



UNIVERZITET U SARAJEVU  
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA  
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

**(Ne)mogućnost konstituiranja intrakomunikologije u  
savremenosti**  
- magistarski rad -

Kandidatkinja:

Edina Čović

Mentorica:

prof.dr. Fahira Fejzić-Čengić

Broj indeksa: 933

Sarajevo, oktobar 2021.



UNIVERZITET U SARAJEVU  
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA  
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

**(Ne)mogućnost konstituiranja intrakomunikologije u  
savremenosti**  
- magistarski rad -

Kandidatkinja:

Edina Čović

Mentorica:

prof.dr. Fahira Fejzić-Čengić

Broj indeksa: 933

Sarajevo, oktobar 2021.

## Sadržaj

Uvod .....	6
Sažetak.....	7
Metodološki okvir rada .....	9
1. Problem istraživanja .....	9
2. Predmet istraživanja .....	9
2.1. Kategorijalno-pojmovni sistem .....	10
3. Načini istraživanja .....	13
4. Naučni i društveni ciljevi .....	14
4.1. Naučni ciljevi istraživanja .....	14
4.2. Društveni cilj istraživanja.....	14
5. Vremensko i prostorno određenje istraživanja.....	15
6. Sistem hipoteza .....	15
6.1. Generalna hipoteza .....	15
6.2. Posebna hipoteza 1.....	15
6.3. Posebna hipoteza 2.....	15
6.4. Posebna hipoteza 3.....	15
6.5. Posebna hipoteza 4.....	15
6.6. Posebna hipoteza 5.....	16
6.7. Indikatori.....	16
Komuniciranje – informiranje .....	17
1.2 Kružni tok informacije .....	19
1.3 Vrste komunikacije .....	20
Intrakomunikologija.....	23
Intrapersonalna komunikacija .....	23
Svijest o snazi unutrašnje, intrapersonalne, komunikacije je uvjet stabilnosti i čvrstoće u nestvarnom i fluidnom društvu .....	25
Kako ispuniti uvjet stabilnosti i čvrstoće - svijest o snazi unutrašnje, intrapersonalne komunikacije - u nestvarnom i fluidnom društvu, hiperprodukcije?.....	29
Masovni mediji - ekstenzije na skraćenu svijest.....	30

Masovni mediji neravnomjerno koriste psihičke potencijale publicusa .....	36
Zrak kao faktor samosagledavanja.....	38
<i>Održanje svijesti vlastitim, a ne medijskim prstima - alternativna tehnika disanja</i> .....	38
<i>Zašto se potiskuje desna hemisfera?</i> .....	44
Šta je slobodno vrijeme?.....	46
<i>Je li nam slobodno vrijeme zaista slobodno?</i> .....	50
<i>Industrija dosade je industrija zabave</i> .....	53
Svijest ponad svake materije i tijela – intra ponad eksternog.....	59
<i>Penetrabilnost vida</i> .....	60
<i>Intrakomunikologija u neuroznanstvenim argumentima za penetrabilnost vida</i> .....	61
<i>Kreiranje islamofobije: Reel Arabs vs. Real Arabs</i> .....	64
<i>Disneyeve Arapske noći</i> .....	66
<i>Gdje je smješten terorizam – u islamu ili u medijskim narativima?</i> .....	72
<i>Transformiranje stereotipa o islamu u vrline o islamu s mobilnom igricom Virtue Reality</i> .....	77
Voda kao faktor samosagledavanja.....	80
<i>Vježba - Ostavit će vas bez riječi, život bez riječi</i> .....	93
Medijska naracija i interpretacija, od intrapersonalnog do grupnog i masovnog – za pobjedu Dobra nad Zlim.....	101
<i>Insans – lokalne priče koje izazivaju nadu i sreću</i> .....	103
<i>TED Talks – ideje vrijedne širenja</i> .....	110
Zaključna razmatranja.....	113
Literatura .....	116
Biografija.....	120

## Uvod

Prije nego prećem na srć naslova predmet i problem samog rada, a to je intrakomunikologija i njen opstanak u savremenom svijetu masmedijske kulture, neophodno je da se dotaknem osnovnih komunikoloških pojmova, koji se tiću komunikacije i informacije, odnosno uvoda u teoriju informacija i komunikacija.

Sve na svijetu što je živo komunicira, a to znaći, sve što je živo šalje i prima simbolićke (rjeće nesimbolićke) signale, te se da zakljućiti da se tim procesima oslobaćanja signala, njihovim simbolićkim tokovima, mećuodnosima ili interaktivnim odnosima i prijemom, bavi komunikologija, ili, preciznije, opća humana komunikologija. Komunikologija proućava ne samo komunikacijske procese, ona proućava i efekte tih procesa, uslove njihovoga nastajanja i naćine odvijanja, kao i nućne i dovoljne pretpostavke za postizanje tih odnosa.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Fahira Fejzić-Ćengić, Uvod u teoriju informacija, Sarajevo 2008.

## Sažetak

Intrakomunikologiju, kao komunikaciju nevidljivog svijeta – gajba<sup>2</sup>, a koja nam pomaže da se razvijamo kao homo sapiens, kao ljudska umna i moralna bića, pokušat ću demistificirati<sup>3</sup> u svom magistarskom radu. Ovo se odnosi na objašnjenje intrakomunikologije, a samim tim i ljudi kao tih bića, koji prije svake izgovorene riječi ili svakog učinjenog djela, prvo bivaju u komunikaciji sa samim sobom. Nema ničeg nestvarnog u intrakomunikologiji kao takvoj, iako je mnogi ne priznaju. Nema ničeg mističnog u onom što ne vidimo, ne čujemo ili ne možemo dodirnuti. 4

S obzirom na činjenicu da se komunikacija dijeli na intrapersonalnu (unutar osobe), interpersonalnu (s drugim osobama), javnu (između mase i jedinke) i masovnu (posredovanu masovnim medijima), fokus u radu je usmjeren na temeljnoj od njih, intrapersonalnoj komunikaciji. Stoga, ako postoji složenost unutar ličnosti (a postoji<sup>5</sup>), znači da se stupnjevitost te složenosti ogleda u intrapersonalnoj komunikaciji, koja se zato može i mora analizirati i tumačiti kao i sve druge komunikacije. A ako se nauka o komunikacijama zove komunikologija, onda se i set znanstvenih pristupa unutarnjoj, intrakomunikaciji može i treba zvati intrakomunikologija.

Kako je istaknuo Ivo Andrić u svom govoru<sup>6</sup> za dodjelu Nobelove nagrade: „Pripovedač i njegovo delo ne služe ničemu ako na jedan ili na drugi način ne služe čoveku i čovečnosti. To

---

<sup>2</sup> Arap. Riječ koja označava nešto nevidljivo, ali nemoguće za opaziti sa dostupnim čovjekovim čulima. Nije nešto imaginarno, samo je *skriveno*.

<sup>3</sup> *Demistifikacija* je riječ latinskog je porijekla i ima veoma složeno značenje. Dok *mistifikacija* predstavlja obmanjivanje i zbunjivanje, odnosno iskorištavanje lakovjernosti određene osobe navodeći ga da vjeruje u stvari koje su potpuno nemoguće, *demistifikacija* predstavlja radnju suprotnu od ove. Znači demistifikacija je sve suprotno od laži, prevare, obmane, zalučivanja i slično. Shodno navedenom možemo zaključiti da demistifikacija predstavlja radnju u kojoj određena osoba ne samo da govori istinu nego se trudi da osobu (koja je možda obmanuta i izmanipulisana) izvede na pravi put, objasnivši joj da je do sada bila u zabludi, verujući u nešto što nije moguće ili nepostoji.

<sup>4</sup> Radijaciju ne vidimo i ne osjećamo, ali ona najstrašnije upropaštava naš DNK i sve drugo na Planeti zbog 'ludila testiranja' atomskih i inih bombi. (Fahira Fejzić-Čengić, Fakultet političkih nauka Sarajevo)

<sup>5</sup> Ličnost potječe od grč. riječi *persona*, a predstavlja masku glumaca u starogrčkoj drami. Proučavanje ličnosti je proučavanje različitih struktura i nivoa svijesti, još od antike do danas, čije izučavanje s vremenom postaje sve strukturalnije i šire.

„Ličnost je skup psiholoških osobina i mehanizama unutar pojedinca koji su organizirani i relativno trajni, te utječu na interakcije i adaptacije pojedinca na intrapsihičku, fizičku i socijalnu okolinu— (Larsen, R.J. i Buss, D.M., 2008, str. 4)

<sup>6</sup> <http://www.prometj.ba/clanak/ivo-andric/ivo-andric-o-prici-i-pricanju-1240>

je ono što je bitno.—Da budemo dobri ljudi. Hrabre, istinoljubive i kritički nastrojene (intra)ličnosti, jer nam to koristi u našem djelu. Mi takvi koristimo svijetu u kojem živimo, a naša djela čovječanstvu.

## **Metodološki okvir rada**

### *1. Problem istraživanja*

Problem istraživanja je (ne)moćnost konstituiranja intrakomunikologije u savremenom svijetu, svijetu masovnih medija. Činjenica je da intrakomunikologija još uvijek nema svoje mjesto u akademskom riječniku, što ne znači da nije prisutna. S obzirom na činjenicu da je komunikologija društvena nauka koja u najširem smislu izučava komunikaciju, međusobno razmjenu poruka, ona je osnova svake druge nauke, te njen korijen možemo pronaći u svakoj od njih. Upravo zato problem istraživanja ima korijen kao pojam u psihologiji, a odnosi se na komunikaciju osobe sa samom sobom. Riječ je o intrapersonalnoj komunikaciji koja će poslužiti kao naučni izraz za intrakomunikologiju. Intrapersonalna komunikacija podrazumijeva komunikaciju sa samim sobom - misli, emocije, monologe jedne osobe koji su sveprisutni, a samim tim i osnova za verbalno i svako drugo izražavanje među ljudima. Intrapersonalnu komunikaciju nemoguće je izbjeći i upravo zato je bitno da joj pristupimo s naučno-istraživačkog aspekta, jer od nje, u najvećoj mjeri, zavisi i svaki ostali tip komunikacije.

### *2. Predmet istraživanja*

Predmet istraživanja su masovni mediji koji društvo sve više podstiču na interaktivno djelovanje, a čime se sve više potiskuje intrapersonalno djelovanje. Predmet istraživanja su masovni mediji, kao napredna tehnika, koja je oslonac razvoja, ali ne nužno i boljeg života. Razvijamo se tehničko-tehnološki, ali postavlja se pitanje da li smo zdravije društvo? Sve više je bolesnih i nezadovoljnih individua. Također, možemo navesti konkretna patološka stanja koja potvrđuju ovo 'nazadovanje' posredstvom masovnih medija, jer su iz njih ili proizišla ili postala učestalija, a to su selfitis, narcizam, iskrivljenja kičme, depresija, cyber bullying, anksioznosti i razna druga, sve do (namjerne i nenamjerne) smrti. Naravno, nekritičkim



pristupom masovnim medijima, a i zbog raznih drugih psihosocijalnih faktora poput otuđenja, globalne krize, recesije, ratova, štetnih zračenja, jer je nemoguće da mediji sami nešto toliko pokvare. Masovni mediji pritom neravnomjerno koriste psihičke potencijale publikusa, kako bi ostvarili lakši manipulativni pristup nad javnošću. S obzirom da masovni mediji svoj pristup baziraju na ljudskoj anatomiji i psihologiji, dio predmeta istraživanja je i ljudski mozak, odnosno desna i lijeva hemisfera, koje su ključni filteri prije svake naše radnje. Lijeve hemisfere mozga predstavlja IQ, linearni, jednoobrazni, sistemski način razmišljanja, dok desna hemisfera mozga predstavlja čovjekovu EQ, emocionalnu inteligenciju, zaduženu za čovjekovu maštu, kreativnost i intuiciju. Ukoliko se EQ uspješno potisne, možemo imati ljude koji razmišljaju jednodimenzionalno i sistemski, bez autentičnog i kritičkog duha, za koji je nužna emocionalna inteligencija, odnosno aktivna desna hemisfera. U radu su prikazani neki od načina kako mediji manipulišu s čovjekovim moždanim hemisferama, ali i čulom vida. Istovremeno su istraženi načini kako da čovjek prepozna i da se odbrani od takvih manipulacija.

Samim tim, u radu je interpretiran čovjek koji se brani (jer to ne čini svaki). Onaj čovjek koji ima lični odgoj, moral i etiku mimo komercijalne etike profita, čovjek koji ima iskustveno polje šire od upotrebe masovnih medija je onaj koji ima mogućnost da se brani od manipulacija.

### *2.1. Kategorijalno-pojmovni sistem*

U teorijskom određenju predmeta istraživanja definisat ću centralne pojmove koji govore o bitnim svojstvima predmeta istraživanja.

*Komuniciranje* (lat. *communicare* – razgovarati, dogovarati se, učiniti općim) može se opisati kao:

1. priopćenje, saopćenje, izlaganje, predavanje;
2. promet, saobraćaj, spoj, vezajedne tačke s drugom;
3. saobraćajnica, prometno sredstvo i veza.

Komuniciranje je interaktivan proces, koji podrazumijeva suodnos i razmjenu poruka između učesnika u komunikacijskom kanalu.<sup>7</sup>

*Masovni mediji* –(lat. medium – posrednik, sredina) Denis McQuail je opisao masovne medije kroz šest posebnih stavki:

- 1 - razlučiv skup aktivnosti (stvaranje medijskog sadržaja)
- 2 - uključuju posebne tehnološke konfiguracije (radio, televizija, videoteks, novine, knjige)
- 3 - vezani su za formalno konstituisane institucije ili medijske kanale (sistemi, stanice, publikacije)
- 4 - operišu u skladu sa određenim zakonima, pravilima i shvatanjima (profesionalni kodeksi i praksa, publika, društvena očekivanja i navike)
- 5 - produkt su lica koje zauzimaju izvesne uloge (vlasnici, regulatori, producenti, distributeri, oglašivači, članovi publike)
- 6 - prenose informacije, zabavu, slike i simbole do masovne publike.

*Masovno društvo* - oblik društva koji nastaje zbog industrijalizacije, urbanizacije, masovne proizvodnje i zapošljavanja, širenja tržišta roba, masovnog obrazovanja i uvođenja masovnih medija. Bilježi ga slabljenje čvrstih (npr. rodbinskih) veza među pojedincima i skupinama, te društvena fragmentacija i atomizacija, a istodobno sve veća izloženost utjecaju promidžbe, bilo komercijalne ili političke. Krajem XX. st. u najrazvijenijim zemljama, radi širenja novih tehnologija koje počinju na većoj mogućnosti izbora i dvosmjernoj komunikaciji (internet), sve učestalijih inovacija (društvo znanja), rasta proizvodnje podrećene isključivo zahtjevima tržišta, te smanjenja stalnoga rasta fleksibilnoga zapošljavanja, masovno društvo sve više ustupa mjesto, kako ističe M.Castells umreženom društvu<sup>8</sup>.

*Interakcija* – 1-mećusobni utjecaj dvaju ili više djelovanja ili akcija; međudjelovanje, 2-psih. odnos između dviju ili više osoba koji dovodi do mećuzavisnosti u njihovu ponašanju i doživljavanju, 3-fiz. situacija u kojoj ponašanje jednog sistema utječe na ponašanje drugog sistema, proces u kojem više tijela djeluju jedno na drugo, što rezultira nekim fizikalnim ili

---

<sup>7</sup> Fahira Fejzić-Čengić, *Uvod u teoriju informacija*, Sarajevo, 2008.

<sup>8</sup> Masovno društvo, *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 9. 9. 2021.

kemijskim promjenama na tim tijelima, 4-fil. mišljenje o prirodnim i društvenim fenomenima kao o međusobno povezanim i uzajamno ovisnim čimbenicima<sup>9</sup>.

*Selfitis* – opsesivno-kompulzivna želja da se objavljuju selfiji na društvenim mrežama kako bi se nadoknadio manjak samopouzdanja te ispunila praznina u intimnom životu. Nerijetke su ekstremne situacije kada osoba, posebno ona koja je maloljetna, napravi stotine selfija dnevno. Američka psihološka asocijacija (APA) je napravila klasifikaciju na: *granični selfitis* (fotografisanje sebe tri puta dnevno, ali bez potrebe za objavljivanjem na društvenim mrežama), *akutni selfitis* (fotografisanje sebe najmanje tri puta dnevno, ali s objavljivanjem na društvenim mrežama) i *kronični selfitis* (nekontrolisana želja za samofotografisanjem i objavljivanjem na društvenim mrežama više od šest puta dnevno, u toku 24h).<sup>10</sup> Journal of Family Medicine and Primary Care je istražio ekstremne situacije smrti zbog pravljenja 'savršenog' selfija. Prema istraživanju od 2011. do 2017. čak je 259 osoba poginulo uslijed pravljenja selfija na mjestima rizičnim za život.<sup>11</sup> Selfitis se sve više potvrđuje kao mentalni poremećaj, koji prikazuje unutrašnju ispraznost i neispunjenost. Nerijetko je dokazano (u prilog čemu govore navedene studije u referencama) da dovodi do drugih opsesivno-kompulzivnih poremećaja, depresije i anksioznosti, iskrivljene slike prema tijelu, poremećaja u prehrani (anoreksija i bulimija), narcisoidnosti, poremećaja hipreaktivnosti s nedostatkom fokusa, šizofrenih sklonosti i ovisnosti.

*Emocionalna inteligencija* - (eng. emotional intelligence; EI or EQ) predstavlja sklop više sposobnosti - sposobnost prepoznavanja, razumijevanja i kontrole vlastitih, ali i tuđih emocija. U praktičnom smislu to znači biti svjestan svojih emocija i načina na koje one utječu na naše ponašanje, osobito u interakciji s drugim ljudima.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Interakcija, Hrvatski jezični portal, pristupljeno 09.09.2021.

[https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search\\_by\\_id&id=fVpuXBU%3D&keyword=interakcija](https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=fVpuXBU%3D&keyword=interakcija)

<sup>10</sup> [https://www.researchgate.net/publication/328634014\\_Selfie\\_Syndrome\\_-\\_A\\_Mental\\_Disorder](https://www.researchgate.net/publication/328634014_Selfie_Syndrome_-_A_Mental_Disorder) <sup>11</sup>

*Selfies: A boon or bane?*, Journal of Family Medicine and Primary Care, 2018.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6131996/>

<sup>12</sup> Colman A (2008), *A Dictionary of Psychology*, Oxford University Press

### 3. Načini istraživanja

Načini istraživanja mogu se podijeliti u teorijske i empirijske, gdje povezivanje pojmova u hipoteze, dedukciju i izvlačenje mogućih povezanosti, podrazumijeva teorijsku tehniku i vještinu. Dok u empirijske, iskustvene, metode istraživanja možemo uvrstiti sva mjerenja, načine prikupljanja i obrade podataka, planiranje eksperimenta, i sl.<sup>13</sup> Moje istraživanje je, shodno ovom, teorijsko-empirijsko, s akcentom na teorijskom.

U ovom radu je teorijski način istraživanja osnov za rad, s obzirom na kompleksnost komunikologije kao nauke, a posebno intrakomunikologije kao pojave, koja nužno zahtijeva interdisciplinarnu uključenost ostalih nauka i znanosti poput medicine, sociologije, biologije, geografije, psihologije, itd. S obzirom na interdisciplinarnu kompleksnost intrakomunikologije, rad je prvenstveno baziran na teorijskom načinu istraživanja referirajući se na podatke i činjenice iz svih navedenih nauka, jer je tek klica za buduća istraživanja, nadati se i u empirijskom domenu. Trenutno je fokus na stabilizaciji i integraciji intrakomunikologije u teorijskom domenu, nakon čega će se moći preći i na empiriju.

Za ispitivanje subjektivnih doživljaja i iskustava, koji su bili neophodni u osvjetljavanju intrakomunikologije, pristupila sam analizi pojedinačnog slučaja (case study) kroz dva konkretna primjera, masmedijske manipulacije, navodeći Disneyev animirani film *Aladdin*, te fact-checking analizu islamofobičnog reportaže i članka RT (Russia Today). Osim toga, pristupila sam analizi slučaja vlastite (lokalne) online platforme *Insans*, a što je objedinilo i metodu ispovijesti, jer su navedena dva primjera ličnih ispovijesti. Također sam u analizi studije slučaja, istaknula i globalni primjer, svjetske, online platforme *Ted Talks*.

---

<sup>13</sup> Đuro Šušnjić, *Metodologija – Kritika nauke*, Čigoja štampa, 1999.

## **4. Naučni i društveni ciljevi**

### *4.1. Naučni ciljevi istraživanja*

Ovo istraživanje, kao sinteza istraživanja iz oblasti neuropsihologije, komunikologije, medicine, sociologije, masovnih medija i homeopatije, na jedan sveobuhvatan način može biti baza za daljnja istraživanja o fenomenu intrakomunikologije, te pridonijeti u formiranju intrakomunikologije kao zasebnog nivoa komunikologije.

Istraživanjem se otkrivaju različiti načini sagledavanja djelovanja masovnih medija i njihovog utjecaja na psihu i tijelo čovjeka, što može podići svijest o značaju proučavanja intrapersonalne komunikacije.

Rezultatima se postavlja baza za prihvatanje holističkog pristupa u proučavanju masovnih medija, te češću i nužniju saradnju između komunikoloških i medicinskih znanosti. S obzirom na to, potvrdit će se korelacija između sve češćih oboljenja i mentalnih poremećaja u vezi s masovnim medijima.

### *4.2. Društveni cilj istraživanja*

Istraživanje ima i svoj društveni značaj, jer prikazuje ono što masovni mediji pokušavaju prekriti, a to je značaj intrapersonalne komunikacije ili komunikacije sa samim sobom. Rad će ukazati na izazove s kojima se društvo masovnih medija susreće, a koji im uglavnom nisu predstavljeni kao izazovi. Prikazivanjem manipulativne strane masovnih medija, čitatelji će imati priliku da se osvrnu na vlastiti odnos s masovnim medijima. Ovo također podrazumijeva, poželjnu, pojavu kritičkog stava naspram medijskog sadržaja i naspram masovnih medija uopće.

S obzirom na činjenicu da je rad fokusiran, kako na psihičko, duševno, tako i na tjelesno zdravlje ljudi, poseban značaj je u empatičnosti pristupa s kojim nastojim poboljšati kvalitet života ljudi. Rad će ponuditi konkretne načine zdravog opstanka s masovnim medijima, kroz alternativne tehnike i znanja.

## **5. Vremensko i prostorno određenje istraživanja**

S obzirom na kompleksnost i prostranost teme, istraživanje nije prostorno ograničeno. Ipak u samom radu navedeni su lokalni primjeri, na području BiH, ali i globalni primjeri, koji zahvataju cijeli svijet.

Vrijeme u kojem se istraživanje provodi se odnosi na trenutno, aktuelno, savremeno doba. Doba masovnih medija, koje podrazumijeva trenutno, dvadeset i prvo stoljeće, ali zbog svojih početaka i teorijskih uporišta, te nekih prošlostoljetnih primjera, i prethodno, dvadeseto stoljeće.

## **6. Sistem hipoteza**

*6.1. Generalna hipoteza*- Svijest o snazi unutrašnje, intrapersonalne, komunikacije je uvjet stabilnosti i čvrstoće u nestvarnom i fluidnom društvu

*6.2. Posebna hipoteza 1*- Intrapersonalna komunikacija pruža uvid u stvarne potrebe čovjeka

*6.3. Posebna hipoteza 2*–Masovni mediji skraćuju ljudsku svijest

*6.4. Posebna hipoteza 3*- Masovni mediji neravnomjerno koriste psihičke potencijale publicusa

*6.5. Posebna hipoteza 4*- Tehnika je oslonac razvoja, ali ne nužno i boljeg (ili kvalitetnijeg) života

6.6. *Posebna hipoteza 5* – Neposredna, direktna i tiha komunikacija je ona s kojom možemo uočiti stvarnost u nama i oko nas

6.7. *Indikatori* - knjige, naučni radovi, članci, intervjui, potvrđeni znanstveni eksperimenti, disanje kao prirodna pojava u ljudi, voda kao prirodna pojava u ljudima, emisije (TED Talks), online platforme, lični primjeri iz svakodnevnice i iskustva individua.

## Komuniciranje – informiranje

Komuniciranje<sup>14</sup> je pojava, proces, tok, (su)odnošenje ili interakcija između subjekta komunikacijskog procesa, prije svega, kao životnog svijeta na zemlji, i postoji otkako i živi svijet (bios). Mada je komunikacija kao fenomen stara koliko život, ovaj pojam kao istraživački objekt je relativno nov i spada u takozvane *velike riječi* dvadesetoga, dvadeset i prvoga stoljeća. To upravo stoga, što je *objektivizirano*komuniciranje, *poznanstvenjeno* *komuniciranje*, njegovi produkti i sadržaji, tek u novije vrijeme zadobilo formalno-teorijsko utemeljenje. Tako se odnedavno znanstveno utemeljuje, izučava i anticipira, kako na društveno-humanističkim katedrama, tako i na srodnim, ili manje srodnim matematsko-kibernetičkim, biološkim, biohemijskim i fizikalno-filozofijskim katedrama. To stoga što je komunikacija i komuniciranje kao prost i istovremeno složen fenomen prisutan svuda – eksplicitno – prisutan je u svakom pojedinačnom organizmu, implicitno – prisutan je u svakom komadu stijene, grmenu zemlje ili zrcu polena. Stoga se ponekad čini preteškim za prosječno shvatanje (u šta spada i studentsko) da se u tako raznolikom i raznovrsnom svijetu pojavnosti koje se neprestano mijenjaju i pulsiraju, mogu pronaći *komunikacijski kod*, mogu pronaći *informacija*<sup>15</sup> kao njena osnovna jedinica, koja se mogu ozakonjeriti, univerzalistički predstaviti, simbolički precizirati i komunicirati.<sup>16</sup>

U svojoj knjizi o teoriji informacija, profesorica Fejzić-Čengić, nastoji uvesti čitatelje, a prvenstveno studente, u teoriju informacija, čineći to vrlo jednostavno s obzirom da je riječ o vrlo kompleksnom fenomenu. Najjednostavnije to opisuje informiranjem kao jednosmjernim procesom, a komuniciranje, kao dvosmjernim procesom.

Navodeći ovo kao osnovne pojmove teorije informacija, dalje objašnjava da bi informiranje trebalo biti ispunjavanje onog dijela komunikacijskog toka od prvog subjekta ili *komunikatora* i usmjereno ka drugome subjektu (ili drugim subjektima) koji se u teoriji nazivaju

---

<sup>14</sup> Lat. *communicare* – razgovarati, dogovarati se, učiniti općim, priopćenje, saopćenje, izlaganje, predavanje; promet, saobraćaj, spoj, vezajedne tačke s drugom; saobraćajnica, prometno sredstvo i veza. (Fahira Fejzić-Čengić, Uvod u teoriju informacija, Sarajevo 2008.)

<sup>15</sup> Lat. *informare* – dati oblik, oblikovati, predočiti; uputa, obavijest, obavještenje, saopćenje o toku radova ili o nečijoj djelatnosti; podatak o nečemu.

<sup>16</sup> Fahira Fejzić-Čengić, Uvod u teoriju informacija, Sarajevo 2008.



*recipijentima*. Prvog i drugog subjekta komunikacijskog čina, komunikatora i recipijenta, povezuje prije svega sadržaj njihove komunikacije, tj. povezuje ih informacija. Ovo približuje shvatanje da je najbitnija karakteristika *komuniciranja* interakcija, tj. suodnos, komunikacija subjekata komunikacijskoga čina (što znači da uključeni subjekti međusobno razmjenjuju sadržaje, poruke ili informacije), dok je u procesu *informiranja* ta interakcija više hipotetička i poželjna, a manje ostvariva nego kod procesa *komuniciranja*. Informiranje je, dakle jednosmjernan proces, jednosmjernan tok, jednosmjerna relacija pri čemu nekoga o nečemu informacijom ili informacijama obavještavamo ne očekujući interaktivno, simulativno, jednovremeno reagiranje. To je najbitnija i najočitija razlika između ova dva društvena fenomena.

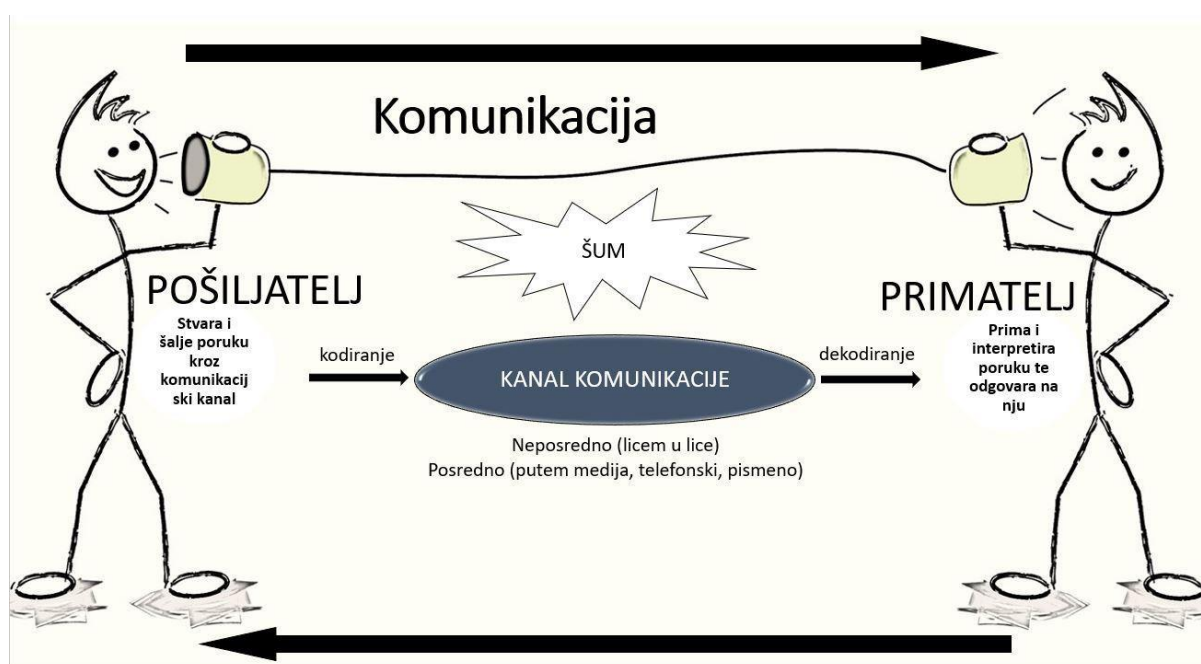
17

---

<sup>17</sup>Ibid, str14.

## 1.2 Kružni tok informacije

U procesu informisanja, odnosno komuniciranja iznimno je bitan trenutak, čin ili tačka prijema informacije, isto koliko i trenutak, čin ili tačka njena nastanka. U tom smislu uspostavlja se *kružni tok informacije*, tok ili život informacije od komunikatora do recipijenta i ono što iz tog kruženja, ili informacijskog životata nastaje.



Slika 1: Komunikacijski kanal

18

Svaki komunikacijski čin obuhvaća sljedeće osnovne elemente: pošiljatelja (izvor, komunikator), primatelja (recipijent, adresat); kod (verbalni i neverbalni znakovni sustav, sustav simbola); kanal (fizički prijenosnik ili spoj, npr., govor, pismo, telefon, televizija), poruku (kombinacija znakova, sadržaj, informacija); kontekst (predmet komuniciranja, situacijski čimbenici).<sup>19</sup>

<sup>18</sup>Izvor fotografije - <https://mooc.carnet.hr/mod/book/view.php?id=26002&chapterid=7097>

<sup>19</sup><http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32686>

### 1.3 Vrste komunikacije

Temeljni proces komunikacije je stvaranje odnosa, odnosno stvaranje raznovrsnih socijalnih interakcija. Kvaliteta odnosa direktno utječe i na kvalitetu komunikacije. Kako ljudi međusobno komuniciraju putem poruka važno je odrediti što su poruke. Sve poruke sastoje se od nizova simbola. U svojoj studiji o interpersonalnoj komunikaciji Kathleen K.Reardon objašnjava da su simboli riječi, geste, slike, zvukovi ili pokreti, stoga što se ljudi više ili manje slažu u pogledu objekata, zbivanja ili osjećaja na koje se ti simboli odnose.<sup>20</sup> Neophodno je komunikaciju shvatiti kao odnos između pošiljatelja na jednoj strani i primatelja koji raspolaže informacijama, tumače ih na svoj način i koriste u svom vlastitom interesu ili potrebi, na drugoj strani.<sup>21</sup>

Reardon je istaknuo i šest osnovnih značajki ljudske komunikacije:

1. Ljudi komuniciraju iz mnoštva različitih razloga;
2. Komuniciranje rezultira namjervanim, ali i nenamjervanim učincima;
3. Komunikacija je obično obostrana;
4. Komuniciranje uključuje najmanje dvije osobe, koje jedna na drugu utječu u nejednakoj mjeri;
5. Komunikacija se dogodila i onda kada nije bila uspješna;
6. Komuniciranje uključuje uporabu simbola.<sup>22</sup>

Reardon je analizirao interpersonalnu, međuljudsku, komunikaciju, koja podrazumijeva komunikaciju između dvije ili više osoba, verbalnim ili neverbalnim porukama.

---

<sup>20</sup>Reardon, Kathleen K., *Interpersonalna komunikacija: gdje se misli susreću*, Alinea, Zagreb, 1998.

<sup>21</sup><https://repozitorij.ufzg.unizg.hr/islandora/object/ufzg%3A371/datastream/PDF/view>

<sup>22</sup>Reardon, Kathleen K., *Interpersonalna komunikacija: gdje se misli susreću*, Alinea, Zagreb, 1998.

