

# New age zajednice u virtualnoj domeni: Studija slučaja Facebook grupe Paganski krug hrvatske

---

Pantić, Dunja

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:329173>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-11**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište  
Sjever**

**Diplomski rad br. 77\_KOMD\_2023**

***New age zajednice u virtualnoj domeni:*  
Studija slučaja Facebook grupe Paganski krug  
Hrvatske**

**Dunja Pantić, 0242025532**

Koprivnica, listopad 2023.

# Prijava diplomskog rada

## Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij		
PRISTUPNIK	Dunja Pantić	MATIČNI BROJ	0242025532
DATUM	01.07.2023.	KOLEGIJ	Tehnološke inovacije i novinarstvo
NASLOV RADA	New age zajednice u virtualnoj domeni: Studija slučaja Facebook grupe Paganski krug hrvatske		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	New age religious communities in virtual domain: A Case of Facebook group Paganski krug Hrvatske		
MENTOR	dr. sc. Dario Čerepinko	ZVANJE	izvanredni profesor
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. Doc. dr. sc. Krešimir Lacković - predsjednik 2. Izv. prof. dr. sc. Lidija Dujčić - članica 3. Izv. prof. dr. sc. Dario Čerepinko - mentor 4. doc. dr. sc. Ana Globočnik Žunac - zamjenska članica 5.		

## Zadatak diplomskog rada

BROJ 77/KOMDI/2023

OPIS

Razvoj digitalnih medija stvorio je virtualnu domenu, a time i virtualne zajednice pojedinaca povezanim različitim interesima te identitetskim, bihevioralnim i drugim karakteristikama. Smanjenje transakcijskih troškova komunikacije stvorilo je mogućnost povezivanja u virtualnom prostoru što su mnoge New age zajednice iskoristile kako bi stvorile komunikacijske prostore kojima dominiraju njihovi koncepti duhovnosti i zajedništva, a koje u fl često nisu dobivale dovoljno ili uopće nisu dobivale prostora. U ovom radu istražiti će se, na odabranom primjeru Facebook grupe Paganski krug hrvatske kao dominantnog komunikacijskog kanala, kako komuniciraju unutar grupe.

U radu je potrebno:

1. Objasniti i definirati povezane teorijske pojmove i pretpostavke.
2. Dati pregled najvažnijih prijašnjih povezanih istraživanja.
3. Definirati istraživanje i osmisliiti mjerni instrument.
4. Obraditi rezultate i provesti diskusiju.
5. Izvesti zaključak vezan uz temu rada/istraživanja.

ZADATAK USUČEN

28.9.2023

POTPIS MENTORA

SVUČILIŠTE  
SJEVER





# Sveučilište Sjever

**Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo**

**Diplomski rad br. 77\_KOMD\_2023**

## ***New age zajednice u virtualnoj domeni:*** **Studija slučaja Facebook grupe Paganski krug Hrvatske**

**Studentica**

Dunja Pantić, 0242025532

**Mentor**

Darijo Čerepinko, izv. prof. dr. sc.

Koprivnica, listopad 2023.



## Predgovor

„Najveće postignuće je da budete ono što jeste u svijetu koji konstanto pokušava da od vas napravi ono što niste.” (Ralph Waldo Emerson)<sup>1</sup>

Teorije o postojanju paralelnih svjetova prikaz su nečega nedodirljivog čovjeku, ograničenog oklopom fizičkog tijela, možda toliko udaljenom da samo boginje, bogovi i astralna bića mogu dotaknuti dio ovakvoga nadnaravnog iskustva. Taj koncept nedostižnog postojanja u svim religijama, vjerskim pravcima i pokretima zajednički je označen riječju transcendentalnost kao segment duhovnosti. U nekim vjerama dostižan cilj, a u nekim ne. Transcendencija kao izlazak izvan ograničenja fizičkog postojanja se počinje događati na neočekivan način, umjetno induciran tehnološkim napretkom. Ljudsko postojanje u paralelnim svjetovima postalo je dio svakodnevice i moguće je svakom korisniku novonastale tehnologije. Kako sam proteklih desetak godina imala priliku upoznati se iskustveno s mnogo okultnih praksi i sljedbenika *New age* zajednica, zaključila sam da su tamo iz potrebe za alternativnim rješenjima u procesu samo ili eksterno induciranih potreba za osobnim (duhovnim) razvojem.

Efekt koji izaziva duhovnost je prema mnogim istraživanjima dijametralno suprotan od efekta kojeg izazivaju društvene mreže pa je zanimljivo istražiti što se događa kada se susretnu. Studija slučaja Facebook grupe Paganski krug Hrvatske odnosi se na komunikaciju koju je moguće mjerljivo prikazati u kratkom istraživanju. S obzirom na to da nisam bila u kontaktu s članovima, odlučila sam ih promatrati kao objekt subjekata ne bi li istražila njeguju li načela koja su samostalno odredili. Ona su usmjerena duhovnom razvoju i informiranju o paganskim i neopaganskim praksama.

Htjela bih reći hvala svom mentoru dr. sc. Dariju Čerepinku jer me nije sputavao u mojim kognitivnim procesima. Također hvala i članovima povjerenstva dr. sc. Lidiji Dujčić i dr. sc. Krešimiru Lackoviću na tehničkoj podršci i čitanju mojih razbacanih tekstova pa želim pohvaliti mentora na odabiru članova. Hvala bliskim ljudima iz privatnog života na emotivnoj podršci i pokušaju slušanja mojih monologa.

---

<sup>1</sup> Prijevod citata iz kolekcije eseja začetnika transcendentalizma: Ralph Waldo Emerson, 2014. Essays: “To be yourself in a world that is constantly trying to make you something else is the greatest accomplishment”, u izdanju *A Word To The Wise*. Navedeno prema: <https://pixelizam.com/ralph-waldo-emerson-izreke-i-citati/>.

## Sažetak

Razvoj digitalnih medija omogućio je kreiranje virtualne domene koja u ovom slučaju označava ukupnost digitalnih platformi nastalih tehnološkim razvojem. U virtualnoj domeni su nastale virtualne zajednice pojedinaca povezanih različitim interesima, identitetskim, bihevioralnim i drugim karakteristikama. Zbog novootvorenog prostora izvan fizičkog ograničenja i financijskih zahtjeva, mnoge *New age* zajednice dobivaju priliku za opstanak i pronalazak novih članova. *New age* zajednice i pokreti bi u teoriji trebali biti vrlo inkluzivni, a time i otvoreni prema korištenju tehnologije jer im otvara nove komunikacijske kanale. Njihova ideja o poimanju duhovnosti i zajedništva sada ima prostor za diskusiju i širenje koji nisu imali u fizičkoj realnosti. U ovom diplomskom radu napravljena je studija slučaja Facebook grupe Paganski krug Hrvatske kao neformalne neopaganske vjerske zajednice koja najviše komunicira putem Facebook grupe. Istraživanje će obuhvatiti mjerljive kategorije vezane uz interakciju, interes i uključenost članova, promociju određenog sadržaja i pojedinaca te hijerarhiju. U registru su navedeni kao udruga za promicanje duhovnog razvoja, a sam paganizam je najmanje definiran oblik vjerovanja još iz prapovijesti. Paganizam je vrlo inkluzivan. Temelji na razmjeni vlastitih znanja i iskustava što otvara mogućnost za stvaranje Wengerovih zajednica praksi te može biti vrlo privlačan današnjem čovjeku koji razvija samostalni odnos s virtualnom domenom,

Ključne riječi: neopaganizam, *New age* zajednice, virtualna domena, Paganski krug Hrvatske, Wengerove zajednice praksi

## Summary

Digital media development enabled the creation of a virtual domain, which in this case indicates the totality of digital platforms created by technological development. The virtual domain formed a variety of virtual communities of connected individuals with the same interests, identity, behavioural, and other characteristics. Because of the newly opened space beyond physical limitations and financial requirements, many New Age religious communities got the opportunity to survive and find new members. In theory, New Age religious communities and movements should be very inclusive, and therefore open to technology usage, because new communication channels are opened to them. Their idea of spirituality and community now has space for discussion and spreading their beliefs, for which there was no space in physical reality. This paper will present a case study of the Facebook group Paganski krug Hrvatske as an informal neo-pagan religious community that mostly communicates through the Facebook group. The research will include measurable categories related to interaction, interest, and involvement of members, promotion of specific content and individuals, and hierarchy. They are registered as a non-profit organization for the promotion of spiritual development, and paganism itself. Paganism, from prehistoric times, is the least defined form of belief, very inclusive and based on the exchange of one's own knowledge and experiences, which opens the possibility for the creation of Wenger's communities in practice, and for today's people who develop an independent relationship with a virtual domain can be very attractive.

Keywords: neopaganism, New Age religious communities, virtual domain, Paganski krug Hrvatske, community in practice



# Sadržaj

1. Uvod.....	2
2. Virtualne zajednice .....	4
2.1. Identitet i virtualna domena .....	6
2.2. Vjerske zajednice, pokreti i virtualna domena.....	9
2.3. Duhovnost i društvene mreže.....	15
3. Paganizam .....	21
3.1. Paganska vjerovanja.....	22
3.2. Neopaganizam.....	25
3.2.1. Karakteristike neopaganizma.....	26
3.2.2. Simbol drveta svijeta.....	27
3.2.3. Neopaganske svetkovine i obredi .....	28
3.3. Neopaganski identitet.....	32
3. 4. Paganizam u virtualnoj domeni .....	33
4. Istraživanje komunikacijske dinamike: Studija slučaja Facebook grupe Paganski krug Hrvatske .....	37
4.1. Uzorak.....	39
4.2. Metodologija .....	40
4.3. Cilj istraživanja .....	42
4.4. Kvalitativna analiza sadržaja .....	44
4.4.1. Sadržaj: Namjenska podjela objava .....	44
4.4.2. Sadržaj: Tematska podjela objava .....	45
4.4.3. Sadržaj: Podjela sadržaja prema formatu.....	46
4.4.4. Karakteristike neopaganizma prema Grieve (1995) .....	47
4.4.5. Aktivnost: Broj komentara i reakcija prema podjeli po formatu .....	47
4.4.6. Aktivnost: Broj komentara i reakcija prema tematskoj podjeli sadržaja .....	48
4.4.7. Aktivnost: Komentari po objavi prema tematskoj podjeli sadržaja.....	49

4.4.8. Aktivnost: Reakcije po objavi prema tematskoj podjeli sadržaja.....	49
4.4.9. Aktivnost: Komentari po objavi prema podjeli po formatu sadržaja.....	50
4.4.10. Aktivnost: Reakcije po objavi prema podjeli po formatu sadržaja.....	50
4.4.11. Hijerarhija: omjer broja objava administratora i članova .....	51
4.4.12. Hijerarhija: najaktivniji članovi .....	51
4.4.13. Hijerarhija: količina objava administratora i moderatora .....	52
4.4.14. Reakcije.....	52
4.4.15. Promocija: Promocija usluga i djelovanja .....	53
4.4.16. Identitet: Titule.....	54
4.4.17. Identitet: Konzumerizam .....	55
4.4.18. Neopaganske prakse: Slavlja i ostale prakse .....	55
4.4.19. Neopaganske prakse: Virtualna i eksterna domena .....	56
4.4.20. Sudjelovanje u komunikaciji.....	56
4.4.21. Broj objava s negativnom konotacijom .....	57
4.5 Često korišteni pojmovi u Facebook grupi Paganski krug Hrvatska.....	57
4.6. Rezultati istraživanja.....	66
5. Zaključak.....	69
6. Literatura.....	71
7. Popis slika, grafova i tablica .....	80



# 1. Uvod

Razvoj digitalnih medija omogućio je stvaranje virtualnih zajednica. Osnivanje zajednica u virtualnoj domeni pojedincima daje priliku da istražuju i sudjeluju u diskusiji o temama o kojima možda ne mogu u fizičkoj realnosti. Otvoreni pristup tim zajednicama znači da pojedinac može pronaći ono što ga zanima ili nešto što smatra dijelom vlastitog identiteta. Kako je odnos pojedinca s istraživanjem virtualne domene individualan, stvorile su se kognitivne promjene i utjecale na intrapersonalnu komunikaciju pa tako i na međusobnu komunikaciju pojedinaca u zajednici. Benefit novoga komunikacijskog kanala prepoznale su i religijske zajednice. Iako se kod tradicionalnih religija korištenje tehnologije često ne uklapa u sustav vjerovanja, postoje nove vjerske zajednice odnosno *New age* vjerski pokreti koji služe kao alternativa onim pojedincima što se nisu pronašli u tradicionalnim religijskim sustavima. Young (2004: 93) je objasnio važnu razliku u religijskoj komunikaciji u digitalnom dobu. Institucionalizirane religije imaju dovoljno financijskih sredstava da bi posjedovale fizički prostor za okupljanja dok su *New age* pokreti i zajednice djelovale na lokalnoj razini, borile se za opstanak zbog nedovoljno financijskih resursa. Tako da se institucionalizirana religija naziva religija na mreži jer nudi digitalnu inačicu institucije i tako potiče vjernike da postanu bolji vjernici dok je mrežna religija agregirana tvorevina nastala tehnološkim razvojem.

