slavila liturgija bizantskog obreda.

Da je u pitanju bizantski obred, vidi se na temelju ikonografskog prikaza koji ukazuje na simboliku istočnog ili bizantskog obreda. Liturgiju ceremonijalnog karaktera prati ceremonijalna glazba. Pod liturgijom Istok podrazumijeva euharistijsku žrtvu, što znači žrtvu zahvalnicu. Zahvaljivati u kontekstu liturgije označava Bogu dati ono što mu pripada. Zahvala pretpostavlja svečani ton.

Dekorativnom prostoru odgovara posebna liturgijska odjeća - ceremonijalna, što je u skladu s liturgijom. Liturgijska odjeća namijenjena euharistijskom slavlju stilski je oblikovana prema hijerarhijskom stupnju. Ako se radi o pripadnicima višeg klera, uz odjeću se dodaju određeni posvećeni predmeti koji simboliziraju hijerarhijski stupanj. Tako se biskupsko ruho uvijek oslikavalo u grimizu - kako se vidi na portretu biskupa Eufrazija.

Ceremonijalna liturgija bizantskog obreda plod je vjere koju su kršćani živjeli predano i pobožno. Njihova predanost jednom Bogu, jednom caru i jednom narodu - kršćanskom, ocrtavala se u liturgijskoj tendenciji redovitog slavljenja mise. Razlog tomu je taj što su kršćani ranog Srednjeg vijeka uistinu živjeli Kristov križ u euharistijskoj žrtvi. Prema tome, može se reći da je kršćanska liturgija toga doba liturgija duhovnosti, pobožnosti i kulta. Oblikovnost i kolorizam tu su duhovnost, pobožnost i kult uzdigli na nivo (hegelovski mišljenoga) apsolutnoga u umjetnosti. I ako je prema Hegelu umjetnost jedna od triju manifestacija apsolutnog duha, onda bi se umjetnost ikonografije moglo uzeti kao njegovu četvrtu manifestaciju: „prostovrijeme“ – kao refrakcija svetoga koju lomi ona ista ruka koja se, držeći lovorov vijenac, probija spuštajući – prema Bogorodičinoj glavi. Tu je dinamiku mogla izraziti samo vješta ruka nadahnutog majstora-mozaikiste. Tome, tvrdim, nema pandana u likovnoj umjetnosti općenito.

Zaključak

Želja nam je bila objasniti umjetničke forme apsidalnog interijera *Eufrazijane* kroz prizmu filozofijske hermeneutike. Za uporišnu točku uzeli smo Heideggerovo „Što se zove mišljenje?“ – dio o „mislećoj ruci“; zato što je Heidegger u spomenutom djelu, objašnjujući svrhu mišljenja, zapravo objasnio ulogu ruke u mišljenju. On kaže (parafraziramo) da samo čovjek ima ruke, dok ostala, četveronožna živa bića – životinje, imaju organe za hvatanje. Ruka radi što mozak misli. Ruka je alat mozgu; medij mišljenja. I zadubimo li se nad tom Heideggerovom koncepcijom, doći ćemo u posjed odgovora na pitanje, koje se, kada je riječ o umjetničkom djelu, najviše postavlja: Kako ga je umjetnik mogao takvim učiniti? – Kako je Michelangelo mogao oslikati Stvoriteljevu ruku, da gledamo li ju, ona stvara utisak kao da se kreće – prema Adamu? Kako je neki mozaikist mogao načiniti ljepoliko lice Bogorodice, s čijim se sjajem može jedino usporediti onaj nebeski koji dira Božja ruka, dok spušta 'krunu besmrtnosti' na glavu Bogorodice u konhi *Eufrazijeve bazilike*. Lice u konhi – možebitno naziv mozaika kao da ga je oslikala ruka kakvog postmodernog umjetnika (...).

Svetopisamska nas tradicija uči da je Božje lice skriveno: zagonetka, kako se pokušalo objasniti u prvome djelu rada, gdje se fokusiralo na dispoziciju teme u kontekstu filozofijskoga diskursa. Kako onda tumačiti i shvatiti zadivljenost bizantskih majstora-mozaikista licem božanskog izgleda kakvo je u Bogorodice na tronu? – Odgovor na spomenuto pitanje je sljedeći: Nikako! To se ne može shvatiti jer je umjetnost, zapravo, ako je slijediti Hegela, manifestacija božanske osobe - Trojstva. Tako Hegel piše u „Fenomenologiji duha“ – u odsjeku, gdje raspravlja o umjetnosti kao formi apsolutnoga duha.

Ali ono što je zajedničko Hegelu, Heideggeru, bizantskom majstoru-mozaikistu i Bogorodici je koncept ekstatičnosti. Bogorodica je na mozaiku u konhi prikazana kao u ekstazi. Ekstaza je kod Heideggera sloj horizonta bitka. Prema Hegelu, bitak je znanje. A bizantski majstor-mozaikist to božansko znanje, uz pomoć one Heideggerove „misleće ruke“, transponira u prostor koji postaje ikona. Tako je ikoni imanentna spacijalna dimenzija – horizont dobra, prema Charlesu Tayloru.

Ovaj rad je nastao zahvaljujući poticaju na izbor, da u svrhu sudjelovanja na 13. *Simpoziju Filozofije medija i srodnih disciplina (2023.)*⁹³ održanome sredinom rujna u Zagrebu, napišem nešto na temu refrakcije umjetničkoga, filozofijskoga, znanstvenoga i religijskoga. Sjetila sam se, odabirući sadržaje budućega interpretativnoga, da bih mogla govoriti, pisati o *Eufrazijani*. Iz dva razloga: (1) Eufrazijana je bila predmet istraživanja moga diplomskog rada, rađenoga u polju Ekumenske teologije, s naglaskom na sakralnu arhitekturu i umjetnost – ikonografiju. (2) U nadolazećim vremenima nakon toga, još sam jednom imala prigodu pisati i pripovijedati o Eufrazijani – tijekom poslijediplomskoga studija Filozofije pri sadašnjem *Fakultetu filozofije i religijskih znanosti* Sveučilišta u Zagrebu, u okviru kolegija *Sakralna umjetnost*, koji je držao profesor Tomislav Premerl, tuzemni ekspert za sakralnu arhitekturu.

Pokušala sam dugo vremena za ‘projekt’ Eufrazijane senzibilizirati akademsku zajednicu. 2006. godine *Crkva u svijetu* objavila je rad koji sam napisala na temu „Interpretacija mozaika Eufrazijeve bazilike“⁹⁴. Zatim je, prije nepune dvije godine, jedan naš portal⁹⁵ za promicanje naše kulturne baštine zatražio dopuštenje moje malenkosti da objavi dio prethodno spomenutog rada; dio o mozaicima *Eufrazijane*. – Zašto mozaikalna umjetnost u kontekstu filozofije medija i srodnih disciplina? – Mnogo je odgovora na zadano pitanje moguće podrastrijeti (...). No jedan među njima je ključan za razumijevanje postavki koje sam iznijela na početku, u Sažetku ovoga rada: a to je pokazati, poštovanim, potencijalnim čitateljima, kako mozaik, kao plod umjetničke tehnike, po sebi i jest refrakcija – svetoga u profanome. I to vrlo dobro ilustrira mozaik u konhi Eufrazijane: *Bogorodica s Djetetom ili Prijestolje Mudrosti* – Bogorodica na tronu, čemu sam posvetila drugi dio rada. Ono što se dadne zaključiti na temelju iznesene teološko-umjetničke analize, a što je važno za razumjeti suštinu pojma refrakcije u kontekstu rada jest sljedeće: simbolički prikaz toga loma je ruka s lovorovim vijencem. Rad sam otpočela dijalektikom ruke, slijedeći misaonu dispoziciju Martina Heideggera u „Što se zove mišljenje?“. I kada taj koncept povežemo s ulogom ruke u stvaranju mozaika poput ovog našeg *Bogorodice na tronu*, onda uviđamo da ikonografske refrakcije, o kojima je bilo riječi u prvom dijelu rada, označuju točku loma u kojoj nadahnuće postaje vizija, a vizija lik - ikona.

93 Usp. *Refrakcija – 13. Simpozij Filozofije medija i srodnih disciplina (2023.)*, (ur. Brdovčak, Mac, Srećko“ i dr., Zagreb: Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja, Sveučilište Sjever, 2023., ondje v. str. 66.-67.

94 Usp. Dafne VIDANEC, „Interpretacija mozaika Eufrazijeve bazilike“ u *Crkva u svijetu*, 41 (2006), br. 4., 485.-509.

95 Bitno.net: rubrika: Hrvatska sakralna baština: Dr. Dafne Vidanec: „Apsidalni mozaik u Eufrazijani – plod bizantske majstorske preciznosti“ od 22. kolovoza 2022.

Refractions of the Religion: Colors and Shapes of Byzantine Art Applied to Euphrasian Basilica

Abstract

Euphrasius basilica (in Latin: Parentium, 6th c.), a remarkable monument of Byzantine art in the West represents hand-made artistic value expressed in colors and shapes that make illusion or mimetic acts related to the secrecy of the notable figures of the New Testament.

Build specifically in the ritual purposes, and regarding its artistic and architectural expressions of the Christendom message (related mainly to the life of the Virgin Mary), the Basilica's mosaics reflects Martin Heidegger philosophical dialectics of the "thinking hand" (**What is Called Thinking?**). My thesis is that the mosaics of the Euphrasius Basilica can be seen as 'iconographic refractions'.

Key words: Euphrasius basilica, Byzantium, mosaics, Martin Heidegger, 'dialectic of the hand', Hegel, refraction of spirit/ually in art.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Jasna Kolovrat

j.kolovrat@protonmail.com

Manipulativna moć reklama u oblikovanju pristanka na buduće socioekonomske trendove

Sažetak

Reklame u globaliziranom svijetu sve više preuzimaju ulogu kipara percepcije, vrijednosti i stavova, a zahvaljujući tehnologiji 21. stoljeća dobivaju moć nad ljudskim umom kakvu imaju požar ili poplava. Koristeći sve sofisticiranije tehnike zavođenja publike, dostigle su umjetničke razine. Slojevitost, kompleksnost i tehnički izbrušeni audiovizualni doživljaji, omogućeni AI, AR i VR tehnologijom, otvorili su prostor reklamama da prevaziđu okvire svog uvriježenog koncepta, tj. poticanja konzumerizma u cilju brze financijske dobiti. Ubrzani razvoj tehnologije pa time sve oštrija konkurencija u borbi za um kupca, posljedično su stvorili hiperprodukciju i prezasićenost informacijama, a posljedično i skraćivanje raspona pažnje kod primatelja informacije. Potreba za re-analizom dijapazona moći reklama javlja se i zbog preobrazbe odnosa na globalnom nivou koji iz nacionalnih okvira prelaze u nadnacionalne. To reklamama, zbog njihovog kratkog trajanja, tehnički savršenog audiovizualnog doživljaja s jednostavnim porukama i sloganima, koje se konstantnim ponavljanjem utiskuju u svijest potrošača, omogućava neinvazivni oblik indoktrinacije, pa ti

naizgled nepotrebni proizvodi i usluge, putem reklama svoju svrhu proširuju i na oblikovanje pristanka za lakše implementiranje budućih politika.

Ključne riječi: reklama, trend, oblikovanje pristanka, propaganda, manipulacija.

Prema Vertovšek i Tomović, „Reklama u osnovi nema dovoljno moći, ali ni ulogu preispitivati razloge ni probleme turističke (ili neke druge) politike, njena je moć skoncentrirana na konkretnu ponudu; roba i profit su broj jedan u današnjem materijalističkom svijetu“ (Vertovšek - Tomović, 2015, str. 955).

No s obzirom na to da svijet ubrzano ulazi u 4IR⁹⁶, a osvrćući se na navode Dr. Yuhyun Park, autorice članka u Huffington Postu iz 2016. godine:

„Tijekom ovog desetljeća suočit ćemo se s četvrtom industrijskom revolucijom koja sustavno integrira digitalni, fizički i biološki napredak. Ovaj put to doslovno mijenja tko smo. [...] Bionički ljudi, tehnologije za promjenu gena, sintetička biologija i mozak povezan s internetom⁹⁷ natjerat će nas da redefiniramo što znači biti čovjek. Neki bi mogli reći da napokon možemo doseći razinu Boga igrajući ulogu Stvoritelja života. Ili bi netko mogao reći da ljudi više neće biti vladari zemlje, već će njima upravljati strojevi“ (Park, 2016).

ili na frazu koju je 2006. godine skovao Clive Humby i sažeo u jednoj rečenici:

„Podaci su nova nafta“ (Clive Humby, n. d.).

možemo li i dalje sa sigurnošću smatrati da je moć reklame skoncentrirana („samo“) na konkretnu ponudu i brzu financijsku dobit?!

Pitanje se nameće jer se infrastruktura koja omogućuje trasiranje 4IR, između ostalog, temelji i na nosivoj pametnoj tehnologiji te u ubrzanoj digitalizaciji plaćanjem putem aplikacija i QR kodova, a koje se u reklamama, ad nauseam, potenciraju kroz prodaju konkretnih proizvoda i usluga.

Prethodno navedeno otvara nebrojeno dilema, a jedna od onih koja se ističe je, bi li zbog potonjeg i na reklame 21. stoljeća mogli gledati kao na 5GW, tj. informacijski rat, za koji je Daniel Abbot (2010, str. 20) rekao da se ostvaruje „kroz manipulaciju percepcije i mijenjanje konteksta kojim se percipira svijet“.

Ako reklame promatramo u kontekstu oblikovanja pristanka na buduće socioekonomske trendove, njihova manipulativna moć se ogleda u kompleksnoj prirodi njihovog audiovizualnog sadržaja kojim se utječe na percepciju javnosti, odnosno kako je navela Williamson (1978, str. 40), u transformaciji

⁹⁶ 4IR: Revolucija koju karakterizira niz novih tehnologija koje spajaju fizički, digitalni i biološki svijet, utječući na sve discipline, gospodarstva i industrije, pa čak i izazivajući ideje o tome što znači biti čovjek (Schwab K., 2016).

⁹⁷ Internet of bodies (IoB): prikupljanje naših fizičkih podataka putem niza uređaja koji se mogu ugraditi, progutati ili nositi (World Economic Forum, 2020).

simbola [uključenih u njih] jer svaki simbol nekome nešto znači, kao i u kompleksnim 3P odnosima na globalnom nivou.

Naime, kako korporacije imaju tendenciju globalnog širenja, postale su *ovisne* od kooperacija s administracijama i vlastima nacionalnih država, zbog čega se ukazala 'potreba' za formiranjem javno-privatnog partnerstva. Time je korporativnom kapitalu, svjetskoj oligarhiji, 'elitnim' nadnacionalnim strukturama, takozvanim „1%“ i njihovim istaknutim pojedincima, ali i raznim politikama, omogućeno da uz brzu zaradu kroz reklame vežu i puno šire ideje, politike i ideologije, pa *novododani* manipulativni aspekt prosječnom gledatelju na prvi pogled nije vidljiv.

Sukob politika i stava javnosti, a koji se lomi preko leđa trgovačkih lanaca, proizvođača robnih marki i kupaca, ukazuje na to da su kompanije *prisiljene* proizvode reklamirati i prodavati kroz prizmu pozitivnih ideja koje nisu dijelom klasične poslovne politike i klasičnih metoda oglašavanja, već su stvar nadnacionalnih politika i sežu puno dublje nego je to 'samo' financijska dobit, odnosno, usmjerene su na mijenjanje vrijednosti društva.

Moć dostupnosti informacija o implementaciji korporativno-nacionalnih i nadnacionalnih politika, a koje javnost ima mogućnost sagledati kroz reklamiranje proizvoda, uočavaju se u nedavnim previranjima s kompanijama Bud Light – s pivom koje je do jučer bilo obojano „američkim patriotizmom“ i usmjereno ka „svakodnevnom Amerikancu“, a danas reklamirano od strane transrodne osobe, Dylan Mulvaneyja, ili Adidas - s kupaćim kostimima za žene koje reklamira osoba s muškim genitalijama, namijenjenim homoseksualnim i transrodnim osobama, u kampanji pod nazivom „Tuck it“ (Adidas, 2021) u koju su uključena i djeca. To je od strane kupaca dovelo do bojkota i kompanije Bud Light i robnih marki, ali i trgovina koje prodaju navedene proizvode (Green, 2023).

Konkretni cilj u oba slučaja je dodjeljivanje viših ESG i DE&I bodova kompanijama i institucijama (Krychiw, 2023) jer su uključeni u 17 ciljeva održivog razvoja UN 2030⁹⁸, o čemu je 2017.godine, kada u javnom diskursu nije bilo ni riječi o istima, Larry Fink, CEO BlackRock-a, na upit o poslovanju kompanija u kontekstu „3E“⁹⁹, na koji način pristupiti promjenama te kako bi se 'nedoličan' image mogao odraziti na poslovanje kompanije, rekao:

„Ponašanja će se morati promijeniti i to je jedna stvar koju ćemo tražiti od tvrtki. Morate forsirati [promjenu] ponašanja, a mi u BlackRocku forsiramo [promjenu] ponašanja. 54% dolazne klase su žene, dodali smo još četiri [ESG] boda u smislu raznolikog zapošljavanja ove godine i ono što smo interno radili je, ako ne postignete ove razine utjecaja, vaša bi naknada mogla biti pogođena [...] Morate forsirati ponašanje, a ako ne forsirate ponašanje, bilo da se radi o rodu, rasi ili kako god želite nazvati sastav svog tima, to će utjecati na vas, a to nije samo neregrutiranje, to je razvoj [...] i morat ćemo pospješiti promjene“ (New York Times Events, 2017).

98 UN Sustainable Development Goals—The Leading ESG Framework for Large Companies (Huber, Smith & Comstock, 2018).

99 3 stupa održivog razvoja: ekonomija, okoliš i socijalna jednakost (Mensah & Casadevall, 2019, str. 8).

Još jedan od primjera konflikta interesa javno-privatnog partnerstva je preklapanje javnozdravstvenih politika sa korporativnim interesima i *filantropskim* organizacijama kroz medije i reklame. Taj segment je detaljno istražio Tim Schwab, istraživački novinar koji piše za Columbia Journalism Review, koji navodi da je više od 250 milijuna dolara, od približno 20.000 *dobrotvornih* dotacija Zaklade Gates dodijeljenih do kraja lipnja [2020.godine], otišlo u medijske tvrtke kako bi utjecale na vijesti s jasnom ideološkom agendom (Schwab, T., 2020). Krajem 2021. godine, MintPress News je otkrio da je Zaklada Billa i Melinde Gates (BMGF) kroz više od 30.000 pojedinačnih dotacija dala više od 300 milijuna dolara za *potporu* medijskim projektima (MacLeod, 2021). Opće poznata činjenica je da su elitne strukture uključene u sve. Jedan od njih je i prethodno spomenuti Bill Gates, iako po vokaciji tehnološki mogul, uključen je u sve sfere javno-zdravstvenog života, u sve segmente ekonomije, u prehrambenu industriju¹⁰⁰ i poljoprivredu – kao najveći privatni zemljoposjednik u SAD-u¹⁰¹, u filmsku industriju¹⁰² (Arango & Stelter, 2009), ekologiju i energetiku (Temple, 2022) pa i kreiranje politika SZO-a (Huet & Paun).

Neizostavna infrastruktura za trasiranje i implementiranje 4IR je AR, VR i AI tehnologija.

Spajanjem digitalnih i fizičkih javnih prostora na kojem se temelji iskustvo korištenja proširene stvarnosti, cijeli svijet koji doživljavamo osjetilno postat će jedna konstantna, ogromna reklama.

Osim što su AR i VR zanimljivi iz perspektive trasiranja digitalne budućnosti, zanimljivi su i iz razloga ogromnog potencijala za promijene u načinima poslovanja u mnogim industrijama pa, na primjer, pored podataka koje informiraju o stanju na cesti, putnici u samovozećem automobilu mogu pratiti zabavne sadržaje na holografskom AR vjetrobranskom staklu¹⁰³ (WayRay, 2020).

Iako je tehnologija za komercijalnu proširenu stvarnost (CAR) prisutna od kraja '60-ih (Javornik, 2016), početkom 2010-ih godina postala je jako popularna u komercijaliziranju satova, nakita i kozmetike zbog mogućnosti (virtualnog) isprobavanja gotovo neograničenog broja proizvoda. Takav način testiranja i kupovine iz naslonjača rezultirali su time da su kupci koji su testirali ruževe na AR sučelju, u usporedbi s kupcima koji su testirali ruževe pomoću testera proizvoda, proveli gotovo 50% više vremena na uređaju za testiranje (Syniverse Moderator, 2023).

100 1. Zašto Bill Gates ulaže u jaja bez pilića (Aubrey, 2013), „Pokušavamo potpuno isključiti životinju iz jednadžbe, rekao mi je Josh Tetrick, osnivač i izvršni direktor Hampton Creek Foodsa.“

2. Bill Gates i Richard Branson klade se da bi meso uzgojeno u laboratoriju moglo biti hrana budućnosti (Morgan, 2018).

3. Bill Gates počeo je graditi poziciju u Beyond Meat u trećem kvartalu 2019. [...] Investitor je prodao sve svoje dionice u četvrtom tromjesečju 2019. i više ne posjeduje nijednu dionicu u Beyond Meat-u (Stockcircle, n.d.).

4. Gates je uložio u brojne tvrtke visokog profila u ovom području, uključujući Beyond Meat (NASDAQ:BYND), Impossible Foods i Upside Foods, bivši Memphis Meats (Raisinghani, 2023).

101 Izvješće The Land Reporta iz 2021. godine (O'Keefe), tvrdi da je Gates tiho nadmašio ostale Amerikance kao najveći zemljoposjednik u zemlji. Trenutačno Gatesov portfelj uključuje više od 242.000 hektara američkog poljoprivrednog zemljišta, kao i blizu 27.000 hektara drugog zemljišta raspoređenog u 18 različitih država.

102 Zakulisni utjecaj novca BMGF-a na stavove javnosti prema javnozdravstvenim pitanjima (širenje zaraznih bolesti), korišten je za razvoj scenarija za epizode „Hitne pomoći“, „Zakon i red: SVU“ i „Privatna praksa“.

103 YouTube prezentacija holografskog zaslona AR na vjetrobranskim staklima automobila (WayRay, 2019).

Još jedna velika prednost poduzeća koje svoje proizvode i usluge reklamiraju putem AR tehnologije je povećanje zarade, budući da se put od produkta/usluge do kupca bilježi elektronički pa se anuliraju posrednici, čime se skraćuje put produkta, stvara izravna veza između produkta/usluge i kupca i posljedično smanjuju troškovi poslovanja.

Teoretska prednost AV i AR tehnologije je da se u komercijalne svrhe može koristiti za sve, od procesa planiranja izgradnje objekata do pregleda prostora komercijalnih nekretnina, uređenja interijera i eksterijera, u kojoj potencijalni kupci stoje ispred postojećih prostora, dok im AV i AR tehnologija omogućuje vizualizirati obnovu s potencijalnim stanarima, čime se do krajnosti mijenja i način reklamiranja proizvoda i usluga. No problem AR i VR tehnologije ogleda se u zapanjujućem spektru mogućnosti zlorabe aplikacija instaliranih na osobnoj imovini (telefoni, pametni satovi, naočale, trake, slušalice, odjeća i sl.) i iz razloga što, između ostalog, mogu biti i u sukobu s pravima vlasništva (Duddu, 2021) jer nije odgovoreno ni na pitanje o kreatorima sadržaja: Tko stvara, posjeduje i koristi sadržaje koji se koriste u uređajima? Sami korisnici? Medijska tvrtka koja prodaje sadržaj? Proizvođač tehnologije? Netko treći?