S obzirom na tu dimenziju, komunikaciju možemo podijeliti na:

- Intrapersonalnu komunikaciju
- Interpersonalnu komunikaciju
- Grupna komunikacija
- Javna komunikacija
- Masovna komunikacija
- Mećukulturalna komunikacija

**Intrapersonalna komunikacija** se javlja u onom trenutku kada razmišljamo, pišemo dnevnik, pripremamo se za važan razgovor, analiziramo svoje postupke, donosimo važne životne odluke i najbanalniji primjer je onaj kada držimo monolog. Pozitivne posljedice ovakve komunikacije su bolje poznavanje vlastite osobnosti i pogleda na različite životne situacije.

**Interpersonalna komunikacija** najčešće podrazumijeva razgovor licem u lice, ali ne isključuje ni razgovor, naprimjer, telefonom. Ovakvim vidom komunikacije upoznajemo ljude i svijet oko sebe, predstavljamo se pojedincima, ali također uspostavljamo, popravljamo ili raskidamo pojedine mećuljudske odnose. Svakodnevno se ljudi najviše njome koriste i najrasprostranjenija je.

**Grupna komunikacija** se odvija u okviru jedne ili više grupa. Razlikujemo male i velike grupe, gdje u malim grupama češće dolazi do interakcije licem u lice. Pritom nije samo pitanje broja, već i cilja pod kojim se grupa sastaje. Grupnu karakterizira rješavanje problema, razvitak ideja i podjelu znanja i iskustva, gdje svaki pojedinac može doći do izražaja. Ovdje spadaju i forme o kojima zapadna, mainstream, komunikologija rječe piše, a to su iscjeliteljske dalekoistočne grupne forme – hipnoze, meditacije, voćene meditacije, sufijski rituali i medžilisi (grupni) zikrovi, kao i homeopatski djelatni krućoci u grupama.

**Javna komunikacija** podrazumijeva veću grupu ljudi, gdje govornik i publika imaju jednak status i zadatak- prijenos novih informacija i nametanje vlastitog mišljenja kako bi se promijenili stavovi suprotne strane, ali ne i nužno. Moguće je da se zadrže ili potvrde postojeći stavovi svoje masovne publike, u zavisnosti od intencija i želje komunikatora, odnosno lidera komunikacijskog čina.

**Masovna komunikacija** obuhvata veliki broj učesnika, bez obzira na profesionalni, dobni, spolni ili bilo koji drugi status. Ekspanzija masovnih medija omogućila je i masovnoj komunikaciji da se razvija.

**Međukulturalna komunikacija** podrazumijeva sve do sada navedene komunikacije osim intrapersonalne. Govorimo li o upoznavanju ljudi iz drugih kultura, čiji su običaji, pravila, religija drugačiji od naših, te razmjeni iskustava i mišljenja, onda znamo da je riječ o mećukulturalnoj komunikaciji.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup><https://sites.google.com/site/ucenicakatarinacupovic/8-medjukulturalna-komunikacija>

## **Intrakomunikologija**

Kako u uvodu istaknuh činjenicu da, ako postoji složenost unutar ličnosti (a postoji<sup>24</sup>), znači da se stupnjevitost te složenosti ogleda u intrapersonalnoj komunikaciji, koja se zato može i mora analizirati i tumačiti kao i sve druge komunikacije. A ako se nauka o komunikacijama zove komunikologija, onda se i set znanstvenih pristupa u nutarnjoj, intrakomunikaciji može i treba zvati intrakomunikologija. Cilj ovog rada je upoznati čitatelje sa intrakomunikologijom i ukazati na njen esencijalni značaj, na osnovu intrapersonalne komunikacije.

### *Intrapersonalna komunikacija*

Kako pojam 'intra' znači 'unutar', tako se i komunikacija koja se odvija unutar neke osobe naziva intrapersonalna komunikacija. S druge strane, izraz "inter" znači "između", pa kada se komunikacija odvija između dvije ili više osoba, kaže se da je to međuljudska komunikacija.

Mi, ljudi, smo društvene životinje i uvijek trebamo nekoga da razgovara ili podijeli naša mišljenja, vijesti, pa čak i osjećaje. Komunikacija je značajan dio našeg života, bilo da nešto kažemo ili ne, ona automatski prenosi poruku osobama koje nas okružuju, jer je neizbježna. To može biti intrapersonalna komunikacija ili međuljudska komunikacija. Glavna razlika između intrapersonalne i međuljudske komunikacije je u tome što je prva nevidljiva, jer nam ide na pamet, a druga je vidljiva dok se odvija između više strana. Intrapersonalna komunikacija je ona koju imamo sa sobom, tj. komunikacija koja se događa u našem umu. Za razliku od interpersonalne komunikacije, koja je vremenski poprilično redovita, zbog socijalnih potreba, intrapersonalna je vremenski neprekidna, baš zbog ljudske prirode. Mi smo uvijek smo mi. Ne možemo pobjeći od onog u nama – naših misli i emocija. Niti ih prekinuti,

---

<sup>24</sup>Ličnost potječe od grč. riječi *persona*, a predstavlja masku glumaca u starogrčkoj drami. Proučavanje ličnosti je proučavanje različitih struktura i nivoa svijesti, još od antike do danas, čije izučavanje s vremenom postaje sve strukturalnije i šire. „Ličnost je skup psiholoških osobina i mehanizama unutar pojedinca koji su organizirani i relativno trajni, te utječu na interakcije i adaptacije pojedinca na intrapsihičku, fizičku i socijalnu okolinu— (Larsen, R.J. i Buss, D.M., 2008, str. 4)

kao što možemo prekinuti dijalog s drugom osobom. Intrapersonalna komunikacija je podržana medijem koji možemo okarakterisati kao unutrašnjim osjetilima osobe. Osim toga, intrapersonalna komunikacija podrazumijeva razmišljanje i (samo)analizu. Sredstvo, posrednik, do samospoznaje u pojedincu su upravo njegove misli i emocije, koje se dalje manifestuju kroz pojave i procese u i na tijelu osobe.<sup>25</sup>

Komunikacija sa sobom uključuje razmišljanje, analiziranje, tumačenje, procjenjivanje, osjećaje, kao odraz pojedinca, s ciljem da se nešto razjasni u njegovom životu. To je aktivnost koja se odvija u našem umu; pri čemu je osoba uključena u razgovor sa sobom, općenito poznatim kao '*samogovor*' ili '*unutarnji govor*'. Osim monologa, aktivnost može biti i *unutarnji dijalog*, kada zamišljate razgovor, u mislimas odsutnim drugim. Dakle, posve je očito da su pošiljatelj i primatelj ista osoba.

Tri aspekta koja upravljaju intrapersonalnom komunikacijom su:

*Samo-koncept* - (ja-koncept), utvrđuje način na koji pojedinca preuzima sebe, orijentiran prema drugima. Tri čimbenika u samo-konceptu su vjerovanje, vrijednosti i stav.

*Percepcija* – ono što pojedinčev um prima i shvata iz vanjskog svijeta.

*Očekivanje* – podrazumijeva pojedinčevo povjerenje za budućnost da bi se moglo dogoditi nešto.<sup>26</sup>

S obzirom da je intrapersonalna komunikacija osnova međuljudske komunikacije, jer podrazumijeva naše iskustvo na kome se oslanja naša percepcija, a upravo naša percepcija utječe na našu interakciju s drugim osobama i kreiranje života oko nas, nastavljam dalje u demistificiranju intrakomunikologije, nevidljivog svijeta (naših misli i emocija), a samim tim i nas kao živih bića, koji prije svake izgovorene riječi ili svakog učinjenog djela, prvo bivaju u komunikaciji sa samim sobom. Nema ničeg nestvarnog u intrakomunikologiji kao takvoj, iako je mnogi ne priznaju. Nema ničeg mističnog u onom što ne vidimo, ne čujemo ili ne možemo dodirnuti.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup>Ponašanje – djelo. Zdravlje – bolest.

<sup>26</sup><https://hr.weblogographic.com/difference-between-intrapersonal>

<sup>27</sup>Radijaciju ne vidimo i ne osjećamo, ali ona najstrašnije upropaštava naš DNK i sve drugo na Planeti zbog 'ludila testiranja' atomskih i inih bombi. (Fahira Fejzić-Čengić, Fakultet političkih nauka Sarajevo)

## **Svijest o snazi unutrašnje, intrapersonalne, komunikacije je uvjet stabilnosti i čvrstoće u nestvarnom i fluidnom društvu**

Od iznimnog je značaja biti svjestan intrapersonalne komunikacije, posebno za ljude od javne riječi, s obzirom na njihov utjecaj koji odašiljaju u svom okruženju. U savremenom dobu, oni svoj utjecaj direktno i indirektno odašiljaju preko medija, prijenosnika, što u ovom slučaju predstavlja masovne medije. U svom djelu „Kao ribe u vodi— autorica potvrđuje moje prethodne dvije rečenice, razlučivši da se, o bitnim stvarima, javno mnijenje, ipak, formira i po ulozi značajnih ličnosti, autoriteta od morala, zvanja ili znanja. Što je slamka spasa za inače pomahnitalu medijsku mašineriju kojoj smo svakodnevno izloženi.<sup>28</sup>

Moralna odgovornost je utkana u svako biće, a njeno mjesto tvorbe je intrakomunikologija, svaka komunikacija unutar nas. Dalje podsjeća Fejzić-Čengiđ, sve izvan prihvatanja vlastite kao osobne, lične, individualne moralne odgovornosti spada u domen iluzija i iluzionizma. Kako bismo inače, kao ljudska umna, moralna, bića nanovo osjetili dobrotu, plemenitost, njeđnost, odanost, ako ne promislimo u sebi i o sebi ? Potrebno je ozbiljno promišljati i istrađivati ka unutrašnjosti sebe kao bića, jer tu se nalaze neizmjerne riznice mudrosti, bogatstva, stanja radosti, u čemu nema ničeg mističnog. Ipak, svi elementi savremenog doba, modernog čovjeka uključuju u drugačiju komunikaciju sa samim sobom ili drugačiju intrapersonalnu komunikaciju. Komunikacija sa sobom, njegovanje sebe, je predstavljena kao glancanje svake spoljašnjosti: od lica, tijela, odijela, kuće, okućnice, kancelarije<sup>29</sup> čime se pojedinac otuđuje od sebe samog. Ovakvo otuđenje se ogleda u izostanku samokomunikacije, intrapersonalnog tumananja kroz sve nivoe vlastite (ne)svijesti, a koje su osnova za svaku drugu, međuljudsku, komunikaciju. U navedenom djelu „Kao ribe u vodi—, profesorica Fahira, savjetuje dva prijedloga kao lijek od (samo)otuđjenja:

1. Truditi se pratiti samog sebe neprestano, 24 sata, 7 dana u hefti, 12 mjeseci u godini;
2. Stalno se stidjeti svega potencijalno lošeg! Odgajani ljudi imaju čak 375 deredđa samopromatranja, a izuzetno rijetki i do 700 deredđa.<sup>30</sup> Lijek je u stalnom (pre)odgajanju, u vidu samopromatranja, što upravo podrazumijeva intrapersonalnu komunikaciju. Stepeni

<sup>28</sup> Fejzić Čengiđ, Fahira, Kao ribe u vodi, Dobra knjiga, Sarajevo, 2018.

<sup>29</sup>Ibid, str. 217.

<sup>30</sup>Ibid, str. 221.



promatranja o kojima autorica govori, u kontekstu njenog savjeta o svakodnevnom, dvanaestomjesečnom, promatranju sebe, vjerovatno znači da je onoliko stepeni samopromatranja koliko i naših dana (u kojima se svjesno promatramo). Neko ih ima 365, jer se promatra jednom dnevno, svaki dan u godini. A neko 375 ili 700, jer to čini više puta dnevno.

Kako god bilo, intrapersonalna komunikacija je kontinuirana, jer čovjekov unutrašnji svijet ne prekida svoje kretanje, dok god fizički dišemo. Bez obzira da li smo je svjesni ili ne, ona se oblikuje. Odnosno, ona oblikuje nas. Na nama je kako ćemo joj pristupiti, svjesno i svakodnevno, spoznavajući sve stepene svoga bića; Ili otučeno od vlastite duše i istine, tižeći život kojim nam neko nacrtava na ekranu ili u nekom magazinu.

Ali ko se može stalno samopromatrati? Osoba čija su čula i čija je svijest u (ne)posrednom doticaju sa stvarnim životom, stvarnost će i uočavati. Međutim, osoba čija su čula i čija je svijest u najvećoj mjeri u (ne)posrednom doticaju sa tehnikom i tehnologijom i koja stvarni život percipira samo ili u velikoj mjeri preko ekrana, teško da će uočiti stvarnost. Za uočavanje stvarnosti je neizbježno da se samopropitujemo i posmatramo, ali onaj ko je većinom uključen u tehniku, propitivat će ono što mu se ponudi na ekranu ili neće ni to. U svakom slučaju, odgovor o samopromatranju je negativan za one ljude koji su većinu svog vremena posvetili ekraničkom svjetlu tehnike i mas medijskom sadržaju, te tako zaborave na vlastite potrebe, misli i emocije, čime im nedostaje autentično sebstvo kao sredstvo uzdizanja iznad banalne okoline.<sup>31</sup>

U dobu informacijske prezasićenosti i bombardiranja neprerađenim informacijama, informacijama koje su i bitne i nebitne, bez prethodne selekcije vrlo je izazovno razvijati prirodnu, intrapersonalnu komunikaciju. Masovni mediji su prilika za spoznavanje i bolji uvid u vlastitu ličnost, ali da li zaista služe takvoj svrsi? Osnovne funkcije medija *informiranje, educiranje i zabavljanje* nije moguće, niti želimo zaniijekati. No, da li je to potpuna istina o masovnim medijima? Da li su mediji svoje tri funkcije pretvorili u njihove krajnosti te se tako odmakli od osnovne svrhe, a to je opće dobrojavno mnijenja?

---

<sup>31</sup> Odgovor o samopromatranju je potvrđen i pripada rijetkim i već odvojenim, snažnim individuama, koje njeguju svoju autentičnost, ne plašeći se 'neuklapanja' u masu. U individuama koje njeguju svoju kreativnost i doprinose stvarnosti, autentično i kritički. Nije teško pronaći ovakve pojedince u zapadnom, masmedijskom svijetu, ali primjer o autentičnosti cjelokupnog društva, možemo pronaći u nekadašnjim drvenim kulturama, čije ostatke u formi mudraca i učitelja još uvijek možemo sresti, na Dalekom i Bliskom istoku, kod latinoameričkih šamana, drevnih Indijanaca, te u većine drevnih kultura.

Odgovor se krije u činjenici da je svijet zaista prerastao u svijet hiperprodukcije i to upravo kroz tri osnovne medijske funkcije – informisanja, edukacije i zabave. Hiperprodukcija informacija, hiperprodukcija znanja i hiperprodukcija zabave doveli su poplave masmedijskog sadržaja bez prirodne (intrapersonalne) selekcije onog što nam je potrebno i onog što nam uopće nije potrebno. U svijetu hiperprodukcije preko masovnih medija čovjek je pretvoren u konzumenta, potrošača, koji uzima šta mu se ponudi bez prethodne analize sadržaja. Čamac za spašavanje pritom nije samo u analizi masmedijskog sadržaja koji nam se nudi, već seže još dublje i podrazumijeva samoanalizu. Ukoliko želimo odabirati *bitno, korisno i potrebno* znanje, informacije i zabavneophodno je onda znati šta je to što nam je bitno, korisno i potrebno. Neophodno je znati odvojiti bitno od nebitnog, dobro od lošeg i potrebno od bespotrebnog za sebe kao individuu, u datom trenutku. To je čamac za spašavanje koji podrazumijeva svijest o sebi kao *homo sapiensu*, sa svojim unutrašnjim i vanjskim svijetom. To je intrapersonalna komunikacija koja daje svijest o tebi kao o čovjeku, koji ima uvid u svoje stvarne potrebe, a ne kao o konzumentu koji uzima ono što mu neko ponudi, bez obzira da li to bilo ono što mu možda i ne treba u datom trenutku.

Zato je svijest o snazi unutrašnje, intrapersonalne, komunikacije uvjet stabilnosti i čvrstoće u (nestvarnom i fluidnom) društvu hiperprodukcije koje traži od pojedinca, odnosno društva, da uzima bez prethodnog kritičkog promišljanja o onom što se ponudi.

U savremenom svijetu, medijska sveprisutnost se ne može zamagliti. Odlučili se za to ili ne, koegzistiramo u prostoru i vremenu sa masovnim medijima. Zbog svoje dominantnosti, u prostoru<sup>32</sup> u kojem savremeno društvo živi, počinje da zaživljava *medijski prostor*. Zbog svoje dominantnosti u prostoru mediji su okupirali(*stvarni*) *prostor* ili možda kreirali *prostor u prostoru*. Konkretnije, u postojećem (stvarnom), životnom, prostoru kreiran je medijski (virtualni) prostor, koji postaje dominantniji nad stvarnim, prirodnim, prvobitnim prostorom. Zato se u savremenom svijetu ističe medijska sveprisutnost, jer je obuhvatila svaki aspekt prostora svijeta (stvarnosti) i u njemu kreirala *pseudo*<sup>33</sup>*prostor*.

---

<sup>32</sup> Engleska riječ *space* može da označava prostor, ali ujedno i svemir. Dakle prostor, u ovom kontekstu, predstavlja životni prostor, u ovom svemiru, na ovoj, planeti Zemlji. U ovom životu.

<sup>33</sup> Prefiks pseudo- (od grčkog ψευδής, *pseudes*, "laž") koristi se za označavanje nečega što se površno čini (ili se ponaša kao jedno, ali je nešto drugo). Podložno kontekstu, pseudo može značiti slučajnost, imitaciju, namjernu obmanu ili njihovu kombinaciju.

„Prvobitnu— (pra)<sup>34</sup> intrapersonalnu komunikaciju, dakle, sve više nadjačava komunikacija posredstvom mobitela i računala, odnosno (hiper)<sup>35</sup> interpersonalna komunikacija. Ipak, bez obzira na njenu dominaciju koja se manifestuje razvojem tehnologije, posebno interneta, intrapersonalnu komunikaciju ne može zamijeniti nikakva tehnologija, niti bilo koja druga forma komunikacije, te ona ostaje baza za komunikaciju uopće. Moramo od nečeg početi interpersonalni odnos (poslovni, privatni, masovni), neku komunikaciju 'licem u lice', a za to je neophodno imati odnos sa samim sobom. Svoju bazu. Neophodno je imati i poznavati svoje lice, kako bi mogao ući u odnos sa drugim licem.

---

<sup>34</sup> Pra - kao prvi dio riječi znači;

1. početni, prvotni, iskonski stupanj čega, veliku starinu čega

2. srodstvo u trećem koljenu prema uzlaznoj ili silaznoj liniji

<sup>35</sup>Hiper (grč. hypér: iznad, gore, preko ) - kao prvi dio riječi označuje povišenje, pojačanje (nad-, pre-, preko-).

## **Kako ispuniti uvjet stabilnosti i čvrstoće - svijest o snazi unutrašnje, intrapersonalne komunikacije - u nestvarnom i fluidnom društvu, hiperprodukcije?**

Polazeći od cjelovitosti osobe, njegove psiho-fizičke i duhovne dimenzije nameće se pitanje kako ostati stabilan, čvrst i postojan u tzv. *lažnom* prostoru. Kako ostati stvaran u nestvarnom? Čini se nemoguće za izvesti, ali baš zbog onog humanog i stvarnog u čovjeku, a to je komunikacija, život u stvarnosti dobija svoju egzistenciju i nadu. Snaga unutarnje dimenzije je, pritom, presudna. Čovjek pokušava nutarnjim (intrapersonalnim) komuniciranjem uspostaviti psihičku ravnotežu i postići kognitivnu i afektivnu stabilnost. Svijest o snazi pozitivne unutrašnje intrapersonalne komunikacije je uvjet stabilnosti i čvrstoće u nestvarnim i fluidnim<sup>36</sup> situacijama (koje danas možemo okarakterisati i kao načinom života). S tom sviješću i vjerom u sebe, možemo imati povjerenje i u drugoga, koje je neophodno za upotpunjenu interpersonalnu komunikaciju.

---

<sup>36</sup>Fluidno – tekuće, protočno – nešto teče; Nešto što je teško odrediti, procijeniti; neodredivo, neodrećeno, nejasno.

Fluidni život je nepostojan život koji se odvija u uslovima stalne neizvjesnosti. Najakutnije i najtvrdije brige koje opsjedaju takav život su strah da ćete biti zatečeni na spavanju, da nećete stići da uhvatite korak sa događajima koji se brzo smjenjuju, da ćete zaostati i da ćete previdjeti „upotrebiti do— datum, da ćete biti natovareni stvarima koje posedujete a nisu više poželjne, da ćete propustiti trenutak koji signalizira promjenu pravca prije nego što se pređe tačka bez povratka. Fluidni život je niz novih početaka – a baš zbog toga su brzi i bezbolni završeci, bez kojih su novi počeci nezamislivi, ti koji u njemu najčešće predstavljaju najteže trenutke i najneprijatnije glavobolje. Meću umijećima fluidnog modernog življenja i među vještinama potrebnim za praktikovanje tih umijeća, odbacivanje stvari ima prioritet nad njihovim sticanjem. „Fluidni život— i „fluidna modernost— su blisko povezani. „Fluidni život— je onaj život koji se uglavnom vodi u fluidnom modernom društvu. „Fluidna modernost— je društvo u kome se uslovi pod kojima njegovi pripadnici djeluju mijenjaju brže nego što je potrebno da se načini djelovanja konsoliduju u navike i rutine. Fluidnost života i fluidnost društva se uzajamno pothranjuju i potkrijepljuju. Fluidni život, baš kao i fluidno moderno društvo, ne mogu dugo zadržati isti oblik, niti pravac. (Zygmunt Bauman u knjizi „Fluidni život—)

## Masovni mediji - ekstenzije na skraćenu svijest

Započeti poglavlje sa utemeljiteljem masmedijskih analiza, sinteza i teorija, Marshallom McLhanom, misliocem kanadskog porijekla je dobro započinjanje (ukoliko se vodim primjerom brojnih autora iz oblasti komunikologije, koji započinju, a nerijetko i završavaju svoje knjige s njim). Započinjem dakle, s medijima<sup>37</sup>. Još 60ih i 70ih godina 20.stoljeća govorio je o klicama današnjih medijskih plodova, od kojih su najistaknutije (klice-poruke) da je medij poruka, da postoje vrući i hladni mediji, koji su produžeci čovjeka, ali i da će svijet postati globalno selo. Sve ove klice u sebi imaju plodnosnu poruku koja aludira na 'stvaranje vještačke svijesti' u McLuhanovoj budućnosti, a našoj sadašnjosti. Prirodu ove misli McLuhan je objasnio u svojoj teoriji o imploziji. Medijskoj imploziji pojedinca i društva.

Implozija je proces nestajanja odnosno uništavanja predmeta putem uvlačenja u sebe. U bukvalnom prijevodu, riječ implozija znači —kompresija ili —sabijanje. Sam pojam —implozija suprotan je eksploziji. Za razliku od eksplozije, značenje implozije odnosi se na koncentrisanje materije i energije, a potom uništenje uvlačenjem.

Kroz povijesni proces razvoja medija, svjedočimo eksploziji konstantnog rasta i širenja medijskih konfiguracija. Od pisane, printane, radio, televizijske pa do kompjuterske, odnosno internetske medijske konfiguracije. Ono što je bitno jeste da nijedan novi, prošireni, medij nije iskorijenio onaj prethodni. Štampa, odnosno novine i dalje su (uz smanjenu čitanost)

---

<sup>37</sup>medij (lat. *medium*: sredina, sredstvo) - 1. Sredina, okolina; skup uvjeta u kojima nešto postoji, zbiva se, živi ili djeluje (npr. hranjiva supstanca u kojoj se uzgajaju mikroorganizmi; kulturna i društvena okolina unutar koje se netko razvija, u kojoj živi ili stvara); 2. U fizici i tehnici, tvar u kojoj se odvija neki proces (npr. širenje zvuka u plinovima) ili koja je nosilac energije nekog procesa (npr. para u parnom stroju); 3. Svako sredstvo posredstvom kojega se prenose poruke, vijesti, obavijesti i sl. U komunikacijskim znanostima takvima se smatraju štampa i elektronska sredstva; u savremenom dobu internet, komunikacijski sateliti, film, CD i dr. pa se o njima govori kao o masovnim medijima; 4. U informacijskoj tehnologiji, fizičko sredstvo (nosač) za trajnu ili privremenu pohranu informacija i podataka u analognom ili digitalnom obliku. Mediji se dijele prema prirodi zapisa, a danas su obično magnetski, optički, magneoptički, poluvodički (→ magnetski zapis; memorija; optički zapis); 5. U okultizmu, posrednik u zazivanju ili komunikaciji s duhovima; osoba u kojoj se utjelovljuju i preko koje se ljudima javljaju nadnaravna bića, pokojnici i sl. Prema spiritističkom vjerovanju medij može osjetiti vibracije lutajućega duha, može u njegovo ime davati usmene, pismene i simbolične odgovore na postavljena pitanja, pomicati predmete, stvarati tzv. materijalizacije i sl. (Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 4. 9. 2021. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=39755>)

postojane u svojoj svrsi, u odnosu na slušanost radija, isto kao što je i radio i dalje o(p)stao u svojoj slušanosti, unatoč razvoju televizije. Također, televizija nije ugašena nakon internetske ekspanzije i kompjutera, koji su opet nadograđeni mini ekranima – tabletima, mobitelima, iPodima. Baš kao i svemir, medijske konfiguracije se konstantno šire i ekspandiraju nezamislivim razmjerama (što naći da je i njihov obim djelovanja nezamislivih razmjera). Tendencija medijskog rasta ne samo da je djelovala prostorno, već i vremenski. Proširujući svoj prostorni domet, mediji su proširili i svoj utjecaj u vremenu. Povijesno iskustvo nam kazuje da je svakoj novoj tehnologiji bilo potrebno određeno vrijeme da bi je prihvatio širi krug korisnika. Isto tako da se svaki naredni medij razvio/proširio (svojim utjecajem) brže od prethodnog. Tako je „televiziji u boji bilo potrebno gotovo 12 godina kako bi je posjedovalo 10% stanovništva. VCR uređajima 10 godina. Mobilnim uređajima 8 godina, CD nosačima zvuka 4,5 godine. Osobnim računarima je bilo potrebno 4 godine, a širokopojasnom pristupu internetu 5 godina.—<sup>38</sup> Danas svjedočimo da je to, vrijeme između uređaja, svedeno, ili bolje kazati *ubrzano*, na nekoliko mjeseci razmaka. Svako nekoliko mjeseci izlaze nove, *nadograđene*, forme ekraničkih uređaja, čiju ubranu produkciju prate krajnji korisnici, ubrzavajući se pritom, u svom konzumerizmu istih. Povećanje brzine promijenilo je percepciju čovjeka i svijeta. Ovo *ubrzanje vremena* postalo je uobičajena fraza i izraz današnjih građana svijeta. Koliko samo puta u jednom danu čujemo „nemam vremena/ništa ne stihem— ili smo sami korisnici tih izraza, u konačnici. Zašto? Kontradikcija ove frekventnosti, *nedostatka vremena*, leži u činjenici da su nam satovi, više nego ikad nadohvat nas. Satovi na zglobovima ruku. Na mobitelskim ekranima koje držimo u džepovima pantalona tik uz kukove ili malo iznad njih, u džepovima jaknica. Na zidovima dnevnog boravka ili kancelarijskog ureda. Čak su prisutni u bogomaljama. Prisutni su dok razgovaramo s bliskom osobom, štopajući vrijeme. Posebno, dok plivamo ili trčimo, što potvrđuje sve veću potrebu čovjeka da se svaki njegov korak izmjeri, uporedi i uklopi u unaprijed (*jedino važeće, ispravne i trend*) zadane parametre. Svi ovi elementi modernog čovjeka uključuju u drugačiju intrapersonalnu komunikaciju, komunikaciju sa samim sobom ili drugačiju intrakomunikologiju. U toj prenatrpanosti vanjskim satovima nemamo više nijedan unutarnji, a on je najbitniji. Unutarnja intuicija, koja nam je jako potrebna, a koju smo kao ljudi istisnuli iz svojih životova, tako da nas, većinom, algoritmi određuju, a ne mi algoritme. Svijest nam nestaje, sužava se, što je još i McLuhan primijetio. Referirajući se na McLuhanova promišljanja, ali i vlastite primjere, pokušat ću u

<sup>38</sup> [https://bib.irb.hr/datoteka/665119.RETROSPEKTIVA\\_I\\_PERSPEKTIVA\\_KOMUNIKACIJSKIH\\_TEHNOLOGIJADRUTVENI\\_I\\_TEHNOLOKI\\_ASPEKT.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/665119.RETROSPEKTIVA_I_PERSPEKTIVA_KOMUNIKACIJSKIH_TEHNOLOGIJADRUTVENI_I_TEHNOLOKI_ASPEKT.pdf)

radu ponešto od toga dokućiti i metodološki poredati u razumljiv epistemićki sistem, dokazujući hipotezu o masmedijskoj imploziji, odnosno o tome da masovni mediji skraćuju ili sućavaju ljudsku svijest.

U svojoj knjizi *Bolest kao put*, autori Dahlke i Dethlefsen, opisuju bolest kao put do izljećenja, praveći distinkciju izmeću simptoma i bolesti. Simptomi koji nam se javljaju su zapravo ućitelji koji nam pokazuju na nedostatke ili viškove u ćivotu koje trebamo upotpuniti ili odstraniti kako bismo opet bili potpuni i zdravi. Mećućtim, ključno je da pritom poznajemo jezik simptoma. Ćitav naš govor i naćin izraćavanja je psihosomatski, to jest, poznaje odnose i uzajamno dejstvo izmeću tijela i psihe. Ako ponovo naućimo da ćujemo tu dvostrukost našeg jezika, veoma brzo ćemo ćuti kako naši simptomi govore i moći ćemo da razumijemo šta kaću. Naši simptomi imaju da nam kaću više toga i da nam prenesu vaćnije poruke nego naši blićnji, jer su naši intimniji partneri, u cjelini nam pripadaju i jedini su koji nas zaista poznaju. Tako nastaje iskrenost koju nije baš uvijek lako podnijeti. Naš najbolji prijatelj nikad se ne bi odvaćio da nam istinu o nama srući u lice tako neuljepšano i otvoreno kao što to uvijek ćine simptomi. Nije, dakle, nikakvo ćudo što smo zaboravili govor simptoma - jer uvek se lagodnije ćivi u neiskrenosti. Simptomi, mećućtim, neće nestati ako ih naprosto ne slušamo i ne razumijemo. Na neki naćin, njima se uvijek bavimo. Ako se odvaćimo da ih slušamo i da s njima stupimo u komunikaciju, pretvoriće se u nepotkupljivog ućitelja na putu ka istinskom iscjeljenju. Time što nam govore šta nam zapravo nedostaje, time što nas upoznaju s temom koju tek treba svjesno da usvojimo, oni nam daju šansu da kroz procese ućenja i osvješćivanja simptome same po sebi ućinimo suvišnjim. Tu leći razlika izmeću borbe protiv bolesti i preobraćajabolesti. Izljećenje, to jest iscjeljenje, nastaje isključivo iz preobraćene bolesti, a nikad iz pobjećenog simptoma, jer iscjeljenje, već i jezićki gledano, pretpostavlja daje ćovjek postao iscjeljen, što znaći cio, potpuniji (nepostojeći drugi stepen porećenja pridjeva cio ovdje bi mogao da se shvati kao blićcijelovitosti, cjelovitiji - a rijeć zdrav takoće ne bi trebalo da ima stepene porećenja). Iscjeljenje uvek znaći priblićavanje cjelovitosti, onoj cjelovitosti svijesti koja se naziva i prosvjetljenjem. Iscjeljenje se postiće prisjedinjavanjem onoga što nedostaje, što znaći da nije moguće bez proširenja svijesti. Bolest i iscjeljenje su dva pojma koji se odnose samo na svijest i ne mogu se primijeniti na tijelo - tijelo ne moće da bude ni zdravo, a ni bolesno. U njemu samo mogu da se ogledaju odgovarajuća stanja svijesti.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Thorwald Dethlefsen - Ruediger Dahlke, *Bolest kao put*, Laguna, 2012.

Kako objašnjavaju autori, rješenje za bolest je u proširenju svijesti, što se postiže razumijevanjem jezika simptoma. Komunikološkim govorom, medijski sužena svijest se proširuje tako što znamo čitati iz uzroka i posljedica u nama i oko nas, odnosno iz simptoma ili medijskih simptoma, kritički i ponad vlastitog osjećaja. To je uslov za cjelovitost, odnosno potpunost u svijesti, koja i u doslovnom i u simboličkom značenju predstavlja zdravlje, jer kako i autori navode čitav ljudski govor i način izražavanja je psihosomatski, tj. poznaje odnose i uzajamna dejstva između tijela i psihe.

Uporište o, već navedenom, današnjem ubrzanju vremena možemo pronaći i u Mc Luhanovim promišljanjima.