*New age* pokreti i zajednice vrlo su otvoreno prihvatili sve tehnološke blagodati jer bez njih nisu imali priliku proširiti svoju zajednicu. Njihov odnos prema zajedništvu je znatno drugačiji od tradicionalnih religija. One koriste platforme poput društvenih mreža da bi pronašle nove sljedbenike i zainteresirale ljude na promišljanje bez tradicionalnoga religijskog ograničenja. Odnos koji je pojedinac stvorio s tehnologijom sada stvara s duhovnošću. Popularnost samostalnoga duhovnog razvoja raste, personalizacija vjerovanja i praksi također. Neopaganski pokret dobiva na popularnosti, a priroda paganskih vjerovanja privlači nove praktičare, ali i znanstvenike da se bave temom paganizma, odnosno neopaganizma u virtualnoj domeni. U dosadašnjim istraživanjima o neopaganskom identitetu, praksama i vjerovanju, pokazalo se da im komunikacija putem društvenih mreža pogoduje. S obzirom na to da neopaganizam ne pokušava uklopiti samo drvene paganske prakse i vjerovanja. Točnije, ne može zbog industrijalizacije i kapitalizma jer današnji neopagani ne

žive nužno u prirodi i ruralnim krajevima. On se većinski naslanja na *New age* prakse nastale u 19. i 20. stoljeću.

O tome kako neopagani samostalno odluče da će to postati dio njihovog identiteta, postoje istraživanja koja su htjela odvojiti konzumeristički paganizam od posvećenika koji ga smatraju dijelom svakodnevnog života. U neopaganizam se ubrajaju razne okultne i ezoterijske prakse poput astrologije, tarota, vidovnjaštva i alternativnog liječenja, a oni koji se time bave su uglavnom samouki što ne garantira njihovu autentičnost ili da imaju namjeru pomoći drugima jer im je važno da postanu autoritet. Paganizam je u temelju promjenjiv, nema strogu hijerarhiju, nema specifične odredbe kako bi netko trebao prakticirati simbolične magijske rituale ili kako će formirati vjerovanje da bi se duhovno razvijao.

Uz prikaz istraživanja neopaganskih zajednica u virtualnoj domeni, s naglaskom na društvene mreže, provedena je studija slučaja Paganskog kruga Hrvatske kojima je primaran način komunikacije Facebook grupa. Oni manjak fizičkog prostora zamjenjuju nematerijalnim. To im dozvoljava da na svoja neformalna okupljanja u prirodi za vrijeme neopaganskih slavlja pozovu nove zainteresirane pojedince koji ne moraju biti dio zajednice. Cilj istraživanja je proučiti kako komuniciraju, kojim temama se bave i na što stavljaju naglasak s obzirom na inkluzivnu prirodu originalnih paganskih vjerovanja i filozofije. Virtualne vjerske zajednice su dobar primjer kako distribuirati sadržaj za edukaciju o nepoznatoj temi. Stoga je i Wengerova zajednica prakse oživljena u virtualnoj domeni. Zajednica prakse je način kojim bi se moglo doprijeti do ljudi koji žele učiti po principu razmjene osobnih iskustva što odgovara paganskom svjetonazoru. Pristup proučavanja društvene strukture virtualnih zajednica bit će konceptualno spomenut zbog dualne strukture koja se nadogradila odlaskom u virtualnu domenu radi čega se mora uvažiti višeslojni identitet pojedinca, dualni kolektivni identitet zajednice u virtualnoj domeni i dualni kolektivni identitet zajednica u fizičkoj stvarnosti.

## 2. Virtualne zajednice

Neprestanim napretkom informacijsko-komunikacijskih tehnologija otvaraju se novi komunikacijski kanali, virtualni prostor u kojem se manjinske zajednice imaju priliku širiti izvan granica fizičkog prostora. Tako mogu pronalaziti nove sljedbenike te dijeliti svoja vjerovanja i prakse s potencijalnim istomišljenicima. Može se reći da manjinske vjerske i alternativne zajednice u digitalnom prostoru imaju veću mogućnost slobodnog izražavanja i djelovanja, a potencijalno mogu dobiti više sljedbenika nego tradicionalne zajednice koje su počele masovno djelovati korištenjem tradicionalnih medija pa su tek u potrazi za odgovarajućom komunikacijskom strategijom kojom bi došle do nove ciljane grupe. Ovakav način komuniciranja i zajedništva donosi pitanja o međusobnim odnosima unutar zajednice.

Tönnies (2001: 17) definira zajednicu kao pozitivan recipročan odnos svojevrsnih interakcija među članovima unutar nekoga društvenog prostora. Virtualne zajednice se smatraju društveno agregiranim tvorevinama na mreži u virtualnom prostoru te se u njih ulazi pojedinačno. Pojedinaac na osnovu odnosa kojeg ima s virtualnim prostorom, odnosno odnosa kojeg je individualno formirao zbog načina korištenja određene tehnologije, u virtualnoj domeni dolazi u kontakt s drugim takvim pojedincima (Rheingold 1993: 5). Zajednice bez obzira jesu li virtualne ili fizičke okupljaju pojedince s istim ili sličnim uvjerenjima. Virtualne zajednice kao tvorevine u koje pojedinac ulazi samostalno daju više slobode u aspektu osobnog izražavanja čak i onda kada postoje pravila. Time je moguće da konflikti imaju slabiji utjecaj na narušavanje strukture, odbacivanje nepodobnih članova ili kažnjavanje kako bi to prakticirale zajednice u stvarnosti. To individualno postojanje u zajednici također utječe na promjenu hijerarhije, interakcije s članovima, kreiranje i poimanje identiteta.

Virtualne zajednice potiču koegzistiranje pojedinaca. Prema Tönnies (2001) zajedništvo je teško narušiti bez obzira na neslaganja unutar zajednice, balansiranje odnosa se događa i zajednica opstaje, a članovi koji se ne slažu s određenim uvjerenjima u stvarnosti kompenziraju to priključivanjem u virtualne zajednice. Samo postojanje virtualnih zajednica je vremenom utjecalo i na odnose u stvarnom svijetu pa su i odbačeni, izolirani pojedinci u mogućnosti iskusiti zajedništvo. Ova specifičnost virtualnog zajedništva dolazi od pojedinca kao samostalnog istraživača vremensko-prostorno nedefinirane sfere u kojoj odabire postojati i potencijalno ostvarivati interakciju s drugima koji su se tamo našli. Kako je priključivanje

zajednicama prirodna sociološka postavka, ljudska potreba za pripadanjem koja stvara osjećaj sigurnosti, može se očekivati da će agregacija virtualnih tvorevina samo nastaviti rasti. Tönnies (2001) tvrdi da je potreba za redefiniranjem odnosa u stvarnosti razlog zašto će ljudi nastaviti djelovati u virtualnim zajednicama te će one nakon nekog vremena postati dominantna definicija zajednice.

Digitalizacija omogućava umrežavanje pojedinaca pa treba napomenuti kako je Simmel (1903) spominjao teoriju umrežavanja. Pojedinci koji koegzistiraju poput susjeda i povezani su s drugim gradovima koje mogu posjećivati i promatrati. Glava ideja je naglasak na pojedinca jer bez toga ideja umrežavanja smanjuje mogućnost osobnog iskustva. Wellman (1988) je skovao izraz „umreženi individualizam“, koji je Castells (2001) iskoristio da bi objasnio umrežene pojedince i njihov odnos s digitalnim tvorevinama. U posljednjih 20 godina znatno smo se pomaknuli od ovih temelja pa se i identitet korisnika počeo slojevito nadograđivati – paralelno s rastom mogućnosti izbora što pokazuje da je virtualnih zajednica sve više te da su finije definirane ideološki ili tematski.

Ako uvažimo tvrdnju da pojedinci u virtualnim zajednicama pronalaze ono što ne mogu u materijalnim, treba spomenuti i socijalno-konstruktivističku teoriju zajednica prakse Etiennea Wengera.<sup>2</sup> Zajednice prakse su zajednice što okupljaju grupu ljudi koje zanima ista tema, a smisao zajednice je da svaki entuzijastični pojedinac dijeli misli i prakse vezane uz teme s ostalim članovima. Socijalni konstruktivizam smatra ljude društvenim bićima koja žive u velikom društvenom sustavu, a govori o tome kako se naš identitet i uvjerenja kreiraju u manjim zajednicama. Prema tome možemo reći da ulazak pojedinca u virtualnu zajednicu sačinjenu od više pojedinaca donosi i njegov individualni pogled na temu. Međusobnom komunikacijom u zajednici svaki pojedinac može obogatiti zajednicu vlastitim iskustvom. Tako bi na primjer odlaskom u virtualnu zajednicu, grupu na društvenim mrežama, pojedinac mogao unijeti komadić sebe. Kao što je prethodno rečeno, virtualno je nematerijalna sfera bez vremensko-prostornog ograničenja u kojem sada višeslojni identitet pojedinca slobodno komunicira s ostalim pojedincima. Wenger (1991) tvrdi da su pojedinci u konstantnoj međusobnoj komunikaciji zapravo podložni stalnoj transformaciji. Zajednice na društvenim mrežama često su dobar primjer teorije zajednica prakse jer su promjenjive i slobodne dok god je svim članovima dozvoljeno sudjelovati i dijeliti sadržaj.

---

<sup>2</sup> Wenger, E. 1991: “Communities of practice: where learning happens“. Dostupno na: [http://www.ewenger.com/pub/pub\\_benchmark\\_wrd.doc](http://www.ewenger.com/pub/pub_benchmark_wrd.doc). Zajednice praksi su vrlo primjenjiv princip učenja u virtualnim zajednicama jer se međusobna komunikacija pojedinaca često svodi na dijeljenje vlastitih mišljenja, stavova i samoukih praksi.

Opet iz neke druge perspektive, ovisno o temi i ideološkoj orijentaciji zajednice, možemo ispitati što se događa kada je tema uža, a zajednica dozvoljava manje međusobne komunikacije ili se prirodnim putem pojavi vođa koji ima ulogu glavnog učitelja. Zbog usitnjavanja tema postoji sve više zajednica. Usitnjavanjem se krećemo prema slabije otvorenom sustavu. Time se narušava pozitivan dio teorije zajednica prakse i ograničava dijeljenje različitih mišljenja te se smanjuje mogućnost transformacije unutar zajednice zbog manjka prisutnosti različitih praksi i znanja. Uzimajući u obzir promjenjivu prirodu društvenih odnosa unutar neke virtualne zajednice trebala bi se uvažiti i Levi-Straussova (1989) strukturalna podjela društva jer zajednice, osobito one sa snažnim ideološkim karakterom, počinju sve više nalikovati na nastanak novih plemena koja se svojom ideologijom protive drugim plemenima, a prethodno su bile jedno. Dualistička organizacija strukture dijeli pleme na dva unutar jednog. Takav tip organizacije omogućava podjelu unutar plemena jer su dozvoljena različita ponašanja od kojih neka pridonose održavanju postojeće strukture i transformaciji, a druga narušavaju strukturu zajednice jer izazivaju konflikte. Na tragu Levi-Straussovih društvenih struktura trebalo bi proučavati i agregirane tvorevine, točnije virtualne društvene zajednice. S obzirom na to ne možemo točno zaključiti kako se koji pojedinac ponaša u stvarnosti, a kako u virtualnoj domeni možemo proučavati članove zajednice kroz reakcije i uloge koje si samostalno dodjeljuju unutar virtualne zajednice. Ponašanje članova može varirati jer zajednica potencijalno uklapa najprimitivnije i najnaprednije članove od kojih neki narušavaju strukturu, a drugi potiču razvoj. Iako postoji opcija da se one koji narušavaju strukturu odbaci, jednostavnije nego u stvarnosti, zajednica to rijetko odabire. Zajednica je teško uništiva, a unutar takvih struktura postoji mogućnost odabira vođe na demokratski način prema subjektivnim kriterijima članova. Što pomaže održavanju dualističke organizacije.