Iako postoje mnogi korisni načini upotrebe AR i VR tehnologije koji služe kao argument za implementiranje te tehnologije u raznim industrijama, raste zabrinutost oko toga kako ona može utjecati na ponašanje ljudi i štetiti im, a da toga nisu svjesni, jer je AR tehnologija napravljena da zadrži interes korisnika virtualnim okruženjem, zamagljujući granice stvarnosti, budući da stvarni i virtualni svijet stapa u jedan. Zbog impresivnosti iskustva, AR doživljaji mogu dovesti do pretjeranog korištenja i odvrćanja korisnika od njihovih svakodnevnih zadataka i odgovornosti, dok se psihološke opasnosti AR tehnologije manifestiraju kroz otuđenje od najbliže socijalne okoline, zatim kroz gubitak perspektive što je stvarno, a što virtualno, kao i kroz osjećaj depersonalizacije.

Usljed ograničenog znanja korisnika o AR tehnologiji te ograničene kontrole nad načinom na koji aplikacije i AR uređaji i korporacije prikupljaju, koriste, dijele naše osobne podatke, korisnici mogu biti izloženi krađi identiteta i drugim oblicima kibernetičkog kriminala, pa i potencijalnim rizicima za osobnu i financijsku sigurnost, zbog čega pitanja sigurnosti korisnika postaju sve dublja i problematičnija. Iskustvo vremena provedenog u AR je da je ono često vrlo stimulativno i nagrađujuće¹⁰⁴, što rezultira osjećajem realiziranosti i zadovoljstva koje je teško postići u stvarnom svijetu.

Jedan od najkonkretnijih primjera za opasnosti koje nosi AI, AR i VR tehnologija ogleda se u igrici Pokémon Go.¹⁰⁵

Google-ov ulazak u ovu novu industriju započeo je s Johnom Hankeom, voditeljem Google Geo divizije, koji je radio na razvijanju Google karata, tj. Google Earth-a i Google Street View-a - koji je

¹⁰⁴ Aplikacije AR omogućuju korisnicima otkrivanje lokalnih atrakcija i restorana fotografiranjem okoline. Međutim, to može dovesti do brzog izgorijevanja potrošača. Stoga bi oglašivači trebali nuditi posebne ponude ili popuste, umjesto stvaranja nereda s logotipom na Google kartama ili Google Street View. (Mies, 2010)

¹⁰⁵ YouTube prezentacija prve Pokémon Go reklame (The Official Pokémon YouTube channel, 2015)

fotografirao svaku ulicu. Njegovu kompaniju indikativnog naziva „Keyhole“ (Ključanica), financiranu od strane CIA-e, Google je otkupio 2004. godine, što sugerira da je cijeli projekt prvobitno bio namijenjen vojnoj industriji (Biddle, 2016). Iz te operacije je proizašla igrice Pokémon Go.

Google je preuzeo kontrolu nad svim javnim površinama putem Street Viewa, besplatno i bez ičijeg pristanka. U svakom od primjera, aplikacija je korištena za interakciju s korisnicima u stvarnom vremenu i prostoru, pa je tako igrice Pokémon Go sadržavala GPS koordinirane „PokéStops“, odnosno lokacije na kojima su igrači mogli zaraditi bodove. Bili su *pogurkani* (nudged) nagradama i kaznama, u igri privlačenja posjetitelja ka konkretnim objektima i lokacijama koji su plaćali stvarnu prisutnost posjetitelja, dok je posjetitelj bio uvjerenja da samo prati Pokémone kako bi ostvario što bolji rezultat (vpro documentary, 2019, str. 14).

Korisnik se izvrsno zabavljao sudjelujući u velikom eksperimentu koji je koristio alate za daljinsko, automatizirano upravljanje i oblikovanje ponašanja, sa ciljem realizacije interesa drugih i trećih strana. Koliko je pojava „zauzetosti zabavom“ istinita i zastrašujuća, te koliko je igrice PokémonGo bila zarazna i otišla u krajnost, možda najbolje govore objave nevladine organizacije (Posavina bez mina, 2016) koja je u nastojanju da ljude odvraća od lova na Pokémone ulaženjem u minska polja,¹⁰⁶ bila primorana stavljati objave na Facebook i druge medije.

Kreatori igre nisu ništa fizički umetnuli na platformu napravnice u vlasništvu kupca, kao ni u fizički prostor, ali je otkriveni problem kapitalizma nadzora, zbog preuzimanja kontrole, pokrenuo i pitanja o vlasništvu i monopolu, odnosno: Tko zna? Tko odlučuje? (Zuboff, str. 117)

Korištenjem bihevioralnog viška, što su sve informacije koje su prvobitno smatrane informacijskim otpadom, kompanije mogu započeti s predviđanjima o preferencijama određenih skupina bez njihovog znanja i suglasnosti (Zuboff, str. 91).

Tu je i sve šire područje hakiranja uređaja proširene stvarnosti, neovlaštenog audio i video nadzora te snimanja bez znanja korisnika,¹⁰⁷ što za sobom povlači etička i pravna pitanja vezana uz upotrebu AR tehnologije.

Zbog prethodno navedenog, način reklamiranja AI, AR i VR tehnologije ovisit će i od kvalitete digitalne infrastrukture, poput infrastrukture 5G mreže i sl., što će se odraziti na legislativu, odnosno propise vezane za medije, poput onih na razini nacionalnih država ili razini EU-a, zbog zaštite javnog prostora kao javnog dobra, kao i zbog zaštite privatnosti i zaštite podataka, što može utjecati i na tehnička svojstva uređaja, ali i njihov dizajn.

Sve ove problematike, pitanja i dileme proizlaze iz činjenice da su obim i uspješnost upotreba proširene stvarnosti, u obliku reklama na javnim površinama, u međuovisnosti odnosa između tehnologije, ekonomije, zakonodavstva, politike i vrijednosti društva, a prethodno je već spomenuto

¹⁰⁶ Iako aplikacija PokémonGo u to vrijeme nije bila službeno dostupna u regiji i nije postojala online podrška za njezino instaliranje na mobilnim uređajima, igrači su se snalazili na način da su 'skidali' piratske verzije koje nisu bile pokrivene Google earth lokacijama te su prateći GPS koordinate u potrazi za Pokémonima, ulazili u minska polje.

¹⁰⁷ Apple tužen zbog Siri-nog neovlaštenog snimanja korisnika

da zbog globalizacije korporacije postaju nadnacionalne i spajaju se s nacionalnim vlastima u 3P, što je samo po sebi jako problematično za društvo u cjelini.

„Ako je nešto besplatno, Vi ste proizvod.“¹⁰⁸

Gore navedeni aforizam je u praksi kroz eroziju privatnosti i zaštite osobnih podataka do savršenstva prvi doveo Google, na što je 2009.godine, u intervjuu danom CNBC-u, otvoreno ukazao tadašnji predsjednik Google-a, Eric Schmidt: „Ako imate nešto što ne želite da itko zna, možda to uopće ne biste trebali raditi [...], ali ako stvarno trebate takvu vrstu privatnosti, stvarnost je da tražilice, uključujući Google, zadržavaju te informacije ‘neko vrijeme’, koje, u konačnici, mogu biti prosljeđene i vlastima (Newman, 2009), pogotovo ako se uzme u obzir da su SAD i danas, 22 godine nakon napada 11. rujna, pod Patriot Act-om.“¹⁰⁹

U ranim danima interneta, Google, kao jedna od prvih kompanija s uslugom tražilice, zbog obima posjeta i nastojanja da odgovori na potražnju za informacijama, postao je najveća i najuspješnija ‘big data’ kompanija. No kako je pritisak na zaradu rastao, umjesto uvođenja naknada za Google-ove usluge, čelnici kompanije su se odlučili za model „izvlačenja“ osobnih podataka korisnika kao „sirovine za analizu“, što se realiziralo neuromarketingom uz pomoć algoritama, kroz ciljano oglašavanje, koje bi zatim mogli prodavati trećim stranama, a što je otvoreno ugrozilo privatnost i osobne podatke korisnika. Analizirajući izraz „izvlačenje“, Shoshana Zuboff je istakla da su korištenjem takve terminologije prave intencije zamaskirane iza „ravnodušnosti“ i „nezainteresiranosti“ Silicijske doline spram informacija koje izvlače o korisnicima interneta, pa je izraz problematičan i iz razloga što je „izvlačenje“ jednosmjerni proces, a ne odnos uz suglasnost. „Izdvajanje znači ‘uzimanje od’, a ne ‘davanje’ ili reciprocitet davanja i uzimanja” (Zuboff, 2019, str. 79).

Budući da podaci koje Silicijska dolina „izvlači“ dolaze iz izvora koji je ujedno i krajnji cilj korisnosti koje ti podaci proizvode, može se reći da nam korporacije, nezakonito, prodaju nas.

„Izvlačenje“ osobnih podataka dodatno je potencirano nosivom *pametnom* tehnologijom, o čemu otvoreno govore članci najistaknutijih obrazovnih institucija usmjerenih na inovativne tehnologije,

108 Aforizam pripisivan mnogim osobama. U članku „Little Brother Is Watching You: The Menace of Corporate America“ iz 1999.godine, Claire Wolfe, ispitala je elektronička tržišta osobnih podataka, biometrijske sustave i druge tehnologije koje se koriste za praćenje ljudi i došla do zaključka da ljudi više nisu kupci, već resursi kojim se upravlja radi zarade. „Kupac je sada netko drugi — i to, obično netko tko nema vaše najbolje interese pri srcu.“ U izjavama samohvale čelnici Intela su istakli da je čip Intel Pentium III procesor kompetentan podatke o korisnicima slati administratorima web lokacija te priznali da se i pristupom internetu putem računara s procesorom Pentium III, odnosno, ID-om čipa, može izraditi baza podataka o sklonostima klijenata, pratiti njihovu e-poštu i slično. Ono što je istakla kao najbitnije je da, ako Intel to učini **normom**, a kupnja putem interneta se nastavi povećavati, države će se založiti za višestruke metode identificiranja kupaca unutar svojih granica, što zahtijeva unakrsnu provjeru elektroničkih transakcija. Stoga će biti doneseni **zakoni** koji će zahtijevati da se CPU ID-ovi prenose „namjerno“. Oni koji ne budu „volontirali“ u davanju osobnih podataka, neće moći pristupiti e-trgovini, a neke, ako ne i sve, stranice će se „oglušiti“ (Wolfe, 1999).

109 „Američki Patriot Act“ je revizija Zakona o nadzoru nad građanima SAD-a, donesen samo šest tjedana nakon napada 11. rujna. Proširio je postojeće ovlasti državnih institucija i agencija da špijuniraju vlastite građane, istovremeno slabeći mehanizme provjere i prava javnosti na prigovor vladinim pretragama (American Civil Liberties Union, 2001). Potpisao ga je svaki od američkih predsjednika od 2001.godine do danas, bez obzira na mirnodopsko razdoblje i „ideološko-političke razlike“.

agencije i korporacije u službi zaštite vojnika na ratištima, čelnici nacionalnih vlada i nadnacionalnih organizacija, ali i reklame sa ciljem zaštite djece od zloporabe, kidnapiranja, trgovine djecom ili pronalaženja izgubljene djece u trgovačkim centrima, pa je tako još 2008. godine tvrtka BrickHouse Security, u suradnji sa Duracellom, prezentirala reklamu „Duracell, Sigurnost djece - Ad BrickHouse Child Locator“.¹¹⁰ 2016. godine tu tehnologiju je otvoreno reklamirao i Klaus Schwab, utemeljitelj i generalni direktor WEF-a, na švicarskoj nacionalnoj televiziji (RTS – Radio Télévision Suisse) u emisiji Pardonnez-moi, ukazujući na postupno uvođenje implantabilnih tehnologija koje će dovesti do spajanja našeg biološkog, fizičkog i digitalnog identiteta. S druge strane, Elon Musk u okviru svog projekta Neuralink, još od 2016. godine otvoreno radi na stvaranju sučelja ljudskog mozga i računalne, odnosno AI tehnologije, što upućuje na trasiranje puta ka transhumanizmu. Zagovara ga argumentima da ljudi budućnosti, ako žele biti konkurentni na tržištu AI tehnologije, robotike i robotskih radnika koji zadnju deceniju ubrzano zamjenjuju ljudsku radnu snagu u proizvodnim pogonima, uslužnim djelatnostima (bankarstvo¹¹¹, medicina¹¹², obrazovanje¹¹³, policija, vojska¹¹⁴) pa do područja pravosuđa - umjesto odvjetnika¹¹⁵, sudaca¹¹⁶ i tužitelja¹¹⁷, morat će se podvrgnuti „ažuriranju“ kako bi zadržali svoje poslove i bili adekvatna konkurencija robotima i tehnologiji umjetne inteligencije.¹¹⁸

Od **1986.** godine, kada Puma izbacuje na tržište „Puma COMDEX RS Computer“, prve pametne tenisice za trčanje sposobne za interakciju s računalom i praćenje statističkih podataka o nositelju tenisica – broj koraka i vrijeme nošenja tenisica (DeFY New York, 2018), apostrof na nosivu računalnu tehnologiju postaje intenzivniji i kroz televizijske reklame, pa je tako **2008.** godine kompanija Degree Deodorant objavila reklamu s *pametnom* nosivom tehnologijom, uključenom u infrastrukturu AI, AR, VR tehnologije *pametnih* gradova budućnosti, čiju implementaciju gledamo danas (Channel610, 2008). **2013.** godine, HTC Droid DNA predstavlja reklamu sa prikazom futurističkog laboratorija u kojoj je čovjekova DNK „obogaćena i nadgrađena“ tehnologijom nalik kiborgu (Popisms, **2013**).

Pored „sigurnosti djece“ i „sigurnosti“ općenito, javno zdravstvo je jedan od najučinkovitijih poligona za implementaciju nacionalnih i nadnacionalnih politika i trasiranje *pametne* infrastrukture kroz stvaranje osjećanja (samo)zadovoljstva nastalog kao rezultat građenja odgovornog odnosa prema osobnom zdravlju, a time i zdravlju cijele zajednice.

110 YouTube prezentacija reklame (BrickHouse Security, 2008).

111 Kako roboti mijenjaju lice bankarstva (Aggarwal, 2017).

112 6 najboljih primjena robota u medicini (Crawford, 2016).

113 Što roboti rade u školama (Johal, 2017).

114 Roboti policajci patroliraju korejskim ulicama (Wired Blogs, 2017); proizvođači vojne robotike vide budućnost za naoružane policijske robote (Tucker, 2016).

115 Prvi robotski odvjetnik na svijetu - Ross, angažiran u američkoj odvjetničkoj tvrtki (PTI, 2016).

116 Suci roboti uskoro bi mogli pomagati u sudskim predmetima (Griffin, 2016).

117 Kina stvorila prvog svjetskog AI tužitelja (Petersen, 2022).

118 Sve veća ovisnost čovječanstva o tehnologiji, uključujući srčane stimulatore i pametne telefone, dovela je do uspona transhumanizma, pokreta nadahnutog napretkom u umjetnoj inteligenciji i biogenetici, smatrajući da u socioekološkoj krizi, transhumanizam može donijeti samo dobrobit čovječanstvu (Madorrán Ayerra, 2019).

S tim u vezi, **2013.** godine tvrtka Motorola je predstavila elektroničku tetovažu¹¹⁹ i prototip nosivih proizvoda za „provjeru autentičnosti vitamina“ (Bohn, 2013), tj. tabletu koja, kada se proguta, stupa u interakciju s želučanom kiselinom i emitira 18-bitni signal iz tijela, čineći cijelu osobu uređajem za autentifikaciju. Elektroničku tetovažu, kao i *pametnu* oralnu tabletu koja vas pretvara u ljudsku lozinku, javnosti je predstavila Regina Dugan, prva žena na mjestu direktorice DARPA-e (Slate, 2013), a **2018.** godine na Svjetskom ekonomskom forumu, reklamirao ju je Albert Bourla¹²⁰, direktor Pfizera.

Pored javnog zdravstva, obrazovni sustav je još jedna od platformi podatnih za implementiranje javnih politika i utiranje puta ka sveopćoj digitalizaciji, pa je tako 2019. godine mogućnosti manipulacije pametnom nosivom tehnologijom i neslućenim ovlastima koje su time date kineskim vlastima Wall Street Journal opisao u članku „Kako Kina koristi umjetnu inteligenciju u učionicama“ (Wall Street Journal, 2019). No nisu se zadržali na kritici, pa je ista tehnologija afirmativno reklamirana kao „BrainCo - Traka za glavu za skeniranje mozga - ovaj uređaj vam omogućuje da kontrolirate sve oko sebe“ (Wall Street Journal, 2019).

Još jedna od perjanica akademske zajednice, profesorica i vodeća stručnjakinja za etičke, pravne i društvene posljedice razvoja tehnologije na pravnom fakultetu Duke, Nita A. Farahany, izjavljuje: „Možemo usaditi lažna sjećanja u mozak“.¹²¹

Način na koji bi vlasti mogle iskoristiti potencijale nosive *pametne* tehnologije na području javnog zdravstva, ali i osobne samorealizacije, Nita A. Farahany pobliže je predstavila početkom **2016.** godine u prezentaciji pod nazivom, „Moć mozga“. („Brain Power“, Nita A. Farahany) riječima: „Što ako bi živjeli u svijetu potpune transparentnosti?! Ako čak i ono o čemu sada razmišljate, znate da bih ja mogla znati i da bismo svi mogli vidjeti.“ Isto to je istakla na WEF-u na početku 2023. godine u još konkretnijoj vizualizaciji mogućih scenarija i kontrole produktivnosti na radnom mjestu, u prezentaciji pod nazivom „Borba za vaš mozak“.

U izvješću „Oblikovanje održive digitalne transformacije u općinama“ iz svibnja 2017. godine (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, 2017)¹²², Federalnog ministarstva okoliša, zaštite prirode i nuklearne sigurnosti Savezne Republike Njemačke, navodi se da za deset godina uopće nećemo gledati u svoje pametne telefone iz razloga što oni više neće

119 Prototip prve elektroničke tetovaže, MC10, bio je na ruci Regine Dugan, u vezi koje se *našalila* i rekla da „tinejdžeri možda ne žele nositi sat, ali možete biti sigurni da će nositi tetovažu samo kako bi razbjesnili svoje roditelje“ (Slate, 2013).

120 Albert Bourla: „To je, u biti, biološki čip koji se nalazi u tableti i kada uzmete tabletu i otopi se u vašem želucu, šalje signal da ste uzeli tabletu. Dakle, zamislite primjenu toga, povinovanje“ (Scott Cannon WLTH, 2022).

121 „... postoje neka stvarno zanimljiva istraživanja koja pokazuju da možemo usaditi lažna sjećanja u mozak. [...] jedno od novonastalih područja koje je stvarno zanimljivo u pravnoj neuroznanosti je otkrivanje boli, a kada shvatimo sklopove koji uzrokuju bol, pitanje je možemo li također onda usaditi bol i koristiti ga u mnogim prisilnim mjerama u pravnom sustavu“ (Laird, 2023).

122 S obzirom na to da je dokument sa službene stranice Federalnog ministarstva okoliša, zaštite prirode, graditeljstva i nuklearne sigurnosti već nekoliko puta obrisan ili poveznicom vodi na nevaljanu stranicu, priložene su i rezervne poveznice. <https://shorturl.at/jpB36> ; <https://shorturl.at/fhGT3>

postojati, odnosno, njihova funkcija će se integrirati u našu okolinu – pametne gradove. Upućujući već 2017. godine na odlike društva post-*IoT*, tj. nakon interneta stvari, odnosno, kako su ga nazvali, „Internet bez stvari“, pobliže opisuju odlike **društva nakon (osobnog) izbora** (str. 43), pri čemu će umjetna inteligencija zamijeniti dotadašnji osobni izbor i, na primjer, predložiti najoptimalnije prijevozno sredstvo od točke A do točke B. Segment istaknut u dokumentu je i Post-vlasničko društvo (str. 43) u kojem predviđaju da bi privatno vlasništvo moglo postati luksuz, a kao razlog za društvo bez (osobnog) vlasništva navodi se da posjedovanje *ima manje smisla* zbog zajedničkih resursa dostupnih svima, kako je istaknuto i u članku Ide Auken, članice danskog parlamenta, koji govori o dobrobitima kružne ekonomije, objavljenom na stranicama WEF-a krajem 2016. godine, pod naslovom: „Dobrodošli u 2030. Ne posjedujem ništa, nemam privatnosti, a život nikada nije bio bolji“ (World Economic Forum, 2016). To je sumirano krajem 2016. godine u promotivnom videu WEF-a, pod nazivom „8 predviđanja za svijet 2030: Nećete imati ništa i bit ćete sretni“¹²³ (World Economic Forum, 2017).

U dijelu izvješća okrenutom ka izgledu post-vlasničkog društva (str. 43) navodi se i da bi osobni podaci mogli dopuniti ili zamijeniti novac kao valutu, što još jednom potvrđuje izreku da su podaci nova nafta.

Nadovezujući se na *ideju* o podacima kao platežnom sredstvu, interesantan je patent Microsofta iz 2019., nazvan „Kripto-valutni sustav koji naše biometrijske podatke o tjelesnoj i mentalnoj aktivnosti kvantificira i pretvara u platežno sredstvo“ (Abramson, Fu, & Johnson, 2020).¹²⁴

U dijelu izvješća koji se odnosi na post-energetsko društvo (str. 43), zbog ojačavanja održivog razvoja navodi se da, ako se želi doći do podatkovne revolucije, prikupljanje energije - sposobnost generiranja i pohranjivanja energije na makro, mikro ili nano razini – mora postati uobičajena sa sensorima koji moraju biti energetski učinkoviti i energetski samodostatni.

Iz tog razloga se već skoro deceniju predlaže i pohrana podataka u DNK, zbog količine podataka pohranjive u naš „softver života“ (Templeton, 2016), a što je naviješteno i člankom iz 2015. godine: „DNK uređaj indijskih znanstvenika stvara energiju dodirom“ (The Economic Times, 2015). Što stoji u segmentu izvješća „Vizija društva nakon glasanja“, na globalnom se nivou, pa time i u institucije BiH, polako uvodi pod terminom e-uprava, a u dijelu dokumenta „Oblikovanje održive digitalne transformacije u općinama“ iz svibnja 2017., istaknuto je da, budući da se točno zna što ljudi rade i žele, potreba za izborima većinom ili glasanjem postaje zastarjela (str. 43). O istom je 2017. godine, na godišnjem summitu WEF-a, u razgovoru sa suosnivačem Google-a Sergeyom Brinom, otvoreno

123 Neke od točaka navedene u prezentaciji „8 predviđanja za svijet 2030: Nećete imati ništa i bit ćete sretni su: 1. Ljudi neće posjedovati ništa. Roba je ili besplatna ili se mora posuditi od države; 3. Organi se neće presađivati nego tiskati; 4. Konzumacija mesa bit će svedena na minimum; 6. Da bi se ograničila emisija ugljičnog dioksida, globalna cijena će biti postavljena na pretjerano visoku razinu; 8. Zapadne vrijednosti bit će testirane do točke sloma.

124 Senzor koji je fizički povezan s korisnikovim uređajem (*pametna* tehnologija) ili je ugrađen u njega, može otkriti, izmjeriti i kvantificirati aktivnost njegovog tijela. Kriptovalutni sustav koji je komunikacijski povezan s korisnikovim uređajem može provjeriti ispunjavaju li podaci o fizičkoj aktivnosti korisnika jedan ili više njegovih zahtjeva prije izdavanja kriptovalute, kao platežnog sredstva, korisniku čiji su podaci o fizičkoj aktivnosti potvrđeni.

govorio i utemeljitelj, izvršni direktor Svjetskog ekonomskog foruma, Klaus Schwab¹²⁵ (World Economic Forum, 2017).