*„Povećanje brzine od mehaničkih do trenutnih električnih oblika preokreće eksploziju u imploziju. Danas, u naše električno doba, energije implozije ili sažimanja našeg svijeta sudaraju se sa starim ekspanzionističkim i tradicionalnim uzorcima organizacije.—* Ove se ekspanzije manifestuju kroz medijske konfiguracije, spravice, koje Marshall imenuje produćecima ljudskih osjetila, koji izazivaju događaje, ali ne pobuđuju svijest. Mc Luhan u knjizi „Razumijevanje medija— u poglavlju *„Ljubitelj spravica - Narcis kao narkoza“*, zapaža da promatrati, upotrebljavati ili opažati neki naš produćetak u tehnološkoj formi nužno znači prihvatiti ga. Slušati radio ili čitati novine, znači prihvatiti te naše produćetke u naš osobni sustav i pretrpjeti svršetak ili *„pomicanje“* opažaja, koje automatski slijedi. Upravo to, neprestano prihvaćanje vlastite tehnologije u svakodnevnoj upotrebi, stavlja nas u narcisovsku ulogu podsvjesne svjesnosti i otupjelosti u odnosu prema tim slikama samih sebe.<sup>40</sup>

Medijske spravice, iako produćeci, uveliko skraćuju ljudsku svijest, a kako autor zaključuje, čine to, više ili manje, srazmjerno, temperaturi medija. Ovu pojavu možemo istaknuti kao *vruće* i *hladne* medije.<sup>41</sup>

Hladni mediji ( govor, telefon, strip) su nisko odrećeni, *rupičasti - zamagljeni*, s velikim prostorom slobode, interpretacije mašte. Više sugeriraju nego što odrećuju, omogućujući veći udio (u promišljanju) recipijentovog kognitivnog aparata. Vrući mediji (film u kinu, fotografija) su visokoodrećeni, zgusnuti, koncentrisani, uoštreni, "neslobodni". Kazuju sve,

---

<sup>40</sup>McLuhan, 2008: 45

<sup>41</sup>John Street, Masovni mediji, politika i demokracija, Zagreb, 2003; U osmom poglavlju „Svjetovi iz snova: globalizacija i mreža moći—, Street iznosi sljedeće: —Marshall McLuhan (1994) je tu razliku predstavio kroz 'vruće' i 'hladne' tehnologije, a Ivan Illich (1975) kroz 'tvrde' i 'meke'. Obojica su nastojala prikazati razinu do koje su neki oblici komunikacijske tehnologije (telefon, primjerice) podložni kontroli korisnika, a drugi gotovo uopće nisu (televizija). Mi odlučujemo šta ćemo kazati preko telefona; televizijske kuće odlučuju šta ćemo gledati.—



tako da se ništa ne može dodati, niti oduzeti. Vruć medij je onaj koji produžuje jedno osjetilo u visokoj definiciji. (Visoka definicija je stanje zasićenosti podacima.)

Međutim, svaki novi medij je početno 'vruć', a s vremenom se ohladi. Polupismenim ljudima je pismo bilo sveto. Telefon je u početku bio vruć, naređujući, autoritativan, ali je nakon izvjesnog vremena postao uobičajen, razgovoran. U početku je i telegram bio vruć, ali se, kao i e-mail, *rashradio* upotrebom. Pod pritiskom korištenja i inovacija, mediji mijenjaju svoju temperaturu i ne nužno u hlađenju. Televizija je postala toplija od svog uvođenja u kasnim četrdesetim godinama.

Stavljajući svoja fizička tijela u okvir svojih produženih živčanih sustava, preko električnih medija, uspostavljamo dinamiku čijim će se posredstvom sve prijašnje tehnologije koje su produžeci ruku, nogu, zubi i regulatora tjelesne topline - svi takvi produžeci naših tijela, uključujući gradove - pretvoriti u informacijske sustave. Elektromagnetska tehnologija zahtijeva potpunu ljudsku poslušnost i mir meditacije, što je primjereno organizmu čiji se mozak sada nalazi izvan lubanje, a živci izvan kože.<sup>42</sup>

U Dvotjedniku za kulturu i društvena zbivanja – Zarez, Sead Alić u tekstu *Ekstenzija-medij-praksa* pruža uvid u trijadi: prakse-ekstenzije-medija. McLuhan je uvijek zagovarao misao da tehnika nije neutralna. Štoviše McLuhan je uvijek mislio i pokušavao objasniti da svaka uporaba određenog medija ostavlja na čovjeku traga, to jest da je u rečenici medij je poruka, pojednostavljeno rečeno, subjekt medij i da je na njemu naglasak. Štoviše, McLuhan ismijava onu vrstu svijesti koja prekrivajući oči rukama misli da će ostati zaštićena od tehnologije. Od naleta novih tehnologija, smatra McLuhan neće ostati zaštićena ni društva Istoka, a ni osobe koje izjavljuju kako —ne čitaju oglasel (danas bismo rekli: ne gledaju televiziju, ne služe se internetom, ne šalju SMS poruke, nemaju blog, nisu na nekom od foruma, nisu priključeni...)<sup>43</sup>.

Čovjek je, smatra McLuhan, određen svojim ekstenzijama, a da to uglavnom i ne zamjećuje. Upravo ga ove ekstenzije otuđuju od vlastitosti, dok se on (čovjek) prema njima odnosi kao rob, nemoćan i zavisian.

---

<sup>42</sup>McLuhan, 2008: 56

<sup>43</sup><http://www.zarez.hr/clanci/ekstenzija-medij-praksa>

Svrha tehničkih produžetaka jeste dislociranje i nesinhronizovanje korisnika u novom, stimulativnom i decentraliziranom svijetu hiperkulture s preobiljem informacije i zabave. Čovjek koji je svjestan svog centra, svog vremena i mjesta, svojim čulima oplemenjuje svijet vlastitom djelatnošću, jer svjesnom upotrebom čula i organa, svakom poslu prilazi svjesno i na najbolji način. Takav čovjek je svjestan svog (unutrašnjeg sata) vremena u skladu s kojim djeluje. Ne ubrzava se preko mjere. Produžeci ipak djeluju na čovjeka otuđenog od svog centra, unutrašnjeg bioritma, čija su čula uslijed takve ignorancije otupljela, zaboravivši na svoju svrhu. Upravo se takvim (nesvjesnim) ljudima lahko amputiraju nove medijske oči, uši, ruke, noge (i svi ostali organi po potrebi), koji djeluju samo i jedino u novoj, medijskoj stvarnosti. Kako ističe, u svojoj knjizi „Kao ribe u vodi— Fahira Fejzić-Čengiđ, svoje emocije, osjećanja, čula i nervni sistem predali su u ruke korporacijama privatnog vlasništva. Svi smo, manje-više, iznajmili svoje oči, uši ili ťivce u komercijalne svrhe koje (in)direktno oblikuju mođdane hemisfere, u ljudskom funkcionalnom mozgu. I to prema tehnologiji koju individua koristi.

## Masovni mediji neravnomjerno koriste psihičke potencijale publicusa<sup>44</sup>

S obzirom na znanstvena otkrića o čovjekovoj urođenoj konstrukciji (i fizičkoj i psihičkoj), vrlo je lakše analizirati medije, koji pretendiraju i koji se modeliraju na osnovu ljudskog modela (kao savršene Božije kreacije)<sup>45</sup> u formi njihovog (ljudskog) produžetka. Kako već navodi Fejzić-Čengić, svi smo više-manje iznajmili svoje oči, ruke, uši, odnosno čula i cijelinervni sistem, u komercijalne svrhe, koje pritom oblikuju naše svakodnevno življenje. I to u skladu sa tehnologijom koju osoba koristi. S obzirom da tako imaju (in)direktan pristup nervnom sistemu, imaju i lakši, manipulativni, pristup na podsvijest osobe, ličnosti i grupa. Mozak se sastoji od desne i lijeve hemisfere, gdje svaka kontrolira suprotnu stranu našeg tijela. Desna je zadužena za lijevu i procesira ono što vidimo lijevim okom, a lijeva hemisfera kontrolira desnu stranu tijela, procesuirajući vid desnog oka. Iako su naizgled identične, razlike su u njihovim funkcijama. Za ovo otkriće, o moždanim funkcijama, Nobelovu nagradu je dobio neuropsiholog Roger Walcott Sperry, koji je posmatrao moždanu aktivnost pacijenta kod kojeg su hirurški odstranjeni mostovi između desne i lijeve hemisfere. (Obje hemisfere su povezane debelim mostom, corpus callosum.) Uočio je da slike i riječi koje stižu s lijeve strane, pacijent ne može objasniti i poduzeti konkretnu aktivnost, jer fali veza, most između dvije hemisfere. Tako je dokazao da se hemisfere i međusobno nadopunjuju.

Možemo tvrditi kako naš govor kontrolira lijeva polovica mozga, dok je za vizualno i prostorno prepoznavanje zadužena desna polovica. Međutim, obje hemisfere rade zajedno, surađujući pri najznačajnijim moždanim operacijama kao što je rasuđivanje. Lijeva hemisfera mozga naziva se *digitalni mozak*. Ona kontrolira čitanje, pisanje, računanje i logičko razmišljanje. Prema tome lijeva je hemisfera naš unutarnji matematičar koji proračunava, kalkuliра i analizira. Desna hemisfera mozga naziva se *analogni mozak* i kontrolira vizualno-prostorne sposobnosti, kreativnost, glazbeni sluh i emocije. Ta hemisfera predstavlja našeg unutrašnjeg umjetnika koji je spreman poigravati se u čudesnoj zemlji mašte

---

<sup>44</sup>Lat. publicus = javni.

<sup>45</sup>Sveta knjiga, Kur'an često ističe savršenstvo Božijeg stvaranja. U poglavlju Mulk (Vlast), u trećoj i četvrtoj rečenici, stoji *Ti u onome što Milostivi stvara ne vidiš nikakva neslaganja, pa ponovo pogledaj vidiš li ikakav nesklad, zatim ponovo više puta pogledaj, pogled će ti se vratiti klonuo i umoran.*; Dok u poglavlju Et-Tin (Smokva), u četvrtoj rečenici, stoji *Mi čovjeka stvaramo u najljepšem obliku.*

punoj boja i slika, oblika, snova, imaginacije i intuicije.<sup>46</sup> U analitičkoj, lijevoj, hemisferi smješten je intelektualni potencijal označen kao IQ – racionalno razmišljanje/ inteligencija. Dok je desna, emocionalno uporište, emocionalna inteligencija, označena kao EQ. Uslijed dominantne medijske slike u kojoj su emocionalne i racionalne odluke suprotstavljene (posebno kroz holivudske filmove) jedna drugoj, živimo mit o (samo)svijesti i o nemogućnosti njihovog prijateljskog suodnosa. Zapravo, vrlo je prirodno i moguće da zajednički i sinhronicitetno emocionalna i intelektualna hemisfera stvaraju *potpunu/sintetičku inteligenciju* kod čovjeka, označenu kao SQ. Tek tada, možemo da govorimo o svjesnom stanju, koje je potrebno da bismo dobro i lijepo živjeli i bili sretni, što u svojoj knjizi<sup>47</sup> naglašava Fejzić-Čengić.

Oblikovanje hemisfera, vrućim i hladnim, ekstenzijama neizbježno vodi do dislociranja od bioritma. Poseban akcenat je na otučenju i zatupljenju desne hemisfere, koja ima moć imaginacije, kreativnog razmišljanja i mašte, a baš su to alatke za izume i okrića kao rješenja u životu, koje su njegovali svi ljudi revolucionarni i izumitelji. Zato je suština (medijske) implozije na sužavanju života. I to baš ovog u desnoj hemisferi. „Svojevrsno vađenje ljudskog uma, duha, provodnika emocija, osjećanja i suptilnosti napolje, izvan nutrine čovjeka.—<sup>48</sup> Širenje tog medijskog prostranstva, a onda njegovo sužavanje do obrazaca unificiranosti, kako bi se izgradila potpuna kontrola i moć nad ljudskošću, koju ni sam Kreator nije suzio.

---

<sup>46</sup><https://www.malacgenijalac.hr/o-nama/iz-ugla-znanosti>

<sup>47</sup>Pogledati šire u knjizi Fahire Fejzić-Čengić, *Kao ribe u vodi*, Dobra knjiga – Sarajevo, 2018., str. 54.

<sup>48</sup> Fejzić Čengić, Fahira, *Kao ribe u vodi*, Dobra knjiga – Sarajevo, 2018.

## **Zrak kao faktor samosagledavanja**

Uključenošću desne strane mozga, te u koordinaciji s lijevom, otkrivene su i na raspolaganju razne tehnike i metode kojima razvijamo naše intelektualno-emosivne potencijale za cijeli život. Ne mislim pritom na križaljke i sudoku (čiju vrijednost ne umanjujem), već na praksu koju sam posvjedočila i kroz vlastito iskustvo.

*Održanje svijesti vlastitim, a ne medijskim prstima - alternativna tehnika disanja*

Za potrebe ovog rada svoje plemenito znanje plemenito je podijelila učiteljica kundalini yoge, iz Sarajeva, Amina Šatrović. Cilj nije da pišem o tjelesnim ili duhovnim praksama, ali je neizbježno da ih spomenem s obzirom na kompleksnost čovjekovog bića (i medijske iskoristivosti te kompleksnosti). Sastavni dio kundalini yoge je svjesno disanje. Sastavni dio svakog posla, pa i života, je disanje, koje uzimajući ga zdravo za gotovo zaboravimo pa ono postane plitko.

Amina je mi je pomogla, u razgovoru s njom, da u duhu desne hemisfere, slušajući se i fotografijama, objasnim značaj svjesnog disanja i pojednostavim njegovu ulogu u očuvanju desne hemisfere mozga; One koja predstavlja našu EQ (emocionalnu inteligenciju), neophodnu za potpuni balans i racionalno pristupanje medijima, odnosno životu, čiji su mediji sastavni dio.

*Zašto je važno da osvijestimo disanje?*

U ayurvedskoj medicini, *pranayama* je znanost o kontroli disanja/daha (*ayama* širenje ili produženje- dio duhovne joga prakse koja služi kao priprema za proces meditacije). *Prana*, životna sila ili životna energija, i (*yama*) disciplina ili kontrola u procesu disanja. Kisik koji udišemo prolazi kroz naše tijelo u obliku energije za punjenje različitih dijelova tijela. Kod daha je *prana* energija i život u jednom – ono što je stalno prisutno posvuda „pra— primordijalna, a „ana— je hrana. Nanaš život ogromno utječe stres iz neželjenog gosta – ugljični monoksid. Kroz praksu pranayame, se postiže balans kisika i ugljičnog dioksida.

Srčana oboljenja, poremećaji spavanja i umor su samo neki pokazatelji nedostatka kvalitetnoga kisika tj. prirodne *prane*. Zbog toga, postajemo podložniji negativnoj energiji i uznemireniiji, što dovodi do manjka prane unutar tijela. Vježbajući, duboko i sustavno pravilno disanje, mi re-energiziramo naše tijelo. Pranayama smanjuje toksine u našem tijelu, i to je prevencija protiv raznih bolesti.<sup>49</sup>

S obzirom da riječ *pranayama* potječe od sanskritskih riječi prana (energija) i yama (ekspanzija), jednostavno je zaključiti da je to je *ekspanzija životne energije*. To podrazumijeva disanje, te je upravo zato važno pristupiti svjesnom disanju. Postoji pregršt različitih pranayama koje kontrolišu i raspodjeljuju životnu pranu (energiju) u našem tijelu i svaka pranayama to radi na drugačiji način.

*Upravo zato što je disanje ključ našeg postojanja. Većina nas diše jako plitko i upravo zato nismo u sadašnjem trenutku, već smo ili u prošlosti ili budućnosti. Vraćanjem fokusa na dah mi ne možemo ni o čemu drugom razmišljati osim o onome što se dešava sada, oko nas. Disanje nam također popravlja i ubrzava reflekse. Balansira dvije hemisfere mozga, što je najvažnije, jer time jača cijeli nervni sistem, koji je ionako preopterećen svim nebulozama vanjskog sistema. Živimo u dobu u kojem nije izazov doći do informacije, sada je izazov odvagati koje informacije su nam bitne, a koje ne. I kako koje koristiti. Zato je ključno da upotrebljavamo i poznajemo svoju desnu hemisferu mozga, podijelila je učiteljica Šatrović koja objašnjava šta znači (svjesno) disati.*

*Mnogi od nas dišu paradoksalno, obrnutim redoslijedom. Prvo punimo grlo i pluća, a dah jedva dođe do stomaka. Potom slijedi izdisanje koje je isto, obrnuto. Djeca dišu tako što im se prvo širi stomak, pa pluća, pa grlo, izdišući u suprotnom smjeru. I to je upravo ono što trebamo naučiti. Osnovni proces disanja iz kojeg proizlazi svjesno disanje, kako ističe Šatrović se postiže posmatranjem i obraćanjem pažnje na to kako dah ulazi i izlazi iz našeg tijela i šta se u tom trenutku dešava (u tijelu i izvan njega).*

Kako postoji pregršt tehnika disanja, učiteljica Šatrović je podijelila jednu koja se u kundalini

---

<sup>49</sup>Smajo Safić Gupta, vaidya, Ajurvedska medicina za fizičko, mentalno i duhovno zdravlje, JP „Službeni glasnik—, Beograd, 2020. (ponovni tisak i dopuna)

yogi zove *alternative breathing tehnic* ili metoda alternativnog disanja. U ostalim praksama se zove i *nadi shodhana*. Zbog svog specifičnog načina izvođenja direktno djeluje na balansiranje desne i lijeve hemisfere mozga, te aktivira onu koja je više pasivna. Smiruje nas i centrira, pojačavajući cirkulaciju i dovodeći u balans sve žlijezde u tijelu.

Pošto su medijske konfiguracije<sup>50</sup> ekspanzirane do sveprisutnosti, poput i samog procesa disanja, vrlo je bitno da znamo kako da živimo u toj sveprisutnosti; Kako da pristupamo medijima i kako da pristupamo disanju. Kako da budemo ti koji imaju svijest i kontrolu nad vlastitim dahom, a onda i nad medijima u svom životu. Obratnim redoslijedom nije moguće.

U svojoj knjizi<sup>51</sup>, doktor Gupta, navodi da pranayame vode duhovnom putu kroz opušteno tijelo i um. Um može vidjeti i djelovati jasnije, izbjegavajući pogrešne odluke. Ukoliko uspostavimo kontrolu disanja i ovaj most između tijela, uma i svijesti, vrlo je izvjesnije da bismo uspostavili kontrolu i most između massmedija i nas samih.

Time se u stvari potvrđuje teza o značaju intrakomunikologije za modernog čovjeka medija. Ako se osoba dobro samopropituje, samokontrolira, ako se samospozna takva osoba ima veće šanse da bude pametna u kontekstu s medijima. Da zna koliko kojem i zašto svoje vrijeme da dodijeli. Zna upravljati sobom, svojim slobodnim vremenom ali i svojim izvanjskim poslovnim i svakodnevnim obavezama i zadacima. Tu možemo vidjeti most, spojnicu, između unutarnjeg i spoljašnjeg kod svake individue. Unutarnji procesi poput mišljenja i osjećanja, ali i disanja, manifestiraju se spoljašnjim procesima, poput korištenja vremena, svakodnevnih poslova i zadataka. Profesorica Fejzić-Čengić ističe da je u ovim procesima naročito bitna autentičnost, kao razvijena vrlina kod samosvjesne osobe koja zna misliti, zna analizirati, osjećati i postajati mudrom.

---

<sup>50</sup>Jedno od najboljih objašnjenja i definicija masovnih medija dao je Denis McQuail i može se podijeliti u šest posebnih stavki. Masovni mediji:

1 - jesu razlučiv skup aktivnosti (stvaranje medijskog sadržaja)

2 - uključuju posebne tehnološke **konfiguracije**(radio, televizija, videoteks, novine, knjige)

3 - vezani su za formalno konstituisane institucije ili medijske kanale (sistemi, stanice, publikacije)

4 - operišu u skladu sa određenim zakonima, pravilima i shvatanjima (profesionalni kodeksi i praksa, publika, društvena očekivanja i navike)

5 - produkt su lica koje zauzimaju izvesne uloge (vlasnici, regulatori, producenti, distributeri, oglašivači, članovi publike)

6 - prenose informacije, zabavu, slike i simbole do masovne publike.

<sup>51</sup>Smajo Safić Gupta, vaidya, Ajurvedska medicina za fizičko, mentalno i duhovno zdravlje, JP „Službeni glasnik—, Beograd, 2020. (ponovni tisak i dopuna)

Učiteljicu Aminu Šatrović sam za potrebe ovog rada fotografisala, dok prikazuje postupak alternativne tehnike disanja – nadhi shodhana, koja ističe da cijelo čovječanstvo (treba da) radi na balansiranju desne hemisfere mozga, jer je zaista opasno biti samo u lijevoj, zato što je dosta bezosjećajna. Dosta matematička. Dosta logička. Itekako je potrebna, ali je sama veoma okrutna i hladna. Ono što je sada potrebno u našem svijetu je da se sjetimo toplote i milosti. Saosjećanja, umjetnosti i svega što proizlazi iz desne hemisfere mozga.





## I način izvođenja, s prstima (kažiprstom i srednjim prstom) na trećem oku<sup>52</sup>.



1. Udahnite na desnu nozdrvu dok lijevu zatvarate prstom kao na prvoj slici.
2. Zavarate desnu nozdrvu i izdišete na lijevu.
3. Udišete na lijevu nozdrvu još uvijek držeći desnu zatvorenom kao na slici.
4. Zatvorite opet lijevu nozdrvu kao na slici i zdahnite na desnu nozdrvu.

Ovo je jedan ciklus Nadi Shodana tehnike disanja i možete ga ponoviti koliko god puta je potrebno (postavite tajmer i dišite kako je objašnjeno). Napomena: ovu tehniku disanja uvijek završite izdahom na desnu nozdrvu i sa tri udaha i izdaha na obje nozdrve.

---

<sup>52</sup>Treće oko ili ajghna chakra predstavlja šestu čakru u čovjekovom tijelu. Nalazi se između obrva, a dovodi se u vezu sa *epifizom ili pinealnom žlijezdom* (lat. glandula pinealis). Ova endokrina žlijezda se nalazi u mozgu, na mjestu gdje se razdvajaju dvije polutke. Luči hormon melatonin, koji regulira budnost i spavanje, a smatra se hemijskim prethodnikom snova, iskustava blizu smrti, vizija i drugih oblika svijesti. Za razliku od svih ostalih žlijezda, pinealna žlijezda dobija energiju preko očiju. Putem očnih živaca svjetlost se prenosi u stražnji dio mozga, gdje se nalazi centar za vid i hipotalamus. Sve informacije koje dobijemo preko osjetilnih organa nakupljaju se u hipotalamusu. Ovaj dio mozga zaslušan je za reguliranje autonomnog živčanog sistema, endokrinih žlijezda, pa tako i osnovnih životnih funkcija. Od svjetlosti unesene kroz oči, oko 75% dolazi u hipotalamus odakle zatim putuje u pinealnu žlijezdu i na taj ju način stimulira, te ju potiče da luči hormone u mozak i krv. Ovo je jedan od razloga po čemu se pinealna žlijezda razlikuje od ostalih žlijezda koje energiju dobijaju od tijela. Upravo zbog njenog reagiranja na svjetlost smatra se trećim okom.

## II način izvođenja s prstima (kažiprstom i srednjim prstom) povijenim.



*Zašto se potiskuje desna hemisfera?*

*Desna hemisfera je naša kreativna hemisfera. Vlasti ne žele da budemo kreativni, već da budemo dio kutijica i jednačina, što podrazumijeva lijevu hemisferu. Kada nam desna strana nije funkcionalna tada smo vrlo jednostavni za kontrolisanje, jer ne ispitujeemo previše, ne bunimo se. Uljuljani smo i pratimo linearnost svega. U tom slučaju nam gode sistemi, jer nas ne izvlače iz zone komfora, gdje nam je jako ugodno. Desna strana je jako nepredvidljiva, jer je mnogo izvan kutije i drugačija, što mnoge ljude straši, ističe Šatrović. Zaključuje da joj se sve više ljudi vraća, što se očituje kroz različite pojave. Jedna od njih je sve više freelancera<sup>53</sup>, koji vode svoje biznise, iz svojih kreativnih ideja.*

---

<sup>53</sup>Slobodni saradnik ili nezavisni profesionalac (engl. Freelancer ili independent professional) se odnosi na osobu koja samostalno izvršava zadatke ili upravlja projektima za firmu ili instituciju, a nije njihov zaposlenik. Uglavnom su to visokokvalifikovani stručnjaci specijalizirani za obavljanje određenih zadataka (programeri, komercijalisti, novinari, urednici, dizajneri, arhitekti, copyrihteri, muzičari, profesori, odvjetnici) ili samozaposleni umjetnici i obrtnici.

Ono što Amina praktikuje kao tehnike za podizanje svijesti je kundalini yoga <sup>54</sup>, koja podrazumijeva mnogo pranayama. Disanje je, kako kaže, ključno bez obzira koju praksu da činimo.

*Možemo raditi, a ništa iz toga ne dobiti, ako ne osvijestimo dah*, naglašava Šatrović. Provođenje vremena u prirodi, bosih nogu. Kupanje u velikim tijelima vode, odnosno morima i jezerima, ukoliko je to moguće. Također, bitno napominje da je za desnu stranu mozga prijeko potrebno da nam je dosadno i da ništa ne radimo, kako bismo saznali šta zapravo želimo. Time dokazujemo prvu pomoćnu hipotezu da intrapersonalna komunikacija pruža uvid u stvarne potrebe čovjeka. Međutim socijalne mreže nam ovo mnogo otežavaju, jer svaki put kad nam je dosadno mi posegnemo za instagramom ili facebookom. Čime potvrđujemo i treću pomoćnu hipotezu o neravnomjernom masmedijskom pristupu psihičkim potencijalima čovjeka, koji ignoriše desnu hemisferu, paralizirajući emocionalnu inteligenciju čovjeka, te tako stvara prepreku za samopercipiranje, kritičko promišljanje i postizanje unutrašnjeg mira individue.

---

<sup>54</sup> Kundalini zoga je spoj asana (poza tijela), specifičnih tehnika disanja (pranayame), mantri (pjevanja), uključivanja bandhi (energetskih "lokota"), mudri (položaja ruku) i fokusirane meditacije. Cilj je aktivirati kundalini (stvaralačku, žensku) energiju koja 'miruje' u dnu kičme (prvoj čakri), te ju preusmjeriti i kanalizirati ka višim čakrama (energetskim centrima) u tijelu. Ukoliko se zadrži u najnižem energetskom centru, odnosno čakri, ostajemo preokupirani samoodržavanjem, hranom/jelom, spavanjem i seksom.

## Šta je slobodno vrijeme?

Slobodno vrijeme je složena kategorija i njenih je definicija mnoštvo:

- Slobodno vrijeme jest skup aktivnosti kojima se pojedinac svojevolarno bavi te se tako odmara ili zabavlja, povećava razinu svoje informiranosti, razvija svoje sposobnosti, a sve to u vrijeme u kojima nema ostalih poslovnih, obiteljskih ili društvenih obaveza (Dumazedier, 1967.)
- Slobodno vrijeme definira se kao vrijeme u kojem pojedinac ne radi niti se školuje, već se odmara i zabavlja, pri čemu sam bira aktivnosti koje ga vesele, opuštaju i ispunjavaju (Kuhar, 2007).
- Slobodno vrijeme jest ono vrijeme u danu koje čovjeku ostaje izvan posla, obavljanja fizioloških i higijenskih potreba i spavanja, u kojem osoba nema nikakvih obaveza, već sama izabire aktivnosti kojima će se baviti i gdje će se njima baviti, bez posljedica. (Lešnik, 1982.)

Evropsko udruženje za slobodno vrijeme i rekreaciju (engl. European Leisure and Recreation Association), razlikuje:

- slobodno vrijeme u užem smislu (ono koje sami organiziramo),
- slobodno vrijeme u širem smislu (sve vrijeme koje ne provodimo ostvarujući ekonomski benefit), (Ivančić, 2004).<sup>55</sup>

Uloga slobodnog vremena je da nam omogući odmor, razonodu i razvoj osobnosti. J. Mansvelt ističe da je nekoliko dimenzija slobodno vremena:

- slobodno vrijeme kao vrijeme odmora
- slobodno vrijeme kao vrijeme za aktivnost
- slobodno vrijeme kao iskustvo
- slobodno vrijeme kao oblik ponašanja.<sup>56</sup>

Faktori koji utiču na slobodno vrijeme su demogeografske karakteristike (dob, spol), socioekonomske (obrazovanje, pripadnost osrećenoj naciji, religiju, etnicitetu, društvenoj

<sup>55</sup><https://core.ac.uk/download/pdf/14439882.pdf>

<sup>56</sup>[http://hagede.hr/wp-content/uploads/sites/181/2016/10/Jakovcic\\_geografija-slobodnog-vremena\\_LJS-2016.pdf](http://hagede.hr/wp-content/uploads/sites/181/2016/10/Jakovcic_geografija-slobodnog-vremena_LJS-2016.pdf)

grupi...).

Sociološka i psihološka istraživanja naglasak stavljaju na odnos ličnosti i slobodnog vremena. Ekonomsko-socijalna istraživanja orijentirana su na objektivne uvjete pojedinca i njegov odnos prema slobodnom vremenu. Medicinske znanosti bave se utjecajem bavljenja slobodnim aktivnostima na psihofizičko stanje. Prometne znanosti bave se utjecajem prometa i razvijenosti prometne mreže na provođenje slobodnog vremena. Geografija slobodnog vremena se razvila kao proučavanje obrazaca slobodnog vremena i prostora gdje se slobodne aktivnosti sprovode.<sup>57</sup>

U.S. Bureau of Labor Statistics podijelili su rezultate istraživanja vremena provedenog u slobodnim aktivnostima u 2014. prema spolu, dobi i obrazovanju.<sup>58</sup> Gledanje televizije bila je zabavna aktivnost koja je zauzimala najviše vremena, čineći u prosjeku više od polovine slobodnog vremena. Muškarci su provodili 3 sata dnevno gledajući TV, dok su žene 2,6 sati. Druženje, poput posjeta prijateljima ili posjećivanja ili organiziranja društvenih događaja, bila je sljedeća najčešća aktivnost u slobodno vrijeme, što je za muškarce i žene iznosilo 0,7 sati dnevno.

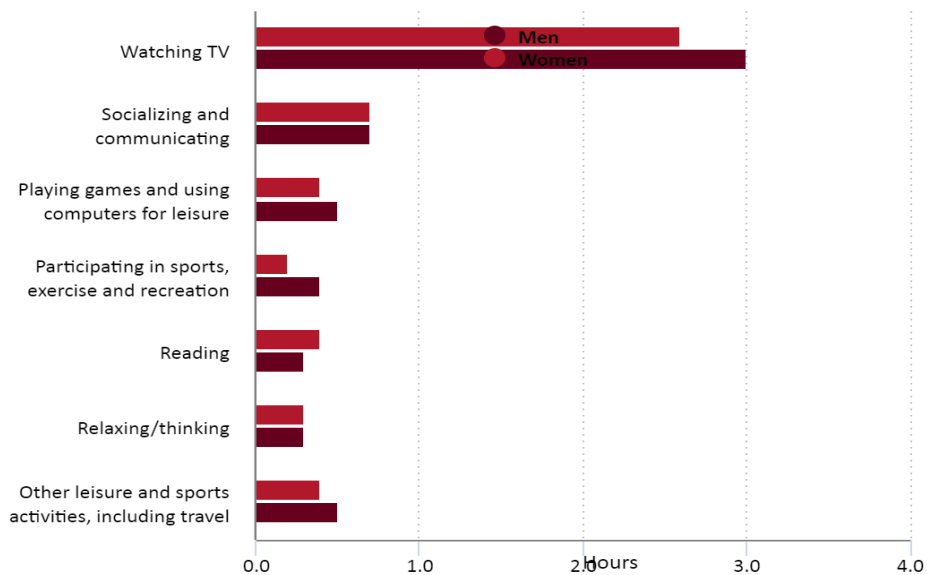
---

<sup>57</sup>[http://hagede.hr/wp-content/uploads/sites/181/2016/10/Jakovcic\\_geografija-slobodnog-vremena\\_LJS-2016.pdf](http://hagede.hr/wp-content/uploads/sites/181/2016/10/Jakovcic_geografija-slobodnog-vremena_LJS-2016.pdf)

<sup>58</sup><https://www.bls.gov/opub/ted/2015/time-spent-in-leisure-activities-in-2014-by-gender-age-and-educational-attainment.htm>

### Average hours per day spent in leisure and sports activities by gender, 2014 annual averages

Watching TV accounts for more than half of leisure time



Click legend items to change data display. Hover over chart to view data.  
Source: U.S. Bureau of Labor Statistics.