## **2.1. Identitet i virtualna domena**

Identitet je odgovor koji pojedinac formira o samom sebi i postojanju u nekom određenom kontekstu. U današnjem svijetu identitet je postao osjetljiva tema koja se teško proučava zbog mogućnosti raznolikog odabira. Mrežne zajednice utjecale su na komunikaciju pa tako i na način konstruiranja vlastitog identiteta. Pod mrežne zajednice misli se na bilo koju vrstu zajedništva u digitalnom prostoru kao što su to na primjer grupe na društvenim medijima, forumi i sl. Prema Olson (2019) identitet je privremeni dio koji pojedinac koristi za



karakterizaciju samog sebe u određenom kontekstu kako bi se mogao kategorizirati. Breakwell (1993) iznosi da se identitet kreira u odnosu s drugim ovisno o tom kako se mi predstavljamo i kako nas drugi doživljavaju, kakvu povratnu reakciju dobivamo i kako je shvaćamo. Na raznim mrežnim platformama poput društvenih mreža pojedinac samostalno bira te karakteristike, način na koji se prezentira, što voli, kakav sadržaj dijeli, a algoritam prema tome odabire čemu će biti izložen i što će mu se ponuditi. U kontaktu s drugima u mrežnoj zajednici dolazimo do teme reprezentiranja i autentičnosti. Pojedinac samostalno prilagođava identitet zbog interesa prema nekoj temi, a to može raditi kad god poželi i može ga ponovno promijeniti kad god mu nešto ne odgovara.

Teorijsko kognitivna niša korištena je u proučavanju konstruiranja identiteta. Identitet pojedinca postaje dualan, a zbog slobode odabira i izražavanja potencijalno može štetiti drugima u međusobnoj komunikaciji zbog lažnog predstavljanja. Predstavljanje nosi moralnu odgovornost u slučajevima utjecaja na druge. Pojedinac treba biti odgovoran za svoje akcije (Olson 2019). Sartre (2018) govori o lažnom uvjerenju. Ono se odnosi na vlastitu sliku o samom sebi u kontekstu slobodnog izbora, reprezentacije identiteta prema vlastitom izboru. Postojanjem virtualne domene i kreiranjem identiteta po izboru stanjila se granica između identiteta na mreži i identiteta u fizičkoj realnosti.

Antropološki gledano Homo Sapiens ima tendenciju iskorištavati resurse iz okoliša u kojem se nalazi (Bertolotti i Magnani 2017), što bi značilo da u kontaktu s mrežnim okolišem u virtualnoj domeni radi isto kako bi se prilagodio. Vremenom nauči funkcionirati u okolišu pa se i njegove kognitivne funkcije mijenjaju, a okoliš prilagođava prema svojim potrebama. U virtualnoj domeni čovjek koristi tehnologiju kako bi pristupio tom novom okolišu. Putem tehnologije dolazi do raznih multimedijalnih platformi poput društvenih mreža. Dvostruko postojanje stvara iluziju – pojedinac može proučavati okoliš u virtualnoj domeni, a da ga nitko ne promatra u fizičkoj realnosti.

Arfini et al. (2017) definiraju virtualnu kognitivnu nišu kao fenomen nastao tehnološkim razvojem i smatraju da su društvene mreže najposebniji nastali oblik mrežnih zajednica zbog globalne rasprostranjenosti, slobodnog pristupa i iskoristivosti u različite svrhe. Promjena je izazvala dualističko postajanje i zakomplicirala odnos između eksternog i stvarnog okoliša. Arfini et al. (2017) nazivaju ukupnost platformi, sadržaja, profila korisnika, avatara, nadimaka korisnika, dijeljenog sadržaja i algoritama koji filtriraju sadržaj virtualna domena, a stvarni svijet koji uključuje stvarne ljude i okolinu koja ih okružuje eksterna domena. Stvarni

svijet je sada postao eksterna dok je prije bilo obrnuto. Razlika u virtualnoj i eksternoj domeni bitna je zbog iskustvenog doživljaja okoliša kroz osjetila. Virtualna domena stvara privid slobode i vlastitog izbora zbog algoritamskog ograničenja koji nam filtrira sadržaj prema našim prethodnim odabirima, interesima koje smo predstavili kao dio identiteta u virtualnoj domeni, što stvara iluziju jedinstvenosti. Virtualna domena uz pomoć algoritma prilagođava okoliš za svakog korisnika i čini ga prepoznatljivim ugodnim iskustvom dok ga u eksternoj domeni nitko ne modificira za nas.

Za identitet vrijedi isto, u virtualnoj domeni se identitet može kreirati i predstavljati prema želji, može se sakriti dio koji ne želimo pokazati i prikazati ono što želimo da drugi vide. U virtualnom se događa reprezentacija i promocija identiteta prema kojem nam algoritam nudi što želimo vidjeti. Ulaskom u prepoznatljivu domenu pojedinac individualno istražuje prepoznatljive resurse što može biti potencijalno opasno za ljudski razvoj. Osim promjena u međusobnoj komunikaciji, pojedinac u virtualnom komunicira i intrapersonalno, ali paralelno komunicira i s ostalima na mreži. Neki od tih ljudi nas poznaju i u stvarnosti što otvara mogućnost boljeg upoznavanja prema interesima jer osjećamo prihvaćanje i pripadnost u spontano formiranoj zajednici.

Rodongo (2012) navodi da osjećaj prihvaćanja podupire kolektivni i osobni identitet. Osjećaj zajedništva se formira zbog pripadanja zajednici koja nas prihvaća. Ponekad se privrženost razvije vremenom kroz sadržaj koji pojedinac distribuira. Virtualna domena skraćuje vrijeme pronalaska zajednice s istim interesima jer je tematika vidljiva samim pretraživanjem tako da se privrženost može javiti samim pronalaskom zajednice ili profila osobe za koji nije moguće znati je li autentičan ili lažan.

Interakcija s drugim korisnicima također se razlikuje od interakcije uživo. Korisnici imaju priliku reagirati na objavljeni sadržaj kroz oznake „sviđa mi se“, emotikone i sl. Moguće je komentirati sadržaj ako zajednica ima otvoren pristup. Korisnici mogu izbrisati vlastiti sadržaj ako su dobili negativne reakcije ili nedovoljno podrške. Imaju slobodu biti paralelno aktivni u više zajednica bez osude drugih gdje mogu predstaviti dio svog identiteta. Paralelno postojanje više identiteta može biti ekstenzija našeg identiteta iz eksternog u virtualnu domenu. Uključenost u veći broj zajednica i interakcija s drugima kreira višeslojni identitet. Prepoznavanje ovisi o kognitivnom procesu pojedinca jer nije nužno da sagradi identitet u virtualnoj domeni da bi mogao istraživati sve što ga zanima (Arfini et al. 2021).

Problem izgradnje identiteta u virtualnoj domeni dovodi do koncepta lažnog uvjerenja (Webber 2011). Lažno uvjerenje je samodeluzivno uvjerenje o vlastitim karakteristikama, odlukama i identitetu. Manjak kontrole i narušavanje vlastite autentičnosti rezultira reprezentiranjem samostalno danih uloga. U kontaktu s drugim ljudima dolazi do potrebe da se predstavljamo u skladu s konceptom lažnog uvjerenja zbog duboke potrebe za validacijom i izbjegavanjem konflikta. Moralna odgovornost prema drugima se narušava, u trenucima predstavljanja identiteta lažnog uvjerenja, kao i vlastita autentičnost (Afrini i et al. 2021). Ako pojedinac nije svjestan svojih akcija, teško se može shvaćati uračunljivim u interakciji. U virtualnoj domeni imamo primjere lažnog uvjerenja jer korisnici mogu tragati za onim što im treba. To ponekad nije tema, nego je cilj zadovoljiti vlastitu potrebu za prihvaćanjem i zajedništvom bez obzira na to da li se koristi reprezentirani identitet ili autentični. U nekim slučajevima u virtualnoj domeni, ali i u eksternoj, pojedinac ne osjeća poveznicu sa svim dijelovima identiteta koje predstavlja, nego to radi da bi bolje funkcionirao u trenutnoj situaciji. U tom slučaju lažno uvjerenje ne postoji (Rodongo 2012).

## **2.2. Vjerske zajednice, pokreti i virtualna domena**

Utjecaj tehnološkog napretka nije zaobišao ni religiju. Tradicionalne religijske institucije nude mrežne inačice zajednica. Iako se to možda kosi s njihovim uvjerenjima, odlučili su koristiti nove komunikacijske kanale jer su prepoznali njihov potencijal. Religijska komunikacija u virtualnoj domeni odnosi se na ukupnost praksi i komunikaciju u okolišu koji nije materijalan, nego je tehnološki posredovan na različitim medijskim platformama. Kako je prethodno spomenuto, virtualna domena i nastanak virtualnih zajednica mijenja društvene odnose, a time i pojedinačne potrebe te odnos prema okolini. Za manjinske *New age* zajednice i pokrete nastanak virtualne domene označio je početak razvoja i mogućnost širenja ideja koje zagovaraju.

Prema tome Helland (2005) spominje razliku između mrežne religije i religije na mreži. Religija u virtualnoj domeni očito se odvojila od eksternog svijeta iako imaju međusobni utjecaj jedna na drugu. U ranim istraživanjima Helland je razdvojio ta dva pojma. Religija na mreži je pokušaj da religijske institucije koriste tehnologiju i nove komunikacijske kanale. Mrežna religija je tehnološki agregirana tvorevina, novi vjerski pokret ili zajednica bez fizičkog prostora u realnosti. Dawson i Cowan (2004) iznose potrebu za dubljim shvaćanjem

višeslojnosti vjerske prakse koja se odvija isključivo u virtualnoj domeni i religije koja je napravila svoju virtualnu inačicu.

NāstuĀ (2012) naglašava razliku između tradicionalnih institucionaliziranih zajednica i *New age* pokreta. Smatra da je bitno razdvojiti te dvije kategorije. Internet je institucionaliziranim religijskim zajednicama stavio fokus na poboljšanje komunikacije. Njihovo postojanje u virtualnoj domeni služi za odašiljanje poruka i poticanje postojećih članova na jačanje vjerovanja i praksi dok je *New age* pokretima cilj postati priznata vjerska zajednica pa teže privlačenju novih članova kroz odašiljanje zanimljivih pozitivnih poruka o svom djelovanju, praksi i filozofiji. One se žele pozicionirati kao alternativa tradicionalnim religijama za pojedince koji se ne pronalaze u njima, točnije žele ponuditi novi pogled na život.

Važno je spomenuti razliku između sekta i *New age* vjerskih zajednica. Sekte nisu usmjerene alternativnom rješenju, nego kritiziraju i napadaju uvjerenja tradicionalnih religija. Cilj im je kroz propagandne poruke skupiti sljedbenike, nisu sklone širiti filozofiju putem medijskih platformi nego su autoritarno ideološki orijentirane dok *New age* religijske zajednice koriste pozitivno orijentiranu komunikaciju, otvorene su prema različitostima i prihvaćanju novih članova bez ekstremnih zahtjeva, naglasak stavljaju na duhovnost i pronalazak sebe, potiču pronalazak individualnoga duhovnog puta. *New age* pokreti u neku ruku odašilju pozitivan promotivni sadržaj za one koji nisu čuli za njih, a globalizacija i digitalizacija im je omogućila da se kreću prema ostvarenju vjerske zajednice.

*New age* zajednice, odnosno pokreti, nastali su zbog migracija lokalnog stanovništva na drugi kraj svijeta i pokrenuli zajednicu koja je postala hibridna. Obilježja *New age* pokreta su redefiniranje tradicionalnih religija, iskorištavanje antropoloških i povijesnih elemenata inspiriranih vjerovanjima prije nastanka institucionaliziranih religija. U SAD-u i Europi imamo hinduističke, budističke i muslimanske vjerske pokrete poput Davidijanaca u koje se uglavnom priključuju kršćani u potrazi za alternativom, a u Aziji imamo primjere kršćanskih pokreta s budistima. Nekada nastaju zbog zaboravljenih tradicionalnih vjerovanja kao japanski Kurozumikyo i Tenrikyo ili Neopaganski pokret koji se razgranao u potkategorije poput wicca ili afričkog voodooa koji je zbog kolonizacije vrlo sličan kršćanstvu, a postoje i ezoterijske zajednice s naglaskom na filozofske principe kao što je to Teozofija.

Sekte često započinju vjernici odbačeni iz velikih religijskih zajednica, a kult nastaje migracijom. Sekte i kultovi se razlikuju jer kult nema povijest destruktivne komunikacije,

propagande, verbalnih i fizičkih napada. Primjer su Jehovini svjedoci kao vrlo zatvorena zajednica, čija se komunikacija odvija uživo, jedan na jedan, da bi se pronašli novi sljedbenici; moglo bi ih se svrstati pod sektu (Gallagher i Ashcraft 2006).