I e-uprava, pod kojom je navedeno elektronsko glasovanje, ali i kupovina iz naslonjača, financijske transakcije, pristup zdravstvenim uslugama, izdavanje digitalnih putovnica¹²⁶ putem aplikacije e-građanin¹²⁷, već su uključene u digitalni identitet građana, tzv. ID2020.

Alijansa za digitalni identitet je u svom izvornom nazivu poznata kao ID2020¹²⁸, a utemeljena je od strane John Edge-a.¹²⁹ Projekt je pokrenut 20. 05. 2016. godine u New Yorku pod okriljem UN-a, u okviru globalnih ciljeva za održivi razvoj do 2030. godine (United Nations, 2016). Tijekom sastanka je od strane Monique Morrow, tada glavne izvršne direktorice CISCO-a, prvi puta bila predstavljena ideja „sloboda kao usluga“.¹³⁰

Tehnički sustav podrazumijeva univerzalnu upotrebu koja će se bez ukorjenjivanja vezati za različite kulture i civilizacije, čime će eliminirati starije oblike [kulture] i stvoriti novu kulturu (Ellul, 1990, str. 144) pa se društvo više neće razlikovati prema jezicima, etnicitetima, nacionalnostima, rasama, spolu, već prema kupovnim navikama, broju otkucaja srca, kvaliteti sna i opsegu korištenja aplikacija na pametnoj nosivoj tehnologiji, te prema količini *svojevoljno* danih osobnih podataka.

Stoga vrijednost *pametne* nosive tehnologije nije u samoj stvari, već u percepciji vrijednosti koju smo joj mi pripisali u ovisnosti od naših uvjerenja, sustava vrijednosti, okruženja, edukacije ili zdravstvenog stanja. Identificirajući se s grupom, koja u njegovom sustavu vrijednosti zauzima posebno mjesto, pojedinac se podvrgava u korist održavanja kohezije grupnih interesa pa njegove individualne kritičke sposobnosti bivaju oslabljene utjecajem grupne psihologije. To je Gustave Le Bon je obrazložio mišlju: „Osjećaji i ideje svih okupljenih poprimaju isti smjer i njihova svjesna individualnost nestaje [...] Formira se kolektivna inteligencija, nesumnjivo prolazna, ali s vrlo dobro definiranim karakteristikama [...] cijeli jedan narod, iako nema vidljive aglomeracije, pod djelovanjem određenih utjecaja može postati gomila.“ (Le Bon, *The crowd : a study of the popular mind*, 2001, str. 2)

Čini se da danas više nego ikada postoje sile koje djeluju kroz mainstream medije, popularnu kulturu i reklame, pokušavajući povećati sklonost pojedinca da sudjeluje u identifikaciji s određenim

125 Klaus Schwab: „Digitalne tehnologije uglavnom imaju analitičku moć. Sada [idemo] u prediktivnu moć, a Vaša je tvrtka jako uključena u to. Ali tada bi sljedeći korak mogao biti prelazak na preskriptivni režim, što znači da više ne morate čak ni imati izbore, jer znamo kakav će biti rezultat“.

126 Stiže hrvatska digitalna putovnica – među prvima u EU (Anđelković, 2023).

127 Uputa za izradu (e)putovnice (Ministarstvo vanjskih i europskih poslova, n.d.)

128 Bez identiteta, pojedinci su često nevidljivi - ne mogu glasati, pristupiti zdravstvenoj skrbi, pravnim pitanjima, otvoriti bankovni račun ili se školovati - i snose veći rizik od trgovine ljudima. Alijansa ID2020 razvila je prototip digitalnog identiteta, koristeći blockchain i biometriju za modernizaciju upravljanja identitetom. Sustav je usmjeren prema etičkom pristupu digitalnoj identifikaciji i uklanja potrebu za središnjim tijelom za identifikaciju osobe. Interoperabilan je s drugim bazama podataka i radi s mobilnim uređajima (ID2020 Alliance, 2017).

129 John Edge, (4:30): „Ovo je početak 15-o godišnje ambicije“, 4:42: „... ako imamo cilj koji je 15 godina dug, tada morate izgraditi proces ili sustav koji odgovara toj ambiciji...“ (United Nations, 2016).

130 Anuja Kochar Singh - vodi tehničku prodaju za NYC – posao vlade i obrazovanja za Cisco Systems (Cisco Blogs, n.d.), izvor fotografije: Twitter (Singh, 2016).

grupama pa time od pasivnog potrošača i gledatelja i sam nesvjesno postaje dijelom propagandne kampanje. Stoga oblikovanje pristanka možemo smatrati snagom koja u suvremenim demokracijama ljude i njihova mišljenja kontrolira protokom pomno odabranih informacija, a umjesto korištenja nasilnih sredstava i aktivnosti, koristite se sofisticirane metode koje bude i usmjeravaju naše svjesne i podsvjesne želje, preispituju i oblikuju naše vrijednosti, a što se može ogledati i kroz reklamiranje proizvoda ili usluga.

Krajnji cilj fokusa, u koji je pojedinac stavljen u reklamama, usmjeren je na što veće prihvaćanje pametne nosive tehnologije od strane cjelovitog društva jer se u demokraciji narod ne može kontrolirati silom, pa implementiranje javnih politika ovisi od odobrenja javnosti (Bernays L., str. 114), stoga je učinkovit način kontrole - kontrola misli, ovladavanjem sredstvima komunikacije.

Poticanjem i usmjeravanjem novih želja kroz komercijalne reklame, oblikovanjem percepcija dobrog i lošeg, potrebnog i nepotrebnog, bitnog i nebitnog, formiraju se nove vrijednosti, time i novi obrasci ponašanja u gradirajućem procesu, koji u svojim etapama ne kontroliraju konačno ponašanje već sklonost ka ponašanju (Skinner, Walden Two, 2005, str. 215-216), što je srž proizvodnje pristanka.

Oblikovanje pristanka kroz oglašivačku magiju utkanu u proizvode i usluge, hipnotizer i bihevorist Paul McKenna sumirao je izjavom: „[Jer] da bi se bilo što dogodilo u stvarnom svijetu, prvo se mora dogoditi u imaginarnom svijetu“ (Strategies for influence, 2019).

Bojazan koja proizlazi iz toga je da će se ulica pretvoriti u mjesto za sveopće promicanje prodaje i oglašavanje usluga ili proizvoda, a naši stanovi u maštovite digitalne zatvore bez zidova i bez želje pojedinca za otporom,¹³¹ opravdana je trijumfom Baudrillardovog potrošačkog društva, u kojem su elektroničke slike zauzele mjesto svake stvarnosti i značenja, generiranjem modela realnog, bez podrijetla tog „realnog“, i postale stvarnije od fizičke stvarnosti, ostavljajući iza sebe samo „pustinju stvarnog“ (Baudrillard, Simulacra and Simulation, 1981, str. 1), ali i spoznajom u kojoj Edward Bernays ukazuje da, pod pritiskom kriza i odluka, vladajući ne mogu čekati da ljudi postanu dovoljno educirani i time svjesni potrebe za promjenama društvenih ciljeva pa se implementiranje politika, koje će dovesti do ostvarenja tih promjena, realiziraju oblikovanjem pristanka koji se može smatrati nadopunom obrazovnog procesa (str. 114-115), između ostalog i kroz medije, odnosno adekvatnim reklamiranjem proizvoda i usluga, kontrolirajući i usmjeravajući ‘želje’ i ‘potrebe’ ka ciljanim promjenama.

U tom procesu, ne zaboravljajući na socioekonomske trendove 4IR, mediji, a time i reklame, postaju neinvazivni mehanizam za uvođenje i novih javnih politika kojima bi se javnost inače opirala.

131 „Sada kada znamo da pozitivni poticaj djeluje, a negativni poticaj ne, možemo biti promišljeniji i stoga uspješniji u svom kulturnom dizajnu. Možemo postići neku vrstu kontrole u kojoj se kontrolirani, iako slijede kodeks, mnogo pažljivije nego što je to ikada bio slučaj sa starim sustavom, ipak osjećaju slobodnima. Oni rade ono što žele raditi, a ne ono što su prisiljeni raditi. To je izvor ogromne snage pozitivnog poticaja - nema suzdržanosti ili pobune. Pažljivim kulturnim inženjeringom ne kontroliramo krajnje ponašanje, već sklonost ponašanju - motive, želje, požude. Zanimljivo je da se u ovom slučaju pitanje slobode nikada ne postavlja“ (Skinner, Walden Two, 2005, str. 215-216).

Nosivom *pametnom* tehnologijom te aplikacijama za pristup javnim uslugama integriranim u najavljene jedinstvene digitalne iskaznice kao i *pametnim* uređajima instaliranim u naše stanove i kuće, povezanim sa našim pametnim dolčevitama i satovima putem 5G mreže, i sami fizički postajemo integrirani u fizičke prostore *pametnih gradova* – digitalnih panoptikuma, odnosno zatvora bez fizičkog nasilja i bez zidova, o čemu je prema konstruktivnom panoptikumu Jeremyja Bentham¹³² pisao Michel Foucault u svom eseju „Nadzor i kazna: Rađanje zatvora“.

Benthamov panoptikum u digitalnom stoljeću postaje čudesan stroj koji osim usađivanja discipline putem nadzora jača unutarnju samoregulaciju pojedinca, jer pojedinci u dijadi kontrolor/nadzirani u sebi važu odnos moći, u kojem istovremeno igraju obje uloge; postaju i princip i svoje vlastito podjarmljivanje (Foucault, str. 137). Upravo onako kako mediji, internet i društvene mreže te pametna tehnologija koja diktira samo-kontrolu i samo-disciplinu nad psihofizičkim zdravljem utječu na samo-regulaciju i autocenzuru, odnosno kako AR i VR kupovina iz naslonjača utječu na prividnu povezanost i bliskost jedinki sa okolnim svijetom, a u stvari su njegovo apsolutno otuđenje.

Danas je ta psihofizička disciplina, odnosno, „zatvor bez nasilja“, rafinirano utkana i kroz reklame, percepcijom korisnosti, kroz dobrobit samo-nadzora, dobrobit promjene prehrambenih navika konzumiranjem ‘zdrave’ hrane nižeg karbonskog otiska, koji će biti pridruženi našoj ID2020 i bezgotovinskim platežnim sredstvima¹³³, zbog izbacivanja plastike iz uporabe u cilju očuvanja okoliša i smanjenja troškova tiskanja novca, uz kvalitetnije iskorištenje vremena kupovinom ‘iz naslonjača’, a koje zbog ‘praktičnosti’ takve kupovine sve otvorenije najavljuju i nacionalne i nadnacionalne institucije ultimativnim rješenjem – digitalnom valutom centralnih banaka, CBDC-jem (Jung B., 2023), kojom će svi posrednici između fizičkih osoba – kupaca – klijenata i banaka biti ukinuti.¹³⁴ To će direktno utjecati i na likvidnost svake fizičke osobe jer će programabilnost koju omogućava digitalni novac omogućiti i nagrađivanje, ali i sankcioniranje građana utemeljeno na ponašanju,¹³⁵ po uzoru na kineski sustav socijalnog kredita, zbog čega će biti i ograničenog roka trajanja. Centralne banke će imati uvid u sve transakcije svakog pojedinca - u stvarnom vremenu. Samodisciplina će biti nagrada zbog koje ćemo na sebe gledati kroz percepciju više vlastite društvene vrijednosti, morala i svijesti, u odnosu na one koji to ne čine, a da bi taj proces bio uspješan, potrebno je prethodno [de]senzibiliziranje javnosti za one slike svijeta koje proizvode oblik otuđenja kroz suvremenu tehnologiju, jer je tehnologija postala pokretačka sila novog društvenog poretka i objekt vjerskog obožavanja u dvostrukom religioznom fenomenu (delirij potrošnje - obožavanje tehničkog predmeta), koji je svoj izraz i posvećenost pronašao u reklami (Ellul, str. 146-148).

132 Panoptikum zatvorski sustav je mehanizam društvene kontrole, oživljen u obliku središnje promatračnice smještene unutar kruga zatvorskih ćelija (The ethics centre, 2017). Postat će sveobuhvatni simbol modernog autoriteta i discipline u zapadnom svijetu.

133 DO Black - prva kreditna kartica na svijetu s karbonskim limitom (Akristersson, 2019)

134 Izravni CBDC privlačan je zbog svoje jednostavnosti jer eliminira ovisnost o posrednicima tako što ih ukida. (Auer & Böhme, 2020).

135 Zamjenik upravnog direktora MMF-a, Bo Li: „Programiranjem CBDC-a, novac se može precizno usmjeriti prema onome što ljudi mogu posjedovati i što [ljudi mogu raditi]“ (Muchai, 2022).

Slijedom toga, analogno se dobiva i zaključak da je potencijal reklama za oblikovanje pristanka na buduće socioekonomske trendove neosporan.

Povezivanjem i animiranjem ulica sutrašnjice omogućit će se nove aktivnosti i novi načini međusobnog upoznavanja i stvaranja društvenih veza - nova hiperrealnost. Nositelji javnih i reklamnih kampanja više neće biti influenceri iz miljea pop-kulture, već „neutralna“ *inteligencija* pametnih gradova koja se oslanja na interakciju ljudi s digitalnim platformama i nosivom tehnologijom, te na komunikaciju tih platformi između sebe, čime će se potaknut opći merchandising¹³⁶ urbanog prostora.

Tako oblikovane reklame oslikavaju sveobuhvatnu sliku društva pa time igraju suptilnu ulogu i u redefiniranju onoga što se smatra dominantnim, bitnim, ispravnim i, unatoč tomu što nisu pokretač društvenih promjena, igraju važnu ulogu u procesu oblikovanja pristanka javnosti na buduće socioekonomske trendove jer vrijednost i moć reklama nisu u paljenju vatre nego u raspirivanju plamena.

Stoga, „Ako sami ne preuzmete odgovornost za vlastito programiranje, netko drugi hoće“ (McKenna & Azman, 2023).

Bibliografija

- Abbott, D. (2010). *The handbook of fifth-generation (5GW): a fifth generation of war* (2 izd.). Ann Arbor, Michigan: Nimble Books LLC. Preuzeto 10. 10. 2020.
- Abramson, D., Fu, D., & Johnson, J. E. (2020). *Cryptocurrency System Using Body Activity Dana*, 26. 3 2020., Preuzeto 2021 iz WIPO: <https://patentscope.wipo.int/search/en/detail.jsf?docId=WO2020060606>
- adidas (2021). *Pride Swimsuit*. Preuzeto 16. 8. 2023. iz adidas United States: <https://www.adidas.com/us/pride-swimsuit/IA3339.html>
- Aggarwal, N. (2017) *How robots are changing the face of banking.*, 22. 2 2017., Preuzeto 15. 6. 2020. iz www.theasianbanker.com: <https://www.theasianbanker.com/updates-and-articles/how-robots-are-changing-the-face-of-banking>
- Akristersson, A. (2019). *DO Black - the world's first credit card with a carbon limit*, 30. 4. 2019., Preuzeto 6. 2022. iz www.mastercard.com: <https://www.mastercard.com/news/europe/sv-se/nyhetsrum/pressmeddelanden/sv-se/2019/april/do-black-the-world-s-first-credit-card-with-a-carbon-limit/>
- American Civil Liberties Union (2001). *Surveillance Under the USA/PATRIOT Act*, 23. 10. 2001., Preuzeto 20. 5. 2020. iz American Civil Liberties Union: <https://www.aclu.org/documents/surveillance-under-usapatriot-act>

¹³⁶ Merchandising - aktivnost povećanja svijesti ljudi o proizvodima i povećanje prodaje putem oglašavanja, posebnih projekcija ili događaja (Cambridge Dictionary, 2023).

- Anđelković, K. (2023) *Croatian Digital Passport Coming - Among First in EU*, 3. 10. 2023. Preuzeto 5. 10. 2023. iz Total Croatia: <https://total-croatia-news.com/news/croatian-digital-passport-coming-among-first-in-eu/>
- Arango, T., & Stelter, B. (2009). *Messages With a Mission, Embedded in TV Shows*. 1. 4 2009. Preuzeto 10. 2021. iz The New York Times: <https://www.nytimes.com/2009/04/02/arts/television/02gates.html>
- Aubrey, A. (2013). *Why Bill Gates Is Investing In Chicken-Less Eggs*, 13. 6. 2013. Preuzeto 7 2022 iz NPR: <https://www.npr.org/sections/thesalt/2013/06/13/191029875/why-bill-gates-is-investing-in-chicken-less-eggs>
- Auer, R., & Boehme, R. (2020). The technology of retail central bank digital currency. Preuzeto 14. 03. 2023. Wwww.bis.org. https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt2003j.htm
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: The University of Michigan Press. Preuzeto 5. 2022 iz http://net-workingworlds.weebly.com/uploads/1/5/1/5/15155460/simulacra_simulation.pdf
- Bernays L., E. (1947). The Engineering of Consent. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 250(1), 113-120. doi:10.1177/000271624725000116
- Biddle, S. (2016). *Privacy Scandal Haunts Pokemon Go's CEO*, 9. 8. 2016. Preuzeto 4. 2020. iz The Intercept: <https://theintercept.com/2016/08/09/privacy-scandal-haunts-pokemon-gos-ceo/>
- Bohn, D. (2013). *Motorola shows off insane electronic tattoo and 'vitamin authentication' prototype wearables*, 29. 5. 2013. Preuzeto 2. 12. 2021. iz The Verge: <https://www.theverge.com/2013/5/29/4377892/motorola-shows-electronic-tattoo-and-vitamin-authentication-prototypes>
- BrickHouse Security (2008). *Duracell Child Safety Ad BrickHouse Child Locator*, 24. 7. 2008., Preuzeto 21. 4. 2021. iz [www.youtube.com: https://www.youtube.com/watch?v=hGCv7RzEwR8](https://www.youtube.com/watch?v=hGCv7RzEwR8)
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. (2017). *BMUB und BBSR Studie: „Smart City Charta: Digitale Transformation in den Kommunen nachhaltig gestalten“ | Bundesvereinigung der Landes- und Stadtentwicklungsgesellschaften e.V.* Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR). Bonn: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Preuzeto 2022. iz DE.DIGITAL - Smart City Charta Digitale Transformation in den Kommunen nachhaltig gestalten: http://neu.bvleg.de/sites/default/files/3BMUB_Smart_City_Charta_Digitale_Transformation_in_den_Kommunen_nachhaltig_gestalten.pdf
- Cambridge Dictionary (2023). *merchandising*, 10. 5. 2023. Preuzeto 2. 6. 2023. iz @CambridgeWords: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/merchandising>

- Channel610 (2008). *Degree - Absolute Protection (It won't let you down)*, 9. 5. 2008. Preuzeto 24. 3. 2022. iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=3FwuxXjGmpY): <https://www.youtube.com/watch?v=3FwuxXjGmpY>
- Cisco Blogs (n.d.). *Anuja Singh*. Preuzeto 18. 7. 2022. iz Cisco Blogs: <https://blogs.cisco.com/author/anujasingh>
- Clive Humby (n.d.). Preuzeto 15. 10. 2022. iz [www.sheffield.ac.uk](https://www.sheffield.ac.uk/dcs/people/academic-visitors/clive-humby): <https://www.sheffield.ac.uk/dcs/people/academic-visitors/clive-humby>
- Crawford, M. (2016). *Top 6 Robotic Applications in Medicine*, 14. 9. 2016. Dohvaćeno iz [Asme.org](https://www.asme.org/topics-resources/content/top-6-robotic-applications-in-medicine): <https://www.asme.org/topics-resources/content/top-6-robotic-applications-in-medicine>
- DeFY New York. (2018). *The First Computerized Running Shoe 1986: The Puma COMDEX RS Computer*, 26. 3. 2018. Preuzeto 23. 7. 2022. iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=qd9BR4fvguM): <https://www.youtube.com/watch?v=qd9BR4fvguM>
- Duddu, P. (2021). *Augmented Reality (AR): Regulatory Trends identified by GlobalData*, 22. 12. 2021. Preuzeto 11. 2022. iz Retail Banker International: <https://www.retailbankerinternational.com/comment/augmented-reality-ar-regulatory-trends/>
- Ellul, J. (1975). *The New Demons*. New York: Seabury Press. Preuzeto 11. 11. 2022. iz http://www.newhumanityinstitute.org/pdf-articles/Jacques_Ellul-New-Demons.pdf
- Ellul, J. (1990). *The technological bluff*. (G. W. Bromiley, Prev.) Grand Rapids, Michigan: W.B. Eerdmans. Preuzeto 11. 11. 2022. iz https://monoskop.org/images/5/50/Ellul_Jacques_The_Technological_Bluff.pdf
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. (A. Sheridan, Prev.) New York: Vintage Books. Dohvaćeno iz https://monoskop.org/images/4/43/Foucault_Michel_Discipline_and_Punish_The_Birth_of_the_Prison_1977_1995.pdf
- Green, D. (2023). *Target learns the Bud Light lesson: Go woke, go broke*, 2. 6. 2023. Preuzeto 23. 7. 2023. iz Washington Examiner: <https://www.washingtonexaminer.com/opinion/target-learns-the-bud-light-lesson-go-woke-go-broke>
- Griffin, A. (2016). *Robot judges could soon be helping out with court cases*, 24. 10. 2016. Preuzeto 30. 9. 2020. iz The Independent: <https://www.independent.co.uk/tech/ai-judge-robot-european-court-of-human-rights-law-verdicts-artificial-intelligence-a7377351.html>
- Huber, B. M., Smith, H., & Comstock, M. (2018). *UN Sustainable Development Goals—The Leading ESG Framework for Large Companies* 4. 10. 2018. Preuzeto 11. 2022. iz The Harvard Law School Forum on Corporate Governance: <https://corpgov.law.harvard.edu/2018/10/04/un-sustainable-development-goals-the-leading-esg-framework-for-large-companies/>
- Huet, N., & Paun, C. (2017). *Meet the world's most powerful doctor: Bill Gates*, 4. 5. 2017. Preuzeto 23. 9. 2020. iz POLITICO: <https://www.politico.eu/article/bill-gates-who-most-powerful-doctor/>