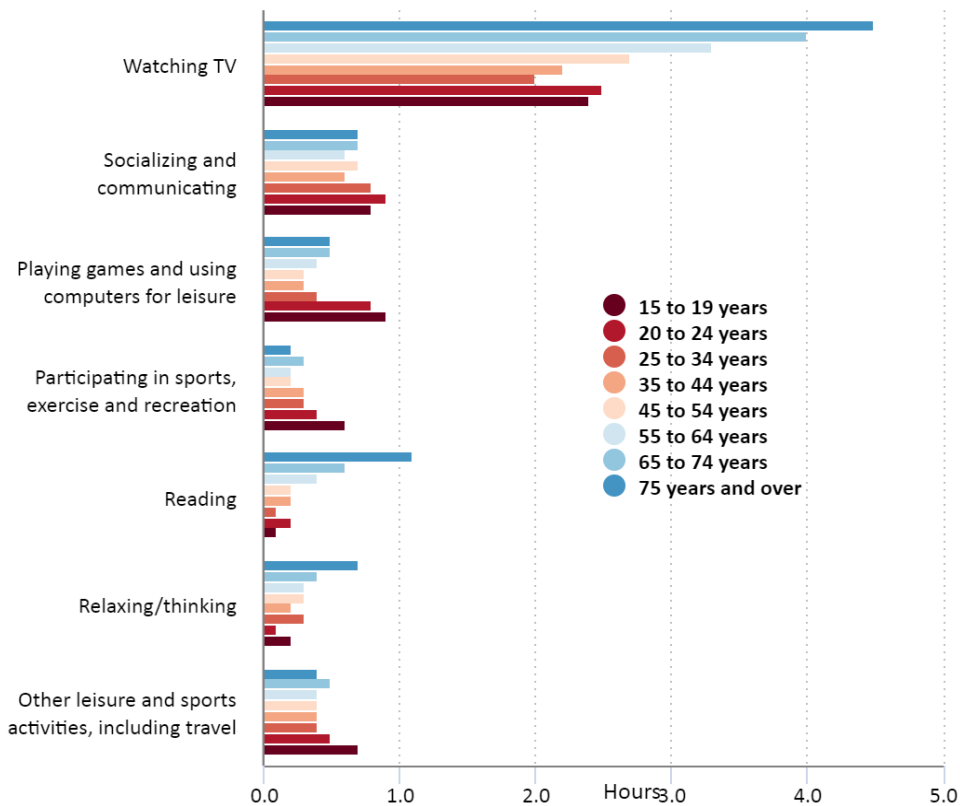
Slika 1 - Aktivnosti tokom slobodnog vremena u danu prema spolu 2014.godine

Izvor: U.S. Bureau of Labor Statistics

*Gledanje TV-a čini više od 50% aktivnosti u slobodnom vremenu.*

## Average hours per day spent in leisure and sports activities by age, 2014 annual averages

The young spend more time playing games and using computers than older adults, while older adults spend more time reading



Click legend items to change data display. Hover over chart to view data.  
Source: U.S. Bureau of Labor Statistics.



Slika 2 - Aktivnosti tokom slobodnog vremena u danu prema starosnoj dobi, 2014. Godine.  
Izvor: U.S. Bureau of Labor Statistics  
*Mladi provode više slobodnog vremena uz kompjutere i kompjuterske igrice, dok stari više slobodnog ispunjavaju čitajući knjige.*

***“Slobodno vrijeme je vrijeme bez posla nužno kao preduvjet za sreću.” (Aristotel)***



*Je li nam slobodno vrijeme zaista slobodno?*

Francuski autor, Pierre Levy govori o poplavi informacija, stavljajući je u korelaciju s biblijskim potopom. Kako znati što u barku spremiti, a što prepustiti da potop odnese? Kako postati imun na tolike svakodnevnih informacije? <sup>59</sup>

*Information Fatigue Syndrome (IFS)* je poznati sindrom umora od mnoštva informacija, a manifestuje se kao svojevrsna —paralizal sposobnosti analize, gubljenja koncentracije, opće uznemirenosti i nesposobnosti za odgovornost. Ovaj pojam skovao je 1996. godine poznati engleski psiholog David Lewis. IFS ponajprije je pogaĎao osobe koje su zbog posla u duĎem vremenskom razdoblju morale obraditi mnoštvo podataka. Danas, meĎutim, gotovo da smo svi izloĎeni brojnim informacijama, Ćiji je broj u stalnom porastu. *Paraliza sposobnosti analize* je jedan od temeljnih simptoma IFS-a, dok zdrava sposobnost analize predstavlja i temeljnu odrednicu onog što odreĎuje mišljenje. Proces odreĎivanja mišljenja podrazumijeva iskljuĎivanje iz svega što ne pripada biti stvari – sposobnost razlikovanja bitnog od nebitnog. Prekomjernost informacija dovodi do atrofije mišljenja i umanjuje sposobnost suoĎavanja na bitno.<sup>60</sup> Osnovna komponenta Ćovjeka kao medija, kao komunikatora, ali i kao recipijenta, bez obzira kojoj struci pripadao jeste razlikovanje istine od neistine, u toj komunikaciji. Razlikovanje istine od neistine se moĎe pojednostaviti kao razlikovanje bitnog od nebitnog. Ali šta je svakom od nas bitno? Kako znati šta je zajedniĎka istina? Kako ťivjeti svoju istinu, a istovremeno ne ubjeĎivati druge u laĎ?!

Profesorica Fakulteta političkih nauka u Sarajevu, Fahira Fejzić-ĆengiĎ, pokušava odgovoriti na ovo istiuĎi da rasprave o istini traju otkako i komuniciranje meĎu ljudima. I danas se traga za odgovorima na pitanje o istini u komunikacijskom smislu. Povijest ovih traganja prepuna je simplifikacija o istini kao takvoj. Stoga je rasprava o istini zapravo rasprava i pokušaj nadilaĎenja razliĎitih aporija. Ono što je nepatvoreno je Ćinjenica da je rasprava o istini kroz historiju promatrana na relaciji *dobro – zlo*. Nema filozofije i nema religije u povijesti u

<sup>59</sup><http://franjevački-institut.hr/sadržaj/pdf/2017-03-01-14-20-9881-.pdf> (24.07.20121.)

<sup>60</sup>'Bitno', u ovom kontekstu moĎe da podrazumijeva 'istinito'.

kojima ova dva pojma nisu igrala značajnu ulogu, međusobno suprotstavljena, sve do izvođenja apriorizama tipa Bog Dobra i Bog Zla.<sup>61</sup>

Kako bismo znali šta u barku spremi da potop ne odnese i kako se sačuvati od prekomjernih informacija, nužno je tragati za istinom (vlastitom i zajedničkom).<sup>62</sup> Nužno je, dakle, kako upotpunjujemo slobodno vrijeme, odnosno kako koristimo naš osjećaj dosade. Da li nam je naša dosada potonuće u bezdan prekomjernih informacija ili ćemo je prihvatiti kao priliku za samosagledavanje i kreativnost koja može da proiziđe iz nje, odnosno iz nas. Ukoliko konstantno gušimo osjećaj dosade instant rješenjima poput ekranskog svjetla, bez imalo samosagledavanja vlastitog stanja u kojem se nalazimo u tom trenutku (sata, dana, života), sasvim je jasno da ne tragamo za istinom. Odbijajući traganje za istinom, kao odgovorom na našu dosadu i bilo koju drugu emociju koja se pritom razvije, vrlo je teško biti fleksibilan u rješavanju životnih problema i nedoumica. Vrlo teško je odgovoriti na izazove svakodnevnice života, jer ne poznajemo sebe. U tom slučaju, vrlo je i teško, skoro nemoguće, razlučiti i odabrati, bitno od nebitnog.

U traganju za istinom nam pomaže samosagledavanje, koje može biti upotpunjeno u našem slobodnom vremenu. Samoanalize ne moraju pritom da isključuju upotrebu ekranskog svjetla. Ono nam može biti podrška i izvor prilika na tom putu analize. Međutim, kako je u intervjuu Šatrović kazala, kako bismo znali pristupiti medijima, prvo moramo imati pristup vlastitom dahu. Ako imamo svijest i kontrolu u procesu našeg disanja, moći ćemo imati svijest i kontrolu u procesu korištenja medija. Podsjećanja radi, disanje je esencijalni proces koji utječe na naš mozak i njegove hemisfere koje dalje oblikuju naše ponašanje. Vlast ne želi da budemo revolucionarni, već da slijepo slijedimo ponuđeni obrazac, zbog čega je nužno potiskivanje desne hemisfere mozga koja je izvor emocionalne inteligencije kod čovjeka. Ukoliko slobodno vrijeme podredimo instant rješenjima protiv dosade ili *pseudodosade*<sup>63</sup> ispuštamo priliku za aktiviranje desne hemisfere mozga<sup>64</sup>, a samim tim i za samoanaliziranjem. Bez dobre samoanalize ne možemo spoznati autentičnost svoje ličnosti i nikad zapravo saznati šta je naša potreba, a šta želja. Kako ih razlučiti i rangirati na ljestvici

---

<sup>61</sup>Fahira Fejzić-Čengić, Uvod u teoriju unformacija, Sarajevo, 2008.

<sup>62</sup>Moja istina ne umanjuje tvoju istinu. I obratno.

<sup>63</sup>Nametnuta, kreirana, izmišljena (od strane mainstream medija) dosada.

<sup>64</sup>Da li to bilo kroz konkretnu pranayamu, hodanje u prirodi bosih nogu, meditaciju, razgovor, pisanje, igranje, slikanje, smijanje...

bitnog od nebitnog. Dobro od lošeg. Istinu od neistine. Dakle, bez samoanalize ostajemo i bez traganja za istinom.

Zbog uloge masmedija visoke frekvencije i pretjerane iskoristivosti koja (in)direktno utječe na podsvijest osobe, ličnosti, grupa i slično<sup>65</sup>, biti osoba koja misli, osjeća i analizira u skladu sa autentičnošću svoje ličnosti je izazov današnjice i znači biti u mogućnosti visoke samoaktualizacije<sup>66</sup>.

---

<sup>65</sup>Primjer (in)direktnog utjecaja je primjer '*potkožnog efekta igle*' (hypodermic needle). Film počiva na fenomenu ljudskog vida, tzv. *phi fenomenu*, koji omogućava da psihološka percepcija dva objekta (slike) u kratkom vremenskom slijedu vidi u neprekidnom pokretu. Ova iluzija pokreta omogućava da ljudsko oko u 1/10 sekunde vidi tri filmske sličice u pokretu. Dok muha vidi samo jednu tačku na televiziji, što i jeste jedna tačka koja se kreće velikom brzinom po ekranu u horizontalnom nizu linija, čovjek iz skupa tih elektronskih tački, impulsima koji se neuronima prenose iz oka u mozak, percipira sliku. Ukoliko u 24 slike u sekundi, koliko iznosi količina slika na filmskoj traci, ubaci još jedna slika, čovjek je ne vidi, ali je mozak registruje. Sam Packinpah koristio je obilato ove metode u svojim akcionim filmovima dodajući po sličicu (kvadrat) krvi; koju mozak registruje, ali je čovjek ne vidi. O ovom fenomenu svjedoči i Coca-Colina kampanja 70-tih godina u bioskopima, kada su unutar filma ubacivane reklamne poruke nevidljive oku gledaoca, kao i emitovanje ovih "nevidljivih" slika tokom spotova na MTV, koji rezultiraju tako da gledalac osjeti nevjerojatnu potrebu da popije čašu ovog pića, bez racionalnih motivacija. Budući da ovakvo nasilno provociranje čovjekovih impulsa može izazvati epileptične napade ili trajna oštećenja psihičkog života čovjeka, donesen je zakon po kojem je ovo korištenje propagandnih poruka zabranjeno. No, da li je to svakodnevnom korisniku igranog programa na televiziji zagarnjavano? (O pseudo-psihoterapijskoj ulozi filma, Spahić: 1987, 1990.)

<sup>66</sup>Abraham Maslow (Strydom, 2001) smatra da smisao nije izvan osobe kao nešto što egzistira nevezano uz nju, već on postoji unutar svake osobe. Prema njegovoj teoriji ličnosti, koja predstavlja i temelj humanističke psihologije, *samoaktuelizacija* predstavlja određeno psihičko stanje pojedinca koje on treba postići u svom razvoju (Santrock, 2002). Naime, to je najviši cilj koji pokreće čovjeka i kojem čovjek prirodno teži. Konkretno, prema definiciji, samoaktuelizacija je proces stalne aktuelizacije potencijala, kapaciteta i talenata, a što se ogleda u znanju i prihvatanju vlastite intrinzične prirode pojedinca (Walton, 2001). Dakle, Maslowljeva teorija ličnosti bi se mogla nazvati i *teorijom o samoaktuelizaciji*, a njen temelj predstavlja teorija potreba koja na potrebe i njihovo zadovoljenje gleda kao na način dolaženja do samoaktuelizacije.

## *Industrija dosade je industrija zabave*

Trenutak zabave prodire u sve pore postindustrijskog /postmodernog/suvremenog životu, od korporativne do medijske industrije. U tom kontekstu, u epohi zabave u kojoj je ona industrijski proizvedena shema i sastavni dio djelatnosti tzv. kreativnih industrija, svaki drugačiji vid zabavljanja i uživanja predstavljen je dosadnim i bespotrebnim. Zabavljanje tako postaje neodvojivi dio potrošačke kulture razvijenog kapitalističkog društva, s obiljem televizijskih show programa, videoigara, masovnih spektakala, sportskih događaja, itd. Ekspanzijom industrije zabave, svako narušavanje njene dominacije doživljava se kao direktno podriivanje<sup>67</sup> postojećih društveno-ekonomskih odnosa. Zabavljanje na ovaj način, neprekidno nastavlja održavati dominaciju nad svim ostalim formama i odnosima u životu, prvenstveno nad odnosom sa samim sobom. Odnosom koji podrazumijeva analizu svojih misli i emocija u skladu sa autentičnošću svoje ličnosti, što individuu dovodi na put samoaktualizacije. Ipak, u dominantnoj formi, sve se neminovno, stavlja kroz hegemonistički<sup>68</sup> aparat medijske industrije zabave, kako bi bilo dostojno svog opstanka (i uopće bivanja) u modelu zadovoljstva današnjice. U takvom modelu sve može biti transformisano u zabavu masovne reprodukcije<sup>69</sup>.

Takozvana industrija zabave, koja se aktualno definira unutar tzv. kreativnih industrija – čini se da ne ostvaruje svoju osnovnu funkciju<sup>70</sup>, jer je zabava uvjetovana profitom: u okvirima ove industrije, ne može se zamisliti takva zabava koja, istovremeno, nije i komercijalnog karaktera. To, ujedno, sužava mogućnosti da zabava bude nešto drugo do puki komercijalni proizvod, tj. roba. Zabava postaje uniformni, jednodimenzionalni poligon za trošenje novca i slobodnog vremena. U seriji interakcija koje nudi, svijet zabave se, prema našem mišljenju,

---

<sup>67</sup>Podriivanje – potkopavanje, narušavanje, destabiliziranje zatiranje, ugrožavanje.

<sup>68</sup>Hegemonija – grč.hegemonia, vođenje, upravljanje, prevlast (naročito jedne države nad ostalim saveznim državama, ili nekog jačeg staleža prema drugim staležima)

<sup>69</sup>Otuda smo na svakom koraku svjedoci razvoja metoda učenja kroz zabavu, interpretiranja novih radnih procesa kao zabavnih, sve do opskurnih suočavanja s osobnim ili kolektivnim tragedijama kroz naročite oblike zabavljanja. (D. Vuksanović i D. Čalović, Filozofija medija: jedan pogled na industriju zabave i proizvodnju dosade)

<sup>70</sup>Tradicionalno gledano, od medija se traži da informiraju, pouče, ali i zabave. Nekada su ove funkcije medija fuzionirane, a nije rijetkost da se mediji specijaliziraju za pojedine vrste programa – informativne, umjetničke, sportske, i sl., kakav je često slučaj s televizijom, na primjer. (D. Vuksanović i D. Čalović, Filozofija medija: jedan pogled na industriju zabave i proizvodnju dosade)

preokreće u svoju suprotnost – dosadu, koja teži ispunjenju / strukturiranju vremena i obrtanju kapitala. Dosada tako postaje drugo ime za vrijeme „uživanja— i „zabave—, praznina koja kao bezdan guta, bez razlike, sve medijske forme i sadržaje našeg vremena.<sup>71</sup>

Industriju zabave, autori Vuksanović i Čalović, obrazlažu neminovnom, industrijom dosade. Kako bi shematski proizvod zabave koji se iznova reproducira u medijima mogao uopće biti zabavan, bilo je potrebno proizvesti osjećaj dosade. Tako se razvilo ubjeđenje da je sve što ne pripada industriji medijske zabave, dosadno. Autentične<sup>72</sup> izražajne konstrukcije transformisanja dosade u zabavu su potisnute iz domena poželjnog. Kako ističu autori, iako još neukinuta u potpunosti, perspektiva razvoja autentičnog zabavljanja, uvođenjem ove opozicije, postala je nedovoljno jasna čovjeku industrijskog doba.<sup>73</sup> Jedan od primjera autentičnog zabavljanja ili jednostavnije kazano, autentičnog ispunjavanja (slobodnog) vremena, jesu oni načini koji proističu iz potpunog i svjesnog disanja, ali koji ga i podrazumijevaju. Kako je već istaknula sagovornica Amina to može biti praksa kundalini yoge, koja podrazumijeva mnogo pranayama, ali može i neko provođenje vremena u prirodi, kupanje u velikim vodenim površinama, hodanje bosih nogu po zemlji ili travi, ali nije i nužno. Ono što je nužno je disanje koje pritom osvijestimo, a koje će aktivirati nervni sistem i njegove procese u nama, te nas podsjetiti na ono što nam je u životu potrebnu u datom trenutku, šta zapravo želimo ili ne želimo. Bitno je dakle ono što iz toga izvučemo, kao poruku ili nađahnuće. Autentično sredstvo ili način življenja je pritom individualan i najbolji način življenja, najautentičniji, možeš pronaći jedino i samo unutar sebe. Zato je i autentičan. Unikatan.

Tvoj.

Etimološki, termin autentičan, vodi porijeklo iz grčkog jezika (authentikos – vjerodostojnost i istinitost), a u našem jeziku može da označi nešto izvorno, originalno, jedinstveno. Njegova suprotnost leži u neautentičnosti<sup>74</sup>, koja podrazumijeva neoriginalnost, ispraznost, besmislenost, klišeiziranost.

Logika kapitalističkog načina proizvodnje, razvila je otuđenost u odnosima sa svijetom, a prvobitno sa unutrašnjim svijetom (svojom intuicijom), što je doprinijelo nejasnoći

---

<sup>71</sup>D. Vuksanović i D. Čalović, Filozofija medija: jedan pogled na industriju zabave i proizvodnju dosade, In medias res : časopis filozofije medija, Vol. 8 No. 14, 2019.

<sup>72</sup>Niko od nas ne može u potpunosti znati šta znači autentičnost, dok ne zakorači u tu zonu u cjelosti. Tek tada će imati iskustvo toga i znati šta autentičnost jest. Potpunu spoznaju može dati samo direktno, individualno, iskustvo.

<sup>73</sup>Ibidem

<sup>74</sup><https://www.kontekst.io/hrvatski/neautenti%C4%8Dnost>

autentičnog zabavljanja, odnosno žvrljenja, u industrijskom i postindustrijskom dobu. O našem autentičnom zabavljanju, odnosno žvrljenju, kazuje svaki dio našeg žvota. Način na koji se budimo, ali i način na koji spavamo. Kako pristupamo prema sebi, svojim emocijama i mislima, a kako pristupamo našoj okolini. Koje vrijednosti prihvatamo misaono, a koje zaista i implementiramo, pokazatelj su naše svakodnevne autentičnosti. Ukoliko svoje vrijeme ne kreiramo izražavajući se iz najdubljeg mjesta u sebi, vrlo lahko ćemo se priključiti nametnutom mehanizmu sheme zabave.

Razvoj suvremenih medijskih industrija, koje su u ovome prepoznale perspektivu vlastitog rasta, dodatno je osnažio spomenute procese na planetarnom nivou, ističu Vuksanović i Čalović. Ukoliko ne identifikujemo naš način funkcionisanja, dobijamo industrijsku, neautentičnu i za sve jednaku, ideju zabavljanja i žvrljenja, u skladu sa tržišnim principima, a ne onim koji odgovaraju našoj ličnosti. Ovako dolazi do fuzije produkcije medijskih sadržaja u vidu proizvoda, koji se masovno prodaju i pojedince koji se sve više identificiraju s idejom konzumerizma.

Podređivanje zabavljanja, kao i osjećaja dosade, tržišnim principima, do te je mjere izmijenilo pristup njihovom razumijevanju da je, u krajnjoj liniji rezultiralo, kako je već istaknuto, promjenom njihovih pojmova. Tako smo, konačno, postali svjedoci da se ono što bi prema tradicionalnim mjerilima bilo određeno kao dosadno, interpretira kao zabavno, i obratno. Iako možemo pretpostaviti da je transformiranje pojmova zabave, odnosno dosade, djelimično rezultat i dijalektičkih procesa uvjetovanih izmjenom konteksta društveno-ekonomskih odnosa, čini se da je stupanj, kao i intenzitet njihove promjene pretežno ishod proširenja sfera industrijske proizvodnje na simboličko, kulturalno i medijsko područje njenog djelovanja. Budući da je s industrijskom proizvodnjom razvoj tržišta postao oslobođen realnog rasta potreba, to uspon industrija zabave (i kreativnosti), kao i bazičnog osjećaja dosade, mnogo više duguje usklađivanju pojmova zabave, odnosno dosade njihovim industrijski proizvedenim surogatima, nego autentičnoj procjeni u kojoj su mjeri odgovarajući sadržaji doista zabavni i dosadni. Ovo zamagljivanje razlika između osjećaja zabave i dosade, posljedica je odnosa otuđenosti prisutnog u svim sferama suvremenog žvrljenja, te gubljenja kritičke energije koja bi doprinijela korjenitoj izmjeni društvene stvarnosti. Podsjetimo se, počinjući najavljeni projekt industrijalizacije, moderno doba nastavilo je putem gušenja svake autorefleksije, proširujući repertoar represivnih mehanizama izgrađenih u prethodnim

epohama. Standardizacija proizvoda i usluga, jednako kao i samog radnog procesa, zahtijevala je ne samo shematizaciju potreba, već i privatnog života.<sup>75</sup>

U kritici industrije kulture, Horkheimer i Adorno ukazali su na ovaj proces, objašnjavajući gubljenje kritičkog odnosa prema umjetnosti, te prihvaćanje principa jednoobraznosti, procesom usaglašavanja s procedurama standardiziranja rada. Kako ovi autori primjećuju, čovjeku industrijskog društva otvorena su vrata ulaska u stanje uspavanog zadovoljstva, kao svojevrsne nagrade odustajanja od mišljenja. Istovremeno, razvoj industrijskih odnosa u suvremenom dobu rezultira još jednim novim fenomenom – riječ je o odustajanju od osjećanja. Manifestacije ovakve jedne tendencije primjetne su i na planu sveukupne zabave. Privid razlikovanja dosade i zabave, masovna otuđenost, kao i kronična odsutnost kritičkog odnosa prema robnoj standardizaciji ne samo medijske nego i svake druge realnosti dijagnoza je našeg doba, koje odlikuju ropski rad i zarobljeno slobodno vrijeme. Simboliku spomenutih procesa, po našem mišljenju, adekvatno ilustrira pojava mačke Grumpy na društvenim mrežama, koja personificira dosadu i dosađivanje u svijetu medija i zabave. Naime, tematiziranje zabave kao dosade, uz pomoć novije FB ikone, odnosno mačke koja neprekidno gunča i dosađuje se, adekvatna je medijska poruka u novonastaloj situaciji. Pojava mačke Grumpy može se, međutim, protumačiti i kao prilika za mogući preokret na relaciji: masovna zabava – individualno dosađivanje. Jer, autentična dosada, za razliku od industrijski proizvedene, situacijske, može postati od egzistencijalnog značaja, kao potencijalna šansa za subverziju režima privida, samorefleksiju i preispitivanje pojedinca i njegovog odnosa prema društveno-ekonomskom okruženju razvijenog kapitalizma. Za takvo jedno preispitivanje neophodno je, prema našem uvjerenju, znanje na području filozofije medija. Mehanizmi kojima situacijska dosada, svojim medijskim omasovljenjem, biva pretvorena u svijet zabave, a zabava potom u vrijeme sustavnog dosađivanja, nisu, kako smo prethodno pokazali, prozirni i teško ih je identificirati. Jedan od mogućih pristupa temi sustavne zamjene zabave dosadom u medijskom kontekstu sagledavanja ovih fenomena ponudio je i Paul Virilio, uvodeći iznova u optičaj termin/pojam preuzet iz medicine – *„piknolepsija“* (*pyknolepsy*<sup>76</sup>), koji je, primjera radi, koristio u svom delu *Open sky*, kao oznaku za one trenutke ili stanja čovjekovog uma,

---

<sup>75</sup>D. Vuksanović i D. Čalović, *Filozofija medija: Jedan pogled na industriju zabave i proizvodnju dosade*, In *medias res : časopis filozofije medija*, Vol. 8 No. 14, 2019.

<sup>76</sup>*Epilepsy is little death and picnolepsy, tiny death. What is living, present, conscious, here, is only so because there's an infinity of little deaths, little accidents, little breaks, little cuts in the sound track, as William Burroughs would say, in the sound track and the visual track of what's lived. (-) Our vision is that of a montage, a montage of temporalities which are the product not only of the powers that be, but of the technologies that organize time.*

koji su nalik na trenutne gubitke svijesti, slično malim epi-napadima (petit mal). Píknolepsija je, inače, karakteristična za doba djetinjstva i adolescencije, dakle – nezrelosti, a simptome ove bolesti čine mnogobrojni, kratkotrajni prekidi svijesti što se ponavljaju po stotinak puta u jednom danu. Ova vrsta napada, odnosno upada nespješnog u standardni tijek (samo)svijesti kao da predstavlja onu sponu između spješnog i nespješnog koja je, zapravo, rezultat medijskog posredovanja i shematiziranja; pogotovo u domeni zabave djetinjeg ili adolescentskog tipa. To znači da shematiziranje svijesti (o kojoj su govorili Horkheimer i Adorno), s jedne strane, te nespješnog s druge strane, a na osnovi djelovanja industrije kulture – ili prošireno: kreativnih industrija primijenjenih na području medija, te medijske industrije zabave, biva povezano tako da se spješno i nespješno konzumenta i korisnika posreduju putem medija njihovim izazivanjem kontinuiranih „napada— na nespješno, ali tako da se prividno tijek svijesti očuva u njegovom kontinuitetu. Jer, zahvaljujući tehnološkom ubrzanju (percepcije), píknolepsija postaje sinonim za način organizacije medijskog, te našeg životnog vremena. Ona omogućava nastanak tehnološkim sredstvima konstruiranih vizija koje su, u stvari, perceptivne „montaže—. Dakle, industrija zabave, koja se naveliko bavi montažnim poslovima, prodirući, kroz propustljive slojeve svijesti u nespješno, djeluje poput programiranih dvadesetčetverosatnih epi-napada na naš spoznajni sustav i emocije. Tako je i moguće da medijskim putem industrijalizirana dosada, koja za efekt ima stalno ponavljanje, bude predstavljena i doživljena kao zabava. Naime, nizovi majušnih smrti – kao rezultanta djelovanja medijskim putem generirane píknolepsije, umrtvljuju našu čulnost, stalno je bombardujući upadima u nespješno, čime se, u isto vrijeme, amputira i dio (kritičke svijesti), što objašnjava veliku popularnost i masovnost zabave sagledane u kontekstu djelovanja medijske industrije. Dopunjujući Svendsenovu tipologiju dosade onim medijskim fenomenima koji dosadu pretvaraju u visokoprofitabilnu zabavu, otupljujući osjetila sićušnim smrtima koja se učestalo ponavljaju praćenjem suvremenih medija, u postojeću klasifikaciju uveli bismo još jedan vid dosađivanja koji se industrijski proizvodi, a potom plasira i prodaje kao masovna zabava – a to je letalna dosada; ona je, naravno, produkt medijske zabave i opijenosti prazninom. Ujedno, ona predstavlja puki upad u nespješno i zatamnjene slike, nalik na ubačene fotografe u nizove od 24 sličice u sekundi (film). Riječ je o dosadi na smrt koju omogućava tehnološko ubrzanje percepcije. Ovaj tip dosađivanja, našalost, u našem vremenu postaje jedan od vladajućih stilova života; ukratko, onaj tko se smrtno dosađuje, zahvaljujući masovnoj medijskoj industriji, zabavlja se do smrti. Time zabava ne samo što prelazi u dosadu, već se egzistencijalno približava fenomenu smrti. Razvijeni kapitalizam, pri tom,



odlično koristi navedene mehanizme, eksploatirajući simboličko polje čovjekovog djelovanja, kako bi sebi produžio postojanje.<sup>77</sup>

Kako spomenih na početku rada, navođenje McLuhanovskih istina, ljudskih istina, odnosno medijskih istina, može samo potvrditi odabranu temu intrakomunikologije. Upravo je razvijeni kapitalizam sinonim za masovne medije, koji odlično koriste gore navedene mehanizme (industrijske dosade i industrijske zabave) u eksploataciji čovjekovog djelovanja, kako bi sebi produžili postojanje. Upravo zato su masovni mediji potvrđeni u službi produžetaka ili ekstenzijatora čovjekove svijesti, koju im je i McLuhan dodijelio. Tamo gdje počinju oni, završava čovjek. Stoga je tehnika oslonac razvoja s obzirom na produžene mogućnosti čovjekovog djelovanja, ali ne nužno i boljeg, odnosno kvalitetnijeg života ljudi, koji postaju robovi masmedijske organizacije njihovog vremena.

---

<sup>77</sup>Isto. D. Vuksanović i D. Čalović, Filozofija medija: Jedan pogled na industriju zabave i proizvodnju dosade, In medias res : časopis filozofije medija, Vol. 8 No. 14, 2019.

## **Svijest ponad svake materije i tijela – intra ponad eksternog**

Ove istine, koje mogu okarakterisati 'McLuhanovskim istinama', ali i 'istinama čovječanstva' i 'medijskim istinama' daju potpuniji smisao mom istraživanju intrakomunikologije. *Ljudska čula omogućavaju čovjeku prijem signala kroz specijalizirane nervne ili epitelijalne ćelije – receptore, koji funkcionišu pojedinačno ili u kombinaciji sa drugim tipovima ćelija gradeći čulne organe, kao što su, naprimjer, uho ili oko. Registrovanje različitih signala je opći proces koji podrazumijeva pretvaranje energije stimulusa u akcione potencijale koji se prenose senzitivnim nervnim vlaknima do centralnog nervnog sistema, gdje se obrađuju i prepoznaju.* 78

Upravo preko čula mi izvršavamo transakciju s vanjskom okolinom, svijetom oko nas. Naše ruke, noge, oči, uši, jezici su dijelovi nas koji su medijatori između informacija koje primamo, percipiramo i (ne)prihvatamo u našem spoznajnom aparatu. I naša čula su posrednici između naših misli o djelovanju i konačnog čina djelovanja. Dakle, zamijenivši prvobitna, prirodna čula, medijskim ekstenzijama sasvim je logično da je promijenjen i kvalitet unosa-iznosa tih čula. Ljudski mozak stalno generira predikcije koje olakšavaju i usmjeravaju procesiranje osjetnih informacija i posljedično mijenjaju ono što vidimo i osjetimo kroz ostala čula. Informacijska transakcija, koja proističe iz interakcija (komunikacija s drugima) i intrakcija (misli i emocije, intrapersonalna komunikacija) prodiere dakle u naša čula, odnosno naše manifestacije u životu, koji označavaju naše životne odabire. Konkretni primjer čula koji upotrebljavam u intrakomunikološkom istraživanju je čulo vida, a za koje su mnoga bihevioralna i neuroznanstvena istraživanja pokazala da se vid doista mijenja pod utjecajem naučenih asocijacija i konteksta kao i socijalne kognicije, motivacije i emocija, što upućuje na zaključak da je vid kognitivno penetrabilan<sup>79</sup>. Iako se u takvim istraživanjima još uvijek identificiraju brojne metodološke i interpretacijske poteškoće, pa penetrabilnost vida nije još uvijek opće prihvaćena, sve više je napora oko zastupanja penetrabilnosti i potvrđivanja

---

<sup>78</sup>Voustianiouk A, Kaufmann H (novembar 2000). „Magnetic fields and the central nervous system. Clinical Neurophysiology. 111 (11): 1934—5. PMID 11068225. doi:10.1016/S1388-2457(00)00487-9

<sup>79</sup>Penetrabilnost – probojnost, prodornost; penetrabilan – prodoran, probojan.

istraživanja o kognitivnim procesima (mišljenje, rezoniranje, očekivanje i vjerovanje) i emocijama, kao i motivaciji koji mogu utjecati i mijenjati sadržaj vida.<sup>80</sup>

### *Penetrabilnost vida*

U novije je vrijeme pokret *novi pogled* ponovno aktualan razvojem novih teorijskih konstrukata kao što je prediktivno kodiranje i Bayesijanski modeli percepcije. Osnovna je ideja potekla od Helmholtza (1867/1924), koji je predložio model eferentnih kopija koje generira motorni sustav kako bi prevideo senzorne posljedice izvršenja motornih naloga. Na taj način mozak osigurava stabilnu percepciju položaja objekata nakon izvršenja pokreta očiju (Schubotz, 2015). Svrha je prediktivnog kodiranja skraćivanje vremena i smanjenje količine procesnih resursa potrebnih da se obradi ogromna količina senzornih informacija koje neprestano dolaze do naše retine<sup>81</sup> (Huang i Rao, 2011). Koncept prediktivnog kodiranja pretpostavlja da mozak, u svrhu predviđanja kakve će vjerojatno biti nadolazeće senzorne informacije, kontinuirano stvara model vanjskog svijeta i mijenja ga i nadograđuje prema pravilima Bayesijanske statistike. Model okoline oblikuje se na osnovu prošlih iskustava pohranjenih u pamćenju, kontekstualnih asocijacija kao i senzornih informacija iz drugih osjetnih modaliteta. Naime, objekte opažamo u tipičnim uvjetima u kojima se često pojavljuju zajedno s drugim objektima, a to nam iskustvo omogućava učenje asocijacija među njima. Asocijacije potom postaju bogat izvor informacija kojima se rukovodimo prilikom identifikacije objekta. U slučaju dvosmislenog podražaja informacija o kontekstualnom okruženju olakšat će nam njegovu interpretaciju (Bar, 2004).<sup>82</sup>

Važna implikacija prediktivnog kodiranja jest da je vid interaktivan, dvosmjernan proces nadopunjavanja uzlaznih i silaznih signala. Drugim riječima, mozak nikada ne percipira okolinu kao praznu sliku, nego uvijek kreće od neke pretpostavke o tome kako bi okolina mogla izgledati. Friston (2010) navodi da mozak nastoji što je više moguće smanjiti

---

<sup>80</sup><https://hrcak.srce.hr/203799>

<sup>81</sup>Mrežnica (lat. retina) je unutarnja ovojnica oka.