Društvene promjene uzrokovane promjenom komunikacije u virtualnoj domeni zahtijevaju komunikaciju kroz razne medijske platforme. Pojedinci rođeni u doba digitalizacije imaju drugačiju percepciju i odnos prema vjerskim praksama i duhovnosti. Mogućnost odabira je sve veći pa je duhovnost postala bitnija nego priklanjanje tradicionalnom religijskom sustavu koji osobni duhovni razvoj potiče gotovo isključivo kroz zajedništvo – uz ograničenja. *New Age* duhovnost daje opciju individualnog razvoja unutar zajednice, a zajednica služi kao potpora za vrijeme procesa samootkrivenja. Zajednica u tom smislu nije materijalna institucija nego virtualna. Religija odlazi od situacija u kojima su povijest i institucija konačno definirane. Kreće se prema individualnom propitkivanju vlastitog uvjerenja (Hoover 2003). Odnos pojedinca i medija je individualan, proizlazi iz osobnog doživljaja i prakse u kojoj samostalno odabire i kreira identitet pa paralelno razvija odnos sa samim sobom na dubljoj razini, kao i personalizirano vjerovanje.

S obzirom na to da je digitalna transformacija proces u kojem se religija pomiče prema nematerijalnom, može se reći da potiče i stvaranje vlastitog odnosa s njom. Postaje osobni izbor, kulturni komoditet, resurs na raspolaganju. Ovisno o vlastitom stanju stvarat će se i odnos s religijom, a zbog kognitivnih procesa naglasak će biti na duhovnosti jer postoji više intrapersonalne komunikacije. U obzir se mora uzeti lokacija i kulturalno okruženje korisnika. Pojedinci u razvijenim zemljama koriste internet svakodnevno pa se očekuje da će oni biti podložniji promjenama religijskog identiteta. Medijalizacija religijskog sadržaja narušila je hijerarhiju i instituciju. Bilo tko može kreirati i distribuirati sadržaj i reći svoje mišljenje. Internet je povezo pojedince koji pričaju o vlastitim religijskim iskustvima, praksama i mišljenjima. U religijskom kontekstu, medijske platforme postaju samo agregirane zajednice s beskonačnim slijevom prikaza unutarnjeg svijeta pojedinca. Prethodna definicija religije dobiva novo značenje, a komunikacija putem interaktivnih platformi stvara novo značenje i određuje značaj.

Medijalizacija religije preoblikovala je funkciju tradicionalnih religijskih institucija, ponudila drugačija moralna uvjerenja, vjerske prakse, duhovnost, društveni položaj, osjećaj zajedništva i temeljnih ideja. Reprodukcijski sadržaj religijskog sadržaja ovisi o potražnji, ono što je trenutno popularno diktira kakav sadržaj će biti distribuiran iako je površan. Possamai (2012)

spominje religijsku transformaciju i nastanak hiper-religije, na tragu Baudrillardovog simulakruma<sup>3</sup> nastalog iz potražnje za popularnom kulturom, društveno prepoznatog na metaforičkoj razini – ali ne religijskoj! Metaforičko značenje daje prostor za personalizaciju religije i razvoj individualne duhovnosti. Priključivanju virtualnim zajednicama pristupamo s individualnom duhovnosti u nematerijalnu vjersku instituciju. Izvan samostalnog istraživanja o duhovnosti postoji utjecaj popularne kulture kroz ostale medije poput filmova, glazbe, sadržaja na društvenim mrežama pa se javlja interes za daljnjim istraživanjem intrigantnog sadržaja i priključivanja; ali i narušavanja vlastite autentičnosti čime se odmiče od duhovnog napretka.

Practiciranje samostalno odabrane vjerske prakse u virtualnoj domeni je porastu. Izgradnja virtualnog svijeta napreduje. Stvarne osobe imaju svoje virtualne inačice na raznim profilima, aplikacijama, platformama i sl. Priključuju se zajednicama gdje komuniciraju s drugim pojedincima, koegzistiraju u vremenski-prostorno nedefiniranom svijetu. Duhovnost je dio odabranog identiteta, a u nematerijalnom potencijalno dobiva priliku približiti transcendenciju svakom pojedincu. Virtualna domena može umanjiti diskriminaciju prema određenoj grupi ljudi jer se gubi materijalni trenutak direktnog upoznavanja prema kojem se u nekoliko sekundi tvori mišljenje na osnovu prepoznatih obilježja. Međusobno umrežavanje omogućava komunikaciju s vjernicima drugih religija i potiče otvorenost prema novom, drugim kulturama i religijama na različitim lokacijama na svijetu.

Campbell (2012) navodi devet trendova u individualnoj religijskoj komunikaciji na internetu. Javna religija postaje dio informacijskog društva, promjene se događaju i po pitanju vjerskih praksi, postaju hibridne, praksa koegzistira kao dualna i jedinstvena, u eksternoj fizičkoj i virtualnoj domeni, religijski identitet se mijenja, ispoljava drugačije u virtualnom, interakcija s Bogom i duhovnost se promijenila kao i svakodnevna raspodjela vremena s obzirom na to da je virtualni život integriran u realni. Ako vjernici biraju virtualni prostor i smatraju ga svetim, onda dolazi do drugih problema u kojima se govori o „čistoći“. Institucionalizirane religije imaju određene svete prostore za praksu koji su očišćeni od neadekvatnog sadržaja dok je virtualni prostor kanal u kojemu se mogu vidjeti i neprihvatljive informacije, oglasi koji iskaču i sl.

---

<sup>3</sup> Usp. Baudrillard, Jean. 1994. *Simulacra and Simulation*. Translated by Sheila Glaser. *The Body in Theory: Histories of Cultural Materialism*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press. Temeljna misao pojma je kritika postmoderne kulture koja briše jasnu granicu između stvarnosti i njenih umnoženih kopija.

U istraživanju o vješticama u virtualnom prostoru, Campbel (2012) piše kako *New age* pokreti poput Gardnerove *wicce*<sup>4</sup> i neopaganskih zajednica nisu ograničeni jednom zajednicom ili vješticijskim kovenom, nego sudjeluju u više različitih praksi poput svakog korisnika interneta; odabiru ono što smatraju skladnim s vlastitim željama. Zato je prirodno da dugogodišnjim, svakodnevnim korištenjem interneta kognitivne funkcije doživljavaju promjenu što se preslikava i na povećanja želje za istraživanje raznih vjerskih zajednica.

Pristup internetu je otvoren kao i priključivanje bilo kojoj zajednici, grupi na društvenim mrežama, forumu i sl. Vrlo je jednostavno da svaki pojedinac pokrene vlastitu vjersku zajednicu ili pokret. Samostalno određivanje hijerarhijskog položaja i distribucija sadržaja, iz negativne perspektive znači narušavanje autentičnosti i potencijalno širenje lažnog uvjerenja, nezdravih praksi koje mogu štetiti sljedbenicima. Oni koji odašilju sadržaj možda nisu upućeni u temu niti ju predstavljaju kao vlastite misli, nego im je jedini interes skupiti sljedbenike.

Religijski autoriteti tradicionalnih religija mogu biti narušeni. Zbog velike ponude vjerskog sadržaja nastaje problem u razumijevanju razlike između vjerskih zajednica, religija, pokreta, praksi i teže je odabrati samo jednu kao matičnu (Campbell 2012). Korisnicima će biti teško razaznati namjeru tih vjerskih pokreta, privatnih osoba koji se predstavljaju kao gurui, alternativni liječnici, terapeuti, praktičari magije i okultnih praksi. Sudjelovanjem u komunikaciji moguće je doći do nekih informacija ako korisnik zapravo komunicira s nekim, a ne da je njegova uloga samo iznošenje vlastitih misli. Ako svi samo iznose misli vezane uz duhovnost i vjerske prakse, komunikacija postaje jednostrana, svatko postaje isključivo kreator.

Internet je otvorio nove mogućnosti komunikacije u virtualnoj domeni, okolišu koji je kao i svaki drugi, ali je dao prostor za ekspanziju vjerskim zajednicama i pokretima što prije nisu imali. Okoliš ima utjecaja na to kako će se poruka distribuirati i tko će ju primiti. Tako je narušena temeljna doktrina religijske komunikacije tradicionalnih religija koje kontroliraju vjernike odašiljući poruke vezane isključivo za jačanje religijskog identiteta bez propitkivanja. *New age* pokreti više ulažu u odnose s javnošću, promociju bez formalnog vođe, može se reći da „prodaju“ članstvo. Korisnici su u potrazi za duhovnim identitetom po mjeri, a alternativne zajednice nude svoj proizvod u obliku duhovnosti, popratnih aktivnosti i

---

<sup>4</sup> Susan Greenwood u *The encyclopedia of Magic Witchcraft* piše o wicci koju je osnovao G. B. Gardner. On je bio član raznih okultnih zajednica i vješticijskih koven. Dostupno na: <https://archive.org/details/encyclopediaofma00susa>

praksi. Adaptiraju se potrebama tržišne potražnje i dok ne nađu ciljnu skupinu, ostaju otvoreni za raznolikost, bila ona etničku, vjerska, socio-ekonomska; one prodaju zajedništvo.

NāstuĀā (2012) u analizi *New age* vjerskih zajednica izlaže nekoliko primjera. Boston Christian Church (BCC) je nedefinirana vjerska zajednica. Na svojoj mrežnoj stranici se predstavlja kao obiteljski orijentirana inkluzivna zajednica potencijalno zanimljiva lokalnom stanovništvu u manjim gradovima. Zajedništvo i međusobna pomoć članova stavljena je u prvi plan. Koriste slike ljudi raznolikih etničkih skupina, a u kategorijama na izborniku nude ponešto za svaku skupinu, majke, žene, djecu, siromašne, tinejdžere, samce i dr. Soka Gakai i Christian Science koriste sličnu vizualnu strategiju podupirući međurasne brakove, međureligijske običaje i ljudska prava. Za svaku potrebu postoji rješenje s vjerskom podlogom. U ovom slučaju religija nije cilj nego je samo podloga za ujedinjenje zajednice barem na lokalnoj razini. Inkluzija neutralizira smisao religije, naglasak je na duhovnosti.

Navedene zajednice nigdje nemaju simbole određene religije iako bi se moglo pretpostaviti da su budističke ili kršćanske. Prepoznali su potrebu za inkluzijom, duhovnosti, osobnim razvojem i promjenom životnog stila pa su se prilagodili potrebi mogućih članova. Organiziraju aktivnosti i druženja, pozivaju mlade na volontiranje, ekološke aktivnosti i zaštitu djece. Djeluju kao udruga ili organizacija kroz promociju društveno odgovornog ponašanja. Rade suprotno od tradicionalnih religija, a privlačnost se može dogoditi zbog otvorenosti, inkluzije i rješavanja problema u zajednici. Zbog svoje primarne motivacije imaju velik utjecaj na društvo.

Hijerarhija u *New age* religijskim zajednicama nije definirana kao u tradicionalnim religijskim institucijama u kojima religijski vođe imaju teološko obrazovanje i autoritet u zajednici. Religijski vođe maju ulogu medija i prenose božju riječ dok alternativne vjerske zajednice imaju moderatore bez formalnoga religijskog obrazovanja koji nisu autoritet. Imaju ulogu organizatora, inicijatora ideja, a bilo koji aktivni član ima priliku pridružiti se svojim idejama o smjeru razvoja zajednice. U ovim primjerima je tako, ali ne znači da će u svim takvim zajednicama biti isto jer ako postoji autoritet, onda postaju sekta. „Moto ovih zajednica je orijentiran samo-razvoju, teme razgovora su : Mir kroz dijalog, Transformacija počinje pojedincem, Istraži nove teritorije i sl. Format sadržaja su prilagodili današnjim potreba“ (NāstuĀā 2012: 69). *New age* vjerske zajednice su u skladu s tehnološkim napretkom pa se preko njihovih mrežnih stranica pronalaze poveznice koje vode na druge platforme, društvene mreže, podcaste, forume i sl. Odsustvo ili manjak fizičkog prostora za



zajedničke vjerske prakse i druženja kompenziraju poticanjem diskusije među članovima što im je na početku često jedina opcija održavanja njihova postojanja (NăstuĖă 2012).

Ovakve zajednice je vaŹno drugaĉije pozicionirati u odnosu na sekte, kultove i institucionalizirane jer su napredne u korištenju novih medija zbog manjka fiziĉkog prostora. Komunikacija im je otvorena, inkluzivna s jako malo negativnih komentara i osude drugih vjerskih i etniĉkih grupa. Promoviraju pozitivne, društveno korisne aktivnosti. Moguće da neke od njih neće biti dugog vijeka, ali su fenomen nastao zbog novih tehnoloŹkih i društvenih promjena. TeŹko je pratiti razvoj svakog pokreta posebno jer ponekad pokuŹaj osnivanja zajednica brzo propadne, a specifiĉne literature nema dovoljno osim u primjerima provedenih istraŹivanja.