- ID2020. (22. 8 2019). *Announcing ID2020 2019 Summit – Rising up to the “Good” ID Challenge*. Preuzeto 3. 10. 2020. iz ID2020: <https://medium.com/id2020/announcing-id2020-2019-summit-rising-up-to-the-good-id-challenge-aa3a4669b139>
- ID2020 Alliance. (2017). *Committed to improving lives through digital identity*, 11. 2017. Preuzeto 10 2020 iz ID2020 Alliance: <https://www.konjunktion.info/wp-content/uploads/2018/01/ID2020Alliance-Doc-Nov2017.pdf>
- Javornik, A. (2016). *The Mainstreaming of Augmented Reality: A Brief History*, 4. 10. 2016. Preuzeto 10 2022 iz Harvard Business Review: <https://hbr.org/2016/10/the-mainstreaming-of-augmented-reality-a-brief-history>
- Johal, W. (2017). *What are robots doing in schools?*, 29. 6. 2017. Preuzeto 21. 9 2021 iz BOLD: <https://bold.expert/what-are-robots-doing-in-schools/>
- Jung, B. (2023). *G20 Announces Plan to Impose Digital Currencies and IDs Worldwide*, 12. 9. 2023., Preuzeto 13. 9. 2023. iz <https://www.ntd.com>: https://www.ntd.com/g20-announces-plan-to-impose-digital-currencies-and-ids-worldwide_941560.html
- Krychiw, J. (2023). *ESG Scores: The good, the bad, & why they matter*, 13. 2. 2023. Preuzeto 4 2023 iz Conservice ESG: [https://esg.conservice.com/esg-scores-why-they-matter/#:~:text=An%20ESG%20score%20is%20a,inclusion%20\(DE%26I\)%2C%20and%20human%20rights](https://esg.conservice.com/esg-scores-why-they-matter/#:~:text=An%20ESG%20score%20is%20a,inclusion%20(DE%26I)%2C%20and%20human%20rights)
- Laird, A. (2023). *Nita A. Farahany - Planting False Memories / Inducing Pain*, 12. 4 2023. Preuzeto 15. 4 2023 iz www.youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=235pZTcc14w>
- Le Bon, G. (2001). *The crowd : a study of the popular mind* (2nd izd.). Mineola, New York: Dover Publications. Dohvaćeno iz <https://ratical.org/PandemicParallaxView/mp3s/The-Crowd-A-Study-of-the-Popular-Mind-by-Gustave-Le-Bon.pdf>
- MacLeod, A. (2021). *Revealed: Documents Show Bill Gates Has Given \$319 Million to Media Outlets*, 15. 11. 2021. Preuzeto 2022. iz MintPress News: <https://www.mintpressnews.com/documents-show-bill-gates-has-given-319-million-to-media-outlets/278943/>
- Madorrán Ayerra, C. (2019). *An Eco-Social Perspective on Transhumanism.*, 16. 8 2019. Preuzeto 21. 3. 2023 iz Green European Journal: <https://www.greeneuropeanjournal.eu/an-eco-social-perspective-on-transhumanism/>
- mattyivanovic (2022). *TRANSHUMANISM #5: Klaus Schwab Predicts the Next Decade, 10/1/2016*. Preuzeto 2022. iz rumble.com: <https://rumble.com/vrwbb7-transhumanism-5-klaus-schwab-predicts-the-next-decade-1012016.html>
- McKenna, P., & Azman, T. (2023). *But Really, Is Hypnosis Real? Hypnotist Paul McKenna Explains*, 15. 8. 2023. Preuzeto 21. 9 2023 iz Mindvalley Blog: <https://blog.mindvalley.com/is-hypnosis-real/>

- Mensah, J., & Casadevall, S. R. (2019). Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for human action: Literature review. (S. Ricart Casadevall, Ur.) *Cogent Social Sciences*, 5(1), 1-21. doi:10.1080/23311886.2019.1653531, 8. 9. 2019.
- Mies, G. (2010). *Skeptical Shopper: Enhanced Advertising in Augmented Reality*, 21. 6. 2010. Preuzeto 18. 9. 2022. iz PCWorld: https://www.pcworld.com/article/507354/skwptical_shopper_enhanced_advertising.html
- Ministarstvo vanjskih i europskih poslova (n.d.). *UPUTA ZA IZRADU PUTOVNICE*. Preuzeto 6. 10. 2023. iz template.gov.hr: <https://mvpep.gov.hr/konzularne-informacije-106796/uputa-za-izradu-putovnice/106850>
- Morgan, R. (2018). *Bill Gates and Richard Branson are betting lab-grown meat might be the food of the future*, 23. 3. 2018., Preuzeto 1. 2 2022 iz CNBC: <https://www.cnbc.com/2018/03/23/bill-gates-and-richard-branson-bet-on-lab-grown-meat-startup.html>
- Muchai, F. (2022). *Watch: IMF deputy managing director's opinion on CBDC – Cryptopolitan*, 17. 10. 2022. Preuzeto 25. 10 2022 iz www.cryptopolitan.com: <https://www.cryptopolitan.com/imf-deputy-managing-directors-opinion-cbdc/>
- New York Times Events. (2017). *DealBook 2017: The Economy, Consumers and Redefining the Long Term*, (9. 11. 2017. Preuzeto 2022 iz www.youtube.com: <https://youtu.be/-cCs9Kh2Q08?t=1667>
- Newman, J. (2009). *Google's Schmidt Roasted for Privacy Comments*, 11. 12. 2009. Preuzeto 2 2022 iz PCWorld: https://www.pcworld.com/article/515472/googles_schmidt_roasted_for_privacy_comments.html
- O'Keefe, E. (2021). *Bill Gates is America's Largest Farmland Owner*, 11. 1. 2021. Preuzeto 21. 9 2022 iz The Land Report: <https://landreport.com/farmer-bill>
- Park, Y. (2016). Preuzeto 12. 4 2019 iz HuffPost: https://www.huffpost.com/entry/the-fourth-industrial-rev_b_11325636
- Petersen, M. (2022). *China has created the world's first AI prosecutor*, 5. 1. 2022. Preuzeto 10. 9 2022 iz ZME Science: <https://www.zmescience.com/science/china-has-created-the-worlds-first-ai-prosecutor/>
- Popisms (2013). *Verizon Wireless Commercial for HTC Droid DNA - Pop Culture Cross-References and Connections on @POPisms*, 2. 2013. Preuzeto 6. 11 2022 iz www.popisms.com: <https://www.popisms.com/TelevisionCommercial/68423/Verizon-Wireless-Commercial-for-HTC-Droid-DNA-2013>
- Posavina bez mina (2016). *PokémonGo* 18. 7. 2016. Dohvaćeno iz Facebook: <https://www.facebook.com/pbmbrecko/posts/360086957448425/>

- PRNOTW. (2008). *Revolutionary BrickHouse Child Locator Sells Out in 48 Hours After National Duracell Ad Campaign Airs*, 9. 7. 2008. Preuzeto 25. 1 2020 iz Security Info Watch: <https://www.securityinfowatch.com/home/news/10552855/revolutionary-brickhouse-child-locator-sells-out-in-48-hours-after-national-duracell-ad-campaign-air>
- PTI (2016). *World's first robot lawyer ROSS hired by US law firm*, 16. 5. 2016. Preuzeto 25. 7 2021 iz mint: <https://www.livemint.com/Politics/bQNLHR96A5G4Kvg81JwWFM/Worlds-first-robot-lawyer-ROSS-hired-by-US-law-firm.html>
- Raisinghani, V. (2023). *Bill Gates says fake meat products will eventually be 'very good' – here are 3 stocks to take advantage*, 24. 1. 2023. Preuzeto 21. 6 2023 iz moneywise.com: <https://moneywise.com/investing/stocks/bill-gates-is-betting-on-fake-meats>
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*, by Klaus Schwab. Preuzeto 2020 iz World Economic Forum: <https://www.weforum.org/pages/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab>
- Schwab, T. (2020). *Journalism's Gates keepers*, 21. 8. 2020. Preuzeto 2021. iz Columbia Journalism Review: <https://www.cjr.org/criticism/gates-foundation-journalism-funding.php>
- Scott Cannon WLTH (2022). *Pfizer CEO Albert Bourla explains Pfizer's new tech to Davos crowd ingestible pills*, 14. 6. 2022. Preuzeto 20. 6 2022 iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=k9OeZTBuFaY): <https://www.youtube.com/watch?v=k9OeZTBuFaY>
- Singh, A. (2016). *Powerful concept - freedom as a service*, 20. 5. 2016. Preuzeto 18. 7. 2022. iz Twitter Publish: <https://publish.twitter.com/?query=https%3A%2F%2Ftwitter.com%2Fanujaksingh%2Fstatus%2F733725226517794817&widget=Tweet>
- Skinner, B. (2005). *Walden Two*. Indianapolis: Hackett Publishing. Preuzeto 29. 5. 2022. iz <http://www.iakovlev.org/zip/skinner.pdf>
- Slate (2013). *The Swallowable Pill That Makes You Into a Human Password*, 31. 5. 2013. Preuzeto 21. 12 2020 iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=Etdk3_t7_FE): https://www.youtube.com/watch?v=Etdk3_t7_FE
- Stockcircle (n.d.). *Bill Gates: 2 Beyond Meat transactions (Bill & Melinda Gates)*. Preuzeto 30. 5. 2023. iz [stockcircle.com](https://stockcircle.com/portfolio/bill-gates/bynd/transactions): <https://stockcircle.com/portfolio/bill-gates/bynd/transactions>
- Strategies for influence (2019). *Paul McKenna - I Can Make You*, 28. 10. 2019. Preuzeto 15. 2 2023 iz Strategies for influence: <https://strategiesforinfluence.com/paul-mckenna-i-can-make-you/>
- Syniverse Moderator (2023). *How Augmented Reality (AR) is Transforming the Hospitality Industry*, 5. 3. 2023. Preuzeto 5. 2023. iz The Syniverse Blog: <https://www.syniverse.com/blog/mobile-marketing/augmented-reality-hospitality-industry/#:~:text=The%20survey%20shows%20that%2061>

- Tepleton, G. (2016). *How DNA data storage works - ExtremeTech*, 8. 7. 2016. Preuzeto 21. 9 2022 iz ExtremeTech: <https://www.extremetech.com/extreme/231343-how-dna-data-storage-works-as-scientists-create-the-first-dna-ram>
- Temple-West, P. (2023). *S&P drops ESG scores from debt ratings amid scrutiny*, 8. 8. 2023. Preuzeto 15. 8 2023 iz Financial Times: <https://www.ft.com/content/9426937e-28d3-4846-8440-c30583524d4c>
- The Economic Times (2015). *Indian scientists' DNA device generates power from touch*, 16. 8. 2015.) Preuzeto 28. 6 2022 iz The Economic Times: <https://economictimes.indiatimes.com/news/science/indian-scientists-dna-device-generates-power-from-touch/articleshow/48500875.cms>
- The ethics centre (2017). *Ethics Explainer: The Panopticon - What is the panopticon effect?* 18. 07. 2017. Preuzeto 24. 09 2022 iz THE ETHICS CENTRE: <https://ethics.org.au/ethics-explainer-panopticon-what-is-the-panopticon-effect/>
- The Official Pokémon YouTube channel (2015). *Discover Pokémon in the Real World with Pokémon GO!*, 10. 09. 2015. Preuzeto 19. 10. 2022. iz www.youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=2sj2iQyBTQs&t=3s>
- The Random Archivist 2023). *WEF 2023 "The Battle for Your Brain"*, 24. 1 2023. Preuzeto 1 2023 iz www.youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=YJe-dUFYUGo&t=35s>
- Tucker, P. (2016). *Military Robotics Makers See a Future for Armed Police Robots*, 11. 7. 2016. Preuzeto 22. 10 2021 iz Defense One: <https://www.defenseone.com/technology/2016/07/military-robotics-makers-see-future-armed-police-robots/129769/>
- United Nations (2015). *The 17 sustainable development goals*. Preuzeto 2020 iz United Nations: <https://sdgs.un.org/goals>
- United Nations (2016). *United Nations Office for Partnerships (UNOP) on ID 2020: Harnessing the Power of Digital Legal Identities for Global Good - Press Conference | UN Web TV*, 20. 5. 2016. Preuzeto 12. 5 2021 iz media.un.org: <https://media.un.org/en/asset/k17/k17peww8gf>
- Vertovšek, N., i Tomović, A. (2015). Medijsko zavođenje u suvremenom društvu spektakla i manipulacije. *In medias res : časopis filozofije medija*, 4(6), str. 955. Preuzeto 15. 11 2020 iz <https://hrcak.srce.hr/151830>
- vpro documentary (2019). *Shoshana Zuboff on surveillance capitalism | VPRO Documentary*, 21. 12. 2019. Preuzeto 3 2020 iz www.youtube.com: <https://youtu.be/hIXhnWUmMvw?t=841>
- Wall Street Journal (2019). *Brainco-The Brain Scanning Headband*, 1. 10. 2019. Preuzeto 2021 iz YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=JMLsHI8aVog>

- Wall Street Journal (2019). *How China Is Using Artificial Intelligence in Classrooms* | WSJ, 1. 10. 2019. Preuzeto 2021 iz YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=JMLsHI8aVog>
- WayRay (2019). *Future is closer than you think with WayRay*, 7. 1. 2020. Preuzeto 10 2022 iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=gZTPhV3nUYk): <https://www.youtube.com/watch?v=gZTPhV3nUYk>
- WayRay (7. 1 2020). *WayRay | CES 2020: WayRay to unveil the first-ever full-color holographic AR display, announce a strategic partnership with Covestro, and move beyond automotive industry applications thanks to a new collaboration with Doosan Bobcat*. Preuzeto 10 2022 iz WayRay : <https://wayray.com/press-releases/ces2020>
- Wired Blogs (2017). *Robot Cops to Patrol Korean Streets*, 17. 1. 2017. Preuzeto 30. 07. 2020 iz Wired: <https://www.wired.com/2006/01/robot-cops-to-p/>
- Wolfe, C. (1999). *Wolfe's Lodge - Essays - Little Brother is Watching*. Preuzeto 15. 04. 2022 iz [billstclair.com](https://billstclair.com/lodge/E_LittleBrother.shtml): https://billstclair.com/lodge/E_LittleBrother.shtml
- World Economic Forum (2016). *Welcome To 2030: I Own Nothing, Have No Privacy And Life Has Never Been Better*, 11. 11. 2016. Preuzeto 1 2017 iz [web.archive.org](https://web.archive.org/https://www.weforum.org/agenda/2016/11/shopping-i-can-t-really-remember-what-that-is/): <https://web.archive.org/https://www.weforum.org/agenda/2016/11/shopping-i-can-t-really-remember-what-that-is/>
- World Economic Forum (2016). *Brain Power* | Nita A. Farahany, 16. 2. 2016. Preuzeto 11 2022 iz [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=RkCQMYTwLoc): <https://www.youtube.com/watch?v=RkCQMYTwLoc>
- World Economic Forum (2017). *8 Predictions For The World In 2030*, 6. 2. 2017. Preuzeto 10. 2 2020 iz Internet Archive: <https://archive.org/details/8-predictions-for-the-world-in-2030>
- World Economic Forum (2017). *Davos 2017 - An Insight, An Idea with Sergey Brin*, 19. 1. 2017.). Preuzeto 15. 6 2021 iz [www.youtube.com](https://youtu.be/ffvu6Mr1SVC?t=595): <https://youtu.be/ffvu6Mr1SVC?t=595>
- World Economic Forum. (2020). *The Internet of Bodies Is Here: Tackling new challenges of technology governance*, 6. 8. 2020. Preuzeto 10. 2020. iz World Economic Forum: <https://www.weforum.org/reports/the-internet-of-bodies-is-here-tackling-new-challenges-of-technology-governance/>
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York, New York: Public Affairs, (15. 1. 2019. Preuzeto 12. 12 2022.

The Manipulative Power of Advertisements in shaping Consent to future Socioeconomic Trends

Abstract

In a globalized world, commercials are increasingly taking on the role of sculptors of perceptions, values and attitudes, and, thanks to the technology of the 21. century, they are gaining the power over the human mind that fire or flood have. Through increasingly sophisticated techniques they have reached artistic levels in seducing audiences. Layers, complexity and technically polished audiovisual experiences, made possible by AI, AR and VR technology, opened up space for commercials to go beyond the framework of their established concept, i.e. encouraging consumerism with the aim of quick financial gain. The accelerated development of technology and thus increasingly fierce competition in the battle for the customer's mind, have consequently created hyperproduction and oversaturation of information, thereby shortening the attention span of the recipient of information. The need for a re-evaluation of the power range of commercials arises also due to the transformation of relations at the global level that go from national frameworks to supranational ones. Short duration, technically perfected audio-visual experience with simple messages and slogans, that are imprinted on the consumer's mind through constant repetition, enables commercials to become a non-invasive form of indoctrination, so these seemingly unnecessary products and services are able to expand their purpose on engineering of consent towards easier implementation of future policies.

Key words: commercials, trend, engineering of consent, propaganda, manipulation.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Moneef R. Zou'bi

Science Advisor, InterAction Council (IAC); and
Trustee, World Academy of Art and Science (WAAS)
Amman, Jordan.

The Arab Islamic Civilisation as a Global Force for Good: A Reworked Science-Focused Historical Narrative

Abstract

From the eighth century, Muslims developed not only their knowledge in the field of theology, but also astronomy, mathematics, chemistry, medicine and other sciences. It is in the nature of Islam to encourage understanding and knowledge, research and study of nature.

The text wants to show that the foundations of the Islamic scientific tradition existed even before the introduction of the Greek tradition, that is, that the golden age of Islamic science began with Abdel al-Malik, a century and a half before the creation of Bayt al-Hikma in Baghdad in the 9th century.

For almost an entire millennium, the scientists of the Islamic civilization not only studied and analyzed the Greek (and other) sciences, but also added to them many completely new concepts that were unknown to their predecessors. The Crusades and the Mongol invasion influenced the circumstances in which Islamic science developed.

The slow introduction of printing technology contributed to the slowdown of scientific development, as did the cessation of the use of the Arabic language as a scientific lingua francae.

It is important to point out that Europe in the 12th century paid great attention to Islamic works on astronomy, arithmetic, trigonometry, optics, geometry, astrology and medicine (Mushtaq 1990).

The proposed narrative therefore tells us that the science that began with the Greeks came to the Arabs and Muslims where it was accepted, assimilated and rearranged. It was then transferred to Europe over the centuries, where it ultimately contributed significantly to the industrial revolution.

Key words: *Islamic science, Islamic tradition, civilization, culture, Bayt al-Hikma, scientific revolution, Europe.*

The Muslims of the eighth century were not only well versed with theological Islamic ‘sciences’ which were based on the teachings of Islam but had also developed an understanding of some scientific fields of knowledge such as astronomy, mathematics, chemistry, and medicine. Otherwise, it is difficult to imagine how an assemblage of Arab tribes from the *Hijaz* –who essentially lived a nomadic existence at the start of the seventh century- would succeed in establishing a super-state in less than 100 years without having some knowledge capacity, to begin with. The favourable milieu for science they had is due to the nature of Islam which encouraged Muslims to explore and study nature as outlined in the teachings of the *Qur’an* and the *Sunnah* (Golshani 2008). Moreover, early Muslims must have quickly acquired the faculty and competence to master the art of nation-building and appreciated the knowledge or ‘science’ required to achieve such a feat.

The first century of Islam –notwithstanding some major political events- represented a period of not only military conquest exposing Muslims to new cultures and civilizations, but also one of tremendous dynamism and innovation within a milieu of curiosity to learn about the world.

The foundations of Islamic scientific tradition were thus present well before Greek sources were formally appropriated into the Islamic knowledge pool and disseminated in the 9th century (Saliba 2007). Science in the Islamic world started to flourish early as a result of patronage by leaders such as the *Umayyad* ruler *Abd al-Malik bin Marwan* (AD 646-705) who was an enlightened leader who appreciated science and what science could do for the state. Political patronage, until today, remains a critical prerequisite for science to bloom.

The birth of *Bayt al-Hikma* early in 9th century Baghdad was not an event that occurred in a vacuum. It was the culmination of at least a century and a half of the movement to Arabicize science which

was started by Abdel al-Malik. The seeds of the Golden Age of Islamic science were sowed then, probably even before. The *ʿAbbāsids* were institutionalisers of science. They were followed historically by the Umayyads of al *Andalus*, and the Fatimids in Egypt. It was al-Andalus – especially the city of Toledo – that became the main conduit through which Islamic science flowed into Europe as early as the turn of the first millennium.

The Golden Age of Islamic Science lasted for the best part of a millennium (AD 700 to 1600) in a milieu that warmly and universally embraced science. Not only did scientists from the Islamic civilisation study and analyse Greek (and other) sciences but also added many completely new concepts unknown to their predecessors (Saliba 2008) (Saliba 2011). It is true that Islamic science peaked early, probably in the 10th century, but scientific activities continued in the Islamic world to the end of the 16th century. The Crusades and Mongol invasion did not have an immediate impact on science and the scientific enterprise (Saliba 2011) in Islam, but they had a mammoth impact on the milieu within which Islamic science flourished, which became starved of wealth and energy, actively attempting to repel the invaders and rebuild its devastated infrastructure. Of the effects of the foreign invasion of the Islamic world has been the political fragmentation of the single powerful Islamic state as manifested earlier by the Umayyad and *ʿAbbāsīd* Caliphates.

Although the number of historically renowned scientists in the Islamic civilisation seems to have declined after the 14th century, upon careful re-examination we find that many eminent scientists appeared in or after the 14th century including the famous polymath, *Ibn Khaldun* (AD 1332-1406). Other famous scientists in the 14th and 15th centuries include *Ibn al-Shatir* (AD 1304-1375) and *Baha al-Din al-ʿAmili* (1547-1622), to name but a few.

By revising the traditional narrative for the decline of Islamic science, it becomes evident that the Golden Age of Islamic science did not cease abruptly in the 13th or the 14th century. It is evident that the decline of the Islamic civilisation –including Islamic- started gradually owing to a series of external and internal factors including; the Crusades and the Mongol invasion, political fragmentation of the state and lack of patronage of science, an unappealing milieu, demographic considerations as well as strategic factors resulting in a decline of trading activities. Other factors that have contributed to the slow decline of Islamic science include; the absence of a patenting culture at a time when Europe was discovering patents in the 15th century, the slow introduction of printing and –quite possibly- the gradual abandonment of the Arabic language as the lingua franca of science, as it had been for centuries.

From the beginning of the 17th century, conditions were no longer conducive within the realms of Islam (as represented by the Ottoman Empire) for the development of science although the appropriation of technology continued. Reasons for this scientific quiescence that prevailed during the Ottoman era include social and economic disruption resulting from the weakening of the central authority – not in a dissimilar fashion to what took place during the *ʿAbbāsīd* Caliphate in the 13th century – political instability, loss of territories and the diminishing revenues of the state (Ihsanoglu 2006).

An alternative watershed for the slowing down of Islamic science coincides with the unfortunate closure of the Istanbul observatory of *Taqī i-Dīn b. Marūf* in 1580; that is almost a century after the exit of Muslims from Spain in AD 1492 and the discovery of America by Columbus in the same year. Moreover, the closure of the Istanbul observatory nearly coincided with remarkable events in the West: Copernicus' revelations in *De revolutionibus orbium coelestium* in 1543, and the founding of the Accademia dei Lincei in 1603; two events that mark the start of the ascendancy of science in the West. Needless to say, Copernicus' work was based on some original research by *al-Tusi* three centuries before, the contribution of Ibn al-Shatir notwithstanding. Al-Tusi laid the foundation for the Scientific Revolution in Europe of the 16th century in 13th century Maragha.

For five centuries before Copernicus, Europe was on the receiving end of a massive surge of science from the South that started in al-Andalus around the turn of the first millennium and continued for the best part of five centuries through several conduits including Andalucía, Sicily, and Wallonia (in modern-day Belgium).

The infusion of Islamic science into Europe at the time was a repeat of what had taken place earlier during the early 'Abbāsīd Caliphate, between the Greek and Islamic cultures. Just as Baghdad had diligently sought to acquire Greek science, so Europe in the 12th century devoted great care to Islamic works on astronomy, arithmetic, trigonometry, optics, geometry, astrology and medicine (Mushtaq 1990).

By describing some of the routes through which science was transmitted into Europe including the Wallonia connection, the idea that science has always been international and free flowing across civilisations and cultures was reinforced. Knowledge started to flow from the Islamic civilisation to the West where it was absorbed and then contributed to the rise of the scientific enterprise, firstly, as an intellectual linguistic movement and then as a scientific movement. The fact that universities were starting up in Europe played a significant role in appropriating Arab and Islamic science. Here, universities in Europe renaissance preceded academies as beacons of science and the scientific endeavour, unlike the Arab/Islamic civilisation where academies were the forerunners to the madrasas. The main conclusion to be drawn from uncovering the Wallonia connection is that many of the routes that the flow of Islamic science took when it was spreading through Europe are still being discovered.