<sup>82</sup>[file:///C:/Users/Covic/Downloads/9\\_Maric\\_M\\_i\\_Domijan\\_D\\_Psihologijske\\_teme\\_2018\\_27\\_2.PDF](file:///C:/Users/Covic/Downloads/9_Maric_M_i_Domijan_D_Psihologijske_teme_2018_27_2.PDF)

iznenaĉenje, odnosno pogrešku predikcije te zbog toga stalno procjenjuje stanje u okolini aktivnim zaključivanjem.<sup>83</sup>

### *Intrakomunikologija u neuroznanstvenim argumentima za penetrabilnost vida*

Istraživanja funkcionalnim oslikavanjem mozga magnetskom rezonancijom (fMRI) pokazala su da znanje o objektu moće kreirati oĉekivanja koja mijenjaju aktivnost u vidnim centrima koji reprezentiraju elementarna perceptivna obiljeŕja kao što su boja i oblik. Vandembroucke, Fahrenfort, Meuwese, Scholte i Lamme (2016) prikazivali su ispitanicima nijansu ŕute boje koja se po svom tonalitetu nalazi izmeĉu crvene i zelene. ŕuta boja prikazana je ili na objektu koji je tipiĉno crven (npr. rajĉica), objektu koji je tipiĉno zelen (npr. krastavac) ili potpuno nepoznatom objektu. Koristeĉi tehniku dekodiranja neuronskih signala pokazali su da mogu predvidjeti gledaju li ispitanici ŕutu boju na tipiĉno crvenom ili tipiĉno zelenom objektu samo na osnovu neuronskog odgovora na ĉistu crvenu ili zelenu boju u kortikalnom podruĉju za koje se zna da ima vaŕnu ulogu u reprezentaciji boja. Drugim rijeĉima, neuronski odgovor na ŕutu boju bio je pomaknut prema crvenoj boji kada su je ispitanici gledali na rajĉici ili prema zelenoj boji kada su je gledali na krastavcu.<sup>84</sup>

Socijalno i emocionalno znanje takoĉer moće penetrirati u vid, na što upuĉuju istraživanja percepcije lica EEG-om i fMRI-om, što ima kljuĉnu ulogu u socijalnim interakcijama. Kada ispitanici gledaju lica pripadnika iste socijalne grupe kojoj i sami pripadaju (iste rase ili arbitrarno formirane grupe), dolazi do jaĉe aktivacije u fuziformnom girusu<sup>85</sup> nego kada gledaju lica pripadnika druge grupe (Golby, Gabrieli, Chiao i Eberhardt, 2001; Van Bavel, Packer i Cunningham, 2008). U istom smjeru, percepcija lica iz iste grupe dovodi do pojaĉanog N170 vala, koji se smatra najranijom komponentom vidnog procesiranja lica (Ratner i Amodio, 2013). Nadalje, afektivna vrijednost podraŕaja utjeĉe na vid vrlo rano, što se vidi iz moduliranja ERP signala u rasponu od 120 do 160 ms od zadavanja podraŕaja (Olofsson, Nordin, Sequeira i Polich, 2008). Ovo ima veliku vaŕnost za preŕivljavanje jer signalizira jedinki prilaeenje objektu ili njegovo izbjegavanje (Barrett i Bliss-Moreau, 2009).

---

<sup>83</sup>Ibidem, str. 321.

<sup>84</sup>Ibidem, str. 321.

<sup>85</sup>Medijalna površina lijeve hemisfere mozga, zaduŕena za obradu prepoznavanja lica.

Kveraga i sur. (2015) su pokazali da emocionalne predikcije imaju važnu ulogu u brzom prepoznavanju prijetnje. Otkrili su da se bihevioralni odgovor, kao i neuronska reakcija na prijetnju mijenja ovisno o tome radi li se o direktnoj ili indirektnoj prijetnji (gleda li prijeteca životinja izravno u opačaća ili ne), što upućuje na zaključak o integraciji afektivne informacije s vidnom u cilju što brže i tačnije interpretacije prijeteće situacije.<sup>86</sup>

Sva transakcija preko naših čula, podražaj je koji se manifestuje duboko u nas i mijenja nas kao biće. Mijenja svako naredno naše vičenje, slušanje, doticanje, odnosno naš percepcijski pristup stanju i zbivanju oko nas. Ovo je još jedno intrakomunikološko znanje, s kojima upravljaju medijski ekstenzijatori, koristeći uglavnom protiv čovjeka. Odnosno, za njegovu imploziju svijesti. A propos prethodno iznesenih znanstvenih istraživanja, sve što kažemo, čujemo ili vidimo ostaje u nama, oblikujući naše sljedeće govorenje, čujenje i vičenje/kazivanje, slušanje i gledanje. Sve što kažemo, čujemo ili vidimo – postajemo. Razvijeni kapitalizam posreduje i upada s medijima (kao mehanizmom industrije zabave) u čovjekovu svijest i podsvijest. Oni prodiru, odnosno penetriraju, kroz propustljive slojeve svijesti u nesvjesne i djeluju poput, kako je to Paul Virilio predočio, dvadesetčetverosatnih, iznenadnih epi-napada na naš spoznajni sistem i emocije. Inače se ova vrsta epilepsije javlja kod djece i adolescenata, te je karakterizirana kao dječija bolest koja se očituje kratkotrajnim napadima suđenja svijesti. Dakle, nesvjesni korisnik kisika (disanja), a samim tim i masovnih medija, teško da će disati i izražavati se iz najdubljeg mjesta u sebi, što rezultira izostankom autentičnosti i identifikacijom s idejom konzumerizma, podrećivanju industrijskoj zabavi, odnosno dosadi, trtišnim principima i prividnom zadovoljstvu kao nagradi za odustajanje od autentičnog mišljenja i osjećanja. Jedino zdravo rješenje u dvadesetčetverosatnoj svakodnevnici, ispunjenoj mnoštvom posredovanih komunikacijskih formi, je neposredna, direktna i živa komunikacija, kojom ćemo zaista osjetiti stvarnost u nama i oko nas. Te ju vlastitim razumijevanjem *jezika simptoma* i shvatiti. Primjer neposrednog učenja i stvarne, in vivo komunikacije, imamo na obredima hadždža, gdje prosječan musliman, Evropejac, kroz dva-tri dana sretne sve rase i boje ljudi, sve krupne i sitne Afrikance, Indonežane, Amere, Kineze, Ujgure, Ruse, Malajce, Senegalce i za sva vremena shvati da je ljudski rod jedan, ali raznolik, po zakonima Božijim, što jača indukciju i učenje, našu penetrabilnost vida za raznovrsnost, više nego svo čitanje, teoretiziranje ili posmatranje slika na nekoj društvenoj platformi. Stvarno iskustvo, prilikom kojeg možemo opažati i sebe i svijet oko sebe (kao što

---

<sup>86</sup>Ibidem, str. 321-322.

je obred hadždža<sup>87</sup>), je djelotvornije i učinkovitije, potvrđujući petu pomoćnu hipotezu o neposrednoj, direktnoj i živoj komunikaciji s kojom tek možemo uočiti stvarnost u nama i oko nas. Islam je, u ovom slučaju, samo jedan primjer pragmatičnosti koja se ogleda u neizmjerljivoj vrijednosti univerzalnih svjetskih religija, što se, in vitro, uglavnom zanemaruje. Eventualno, prikazuje u potpuno negativnom i pogrešnom konceptu.

Osim što su masovni ekstenzijatori, uspjeli propustiti industrijsku, prividnu dosadu, a samim tim i prividnu, industrijsku zabavu u (pod)svijest društva, koja se stalno ponavlja, zanimljivo mi je da to istaknem i kroz promicanje medijskih istina, odnosno neistina, koje kao i medijska zabava, imaju efekat stalnog ponavljanja, pa se na taj način uvrijeće kao nešto činjenično, postojano i istinito. Uz penetrabilnost vida, masovni mediji sa multimedijalnim pristupom, propuštaju u eter onaj narativ koji njima odgovara, a s kojim će ostvariti lakši manipulativni pristup masi. Jedan od dominantnih medijskih narativa je onaj u kojima su muslimani, islam i Arapi predstavljeni u krajnje negativnom svjetlu. U svjetlu, odnosno tami, terorizma i džahilijeta.<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Hadždž (arap. namjera, cilj) je obred koji predstavlja petu islamsku dužnost, a podrazumijeva hodočašće muslimana u Mekki oko svetog hrama Kabe. Simbolički predstavlja spoznavanje i slavljenje Božije Jednoće koja se manifestuje kroz različite narode, ali s istom namjerom - u odrećeno vrijeme, pod odrećenim uslovima i u odrećenim obredima.

<sup>88</sup> Džahilijet (arap. džehl – neznanje nasuprot znanju, kopršanje i uznemirenost, neprosvijećenost) odnosi se i na povijesno razdoblje predislamskih Arapa, specifićno po paganstvu, nasilju i oholosti. U tom kontekstu, može biti sinonim za izvrtanje ljudskih vrijednosti i prava, ali i za izvrtanje istine i licemjerstvo.

### *Kreiranje islamofobije: Reel Arabs vs. Real Arabs*

Zapadni, mainstream, mediji pentreabilnost čovjekovog vida upotrebljavaju kao ekstenzijatori, proizvođači, čovjekovih čula oblikujući ih onako kako njima odgovara. Zarad vlastitog profita, a uglavnom na štetu islamskog svijeta, predloženi kao prijetnja za zapadnu civilizaciju i zaostali fundamentalisti. *Islam i muslimani su necivilizirani nasilnici, koji teroriziraju i narušavaju mir civiliziranog zapada* – eto tako nekako izgleda medijska slika koja se predložava javnosti. Vrlo rijetko se islam spominje u pozitivnom kontekstu, a o njemu se izvještava uglavnom kada se dovodi u vezu s nekim zločinom.<sup>89</sup>

Doktor Mohamad Elmasry, docent na Odsjeku za komunikacije na Univerzitetu Sjeverna Alabama, ističe da niko ne traži od zapadnih medija da ignorišu uključenost nekih muslimana u sukobima i globalnom terorizmu, ali ono što se traži jeste ravnopravno i pravedno prikazivanje, što podrazumijeva kritičko istraživanje korijena terorizma, koje uključuje veći broj muslimanskih glasova i izvora i izvještavanje koje će učiniti da se obični muslimani odvoje od grupa poput AL-Kaide i ISIL-a.

Stručnjak za medije, Jack Shaheen, analizirao je način na koji su se Arapi prikazivali u američkim filmovima, u posljednjih 20 godina. "Filmovi prikazuju sve Arape kao neku vrst ništih bića, a islam kao vjeru nasilja. U gotovo svakom od filmova, nakon što se musliman pomolio Bogu, uslijedilo bi nasilje. Dakle, Hollywood se primarno usmjerio na prikazivanje fanatične manjine." Svoju tvrdnju Shaheen je potvrdio u svojoj knjizi, a kasnije i ekranizaciji knjige „Reel bad Arabs—<sup>90</sup>, gdje je istražio stereotipni prikaz Arapa i muslimana u holivudskim filmovima u proteklih 100 godina, otkrivši da većina od 900 filmova poništavajuće prikazuje Arape i muslimane (od beduinskih bandita i potlačenih djevojaka do zlokobnih šejhova i terorista), kao brutalne, nemilosrdne, necivilizirane vjerske fanatike, koji teroriziraju civilizirane zapadnjake, a posebno kršćanje i Jevreje.

---

<sup>89</sup>Video animacija od dr. Omar Suleimana i dr. Nazira Khana, koja razbija mitove, kreirane od islamofobične industrije o skoro 1,6 milijardi muslimana: <https://yaqeeninstitute.org/omar-suleiman/taqiyya-license-to-lie-animated-video>.

<sup>90</sup><https://as.nyu.edu/content/nyu-as/as/research-centers/neareaststudies/special-initiatives/reel-arabs-vs-real-arabs.html>

Na toj liniji odbrane pridružili su mu se razni novinari, umjetnici i aktivisti koji nastoje podvući crtu između stvarnih Arapa – sa kulturnom i političkom raznolikošću, te stereotipiziranih Arapa s televizije i filma.

Palestinka, rođena u Michiganu, Jackie Salooum je multimedijaska umjetnica i filmašica koja je kombinacijom filmskih snimaka i televizijskih programa kreirala dokumentarac *Planet of Arabs*<sup>91</sup>, koji je prikazan na filmskom festivalu Sundance 2005., a odnio je i nagradu za najboljeg montažera na filmskom festivalu Cinematexas. Njen film je alternativni glas u borbi protiv hollywoodskog, dehumaniziranog i klevetničkog, prikaza Arapa i muslimana, ističe u svojim izjavama za medije. Kombinacijom snimaka iz mnogih filmova i televizijskih programa ostvarila je montažni spektakl u stilu trailera o nemilosrdnom omalovažavanju i dehumanizaciji Arapa i muslimana u Hollywoodu. Nadahnuće je crpila iz knjige dr. Jacka Shaheena 'Reel Bad Arabs'. Rezultati istraživanja su da je od 1000 filmova s arapskim i muslimanskim likovima (od 1896. do 2000.) 12 bilo pozitivnih prikaza, 52 je čak uručeno, a preostalih 900 negativnih. Cijeli je projekat imao za cilj otkriti sistemski rasizam prema Arapima i muslimanima, koji propagira američka kinematografija.

Svjesnu medijsku proizvodnju islamofobije, stereotipa o teroristima, zaostalosti, neciviliziranosti i islamistima svakodnevno uviđamo na principu predikcije mozga i vida. Kao što su u testu na pentreabilnost vida ispitanici bili naklonjeniji zelenoj boji kada bi vidjeli oblik povrća koje je inače zelene boje (krastavac), a naklonjeniji crvenoj kada bi vidjeli oblik povrća koje je inače crvene boje (paradajz), tako i mediji decenijama podstiču, i tajno i javno, predikciju terorizma ili neciviliziranosti na bilo koji oblik islama (socijalni, obrazovni, geopolitički, bogoslužni, itd.). Više slika bombaša, nasilja ili ubistava u kontekstu Arapa, muslimana ili islama, znači i više lakše masovne mobilizacije za masovni strah, stigmatu, rat, sukob, ubistvenost.

---

<sup>91</sup>[https://www.youtube.com/watch?v=vC3hwKtv\\_OU](https://www.youtube.com/watch?v=vC3hwKtv_OU)



## *Disneyeve Arapske noći*

Prvi primjer penterabilnosti vida kojom se kreira islamofobičnost, predstavljajući arapski svijet kroz islamsku tradiciju kao dominantno nasilan i barbarski, iz multimedijalne industrije je objavljivanje Disneyevog crtanog filma Aladdin i uvodne pjesme *Arapske noći*, koja opisuje Arabiju na barbarski i zastrašujući način. Posebno uzveši u obzir činjenicu da je crtić namijenjen djeci. Nakon prvog objavljivanja filma, 25. novembra 1992., uvodna pjesma *Arapske noći* glasila je ovako: "Gdje vam odsjeku uši ako im se ne sviđa vaše lice / Barbarsko je, ali hej, to je dom."<sup>92</sup> Nakon pritužbi i prosvjeda američko-arapskog odbora za borbu protiv diskriminacije, zbog brutalnosti implicirane u pjesmi, tekst je promijenjen u: *Gdje je ravno i neizmjereno/ogromno, a vrućina je velika/Barbarski je, ali hej, to je dom.*— Disney se opravdao kako spomenuto barbarstvo aludira na klimu, a ne na narod Arabije. Američko-arapski antidiskriminacijski odbor uvrijedio se zbog brutalnosti implicirane u pjesmi, kao i mnogih drugih aspekata filma,<sup>93</sup> poput vrlo ljigavog, burlesknog lika u prologu i sceni u kojoj će trgovac skoro odsjeći ruku princezi Jasmine, jer je uzela jabuku s njegovog štanda kako bi nahranila gladnog dječaka.<sup>94</sup>

Aladdin je jedan od omiljenih animiranih filmova većine, bez obzira na uzrast, ali je nemoguće ignorisati rasističke detalje koji su uočljivi od uvodne pjesme pa sve do samog upotpunjena crtića.

Osim prvobitno spomenutih, evo još nekih, na koje se referiraju različiti kritičari, između ostalog i Jugoistočni studentski centar, MESC<sup>95</sup>, u tekstualnoj analizi iz koje sam preuzela prateće fotografije.<sup>96</sup>

1. Jasmine je jedna od četiri Disneyjeve POC (Princesses of Color/princeze u boji), ali i jedina

<sup>92</sup>Izvorna uvodna pjesma crtanog filma *Alladin*: <https://www.youtube.com/watch?v=pkV-YFTEy9o>

<sup>93</sup>Video uradak koji prikazuje izrazito brutalne i nasilne scene u *Alladinu*, koje ne primjećujemo dok smo djeca: <https://www.youtube.com/watch?v=6LoVKx-WA9s>.

<sup>94</sup>Isječak u kojem prodavač jabuka pokušava odsjeći ruku princezi Jasmine zbog uzimanja jabuke za gladnog dječaka: <https://www.youtube.com/watch?v=ZI1pf9wv5Zg>.

<sup>95</sup>Middle Eastern Student Center, University of California, Riverside

<sup>96</sup><https://mescucr.tumblr.com/post/151123636839/aladdin-is-problematic>

je Disneyjeva princeza koja nije glavna uloga u svom filmu. Inače, *žene u boji* jedva dobivaju predstavu u Disneyjevim filmovima, ali kad se to konačno desi, javne se kao sporedni likovi.

2. Tokom pjesme "One Jump Ahead", Aladdin bježi od zakona i zaustavlja se u sobi s tri žene odjevene u razotkrivenu odjeću, zavodljivo krećući se oko njega, a tu je i starija žena koja je odjevena konzervativnije, čineći se da je šefica. Disneyjevi obožavatelji obično smatraju da je ova "soba" bordel, ali može biti i harem (dio palače koji se koristi za boravak kraljevih žena i konkubina).

Također, ovo nije prvi put da Disney spominje konkubine<sup>97</sup> na filmovima POC (princeza u boji). U "Mulanu" vojnici se oblače kao žene kako bi upali u palaču i spasili cara, prilikom čega ih vide Huni, pretpostavljajući da su careve konkubine<sup>98</sup>.



---

<sup>97</sup>Konkubinatus (lat. concubinatus) – zajedničko žvljenje muškarca i žene bez vjenčanja, vanbraćna zajednica, *divlji*, nezakonit brak.

<sup>98</sup>Konkubina (lat. concubina) – žena koja živi u konkubinatu, vanbraćna, nevjenčana žena; ljubavnica, naložnica.

3. Osim Aladina, Jasmine i djelimično sultana, svi likovi u Aladdinu gotovo da ne izgledaju kao ljudi (naprimjer, trgovac Farouk ima divovsku, nerealnu glavu). Obično imaju neameričke naglaske (za razliku od vodećih, glavnih likova u crtićima) i prikazani su kao lopovi.



4. Kad Jasmine prvi put prerusena doČe na tržnicu i ugleda gladnog dječaka do štanda s jabukama, hvata jabuku i daje ju dječaku. Trgovac Farouk ju naziva lopovom uz napomenu: "Znaš li koja je kazna za kraĐu?". Pritom ju hvata za ruku i podiĐe mač da ju prerete, u čemu ga Aladdin spriječava. Film "Aladdin" odvija se u Agrabah, izmišljenom mjestu koje bi trebalo generalizirati cijeli Bliski istok. Valja napomenuti da je jedino mjesto na Bliskom istoku gdje se izvršava kazna odsjecanja ruke Saudijska Arabija, i to se dogaČa vrlo rijetko, obično nakon što je osoba počinila nekoliko pljački, a ne kada osoba krade zbog gladi i siromaštva.



5. Kada burleskni trgovac Farouk uhvati princezu Jasmine kako krade jabuku i zgrabi je za ruku, mogu se vidjeti posjekotine u drvetu njegovog štanda, prikazujući koliko je ruku prije toga odsjekao.<sup>99</sup>



---

<sup>99</sup>[https://www.reddit.com/r/MovieDetails/comments/g8ghos/in\\_aladdin\\_1992\\_when\\_farouk\\_catches\\_jasmine/](https://www.reddit.com/r/MovieDetails/comments/g8ghos/in_aladdin_1992_when_farouk_catches_jasmine/)

6. Princeza Jasmine je jedini ženski lik koji govori više od jedne rečenice u "Aladdinu". Od svih Disneyevih princeza, vjerovatno je najviše seksualizirana, a svoju seksualnost upotrebljava nekoliko puta. U cijelom filmu, prikazana je u oskudnoj i neprikladnoj odjeći za (pred)islamski svijet, dok u jednoj sceni zavodi zlikovca Jafara (a on joj odgovara nazivajući je "*mačkicom*"), te ga čak mora i poljubiti kako bi odvratila pozornost od Aladina koji ga je zatim zaustavio.



7. Disneyjeva roba "Aladdin" nije toliko uobičajena kao bijele princeze u Disneyjevim trgovinama. Princeza Jasmine nema toliko robe, a kad je ima, često je vrlo pobijeljena; Jasmine i Aladdin obično izgledaju samo bijelo, kao na fotografiji ispod koja prikazuje šolje iz kolekcije "Art of Jasmine".





## *Gdje je smješten terorizam – u islamu ili u medijskim narativima?*

Drugi primjer u kojem ću predstaviti pentreabilno kreiranje islamofoba kroz dovođenje teorizma u vezu sa islamom je jedno RT-ovo (Russia Today)<sup>100</sup> izvještavanje o Bosni i Hercegovini<sup>101</sup>, od prije dvanaest godina. Članak je objavljen 30. marta 2009. godine, bez ikakvog potpisa autora/ice, a nosi naziv *'Is there a haven for Islamists in Europe's backyard? (Postoji li utočište za islamiste u dvorištu Evrope?)'*. Ovu fact-checking<sup>102</sup> analizu sam prvobitno izvršila za omladinski magazin Karike<sup>103</sup>, a analizirala sam i prateći TV prilog<sup>104</sup> ove ruske televizije.

---

<sup>100</sup>RT (ranije, engl.Russia Today) je globalna višejezična televizijska postaja koju je 2005. godine osnovala Ruska vlada. Cilj televizije je na međunarodnoj pozornici prenositi ruska stajališta o zbivanjima u svijetu kao i upoznati svijet sa zbivanjima u Rusiji. RT je često opisivani kao propagandno sredstvo Ruske vlade, kako kaže Julia Ioffe, i njene vanjske politike, kako zaključuje Luke Harding za Guardian, te je opet optuživan za svjesno širenje dezinformacija od strane reportera, uključujući i neke bivše RT-ove reportere, priznaje bivša RT reporterka, Rosie Gray za BuzzFeed News.


<sup>101</sup><https://www.rt.com/news/is-there-a-haven-for-islamists-in-europe-s-backyard/>

<sup>102</sup>Fact checking - provjera činjenične tačnosti tvrdnji u javnom, medijskom, prostoru.

<sup>103</sup><http://karike.ba/citanje-izmedu-redova-4-kako-stvoriti-islamofobe/>

<sup>104</sup><https://www.youtube.com/watch?v=HyjTmtJWTLc&t=3s>

YouTube BA Pretraživanje Q



RT **BOSNIAN MUSLIMS EMBRACE THE FUTURE BUT FEAR EXTREMISTS IN THEIR MIDST**  
NEW DELHI  
+93°F **JOBS & WAGES, RUSSIANS FEEL MORE READY TO...**

Is there a haven for Islamists in Europe's backyard?  
2.427 pregleda • 30. ožu 2009. 6 1 PODIJELI SPREMI ...

**RT** 3,75 mil. pretplatnika PRETPLATI ME

There are fears that after becoming independent, Bosnia-Herzegovina is becoming a breeding ground for Islamic fundamentalism. Many of the biggest terrorist attacks of recent years have links to the country.

Naslov je prvo što čitaoci/gledaoci uoče kod medijskog izvještavanja i zato je ključno da bude u potpunosti jasan, koncizan, tačan i nedvosmislen. Naslovno pitanje u TV prilogu i tekstu Russia Today-a *Is there a haven for Islamists in Europe's backyard?* (*Postoji li utočište za islamiste u dvorištu Evrope?*), je nedvojbena primjer klikbejta<sup>105</sup>, koji unosi klicu sumnje i straha u svijest ljudi. S obzirom na to da RT izvještava rusku javnost o vanjskoj politici, nema sumnje da će priče s ovakvim naslovima izazvati ili dodatno razviti prijekor i predrasude prema određenoj skupini, u ovom slučaju prema građanima BiH, muslimanima i generalno prema islamu.

Također, upotrijebljena je klasična propagandna metoda zamjene riječi u izrazu „islamizam—, koji ima negativnu konotaciju (kao i bilo koji *-izam*), upućujući na terorizam. U samo uvodnom paragrafu, čitaoci već mogu doživjeti emocionalno prezasićenje, jer su direktno iznesene izjave o BiH kao žarištu i fiskulturnoj sali za treniranje terorizma.

*„Postoje strahovi da, nakon što je postala neovisna, Bosna i Hercegovina postaje uzgajalište islamskog fundamentalizma. Mnogi od najvećih terorističkih napada posljednjih godina imaju veze sa zemljom. Najmanje dvojica otmičara 11. septembra trenirali su i borili se u Bosni. A*

<sup>105</sup>Klikbejt (engl.clickbait; *click-klik* i *bait-mamac*; mamac za klikove)je senzacionalistički naslov koji pogrešno predstavlja članak ili videoprilog koji najavljuje, s ciljem da privuče publiku da klikne na takav link.



*svi oni koji su sudjelovali u bombaškim napadima u Madridu prije pet godina prošli su kroz Sarajevo. Upotrebljeni eksploziv je takoĐer proizvođen u Bosni.“* U ovoj izjavi RT kao medij nameće svoje mišljenje, tačnije „strah—, jer nigdje nije naznačeno kod koga postoje ovakvi „strahovi—. Nepotpisani autor/ica, u produkciji navedenog medija Russia Today, navedenu tvrdnju ne potkrijepljuje ijednim dokazom. Bez navoĆenja *identiteta otmičara i napadača, bez identiteta lokacijetreniranja za bombaške napade* u Bosni i Hercegovini ili *izvora informacijeo porijeklu eklploziva* upotrijebljenog u Madridu, iznose se ozbiljne optuĐbe s elementima senzacionalizma i primjer je medijskog linčana odreĆenu grupu, religiju i naciju ljudi.

Autor/ica se koristi tehnikom *povezanih stavova* gdje se neki neutralan sadrĐaj povezuje s poznatim. Dakle, ruska (ili bilo koja) javnost ne mora znati ništa o BiH, ali kada proĆita o njenoj „povezanosti— s najvećim teroristićkim napadima, formirat će negativan odnos prema drĐavi, Bošnjacima i muslimanima.

„*Kada govorimo o globalnom porastu radikalnog islamskog fundamentalizma, ne moĐemo izostaviti Bosnu i Hercegovinu. Poćevši od osamdesetih do danas, razvija se*’, kaĐe Gostimir Popović, *srpski politićki analitićar. On dodaje: ‘Ovdje su muslimani uključeni u sve akcije povezane s islamskim radikalizmom u svijetu. Muslimani u Bosni primarni su izvor islamskog ekstremizma u Evropi, posebno na jugoistoku. Postaje vrlo opasno.*’—<sup>106</sup>

OptuĐbe u paragrafu iznad su jasan izraz ratnohušaćke retorike, bez sudskog zakljućka (ili optuĐbe) koja ih potvrĆuje. Takvo nešto ne postoji, tako da sam u analizi RT-ovog priloga, ovaj paragraf okarakterisala kao *paragrafetnonacionalne podjele i ratnohušaćke retorike*.

TakoĆer sam istaknula da je zanimljivo što je komentatoru prilogu, Gostimir Popović, naglašen kao *srpski analitićar*. Ova odrednica „*srpski—* moĐe ukazivati na njegovu subjektivnost prilikom davanja ove izjave usmjerene spram drugih etnićkih skupina koje ťive u BiH, konkretno na Bošnjake/muslimane, pošto u svojoj izjavi nigdje ne navodi jasne dokaze. Generalizira i uopštava stvari, te jasno podstiće na *mrťnju, stereotipe i netrepeljivosti, kao i manipulaciju osjećajima nesigurnosti i ugroĐenosti*.<sup>107</sup>

---

<sup>106</sup>U analizi Popovićeve izjave postavlja se pitanje u mom fact-checking tekstu *na osnovu koje metodološke analize, istraťivanja, tehnike i parametra moĐemo donijeti zakljućak o radikalnom islamskom fundamentalizmu i gdje moĐemo pratiti rast „radikalnog islamskog fundamentalizma“ u BiH?! Ko je pratio povezanost bosanskih muslimana i svjetskih radikalista? Gdje moĐemo pronaći te poveznice? Ko je proglasio stanje javne nesigurnosti, tj. opasnost, kako je naveo sagovornik Popović?*

<sup>107</sup><http://karike.ba/citanje-između-redova-4-kako-stvoriti-islamofobe/>

*„Od 1992. godine mnogi bosanski muslimani preziru Zapad. Tada su Ujedinjene nacije nametnule embargo na oružje, ozbiljno ometajući njihovu sposobnost da se bore protiv svog neprijatelja. Tokom sljedeće četiri godine umrlo je sto hiljada ljudi – od kojih su većina muslimani. Upravo je to iskustvo otvorilo vrata ekstremizmu.—*

Analizirajući ovaj paragraf, jasno je medijsko skrnavljenje posljednjeg rata, odnosno agresije na Bosnu i Hercegovinu, dovodeći ga u kontekst *vrata koja su otvorila ekstremizam bosanskim muslimanima*. Tako Čer, autor/i nigdje ne navode istraživanje ili izvor informacija koji bi potvrdili iznesenu optužbu o bosanskim muslimanima i njihovom *preziru prema Zapadu*, kako se navodi u prvoj rečenici?

*„Tu je i priliv ideja iz Saudijske Arabije. Sarajevska džamija kralja Fahda sagrađena je milionima saudijskih dolara i najveće je mjesto molitve muslimana na Balkanu. Džamija ima reputaciju kao magnet za muslimanske fundamentaliste u Bosni i Hercegovini, što izaziva zabrinutost da islamisti dobijaju na snazi u ovom gradu u srcu Evrope.“*

Da li su novinari ovoga članka uradili zaista podrobno i profesionalno istraživanje, pa nam dokaze predočili crno na bijelo? Nisu. Očekuju da im čitaoci vjeruju, jer se nameću kao medijski autoritet (u Rusiji). U ovom slučaju, bez ikakvog pokrića, izuzetno subjektivan, što krši osnovne standarde novinarstva – objektivnost i dokaze. Nismo upućeni u saudijske dolare, niti u titulu *„najvećeg mjesta molitve muslimana na Balkanu“*, ali očito nije ni autor/ica.<sup>108</sup>

*„Uticaj polako dolazi i od Islamske Republike Iran. Sve više i više mladih bosanskih muslimana želi da nauči farsi jezik, kulturu i istoriju.“*

Poput bosanskog lonca, autor/ica nastavlja ubacivati u svoj tekst potpuno nepovezane informacije, odnosno dezinformacije. Dugogodišnja radnica Iranskog kulturnog centra, A. B., kaže kako su novinarka i njen snimački tim došli u IKC istaknuvši da istražuju o muslimanima u BiH i Evropi, raspitujući se za perzijski jezik, kulturu i tradiciju, te ostale kulturne centre u BiH. Ipak, nijednu izjavu nisu upotrijebili u videu ili tekstu, osim video kadrova unutar Centra. Čini se da su ovi novinari imali unaprijed pripremljenu priču u svojim glavama i da su izašli na teren samo kako bi tu priču potvrdili. Nisu željeli da stvarno upoznaju priču koju istražuju razgovarajući s njenim ključnim akterima.

---

<sup>108</sup>Ibidem

Zbog ovakve zloupotrebe podataka i povjerene slobode istraživanja unutar Centra, zbog lažnog predstavljanja prilikom prikupljanja podataka, a zatim i lažnog iznošenja sakupljenih podataka ovu TV priču, u manevru Russia Today-u, možemo zaista okarakterizirati kao klicu koja je, prije više od decenije, posijala islamofobiju i pojačala stereotipe o Bosni i Hercegovini, bosanskim muslimanima i generalno o islamu i muslimanima, u vezi s terorizmom.

Još jedan sagovornik u video prilogu (*koji je nedostupan u linku članka, pa se mora naknadno tražiti na youtube-u*) je novinar Adnan Rondić, koji je potpisan kao Gvozden Šarac, novinar RTRS, a čija je izjava izvučena iz konteksta njegovog govora. „*Kada govorimo o Saudijskoj Arabiji, znate da oni imaju novac. Dio novca došao je posebno tokom rata ovamo u Bosnu i Hercegovinu. S novcem i uz pomoć, došli su do nekih ideja*’, rekao je novinar Gvozden Šarac, *koji fenomen prati već godinama. Šarac kaže da su samo isfrustrirani, nezaposleni mladi oni koji su privučeni islamskim ekstremizmom. Za poređenje, većina bosanskih muslimana je umjerena.*“<sup>109</sup>

Rondićev odgovor, RT medijski radnici, su doveli u vezu sa izjavom dr. Mustafe Cerića, gdje(ako preslušate obje izjave) uopće nije riječ o istim odgovorima.