### **2.3. Duhovnost i društvene mreŹe**

Postoje razliĉite definicije duhovnosti, ali kada ih sumiramo, mogli bismo reći da je to proces samo-otkrivenja, pronalaska Źivotne svrhe i autentiĉnosti kako bismo dosegli transcendenciju, ujedinjenje i unutarnji mir u skladu sa svijetom koji nas okruŹuje. Pojam duhovnosti u teoriji pripada svim religijskim zajednicama i pokretima. Ona je dio praktiĉnog vjerovanja. Da bi ĉovjek bio duhovan ne treba biti religiozan. Phipps (2012) kaŹe da je duhovnost stanje za razliku od religije koja je provodi kroz prakse u skladu s vlastitim standardima. Religija ima organizirana pravila koja se trebaju poŹtovati, Źtovanje odreĊenog Boga i veliku zajednicu vjernika. Ona ne potiče inkluziju, osobni izbor, vlastitu viziju duhovnog napretka i nepromjenjiva je. Nalazimo se u vremenu u kojemu je tehnologija promijenila naĉin razmiŹljanja, dozvoljava nam individualno iskustvo u virtualnoj domeni. Ono je personalizirano i nudi puno alternativnih opcije. Kako je duhovnost nešto Źto samostalno moŹemo Źivjeti te ne trebamo pomoć vjerskih voĊa i zajednice da bismo bili duhovni, poĉinje intrigirati sve viŹe ljudi. IdeoloŹku narav religije zamjenjuje filozofska narav duhovnosti jer dozvoljava personalizaciju, inovativnost, propitkivanje vjerovanja u religiju; jer – ako je bez religije moguće biti duhovan, zaŹto uopće religija postoji.

Bez ograniĉenja religije, ljudi imaju duhovnost izvan fiziĉkog svijeta. To je nova dimenzija ljudskog postojanja kroz koju ĉovjek samostalno razvija svoju svijest o postojanju i

životu na osnovi vlastitih uvjerenja što mu povećava osjećaj smisla i povezanosti sa svemirom (Miller i Kelley 2013).

Duhovni razvoj je važan jer bez njega čovjek proživljava mentalne probleme. Zbog tog je potrebno da svaki čovjek teži duhovnom razvoju kako bi brinuo o vlastitom mentalnom stanju. Treba zadovoljiti svoje duhovne potrebe i zaštititi se na biološki, fizički i metafizički način (Demiroğlu 2021). Dokazano je da duhovnost ima pozitivan utjecaj na fizičko i psihičko zdravlje, nošenje s problemima ovisnosti, oporavak od bolesti i smanjenje suicidalnih misli (Božek et al. 2020). Pojedinci koji su dio neke religije i pokušavaju kroz ograničenja doći do duhovnosti, a uz to su opterećeni materijalnim problemima, počinju tražiti alternativu (Tanhan i Strack 2020).

Globalizacija i tehnološki razvoj pomaknuli su duhovnost u drugi plan. Život postaje kompleksniji zbog nametanja materijalističkih društvenih standarda. Religije gube na snazi jer imaju standarde koji se češće vežu uz materijalno nego uz duhovno što dovodi do duhovne krize. Konzumerizam svakodnevno nameće nove trendove i živote ciljeve. Društvene mreže nameću životni stil kojemu mnogi teže, ali se povećava količina sadržaja vezanog uz duhovnost pa su osim za promociju materijalnog postali platforme za personaliziranu duhovnost. Prema istraživanjima o društvenim mrežama, pokazalo se da stvaraju ovisnost, potiču pasivnost, suicidalne misle, odmicanju od živote svrhe, točnije sve suprotno od duhovnosti. Upotreba društvenih mreža se ipak sve više povećava, a suvremena psihologije još nije shvatila kako se nositi sa psihološkim problemima uzrokovanim društvenim mrežama.

Društvene mreže se mogu definirati kao platforme na kojima pojedinci mogu međusobno komunicirati, dijeliti sadržaj, misli, osjećaje, iskustva i dr. u slobodno vrijeme. One su postale sastavni dio paralelnog života u virtualnoj i eksternoj domeni. U nastanku su morale naći kako doći do potencijalnih korisnika te ih zadržati i pretvoriti u svakodnevno aktivne (Risika et al. 2013). Ovo se odnosi i na pojedince koji odašilju sadržaj jer se nečija vrijednost mjeri brojem pratitelja i dosegom stranice. Time se stvaraju fiktivni vođe, oni čije je mišljenje najutjecajnije pa ako je nečiji sadržaj na području duhovnosti najgledaniji ta osoba dobiva mogućnost određivanja što je popularno i kakav sadržaj će ih zadržati na lako promjenjivom visokopozicioniranom hijerarhijskom položaju. Iako su se pokazale nepovoljnima u mnogim primjerima, mogu se koristiti i pozitivno.

Benefit duhovnosti za mentalno zdravlje dokazan je u mnogim studijama. Duhovnost se sve češće proučava kao potencijalna samostalna praksa za sveopće zdravlje, ne samo psihičko. Duhovne prakse za djecu i mlade su tema koja se promovira ne bi li se implementirala u svakodnevni život. Prijedlozi metoda učenja duhovnog razvoja djece i mladih se temelje na nekonvencionalnom pristupu, privlačnom toj dobnoj skupini. Društvene mreže su jedan od primjera kako doprijeti do tih skupina jer imaju globalni doseg (Hsanshahi et al. 2016). Vidi se pozitivan aspekt promocije duhovnosti putem društvenih mreža jer dozvoljavaju slobodu, nisu ograničene prostorno, etnički ili religijski, sadržaj je namijenjen svima, a algoritam je zadužen da konstantno filtrira novi sadržaj na temu duhovnosti po cijelom svijetu i potiče kreiranje zdravog okoliša za psihičko zdravlje i duhovni razvoj.

Rauetla i Sharma (2019) u svom istraživanju predstavljaju koncept za iskorištavanje potencijala društvenih mreža u svrhu poticanja duhovnosti. Iako su mnoga istraživanja naglasila negativan utjecaj društvenih mreža, posebice na mlade, smatraju da duhovnost i društvene mreže imaju sličnosti, postale su sastavni dio svakodnevnog života. Društvene mreže možda umanjuju socijalnu interakciju u stvarnosti, ali to potencijalno znači da povećavaju intrapersonalnu komunikaciju. Intrapersonalna komunikacija je dobar početak za duhovni razvoj.

Umjesto da se pokuša umanjiti negativan utjecaj, treba se orijentirati potencijalno pozitivnom jer društvene mreže neće prestati postojati. Potreba za društvenim mrežama se događa zbog potrebe za socijalnom interakcijom, zajedništvom, dijeljenjem vlastitih misli i ideja, opuštanjem, promatranjem drugih koji ne znaju da su promatrani. Duhovnost je inkluzivna tema, tiče se šire zajednice i dobiti pojedinaca koji su u njoj. Ono što je potrebno ponuditi jest privlačan sadržaj, koji je pozitivan, edukativan i zabavan. Sadržaj na društvenim mrežama se može besplatno dijeliti, mogu se uključiti digitalni vođe kako bi se sadržaj širio. Duhovnost postoji od nastanka čovjeka, a društvene mreže su tek nastale; ako bi se iskoristile u pozitivnu svrhu, sigurno bi se umanjio negativan efekt.

Uz nedovoljno istražen potencijal društvenih mreža u ulozi kanala za poticanje duhovnog razvoja djece i mladih, treba spomenuti kako postoji i velika količina takvog sadržaja, ali je više orijentiran prema okultnom i ezoteriji, sektama, vjerskim pokretima i kultovima. Moguće je da korisnik koji ne zna razliku između ulaska u sektu putem virtualne domene i duhovnog sadržaj zapravo ne uči o samostalnom duhovnom razvoju. Ovaj konceptualni prijedlog što ga spominju Rauetla i Sharma (2019) se već događa samo što se ne može znati stvarni identitet

digitalnih vođa pa ako žive u lažnom uvjerenju, teško da će uspjeti stvoriti trajni pozitivan utjecaj na korisnike. Površni sadržaj koji ne zahtijeva posvećenje, razumijevanje i koncentraciju može dati opuštajući efekt tako da ne treba isključiti pozitivne mogućnosti, premda se trenutno pokazalo više negativnih karakteristika.

Mears i Shpolberg (2021) rade studiju slučaja videa na Tik Toku. Društvena mreža osnovana u Kini 2016., namijenjena svima na svijetu, izazivala je razne geo-političke polemike zbog manjka restrikcija vezanih uz objavljivanje sadržaja. U analizi pišu o fenomenu površne beznačajne duhovnosti, lažnog uvjerenja, okultističkih vjerskih praksi, kućnih rituala i usluga koje nude ti ljudi; čišćenje aure, prostora, manifestacija, tarot, astrologija koje imaju veliku popularnost. Iako je moguće da će takav sadržaj djelovati pozitivno jer pozitivne informacije jesu dio kognitivno-bihevioralne terapije, ostaje otvoreno pitanje autentičnosti i predstavljanja.

Vjerski vođe prepoznali su potencijal brzog širenja poruka tako da pojedinci iz tradicionalnih institucionaliziranih religija koriste popularni format ne bi li demistificirali svoju ulogu kroz aktivnosti bilo kojega drugog korisnika mreže poput plesnih izazova na popularnu glazbu. Uz vjerske vođe imamo i digitalne vođe koji promiču duhovni sadržaj. Generacija Z je prihvatila koncept plasiranja sadržaja putem novih medija jer su se rodili u to doba i nisu morali izmijeniti prethodne navike i odnos s tradicionalnim medijima. Tik Tok smatraju revolucionarnom platformom jer ni jedan druga društvena mreža nije uspjela zaokupiti korisnika formatom izuzetno kratkog trajanja. Izazvao je divljenje na razini spektakla kao prva produkcija filma. Algoritam na Tik Toku je lakše shvatljiv kreatorima sadržaja, a popularnim kratkim frazama i glazbom je lakše prikupiti više pregleda. Takav sadržaj promijenio je i odnos ljudi s duhovnošću. Praćenje sadržaja digitalnih vođi podsjeća na štovanje ikona. Mnoge vjerske zajednice i pokreti koriste ikone svetaca, boraca, bogova u svrhu zaštite i duhovnog razvoja, manifestacije želja i potreba. Ikone su nekad bile materijalne, a u virtualnoj domeni nisu, ali je ljudski mehanizam ostao isti. Sada se štiju duhovno-digitalni vođe, pojedinci s najpopularnijim sadržajem što je na neki način demokratski ako gledamo u pozitivnom svjetlu, ali postoji granica između štovanja digitalnih vođa poput ikona i proučavanja sadržaja radi širenja vlastitih ograničenja i duhovnog razvoja.

Sam prelazak u virtualnu domenu može podsjećati na transcendenciju, umjetno induciran odlazak van granica fizičkog postojanja bez posvećenja. Smatram da bi u formatima na

društvenim mrežama trebalo biti objašnjeno kako se mijenja ljudska kognitivna funkcija i kako se oblikuje kad nam kratki format narušava koncentraciju. Teško je zaključiti i definirati utjecaj društvenih mreža na kognitivne promjene na kolektivnoj razini. Murray (2008) piše kako konstantno izlaganje nasilnom sadržaju dovodi do sličnog stanja kao korištenje droge pa se može reći da ovisnička zlouporaba društvenih mreža u ovom slučaju duhovnog sadržaja kreira opijenost što rezultira pasivnošću. Nije moguće znati kako se osoba samostalno odnosi prema sadržaju za vrijeme korištenja i nakon toga. Ostaje samo proces gledanja (Fiske 2010). Duhovni razvoj je cjeloživotni proces postojanja i razumijevanja samog sebe, a Tik Tok duhovno iskustvo pokušava predstaviti u videima od trideset sekundi; što opet korisnike dovodi do lažnog uvjerenja i kreiranja identiteta koji se osjeća moćnim bez posvećenja i vlastitih iskustava.