Most Western historians (with a few exceptions such as Lindberg) tend to ignore the fact that the re-discovery of Greek learning started in the 12th century, or even earlier, through Spain and the other conduits of knowledge from Islamic sources (Lindberg 1978). Further evidence to confirm the early transmission of Islamic science into Europe stems from the fact that medieval European universities were established in the 12th century primarily to assimilate the knowledge coming from Islamic sources (Nakosteen 1964). The development of medieval universities allowed them to aid materially in the translation and propagation of these texts and started a new infrastructure needed for scientific communities.

Unlike the rise of science in the Islamic civilization, which was rapid and well patronized by leaders, science in the European civilization was slowly assimilated and built up over centuries without much political patronage. Only in the 17th century can evidence of strong patronage by the kings of Europe of science and scientific endeavour be found. That is almost six centuries after the first contacts between the Europe of the Middle Ages and the Islamic civilization.

Rereading the story of the rise of Islamic Science may help in a better understanding of; the harmonious relationship that exists between Islam and science, the capacity of early Muslims to learn from others and adapt to the political realities that they became a part of and the open-mindedness they demonstrated in interacting with other cultures and civilisations.

The article firstly reiterates that world civilisations have been/are interdependent. The scientific enterprise is a trans-civilisational phenomenon and science has historically flowed from one civilisation (normally the more advanced) to another. So have forms of science institutionalisation such as academies and academy-type institutions. The proposed narrative thus tells us that science has flowed from the Greeks to the Arabs and Muslims where it was embraced, assimilated and revamped. It was then transmitted into Europe over centuries, contributing in no small part eventually to the Industrial Revolution.

As the quintessential 'Force for Good', it was the Islamic civilization that led Europe out of dark ages into the era of Enlightenment and gave rise to its Renaissance.

Bibliography

- Golshani, M. 2008. *The Rise and Decline of Science in the Muslim World*. In: 16th Conference of the Islamic World Academy of Sciences on Science, Technology and Innovation for Sustainable Development in the Islamic World: The Policies and Politics Rapprochement, Kazan, Tatarstan, Russian Federation, 25 – 28 August 2008.
- Ihsanoglu, E. 2006. *An Overview of Ottoman Scientific Activities* [Online] Available at: http://www.transanatolie.com/nederlands/turkije/Turks/Ottomans/An_Overview_of_Ottoman_Scientific_activities2.pdf [Accessed 23 August 2010].
- Lindberg, David C. (editor). 1978. *Science in the Middle Ages*. Chicago, US: Chicago University Press.
- Mushtaq, Qaiser. 1990. "Influence and Transfer of Islamic Science to Medieval Europe. Islamic Thought and Scientific Creativity", *Vol. 1(2)*. Islamabad, Pakistan: COMSTECH, pp.5-16.
- Nakosteen, Mehdi 1964. *History of Islamic Origins of Western Education*. University of Colorado Press.
- Saliba, George. 2007. *Islamic Science and the Making of the European Renaissance*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

_____. 2008. *History of Islamic Science: An Alternative Reading*. In: 16th Conference of the Islamic World Academy of Sciences on Science, Technology and Innovation for Sustainable Development in the Islamic World: The Policies and Politics Rapprochement, Kazan, Tatarstan, Russian Federation, 25 – 28 August 2008.

_____. 2011. *Unravelling the Mystery of the Decline of Islamic Science: Key Projections on Today's World*. In: 18th Conference of the Islamic World Academy of Sciences on The Islamic World and the West: Rebuilding Bridges through Science and Technology, Doha, Qatar, 22-24 October 2011.

Arapsko-islamska civilizacija kao globalna 'sila za dobro': Preinačeni, na znanost usmjereni povijesni narativi

Sažetak

Od osmog stoljeća muslimani su razvijali ne samo svoja znanja u području teologije, nego i astronomije, matematike, kemije, medicine i drugih znanosti. U prirodi je islama poticanje razumijevanja i znanja, istraživanja i proučavanja prirode.

Tekst želi pokazati da su temelji islamske znanstvene tradicije postojali i prije upoznavanja grčke tradicije, odnosno, da je zlatno doba islamske znanosti započelo s Abdel al-Malikom, stoljeće i pol prije nastanka Bayt al-Hikme u Bagdadu, u 9. stoljeću.

Skoro čitavo jedno tisućljeće znanstvenici islamske civilizacije ne samo da su proučavali i analizirali grčke (i druge) znanosti, već su istima dodali i mnoge, potpuno nove koncepte koji su njihovim prethodnicima bili nepoznati. Križarski ratovi i mongolska invazija utjecali su na okolnosti u kojima se islamska znanost razvijala.

Sporo uvođenje tiskarske tehnologije doprinijelo je usporavanju znanstvenog razvoja jednako kao i prestanak korištenja arapskog jezika kao znanstvene lingua francae.

Bitno je istaknuti da je Europa u 12. stoljeću veliku pažnju posvetila islamskim djelima o astronomiji, aritmetici, trigonometriji, optici, geometriji, astrologiji i medicini (Mushtaq, 1990).

Predloženi narativ nam, stoga, govori da je ona znanost koja je započeta s Grcima došla do Arapa i muslimana gdje je prihvaćena, asimilirana i preuređena. Zatim je stoljećima prenošena u Europu, gdje je, u konačnici, značajno doprinijela industrijskoj revoluciji.

Ključne riječi: *islamska znanost, islamska tradicija, civilizacija, kultura, Bayt al-Hikma, znanstvena revolucija, Europa.*



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Enes Karić

Fakultet islamskih nauka u Sarajevu

Bosna i Hercegovina

dreneskarić@hotmail.com

Hermeneutika i egzegeza Kur'āna Filipa Ćorlukića¹³⁷

„Ovaj Kuran nije namijenjen samo muslimanima nego svim ljudima dobre volje, bez obzira na vjersku pripadnost, svima onima koji se iz bilo kojih razloga žele upoznati s temeljima islama. S obzirom na znatno lakše čitanje u ovakvom prikazu, knjiga je posebno namijenjena onima koji se žele aktivnije uključiti u međureligijski dijalog.

Njima je zapravo nezaobilazna.“

Filip Ćorlukić, Predgovor, *Kuran*, 7.

¹³⁷ Izlaganje sa Međunarodnog naučno-stručnog simpozija "Filozofija islama" održanog 10. i 11. novembra 2023. u Islamskom kulturnom centru Zagreb, u organizaciji Mešihata Islamske zajednice u Hrvatskoj, Naučno-istraživačkog instituta "Ibn Sina" Sarajevo i Bošnjačke nacionalne zajednice za Grad Zagreb i Zagrebačku županiju. Ovaj rad je prema želji autora objavljen u izvornom obliku

„Dobronamjerno i otvorena srca učinio sam koliko sam mogao i onako kako sam znao. Nadam se da ovaj veliki posao nije bio uzaludan i da je suvremeni čitatelj dobio čitak, logičan, ispravan i zanimljiv prikaz cjelovite kuranske misli. Osim religijsko, Kuran je i kapitalno djelo svjetske kulture.“

Filip Ćorlukić, *Islam kao religija, kultura i civilizacija, Kuran*, 432.

Sažetak

U ovom eseju naznačavaju se glavni planovi koje treba proučavati kad su posrijedi djela Filipa Ćorlukića u kojima on istražuje Kur'ān, bilo da to realizira kroz prevođenje islamske svete knjige unutar njezine hrvatske jezičke prilagodbe, bilo kroz kompariranja Kurāna sa Biblijom, islama sa kršćanstvom ili pak kroz svoja osobna i njemu svojstvena proučavanja. Ovaj se esej posebno osvrće na Ćorlukićeve znanstvene oglede u kojima on pomiruje 'istinsku' znanost i 'pravu' religiju, tekstove Biblije i Kur'āna, učenja judaizma, kršćanstva i islama, postavke scijentizma i teizma.

Ključne riječi: religija, znanost, islam, predanost Bogu, Biblija, Kur'ān, čovjek, DNK, evolucija.

1. Dijaloški prinosi Filipa Ćorlukića u vremenima nakon Drugog vatikanskog koncila (uvod)

Od ranih sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća do kraja drugog desetljeća dvadeset i prvog stoljeća, ime Filipa Ćorlukića (rođen 1928. u selu Vrhovi kod Dervente) postalo je poznato dvjema različitim znanstvenim javnostima u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji (ili u našim domovinskim zemljama bivše socijalističke Jugoslavije). Prvu javnost bismo mogli imenovati prirodnoznanstvenom, radi se o specijalistima u ondašnjoj socijalističkoj Jugoslaviji (napose od 1965. do 1992.) koji su se bavili fizikom, hemijom i biologijom, kao i znanostima koje su dobile prefiks 'para', na primjer, 'parapsihologija'. U ovom je periodu Filip Ćorlukić napisao veliki broj radova, imao je i stekao svoje čitateljstvo, svoje znanstvene saradnike, sagovornike i reputaciju *sui generis*. U tom je periodu, dakako i kasnije, itekako priznat stručnjak na područjima proizvodnje papira, zatim u naftnoj industriji i srodnim oblastima. U skladu sa poslovnim raspoloženjem tadašnjeg vremena, radio je i u mnogim nesvrstanim zemljama, proputovao je velikim dijelovima svijeta. Osim po svojoj znanstvenoj znatizelji i budnosti spram tada kurentnih znanstvenih teorija, recimo otkrića vezanih za istraživanja na poljima DNK i srodnih oblasti, poznat je, i rekli bismo znamenit i kao osoba sa vrlo istaknutim "pustolovnim znanstvenim duhom". Ćorlukić se itekako kompetentno bavio graničnim poljima ljudske spoznaje ili područjima znanosti, propitivao je moć i nemoć znanstvene spoznaje, k tome je temeljito bio upućen u pitanja koja filozofija postavlja znanostima, ali i znanosti samoj filozofiji.

Ovdje treba imati u vidu i činjenicu da itekako dobro poznaje tadašnju evropsku i, napose, njemačku filozofsku antropologiju i njezina razmatranja o čovjeku i razlaganja mnogih pitanja 'položaja čovjeka u kosmosu', kako bi to kazao Max Scheler (1874-1928).¹³⁸ Kada danas čitamo Ćorlukićeve rasprave o čovjeku u Bibliji, Kur'ānu, u islamu, judaizmu i kršćanstvu te, napose, u znanostima, mi se osvjedočavamo u njegova velika znanja koja je plodotvorno razmjenjivao sa djelima i teorijama Arnolda Gehlena (1904-1976), Eugena Finka (1905-1975), Ericha Rothackera (1881-1965), Helmutha Plessnera (1892-1985) i drugih. Filip Ćorlukić na svoj način recipira pitanja evropske filozofije iz posljednjih desetljeća dvadesetog stoljeća, kao i iz prva dva desetljeća dvadeset i prvog stoljeća, 'moći' i 'nemoći' znanstvene spoznaje svijeta. Tim njegovim intelektualnim pregnućima potrebno je posvetiti posebnu pažnju i posve zaseban rad.

Drugu znanstvenu javnost koja je znala za Filipa Ćorlukića i čitala njegova djela označili bismo kao teološku, islamološku, religiološku, orijentalističku, dijalošku (poglavito se dijalog koji je promovirao ticao vjerskih razgovora među abrahamskim religijama: judaizmom, kršćanstvom i islamom). Svojim teorijama, studijama, esejima i knjigama, bio je poznat u ovim područjima, prije svega onim znanstvenicima, 'duhovnjacima' i teolozima koji su bili bliski ne samo njegovim naučnim i teološkim pogledima, već su ih sa njim uveliko i rado dijelili. Iako nije bio teolog, u vezi sa njegovim

138 Usp. Max Scheler, *Položaj čovjeka u kozmosu*, preveli Vladimir Filipović i Sulejman Bosto, izd. Logos, Veselin Masleša, Sarajevo, 1987.

bavljenjima Biblijom i Kur'ānom te *eo ipso* judaizmom, kršćanstvom i islamom, treba kazati da je Drugi vatikanski koncil (1962-1965) itekako utjecao na njegova istančana profiliranja dijaloških tema, kao i na produbljivanje otvorenosti i spremnosti da proučava i one vjerske tradicije kojima svojim porijeklom i naukovnim stasanjem nije pripadao. U svome hrvatskom prijevodu Kur'āna iz 2001. godine, napisao je sljedeću posvetu čitateljima:

„Ovu knjigu posvećujem nadanjima da ćemo u treće tisućljeće ući s iskrenijim nastojanjima na ostvarenju ideja međureligijskog dijaloga i općeg ekumenizma. Na ostvarenje takvih spasonosnih okupljanja pozvani smo u Kuranu još u 7. stoljeću: 'O sljedbenici Knjige (Biblije, ranijih objava)! Dođite da se okupimo oko jedne riječi, koja je zajednička nama i vama...' (3,64). Četrnaest stoljeća kasnije na isto smo okupljanje pozvani odgovarajućim, razrađenim odlukama Drugoga vatikanskog sabora.“¹³⁹

I u pogledu svojih dijaloških bavljenja Kur'ānom, Filip Čorlukić je iznimno važna i osobena pojava unutar naših četverojezičkih bosanskih, hrvatskih, srpskih i crnogorskih razmeđa i susretanja. Svojim prijevodom Kur'āna na hrvatski stao je rame uz rame sa Mićom Ljubibratićem (1839-1889),¹⁴⁰ kao i sa drugim prevoditeljima Kur'āna na zapadnom Balkanu. Za razliku od Miće Ljubibratića, koji se posljednjeg desetljeća Osmanskog carstva u Bosni i Hercegovini (1868-1878), te u prvom desetljeću u Bosni i Hercegovini pod Austro-Ugarskim carstvom (1878-1889) bavio politikom i koji je, sljedstveno tome, svome prijevodu Kur'āna na srpski namijenio jednu nacionalnu misiju, Filip Čorlukić je prišao Kur'ānu kao svetom štivu koje potvrđuje njegova znanstvena opredjeljenja, o čemu kaže:

„Kuran sigurno više od ostalih objava naglašava potrebu uočavanja veličanstvenosti svijeta što nas okružuje. Rečeno današnjim jezikom, on nas zapravo upućuje na znanstvena istraživanja. U Kuranu nema čudotvorstva, jer čudesnost je oko nas. 'Putujte po svijetu...', promatrajte Sunce i Mjesec...', i još puno toga sličnog – stalne su kuranske poruke.“¹⁴¹

139 Posveta, *Kuran s vremensko-tematski raspoređenim poglavljima*, priredio i komentirao Filip Čorlukić, izd. Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, 2001., 5. U narednim pozivanjima na ovo djelo mi ćemo pisati jednu riječ: *Kuran* (kurzivom)

140 Mićo Ljubibratić Hercegovac (1839-1889) preveo je Kur'ān na srpski jezik, objavljen je posthumno u Beogradu 1895. u zadužbini Ilije M. Kolarca.

141 *Kuran*, 424.

2. Filip Ćorlukić – život, školovanje, poslovna karijera, bavljenje prirodnim naukama, usmjerenje prema proučavanjima Biblije i Kur'āna

U svrhu efikasne čitljivosti i prohodnosti ovoga našeg eseja, o životu Filipa Ćorlukića treba navesti ono najbitnije, to što je on sam o sebi dao.¹⁴² Osnovnu školu završio je u rodnom mjestu Vrhovi, gimnaziju u Derventi. Školovanje ga odvodi na Prirodoslovno-matematički fakultet Univerziteta u Beogradu, gdje je diplomirao fiziku. U vrijeme svojih gimnazijskih učenja kao i fakultetskih studija, Ćorlukić je, osim za fiziku, pokazao i veliko zanimanje i za druge prirodne znanosti, hemiju i biologiju prije svega. U šezdesetim i sedamdesetim godinama dvadesetog stoljeća radio je u različitim firmama, poduzećima i privrednim kombinatima koji su se bavili vojnom industrijom, industrijom papira, proizvodnjom i preradom nafte i tome sličnim privrednim granama. Podaci o Filipu Ćorlukiću spominju da je „radio kao nadzorni organ na gradilištima u nesvrstanim zemljama.“¹⁴³ Isti izvor daje podatak da je 1976. godine upisan na popis znanstvenih istraživača u Republici Hrvatskoj, a tokom jednog dužeg perioda, napisao je, između ostalih, i sljedeće knjige:

Mjerenje temperature u industriji, 1966; *Mjerenje protoka fluida*, 1975; *Kamo ideš čovječe*, 1983., drugo izdanje 1990;¹⁴⁴ *Tehnologija papira*, 1987; *Isus, Mesija: istina, put i život: objedinjeni tematsko sinoptički prikaz kanonskih knjiga Evanđelja*, 1. izdanje 1996., priredio Filip Ćorlukić; *Kuran: s vremensko-tematski raspoređenim poglavljima*, 2001., priredio i komentirao Filip Ćorlukić; *Stipine priče i pjesme: biseri koji su u nevoljama izrastali*, 2007; *Uzroci i rasap Jugoslavije*, 2010;¹⁴⁵ *Moje sjećanje na minulo stoljeće*, 2015; *Objedinjeno evanđelje: četiri knjige kanonskih evanđelja Novog zavjeta u jednoj, tematski objedinjenoj knjizi grafički sinoptičkog prikaza*, 2016; *Quo vadis homo: katastrofa ili savršenstvo?*, 2016.

O političkim pogledima Filipa Ćorlukića može se barem nešto pročitati u intervjuu koji je dao *Nacionalu* (19. 6. 2016.).¹⁴⁶ Po svemu što smo mi mogli doznati ili pročitati, radi se o jednom humanističkom intelektualcu, čovjeku koji gaji antiratna raspoloženja, koji voli čovječanstvo i prirodu, koji se oduševljava florom i faunom, koji na svoj način vjeruje u Boga 'stvoritelja i uzdržitelja svih nas' i koji se, stoga, divi Univerzumu u njegovim multibeskracijama. O svim tim temama on ne govori u intervjuu za *Nacional* (19. 6. 2016.), već u svojim knjigama koje ćemo konsultirati u ovom našem eseju. Ali u intervjuu datom *Nacionalu*, Ćorlukić vraća pozornost na svoje poglede na današnju geopolitiku, osvrće se na Drugi svjetski rat, ističe svoj neskriveni bosanski patriotizam, izvrgava kritici Dejtonski sporazum. U razgovoru za *Nacional*, Filip Ćorlukić spominje da je papa Ivan XXIII jedan „moderni papa“, hvali pregnuća Ivana XXIII, „koji je potaknuo dijalog i solidarnost bez

142 Ove podatke donosimo na temelju napisa sa zadnje omotnice Ćorlukićeve knjige *Kamo ideš čovječe*, Prosvjeta, Zagreb, 1983. godine.

143 Usp. https://hr.wikipedia.org/wiki/Filip_Ćorlukić, pristup stranici 21. 1. 2024.

144 Predgovor za izdanje iz 1983. godine napisao je Dušan Čalić.

145 Predgovor (prolog) za ovo djelo napisao je Asaf Duraković.

146 Usp. Tamara Borić, *Interview: Filip Ćorlukić – O crkvi, religiji, državi, genetici, ratovima*, objavljeno u *Nacionalu*, 19. 06. 2016.

obzira na vjeru, što je bilo revolucionarno.¹⁴⁷ Iz ovih riječi vidi se da je dijaloška atmosfera Drugog vatikanskog koncila pozitivno utjecala na jednog svjetovnog intelektualca kakav je bio, otvorenog prema vjeri u Boga i prema dijalogu među različitim vjerama, vjerskim knjigama i svjetonazorima.

Samo se po sebi razumije da autor ove studije o Filipu Ćorlukiću nema kompetencije da valjano razumijeva ona njegova djela koja se tiču proizvodnje papira, izučavanja fluida, prerade nafte, načinima mjerenja 'temperaturnog tlaka' u industrijskim postrojenjima i tako dalje, stoga, napominjemo da pristupamo njegovom djelu na jedan 'redukcionistički način', naime, prikazujemo samo ona djela koja razumijemo. Upravo, stoga, u svrhu pisanja ovih naših stranica je djelo „Kamo ideš čovječe“¹⁴⁸, čije je prošireno izdanje izašlo pod naslovom „Quo Vadis Homo: Katastrofa ili savršenstvo?“¹⁴⁹ za nas najvažnije, dakako, nakon njegova prijevoda Kur'āna (*Kurana*) na hrvatski,¹⁵⁰ na koji se ovdje često referiramo. Ova dva djela važna su poglavito, stoga, jer iz njih se na posve jasan način mogu rekonstruirati Ćorlukićevi pogledi na čovjeka i čovječanstvo, na svijet i povijest, na religije, vjere i vjernike, sveta pisma, 'bogoduhe' spise i njihova tumačenja.

Žao nam je što izvan vidokruga ove naše studije ostaju i ona djela koja je napisao o Evanđeljima, a na neka od njih reagirao je i *Glas Koncila*.¹⁵¹ Iako bismo o „evanđeoskim“ pogledima Filipa Ćorlukića imali i znali šta reći, bolje je i mnogo uputnije, ovom prigodom u ove rasprave, kako Ćorlukićeve tako i *Glasa Koncila*, ne ulaziti. Dakako, uvjereni smo da će se ovaj 'međukatolički' dijalog privesti kraju na najbolji mogući način, ako se to već nije i dogodilo.

Knjiga „Kamo ideš čovječe“, iako pisana znanstveno egzaktno, u svome prvom izdanju 1983. godine morala je biti tretirana kao djelo 'znanstvene fantastike'. Dušan Čalić (1918-1993), u sedamdesetim i osamdesetim godinama dvadesetog stoljeća visokopozicionirani partijski činovnik u Hrvatskoj, svojim predgovorom 'ideološki' je pomogao da se ova knjiga pojavi. Čalić o njoj kaže:

„Originalost [ovog] djela Filipa Ćorlukića sastoji se u tome što Ćorlukić svoja objašnjenja izvodi iz tumačenja osnovnih principa poimanja Bitka općenito, analizirajući najstarije religijske zapise i uspoređujući ih s principom rada složenih kompjutorskih sistema. Pri tome je pošao od niza pretpostavki, koje su mu poslužile kao polazišta u daljnjim analizama.“¹⁵²

Iako je knjigu vrednovao sa 'marksističkog motrišta', Čalić ju je preporučio jer je štivo nudilo nesvakidašnju inspiraciju. Kako god, ovo ideološko dovijanje pomoglo je da se knjiga pojavi i da stekne svoju reputaciju i publiku.

147 Vidjeti intervju Filipa Ćorlukića za *Nacional* (19. 6. 2016.).

148 Izdavač Prosvjeta, Zagreb, 1983.

149 Filip Ćorlukić, *Quo Vadis Homo: Katastrofa ili savršenstvo?*, izd. Fokus komunikacije d. o. o., Zagreb, 2016.

150 *Kuran*: s vremensko-tematski raspoređenim poglavljima, 2001., priredio i komentirao Filip Ćorlukić

151 U intervjuu za *Nacional* (19. 6. 2016.), Filip Ćorlukić spominje da ga je *Glas Koncila* kritizirao jer je imao svoje poglede o „objedinjenom Evanđelju“.