„*Veliki muftija Bosne, dr. Mustafa Cerić, slaže se s tim. ‘Svjesni smo zabrinutosti za Evropu i svjesni smo zabrinutosti ili uticaja koji dolaze spolja, ali dovoljno smo zreli i imamo dovoljno iskustva da vrlo dobro znamo svoje mjesto u Bosni, svoje mjesto u Evropi i mi smo veoma odgovorni ljudi*’, rekao je.—

Stoga je, ova reportaža ili priča, ako se uopće može tako nazvati (jer po osnovama medijskog izvještavanja, sve je samo nije medijska reportaža), prepuna nabacanih i nepotvrđenih podataka i zaključena je bez ikakve analitike i validnog zaključka.

„*Sarajevo se ponekad naziva Jerusalemom Balkana. Nalazi se na raskrižju Zapada i Istoka, mjestu gdje se islam susreće s kršćanstvom. Upravo ovo pačljivo pozicioniranje usmjerava pažnju svijeta – gledajući da li će postati žarište fundamentalizma ili mješavina tolerancije i razumijevanja.*“

Svoje izvještavanje završavaju ovakvim riječima (*iznad*), što nikako nije zaključak, već klasična senzacionalistička nedorečenost potkrijepljena strepnjom i ratnohušačkom mantrom.

---

<sup>109</sup>Ibidem

Usvojioj medijskoj fact-checkerskoj provjeri, zaključila sam je riječ o potpuno lažnoj priči, reportaži, istraživanju ili kakogod se takvo i može nazvati.

### *Transformiranje stereotipa o islamu u vrline o islamu s mobilnom igricom Virtue Reality*

Međunarodna humanitarna organizacija Islamic Relief 2019.godine je objavila svoju prvu videoigricu s ciljem ne samo prikupljanja novca i svijesti o svom radu, već i poboljšanja zastupljenosti muslimana u igrama. Organizacija je tražila način da prikaže složenost i opseg posla koji obavlja - od pomoći u katastrofama i nepogodama do izgradnje održivih izvora hrane i vode za zajednice širom svijeta - u igri koja se suprotstavlja negativnim prikazima sljedbenika religije.

Nekadašnji šef strateškog sadržaja na PlayStationu, vlasnik Ultimatum Games, Shadid Ahmad, je jedan od kreatora igrice (uz Roba i Johna Donkina iz Bad Viking), stoga uvijek naglase kako igricu nisu napravili muslimani, veću su je napravila trojica programera od kojih je jedan musliman.

Ahmad je u prošlosti bio vrlo kritičan prema načinu na koji poslovni modeli besplatne igre funkcioniraju na mobilnim uređajima, ali uz Virtue Reality imao je priliku dokazati da se to može učiniti etički. Sve kupnje preko aplikacije idu direktno u Islamic Relief cenar za njihove humanitarne aktivnosti i pomoć, te su čak i oglasi usredotočeni na dobrotvorne svrhe. Zapravo, Islamic Relief je odbio mogućnost oglašavanja drugih proizvoda (čime je dodatno monetizirao igru) kako bi fokus igrača ostao na poruci pomaganja i humanitarnog rada.

Kao što pentrabilnošću vida možemo nagingjati terorizmu kada vidimo bilo koji islamski narativ, tako u ovom slučaju, Ahmad i ekipa promoviraju nagingjanje ka dobročinstvu i zdravom razvoju svijeta kada je riječ o islamskom narativu. Jeste li ikada vidjeli igru u kojoj su svi likovi različitih nijansi smeće? U igrici naravno ima i bijelaca, čime se prikazuje širok spektar ljudskosti. I svi su nasmijani, svi rade dobro i spašavaju život, što prije nije učinjeno, napomenuli su programeri Virtual Reality.



*U virtualnoj stvarnosti postoji više od 100 muslimanskih likova, od kojih će svi pomoći igračima u njihovim nastojanjima da podrže zajednice širom svijeta.<sup>110</sup>*

Reprezentacija je iznimno važna, jer su danas većina muslimana u igricama obično teroristi koje morate ubiti, ali u *Virtue Reality* se javlja širok raspon menadžera i stručnjaka iz različitih oblasti, kao likova, koji igračima pomažu u realizaciji nekih humanitarnih projekata<sup>111</sup>. Religija nije od vitalnog značaja za njihovu ulogu u igrici, već su likovi angažirani na osnovu njihove stručnosti u određenom poslu.<sup>112</sup> Riječ je o normalizaciji uobičajenih muslimanskih aktivnosti, poput ovih od dobrotorne organizacije Islamic Relief, ili kako programer Ahmad ističe, *način na koji masa vidi da muslimani nisu prijatna je Mo Farrah dok pobjeđuje na utrkama ili Mohamed Salah koji čini sedždu nakon što postigne gol, ili slušanje navijača Liverpoola kako pjevaju 'If he scores another few, then I'll be Muslim too.'* Radi se o malim koracima napretka, jer medijski linč nad muslimanima traje stoljećima i nije moguće preko noći preokrenuti društvo da odjednom kaže: 'O da, muslimani su u redu.' Potrebna su, dakle, isto stoljeća medijskog, antiterorističkog,

<sup>110</sup> <https://www.gamesindustry.biz/articles/2019-10-29-shattering-muslim-stereotypes-with-islamic-reliefs-mobile-game?fbclid=IwAR21xi7DJOEc0iKExM0VXMcCryh3NFGGezBNRHu9OUwxAE26SjczX9LqN18>

<sup>111</sup> Sama igrica je dostizanje i implementacija različitih humanitarnih projekata kojima se nastoji pomoći i poboljšati neko/nešto. Npr. izgradnja škola, bunara, univerziteta, hranjenje gladnih, itd. Ukoliko prečete određeni level, dobijete dodatnog menadžera ili stručnjaka koji će vam pomoći u implementaciji vašeg humanitarnog projekta, koji može da bude neko sklonište u Pakistanu i sl.

<sup>112</sup> U igrici ima i nemuslimanskih likova, koji su također ponučeni stručnjaci i menadžeri u određenim oblastima. Poenta je u suptilnom načinu prikazivanja da su muslimani ljudi kao i svi ostali ljudi, kao i oni koji su bijeli. I da bijeli ljudi mogu biti muslimani, a tamnopusi mogu biti nemuslimani. I da i jedni i drugi mogu biti stručni u širokom rasponu oblasti, pomoću čega će činiti dobro u svijetu.

antirasističkog, antišovinističkog, antifašističkog promicanja islama i muslimana, kako bi se normalizirala dominantna predodžba.

## Voda kao faktor samosagledavanja

Znanje o intrakomunikologiji sa zanimljive tačke polazišta sagledao je i potvrdio dr. Masaru Emoto u svom dugogodišnjem istraživanju o vodi, koje je objelodanio u knjizi „Poruke skrivene u vodi—, što spomenuh na početku. Godinama je mjerio fluktacije u vodi, što ga je dovelo do istraživanja i kristala, nakon što je zaključio da se voda može izražavati na mnoštvo različitih načina. Ističe da razumijevanje vode dovodi do razumijevanja svemira, prirodnih pojava i samog života.

Svojim istraživanjem postavio je pitanje sretnog i zdravog života, na koji je dao i odgovor: „Treba pročititi vodu koja čini 70% vašeg tijela.—

Voda posjeduje sposobnost kopiranja i pamćenja, odnosno sposobnost prihvatanja informacija. Iako je ova tvrdnja bila odbacivana u početku svoje postavke od medicinskog osoblja, Masoto nije odustao. Svoju tvrdnju je nadogradio zamrzavanjem vode i posmatranjem njenih kristala pod mikroskopima. Sam proces uočavanja kristala traje svega tridesetak sekundi u laboratorijskim uslovima od minus pet stepeni celzijusevih, prilikom čega nastaju iznimno zanimljivi heksagoni oblici. Međutim, od različitih vrsta vode dobiju se različiti kristali. Prvobitno proučena voda iz slavine u Tokiju je bila „katastrofalna— i nije dala niti jedan cjeloviti kristal. U vodi iz cijevi ima klora zbog pročišćavanja, a on potpuno uništava ustrojstvo prirodne vode. Iz prirodnih izvora (ledenjaka, podzemnih rijeka, gornjih tokova rijeka ili vrela) su se, ipak, uvijek stvorili kristali.

**Fotografije kristala iz prirodnih voda sa internet stranice dr. Emota:**

1. Izvorska voda Saijo (Hiroshima Pref, Japan)
2. Jezero Maggiore (Švicarska)
3. Fontana u Lourdesu (Francuska)
4. Led na Antarktiku
5. Izvorska voda Sanbu-ichi yusui (Japan)
6. Slapovi Huilo-Huilo (Čile).<sup>113</sup>

---

<sup>113</sup><https://www.masaru-emoto.net/en/crystal/>



1.



2.



3.



4.



5.



6.



Treba proćistiti vodu u ćovjeku, ali zašto? Zato što je 70% ćovjekovog organizma voda, koja ima sposobnost memorisanja, odnosno pamćenja, što je svojim eksperimentima, potvrdio Masaru Emoto. Kada spominjemo medije, ne mislimo samo na posrednike informacija i poruka u tehnićkom smislu. Medij je i poruka<sup>114</sup>. Medij je i posrednik poruke. Medij je dakle sve što ili svako ko nam moųe prenijeti odrećenu informaciju. I ja sam medij. I ti si medij. Medij moųe biti aktuelni Xiaomi, mobilni urećaj, ali moųe biti i cvijet ruųe u gradskom parku. Profesorica Fahira Fejzić-Ćengić u tom kontekstu istiće da je predmet teorije informacija, kao i teorije komunikacija implicite prisutan u svakoj vrsti graće. U ćovjeku samome, u stijenama i zvijezdama. Informacija je sveprisutna i Fejzić-Ćengić ćesto navodi primjer *informacije o řivotu*. Informaciju koja prenosi nasljedne elemente od predaka i roditelja (od najsitnijih fizićkih detalja do najsloućenijih duhovnih osobina), a koja predstavlja poruku *ljudskoga*

<sup>114</sup>McLuhan je 1964. u djelu „Razumijevanje medija— iznio tezu da je *medij poruka*. Time je htio reći da medij nije poruka samo zbog sadržaja koji prenosi, a koji utjeće na ljude. Medij je poruka sam po sebi, jer kao tehnologija, mijenja ljude i prilagoćava ih sebi te odrećuje njihovu komunikaciju.

*genoma*. Ova se epohalna informacija svodi na funkcioniranje četiriju hemijskih radikala datih kao nukleotidi (adenin, guanin, timin i citozin) koji čine jedan ljudski gen kao djelić dezoksiribonukleinske kiseline. Takva ekonomičnost u informiranju, koja je bitna pretpostavka teorije informacija, teško da će se ikada ostvariti ikakvim mehaničkim sredstvima, niti uopćena nivou organizama. Ili informacija o prisutnosti kisika, (oksigena) u vodi, vazduhu, ledu, uvijek prepoznatljiva po šifri „O— (1, 2 ili 3 oksigena) koja asocira na bezbrojne hemijske informacije o ponašanju elementarnih sistema unutar složenih jedinjenja i tvorevina kojima smo okruženi od južnoga do sjevernog pola, od istoka do zapada zemlje. U njihovom ishodištu je *informacijski šifranik*, bilo kao informacija koja nosi kodne osobine ili kodna svojstva koja su vječita i nepromjenjiva.<sup>115</sup>

Treba pročistiti vodu čovjeka, ali kako? S obzirom na memorijsko svojstvo vode, ona svoju prirodnu neutralnost zamjenjuje onim što u sebi pohrani. Ono što ubacimo u našu vodu u organizmu, postaje ta voda. Postaje dio tog organizma. Dakle, u čovjekovom organizmu je 70 % dijela koji je neutralan i koji se (konstantno) oblikuje, sukladno s onim, s čime oblikujemo taj neutralni prostor. To oblikovanje je sasvim prirodna karakteristika organizmahomo sapiensa, koja prikazuje prelazak iz prvobitnog stanja neutralnosti u jedno stanje autentičnosti. U naš organizam prvenstveno unosimo hranu<sup>116</sup> kao stimulator i stabilizator za zdravo funkcionisanje, a koja kreira floru i faunu u našem organizmu. Hrana nam može biti lijek, a može biti i otrov, u zavisnosti od toga kako i koju hranu unosimo. Međutim, udio u konstantnom pohranjivanju unutar nas imaju i riječi, zvukovi, boje, slike, mirisi, dodiri. Sve ono što čulimamo možemo pojmiti, odnosno osjetiti, ulazi u naš kognitivni aparat, kreira misao i emocionalne podražaje, koji, kao i prvobitno spomenuta hrana, postaju stimulator i stabilizator za funkcionisanje organizma. Jednim imenom – informacije. Informacije su hrana za naš organizam. Informacije su hrana za 70% vode u našem tijelu. U ovom kontekstu, vrlo bitno je znati da svaka hrana nema svojstvo hranjivosti, kojom bi održavala vitalnost organizma. Tako da, svaka hrana, nije nužno stabilizator i stimulator za zdravo funkcionisanje. Vrlo često, ona postaje svoja suprotnost – destabilizator i destimulator.

---

<sup>115</sup>Fahira Fejzić-Čengiđ, Uvod u teoriju informacija, Sarajevo 2008.

<sup>116</sup>Hrana je bilo koja tvar koja apsorpcijom u ljudskom organizmu doprinosi očuvanju homeostaze (održavanje nekog biološkog sistema i njegove okoline u okviru fizioloških uslova, tj. tjevnim).

Američki sociolog, George Ritzer, u svojoj knjizi iz 1993.godine, prvi put spominje termin *mekdonaldizacije kulture* pomoću kojeg želi prikazati funkcionisanje savremenog svijeta, temeljeno na McDonald's kulturi. S obzirom da 70% organizma trebamo ispuniti autentičnim unosima hrane za naše fizičko, emotivno, mentalno i duhovno tijelo kao stimulator i stabilizator za zdravo funkcionisanje, homo sapiens bi u tom slučaju, bio jedna autentična jedinka u savremenom svijetu. Međutim, kultura u kojoj savremeni svijet raste je McDonald's kultura, koja počinje na svemu, osim na autentičnosti. Ovo je slučaj u kojem hrana, i kao informacija i kao materija, dominantno djeluje u svojim suprotnostima. Destabilizacije i destimulacije života. Ritzer je opisao načela na kojima se zasniva mekdonalds kultura, a to su:

1. Učinkovitost - podrazumijeva menadžerski fokus na minimiziranje vremena potrebnog za izvršavanje pojedinih zadataka, kao i vremena potrebnog za dovršetak cijele radnje ili procesa proizvodnje i distribucije, što potrošačima nudi način brzog zadovoljenja potrebe za jelom.
2. Isplativost - podrazumijeva fokusiranost na kvantitet, odnosno profit prodanih proizvoda i usluge, zanemarujući kvalitetu samog proizvoda i usluge. Ovo je isplativo samo za vlasnike, a nikako za kupce ili radnike koji za malo novca rade vrlo brzo i mnogo.
3. Kontrola - podrazumijeva neprestani nadzor nad djelatnicima, kako bi se osiguralo da se radnici pojavljuju i djeluju po istom načelu, brzo, spretno i efikasno, iz trenutka u trenutak i svakodnevno. Također, se odnosi na upotrebu robota i tehnologije za smanjenje ili zamjenu ljudskih uposlenika gdje god je to moguće.
4. Predvidljivost-podrazumijeva da će svaki potrošač u svakoj McDonald's radnji dobiti isti proizvod, u ponavljajućim i rutinizirajućim procesima proizvodnje i pružanja usluge, jer se radi po strogim uputama. Sve je vrlo predvidljivo.

U ovakvom društvenom konstrukturu nije teško uočiti dehumanizaciju čovjeka, destabiliziranost i destimulacijom čovjekove autentične, čiste vode. U svojoj knjizi, Ritzer je zabilježio izjavu jednog od McDonald's uposlenika: „Na ovom radnom mjestu bi mogao raditi i dobro izdresirani majmun.— Za (r)opstanak u mekdonaldiziranom društvu nije potrebno znanje niti kreativnost, jer društvo funkcionira po principu „pokretne trake—“. Ono što je u takvom sistemu najvažnije je

brzina koja radnicima koristi u pripremi i posluživanju hrane, a na potrošaču je da što prije dovrši s konzumiranjem jela i „nestane— iz fast-fooda.<sup>117</sup>

*Zdrava prehrana nije jedini presudan faktor za zdravlje, ali je bitno kako jedemo, što mislimo, kako živimo, što radimo, s kim se družimo, kako provodimo vrijeme, kako spavamo – ustajemo; bitno je koliko ljubavi u srcu imamo bez pretjeranog ega.*<sup>118</sup>

Čovjek, kao medij svih medija, njihov glasnik, tumač, kreator, promotor, jedino može iskomunicirati transakciju unosa i iznosa hrane, i informacija i materije, u svoj organizam, te tim opstati kao homo sapiens. Ili rob, pa u tom kontekstu i riječ, *ropstati*. Mekdonaldizacija društva ne podrazumijeva samo duplu porciju prženih krompirića i hamburgera, već se odnosi na cjelokupni društveni sistem sa svim njegovim podsistemima. Svaki od njih proističe iz medijskog konstruisanja naših umova, sa informacijama koje oblikuju sedamdesetpostotni udio vode čovjeka, ali nikako autentično. Već baš, totalno suprotno. Masovni mediji guše autentičnost, nudeći informacijski meni s predvidljivim, brzim i količinski ogromnim informacijama, baš kao na pokretnoj traci, mekdonalds ponude istih obroka. Informacije pritom, niti su hranjive za razvoj racionalne i emocionalne kritičnosti, niti su odgovor na Emotov zaključak istraživanja o pročišćenju čovjekove unutrašnje vode. Trebalo bi stoga, pročistiti medijske sadržaje kojima se izlažemo. Jasno je da nije moguće promijeniti svaki medijski sadržaj koji proističe iz mekdonaldiziranih masovnih medija, kao ni to da je moguće promijeniti masovne medije koji rade po principu mekdonalds kulture. No, moguće je promijeniti principe po kojima mi, kao homo sapiensi, radimo. Moguće je promijeniti princip po kojem konzumiramo hranu, odnosno informacije, a samim tim i promijeniti princip njihovog unosa. Princip s čijom promjenom, prestajemo da *konzumiramo* informacije, već ih racionalno i selektivno unosimo u naše spoznajno polje. S ovim principom mijenjamo cjelokupni komunikacijski način našeg bića. S ovim principom unaprijed odbijamo sve ono što destimulira, destabilizira i negativno utječe na nas. Vodu je, dakle, moguće pročistiti ukoliko pristupimo iznutra, a to podrazumijeva intrakomunikološki pristup. Intrakomunikaciju, odnosno intrapersonalnu komunikacijsku svijest kojom ćemo biti čuvar vlastitog tijela na svakom njegovom nivou.

---

<sup>117</sup><https://www.dnevno.hr/kolumnisti/mcdonaldizacija-drustva-54619/>

<sup>118</sup>Smajo Safić Gupta, vaidya, *Ajurvedska medicina za fizičko, mentalno i duhovno zdravlje*, JP „Službeni glasnik—, Beograd, 2020.

Masaru Emoto je dalje u svom eksperimentu zaključio da riječi imaju sposobnost mijenjanja svijeta, tako što prvo mijenjaju pojedinca. Podsjećam se i podsjećam vas, na cilj ovog rada. Riječi su jedno od osnovnih izražajnih sredstava nosioca javne riječi, prvenstveno medijskih radnika/ca, predavača/ica, profesora/ica i ostalih javnih ličnosti koji imaju jak i velik uticaj na javnost. Kakve su naše riječi? Kakvi su naši kristali? Da li su riječi koje izgovaramo poput klora u cijevima Tokija, koji sprječava formiranje cjelovitih kristala u vodi ili su nam riječi toliko čiste da su u stanju formirati cjelovite, heksagone kristale, poput onih u prirodnim vrelima i podzemnim vodama?<sup>119</sup>

Doktor Masaru i njegov tim, svoj su eksperiment začini puštanjem zvuka između boca s vodom. Beethovenova „Pastoralna simfonija— je kreirala „prekrasne, dobro oblikovane kristale—, a Mozartova „Četrdeseta simfonija— je oblikovala „tanke i elegantne kristale—. Chopinova Etida u E duru, opus 10 br.3, je također, „iznenadila lijepim detaljima.— Klasična muzika je pomogla stvaranju dobro oblikovanih kristala s jasnim karakteristikama, dok je puštanje heavymetal muzike formiralo fragmentirane i iskrivljene kristale. Ovdje stoga, muziku treba shvatiti kao medij. I to, medij koji utječe na promjene u kristalima vode, koja je tiha i ima memoriju i moć pamtiti. Svi Emotovi opiti to potvrđuju.

Postoje mnogobrojni naučni dokazi da zvuk ima direktan pristup, a time i utjecaj na rad centralnog nervnog sistema, zapravo na kompletan organizam. Zvuk je talas koji uzrokuje reakciju onog tijela koje presretne u svom kretanju kroz zrak. Možemo reći i da je on kompresovana forma energije koja se neometano kreće kroz sve postojeće dimenzije. U medicini se koristi kao ultrazvuk kojim se prodire u organizam i očitava se stanje unutrašnjih organa. Za zvuk se isto kaže da je mehanička vibracija koja ima direktan utjecaj na ljudsku ćeliju. U nekim kulturama se koristi za rast biljaka i produktivnost domaćih životinja. Razlikujemo zvukove koji oštećuju nervne puteve od onih koji ih grade i iscjeljuju.<sup>120</sup> Liječenje zvukom je staro koliko je star i ljudski rod i, bez obzira na različite sisteme vrijednosti koji postoje u svijetu, saglasnost oko terapijskih efekata zvuka je neupitna. Na

---

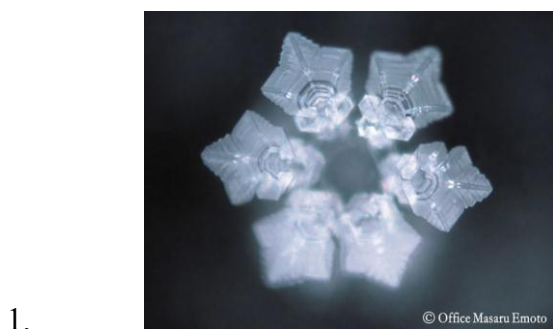
<sup>119</sup>Riječi masmedija oblikuju i mijenjaju pojedince, odnosno društvo. Dobre riječi upućuju na dobro, a loše riječi na loše. I kako smatra Fejzić-Čengić, to bi svaka minimalna medijska etika morala uvrstiti u svoj prostor legislative i regulacije. Ako svijet korporativnih medija i korporacija ne želi regulaciju već deregulaciju očito je da želi i svojevrstu anarhiju i nered u svijetu mnoštva medijski posredovanih riječi koje se odašilju i primaju svake sekunde svuda diljem svijeta.

<sup>120</sup>Upotrebu arapskog jezika u melodičnom čitanju i slušanju Kur'ana (kao što je i religijska praksa u islamu), bez ikakvog poznavanja jezika, sama po sebi djeluje iscjeljujuće na svaku ćeliju u organizmu, jer šalje ugodne i zdravom emocijom (nade, iščekivanja radosti, pokajanja, oprosta) prožete vibracije, kao primjer u svojoj knjizi „Arhitektura duše—, ističe psihologinja Aida Tule.

polju psihoneuroimunologije, utjecaj zvuka na psihu, endokrini i imuni sistem je već otkriven i dokazan (Gelfo, 2012.). U studiji koja je provedena na pacijentima s dijagnozom raka pokazalo se da zvuk utječe smirujuće i opuštajuće. Mnogi pacijenti su našli podršku u zvuku koja im je povećala motivaciju i snagu da ustraju u svojoj borbi protiv bolesti.<sup>121</sup>

**Fotografije kristala formiranih u uslovima sljedećih zvukova:**

- |    |                    |        |         |             |
|----|--------------------|--------|---------|-------------|
| 1. | „Imagine—          | —      | John    | Lennon      |
| 2. | „The Four Seasons, | Winter | —       | Vivaldi —   |
| 3. | „La Mer—           |        | —       | Debussy     |
| 4. | „Swan Lake—        |        | —       | Tchaikovsky |
| 5. | —Zigeunerweisen/   | Gypsi  | Airs    | — Saraste   |
| 6. | „Moldau—           | —      | Smetana |             |



<sup>121</sup> Arhitektura duše, Aida Tule, Sarajevo 2018.

5.



© Office Masaru Emoto

6.



© Office Masaru Emoto

Korak više u istom eksperimentu bilo je ispisivanje riječi i fraza *hvala ti* i *ti budalo* na papir i omotavanje boca vode s tim papirom, riječima okrenutih iznutra. Voda izložena riječima zahvale kreirala je "prekrasne, heksagone kristale", a ona izložena riječi *budalo*, nepotpune i iskrivljene kristale, slične onima pod dejstvom heavymetal zvuka. Riječi „*Učinimo to.*“ imale su dobro (potpuno) oblikovane kristale. Obratno, riječi „*Učini to!*—gotovo da i nisu imale oblik.

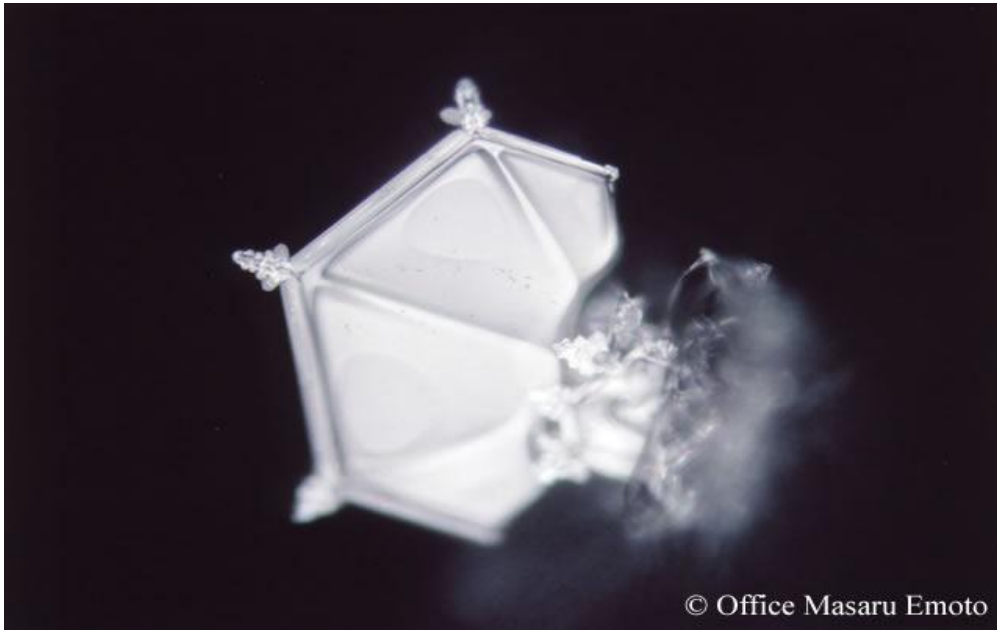
1. I can do it. (Ja to mogu.)



© Office Masaru Emoto



2. I can't do it. (Ja to ne mogu.)



3. Love and Gratitude (ljubav i zahvalnost)





4. Goodbye - zbogom. (Doslovan prijevod – dobar pozdrav. Engl.good-dobro,bye-



pozdrav)

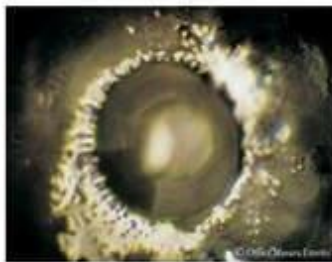
5.

5. Love of a Husband and a Wife (Ljubav između muškarca i žene)

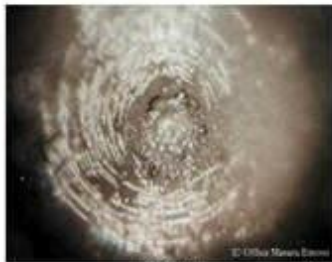




Kristal vode, ki se je odzval na besedi  
"Ljubim te" in "Ljubezen in Hvaležnost"



Kristal vode, ki se je odzval na besedi  
"Naredi!!" in "Daj, naredi."



Kristal vode, ki se je odzval na besedi  
"Ti si norec!" in "Hvala ti!"



Kristal vode, ki se je odzval na besedi  
"Vojna" in "Mir"

(povzeto po raziskavah japonskega znanstvenika M. Emoto)

- Kolač fotografija objedinjenih kristala vode koji su se odazvali na riječi:
- Volim te. / Ljubav i zahvalnost. (prvi red)
  - Učini to! / Probaj. (drugi red)
  - Ti si lud! / Hvala ti! (treći red)
  - Rat. / Mir. (četvrti red)

Iskrene riječi ili one koje opisujem kao 'riječi izravno iz srca' mogu potpuno promijeniti situaciju u kojoj se osoba nalazi. Tome sam svjedok i ja, i ti, svakodnevno. Ljubazne riječi mogu da iznjedre neka optimistična dostignuća. S druge strane, grube i neprijatne riječi mogu da

učine

suprotno.

Istraživanje doktora Emota ne prihvataju svi znanstvenici<sup>122</sup>, objašnjavajući ga apstraktnim. Pitam se, koliko dugo ćemo imati prijezir prema nevidljivom? Koje su to situacije u kojima shvatimo da fizička tijela i pojave možemo potpuno razumjeti kada pažnju posvetimo i za razumijevanje duhovnih pojava i procesa? Jer nije moguće vidjeti potpunost, ako ne gledamo potpunu

sliku.

Ove procese spoznaje bismo mogli pospješiti, ako razmislimo o najrasprostranjenijem komunikacijskom sredstvu, a to su riječi. Neodvojivost materijalnog i nematerijalnog se očituje upravo kroz riječ. Riječ je materijalna supstanca, koju upotrebljavamo u skoro svakom poslu. Međuljudski odnosi ne bi imali smisla bez razmjene riječi. Koristimo riječi čak i u odnosu sa životinjama i nekim biljkama!

---

<sup>122</sup>Japanac Masaru je doktor i alternativne medicine, u Japanu. Obratite pažnju na to da je tamo alternativna medicina bazirana na Kineskoj medicini koja je u funkciji nepromijenjena već 6.000 godina, dok se 'kod nas' na Zapadu, uglavnom to ismijava kao pseudo medicina. Dakle, prvo je gledanje sa aspekta alternative, tj. mogućnosti izbora, a drugo je gledanje kroz pseudo pojam kao nešto lažno i nepotvrđeno što nosi negativne konotacije u sebi.

## *Vježba - Ostavit će vas bez riječi, život bez riječi*

U kontekstu osvještavanja značaja riječi, odnosno smisla koji dajemo riječima, ponudit ću vam jednu vizualizacijsku vježbu: *Ostavit će vas bez riječi, život bez riječi.*

Sjedite onako kako vam je najudobnije i jednostavno, dišite.<sup>123</sup>Upravo u ovom momentu, tmirećih ili otvorenih očiju, predočite sebi kako bi izgledao jedan dan vašeg života bez postojanja riječi. Od jutra, čim otvorite oči, preko vaših dnevnih rituala, susreta s drugim ljudima, do ponovnog odlaska na počinak. Kako to izgleda bez riječi u bilo kojoj formi, verbalnoj ili pisanoj? Kako biste komunicirali? Da li biste uopće išli na posao taj dan? Ili u školu? Kako bismo učili? Kakav bi bio naš spoznajni proces? Da li bi ga bilo? Šta je s našim molitvama? Da li bismo se (s)misaono molili, kad ne bismo imali misao (za koju nam je trenutno potrebna misao o riječi)? Kakve bi onda bile naše misli? Da li bi bilo (s)misla?

Kako bismo izražavali ljubav? I zadovoljstvo ili nezadovoljstvo? Da li bismo uopće imali smisao bez riječi?

Svakom neka odgovor da njegov osjećaj koji je imao dok je vizualizirao ovo stanje.<sup>124</sup>

Da li ste ostali bez riječi?

---

<sup>123</sup>Pokušajte napraviti jedan puni ciklus disanja, koji se može sastojati od *udaha-pauze-izdaha-pauze*. Svaki dio ciklusa može da traje četiri sekunde (to ovisi od vašeg kapaciteta koji se može povećavati ili smanjivati). Bitno je da je svaki dio ciklusa istog vremenskog trajanja.

<sup>124</sup>Moje iskustvo je jezivost, najbliža besmislu. Zahvalna sam što ipak imamo (s)misao i mogu slobodno napisati *riječ* kao jedno od osnovnih sredstava smisla.

Riječ, najrasprostranjenije komunikacijsko sredstvo, jedno od osnovnih sredstava smisla, neodvojiva je kao materijalna i nematerijalna stvarnost. Neophodno je da smo i ovo (vizuelno, u mislima) sagledali kako bismo imali potpunu sliku jednake vrijednosti materijalnog i nematerijalnog.

Riječ kao materijalna supstanca bez koje bi život bio jezivo besmislen, ima uporište u nematerijalnim nivoima misli.