U studiji slučaja kategorizirane su vrste videa koji se nude na Tik Toku. Prvi tip videa su digitalni vođe koji naglašavaju ograničenja institucionalizirane religije i dobrobit samostalno definirane duhovnosti bazirane na osobnim iskustvima (Mears i Shpolberg 2021: 3). Drugi tip su postaje za odmor više terapijski orijentirane, uključuju afirmacije, manifestacije, vođene vizualizacije, terapijske zvukove, frekvencije za liječenje i otpuštanje negativnih emocija. Korisnici se pod takvim sadržajem možda odluče samostalno upustiti u nešto što im pomaže. Auto-terapija bila bi pozitivan ishod, ako se video shvati kao ideja, ali može postati i ovisnosti o društvenim mrežama i rezultirati bezvoljnošću. Ovaj tip videa je vrsta zajedničkog rituala u virtualnoj domeni, a oni koje ga provode su vođe (Mears i Shpolberg 2021: 4). Treći tip videa je usmjeren na stvaranje virtualne zajednice. Potiču korištenje tehnologije jer virtualno predstavljaju kao metaforu ljudskog postojanja. Primjeri se vide u ezoterijskim praksama i frazama poput „ovaj video nema oznaka pa ako je pronašao tebe shvati to kao znak“. Personalizirani pristup društvenim mrežama i korištenje pametnih telefona i sl. potiče primanje ovakvog sadržaja koji djeluje kao da je namijenjen baš nama samima. Algoritam u ovom slučaju dobiva ulogu kozmičkog kanala za transcendenciju (Mears i Shpolberg 2021: 5). Četvrti tip videa je rijedak, nazvali su ga revolucionarnim. Ovim tipom se cilja kreirati prostor za poticanje razmišljanja i dijeljenje vlastitih iskustava. Teme su vezane uz protivljenje bilo čemu konzumerističkom. Odnose se na stvarnu dobrobit i nude prikaz realnosti lažnog uvjerenja, često su sarkastične. Povećanjem popularnosti četvrtog tipa iskoristio bi se edukativni potencijal društvenih mreža; stvarne duhovne prakse iz provjerenih izvora mogu se prikazati kao poticaj za samostalno proučavanje, propitkivanje

i duhovni razvoj što bi trebala biti ciljana ideja, a ne naglašavati ujedinjenje duhovnosti bez  
``akcije (ibid.).

### 3. Paganizam

Prvi pagani nisu sami sebe nazvali tako. Pojam paganizma nastao je zbog izgradnje institucionaliziranog kršćanstva i nosio je negativnu konotaciju. Ideja je bila označiti one koji se ne priklanjaju kršćanstvu kao krivovjernike iz ruralnih krajeva. Paganizam ili paganstvo dolazi od latinske riječi *paganus* što znači seljak (od lat. *pagus* – selo). Dolaskom kršćanstva paganizam dobiva značenje politeizma, ateizma, anti-teizma za ruralno starosjedilačko stanovništvo pretežno keltskog podrijetla što je štovalo prirodu i plodnost. Kršćani su pagansko tradicionalno kolo godine prilagodili kalendarskoj godini kakvu danas poznajemo kako bi „prilagodili“ i što više ljudi novoj religiji. Prema mišljenju Paganskog kruga, hrvatska riječ *pogan* ima negativu konotaciju jer znači nečist, prljav pa koriste latinski naziv *pagan* jer se smatra manje pogrđnim što je i potvrđeno u komparativnoj lingvistici hrvatskog jezika (Mandić i Duvnjak 2019: 55-56). Može se reći da je to grupni naziv za pretkršćanska vjerovanja i prakse. Pagani su vezani uz ruralni kraj jer je smisao ritualnih štovanja bogova plodnosti dolazak do plodnih uroda i zdravlja. Prije kršćanstva ljudi su u raznim dijelovima svijeta vjerovali u moć prirode, ali ih je kristijanizacija preobratala ili napravila hibrid s njihovom religijom; tako postoji niz primjera u Africi, Južnoj Americi i nordijskim krajevima. Plemena koja su postojala su izgubila mogućnost prakticirati vlastita vjerovanja zbog dolaska kršćanstva te su svrstana u pogane. Iako današnji neo-paganizam uključuje štovanje rimskih i grčkih bogova, u originalnom nastanku nije bilo tako jer su oni temeljeni nosioci ranog kršćanstva.

Davies (2011) spominje da od 5. stoljeća kršćanski autori koriste riječ *pagani* jer su morali napraviti razliku s kršćanima. Predstavljali su ih kao seljake koji štuju nekršćansku idolatriju, ali prema nedavnim istraživanjima, posljednjih nekoliko desetljeća analizirani su tekstovi iz 2. i 3. stoljeća u kojima se pagane definira civilima dok kršćane definiraju kao uključene vojnike. Whitby (1991) navodi da se naziv *pagani* definira kao ljudi od mjesta, koji su zadržali svoja uvjerenja. Jer bez kršćanstva nisi bili ljudi ni od kud, nego ih je oblikovao okoliš i zajednica u kojoj žive, tako su i formirali svoja vjerovanja prema vlastitim potrebama vezanim uz mjesto života. Zbog utjecaja rane Grčke na području istočnog Mediterana nastaju riječi koje označavaju one koji ne štuju grčke bogove, strance iz drugi plemena. Do 4. st. koristili su riječ *ethne* ili *ethnikoi* što znači stranac dok se kasnije koristi riječ *barbari*. U ranokršćanskoj i srednjovjekovnoj literaturi koristi se i latinska riječ *gentilis*, što se tada

odnosila na ljude koji još nisu kršteni. Krštenje je bilo svojevrsna zaštita tako da oni koji nisu kršteni nisu bili zaštićeni. Germanska plemena nisu prihvaćala taj naziv kada su prelazila na kršćanstvo jer se odnosio na barbare koji nisu iz Rima. Temeljna negativna konotacija i definicija pogana dogodila se u 16. st. u doba protestantske reformacije. Kako se kršćanstvo segmentiralo, ruralna vjerovanja postajala su nepodobnija. Prema paganskim vjerovanjima se ne bi trebalo odnositi kao prema pretkršćanskim politeističkim, jer nisu sve paganske zajednice pretkršćanske. U nekim dijelovima svijeta vjerovanja nisu nastala zbog lokalnog stanovništva nego migracijom ili su potekla iz daleke prošlosti. Postojanje vjerovanja, arheoloških dokaza o ritualnim praksama pronalazimo još u paleolitiku, 100 000 g. pr. n. e. (Davies 2011: 20-21).

### **3.1. Paganska vjerovanja**

Osnivanjem neopaganskog pokreta, drevni pagani su ostavljeni u dalekoj prošlosti prije kršćanskog definiranja pojma paganstva. Davies (2011: 24-25) navodi tri tipa arheološkog dokaza postojanja drevnih vjerovanja: masovne grobnice koje potvrđuju vjerovanje u zagrobni život kao i spomenici poput Stonehengea što potvrđuje postojanje ritualnih lokacija, kipići takozvane Venere koji dokazuju postojanje idolatrije i špiljski crteži koji predstavljaju svakodnevni život i duhovna iskustva. Ono što im je zajedničko, bez obzira na lokaciju, je štovanje prirode i Boginje Majke vladarice svemira, postojanje bogova koji vladaju zagrobnim životom i animizam, postojanje duha i života u objektima, elementima iz prirode. Animizam se smatra prvim oblikom vjerovanja. Prije definiranja pojma paganstva postojala su paleolitska vjerovanja, pagani su zemljoradnici, a u paleolitiku nisu postojali, oni se danas nazivaju šamanima jer iskorištavaju onoliko resursa koliko priroda sama proizvede. Najranija vjerovanja kao u Stonehengeu, definiraju se kao šamanska jer potječu iz paleolitika, a prakticirali su animizam. Specifičnost šamanizma je upotreba narkotičkih supstanci i odlazak u duhovni svijet kako bi prikupili iskustva koja im mogu pomoći na zemlji. Paleolitički crteži dokazuju da su bili lovci te da su u duhovnom svijetu susretali pretke, bogove, životinje, hibride ljudi i životinja.

Animizam je komunikacija s precima iz zagrobnog života i štovanje Boginje Majke. Prvi pisani dokazi o vjerskoj praksi pronalaze se u Mezopotamiji, Babilonu, Egiptu i Bliskom istoku, a prvi temeljiti opisi odnosa ljudi i bogova u Homerovoj *Ilijadi* i *Odiseji* u 8. st. pr.n.e.. Rimljani i Grci, kao primjer nešto bliže povijesti, primarno su bili mnogobošci, a



migracijom u strane krajeve navodno su odavali počast lokalnim boginjama i bogovima jer su ih prepoznali kao pandan svojim. Sve do kristijanizacije postojalo je međusobno poštivanje vjerskih politeističkih praksi. Sinkretizam kao pojam ujedinjenja odnosio se na inkluziju i poštovanje boginja i bogova drugih naroda jer su imali istu ulogu samo su nazvani drugačije (Davies 2011: 27-29).

Zajedničko obilježje paganskih pravaca jest praksa prinošenja žrtvi i idolatrija. Prinošenje žrtvi početkom kristijanizacije moglo je još više osuditi pretkršćanska vjerovanja i onemogućiti razmjenu dobara onima koji nisu kršteni. Iskoristili su priče o prinošenju ljudskih žrtvi za koje nemaju utemeljene dokaze ne bi li naglasili pagansko krivovjerje i divljaštvo. Idolatrija je također prekinuta kristijanizacijom; iako idoli nisu nužno prikazivali specifično biće, nego su možda bili samo komad drveta ili kamen. U gotovo svim pravcima na području Europe štovalo se sveto drvo života što je ujedno i simbol pagana koji koriste i današnji neopagani, a kršćani su od njih preuzeli simbol i promijenili značenje (Davies 2011).

Iolar (2013: 72) navodi 11 načela paganizma, koja su prihvaćena u Svjetskom krugu pagana iako ta načela nisu nepromjenjiva jer u paganizmu postoji manjak hijerarhije, točnije – znanje se prenosi s koljena na koljeno, sljedbenici uče jedni od drugih prema svojim potrebama, uvjerenjima i osjećajima. Načela prema Iolar su sljedeća: načelo sve povezanosti, načelo svijesti, načelo stvaranja, načelo ravnoteže, načelo promjene, načelo reda, načelo ljubavi, načelo radosti, načelo podudaranja, načelo akcije i reakcija, načelo najmanjeg napora.

Svako od načela ima svoju glavnu misao pa tako ona za načelo sve povezanosti glasi „Sve je Jedno i Jedno je Sve“ (Iolar 2013: 72). Ono se odnosi na odnos mikro i makro kozmosa u kojemu jedino postoje kvantitativne razlike, ne postoji dvojnost, duša je jednaka božanskoj sili. Sve vremensko-prostorne točke međusobno su povezane. One su međuzavisne, pomicanjem jedne utječemo i na druge, fizički kontakt je privremen, a metafizički ostaje vječno nakon što je jednom ostvaren bez obzira na fizički.

Načelo svijesti je drugo načelo i temelji se na misli „Sve što postoji, svjesno je“ (Iolar 2013: 73). Svako biće je sukreator ostalim bićima iz zajedničkog kozmosa. Iako misao polazi od svakog individualno, ona se postupno nadograđuje u suodnosu s drugima i tako nastaje Zakon privlačnosti. Ono što vidimo postoji – postoji samo u tom trenutku, postoji iako ga netko drugi ne vidi. To je neposredni doživljaj, nezamjenjivo iskustvo, aspekt božanskog. U paganizmu i Zemlja kao planet ima svijest, ona je za Rimljane Terra, za Germane Jara, za Kelte Danu, a egipatski pandan je bog Geb.

Temeljna misao trećeg načela glasi „Život stalno teži rastu“ (Iolar 2013: 73) što bi značilo da životna sila konstantno djeluje. Pod tim se misli na to da sva živa bića imaju potrebu za djelovanjem. Sva bića imaju mogućnost razvoja; kada evoluiraju i naprave sve potrebno na nižoj razini svijesti, onda prelaze na višu. Pagani vjeruju da je svijet nastao stvaranjem i evolucijom. Ovo načelo se odnosi na povezanost materijalnog i nematerijalno. Poveznica je impuls koji dolazi iz emocija i misli, a odražava se na fizičko tijelo. Impuls je početak prijenosa i pretvorbe energije pa time fizička smrt postoji na nižim razinama svijesti, a energija ustvari ne može nestati, može se samo transformirati pa smrt ne postoji u višim razinama svijesti.

Četvrto načelo je podržano mišlju „Priroda nastoji postići ravnotežu“ (Iolar 2013: 73). Naspram živih bića, neživa miruju. Iako je sve živo, postoji razlika. Tvari su prožete energijom, a živa bića su energetske izvori. Prirodne sile djeluju iz načela ravnoteže, inercije ili Newtonovog zakona prema kojem svaka materija miruje dok vanjska sila ne počne utjecati na nju. Sve promjene nastaju zbog vanjske sile, a tvar joj se opire ne bi li se ujednačile. Sila ravnoteže tako nastoji neutralizirati naše misli i emocije ne bi li došli do balansa.

Peto, načelo promjene, zasniva se na misli „Sve se mijenja“ (Iolar 2013: 74). Ona nastaje kombinacijom načela stvaranja i ravnoteže. Svijest je u konstantnom energetske pokretu, a materija u mirovanju. Međuodnos svijesti i materije stvaraju promjene. Ova dva načela postoje i u drugim vjеровanjima, a predstavljena su kao aktivno i pasivno, muški i ženski princip. Ono jedno bez drugog ne postoje. Navedeno je kako se u današnjem monoteističkom društvu radi na pojačavanju muške energije kod muških i ženske kod ženskih od samog rođenja. Stoga dolazi do disbalansa i konstrukcije društveno prihvatljivih normi, umjesto da se teži slobodi i balansu. Ovo načelo teži balansu muške i ženske energije jer ljudi moraju težiti ravnoteži. Tako imamo muško-ženska božanstva, a u današnjem neopaganizmu to su najčešće Boginja Majka i Rogati Bog, kod Grka Hera i Zeus, Junona i Jupiter za Rimljane, a kod Germana Freya i Odin.