152 Dušan Čalić, *Predgovor, Kamo ideš čovječe*, 7.

3. Znanost, Biblija i Kur'ān u obzorjima Filipa Ćorlukića

Sada nam predstoji zadaća preliminarnog oslovljavanja sržnih polazišta Filipa Ćorlukića u vezi sa znanošću, Biblijom i Kur'ānom.¹⁵³ Njegova knjiga „Kamo ideš čovječe“ ovdje je itekako važna, njegovi humanistički nazori ovdje se jasno pomalaju. To se vidi i u činjenici da on ovu knjigu posvećuje „ideji Ujedinjenih naroda.“¹⁵⁴ Praktički, „Kamo ideš čovječe“ u biti je dovođenje u vezu Staroga Zavjeta, Novoga Zavjeta i Kur'āna u dijalog sa humanističkim pozvanjima i ciljevima, ali i sa tadašnjim trendovima znanosti koje je ovaj humanista izučavao, uvažavao i poštovao. Ćorlukić ne samo da smatra, već to na mnogim stranicama i angažirano pokazuje, da Kur'ān nije oprečan Starom Zavjetu, da nije oprečan ni Novom Zavjetu. Dakako, da bi se izbjegla oprečnost između tih triju svetih knjiga, potrebno im je prilaziti sa jednog holističkog motrišta i promicati holistička čitanja i raskrivanja njihovih velikih temata i narativa. Tako u svome dokazivanju da u Bitku ima jedna povezana 'svemirska biološka zajednica'¹⁵⁵ tvrdi da će se pozivati na Mojsijevu Genezu, kao i na Kur'ān:

„Odabrat ćemo samo najkompletniji tekst, tekst o stvaranju svijeta jedne religije koja je nastala u historijsko vrijeme. To je Mojsijeva *Geneza*, pisana prvi put prije nekih tri i pol tisuće godina. Ne samo *Geneza* nego i svih pet Mojsijevih knjiga bit će nam osnovni okvir pri analiziranju. Ostale poznate tekstove uklapat ćemo po potrebi dopuna i razjašnjenja biblijskih tekstova. Kao izvanredno korisna dopuna poslužit će nam vrlo često i mnogo mlađi *Kuran*, *Kuran* je nastao prije 1400 godina i on je za razliku od ostalih vjerskih tekstova dočekaio naše dane potpuno neizmijenjen. Da ne bi bilo zabune i primjedaba da je ova analiza nekakva mješavina, napominjem da *Kuran* priznaje Bibliju, te da hebrejske i kršćanske tekstove Biblije i *Kuran*, možemo smatrati jedinstvenim tekstom.“¹⁵⁶

Također, svoje polazište dokazivanja jedne velike, jedinstvene i cjelovite teme Biblije i Kur'āna (Bog – Svijet – Čovjek – Bivstvovanje), a koja je čovječanstvu pristigla iz dubina nebeskih plavetnila, Filip Ćorlukić ne raskriva u teologiji, već to polazište on raskriva u znanosti ili znanostima u koje ima povjerenje. „Kamo ideš čovječe“ polazi od nekoliko važnih autorovih premisa ugrađenih u nekoliko pojednostavljenja, on ih nudi kao jedan dobar pedagog i učitelj koji želi da njegovi učenici ili studenti imaju povjerenje u to što im izlaže. Da bi pokazao da se Jedan Svemirski Um doista obraća čovječanstvu i komunicira sa njim, kao i to da su Biblija i Kur'ān, među drugim 'bogoduhim' štivima rezultat tog obraćanja Svemirskog Uma čovječanstvu, Filip Ćorlukić poseže za kompjuterima ili računarima te programima koji su u njih unaprijed dati, instalirani, umetnuti, pohranjeni. Ali naravno, kompjutere je napravio ljudski mozak:

153 Dobro je u vezi sa Ćorlukićevim tumačenjima Kur'āna prisjetiti se Morisa Bikaja (Maurice Bucaille) i njegove knjige *Biblija, Kur'ān i nauka (La Bible, le Coran et la Science)*, usp. izdanje na bosanskom u Sarajevu, 2001.

154 Usp. Filip Ćorlukić, *Kamo ideš čovječe*, 5.

155 *Kamo ideš čovječe*, 50.

156 *Kamo ideš čovječe*, 70-71.

„Danas se svi slažu da je ljudski mozak vrhunac razvoja u Sunčevom sistemu, dok za one koji vjeruju da u svemiru nema drugih razumnih bića, taj je mozak vrhunac za cijeli svemir. No kako je izgrađen ljudski mozak, kako nastaje i kako se razvija? Ljudski mozak, kao i svi organi ljudskog tijela, izgrađuju se po projektima i uputama sadržanim u molekulima DNK! Tek oplođena stanica ima u sebi sve ‘zapisano’. Da li je onda vrhunac razvoja ljudski mozak kao takav, ili je to naša biološka programska traka koja upravlja izgradnjom mozga?“¹⁵⁷

Ćorlukić na prijemčiv način objašnjava modalitete kako shvatiti funkcioniranje DNK, odnosno ‘biološke programske trake’, ukazuje da se u tehnološkim primjenama današnjeg doba može posve jasno pokazati šta to jeste program pohranjen u kompjutere (na sličan način kao i DNK u živa bića) te kako se taj program i taj DNK ‘izvanjski’ očituju i realiziraju.

„Tehnološko-ekonomsku optimalizaciju proizvodnje danas u mnogim pogonima obavljaju kompjutori. Čovjek izrađuje programe, propisuje uvjete i određuje šta je bitno za optimalan rad.“

„Danas postoje potpuno automatizirane tvornice. Proizvodnjom upravljaju kompjutori, dok operatori uređaja u klasičnom smislu te riječi i ne postoje.“

„U jednoj šećerani, tvornici papira i celuloze, ili rafineriji nafte, postoji niz potpuno odvojenih pogona. Svaki od tih pogona možemo smatrati tehnološki zaokruženom cjelinom.“¹⁵⁸

Ćorlukić podsjeća da iza mnoštva ovih odvojenih pogona u nekom sektoru proizvodnje ima jedan „centralni računar“:

„Centralni računar prima od pogonskih računara informacije o radu pojedinih pogona i na temelju tih informacija usklađuje rad pogona. Centralna jedinica ‘ne vodi brigu’ o svim detaljima rada pojedinih pogona, nego samo prati i obrađuje one informacije koje su bitne za optimalan rad cijele tvornice. Radom pojedinih pogona – do određenog nivoa autonomije – upravljaju pogonski procesni računari, dok pojedine parametre (tlak, temperaturu, itd.) samostalno održavaju odgovarajući automatski regulatori, ali opet na osnovi zadanih vrijednosti koje dobivaju od svoga pogonskog računara.“¹⁵⁹

Ne iznevjeravamo teorijske nakane Filipa Ćorlukića ako ustvrdimo da on poseže za metaforama (na primjer, ‘centralni računar’) da bi svoje čitatelje na jedan heuristički način uveo u razmišljanja o Bogu i svijetu ili o Bogu i Univerzumu, Bogu i stvaranju. Ćorlukić ima svoj osoben pojmovni instrumentarij, on se drži svoje struke inženjera i zgotovljava izobilne ‘doline metafora’ da bi objasnio ‘suštinu stvari’. Ne treba mu zamjeriti kad pribjegava vrlo uočljivim pojednostavljenima kao što je ovo:

157 *Kamo ideš čovječe*, 28.

158 *Kamo ideš čovječe*, 30.

159 *Kamo ideš čovječe*, 31.

„Rad procesnog računara možemo opet usporediti i s radom programatora automatskog stroja za pranje rublja. Obje naprave obavljaju svoje zadatke po unaprijed programiranom redoslijedu.“¹⁶⁰

Filip Ćorlukić nas, polahko ali sigurno, od mašina i kompjutera vodi do Boga Stvoritelja i Njegova izobilnog stvaranja milijardi svjetova i Svojih stvorenja po ‘unaprijed zadatom’ programu:

„Nastanak, rast i razvoj živih bića na Zemlji odvija se prema vrlo složenom i razrađenom programu. Povremeno nastaju promjene, pojavljuju se nove osobine koje kasnije ostaju, pa govorimo o razvitku od najjednostavnijih, prema sve složenijim oblicima. Taj se ‘program’ odvija već milijunima godina.“¹⁶¹

Za Filipa Ćorlukića nema nikakve sumnje da središnje mjesto u svim živim organizmima zauzima molekula DNK. Ta ‘famozna molekula’ DNK je tu u živim bićima mimo njihove volje.

„Programska naprava, naprava što odgovara onom programatoru stroja za pranje rublja, jest ona famozna molekula DNK u koju je do najsitnijih detalja uprogramirano – ali s nizom alternativnih mogućnosti – što i kako treba biti. To znači da u živoj stanici svakog organizma postoji niz kompletnih programa razvoja. U suvremenoj kompjutorskoj tehnici sama oprema (misli se na sve tehničke naprave) naziva se prema engleskom ‘hardware’. Raspored i sistem ‘pritisnute dugmadi’ predstavlja, zapravo, sadržaj teksta Programa, ili biotehničku uputu. Te projekte, upute i programe danas obično zovemo ‘software’. Prema tome svaka živa stanica posjeduje ‘software’ i ‘hardware’ (program i opremu).“¹⁶²

Dakako, prema mišljenju Filipa Ćorlukića, sveprožimajući sektor DNK nije samo nešto što je dodijeljeno planeti Zemlji i milionima njezinih živih bića. On smatra da DNK ima veze sa cijelim svemirom, sa multiverzumima, rečeno jezikom današnje fizike:

„U ovom djelu [to jest „Kamo ideš čovječe“] željeli smo ukratko skrenuti pažnju čitalaca na nivo i pravce suvremenih razmišljanja o svemirskoj biološkoj zajednici. Ako prihvatimo takvu tezu, tada proizlazi da je naša famozna ‘programska traka’ - molekula DNK – zapravo programirana za cio svemir, ili u najmanju ruku za našu galaksiju. Jedinствен svemirski program za razvoj živog svijeta – od amebe, preko prelaznih oblika, sve do razumnih bića!“¹⁶³

Ovi navodi Filipa Ćorlukića su dostatni da vjerno nagovijeste šta je njegova namjera u ovoj i drugim knjigama koje posvećuje ‘velikim tajnama Univerzuma’ ili pak onom Svjetskom Razumu koji stoji iza, koji svemu daje pravce odvijanja, bivstvovanja i preobražavanja. Materija svijeta nije sama, baš kao što je nemoguće da stroj za pranje rublja sam sebi zada program po kojem radi. Nepotrebno je posebno insistirati na tome da je u filozofiji i teologiji, u njihovim različitim školama od patristike do islamskih *mutakallimūna* (sistemskih teologa) domišljen takozvani ‘kosmološki dokaz’ da Boga ima i da On jeste.

160 *Kamo ideš čovječe*, 31.

161 *Kamo ideš čovječe*, 32.

162 *Kamo ideš čovječe*, 33.

163 *Kamo ideš čovječe*, 50.

Iz činjenice da postoje sazviježđa, te potom jata sazviježđa, proizilazi da ima Boga i da On jeste. To da li jata sazviježđa raskrivaju Boga ili Ga skrivaju sada je posve drugo pitanje, teško za riješiti, baš kao što je teško riješiti dilemu u optici kako to da svjetlost popunjava svaku poru bezbojne staklenke, da pritom svjetlost i dalje ostaje svjetlost, a staklenka – staklenka! Neki islamski mistici su pak sa svoje strane govorili da je svemirski zjap najveći ‘Božanski izum’ ili Božansko stvorenje. ‘Bog je prvo stvorio prazninu’ ili ‘nepojamno veliki zjap’, a potom ili možda istovremeno, u taj zjap iz Svoje Posvudašnje Svemoći otiskuje stvorenja koja teku i kreću se među se čvrsto povezana.

Filip Ćorlukić posve je svjestan da je njegova kazuistika posredstvom DNK, softwara, hardwara i tako dalje, jedno vrijedno ‘teorijsko dovijanje’ dovedeno do riječi poradi toga da se objasni tajna zašto Univerzum jeste, bolje kazati: kako Univerzum jeste.

Tokom XIX i XX stoljeća bilo je mnogo znanstvenih ili naučnih hermeneutika Biblije, o tome je izrasla golema literatura. Jednako tako je došlo i do znanstvene hermeneutike Kur’āna kako na islamskom Istoku tako i na Zapadu. Pokazalo se, ipak, da sveti tekst na neki način bježi i izmiče scijentizirajućem umu, baš kao što i svijet tom scijentizirajućem umu pokazuje uvijek nove koprene, nova vela Māye. I nikada ne znamo koja vela jesu ona prava ili su pak sva ona prava. Djela Filipa Ćorlukića su na neki način sama po sebi jedno ili više dobro osmišljenih bavljenja tim koprenama svetoga teksta i njegovih poruka odaslanih u velima *Verbum Dei*.

U svome prijevodu *Kurana* na hrvatski, u toj temeljnoj knjizi islama, tragao je za nekom, uvjetno bismo rekli - DNK. Obradovao se kad se upoznao sa istraživanjima Kur’āna Rešada Halife, „egipatskog biokemičara, koji radi u SAD.“¹⁶⁴ U bitnome, istraživanja Rešada Halife pripadaju područjima statističke lingvistike koja je primjenjiva i primijenjena na izvornik. Prema njegovu tumačenju, tajna Kur’āna sadržana je u broju devetnaest. Ćorlukića je to otkriće oduševilo i kaže:

„Kao prvo, Kuran ima 114 poglavlja, a taj broj je djeljiv sa 19 – što može biti puka slučajnost. Ispred svih poglavlja (osim jednog) nalazi se ista rečenica, tzv. ‘pečat’, odnosno ‘Bismille’. Broj slova te rečenice pisane na arapskom jeziku ima 19 slova! To već smanjuje vjerojatnoću slučajnosti. Nije poznato je li u proteklih 14 stoljeća itko došao na ideju o broju devetnaest kao nekakvoj šifri, ali ako jest, njemu je bilo praktično nemoguće upuštati se u šire i složenije provjere. Međutim, dr. Rešad je imao na raspolaganju kompjutore i obilato se koristio njima. Ovdje ćemo vrlo sažeto navesti rezultate nekih njegovih istraživanja. Tekst već spomenutog pečata na našem jeziku glasi: ‘U ime Boga, Sveopćeg Dobročinitelja, Milostivog!’ Te iste riječi nalaze se mnogo puta u cjelokupnom tekstu Kurana: ime – 19 puta, Bog – 2698 puta, Sveopći Dobročinitelj – 57 puta. Svi ovi brojevi djeljivi su s brojem 19, što već praktično isključuje slučajnost!“¹⁶⁵

Na ‘naučno tumačenje Kur’āna’ Filip Ćorlukić gleda kao na proces paralelan sa ‘naučnim tumačenjem univerzuma’. U nekoliko svojih knjiga želi i sebe i nas da pripremi na to da se treba dovoditi u

¹⁶⁴ *Kuran*, 414.

¹⁶⁵ *Kuran*, 414.

vezu čuđenje nauke i čuđenje religije u raskrivanju čuda Bivstvovanja. Njegov prijevod Kur'āna na hrvatski imao je i taj polog u vidu. Svoju prilagodbu Kur'āna na hrvatski podijelio je u tematske oblasti: A) Poziv Muhammedu da objavljuje, B) Odziv na događaje, obećanja, C) Smak svijeta i polaganje računa, D) Vjerovjesnici, E) Svjedočenja, F) Ekumenska interpretacija ranijih objava itd. U ovim prevoditeljskim naporima jasno se vidi znanstveno razvrstavanje diskursa Kur'āna po temama, što je u engleskoj orijentalistici označeno sintagmom 'the thematic rearrangement of the qur'ānic chapters...'¹⁶⁶

Krenemo li dalje pravcima kojima je svoje čitatelje poveo za ruku, vidimo da na stranicama knjige „Kamo ideš čovječe“ prihvata evoluciju u prirodi, baš kao što evoluciju prihvata i na drugim planovima, između Starog Zavjeta, Novog Zavjeta i Kur'āna. „Mozak se razvijao [evoluirao] po tipičnom sistemu nadogradnje novih elemenata i proširivanjem kapaciteta.“¹⁶⁷, tvrdi. Na neki način, ljudski mozak u čovjeku ima ulogu centralnog kompjuterskog procesora. Ćorlukić to ilustrira velikim brojem primjera reagiranja ljudskoga tijela na okolinu, npr. lučenje žlijezda, funkcioniranje krvotoka itd. Karakterističan je ovaj pasaż koji ispisuje:

„Organizam kao cjelina ima svoje posebne senzore, pomoću kojih prati određene događaje u okolini. To su senzori za vid, sluh, njuh, opip, bol i temperaturu. Ako nastane stvarna ili vjerojatna opasnost, tada se pokrene čitav sistem preventivne odbrane. Površinske žile se stežu (čovjek problijedi), tako da u slučaju ranjavanja ne dođe do velikog gubitka krvi. Mišići se napajaju povećanom količinom krvi (srce brže kuca), u kojoj se automatski povećava sadržaj hranjivih tvari, tako da se u slučaju potrebe može efikasnije suprotstaviti opasnosti ili pak pobjeći. U međuvremenu, mozak je mogao procijeniti situaciju i narediti poduzimanje odgovarajućih mjera. Ako je u šumi pred čovjeka iznenada iskočio vuk, tada se čovjek brani ili bježi. Međutim, alarm je mogao biti i lažan. Ako je umjesto vuka istrčao zec, čovjek će se također uplašiti, preventivna automatska zaštita djelovat će na isti način, ali čim mozak shvati da nema opasnosti, sve se vraća u početno stanje.“¹⁶⁸

Ovim nas postupno vodi do pitanja: A šta je sa cijelim Univerzumom ili Multiverzumima? Da li su oni jedna cjelina koja ima, tamo iza, ali opet tu i posvuda, ono nešto objediniteljsko, onaj 'centralni računar', rečeno njegovim riječima, koji sve povezuje i objedinjava, kao što mozak objedinjava sve u ljudskom organizmu? Ćorlukić na ovo pitanje odgovara potvrdno, s vremena na vrijeme u poglavljima koja ispisuje daje ili nagovještava takve odgovore:

„Možda je to, zapravo, sve mnogo šire nego što mislimo. Molekule DNK imaju u sebi programe za izgradnju mozga. Zašto i one na neki način ne bi mogle sudjelovati u procesu razmišljanja i zamišljanja? Biljke uopće nemaju mozak pa ipak žive vrlo složenim životom. Danas ima sve više dokaza da biljke i komuniciraju i to ne samo između sebe, nego uopće reagiraju na pojave

166 O ovome su napisana brojna djela, usp. Fazlur Rahman, *Major Themes of the Qur'ān*, Bibliotheca Islamica, Minneapolis, 1994.

167 *Kamo ideš čovječe*, 35.

168 *Kamo ideš čovječe*, 35.

u živom svijetu. Premda je mozak izvršni organ 'razmišljanja', možda u tome ne sudjeluje samo on.¹⁶⁹

Ovim pasażom Ćorlukić nas suočava sa pitanjima o tome da li iza naših kognitivnih, intuitivnih, emocionalnih, uobraziteljskih sposobnosti (kao i, također, sposobnosti u vegetativnom i animalnom svijetu) ima i jeste još neka sila, još neki 'centralni univerzumski procesor'? Drugim riječima, da li se multiverzumi u kojima smo odvijaju, da li bivstvuju po programima koji su u njih unaprijed pohranjeni?

Kao što vidimo sa mnogih stranica njegovih knjiga, smatra da Stari Zavjet, Novi Zavjet i Kur'ān, na svoj način, ne samo da ukazuju na ove primordijalne i vječne programe u Svemiru, već su na neki način i njihov izraz, pa i jedna efikasno sročena informacija o njima. U poglavljima „Programi živoga svijeta,¹⁷⁰ „Polazišta¹⁷¹ i „Postanak svijeta,¹⁷² on to posve jasno saopćava, pa i onda kada se poziva na indijske vede:

„Još ćemo samo napomenuti da prema najstarijim indijskim vedama Svjetlost predstavlja vječno izražavanje (manifestaciju) Apsoluta. Postoji samo preobrazba Apsoluta u pojavnosti, a to je trajan proces.¹⁷³

4. Kur'ān kao Univerzum u Riječima

Potrebno je da se sada usredotočimo na Ćorlukićeva viđenja Kur'āna i posezanja za njegovim stavcima i pasażima, sve to u kontekstu njegovih znanstvenih tumačenja svijeta. I ovdje smo dužni dati dvije važne napomene koje dobro objašnjavaju polazišta u njegovim recepcijama Kur'āna. Prvo, Kur'ān je za Ćorlukića jedna 'knjiga ili poruka kontinuiteta'. Nema oštarih oprečnosti između velikih vjerskih ili religijskih štiva čovječanstva i Kur'āna kao 'posljednjeg Testamenta čovječanstvu'. U ovom smislu zanimljiv je pasaż:

„Odabirući samo ono najstarije i najizvornije [za knjigu „Kamo ideš čovječe“], a zanemarujući sve naknadne primjese i utjecaje, svi stari mitovi, sve početne ideje različitih religijskih filozofija stapale su se u jednu jedinstvenu kratku poruku. Od sumerskog epa o polubogu kralju Gilgamešu, pa sve do Kurana – sve se slilo u jednu toliko logičnu cjelinu, da se čak i najfantastičnije pretpostavke počinju pojavljivati kao razumni zaključci.¹⁷⁴

Iz ovog prozilazi da se i Ćorlukićev prijevod Kur'āna na hrvatski, kao i knjiga „Kamo ideš čovječe“, pomaljaju kao jedna logična cjelina koja stranice i poruke Kur'āna odčitava u davnim religijskim tekstovima Indije, Kine, Irana, drevne Grčke i Bliskog istoka. Filipu Ćorlukiću u tom pogledu treba

169 *Kamo ideš čovječe*, 43.

170 *Kamo ideš čovječe*, 44-50.

171 *Kamo ideš čovječe*, 51-63.

172 *Kamo ideš čovječe*, 67-71.

173 *Kamo ideš čovječe*, 70.

174 *Kamo ideš čovječe*, 19.

odati priznanje na visprenom povezivanju davnih i drevnih, rekli bismo vječnih vjerskih štiva i poruka sa današnjim holistički koncipiranim porukama znanosti, onim porukama koje omogućuju čovjeku da te znanosti ljudskog dvonošca kompetentno upute i dovedu na staze čuđenja!

Drugo što na važan način obilježava mišljenje i teoriju Filipa Ćorlukića jeste njegovo shvatanje da postoje četiri važne skaline Bivstvovanja:

„Da rekapituliramo:

- a) Osnovni oblik Postojanja je energija.
- b) 'Sažimanjem' i posebnim organiziranjem energije nastaje drugi stupanj Postojanja. To je materija.
- c) Posebnim organiziranjem materije i energije nastaje treći stupanj Postojanja. To je Život.
- d) Posebnim organiziranjem žive materije nastaje podloga, koja ponekad omogućuje manifestiranje Razuma, što je četvrti i najviši stupanj Postojanja.¹⁷⁵

Polazeći od rečenoga (Energija – Materija – Život – Razum), Ćorlukić izjavljuje da „u svemiru postoji ujedineni opći Razum u bilo kakvom obliku“,¹⁷⁶ nadalje, taj „svemirski razum je u stalnoj ekspanziji i razvoju“,¹⁷⁷ k tome, u „molekuli DNK programiran je univerzalni svemirski program“,¹⁷⁸ također, „razvoj je svuda u toku i svuda u svemiru gdje se za to pojave uvjeti“,¹⁷⁹ napokon, ljudski mozgovi su „jedinični elementi Svemirskog razuma“,¹⁸⁰ k tome svemu, „aktivne intervencije na Zemlji [od strane Svemirskog razuma] počele su u doba koje Biblija [i Kur'ān] definira(ju) pojavom Adama“,¹⁸¹ i posve na kraju, „stari tekstovi i mitovi na bilo koji način saopćeni su nam od predstavnika Svemirskog razuma“. ¹⁸² Vidjet ćemo domalo kasnije da Filip Ćorlukić smatra da je anđeo ili melek Džibril (Gabrijel) važan član ovih predstavnika Svemirskog razuma.