Svakodnevno dokazujemo Masaovu tvrdnju s vodom i riječima. Lijepa riječi nas nasmijavaju i daju pozitivnu energiju za život, za uspjeh i za postizanje boljeg života. Zar nam nije lakše raditi, komunicirati, družiti se s ljudima koji nas nasmijavaju i jačaju pozitivnu energiju? Zar svaki dan nije uspjeh u takvom ozračju? S druge strane, ako naši voljeni koriste negativne riječi i argumenti im postanu grubo, počinjemo da gubimo mentalnu snagu i entuzijazam za svakodnevne aktivnosti. To ne bi bilo moguće da sav bios, naša planeta Zemlja, biljni i životinjski svijet, pa i mi, nismo sastavljeni od vode. Oh, kako nam voda pohranjuje! Dobro *oh*<sup>125</sup> može biti, jer niko drugi osim čovjeka, baš tebe i mene, ne koristi riječi pa možemo pohraniti baš, baš... *Oh*, mi je upravo postalo jezivo! Niko drugi osim mene nije pohranjivač informacija s riječima, pa zašto čovjek, kao ja, ne pohranjuje baš, baš sve najljepše?

---

<sup>125</sup>*Dobro oh* – kao uzvik pozitivne, oduševljavajuće, nadahnjujuće konotacije.

U već spomenutoj knjizi psihologinje Tule, istaknuto je da je svaki čovjek zapravo pripovjedač<sup>126</sup>, jer je to čin *stvaranja* i *spoznavanja* (dvaju presudnih karakteristika ljudskog postojanja).

Kao stručni pojam u psihologiji, ističe *narativni identitet*<sup>127</sup> koji služi izgradnji ličnosti kroz smisleno povezivanje životnih priča. Ako kažemo da je život skup priča (u crtiću epizoda), onda svako u određenoj epizodi ima svoju ulogu koja je važna da bi cjelokupna priča imala smisla. Priča je iskonsko umijeće unošenja svjetla u najtamnije dijelove ljudske historije (sjetimo se „Dnevnika Ane Frank—). Nemoguće je izgubiti tu vještinu, ona je alat kojim smisleno uvezujemo dijelove svog života, čime ga činimo cjelovitim, a cjelovitost je preduslov za iscjeljenje (otuda, vjerovatno, i sličnost ovih dviju riječi). Bez povezivanja priča našeg života ostajemo razasuti i time unesrećeni. Zbog svoje ključne uloge u psihičkom zdravlju pričanje se nikad ne gubi, ali svijest o važnosti izbora riječi i tona glasa kojim pričamo se vrlo često izgubi u zamagljenosti uma neukroćenim safarijem emocija<sup>128</sup>.

Psihologinja Tule, dalje objašnjava da na osnovu stila pričanja o životnim iskustvima možemo otkriti koliko je osoba psihički stabilna i zdravo postavljena u odnosu na društvo. U tom kontekstu razlikujemo dva osnovna stila:

1. **Oslobađajući ili iscjeljujući tip pričanja** – pri kojem se traži smisao u pričanju događaja i prikazuje se u svjetlu dobra. Naprimjer, u jednom od brojnih intervjua koji su imali za cilj prepoznavanje stilova pričanja jedan čovjek je pričao da je kao dijete odrastao u teškom siromaštvu i da je upravo ta oskudica zbližila porodicu i držala je na okupu. U jednom drugom razgovoru sa ženom koja je njegovala prijatelja na samrtnoj postelji iz njenog pričanja pokazalo se da joj je to iskustvo poslužilo da otkrije njegovateljicu u sebi i da nastavi dalje s tim pozivom. Osobe koje su sklone ovom tipu pričanja su one koje konstruktivno doprinose društvu i budućim generacijama. Viktor Frankl, bečki psihijatar i osnivač logoterapije, meću rijetkim protivjelima Aušvica, kaže da su nam potrebne samo tri riječi koje će nas osloboditi i iscijeliti od bilo kakve situacije, a one su: „Vidim smisao u...—

---

<sup>126</sup>Dakle, medij. Medijator. Čovjek je medij svih medija. Kreator informacija. Posrednik informacija. Konzument informacija.

<sup>127</sup> Stručni pojam u psihologiji koji je predstavio profesor psihologije Dan McAdams na Northwestern Univerzitetu.

<sup>128</sup> Aida Tule, *Arhitektura duše*, Sarajevo 2018.

2. **Kontaminirajući ili zagađujući tip** pričanja – pri kojem se ne traži smisao u pričanju, već se traži pozicija napaćene žrtve prema kojoj je život nepravedan. Naprimjer, jedna žena je ispričala kako je vrhunac njenog života bio dolazak njene bebe na svijet, ali da je tu sreću u potpunosti poništila pogibljiva supruga nakon tri godine. Ona i dalje živi zarobljena tim iskustvom koje je nazvala tragedijom i kojim kontaminira sve druge prilike da bude sretna i da pruži sreću svom djetetu.

Koliko kontaminirajućih, a koliko oslobađajućih priča imamo u svom neposrednom okruženju reći će nam koliko to društvo ima šanse da se razvije u uspješno i zdravo. Pitali su me da li se podsticajno pripovijedanje uči ili se s tim radimo? Moj odgovor je bio: „Ljudi su bića koja uče!—

Znati pričati na način da budemo nadahnuće drugima te da djelujemo iscjeljujuće na sebe i na okruženje vještina je koja se na prvom mjestu uči svjesno birati kao puno bolja opcija od samo dvije ponuđene, a onda se uporno vježba dok ne ovladamo njenim tehnikama. Pričanje je plod razmišljanja, a i ono se uči – u Božijoj objavi ljudima, u Kur'anu, poglavlje Bizantinci: 8, stoji:

*Zar nikada nisu naučili razmišljati za sebe?*

Naučnoistraživačkim radom psiholozi i psihoterapeuti su dali veliki doprinos razumijevanju ideje pričanja životnih priča kao moćnog sredstva u iscjeljenju i izgradnji psihičkih stanja. Mogućnost koja nam se u ovom procesu nudi jeste da po prvi put možemo otići u svoju prošlost i ispraviti je tako da je ispričamo drugačije. Možemo je prepraviti, izbaciti ono što nam se ne sviđa, dodati ono što mislimo da će je učiniti ljepšom za našu dušu koja je bude slušala. Mi to možemo i trebamo, jer je to naša priča. Možemo birati da li ćemo je nazvati tragedija, komedija, avanturistička, herojska ili horor priča. Kako god da odaberemo, bitno je da budemo svjesni da od te priče zavisi naše psihičko zdravlje i zdravlje onih kojimaje pričamo nebrojeno puta ispočetka.<sup>129</sup>

---

<sup>129</sup>Aida Tule, Arhitektura duše, Sarajevo 2018. (Odlomak *Dvije vrste priča koje pričamo sebi i drugima – sve što trebamo za rast i razvoja*, 53-61.)

Voda pokreće razvoj ili ograničava progres svake zajednice – od porodice do civilizacije<sup>130</sup>. Ključ sretnog i ispunjenog života, kako kaže doktor Masaru Emoto je u pročišćenju tih sedamdeset posto vodene površine u čovjekovom tijelu. Shodno tome, ključ sretnog i ispunjenog čovječanstva je u pročišćenju sedamdeset posto vodene površine čovječanstva. Ključ je i u pročišćenju planete Zemlje, čiji sedamdesetpostotni udio zauzima voda. S dokazanim svojstvom memorije, odnosno pamćenja, moguće je ispuniti Emotovu tvrdnju kolektivnog iscjeljenja (koje se bazira na individualnom), a to je pročišćenjem vodenih površina.

Svako onaj ko nije potvrđen unutar sebe (ili cjelovit, kako je gore istaknula Tule) okrivljuje okolinu za neuspjeh i traži krivce izvan sebe. Na ovaj način širi se kolektivno nezadovoljstvo, odgajajući generacije nezadovoljnika. 131

Ovo vidimo u našim narativnim izborima. Da li u svakodnevnim ulogama djece, roditelja, terapeuta, učitelja, supružnika, prijatelja i stručnih zvanika znamo ispričati autentičnu legendu svog života, odnosno svoj narativni identitet? Može li ono poslužiti kao primjer drugima u uputi uspješnog života ili kako Emoto kaže sretnog i uspješnog života? Ili je to isto – sretan život je uspješan život?!

Narativni izbor, a ne historija je ono što kod narednih generacija oblikuje pogled na svijet i budućnost. Kad želimo da nas neko razumije, mi dijelimo s tom osobom svoju životnu priču, a kad želimo otkriti druge u svom okruženju onda tražimo da čujemo njihove priče. U pričanju iznosimo samo izvanredne događaje, one koje zovemo posebnim i vrijednim prepričavanja, a zapravo svaki naš trenutak ima mogućnost da bude takav, samo ako ga znamo kao takvog ispričati. Znati svaki trenutak našeg života ispričati kao trenutak vrijedan prepričavanja je čin dobročinstva prema sebi i prema svijetu u kojem živimo. Ili, kako to kaže američki glumac Morgan Freeman, „Act of Random Kindness— (Čin spontane ljubaznosti) – ARK (aludirajući na Noinu/Nuhovu arku današnjice). 132

Psihologinja i autorica knjige *Arhitektura duše* navodi lični primjer ARK, koji je uvrstila u svojoj knjizi, a to je slučajni čin ljubaznosti. Odlučila ga je pohraniti, odnosno narativno identificirati, kao živi par određene vrste na Nuhovoj lađi, kako bi se dalje reproducirao, odnosno prepričavao u životu, za buduće generacije. Davši narativni identitet činu spontane

---

<sup>130</sup> <https://www.astronomija.org.rs/sunev-sistem-74117/planete-43591/zemlja-90410/6490-koliko-ima-vode-na-zemlji>

<sup>131</sup> *A naše doba ga je puno*, ističe profesorica Fahira Fejzić-Čengić.

<sup>132</sup> Aida Tule, *Arhitektura duše*, Sarajevo 2018.



ljubaznosti, u svojoj knjizi podijelila je taj ARK momenat kada joj je mlada, nepoznata djevojka, nadnijela kišobran nad glavu i tako spriječila potencijalnu prehladu zbog hladne kiše koja joj je već bila poprilično smočila odjeću. Nakon što joj se zahvalila, mlada djevojka je kazala: „I vi biste za mene učinili isto!—

Uporedila je to sa pričama iz Svetih objava<sup>133</sup>, jer joj je taj momenat bio jednako važan kao neka velika čuda koja su opisana u Božijim objavama.<sup>134</sup>

Priče svetih objava imaju svoju najnižu tačku, svoju prekretnicu i svoj vrhunac (low pint, turning point i high point). Uzmimo primjer Božijeg poslanika Musaa, njegova najniža tačka (low point) je kad je stajao pred pustinjom, koja je predstavljala svu prazninu u njemu jer istjeran iz svog doma više nije znao ko je. Nakon što je četrdeset dana lutao pustinjom tražeći sebe, dolazi do bunara gdje ga čeka prvi ispit – njegova tačka prekretnica (turning point). Gladan, žedan, umoran, iscrpljen, protjeran jer je pomogao strancu, zatiče na bunaru djevojke kojima je trebalo pomoći da napoje svoju stoku. On im je pomogao ne pitajući se „isplati li mi se— (što je danas često parametar za donošenje odluke) i njegov ispit je položen. Tek nakon uspješno savladane prekretnice otvaraju se putevi koji ga vode njegovoj najvišoj tači (high point) jer je to bio pokazatelj da se na toj visini može psihički stabilno držati – a to je misija dostavljanja Božije riječi.<sup>135</sup>

Pita se autorica, da li u svojim životima prepoznajemo ono što svaka dobra priča u sebi sadrži:

1. Svoju pustinju? (najniža tačka - početak)
2. Svoje djevojke? (tačka prekretnica - ispit)
3. Svoju misiju? (najviša tačka - cilj).<sup>136</sup>

Prihvati svoju ljudsku intrakomunikološku prirodu i zapitati se kakva je priča koju pričaš, je osnova za pročišćenje sedamdesetpostotnog dijela vodenih površina u ljudima, a zatim u planeti Zemlji. Neophodno je pristupiti narativnoj interpretaciji vlastitog života i tako započeti individualno pročišćenje vodene površine, koje je potrebno za sretan i uspješan život. Nakon toga, možemo da uočimo uspjeh pročišćenja vodene površine čovječanstva i planete

---

<sup>133</sup>Božijih objava

<sup>134</sup>Kada je, naprimjer, Musa (mir i blagoslov Božiji neka su na njega) razdvojio more ili kad je Isa (mir i blagoslov Božiji neka su na njega) činio da slijepi progledaju.

<sup>135</sup>Aida Tule, *Arhitektura duše*, Sarajevo 2018.

<sup>136</sup>Ibidem, str. 59.

Zemlje. Ukoliko je naša narativna interpretacija *oslobaĐajućeg tipa pričanja*, pri kojem se traži smisao u interpretaciji i pričanju dogaĐaja te prikazivanju istog u svjetlu dobra, vrlo je moguće da ćemo ostvariti i osjetiti individualni ARK (Act od Random Kindness/čin spontane ljubaznosti). Vrlo je moguće da će nam većina dogaĐaja u životu, u tom slučaju, imati vrijednost i važnost BoĐijih čuda. Ovo nas vodi do zaključka da će cijeli naš život, u takvoj narativnoj interpretaciji, imati konotaciju BoĐijeg čuda, koji je vrijedan prepričavanja, jer ima svojstvo iscjeljenja. Zar to nije odgovor na sreću i uspjeh – osloboĐenje i iscjeljenje. Čovjek je sretan (čitamo zdrav) kad vrijedi, a vrijedimo kad doprinosimo, a doprinositi možemo kad imamo znanje/vještine koje primjenjujemo u rješavanju problema, nikako u postajanju dijelomnogih.

137

Riječ je, dakle, o ulozi i svrhi ljudskog postojanja koju svako ima samim postojanjem i sa odreĐenom ulogom u odreĐenom kontekstu života, bez obzira na stanje duše i tijela u kojem se trenutno individua nalazi.<sup>138</sup>

Ukoliko je naša narativna interpretacija *zagaĐujućeg tipa pričanja*, pri čemu se ne traži smisao u pričanju, već je fokus na utjelovljivanju žrtve svog života, jasno je da je to ključ za kontaminiranje svih prilika osloboĐanja i iscjeljenja. Jasno je da čovjek vlastitu sreću drži pod ključem, a samim tim i zdravlje, jer ne pridaje vrijednost i važnost svakodnevnim momentima, te cijelom životu, kao potencijalnom čudu, vrijednom prepričavanja. Ukoliko se i prepričava, kontaminirat će stvaranje problema, a ne rješenja. Kako u individualnoj sedamdesetopostotnoj vodenoj površini, tako i kolektivnoj, vodenoj površini čovječanstva i planete Zemlje.

Narativna interpretacija je dio rješenja mekdonaldiziranog, patološkog, društva i kulture. Ne možemo promijeniti masovne medije ili masovnu kulturu, ali možemo početi mijenjati svoj narativni pristup, a samim tim i narativne priče koje pričamo onima koji nas slušaju i koji su oko nas. S obzirom na činjenicu da je čovjek 21.stoljeća skoro uvijek u pokretu, cirkulacija i koncentracija ljudi s kojima se susreće je velika i raznovrsna. Njegova se priča širi velikom brzinom iskrcavajući se u najrazličitija mjesta, te je očigledno da se jednom izgovorena

---

<sup>137</sup>Ibidem, str. 57.

<sup>138</sup>Autorica je u ovom kontekstu navela kao primjer, natpis u jednoj pariškoj knjižari, koji ju je podsjetio da svaki susret u sebi nosi nešto izvanredno:—Ne budite negostoljubivi prema strancima jer bi mogli biti prurušeni anČeli (meleci).—

interpretacija i priča ne može povući natrag ili izbrisati s lica planete Zemlje. Jedino što ostaje kao rješenje je transformirati zagađujuće naracije koje su emitirane u sve vodene površine, u one oslobađajuće i iscjeljujuće. Za to nam je, prije narativne interpretacije priče drugima, potrebna narativna identifikacija priče sebi. Potrebno nam je ovo intrakomunikološko znanje (u teoriji i u praksi), kako bismo cjelovito pristupili intrapersonalnoj komunikaciji, a to znači i iscjeljujuće (za nas i za sve oko nas). Pravo mjesto za pretraživanje naših postignuća i neuspjeha je upravo naš unutrašnji svijet – naša duša, srce, duh u nama i sva brojna stanja kojim smo čas ovako, čas onako preplavljeni.

## **Medijska naracija i interpretacija, od intrapersonalnog do grupnog i masovnog – za pobjedu Dobra nad Zlim**

Narativni upit ili narativna analiza nastao je kao disciplina iz šireg područja kvalitativnog istraživanja početkom 20. stoljeća. Narativno istraživanje koristi tekstove na terenu, kao što su priče, autobiografija, časopisi, terenske bilješke, pisma, razgovori, intervjui, obiteljske priče, fotografije (i drugi artefakti) i životno iskustvo, kao jedinice analize za istraživanje i razumijevanje načina na koji ljudi stvaraju značenje u svom životu kao narative. Narativno istraživanje se koristi kao alat za analizu u područjima kognitivne znanosti, organizacijskih studija, teorija znanja; u sociologiji, znanostima o radu i obrazovanju. Narativni upit je oblik kvalitativnog istraživanja, koje se pojavilo u polju *znanosti upravljanja*<sup>139</sup>, a kasnije se razvilo i u području *upravljanja znanjem*<sup>140</sup>, koje dijeli sferu upravljanja informacijama. Stoga se narativno istraživanje usredotočuje na organizaciju ljudskog znanja više od pukog prikupljanja i obrade podataka. Također podrazumijeva da se samo znanje smatra vrijednim pažnje čak i kad ga poznaje samo jedna osoba.<sup>141</sup>

To ujedno može biti i priča, fičer, novinarski prošireni žanr, vrsta medijske reportaže, putpisa, komentara ili filma naprimjer. Dakle, narativna interpretacija kao način upoznavanje i prezentacije sebe i svijeta oko sebe, je svakako važan segment moderne komunikologije i mediologije.

---

<sup>139</sup>*Znanost upravljanja* (MS) široko je interdisciplinarno istraživanje rješavanja problema i donošenja odluka u ljudskim organizacijama u vezi sa ekonomijom, inženjeringom, upravljanjem, itd. Koristi razne znanstvene istraživačke principe, strategije i analitičke metode, uključujući matematičko modeliranje, statistiku i numeričke algoritme za poboljšanje sposobnosti organizacije za donošenje racionalnih i tačnih upravljačkih odluka, donošenjem optimalnih ili gotovo optimalnih rješenja za složene probleme odlučivanja.

\*Polje je u početku bilo izdanak primijenjene matematike, kroz određivanje optima (maksimalna vrijednost dobiti, izvedba proizvodne trake, prinos usjeva, širina pojasa, itd. Ili minimalna gubitka, rizika, troškova, itd.) Danas *znanost o upravljanju* obuhvaća bilo koju organizacijsku aktivnost za koju je problem strukturiran u matematičkom obliku kako bi stvorio upravljački relevantne uvide. (Wikipedia site:hr2.wiki)

<sup>140</sup> *Upravljanje znanjem* (KM) je multidisciplinarni pristup postizanja organizacijskih ciljeva korištenjem najboljeg znanja. To je postupak stvaranja, dijeljenja, korištenja i upravljanja znanjem i informacijama određene organizacije. Ova disciplina (1991. godina), uključuje tečajeve koji se predaju u područjima poslovne administracije, informacijskih sistema, medija, informatike, javnog zdravstva i politike. (Wikipedia site:hr2.wiki)

<sup>141</sup> [https://hr2.wiki/wiki/Narrative\\_inquiry#References](https://hr2.wiki/wiki/Narrative_inquiry#References)

U vezi s tim, narativna interpretacija je jedan od načina oblikovanja i iskazivanja identiteta <sup>142</sup> posredstvom jezika, za šta je prvobitno potrebna narativna identifikacija. <sup>143</sup> Identitet koji označava *ono što ili onog koji jest*, može to postati tek nakon što ga spoznamo, odnosno identificiramo unutar sebe. Kako je istaknula psihologinja Tule, znati svoju ulogu u određenoj životnoj situaciji (kajih je, *uloga, kao i situacija, bezbroj*). Znati ispričati svaki trenutak svog života kao posebnim poklonom, zahtijeva da ga prvo kao takvog osvijestimo (unutar sebe).

Odnos priče i života može se promatrati na dvije razine:

1. kao način na koji razumijemo život (što ga priča onaj tko ga živi) može se usporediti s načinom na koji razumijemo priču (jer ga priča na način na koji priča /i razumije/ ma koju priču, i
2. život razumijemo zahvaljujući pričama, onima koje smo čuli i razumjeli (one su varijacije naše vlastite životne priče, no ne po svojem sadržaju nego po konfiguraciji)<sup>144</sup>, te ih ugradili u konfiguraciju vlastite životne priče. Moj narativni identitet nije moj identitet u priči koju o sebi mogu ispričati, nego u mojoj narativnoj sposobnosti da to činim. Proces konfiguracije nije dovršen u tekstu, nego se dovršava u čitatelju.<sup>145</sup>

U pokušaju dokazivanja navedene hipoteze, sjetila sam se vlastitog primjera, vlastitog AHA momenta, kojim ću potkrijepiti iznesenu tvrdnju o narativnoj interpretaciji kao načinu upoznavanja sebe i svijeta oko sebe.

---

<sup>142</sup>Identitet (*njem. Identität < kasnolat. identitas*) - Istovjetnost, potpuna jednakost; odnos po kojem je netko ili nešto (npr. biće ili svojstvo) jednako samo sebi, tj. isto; skup značajki koje neku osobu (ili svojstvo) čine onom koja jest ili onim što jest.

<sup>143</sup>Identifikacija (*lat. identificare: poistovjetiti*) - Poistovjećivanje, ustanovljenje jednakosti s nečim otprije poznatim; proces prepoznavanja, ustanovljivanja sličnosti ili jednakosti među pojedinim predmetima, osobama, događajima.

<sup>144</sup>Konfiguracija (*kasnolat. Configuratio*) . vanjski obris, uobličenje, obličje; oblik nastao rasporedom pojedinosti u nekom skupu ili cjelini. U književnoj teoriji, pojam francuskog filozofa P. Ricoeura, konfiguracija nastaje umjetničko-mimetičkom preobrazbom (figuracijom) živiljenog vremena u pripovijedno vrijeme teksta, a zatim se čitateljskom prefiguracijom pretvara u vrijeme čitanja. (Vrijeme i pripovijedni tekst, 1983.)

<sup>145</sup>[file:///C:/Users/Covic/Downloads/19\\_Brnec.pdf](file:///C:/Users/Covic/Downloads/19_Brnec.pdf)

## *Insans – lokalne priče koje izazivaju nadu i sreću*

U svakodnevnim aktivnostima, prije tri godine, dostigla sam tačku zasićenja koja se, kao tinta, razlila po mom (tadašnjem) budućem odabiru. Svakodnevno sam upoznavala nove osobe, koje su mi se same obraćale i dijelile svoje životne priče ili dijelove svojih životnih priča. Svaka ta priča je bila vrlo emocionalno jaka, ali i stvarna. Bez obzira na njen ishod, u svakoj sam mogla uočiti ogromnu koncentraciju pozitivnih i optimističnih elemenata, koji su mi prilikom svakog tog slučajnog susreta raspoloženje učinili ugodnijim. Nakon svakog tog susreta i saslušane priče od osobe koju prvi put u životu srećem, bio bi afektovan moj naredni životni odabir. Bili bi to ljudi, slučajni prolaznici, ljekari, komunalni radnici, studenti, djeca, penzioneri, taksisti, pacijenti, prijatelji prijatelja, učitelji, sportisti, političari, visoki zvaničnici, prosjaci, vjerski službenici, šoferi, ali i oni koji se nađu u istom tramvaju ili autobusu, itd. Svi su imali zajedničku karakteristiku (uključujući i mene), a to je naracija. Svi su bili otvoreni za dijeljenje svojih iskustava, bez obzira na njihovo vremensko i prostorno lociranje. I svi su oni bili svjesni onog što su pričali – možda svi nisu pridavali vrijednost Božijeg čuda svojim životnim iskustvima, ali su sigurno bili toliko integrisani sa sadržajem svoje naracije, da je to bilo dovoljno da ja, kao ona koja sluša, to doživim kao Božije čudo. U toj tački zasićenja, zbog visoke koncentracije svakodnevnih susreta ( od kojih je svaki imao snažne naracije životnih priča), odlučila sam se da ih integrišem u bazu podataka u kojoj bi ostali pohranjeni od zaborava, a ujedno i u službi drugim ljudima s mogućnošću njihove lične konfiguracije, s obzirom na činjenicu da se u mojoj unutrašnjosti počinju gomilati kao information overload.<sup>146</sup>

Svoje informacijsko zasićenje sam integrisala u bazu podataka gdje sam pohranila većinu tih slučajnih susreta, odnosno priča koje su naracijski interpretirane iz nj. To sam jednim imenom nazvala Insans<sup>147</sup>, a manifestirala sam kao facebook stranicu, fotoblog, gdje sam objavljivala fotografije slučajnih prolaznika koje bih upoznala, uz opise njihovih priča ili dijelova životnih priča koje su mi narativno ispričali.<sup>148</sup>

Naziv stranice Insans je inspirisan arapskom riječju *insan*, od arapskog glagola '*nesije-jensa*',

---

<sup>146</sup>Preopterećenost podacima koja je postala karakteristika savremenog svijeta, a ogleda se u konstantnom gomilanju informacija uslijed čega nema prostora za obradu i procesuiranje istih.

<sup>147</sup><https://www.facebook.com/Insans-776341419381377>

<sup>148</sup>S dozvolom i saglasnošću ljudi čije priče objavim, naravno.

što u prijevodu znači 'zaboraviti'. U doslovnom prijevodu, izraz insan označava *biće koje je sklono zaboravu*.<sup>149</sup>Ovo je dakle korijensko značenje riječi, koja u svom osnovnom značenju podrazumijeva čovjeka. Kao arapski izraz, na bosansko govorno područje, došao je turcizmima za vrijeme Osmanske vladavine. Naziv stranice je Insan-s, prilikom čega s na kraju riječi označava engleski nastavak za množinu. Stoga, moja, autentična, forma naziva je insan u množini – insans. Odnosno ljudi, jer pišem o ljudima. S obzirom da je čovjek sklon zaboravu, vrlo je bitno da se stalno podsjećamo na mogućnost intrapersonalne komunikacije, a jedna od metoda kojom ju možemo osvijestiti i pospješiti je narativna identifikacija i naracija identiteta. Upravo, jer nam unutrašnja identifikacija omogućava da razmišljamo o sebi, svojim uzrocima i posljedicama. To je jedna intelektualna aktivnost, koja prihvata i emocionalnu i umnu razinu čovjekovog iskustva. Naracijom različitih identiteta od insana koje susrećem, težim konstantnom podsjećanju na vrijednost i vrlinu svakog čovjekovog iskustva. Težim podsjećanju na ARK čovjekovog životu. Na čin spontane ljubaznosti, jer koliko god da planiramo, život se uglavnom manifestuje spontano, a ja u pričama ljudi koje srećem vidim i ljubaznost. Vidim vrijednost u njihovim iskustvima, kao trenutak vrijedan prepričavanja drugima, zbog svoje cjelovitosti i ljekovitosti. Zar to već nije ljubaznost na oba fronta? Ljubaznost tih ljudi, kroz njihovo iskustvo koje nesebično dijele (prvi front), i ljubaznost kroz moj čin prihvatanja i naracije njihovih iskustava, kao čin kreiranja rješenja za čovječanstvo (drugi front). Kakav li samo to efekat ima na treći front – sve one koji pročitaju objedinjenje ta dva (fronta) iskustva, u obliku mojih objava na facebook stranici Insans?!

U nastavku ću podijeliti neke od priča s pratećim fotografijama, ali i povratnu reakciju koju su ti ljudi i njihovo iskustvo, odnosno moja naracija o njima, prouzrokovali kod nekih trećih ljudi.

### *Objava broj 1, Insans*

*Muhidinu je žena preselila prije četiri godine. Nema stalno zaposlenje, prodaje upaljače i ove mimoze, čime školuje srednjoškolku i srednjoškolca. Na pitanje da li je sretan, odgovorio je da jest. Osim, što mu jedino, eto, malo fali supruga. Inače mimoza je ogromno hercegovačko stablo i što ju više siječeš, to bolje raste. Grana. Širi se. Ovo žuto, što unosi boju januarskoj bjelini. Ovo žuto, što Muhidin prodaje. I dobro*

---

<sup>149</sup>Neodvojivi dio ljudske prirode je da zaboravlja. I ukoliko se stalno ne podsjeća, zaboravit će i one osnovne vrijednosti u životu, kao vodilje životne egzistencije.

*podnosi*

*hladnoću.*

*Ţivot nam odsijeca grane. Braćne drugove. Posao. Hranu. Plaće. Krovove. Zdravlje. Samo nikad ne odsijeca sebe - Ţivot. Budite mimoze i nikad ne prestajte rasti. Nakon svake sjeće, vi izrastite hrabrije i ljepše. Jer;*

*Moęe to, uvijek, bolje!#insans*



(Objava s facebook stranice Insans:[https://www.facebook.com/Insans-776341419381377/photos/7938851976269\\_ysfbgt99](https://www.facebook.com/Insans-776341419381377/photos/7938851976269_ysfbgt99))

Feedback, reakcija i povratna reakcija trećeg fronta- ljudi/recipientata, na Muhidinovu priču kao prvi front i moju naraciju njegove priče kao drugi front, bila je 2,8 hiljada likeova, 39 komentara i 801 dijeljenje. Iako su ovo reakcije u online prostoru, bile su ipak samo lijepe i optimistične. Međutim, povratna reakcija se nije zadržala u online-u, već i u realnom prostoru i vremenu.

Većina ljudi je istaknula kako je potpuno zaboravila na Ţute cvjetove mimozinog stabla, što ih je asociiralo na mladost ili djetinjstvo, zbog čega su počeli da kupuju mimoze od lokalnih prodavača. Uglavnom, od Muhidina. Svjedočila sam i javljanjima prijatelja i poznanika koji su mi, tek tako, znali poslati fotografiju mimoza (čak i nakon godinu-dvije od objave o Muhidinu). Dugo nakon objave me ljudi povezuju s mimozama i čim se počaste kiticom cvijeća, imaju potrebu da to podijele sa mnom. Većina facebook korisnika je tražila i



Muhidinovu kućnu adresu (koju ja nisam znala), a neki drugi facebook korisnici (koje isto ne poznajem) jesu, te su ju i podijelili. U samo jednoj objavi, Muhidinu je porasla prodaja mimoza, a ljudi su došli i do njegove kućne adrese, s ciljem da ga na neki način podrže.

Osim pojedinaca, javilo mi se nekoliko tv kuća, s upitom da im budem gošća dana u programima ućivo ili u unaprijed pripremljenim emisijama, a samo zbog mog, kako kaću, *nesvakidašnjeg hobija, upoznavanja ljudi i pisanja lijepog o njima.*<sup>150</sup>

Svaki put bih medijima istaknula da ne ćinim ništa nadnaravno, niti apstraktno, već vrlo konkretno i jednostavno. Moćda i najjednostavnije na svijetu – komuniciram. Ja sam medij. Medij koji traći i sluša svoj izvor informacija, a zatim ga kao medijator, prenosi drugima. Cilj je, naravno, opće dobro javnosti. Ključno je istaknuti da je cilj uglavnom upotpunjen, s obzirom da je ono što dijelim istina. I to ona istina koja izaziva radost u ljudima.

*To nisu moje priće, to su priće drugih ljudi. Svaka prića je posebna na svoj naćin, svako ima tu iskru radosti u svom ćivotu, samo je treba otkriti. Najbolja stvar je pronaći nadu u nekome, posebno u onim momentima kada oni sami to ne mogu,* izjavila sam u jednom od tv gostovanja.<sup>151</sup>

Ljudske priće, koje posmatram kao Boćije ćudo, mogu izazvati radost i optimizam u ljudima, a koje su pritom istinite, dokaz su da medijski dominantni narativ ne mora biti tragićan, pesimistićan i negativan ako ćelimo istinu. Istina moće biti vrlo optimistićna i ugodna, a facebook stranica Insans je jedan od dokaza za tu hipotezu. Do onih je kreatora medijskog sadrćaja ćime će ispuniti taj medijski prostor. Naravno, ne moćemo mnogo promijeniti svjetsku medijsku agendu, ali svako od nas je medij, i u virtualnom i u stvarnom prostoru, te ima priliku kreirati i dijeliti svoj medijski sadrćaj. Ukoliko ćelite, to moće biti pozitivno bez da je manje istinito.