Šesto načelo je načelo reda, zasniva se na misli „Sve promjene teže redu“ (Iolar 2013: 75). Zbog ovog načela provode se rituali. Rituali služe uspostavi reda, točnije opiranja kaosu. Zato postoje prirodni ciklusi poput dana i noći, disanja, kucanja srca, ali i duše koja se fizički rađa, pa umire, prolazi ciklus reinkarnacije.

Sedmo načelo je načelo ljubavi i zasniva se na misli „Život nastaje iz ljubavi“ (Iolar 2013: 75). Sila koja je kreirala Sve, napravila je to iz ljubavi pa s obzirom na to da ja ona dio Svega, sva živa bića trebaju kreirati iz ljubavi, pomagati u kreaciji i djelovati.

Načelo radosti je osmo načelo, „Svako biće je radosno“ (Iolar 2013: 75). Prema ovom načelu, ljudska je svrha upoznati dušu. Duša treba zadovoljstvo i time teži užiticima jer bez tog ne bi bila duša. Bogovi su uvijek radosni, oni su sila koja ne kažnjava, nego uči.

Podudaranje je deveto načelo, a njegova temeljna misao je „Kako gore, tako dolje; kako dolje, tako gore“ (Iolar 2013: 76). Preuzeto je iz hermetizma iz Kybaliona, ali se spominje da ih je osmislio William Walker Atkinson krajem 19. st. Originalno se nalazi na Smaragdnoj ploči iz 1., 2. st. koju su preveli na arapski u 12. st. Paganizam, točnije neopaganizam, preuzeo je ovu misao jer ona dobiva smisao u magijskim i okultističkim praksama kao što su astrologija, tarot i dr. Kršćanska verzija dolazi iz evanđelja prema Mateju, „Kako na nebu tako i na zemlji“. Astrologija se također temelji na ovom načelu i koristi se u neopaganskim praksama. Svemir je hologram, a svaka točka u njemu je njegova preslika. Ljudsko tijelo i misli funkcioniraju prema istom principu stoga se u magijskim ritualima koristi zakon privlačnosti, samostalnog kreiranja koje se odražava na sve ostalo.

Predzadnje načelo je načelo akcije i reakcije, „Svaka akcija stvara reakciju“ (Iolar 2013: 76). Uzročno-posljedična povezanost je Newtonov zakon u kojem sila silom djeluje na drugu. Ovime se želi reći da ljudsko biće odgovara za svoje postupke. Čovjek treba biti etičan s obzirom na to da ima slobodu izbora. Posljedica odabranog dogodit će se kad tad kako bi došlo do balansa.

Temeljna misao posljednjeg načela je „Priroda djeluje minimalnim naporom“ (Iolar 2013: 77). Načelo minimalnog napora podsjeća na to da se sva živa bića razvijaju s najmanjim mogućim naporom tako da se energija ne gubi bespotrebno.

### **3.2. Neopaganizam**

Kada proučavamo paganizam iz aspekta vjerovanja, govorimo o vjerovanjima iz paleolitika. Štovanju boginja i bogova plodnosti koji su personifikacija prirodnih pojava i godišnjih doba. Prema arheološkim nalazima, svugdje po svijetu nalaze se dokazi štovanja prema istom principu u obliku simbola. Grieve (1995) navodi karakteristike pagana, točnije neopagana. Neopagani su sljedbenici današnje alternativne vjerske prakse inspirirane

pretkršćanskim vjerovanjima. To je skupni naziv kojemu je temelj paganizam, ali u moderno doba se pomiješao s raznim drugim pravcima koji su nastali u kršćanskom dobu. Kada se današnje neopaganske zajednice koriste nazivom pagani, možemo reći da žele naglasiti inkluziju onih koji nisu pripadnici niti jedne institucionalizirane religije iako su danas mnogi *New age* pokreti postali mješavina raznih paganskih praksi; o čemu se kasnije biti više riječi.

### **3.2.1. Karakteristike neopaganizma**

Prema Grieve (1995: 89-91), postoji pet dominantnih karakteristika neopaganizma, a to su: ne-abrahamizam, politeizam, odanost zemlji, feminizam, privilegija rituala nad vjerovanjem. Tako se definira neopaganski identitet. Pagani se definiraju kao ne-pripadnici bilo kojega istočnog religijskog pravca, kao ne-pripadnici ičega vezanog uz abrahamske pravce. Paganski pokret nije vezan uz kultove i sekte. Oni nisu protivnici drugih religija, ali su apsolutna suprotnost u smislu prakse i vjerovanja jer ne diskriminiraju nikog i uključuju svakog, nemaju definiranu praksu i dopuštaju samostalni duhovni razvoj svakom pojedincu.

Druga karakteristika je politeizam, opet definiran u odnosu na kršćanstvo jer je kršćanstvo monoteistička religija koju pagani doživljavaju kao imperijalističko ograničenje i ideološku duhovnu dominaciju. Grieve (1995) se u svom istraživanju oslanja na provedenu anketu u kojoj je navedeno kako neki ispitanici doživljavaju paganizam kao bilo koji drugi istočnjački vjerski pravac jer dozvoljava mogućnost odabira vlastitoga duhovnog puta. Vide sličnost u filozofiji i smislu postojanja. Među paganima nije nužan politeizam, nego vjerovanje može biti usmjereno u panteizam jer je naglasak na srastanje s prirodom ne bi li upoznali samog sebe. Rituale prakticiraju u prirodi, samostalno ili u grupi. To nisu uvijek štovanja, nego korištenje prirodnih resursa ili bilo koja praksa koja daje mogućnost ujedinjenja s višim postojanjem.

Treća karakteristika je ekologija. Kolonizacija, industrijalizacija i kapitalizam uništavaju prirodu pa je rezultat toga globalni ekološki pokret. Pagani od paleolitika žive u prirodi, a sada su pokret otpora koji se priključuje ekološkom pokretu. Neki anketirani pojedinci smatraju da postoji sve više neopagana radi podizanja svijesti o uništavanju prirode, ali se ne vidi da se protive korištenju tehnologije što u današnjem svijetu može privući veliku grupu novih ljudi.

Četvrta karakteristika je feminizam. Neopaganizam je dominantno ženska religija. Neki kultovi, koveni i grupe u rituale ne puštaju muškarce. U povijesti vidimo kultove poput Velike Boginje Majke. Neke ispitanice su tvrdile da ne žele unositi mušku energiju u svoje rituale. Zaključak bi bio da od nastanka feminističkog pokreta, žene u neopaganskim pravcima odbijaju patrijarhalnost tradicionalnih religija. Kao što se u kršćanstvu daje naglasak na muškog Boga u neopaganizmu se daje naglasak na Boginju Majku.

Peta karakteristika je davanje prednosti praksi naspram pukog vjerovanja, što je ustvari odmicanje od dogmatskih uvjerenja vjerskih vođa i težnja za stavljanje osobnoga duhovnog iskustva u prvi plan. Paganska praksa je usmjerena na praktičnu magiju i rituale. Cilj većine rituala je stapanje s prirodom u jedno. U nekim pravcima postoje vrhovne svećenice i svećenici. U anketi su naglasili da imaju ulogu vodiča, a ne da nameću vlastita uvjerenja. Magija u ovom smislu nije ništa praznovjerno ili natprirodno. Cilj je doseći transcendenciju, stvoriti efekt koji je možda lakše iskusiti u grupi nego samostalno, generiranjem grupne energije.

Navedene karakteristike odnose se na neopaganizam jer ne možemo govoriti o iskustvima koja su imali ljudi u prošlosti, a da o tome osobno ne svjedoče. Neopaganizam ima temelj u ujedinjavanju s prirodom kroz vlastitu transcendenciju. Kao pojam odnosi se na ukupnost vjerovanja i praksi u raznim pravcima pa danas imamo wiccu, neodruidizam, neošamanizam, nordijski neopaganizam, kult štovanja specifičnih bogova iz rimske i grčke mitologije, ezoterijske prakse poput runa, tarota, astrologije, što dolaze iz raznih dijelova svijeta. Neopaganizam danas nije vezan uz konkretne lokacije na svijetu, osim što neke prakse originalno potječu s tih lokacija.

### **3.2.2. Simbol drveta svijeta**

„Drvo svijeta (*arbor mundi*) univerzalni je i temeljni simbol paganizma. Može se prikazati na razne načine (svaka neopaganska organizacija usvaja specifičan oblik). Osnova je simbola: stablo s razgranatom krošnjom i dubokim korijenom, najčešće opasano kružnicom. Predstavlja: središte svijeta ili os svijeta (*axis mundi*). U Germana je to jasen Yggdrasil, u Anglosaksonaca Irminsul, u Slavena Sveti hrast, u Turaka Aga Ana, u Indijaca Asvattha itd.” (Iolar 2014: 333).

Drvo svijeta je simbol i predmet štovanja mnogih paganskih plemena. Drevni pagani su vjerovali da je drveće kanal u više svjetove te da im može donijeti duhovnu istinu. Često su povezani sa slikom svijeta, *imago mundi*, koja je prikazana kao karta zemlje, podzemlja i raja, a prikazuje se i u obliku ljudskog bića. Kao u prirodi, svako drvo je povezano s drugim drvećem koje isprepletено tvore jedno s božanstvima i duhovim drveća. Na njima žive bogovi pa tako i Zeus, nebeski vladar, otac bogova Olimpije koji ljudima na zemlji govori kroz hrastovo lišće. Tamo gdje se nalazilo sveto drvo, bio je i prostor za vjerska, politička okupljanja i edukaciju na Zemlji. Drvo života je sveto drvo, ono je centar svemira, *axis mundi* u *imago mundi* (Cusack 2011). Grčki botaničar Theoprasthus koji je živio na prijelazu 3. i 4. st. pr.n.e. pisao je o drvetu koje ne gubi lišće, pored izvora na Kreti gdje su Zeus i Europa vodili ljubav, a u kršćanskoj legendi se govori kako su sjekli takva drveća (Davies 2011). Germanska su plemena zbog štovanja takvog drveća odbila graditi hramove, spomenike i svetišta jer im je drvo bilo idol kojeg su smatrali najboljim načinom za spajanje čovjeka i svemira, poveznice između ljudi i bogova. Keltska plemena također su vjerovala u sveto drveće, ali su imali problem iskorištavanje ideje svetog jer su navodno postojali oni koji su gradili monopol prodajući sveto drveće; pa ih i sadili u tu svrhu.

### **3.2.3. Neopaganske svetkovine i obredi**

Nastanak neopaganskih svetkovina potaknula je popularizacija Gardnerove *Wicce*. Oni su Kolo godine revitalizirali ujedinjenjem sličnih principa. Obilježavanjem proslava prijelaza godišnjih doba, točnije promjene položaja Sunca. Tako da se u nekim pravcima slave svetkovine poput keltskih paljenja vatre za neke od sabata dok se zanemaruju ostala četiri koja ne obilježavaju promjene godišnjih doba. Slave se i ezbat i kroz promjene položaja mjeseca. Ezbat, odnosno mjesečeve mijene predstavljaju Boginju, žensku energiju i njenu trostruku prirodu. Uz svetkovine, postoji obred prijelaza koji su navodno prakticirali čak i drevni pagani, a danas je prilagođen kao i ostalo. Moderni pagani zadržali su dio tradicije drvenih paganskih praksi, a ono što nedostaje jest krvno žrtvovanje jer ne bi bilo prihvatljivo u suvremenom dobu. Način žrtvovanja se svodi na ritual dijeljenja hrane i pića, žrtva se prinosi u obliku objekta poput ručno rađenih kipića i darivanja hrane i pića bogovima. Neke manje grupe pagana u Americi se trude zadržati drvene paganske metode žrtvovanja pa odlaze u lov na životinje u prirodi ne bi li ih žrtvovali (Maglicco 2004).