Sve dosad rečeno bilo nam je svojevrsna priprema da makar ukratko pokažemo u čemu se sastoje glavni nacrti jedne 'egzegeze i hermeneutike Kur'āna' koju je shvatljivo i razložno ponudio Filip Ćorlukić. Kad je posrijedi sam fenomen objavljivanja Kur'āna Poslaniku Muhammedu, u poglavlju *Kuran* u svojoj knjizi „Kamo ideš čovječe“, ukazuje da je „u stanju transa Muhammed gubio vezu s okolinom“. ¹⁸³ Nadalje:

„Komuniciranje, odnosno primanje poruka [Kur'āna], obično nije ostvarivano u neposrednom razgovoru s Džebailom kojeg je Muhamed u svojim vizijama vidio samo nekoliko puta.

¹⁷⁵ *Kamo ideš čovječe*, 53.

¹⁷⁶ *Kamo ideš čovječe*, 53.

¹⁷⁷ *Kamo ideš čovječe*, 53.

¹⁷⁸ *Kamo ideš čovječe*, 54.

¹⁷⁹ *Kamo ideš čovječe*, 54.

¹⁸⁰ *Kamo ideš čovječe*, 54.

¹⁸¹ *Kamo ideš čovječe*, 54.

¹⁸² *Kamo ideš čovječe*, 54.

¹⁸³ *Kamo ideš čovječe*, 306.

Međutim, što se tiče samog načina primanja poruka, Muhamedu je rečeno da je Gabriel
... po Božijoj zapovijedi stavio tebi na srce Kuran...

(K. 2,97)

Kao ojačanje tvrdnji o porijeklu Kurana kaže se:

Donio ga je Ruhul-kudus od tvoga Gospodara...

(K. 16, 102)

Odnosno:

Njega je dostavio Er-Ruhul-emin na tvoje srce...

(K. 26, 193-194).¹⁸⁴

Fenomen objavljivanja Kur'āna Ćorlukić opisuje ovako:

„Muhamedova okolina vidjela je u njegovom transu nešto božansko, dok su mu neprijatelji – a imao ih je u početku dosta – u tome vidjeli znakove opsjednutosti, slične transu vračeva. Muhamedu je bilo najvažnije ono što mu je bilo kazivano u stanju transa. Poruke su dolazile od Boga, a same je riječi u Božije ime izgovarao glas anđela.“¹⁸⁵

Ćorlukić na više mjesta u svojim poglavljima koja je napisao o Kur'ānu na svoj način pokazuje da islamska sveta knjiga, sama po sebi, posvjedočuje bit ili suštinu Postojanja. Kur'an razgllašava i objelodanjuje istinu o Stvarnosti, u bitnome oglašava onu istu poruku koja je u Tori oglašena Mojsiju ili u Evanđeljima Isusu Kristu. Upravo to posvjedočuje Ćorlukić:

„Svrha objavljivanja *Kurana* jasna je. Ona se ni u kom slučaju ne sastoji u stvaranju nove religije, u propovijedanju nove istine. Kuran u cijelosti usvaja ono što je objavljeno od Mojsija do Isusa. Jedino ne priznaje neka tumačenja tih objava. Kuran je u prvom redu tumač tih ranijih objava i on korigira ono što su ljudi naknadno izmijenili u tim objavama.“¹⁸⁶

U svojoj hermeneutici i egzegezi Kur'āna, opredjeljuje se putanjom tumačenja koja je bila draga (i još uvijek je!) muslimanskim modernistima XIX i XX stoljeća, to jest, da Poslanik Muhammed nije došao poradi toga da izvodi neka čuda, već da oglasi veliko povjerenje „svemiraca“ u ljudski razum:

„Muhamedovo djelovanje u znatnoj se mjeri razlikuje od djelovanja ranijih poslanika. Pored ostalog, tu nema traga čudotvorstvu. Čini se da su se svemirci prestali koristiti psihološkim šokovima izazivanim čudotvorstvom. Činjenica je da je upravo čudotvorstvo najčešće kretalo krivim putevima. Već u samom načinu objavljivanja Kurana ističe se želja da se izbjegnu čudotvorstva.“¹⁸⁷

184 *Kamo ideš čovječe*, 306.

185 *Kamo ideš čovječe*, 307.

186 *Kamo ideš čovječe*, 309.

187 *Kamo ideš čovječe*, 312.

Ćorlukić posebno ističe integrativnost Kur'āna spram vjerskih osoba judaizma i kršćanstva. Ukazuje na taj integrativni „položaj Muhameda u toj posljednjoj Džebrailovoj (Gabrijelovoj) interventnoj akciji“ te u izobilju navodi alineje Kur'āna koje se odlikuju svojom svjetskošću:

„Svi ljudi bili su samo jedan narod... (K. 10,19)

Svaki narod ima svoj rok... (K. 7,33)

I prije tebe smo slali ljude kojima smo objavljivali isto što i tebi... (K. 21,7)

Recite: 'Mi vjerujemo u Boga i ono što nam je objavljeno i što je objavljeno Ibrahimu (Abrahamu), Ismailu (Izmaelu), Ishaku (Izaku), Jakubu (Jakovu) i potomcima njihovim i vjerujemo onom što je dao Musau (Mojsiju) i Isau (Isusu)... Mi ne pravimo razlike između ni jednog od njih...'“ (K. 2,136 i 3, 84).

Filip Ćorlukić je oduševljen cjelovitošću i integrativnošću ili pak uključivošću /inkluzivnošću/ Kur'āna. Nakon čitanja ovakvih stavaka kaže:

„Sve je jasno [iz ovih stavaka Kur'āna]. Za razliku od ranijih objava, ovom je prilikom svemirac Džebrail pune 23 godine objavljivao sadržaj cjeline, dio po dio.“¹⁸⁸

U vezi s Kur'ānom tvrdi da ta sveta knjiga uporno „ističe kontinuitet objava i jedinstvenost ideja koje se objavljuju od pradavnih vremena pa do Muhameda.“¹⁸⁹

Na jedan posredan način ističe da se cjelovitost Univerzuma u neku ruku očituje ili pomalja u predanosti Univerzuma Bogu. Upravo na tom tragu, Ćorlukića oduševljava sama riječ *islām* koja znači 'predanost Bogu', na taj način on razumijeva zahtjeve Kur'āna da čovječanstvo treba da bude 'predano Bogu'. Većina muslimanskih filozofa i teologa bi potvrdila da je na pravi način shvatio riječ *islām* (doslovno: *predanost Bogu*); „svemirac Džebrail“ (anđeo Gabrijel) je – da se poslužimo Ćorlukićevim pojmovnim instrumentarijem – od Božijih poslanika i njihovih naroda i zajednica tokom cijele povijesti tražio samo tu 'predanost Bogu'. Naravno, pod sintagmom „svemirac Džebrail (Gabrijel)“ ne treba čitati nešto kao „kosmonaut Džebrail (Gabrijel)“, jer takvo što Ćorlukić nema na umu.

Poslušajmo i ovaj pasaż kad tumači redak Kur'āna u kojem Bog traži od čovječanstva da sa Njim komunicira *islāmom*, da Mu iskazuje *islām* („Kod Boga je prava vjera samo islam...“ K. 3,19):

„Pa što je islam? Je li to nešto drugo [u odnosu na judaizam i kršćanstvo]? Da li ovaj ajet poništava sve one brojne ajete koji govore o kontinuitetu istog? Prema tumačenju prevodioca Kurana dr. Čauševića, islam znači: stupiti u istinski mir i prigrliti ga. Sljedbenik islama mora s Bogom i s ljudima živjeti u potpunom miru, dajući svakome što zaslužuje i što mu se mora dati. Pa zar to nije drugim riječima izrečena I i II zapovijed, za koje je Isus tvrdio da su temeljne i najvažnije? Zar to nije ono isto Pravilo ponašanja, koje su svojim riječima

¹⁸⁸ *Kamo ideš čovječe*, 314.

¹⁸⁹ *Kamo ideš čovječe*, 315.

propovijedali Buda, Zaratustra, Eknaton, pa čak i drevni Gilgameš? Islam nije drukčija religijska Filozofija, nego samo arapski naziv za način ponašanja kakav su propovijedali i svi poslanici prije Muhameda.“¹⁹⁰

Ovu dionicu našega eseja dobro je privesti kraju posežući za onim Ćorlukićevim napomenama iz kojih vidimo njegovo insistiranje na tome da su poruke Biblije i Kur'āna, kao i drugih drevnih religijskih štiva, na neki način onaj jedan, da kažemo metaforički DNK iza kojeg stoji Svemirski Razum („Svemirska zajednica“,¹⁹¹ kako kaže) koji svemu daje smisao i razložnost, pa i – kad je čovjek posrijedi – moralnu svrhovitost. Nebeske knjige, nebeska štiva dolaze da čovjeka moralno preporode. Ta moralna preporađanja čovječanstva ne mogu biti bez „zahvata svemiraca“, kaže Ćorlukić:

„Svi zahvati svemiraca, pa čak i ekstremni zahvati biološke selekcije i uništavanja najneuspjelijih sojeva, svodili su se uvijek na to da od polučovjeka postane čovjek, razumno i socijalno biće u najširem smislu. Osim uništavanja, kojim su se svemirci davno prestali koristiti, preostali su jedino [moralni] poticaji. Tu, na razini razuma, automatika je nemoćna. U brojnim sugestijama i uvjeravanjima najglavnije je nastojanje da se prihvati Planetarno i Svemirsko Pravilo ponašanja koje Biblija naziva 'ljubav', a Kuran 'islam'. To je veza, uže spasa koje nam je bačeno.

'I svi se držite Božjeg užeta, vjere islama [predanosti Bogu] i ne razilazite se u razne grupe.'
(K. 3, 103)¹⁹²

5. Jezik Ćorlukićeva prijevoda Kur'āna na hrvatski

Izlazak Ćorlukićevog prijevoda Kur'āna na hrvatskom jeziku 2001. godine¹⁹³ nije iznenadio one koji su poznavali znanstvena opredjeljenja i postignuća ovog učenog intelektualca, kosmopolite i inženjera. Sve što smo u ovom eseju do sada rekli jeste na neki način Ćorlukićev komentar fenomena zvanog Kur'ān. Podsjetimo još jednom, Filip Ćorlukić obradovao se porukama Drugog vatikanskog koncila, posebno njegovim dijaloškim inputima i priznanju da i jevreji i kršćani i muslimani vjeruju u istog, jednog, jedinog živoga Boga! Sve od sredine šezdesetih godina XX stoljeća prionuo je da proučava planetarno poznate religijske spise, Avestu, Vede, Bibliju, Kur'ān itd., potom Talmud i Hadis, k tome, proučavao je i opsežnu komentatorsku i hermeneutičku literaturu o ovim 'bogoduhim religijskim štivima'. Ovdje nemamo prostora da pokažemo koje je sve evropske i zapadne izvore koristio u proučavanju Kur'āna, ali je važno spomenuti engleskog prevoditelja Kur'āna po imenu John Medows Rodwell (1808-1900).¹⁹⁴ Naime, Rodwellov prijevod Kur'āna Ćorlukiću je bio zanimljiv

190 *Kamo ideš čovječe*, 317.

191 *Kamo ideš čovječe*, 323.

192 *Kamo ideš čovječe*, 323.

193 To jest *Kuran: s vremensko-tematski raspoređenim poglavljima*, priredio i komentirao Filip Ćorlukić, izd. Nakladni zavod Matice Hrvatske, Zagreb, 2001.

194 *Usp. The Koran, translated by John Medows Rodwell*, izd. Bantam Classic, New York, 2004.

uslijed pokušaja da se u prijevodu ponudi vremenski slijed sūra ili poglavlja u objavljivanju Kur'āna (od 610. do 632. godine po 'Īsāu al-Masīhu ili Isusu Kristu).

Ovdje tek preliminarno napominjemo da su klasični muslimanski komentatori znali za ustrojstvo Kur'āna po 'vremenskom slijedu objavljivanja', međutim, ima 'obredni Kur'ān' (*al-qur'ān al-muta'abbad*) koji je vječni Kur'ān, onakav kako je zapisan na nebeskoj 'Ploči Pomno Čuvanoj' (*Tabula Secreta*). To je Kur'ān koji nije 'ustrojen' po vremenskom slijedu objavljivanja, nego je njegov arapski original onaj iz *Tabula Secreta*, onaj koji hāfizi znaju napamet. I Kur'ān koji je ustrojen od ljudi 'po vremenskom slijedu objavljivanja' riječima i rečenicama istovjetan je Vječnome Kur'ānu. Razlika je posve formalna, prva se zbirka Kur'āna čita hronološki (da ne kažemo historijski), druga se zbirka Kur'āna čita kao da si natkučen nad nebesku Ploču Pomno Čuvanu (*al-lawḥ al-mahfūz - Tabula Secreta*).

Zašto je u svome hrvatskom prijevodu Kur'āna Filip Ćorlukić posegnuo za hronološkim ustrojem poglavlja Kur'āna? Iz literature o Kur'ānu, kako islamske tako i kršćansko-jevrejsko-evropske i zapadne, saznao je za teške probleme u razumijevanju Kur'āna ako onaj koji Kur'ān čita u arapskom originalu ili koji ga čita u prijevodu, ne zna za 'vremenski razvoj tema' ili za 'vremensko /hronološko/ proishođenje motiva Kur'āna' jednih iz drugih. Intelektualci koji imaju 'filozofijske sklonosti' govore o tome da je ovdje riječ o saznavanju temporalnog razvoja ideja u Kur'ānu' ako se čita po vremenskom slijedu objavljivanja sūra. Dakako, za tradicionalne muslimane Kur'ān nije filozofska knjiga, te prema tome, nije kompendijum nekakvih 'ideja' u filozofskom smislu te riječi. Bilo kako bilo, rasprava o potrebi vremenskog ustrojstva poglavlja Kur'āna još uvijek traje u onome što bismo nazvali hermeneutikom i egzegezom Kur'āna u Evropi i na Zapadu.

Uz tu prvu 'hronologijom obilježenu karakteristiku' Ćorlukićeva prijevoda Kur'āna na hrvatski, kao drugu važnu karakteristiku spomenuli bismo terminologiju, nomenklaturu i pojmovni instrumentarij koji je Ćorlukić impregnirao na stranice ovog djela. Imajući u vidu najšire kategorije hrvatskog čitateljstva, želio je da čitateljima kazivanja Kur'āna jezički budu razumljiva i nastojao da im Kur'ān učini receptibilnom knjigom.

Osvrnemo li se ukratko na područja koja su vrlo zanimljiva sociolingvistici, Ćorlukić vrši ili daje jednu svoju 'hrvatsku prilagodbu' prijevodnoga jezika u *Kuranu*. Primjera ima napretek. Tako arapsku sintagmu *yuqīmūna ṣ-ṣalāta* prevodi na hrvatski riječima 'mole se' (to jest, oni koji vjeruju u Boga, 'mole se Bogu').¹⁹⁵ Gledano iz područja sociolingvistike, literatura o islamu pisana k/od Bošnjaka za spomenutu sintagmu *yuqīmūna ṣ-ṣalāta* obično nudi 'obavljaju *namāz*'. Dakako, *namāz* je perzijska riječ koja znači 'molitva'. 'Obavljati *namāz*' ušlo je u bosanski jezik prije više od pet stoljeća. Ali u hrvatskom jeziku *namāz* je manje poznata riječ, te se Ćorlukić opredjeljuje za 'mole se' ili 'obavljaju molitvu'. Naime, bosanskohercegovački muslimanski prevoditelji Kur'āna smatraju da *namāz*, kad je posrijedi 'komuniciranje s Bogom', ima viši status od *molitve*. Perzijska riječ *namāz* (i arapska riječ *ṣalāt*) jesu, na neki način, u *Weltanschauungu* islama najviše moguće komuniciranje s Bogom

¹⁹⁵ *Kuran*, 273.

od strane ljudi. U neku ruku, *namāz* i *ṣalāt* imaju i intenciju komuniciranja Boga sa ljudima. Semantika riječi *molitva* nema tako široko ‘mističko značenje’ (barem kod bosanskohercegovačkih muslimanskih prevoditelja Kur’āna).

Na gotovo isti način Ćorlukić se ophodi i sa riječju *zakāt*, u islamu - obavezno davanje imetka siromašnima, ubogima, onima koji su u dužničkom ropstvu itd. (Naravno, prevesti riječ *zakāt* riječju *porez*, bilo bi itekako rogozbatno, ali u biti, *zakāt* u islamu jeste vrsta obaveznog davanja novca ili materijalne pomoći, na primjer u žitu, voću, hrani, odjeći... siromašnima! *Zakāt* se prioritarno daje ili dijeli siromašnima u novcu, ali nije neuobičajeno i davanje *zakāta* u naturi). Ćorlukić se opredjeljuje da riječ *zakāt* (ova se riječ na bosanskom često piše kao *zekjat*) prevodi kao ‘milodari’.¹⁹⁶ Drugdje pak vidimo da riječ *zakāt* prevodi kao [materijalni] ‘doprinos’; tako sintagmu (sūra 2,42) *wa aqīmū ṣ-ṣalāta wa ātū z-zakāta* prevodi ovako: ‘Molite se i dajte [materijalni] doprinos...’¹⁹⁷ Ponegdje, opet, riječ *zakāt* prevodi kao ‘darivati’, ‘darivanje’,¹⁹⁸ dok cjeline Kur’āna koje su u arapskom originalu navedene kao *aqīmū ṣ-ṣalāta* prevodi na hrvatski ovako: ‘Klanjajte se svome Svedržitelju [Bogu].’

Ćorlukić poseže za <Svedržiteljem>, tom riječju prevodi arapsku kur’ānsku riječ *Rabb*, e da bi izbjegao uobičajenu riječ ‘Gospodar’ koja je vrlo frekventna u mnogim bosanskim prijevodima Kur’āna. Manje ili više, kroz cijeli je svoj prijevod konzistentan u prevađanju riječi *Rabb* riječju ‘Svedržitelj’ i tu vidimo utjecaj evropskih prijevoda Kur’āna. Recimo, Leopold Weiss (*alias* Muhammad Asad) u svome prijevodu Kur’āna, *The Message of the Qur’ān*,¹⁹⁹ arapsku riječ *Rabb* prevodi na engleski riječju *Sustainer* (*Uzdržitelj*, *Uzdržatelj*), a ne sa *Lord* (Gospodar). Ćorlukić je smatrao da u semitskim religijama (judaizam, kršćanstvo, islam) odnos Bog Gospodar – čovjek sluga (ili rob) ne postoji, već da je posrijedi odnos ‘Svedržitelj’, ‘Uzdržitelj’ (Bog) na jednoj strani i štovatelj ili *službenik*, kako Ćorlukić prevodi riječ ‘*abd*, to jest ‘*abd* jeste onaj Bogu predan čovjek (ili Bogu predano čovječanstvo, ‘*ibādullāh*, po Ćorlukiću *Božji službenici*) na drugoj strani. Dosljedan svome opredjeljenju da ‘*abdullāh* prevodi sintagmom „Božji službenik“, jedan povik ‘Īsāa al-Masīha (Isusa Krista): *Innī ‘abdullāh!* – iz sūre Maryam/Marija prevodi ovako: „Ja sam službenik Božji.“²⁰⁰

Ovim je Ćorlukić u svome prijevodu *Kurana* htio da istakne značenje *islāma* kao *predanosti* Bogu, o čemu je široko pisao u svome djelu „Kamo ideš čovječe“ na šta smo već svratili pozornost. K tome, htio je da u *Kuranu* postigne čitljivost svoga prijevoda temeljne knjige islama na hrvatskom jeziku i da ujedno u toj svojoj hrvatskoj prilagodbi pokaže prijemčivost i privlačnost stila Kur’āna. Ovdje je dobro donijeti početnu ili ključnu sūru Kur’āna (*El-Fatiha*, *Pristup*) u Ćorlukićevoj hrvatskoj prilagodbi:

196 *Kuran*, 304.

197 *Kuran*, 276.

198 *Kuran*, 278.

199 Usp. Muhammad Asad, *The Message of the Qur’ān*, izd. The Muslim World League, Geneva, 1964.

200 *Kuran*, 164.

„U ime Boga,
Sveopćeg Dobročinitelja,
Milostivog!
Tebe Boga hvalimo,
Svedržitelja svjetova.
Sveopćeg Dobročinitelja,
Milostivog, Vladara Dana sudnjega.
Tebi se klanjamo i od Tebe pomoć tražimo.
Upiti nas na pravi put,
na put onih kojima si milost Svoju darovao,
a ne na put onih koji su protiv Tebe izazvali Tvoju srdžbu,
niti onih koji su zalutali!“²⁰¹

Veliki broj prijevoda Kur'āna za riječ *Rabb* – koju Ćorlukić prevodi kao Svedržitelj – daje riječ Gospodar. Ćorlukić smatra da u prijevodu Kur'āna u recipiranju riječi *Rabb* ne treba učitavati *gospodarenje Boga* na Zemlji, u Svemiru i drugdje. Drugim riječima, potrebno je isticati Božansku *milost, brigu, sućut, ljubav*. Nema sumnje da je ovo opredjeljenje pozdravljeno.

Možda najsmjelije realizirana nakana u ovom njegovom prijevodu jeste ona, kad radi razumljivosti svoga *Kurana*, poseže za biblijskim imenima u prevođenju islamskih imena sadržanih u Kur'ānu. Tako u prijevodu imamo da *Hārūn* jeste *Aron*, *Mūsā* je *Mojsije*, *Yūsuf* je *Josip*, *Ibrāhīm* je *Abraham*, *Ishāq* je *Isak*, *Ya 'qūb* je *Jakov*, *Yūnus* je *Jona*, *Nūh* je *Noa*, *Maryam* je *Marija*, *Zekeriyā* je *Zaharija*, *Īsā* je *Isus*, i tako dalje. Ovakvim prevoditeljskim postupkom Ćorlukić želi postići čitljivost svoga prijevoda kod čitateljstva koje je, kulturalno gledano kršćansko ili pak katoličko, i koje je naviklo na biblijske nazive, nomenklaturu i terminologiju. Napomenimo ovdje da kur'ānsku riječ *al-kitāb* (knjiga) prevodi riječju Biblija kad god se iz konteksta vidi da Kur'ān ukazuje na *al-kitāb* u značenju Biblije, bilo to Staroga ili Novoga Zavjeta.

Prevođenje imena iz arapskog originala Kur'āna uvijek je praćeno dilemama i odluka je na prevoditeljima da li će posegnuti za biblijskim nazivljem. Redakcija jednog značajnog djela, *Studijski Kur'ān (The Study Quran)*,²⁰² objavljenog u Americi, koje je u cijelosti urađeno od strane tradicionalnih muslimana ili od muslimanskih konvertita, opredijelila se da kroz cijeli tekst da biblijsko nazivlje iz Kur'āna kad god se razumije da se radi o imenima ili nazivima koji svoj pandan imaju u Bibliji. Jedan od efekata koji se postiže ovakvim prevoditeljskim postupcima jeste neka

²⁰¹ *Kuran*, 26.

²⁰² Usp. *The Study Quran*, translated by Seyyed Hossein Nasr (editor-in-chief), Caner K. Dagli, Maria Massi Dakake, Joseph E. B. Lumbard i Muhammed Rustom, izd. HarperOne, New York, 2015.

vrsta 'kongenijalnog' i uzajamno sporazumijevajućeg čitanja Biblije i Kur'āna. Posve smo uvjereni da je to Ćorlukić imao u vidu.