---

<sup>150</sup> \*[https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=dgNKUk049jY&feature=youtu.be&fbclid=IwAR2C04h3gaa\\_wNcljBYT1Wt42OAYwe3sCxr36OoOD63v4IIW38L7n-8Pq8g](https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=dgNKUk049jY&feature=youtu.be&fbclid=IwAR2C04h3gaa_wNcljBYT1Wt42OAYwe3sCxr36OoOD63v4IIW38L7n-8Pq8g) ;  
\* <https://theworldnews.net/ba-news/edina-covic-putem-profila-insans-pomaze-gradanima-bih>

<sup>151</sup> <https://avaz.ba/tag/58591/edina-covic>

*Objava broj 2, Insans*

*Već dva dana želim, a nikako da odgovorim na viber poruku prijatelju Benjaminu. Danas ga sretoh po izlasku iz njegovog radnog mjesta, a on me pita otkud ja tu. Nisam ni znala da tu radi i došla sam iz drugih razloga, ali jedini odgovor koji sam iskreno mogla dati bio je:" Došla sam da ti odgovorim na poruku." Naše intencije su jedini parametar kojim odgovaramo životu i kojim život odgovara nama. Ovo na fotografiji je 11ogodišnjak kojeg sretoh odmah nakon susreta s Benjaminom. Na prodaju su njegovi autorski radovi, a u zavisnosti od 'težine' neki su 0.5KM, neki 1KM.*

*- "Otac nije htio da čuje da imam skate board, a mama naravno kaže kako tata kaže. Ali ja sam stvarno tako dugo gledao prijatelje koji imaju skate i baš sam ga poželio. Uspio sam dobiti tatinu dozvolu."*

*"Pa da li će ti kupiti skate board?"*

*- "Neće. "Zar ti nije dovoljno da dobiješ dozvolu od mene", rekao je tata. Tako daaaa, prodajem svoje crteže." (entuzijastično)*

*"A koliko košta skate?"*

*- "Ahh, puno. Neću ja to skupiti ni za godinu dana."*

*Jedva saznadoh koliko je to puno. Jedan virusni test na Veterini. Jedne bolje penjačice. Deset maraka od dvadeset ljudi. Evo i u brojci, 200KM. Čitajte, dvjesta konvertibilnih maraka. Hoćemo li odgovoriti na Benjaminovu intenciju? Nalazi se na Vilsonovom šetalištu, gornji dio, Pofalići, Socijalno.. Tu negdje. Da, isto se zove Benjamin (dijete/sin radosti i sreće). Šta želja zna šta je dvjesta maraka, pa da ne dobiješ skate? Šta želja zna što ne odgovaraš viberom, pa da ne odgovoriš nikako? Ne zna. Zato i dobiješ svaki put. Jal skate, jal odgovor, jal...*

#insans

#dijeteradosti

#Benjamins



( Objava s facebook stranice Insans: <https://www.facebook.com/776341419381377/photos/a.1139108609771321/1256949951320519/>)

Benjamin je prodavao svoje crteže, kako bi sakupio novac za skateboard, što sam sa svojom objavom promovisala. S obzirom na jedan komentar koji je sugerisao da smo možda prvo trebali dobiti dozvolu od roditelja za promovisanje radova njihovog djeteta, kao i fotografisanje istog, ističem da je dječak u razgovoru sa mnom, naglasio da je dobio dozvolu od oca za skate (što je i istaknuto u tekstu iznad gdje je otac naglasio da neće materijalno podržati skate, ali da odobrava njegovo prikupljanje). Također, dječaka sam pitala da li ga mogu fotografisati i podijeliti njegovu fotografiju na svojoj facebook stranici, gdje ću prijatelje, poznanike i prolaznike uputiti da kupe neki od Benjaminovih crteža. Dječak mi je dao potvrdu za objavu, a odmah nakon dan-dva, poslao mi je povratnu reakciju preko vibera. Bila je to njegova fotografija sa skateboardom i riječi zahvalnosti, jer su se ljudi masovno odazvali na njegov štand, te su njegove crteže plaćali i sa više od jedne konvertibilne marke. Uspio je sakupiti dosta novca, a i većina iskusnih ljubitelja skatea board-a je izrazila želju da mu pokloni skate. Dječak je sam, u facebook komentaru, odgovorio na prethodni komentar upozorenja i to ovim riječima: *Ja kad sam dosao kuci poslije danas i rekao svojoj porodici bili su sretni zbog mene.*

Napominjem i da je dječak Benjamin svojevolumno napravio facebook profil samo zbog moje objave, iako to nisam zahtijevala od njega, niti je bilo potrebno. Iz priloženog (i nakon godinu dana od toga) se vidi da nije aktivan korisnik facebook profila, niti da ga je koristio. Ćak je i profilna fotografija, ona koju sam ja okrnula fotoaparatom. Dijete nije korisnik društvenih mreža, bar ne ove društvene platforme, već je aktivan korisnik gradskih parkova i ulica, u stvarnom prostoru i vremenu, igrajući se sa skateboardom i vršnjacima.

## *TED Talks – ideje vrijedne širenja*

Drugi (ali globalni) primjer naracije koji potvrđuje produktivnost i pozitivno djelovanje na ljude kao recipijente jesu TED Talks.

TED Conferences LLC (Technology, Entertainment, Design) američka je medijska organizacija koja objavljuje razgovore na mreži besplatne distribucije pod sloganom *ideje vrijedne širenja*. TED je zamislio Richard Saul Wurman, a zajedno s Harryjem Marksom u februaru 1984. ga je osnovao kao konferenciju. Održava se svake godine od 1990. TED-ov prvi naglasak bio je na tehnologiji i dizajnu, u skladu s porijeklom iz Silicijske doline. Od tada je proširio svoju perspektivu uključivanjem razgovora o mnogim znanstvenim, kulturnim, političkim, humanitarnim i akademskim temama. Glavna TED konferencija održava se svake godine u Vancouveru, Britanska Kolumbija, Kanada, u kongresnom centru Vancouver, dok se prije 2014. konferencija održavala u Long Beachu, Kaliforniji, SAD. TED događaji također se održavaju širom Sjeverne Amerike, ali i u Evropi, Aziji i Africi, nudeći prijenos razgovora uživo. Zastupljen je široki raspon tema unutar istraživanja i prakse znanosti i kulture, a upravo kroz pripovijedanje. Govornicima se daje maksimalno 18 minuta da iznesu svoje ideje na najinovativnije i najefikasnije načine. Raniji govornici bili su Bill Clinton, Sean M. Carroll, Elon Musk, Ray Dalio, Cédric Villani, Stephen Hawking, Jane Goodall, Al Gore, Temple Grandin, Shahrukh Khan, Gordon Brown, David Cameron, Billy Graham, Richard Dawkins, Sam Harris, Bill Gates, Dolph Lundgren, Bob Weir, Shashi Tharoor, Bono, Larry Page i Sergey Brin, Leana Wen, papa Franjo, Jeff Bezos i mnogi dobitnici Nobelove nagrade. Od 2005. godine uvedena je i TED nagrada. Do 2010. godine, svake godine su tri pobjedničke ideje financirane sa 100.000 dolara, kao ulog za *želju za promjenom svijeta*. Od 2010. ipak dolazi do promjene procesa odabira, kada se bira jedan pobjednik kako bi se osiguralo da TED može maksimalno uložiti svoje napore u ostvarivanju pobjednikove želje, a 2012. godine nagrada se ne dodjeljuje pojedincu, već konceptu povezanom s aktualnim globalnim fenomenom sve veće urbanizacije. U 2013. godini iznos nagrade je povećan na 1 milijun dolara.

U međuvremenu je formiran i TEDx godišnji događaj. TED i TEDx događaji temelje se na tehnologiji, obrazovanju i dizajnu. Njihov je glavni cilj širenje ideja na svijet, zato što bi ideje mogle poboljšati svijet u kojem živimo. Sadržaj objavljuju na mreži, a teme se razlikuju od

znanosti do globalnog poslovanja. Oboje su ključni forumi jer su pojedincima dali platformu da sa svijetom dijele ono u šta vjeruju. Pored toga, ljudima širom svijeta pomogli su u pristupu korisnih informacija koje su im pomogle u suočavanju sa problemima i boljim životima. Glavna im je razlika što TED ima globalni pristup, dok je TEDx privatniji i fokusiran je na lokalnu zajednicu. Od 2006. obojica su dobili dozvolu za stavljanje svojih podataka na mrežu. Stoga ga pojedinci mogu besplatno gledati na mreži. Dobra stvar je što su to karitativni<sup>152</sup> događaji.<sup>153</sup>

S obzirom na već navedenu pentrabilnost vida i činjenice o medijima kao proizvođačima ljudskih čula,<sup>154</sup> sva transakcija preko naših čula, podražaj je koji se manifestuje duboko u nas i mijenja nas kao biće. Mijenja svako naredno naše viđenje, slušanje, doticanje, odnosno naš percepcijski pristup stanju i zbivanju oko nas. Ovo intrakomunikološko znanje, koje medijski ekstenzijatori dominantno koriste protiv čovjeka, za njegovu imploziju (a u svoju profitabilnu korist i lične interese), može biti upotrijebljeno i za čovjeka. I čovjekovu korist. A propos prethodno iznesenih znanstvenih istraživanja, sve što kažemo, čujemo ili vidimo ostaje u nama, oblikujući naše sljedeće govorenje, čujenje i viđenje/ kazivanje, slušanje i gledanje. Sve što kažemo, čujemo ili vidimo – postajemo. Primjer medijskog rada u korist čovjeka, koji je također medij, jest upravo naracija oslobađajućeg tipa pričanja, pri kojem se traži smisao u pričanju događaja i prikazuje se u svjetlu dobra.

I Insans, kao lokalni narativi, i TED Talks, kao globalni narativi, su primjeri oslobađajućeg tipa pričanja, koje životnu situaciju ili situacije percipira kao priliku za poboljšanje i tako prikazuje lijepo (što nikako ne znači i manje istinito) u svakoj situaciji. Takvi narativi su iscjeljujući i podrazumijevaju da kreiramo mrežu ARK (Act of Random Kindness) – ljubavno pristupanje svemu (makar bilo nepristupačno). I Insans i TED Talks su primjeri kako pročistiti sedamdesetpostotnu vodu organizma čovjeka, na individualnom tlu, a samim tim i na kolektivnom tlu čovječanstva. I Insans i TED Talks su narativne interpretacije, koje su prije svega, zahtijevale narativnu identifikaciju (emocija, misli, situacija, analize i samoanalize) u unutrašnjosti individue, a što

---

<sup>152</sup>Karitativan (Latinski *caritas* od *caritativus*- učinjen iz ljubavi) milostiv, darežljiv, dobrotvoran.

<sup>153</sup><https://hr.sawakinome.com/articles/business/difference-between-ted-and-tedx-3.html>

<sup>154</sup>Medijski ekstenzijatori.

predstavlja intrapersonalnu komunikaciju.

I Insans i TED Talks su jedan od produkata dobre intrakomunikološke prakse, koja se, naravno, može i treba, produbljivati i poboljšavati.

## Zaključna razmatranja

(Ne)mogućnost konstituiranja intrakomunikologije u savremenosti je rad koji propituje intrakomunikologiju, kao zametak svake komunikologije. S obzirom da su osnovni komunikološki pojmovi, oni koje mogu okarakterisati i medijskim pojmovima, bilo je nužno započeti od definiranja komunikacije i informacije, te svih vrsta komunikacije ( intrapersonalna, interpersonalna, grupna, javna, masovna i međukulturalna ). Komunikacija je osnova svih drugih nauka i znanosti, svakog našeg iskustva – naše prošlosti, sadašnjosti i budućnosti. Sve je komunikacija. Referirajući se na Andridevu misao da čovjek i njegovo djelo ne služe ni čemu, ako na ovaj ili onaj način ne služe čovječanstvu, pitah se uvijek, kako služiti čovječanstvu? Odgovor je u komunikaciji, koja je djelo moga bida, kao i svih ljudi. Svako kreira mrežu komuniciranjem, s kojom nepovratno bivamo povezani jedni s drugima.

Kako bi naša komunikacija služila čovječanstvu, na ovaj ili onaj način, nužno je imati svijest o izvoru, bazi i polaznoj tački svih komunikacija, a to je naša nutrina. S obzirom na dominantno bježanje i strah od intrakomunikologije kod vedine, iako jenesumnjivo da je stvarna i sveprisutna, u ovom radu ju objašnjavam i pojednostavljujem kroz intrapersonalnu komunikaciju. Intrapersonalna komunikacija podrazumijeva naše misli, emocije, unutrašnje monologe na osnovu kojih mi zapravo manifestujemo svaku drugu verbalizaciju. Stoga je vrlo bitno kakva je naša nutrina, kakve su naše misli i emocije, te da li smo ih uopće svjesni. Zašto? Zato što su oni klica iz koje de niknuti vanjska komunikacija koja automatski postaje posljedica i utječe na vanjski svijet.

S obzirom da je karakteristika savremenog društva masovna komunikacija, a simbol te komunikacije su upravo dominantni, masovni mediji, vrlo ozbiljno propitujem status kvaliteta i kvantiteta intrapersonalne komunikacije kod čovjeka. Masovni mediji su mediji širokih razmjera, sveprisutni, i formom i sadržajem, a koji su svoje osnovne medijske funkcije - edukacije, informisanja i rekreacije pretvorili u hiperprodukciju. Danas, ne možemo kazati da nemamo vijesti, edukaciju i zabavu, ved ih imamo u prevelikoj mjeri. Hiperprodukcijom se masovno reproduciraju informacije, koje su najpoželjnija komercijalna roba, a prosječan medijski korisnik je konzument koji opsesivno-kompulzivno uzima. U savremenom dobu masmedijska kultura je fluidnog karaktera, što znači da je nestalna. Informacije se neprekidno gomilaju, te se određena istina ne može ni integrisati u društvenom prostoru i vremenu, jer nema kad! Tako je kreiran nedostatak vremena, jer korisnici jedino mogu da trče za informacijama, kako bi ih što više ili sve pohvatili, iako znamo da je isto nemoguće.

Zbog ovog realnog scenarija našeg doba, nužno je da propitujemo i ističemo intrakomunikologiju, jer ukoliko nismo fokusirani na našu svijest, naše misli i emocije, vrlo je upitno kritičko i autentično bivstvovanje u životu. S druge strane, vrlo je očigledno bivstvovanje praznih individua, koji ne razmišljaju, a niti osjedaju, jer trče za (dez)informacijama. Stoga glavna hipoteza rada *Svijest o snazi unutrašnje, intrapersonalne, komunikacije je uvjet stabilnosti i čvrstode u nestvarnom i fluidnom društvu*, upravo potvrđuje fluidnost savremenosti. Odnosno, biva potvrđena našom realnošću. Čovjek koji ne obrada pozornost na unutrašnju svijest, nad svojim mislima i emocijama, teško da može imati pozornu svijest svijeta oko sebe. Takav čovjek ne može kritički i s(a)vjesno pristupati masovnim medijima, nede propitivati medijski sadržaj i bit de podložan manipulacijama.

Iako je čovjek sam po sebi medij, posrednik, na ovaj način postat de puki konzument koji kao u kasino automatima samo čeka da zaigra opet, jer de *sigurno nešto dobiti*. Čovjek koji nesvjesno pristupa medijima, kako je i teoretičar McLuhan zaključio, ved ima suženu, skradenu svijest, na čiji kraj



postavlja ekstenzije medijske spravice po želji. Primjerice, na kraj mog (unutrašnjeg) vida postaviti du svjetlost Youtube ili Tik-Tok videa koji de dalje kreirati vizije i poglede u mom životu, jer su nastavili tamo gdje sam ja (sa promišljanjem) stala. Masovni mediji kao ekstenzije, produžeci ljudskih čula, zaživljavaju tamo gdje se čovjek uspava ili zamre.

Intrakomunikologiju rijetko doživljavamo na ovaj način, ali je baš zato nužno da pričamo, kako bi se probudila svijest, jer samo s njom možemo ispuniti uslov čvrstode i stabilnosti u fluidnoj svakodnevnici. I biti svoji - svjesni.

A kako biti svoji, potvrđeno je u paragrafima posebnih hipoteza *Intrapersonalna komunikacija pruža uvid u stvarne potrebe čovjeka; Masovni mediji skraduju ljudsku svijest; Tehnika je oslonac razvoja, ali ne i nužno boljeg i kvalitetnijeg života; Masovni mediji neravnomjerno koriste psihičke potencijale publicusa; Neposredna, direktna i živa komunikacija je ona s kojom možemo uočiti stvarnost u nama i oko nas.*

Referirajući se na medicinske činjenice, neuroznanstvena otkrivanja i alternativne, homeopatske metode, u radu su predloženi dokazi intrakomunikologije, ali i načina kako da budemo svjesni – u realnom i u virtualnom prostoru. Intrakomunikologija podrazumijeva tehniku samoanalize i propitivanja, ali je to vrlo teško za ispuniti u konzumerističko-predatorskom okruženju. Zato je nužno osamljivanje, od medijskih spravica. Jedini način da usmrtimo medijske produžetke u nama i medijsku, nametnutu, svijest jeste da ju odvojimo od naših čula, a umjesto toga zavirimo u sebe i naša stvarna čula. Oživljavanjem našeg čula vida, sluha, dodira, okusa, mirisa, intuicije sa prirodnim svijetom oko nas, probuditi demouspavanu svijest.

Jedno poglavlje u radu je fokusirano na *Zrak kao način samosagledavanja*, te je baš tu predložena vrijednost i nužnost potpunog i ispravnog disanja. Disanje smiruje um i duh, uznemiren od medijskih proizvoda, a smiriti dah je moguće ako odstupimo od medijskih spravica i vanjske buke. U intervjuu sa učiteljicom kundalini yoge, u radu je predložena alternativna tehnika disanja koja direktno i vrlo brzo utječe na smiraj i balansiranje desne i lijeve hemisfere mozga – polutki zaduženih za našu percepciju i poimanje svijeta, ali i djelovanje u njemu. Lijeve hemisfere mozga je zadužena za racionalni i linearni, jednoobrazovni pristup, dok je desna zadužena za kreativnost, maštu, intuiciju, igru, emocije, te predstavlja emocionalnu inteligenciju čovjeka.

S obzirom da mediji potiskuju desnu hemisferu, jer ona iziskuje samoanalizu, kritičko promišljanje i autentičnu svijest, potpunim disanjem moguće je aktivirati ovu hemisferu te se reprogramirati za kvalitetniji i svjesniji život. Bitna napomena pritom je da je potpuno disanje bilo koja vrsta disanja, dok se čini svjesno.

Drugo poglavlje rada je fokusirano na *Vodi kao načinu samosagledavanja*, gdje kroz primjer doktora Masaru Emota predložavamo šta zapravo riječi, misli i emocije, mogu da učine našem organizmu. S obzirom na činjenicu da je 70% čovjekovog organizma, ali i Zemljinog, sastavljeno od vode, Emotov eksperiment je od krucijalnog značaja. Ujedno i zanimljiv prikaz koji dokazuje intrakomunikologiju. Emoto je dokazao da molekule vode formiraju prekrasne, savršene, heksagone, kristale ukoliko su nad njima bile ispisane ili izgovorene lijepe riječi, te ukoliko je u pozadini svirala neka klasična muzika ili muzika s tekstom pozitivnih konotacija.

S druge strane, voda nad kojom je bila puštena heavy metal muzika, te bile ispisane i izgovorene ružne i uvredljive riječi, formirale su izgledno vrlo neugodne kristale, odnosno nepotpune, rascjepkane ili rastrgane kristale. Ovim autentičnim ogledom možemo osvijestiti šta riječi koje izgovaramo čine našem organizmu, ali i organizmu planete Zemlje. Ukoliko su riječi osnovno sredstvo za masmedijski rad, kakve su onda vode (u nama i u Zemlji), s obzirom da je masmedijska

komunikacija ona koja je masovna i dominantna?! Svako sebi najbolje može odgovoriti, a od životnog je značaja da se intrakomunikološki preupitamo. Ukoliko čovjek-konzument bez prethodne svijesti o svojim mislima i emocijama, pristupi medijskim spravicama, ne može znati šta je to što tačno i jasno od medija želi. Ukoliko ne znamo koju informaciju trebamo i s kojim ciljem pristupamo medijskim spravicama, kako demo onda kritički odabrati tačnu i istinitu informaciju u trilionima ved ponuđenih?! Ukoliko tek tako prihvatimo sve što nam se ponudi, sasvim je jasno da de sve neprerađene informacije, utjecati na naše misli i emocije, koje de potom utjecati na molekule vode u našem organizmu. Kakva li de se kontaminacija desiti? Hode li se naši potpuni kristali rascijepiti ili de postati potpuni, heksagoni, cjeloviti nakon našeg pristupa masovnim medijima?

Uzedi u obzir još jedan fenomen, a to je penetrabilnost – propusnost vida, koja podrazumijeva stvaranje i propuštanje sklonosti onome što (ne)svjesno gledamo, analizirala sam masmedijsko iskorištavanje ovog neuroznanstvenog fenomena kroz masmedijsko poticanje islamofobije, zarad masovne manipulacije. Tu sam istaknula vrlo očigledne primjere iz filmske industrije, a glavni od njih je animirani Disneyev film – Aladdin. Također sam analizirala video reportažu i članak Russia Today, koja je potpuno ratnohušački i islamofobično i netačno predstavila islam u Evropi, kroz islam u Bosni i Hercegovini.

Ipak, medijski narativ ne mora biti nužno negativan, te sam podijelila lokalni i globalni primjer pozitivne medijske naracije, koja može podstaknuti buđenje svijesti kod ljudi. Odnosno može da podstakne na samoanaliziranje i samopropitivanje, kroz sadržaje dobrih moralnih i etičkih konotacija, te tako intrapersonalnu komunikaciju učiniti potpunijom i ugodnijom. Lokalni primjer je vlastita facebook stranica Insans, gdje dijelim lokalne priče slučajnih prolaznika, sa pozitivnom suštinom, koja budi nadu i podstiče na propitivanje dobrih i zdravih ljudskih vrijednosti. Globalni primjer je primjer svjetske platforme Ted Talks, koja podrazumijeva dijeljenje ljudskih priča i iskustava, iz najrazličitijih branši, od profesionalaca do laika, kroz razgovore, debate, video emisije, podstičudi i motivišudi ljude na lični, autentični uspjeh i zadovoljstvo (bez ugrožavanja drugih).

Čovjek je početak grupe i zajednice, te osnovni pokazatelj da li je neko društvo dobro ili zlo. Ono, odakle počinje čovjek je njegova intrapersonalna komunikacija, njegova nutrina, u kojoj je klica za plod Dobra ili plod Zla. Putevi samospoznaje i samokontrole u dobu masmedijske hiperprodukcije su razni, ali cilj je jedan – plod Dobra, na sredu i dobrobit svih. Intrakomunikologija, kao takva, nije moguda ili nemoguda. Ona postoji, svepristuna, samo je pitanje da li demo joj pristupiti svjesno; Da li demo ju konstituirati u savremenom svijetu i pružiti joj njeno pravo riječi.

Ovaj rad je pružanje riječi intrakomunikologiji i plodni zametak za sva naredna istraživanja.

## Literatura

### Knjige:

- Alić, Sead, (2019), Masovna proizvodnja narcizma, Sveučilište Sjever i SMF, Zagreb;
- Bauman, Zygmunt, (2009), Fluidni život, Mediterran publishing, Novi Sad;
- Colman A (2008), A Dictionary of Psychology, Oxford University Press;
- Dethlefsen Thorwald i Dahlke Ruediger, (2012), Bolest kao put, Laguna;
- Fejzić, Fahira, (2008), Uvod u teoriju informacija, Promocult, Sarajevo;
- Fejzić-Čengić, Fahira (2018), Kao ribe u vodi, Dobra knjiga, Sarajevo;
- Horkheimer M. i Adorno T., (1974), Dijalektika prosvjetiteljstva, Veselin Masleša, Sarajevo;
- Larsen Randall J. i Buss David M., (2008), Psihologija ličnosti, Naklada Slap, Zagreb;
- Marcuse, Herbert, (1989), Čovjek jedne dimenzije, Veselin Masleša, Svjetlost, Sarajevo;
- Masaru, Emoto, (2013), Poruke skrivene u vodi, V.B.Z., Zagreb;
- McLuhan Marshall, (2008), Razumijevanje medija (Understanding Media, 1964) Zagreb, Golden marketing/Tehnička knjiga;
- Reardon, Kathleen K., (1998), Interpersonalna komunikacija: gdje se misli susreću, Alinea, Zagreb;
- Ritzer, George, (1999), Mekdonaldizacija društva, Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb;
- Safić Gupta, Smajo, (2020), Ajurvedska medicina za fizičko, mentalno i duhovno zdravlje – knjiga i udžbenik, JP „Službeni glasnik—, Beograd (ponovni tisak i dopuna);
- Sofradžija, Halima, (2015), Hiperpolitika i savremeno društvo, Proces tehniziranja svijeta, Dobra knjiga, Sarajevo;
- Street, John, (2003), Masovni mediji, politika i demokracija, Zagreb;
- Tule, Aida, (2018), Arhitektura duše, CIP –Katalogizacija u publikaciji Nacionalne i univerzitetske biblioteke Bosne i Hercegovine, Sarajevo;
- Virillio, Paull, (2000), Informatička bomba, Svetovi, Novi Sad.

### Leksikoni i rječnici:

Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža;

Šušnjić, Đuro (1999), Metodologija – Kritika nauke, Čigoja štampa, Beograd;

Termiz, D.Đ. (2000), Milosavljević Slavomir, Praktikum iz metodologije politikologije Fakultet političkih nauka, Sarajevo;

Termiz, D.Đ. (2009), Metodologija društvenih nauka, NIK "Graffit", Lukavac.

Zbornici radova:

Bačeković-Mitrović, Davora, *Što bi učitelji trebali znati o teoriji medija Marshalla McLuhana?*, Zbornik radova, 101-109, Zavod za znanstvenoistraživački i umjetnički rad HAZU, Bjelovar, 2017.

Bansal, Garg, Pakhare, Hupta, *Selfies: A boon or bane?*, Journal of Family Medicine and Primary Care, 2018.

Brnčić, Jadranka, Ricouerova heremenutika sebstva, Filozofska istraživanja, Filozofski fakultet, Zagreb, 2008.

Marić Mateja i Domijan Dražen, *Mogu li kognicija i emocije utjecati na vid?*, u časopisu Psiholgijske teme, 311-338, Filozofski fakultet u Rijeci, Hrvatska, 2018.

Voustianiouk A, Kaufmann H (novembar 2000). „Magnetic fields and the central nervous system. Clinical Neurophysiology. 111 (11): 1934—5. PMID 11068225. doi:10.1016/S1388-2457(00)00487-9

Vuksanović D. i Čalović D., *Filozofija medija, Jedan pogled na industriju zabave i proizvodnju dosade*, 2019.

Online izvori (Svim linkovima je posljednji put pristupljeno 15.09.2021.):

<https://hr.sawakinome.com/articles/business/difference-between-ted-and-tedx-3.html>

<https://theworldnews.net/ba-news/edina-covic-putem-profila-insans-pomaze-gradanima-bih>

<https://avaz.ba/tag/58591/edina-covic>

[https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=dgNKUk049jY&feature=youtu.be&fbclid=IwAR2C04h3gaa\\_wNcljBYT1Wt42OAYwe3sCxr36OoOD63v4IIW38L7n-8Pq8g](https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=dgNKUk049jY&feature=youtu.be&fbclid=IwAR2C04h3gaa_wNcljBYT1Wt42OAYwe3sCxr36OoOD63v4IIW38L7n-8Pq8g)

<https://www.facebook.com/Insans-776341419381377>

[https://hr2.wiki/wiki/Narrative\\_inquiry#References](https://hr2.wiki/wiki/Narrative_inquiry#References)

<https://www.astronomija.org.rs/sunev-sistem-74117/planete-43591/zemlja-90410/6490-koliko-ima-vode-na-zemlji>

<https://www.dnevno.hr/kolumnisti/mcdonaldizacija-drustva-54619/>

<https://www.masaru-emoto.net/en/crystal/>

<https://www.gamesindustry.biz/articles/2019-10-29-shattering-muslim-stereotypes-with-islamic-reliefs-mobile-game?fbclid=IwAR21xi7DJOEc0iKExM0VXMcCryh3NFGEzBNRHu9OUwxAE26SjczX9LnqN18>

<http://karike.ba/citanje-izmedu-redova-4-kako-stvoriti-islamofobe/>

<https://www.rt.com/news/is-there-a-haven-for-islamists-in-europe-s-backyard/>

<https://www.youtube.com/watch?v=HyjTmtJWTLc&t=3s>

[https://www.reddit.com/r/MovieDetails/comments/g8ghos/in\\_aladdin\\_1992\\_when\\_farouk\\_catches\\_jasmine/](https://www.reddit.com/r/MovieDetails/comments/g8ghos/in_aladdin_1992_when_farouk_catches_jasmine/)

<https://mescucr.tumblr.com/post/151123636839/aladdin-is-problematic>

<https://www.youtube.com/watch?v=ZI1pf9wv5Zg>

<https://www.youtube.com/watch?v=6LoVKx-WA9s>

<https://www.youtube.com/watch?v=pkV-YFTEy9o>

[https://www.youtube.com/watch?v=vC3hwKtv\\_OU](https://www.youtube.com/watch?v=vC3hwKtv_OU)

<https://yaqeeninstitute.org/omar-suleiman/taqiyya-license-to-lie-animated-video>

<https://as.nyu.edu/content/nyu-as/as/research-centers/neareaststudies/special-initiatives/reel-arabs-vs-real-arabs.html>

<https://www.kontekst.io/hrvatski/neautenti%C4%8Dnost>

<http://franjevacki-institut.hr/sadrzaj/pdf/2017-03-01-14-20-9881-.pdf> (24.07.20121.)

[http://hagede.hr/wp-content/uploads/sites/181/2016/10/Jakovcic\\_geografija-slobodnog-vremena\\_LJS-2016.pdf](http://hagede.hr/wp-content/uploads/sites/181/2016/10/Jakovcic_geografija-slobodnog-vremena_LJS-2016.pdf)

<https://www.bls.gov/opub/ted/2015/time-spent-in-leisure-activities-in-2014-by-gender-age-andeducational-attainment.htm>

<https://core.ac.uk/download/pdf/14439882.pdf>

[http://hagede.hr/wp-content/uploads/sites/181/2016/10/Jakovcic\\_geografija-slobodnog-vremena\\_LJS-2016.pdf](http://hagede.hr/wp-content/uploads/sites/181/2016/10/Jakovcic_geografija-slobodnog-vremena_LJS-2016.pdf)

<https://www.malacgenijalac.hr/o-nama/iz-ugla-znanosti>

<http://www.zarez.hr/clanci/ekstenzija-medij-praksa>

[https://bib.irb.hr/datoteka/665119.RETROSPEKTIVA\\_I\\_PERSPEKTIVA\\_KOMUNIKACIJ\\_SKIH\\_TEHNOLOGIJADRUTVENI\\_I\\_TEHNOLOKI\\_ASPEKT.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/665119.RETROSPEKTIVA_I_PERSPEKTIVA_KOMUNIKACIJ_SKIH_TEHNOLOGIJADRUTVENI_I_TEHNOLOKI_ASPEKT.pdf)

<https://hr.weblogographic.com/difference-between-intrapersonal>

<https://sites.google.com/site/ucenicakatarinacupovic/8-medjukulturna-komunikacija>

<https://mooc.carnet.hr/mod/book/view.php?id=26002&chapterid=7097>

[https://www.researchgate.net/publication/328634014\\_Selfie\\_Syndrome\\_-\\_A\\_Mental\\_Disorder](https://www.researchgate.net/publication/328634014_Selfie_Syndrome_-_A_Mental_Disorder)

<http://www.prometej.ba/clanak/ivo-andric/ivo-andric-o-prici-i-pricanju-1240>

## Biografija

Zovem se Edina Čović i rođena sam 24.05.1996.godine u Karlovcu, R Hrvatska. Osnovno i srednjoškolsko obrazovanje završila sam u Velikoj Kladuši, kada pravim i svoje prve novinarske priče. Posljednje četiri godine osnovne škole vodila sam i uređivala radijsku emisiju *Dječiji radio kutak*, a u gimnazijskim danima, tinejdžersku radio emisiju *Time out*, na lokalnoj radio stanici *Radio Velika Kladuša*. Svoju sklonost ka izučavanju medija nastavila sam njegovati kroz studij komunikologije, na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu, gdje ujedno nastavljam i postdiplomski studij. Ljubav prema radiju sam nastavila povremenim angažmanom u dječijoj radio emisiji *BH radija*, *Ringišpil*. Petogodišnje studiranje bih obilježila i dopisništvom za omladinski magazin *Karika*, te raznim honorarnim novinarskim angažmanima, od kojih posebno ističem jednogodišnje praćenje i izvještavanje o *ljudima u prolazu*, migrantima u BiH, u duhu empatičnosti i humanosti. Trenutno sam angažovana kao vanjska saradnica u *Udruženju dramskih umjetnika Altteatar* u Sarajevu, gdje osim izvještavanja o njihovim aktivnostima, sudjelujem u radu s mladima u sklopu projekta *Mladi hoće više*. Omladinski aktivizam je prostor u kojem nastojim integrisati svoje komunikološko znanje i razigrani duh, što sam upotrijebila i kao privremena koordinatorica u radu s mladim djevojkama u *CEI Nahla*, u Sarajevu. I dalje sam dio Nahlinog centra, kao vanjska saradnica i alumna članica, kluba mladih *Tignum*. U svom radu i životu sve se više priklanjam intrakomunikološkom propitivanju i istraživanju, te svoj dalji rad nastojim usmjeriti u tom pravcu.



Naziv odsjeka i/ili katedre: Odjeljak za komunikologiju  
Predmet: \_\_\_\_\_

### IZJAVA O AUTENTICNOSTI RADOVA

Ime i prezime: Edina Covic  
Naslov rada: (Ne)moguenost konstituiranja intrakomunikologije u savremenosti  
Vrsta rada: Zavrfoi magistarski rad  
Broj stranica: 122

Potvrdujem:

- da sam procitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je to definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etickim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;
- da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se ticu plagijarizma;
- da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznaceno;
- da rad nije predat, u cjelini iii djelimieno, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu iii nekoj drugoj visokoskolskoj ustanovi;
- da sam jasno naznacio/la prisustvo citiranog iii parafraziranog materijala da sam se referirao/la na sve izvore;
- da sam dosljedno naveo/la koriStene i citirane izvore iii bibliografiju po nekom od preporucenih stilova citiranja, sa navodenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis koriStenog i citiranog izvora;
- da sam odgovarajuce naznacio/la svaku pomoc koju sam dobio/la pored pomoci mentora/ice i akademskih tutora/ica.

Mjesto, datum

Potpis

Sarajevo, 11.10.2021.

Edina Covic