6. Teologija Ćorlukićeva prijevoda Kur'āna

Iako se može ustvrditi da je prevoditeljja Filipa Ćorlukića izučavanjima Kur'āna privukla 'neteološka narav' temeljne islamske svete knjige, ipak nijedan prijevod ne može izbjeći izvjesnu mjeru 'teologiziranja Kur'āna'. Stoga, ovdje ćemo tek preliminarno ukazati i na teološke osobnosti Ćorlukićeva *Kurana*. Svako ko se na jedan obavezujući način bavio Kur'ānom, doznao je da su njegova štiva, diskurs i kazivanja itekako podesni za raznolike 'teološke navigacije' i prevoditeljska iskrivljavanja 'prvotnih' ili 'izvornih' intencija Teksta. Da ovdje navedemo tek jedan primjer iz Kur'āna iz kojeg se tek ovlašno vidi o kakvim se hermeneutičkim problemima radi. Naime, sūra *Yāsīn* (36., redak 35.) u arapskoj transkripciji glasi:

Li ya 'kulū min tamarihī wa mā 'amilathu aydihim.

Ovaj arapski original može se prevesti na dva osnovna načina:

- A) „Neka ljudi jedu od plodova koje dariva Bog, i od onoga što sami svojim rukama pripreve!“²⁰³
B) „Neka ljudi jedu od plodova koje dariva Bog, a te plodove ljudi nisu svojim rukama pripravili!“

Arapsku riječ *wā* u izvorniku, i na ovom mjestu u Kur'ānu, moguće je prevesti kao sastavni veznik (*i*), ali i kao rastavni veznik (*a*). Kako se posve jasno vidi, čitanje u varijanti A afirmira čovjekovu marljivost, aktivnost i kreativnost, to jest, čovjek u pripravljanju i gajenju plodova saraduje sa Bogom, jer čovjek navodnjava vrtove, bašče, njive. U varijanti B imamo čitanje (*i* tumačenje) koje rezolutno poručuje da je sve u Božijim rukama, da u plodovima koje daje Bog, čovjek nema nikakva udjela osim da ih jede, konzumira. Ovakvih mjesta gdje nam se izvornik Kur'āna nudi u plethorama prevoditeljskih rješenja i tumačenjskih mogućnosti ima na hiljade. Posebna hermeneutička disciplina koja se zove *qirā'ātu l-qur'ān* (*readings of the Qur'ān*) ili /varijantna/ čitanja Kur'āna, bavi se multiinterpretatibilnošću Teksta Kur'āna. Naravno, na prevoditeljima Kur'āna je da budu odgovorni i da čuvaju integritet Teksta Kur'āna, drugim riječima: da ga (teološki, filološki, egzegetski) ne iskrivljuju.

Uz gred spominjemo: Prvi katolički prijevod Kur'āna na latinski iz 1143. godine, koji je uradio Robert iz Kettona (Robert Ketonski), vrvi od namjernih iskrivljavanja kur'ānskog izvornika u prijevodu. Óscar de la Cruz Palma nedavno je o tome objavio studiju „Robert de Ketton, traditore...“ („Robert Ketonski, izdajica...“).²⁰⁴ Óscar de la Cruz Palma ovdje se poigrao sa izrekom drevnih

²⁰³ U svome prijevodu ili *Kuranu* Ćorlukić se opredjeljuje za ovo čitanje, njegov prijevod glasi: „...da bi oni jeli njihove plodove, i od onoga što su proizvele njihove ruke...“ (*Kuran*, 94)

²⁰⁴ Usp. Óscar de la Cruz Palma, *Robert de Ketton, traditore: Manifestations of anti-Islamic Radicalism in the First Latin Translation of the Qur'ān*, objavljeno u: *The Latin Qur'ān, 1143-1500.*, translation, transition, interpretation, uredili Cándida Ferrero Hernández i John Tolan, De Gruyter, Berlin, 2021., pp. 111-121.

Latina: „*Traduttore, traditore!*“ (‘Prevoditelj, a izdajica’).²⁰⁵

Naravno, kad ovo kažemo odmah se dolazi do onog najvažnijeg pitanja – a ko je taj ko određuje šta su ‘prvotne intencije Teksta’? Odgovora je mnogo, a u islamskim hermeneutikama i egzegezama Kur'āna uglavnom se ukazuje da je islamska (pobožna, nabožna, obredna, filološka, teološka, teozofska, mistička) tradicija ta koja sa/određuje šta jesu izvorne ili prvotne intencije Kur'āna.

U svojoj knjizi „Kamo ideš čovječe“, kao i u opsežnom eseju „Islam kao religija, kultura i civilizacija“²⁰⁶ te u drugim svojim esejima o islamu i Kur'ānu, Ćorlukić sebe posvjedočuje kao autora koji o temeljnoj knjizi islama piše odvažno, ozbiljno, privlačnim stilom, koji upućeno i znanstveno utemeljeno piše o islamu, ukratko: pokazuje se kao čovjek dostojan da se predstavi i kao prevoditelj Kur'āna na hrvatski jezik. K tome, kako smo već kazali, Ćorlukić je pristupio Bibliji i Kur'ānu kao jedinstvenom opusu ‘semitskog religijskog genija’, Kur'ān ne odbacuje magistralna biblijska učenja i posvjedočenja, već ih potvrđuje i tradira, štaviše pokazuje se kao knjiga koja bdije nad onim, kako se vjeruje, od Boga objavljenim nasljeđem prije sedmoga stoljeća po ‘Īsāu al-Masīhu (Isusu Kristu). Ćorlukić je posve uvjeren da je biblijska baština *Deset Zapovijedi* ujedno i kur'ānska baština tih *Zapovijedi*, moral i ćudoređe Biblije u Kur'ānu su dobili svoj procvat te je tako, rečeno njegovim riječima, Kur'ān iskonski baštinik i tumač Biblije, ali i ona monoteistička Božanska Tradicija koja, osvježeno i osnaženo, daje u nasljeđe čovječanstva vijesti o Bogu, Univerzumu i Bivstvovanju. Eto, ukratko, to je Ćorlukićeve teologija od koje polazi u svome prevađanju Kur'āna. Sve drugo što vidimo u *Kuranu* (tj. Ćorlukićeve hrvatskom prijevodu) jeste izvedba ili provedba te njegove teologije.

Iz prijevoda dva kur'ānska pasaža vidi se njegova prevoditeljska briga da pomno prevede monoteizam islama:

„Bog je jednoća, osim Njega nema Boga. Vječni je i Živi! Ne obuzima ga ni drijemež ni san. Njegovo je ono što je na Nebesima i ono što je na Zemlji. Tko je taj koji bi se mogao kod Njega zauzimati, osim s Njegovom dozvolom?“²⁰⁷

„Bog je svjetlo nebesa i Zemlje. Primjer Njegova svjetla je kao udubina u zidu u kojoj je svjetiljka; svjetiljka je u staklu, a staklo se pričinja kao blistava zvijezda, koja se pali iz blagoslovljenog maslinova stabla – ni istočnog, ni zapadnog – čije ulje skoro da svijetli i ako ga vatra nije dohvatila. Svjetlo nad svjetlom! Bog vodi Svojoj svjetlosti onoga koga odluči, i Bog navodi ljudima primjere. Bog znade svaku stvar.“²⁰⁸

Nesumnjivo, prijevod je i jasan i nadahnut. Uvodeći riječ „jednoća“, to jest da je Bog – *jednoća*, Ćorlukić priziva upomoć svoja znanja iz fizike, onih disciplina fizike koje tvrde da je sve Postojanje, da je sve cjelokupno Bivstvovanje, ujedinjeno u jednome kontinuiranom tonalitetu postojanja.

205 Podsjećamo tek uzgredno da izreka na francuskom „*belle infidèle*“ (*lijepa nevjerna!*) ukazuje na prijevod. Naime, ako je prijevod lijep nije vjeran originalu, a ako nije lijep onda je vjeran originalu.

206 Usp. Filip Ćorlukić, *Islam kao religija, kultura i civilizacija*, pogovor *Kuranu*, izd. Nakladni Zavod Matice Hrvatske, Zagreb, 2001., str. 391-432.

207 Kuran, 294.

208 Kuran, 359.

Praktički, *Božanska jednoća* – poslužimo li se terminologijom Filipa Ćorlukića – prožima sve Bivstvovanje, sve Postojanje. U islamskoj filozofiji to se zove *at-tawhīd* (jednoća, jedinstvo Božija; na engleskom *the Oneness*, na njemačkom *die Einheit*, itd). Podsjetili smo maloprije na davno otkriće sufija islama o tome koji je odnos Boga i Multiverzuma. Naime, sufije tvrde da svjetlost prožima bezbojnu staklenku, kao što i Bog jeste Svojim Svakad i Svukud u svijetu. Praktički, u svakoj pori bezbojne staklenke je prisutno svjetlo kao jedna jednoća (cjelina!) koja objedinjuje staklenku. (Ali staklenka ostaje staklenka, a svjetlo – svjetlo!)

Štaviše, islamski mistici kažu: Božansko svjetlo prožima i obojenu staklenku, preinačavajući bijelu i nebojenu svjetlost u – obojenu! To znači da između Božije jednoće ili Boga kao jednoće i Bivstvovanja, (ili Postojanja, ili Svjetova) ima i nahodi se jedna začuđujuće razgranata saradnja! Bog nije odvojen od svijeta, ali On nikada ne postaje Svijet, On ne postaje ono što stvara!

Čestitkama treba odati priznanje Filipu Ćorlukiću na tome što je respektabilno prenio upravo tu i takvu <mističnost kur'ānskoga štiva>. To vidimo i na njegovom insistiranju da arapsku i drevnosemitsku riječ *Allāh* prevodi hrvatskom (srpskom, bosanskom, crnogorskom...) riječju *Bog*. Nesumnjivo, time za hrvatsko čitateljstvo njegova *Kurana* osigurava prohodnost u shvaćanju i intimnost u doživljaju štiva temeljne islamske knjige. Ćorlukić kaže:

„Mi [Hrvati], kao i svaki drugi narod imamo svoju riječ i pojam: Bog. Zašto bismo onda pisali i izgovarali arapsku riječ Allah, kad je značenje potpuno isto, a i Kur'ān izričito tvrdi da je to isti Bog. Ovako, tvrdeći da je 'muslimanski Bog, Allah', dovodimo se u opasnost da to prihvatimo kao da se radi o dva različita boga! Uostalom, u Bibliji na arapskom jeziku, riječ Bog napisana je na arapskom jeziku, a to znači: Allah. Isti je slučaj i s brojnim imenima koja se spominju u Bibliji i u Kuranu. Ta biblijska imena u određenom su obliku prihvaćena u cjelokupnoj kulturi Zapada, pa je logično da smo i mi usvojili te, hrvatskom jeziku prilagođene nazive Mojsije, Isus i druga. Ako su ta imena u našem jeziku usvojena u tom obliku, tada pisanje istih imena [u prijevodu Kur'āna na hrvatskom] u arapskoj varijanti ne samo da se protivi jezičkim pravilima, nego djeluje i zbunjujuće.“²⁰⁹

Ovim pasażom Ćorlukić posvjedočuje svoju želju da kao prevoditelj Kur'āna na hrvatski postigne prohodnost u razumijevanju ove svete knjige. Ćorlukić se u svojim tekstovima kojima je komentatorski opremio svoj prijevod nije detaljnije bavio arapskim jezikom Kur'āna kao svetim jezikom islama i muslimana. Tu je tematiku uglavnom ostavio postrani.

Pa iako su nomenklatura, nazivlje i imena Kur'āna ostali na tragu dugotrajnog kulturalnog djelovanja Biblije u hrvatskom jeziku, ovaj se prijevod čita na jedan 'islamski način', muslimansko čitateljstvo ne doživljava *Kuran* prevoditelja Ćorlukića kao neku vrstu 'kršćaniziranja islama i Kur'āna'.

Napokon, Ćorlukić je u svojim prijevodnim rješenjima pribjegavao blagim racionaliziranjima diskursa Kur'āna. Za to ima nekoliko primjera. Recimo, kad prevodi 96. sūru Kur'āna koja se naziva

209 Kuran, 430.

'*Alaq*, on kao i drugi prevoditelji traži kako da na najljepši način izrazi značenje riječi '*alaq*. Komentari Kur'āna naglašavaju da riječ '*alaq* sadrži intenciju 'kačenja' ili 'zametanja', npr. zametanja klice za plodno tlo, odatle neki kažu da prve alineje ove sūre

Iqra' bi-smi rabbika llaḏī ḥalaq,

ḥalaqa l-insāna min 'alaq –

znače:

„Čitaj riječi Kur'āna u ime tvoga Gospodara

koji sve stvara, stvara čovjeka od zametka...“

Ćorlukićev prijevod ove alineje (96:1-2) glasi:

„Objavljuj, u ime tvoga Svedržitelja koji stvara,

stvara čovjeka od embrija!“²¹⁰

Kao čovjek koji je bio upućen u glavne narative embriologije, Ćorlukić je smatrao da arapsko-semitsku riječ '*alaq* treba prevesti kao embrio. Naravno, u pravu je. Ali i mnogih drugih šesnaest prevoditeljskih rješenja za ovo mjesto (i za mnoga druga) su valjana, kao recimo *zametak*, *ugrušak*, itd. Kur'ān je u svojoj riječi, ali je Kur'ān jednako tako i u svojim tumačenjima. Kad se u Kur'ānu kaže da Bog čovjeka stvara od nečega što je '*alaq*, to jest od nečega što se zametnulo za nešto, zakačilo za nešto, onda to znači da je sam čovjek taj '*alaq*, jer ljudsko biće u majčinoj maternici pupčanom vrpcom vezano je za majku, potom je kad se rodi plućima vezano za zrak, potom je ovisno o hrani, vodi, itd. Dakako, Ćorlukić ima pravo kad riječ '*alaq* prevodi kao embrij, tim prijevodnim rješenjem on je osvježio uvide u Kur'ān.

Ćorlukića ponekada vidimo i kao prevoditelja koji je pod utjecajem filozofijskog pojmovnog instrumentarija, tako riječ *aṣ-ṣamad* iz 112. sūre, a koja se odnosi na Boga Koji je Neovisan, prevodi riječima: „On je Vječni, Neprouzročeni Uzrok.“. Prisjetimo se da djela patristike, kao i rasprave muslimanskih teologa ili *mutakallimūna*, nikada nisu riješile sve probleme definiranja „Neprouzročena Uzroka“.

Jedna stanovita novina u tradiciji prevađanja Kur'āna na zapadnom Balkanu, a koju Ćorlukić uvodi na margine svoga prijevoda, jesu kratki signali ili upute, neke vrste sižea koje ukazuju na to šta je ono glavno u tekstu na glavnim dijelovima stranice. „Kažnjavanje vojske sa slonovima“²¹¹ nagovor je prevoditelja da se čitatelj začudi kako su mala, sitna „leteća stvorenja Eba-bil“ rastjerala pješadiju koja je vodila slonove. „Kada dođe pobjeda“²¹² aluzija je prevoditeljeva na kontinuirano širenje islama ili širenje predanosti Jednome Jedinome Bogu'. „Kada se sunce smota“²¹³, riječi su koje ukazuju da

²¹⁰ *Kuran*, 20.

²¹¹ *Kuran*, 31.

²¹² *Kuran*, 32.

²¹³ *Kuran*, 34.

će se naša zvijezda Sunce u času Smaka Svijeta 'uklupčati' i potamniti, zgasnuti. „Svakom prema njegovu ponašanju“²¹⁴, riječi su Ćorlukićeve koje ukazuju na kur'ānske stavke da čovjekovi koraci na Zemlji nisu uzalud i da je čovjek odgovorno biće. Nadalje, tvrdnja „Abraham razbija idolske kipove“²¹⁵ ukazuje na jednu epizodu obračuna monoteiste Abrahama sa njegovim politeističkim narodom koji je bio tlačiteljski; naime, taj narod iz politeizma nije mogao izvesti spoznanje da je Jedan Jedin Bog stvorio sva stvorenja, te da čovjekovo poštovanje stvorenja proishodi iz činjenice da smo svi stvoreni od Jednoga Jedinoga Stvoritelja. „Je li teže stvoriti vas [ljude, čovječanstvo] ili nebo?“²¹⁶ – prevoditeljska je parafraza koju Ćorlukić ističe na margini i kojom se posve jasno kaže da je činjenica stvaranja Univerzuma itekako značajnija od stvaranja čovjeka. I tako dalje. Ovih bilježaka ili signala na marginama prijevoda ima nekoliko stotina i vrlo su korisne u vođenju čitatelja da što smjernije razumiju poruke Kur'āna.

7. Riječ na kraju

Ovaj prijevod Kur'āna na hrvatski (*Kuran*) Filipa Ćorlukića pokazuje da se univerzalnost Kur'āna otvara i onim intelektualcima koji po svojoj užoj obrazovnoj vokaciji nisu arabisti, orijentalisti ili islamolozi. Ćorlukić je nekoliko desetljeća proučavao religije i njihove fenomene, posebno se usredsredio na judaizam, kršćanstvo i islam. Ta naukovna interesiranja odvela su ga da se u svojim usredsređenim opredjeljenjima dugo bavio islamom i Kur'ānom. Godine 2001. izlazi njegov prijevod koji je, u to nema nikakve sumnje, pisan lijepim hrvatskim jezikom, općerazumljivim idiomom, prijemčivim i nadahnutim. Kad je posrijedi Ćorlukićev hrvatski jezik, on sam kaže:

„Što se tiče jezika, u prijevodu na hrvatski nastojao sam dosljedno slijediti logičan kuranski pristup: 'Arapima na arapskom', pa u skladu s time i: 'Nama na našem jeziku'. Pored oštrog 'lektoriranja' Čauševićeva i Korkutova prijevoda, nastojao sam još i učiniti razumljivim one dijelove teksta koji su bili nerazumljivi zbog jezičke nespretnosti prevoditelja. U slučajevima kada je značenje nekog teksta ova dva prevoditelja bilo različito, tada sam se pomogao mnogo boljim engleskim prijevodom Asada Muhameda, pa sam odabirao ono značenje, koje su dala dvojica od ove trojice. Ako su pak sva trojica isti tekst prevela različito, tada sam tražio pomoć od Muftije Ševka Omerbašića, koji dobro poznaje arapski jezik.“²¹⁷

K tome, prijevod Kur'āna Filipa Ćorlukića opremljen je dodatnim bilješkama, fusnotama, kao i važnim uputama ili signalima sa margina na blizu četiri stotine stranica. Prevoditeljske upute i signali imaju ulogu međunaslova u ovom prijevodu. Na mnogo načina, bilješke sa margina dinamiziraju čitateljski doživljaj, daju prevedenom tekstu nužno potrebnu koherentnost, ukazuju na povezanost unutarnje strukture Kur'āna.

²¹⁴ *Kuran*, 37.

²¹⁵ *Kuran*, 55.

²¹⁶ *Kuran*, 69.

²¹⁷ *Kuran*, 430.

Činjenica da se Filip Ćorlukić odvažio da svoj prijevod objavi prema jednom vjerovatnom hronološkom redoslijedu sūra ili poglavlja Kur'āna, ovom njegovom prijevodu daju posebnu prohodnost i to doprinosi čitljivosti ovog djela.

Napokon, a to je možda najvažnije, prijevod pokazuje da su sveta štiva neka vrsta dragocjenih spremišta naših identiteta i vrjednota do kojih držimo. Filip Ćorlukić je svojim prijevodom Kur'āna na hrvatski, ili *Kuranom*, pokazao kako dijalog, pa i onaj međureligijski i međuvjernički, može pomoći naročito onda kad želimo osjetiti kako izgleda suživot drugih sa Bogom. Smatramo da će ovaj prijevod tek imati svoje vrijeme, jedan svoj drugi nastup. U tim nadanjima završavam ovaj tekst u danima koji muslimane sve više približavaju mjesecu Ramazanu.²¹⁸

Literatura:

Bikaj, Moris (Maurice Bucaille), *Biblija, Kur'ān i nauka (La Bible, le Coran et la Science)*, izdanje na bosanskom, Sarajevo, 2001.

Borić, Tamara, *Interview: "Filip Ćorlukić – O crkvi, religiji, državi, genetici, ratovima"*, *Nacional*, 19. 06. 2016.

Ćorlukić, Filip, *Islam kao religija, kultura i civilizacija*, pogovor *Kuranu*, Nakladni Zavod Matice Hrvatske, Zagreb, 2001., str. 391-432.

Ćorlukić, Filip, *Kamo ideš čovječe*, Prosvjeta, Zagreb, 1983.

Ćorlukić, Filip, *Quo Vadis Homo: Katastrofa ili savršenstvo?*, izd. Fokus komunikacije d. o. o., Zagreb, 2016.

Karić, Enes, *Kako čitati Kur'ān, I – II*, Media centar Islamske zajednice u Bosni i Hercegovini, Sarajevo, 2020.

Karić, Enes, *Kako tumačiti Kur'ān*, II izdanje, Tugra, Sarajevo, 2018.

KOPAH (Koran), preveo na srpski Mićo Ljubibratić Hercegovac, izd. zadužbina Ilije M. Kolarca, Beograd 1895.

Kur'ān Časni, preveli Mehmed Džemaludin Čaušević i Muhamed Pandža, Sarajevo, 1937.

Kuran s vremensko-tematski raspoređenim poglavljima, priredio i komentirao Filip Ćorlukić, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, 2001.

218 "Ovaj esej pisao sam krajem 2023. i početkom 2024. godine. Dok sam ga pisao, pretpostavljam da je gospodin Filip Ćorlukić živ. Naime, prije nekoliko godina čuo sam od uvaženog muftije u mirovini, gospodina Ševka Omerbašića, da je Filip Ćorlukić zagazio u duboku starost i da živi u domu za starije u Puli. Nedavno, prije nepuna dva mjeseca, saznao sam da je Filip Ćorlukić preminuo 18. decembra 2022. godine u domu za stajre u Puli. Doživio je gotovo punih 95 godina."

Palma, Óscar de la Cruz, „Robert de Ketton, traditore: Manifestations of anti-Islamic Radicalism in the First Latin Translation of the Qur’ān“, u: Rahman, Fazlur, *Major Themes of the Qur’ān*, Bibliotheca Islamica, Minneapolis, 1994.

Scheler, Max, *Položaj čovjeka u kozmosu*, preveli Vladimir Filipović i Sulejman Bosto, Logos, Veselin Masleša, Sarajevo, 1987.

The Koran, translated by John Medows Rodwell, Bantam Classic, New York, 2004.

The Latin Qur’ān, 1143-1500., translation, transition, interpretation, ur. Cándida Ferrero Hernández i John Tolan, De Gruyter, Berlin, 2021.

The Study Quran, translated by Seyyed Hossein Nasr (editor-in-chief), Caner K. Dagli, Maria Massi Dakake, Joseph E. B. Lumbard i Muhammed Rustom, izd. HarperOne, New York, 2015.

Hermeneutics and Exegesis of the Qur’an by Filip Ćorlukić

Abstract

This essay indicates the main plans that should be studied when dealing with the works of Filip Ćorlukić in which he investigates the Qur’ān, whether he realizes this through the translation of the Islamic holy book within its Croatian language adaptation, or through comparing the Qur’ān with the Bible, Islam with Christianity, or, on the other hand, through Ćorlukić’s personal and unique studies of the Qur’ān. This essay focuses especially on Ćorlukić’s scientific experiments in which he reconciles „true“ science and „true“ religion, the texts of the Bible and the Qur’ān, the teachings of Judaism, Christianity and Islam, the positions of scientism and theism.

Key words: Religion, science, Islam, devotion to God, Bible, Qur’ān, man, DNA, evolution.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.