Pagani su prakticirali obred prijelaza što su neopagani preuzeli u današnju praksu. Obred prijelaza se vjerojatno zadržao zbog unutarnje ljudske potrebe da simbolično završi jedan dio života i prijeđe u drugi. Takvi obredi se predstavljaju kao najsnažniji način povezivanja sa samim sobom i kozmosom. Može se pretpostaviti da je to zbog personaliziranog pristupa u kojem se pojedinac stavlja u središte obreda. Obredima prijelaza i ljudi u zajednici se međusobno povezuju jer se definiraju u odnosu na položaj osobe koja prolazi kroz obred. Neopagani imaju osam obreda prijelaza: 1. prvoblagoslov: rođenje djeteta, 2. omlada: prijelaz iz djetinjstva u pubertet, 3. samoposvećenje: početak duhovnog puta, 4. inicijacija: duhovno (ili drugo) rođenje, 5. vjenčanje: ulazak u životnu zajednicu (brak) s drugom osobom, 6. razdruženje: izlazak iz životne zajednice (braka) s drugom osobom, 7. starješenje: prijelaz iz zrelosti u starost i povlačenje iz aktivnog života, 8. ispraćaj: smrt tijela i prijelaz duha. Dije se u dvije glave kategorije: prirodni i voluntarni. Prirodni su prvoblagoslov, omlada, starješenje i ispraćaj – životne faze u kronološkom slijedu, a voluntarni su oni koje samostalno odabiremo: samoposvećenje, inicijacija, vjenčanje i razdruženje. Obredi uključuju etno motive, glazbu, zabavu ples kao i drugi paganski rituali ili svetkovine (Iolar 2014: 13).

Pojam obreda prijelaza prvi put je spomenuo etnograf Arnold van Gennep. Godine 1909. definira ih kao obrede promjene svih stanja, mjesta, dobi i društvenih položaja. U neopaganizmu je prihvaćen zbog jezične i etničke univerzalnosti. Oni obilježavaju rođenje, pubertet, zrelost, starost, smrt, brak. Van Gennep strukturu obreda smatra trofaznim procesom. Prva faza je odvajanje, odlazak iz trenutnog stanja; druga faza je tranzicija, bezvremensko postojanje bez društvene konstrukcije; treća faza je regregacija, ulazak u novo životno razdoblje (prema Iolar 2014: 13-14).

Kako je paganizam u doba kristijanizacije bio dio ruralnog stanovništva, puno pažnje je davano godišnjim dobima zbog sjetve i žetve. Čak u doba nomada je bilo bitno kada će se vrijeme promijeniti da bi se odselili u toplije krajeve. Opažanje promjene vremena i predikcije o nadolazećem godišnjem dobu duboko su antropološki usađeni u čovjeka. Paganski rituali i duhovne prakse temelje se na Kolu godine, što je njihova verzija kalendarske godine. Svetkovine okupljaju naopagansku zajednicu i zovu se Sabati. Oni su proslave godišnjih doba. Smisao je povezati se s prirodom i promjenom godišnjeg doba na transcendentalnoj razini, a bogovi vezani za svetkovine su personifikacija prirode.

Promjene godišnjih doba utječu na svakodnevni život čovjeka. Tako da se kroz cikluse u prirodi slave i osobni ciklusi. Sabat je spoj proslave ljudskih, prirodnih i božanskih energija. Kolo godine obuhvaća osam Sabata i široko je prihvaćeno u neopaganizmu jer je sinergija paganskih tradicija na području Europe, ali ne pripada drevnim paganskim običajima. Sabati se odnose na položaj Sunca pa se i rituali obraćaju personifikaciji Sunca, Bogu Sunca koji se svake godina nanovo rađa i umire kao što i čovjek prolazi kroz ciklus života, smrti i ponovnog rođenja. Kolo godine u grafičkom je prikazu kružnica podijeljena na osam jednakih dijelova koji predstavljaju položaj Sunca u određenom godišnjem dobu. Sabati su Sunčeve svetkovine. Na njima se štuje Rogatog Boga i Boginju Majku. Svetkovina okuplja zajednicu na kojoj se prinosi simbolična žrtva, dar Bogovima, a sudionici kroz ritual rade na vlastitom skladu s kozmičkom energijom, životnom energijom postojanja i zahvaljuju Majci Zemlji na plodovima. Neformalna druženja su obilježena svečanom proslavom nadolazećeg razdoblja koje se svakodnevno slavi do početka sljedećeg.

Sabati se definiraju prema aspektima. Postoji šest aspekata: solarni, božanski, poljoprivredni, astrološki, misterijski, sabatski. Solarni aspekt odnosi se na položaj Zemlje u odnosu na sunce. Božanski se odnosi na personifikaciju Boga Sunca (Rogatog Boga) i njegov odnos s Boginjom Majkom. Treći aspekt je poljoprivredni, on govori o fazama poljoprivrednog procesa (sjetva, rast, žetva, mirovanje) što obilježavaju doba godine. Astrološki aspekt služi za razumijevanje misterijskog aspekta; također se odnosi na položaj Sunca u zodijaku. Misterijski aspekt se odnosi na duhovni razvoj, podsjeća nas s kojim emocijama se suočavamo i kako se uskladiti s prirodom. Govori o odnosu čovjekove energije i kontakta s višim svjetovima. Sabatski aspekt je skup dugogodišnjih tradicija i običaja što se slave kroz svetkovinu.

Popis sabata, prema Iolar (2014):

YULE je prvi paganski sabat, prvi dan zime i opća paganska Nova godina.<sup>5</sup>

IMBOLC je drugi paganski sabat i dan u sredini zime.<sup>6</sup>

OSTARA je treći paganski sabat, prvi dan proljeća, početak svijetlog dijela godine, astrološka i poljoprivredna Nova godina.<sup>7</sup>

BELTANE je četvrti paganski sabat, dan u sredini proljeća i božansko vjenčanje.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Iolar.. (2014: 114) *Paganizam u teoriji i praksi. Knj. 3: Obredi i simboli*. Zagreb: Despot infinitus.

<sup>6</sup> Ibid. str.134

<sup>7</sup> Ibid str. 155

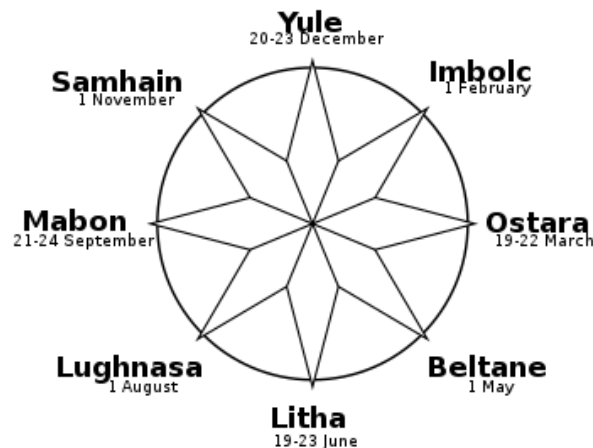


LITHA je peti paganski sabat i prvi dan ljeta.<sup>9</sup>

LAMMAS je šesti paganski sabat i dan u sredini ljeta.<sup>10</sup>

MABON je sedmi paganski sabat, prvi dan jeseni i početak tamnog dijela godine.<sup>11</sup>

SAMHAIN je osmi paganski sabat, dan u sredini jeseni i vješticija Nova godina.<sup>12</sup>



Slika 3.2.3.1. Grafički prikaz paganskog Kola godine na sjevernoj hemisferi s imenima osam sabata<sup>13</sup>

Ezbat je neopaganski naziv za četiri Mjesečeva blagdana u Mjesečevu ciklusu: puni mjesec, mlađak, prva četvrt, zadnja četvrt, tamni mjesec. Na ezbatima se štuje Boginja Majka (Iolar, 2014). Boginja Majka i Tamna Gospa imaju trostruku prirodu u skladu s mjesečevim mijenama. U praktično magijskom ritualu cilj je transformirati energiju čovjeka, povezati se s nesvjesnim i manifestirati želje u realnosti. Kako je sabat Sunce, ezbat je Mjesec, odnosno Boginja. Ezbati su intimniji od Sabata jer se češće prakticiraju samostalno. Osim osobnih želja i ciljeva, manifestacija se može odnositi na zdravlje prirode ili prizivanje vremenskih promjena koje pomažu prirodi. U doba mjesečevog rasta jačaju kozmičke sile, a u doba padanja sile kaosa. U doba Tamnog do Punog mjeseca radi se na silama privlačnosti dok se u obrnutom tijeku pokušavaju eliminirati neželjeni utjecaji. Sideralni mjesec se koristi u astrologiji, a grafički prikazuje kotač u pokretu kao i Kolo godine. U ezbatima postoje četiri točke i odnose se na mjesečeve četvrti. Mjesec je personifikacija Boginje Majke tako da ima njen životni ciklus od 27 dana. Ona se rađa kada se pojavi mlađak na nebu. Na prvu četvrt

<sup>8</sup> Ibid. str. 176

<sup>9</sup> Ibid str. 199

<sup>10</sup> Ibid. str. 226

<sup>11</sup> Ibid. str. 250

<sup>12</sup> Ibid str. 260

<sup>13</sup> Izvor: [https://en.wikipedia.org/wiki/Wheel\\_of\\_the\\_Year](https://en.wikipedia.org/wiki/Wheel_of_the_Year)

postane mlada djevojka, a na Puni Mjesec je moćna i plodna dok je u zadnjoj četvrti starica na kraju životnog ciklusa pred smrt. Tamni mjesec je simbolična smrt Boginje, mistični dio njenog postojanja. Četiri ezбата javljaju se oko doba Sabata: Ostare, Beltanea, Mabona i Samhaina. Grupna okupljanja na ezbatima se događaju u vrijeme punog mjeseca u nekim slučajevima za vrijeme tamnog. Mjesečeve promjene su vezane uz astrološke promjene na kolu zodijaka raspoređene na 12 dijelova od kojih svaki predstavlja jedan astrološki znak (Iolar 2014).

### **3.3. Neopaganski identitet**

Oblikovanje neopaganskog identiteta također je mogući problem kao općenito oblikovanje identiteta u virtualnoj domeni. U kontekstu duhovnosti i povezivanja s odabranom vjerskom grupom postoji i prepoznavanje koje stvara jaču definiciju tog dijela identiteta nego što bi to bilo interesiranje za nešto jednostavno poput neke fizičke aktivnosti, hrane itd. Webberovo (2011) stvaranje lažnog identiteta i priključivanje u zajednicu ne nudi duhovni napredak. Motivacija uključivanja određuje odnos pojedinca s njim samim i zajednicom s kojom se poistovjetio zbog popularnosti ili zbog duboke unutarnje potrebe za duhovnim razvojem. Coco (2012) je spomenula kako se na paganskim festivalima u Australiji okupljaju grupe, a ne pojedinci koji prakticiraju rituale samostalno.

Neitz (1994) objašnjava paganizam kao neutemeljenu religiju jer članovi odlučuju u što će vjerovati, kako će prakticirati vjeru te su podložni promjenama. Oni sami stvaraju značaj i simboliku ovisno o kontekstu, okolišu, resursima, kulturi i osobnim uvjerenjima heterogene grupe koju su osnovali. Problem promjenjivosti u konzumerističkom svijetu može staviti negativnu konotaciju na pagansku prilagodbu i nematerijalni smisao suživota s prirodom. Konzumerizam u virtualnoj domeni utječe na popularnost određenih proizvoda, a promocije sadržaja na društvenim mrežama ima sve više i trend će rasti. Kada je u pitanju sadržaj vezan za duhovnost, on je postao sinergija svih mogućih potencijalnih fizičkih sredstva i nematerijalnih praksi. U ponudi materijalnih pomagala za praksu, nalaze se i tarot karte, kristali, odjeća i dr., sve što je potrebno da bi osoba na stereotipiziran način izgledala duhovno ili paganski, iako duhovni izgled nije nešto što stvarno postoji; postoji društveno prepoznata kategorija paganskog izgleda, tako se mogu međusobno prepoznavati. Konzumeristički paganizam na površnoj se razini manifestira u obliku posjedovanja ezoterijskih alata i odjeće. Miller (1987) piše kako je proces kupovine vrsta kreativnog

izražaja što ga ljudi pokušavaju kultivirati u obliku posjedovanja stvari. Tako samostalno odabiru svoj identitet i postojanje. Proces kupovine i posjedovanja kombinira etiku i estetiku. Ono što Coco i Woodward (2007) žele prikazati u istraživanju paganskog identiteta jest razlika između identiteta konzumeristički-površnoga, simboličnog paganizma nastalog pod lažnim uvjerenjem popularnog i autentičnog paganskog identiteta koji se ne miješa s neopaganskom hijerarhijom i ezoterijom, nego njeguje osobni duhovni razvoj u skladu s prirodom.

### **3. 4. Paganizam u virtualnoj domeni**

U virtualnoj domeni nastale su mrežne religije (Helland 2000). One su zapravo *New age* religijski pokreti nastali migracijom ljudi na druge geografske položaje ili se temelje na vjerovanjima prije utemeljenja tradicionalnih institucionaliziranih religija. Neki pokreti su u potpunosti novi i imaju pravo ponuditi miješane prakse i vrijednosti te ih nazvati prema želji. Paganizam kao pretkršćansko vjerovanje, neutemeljena religija, nema specifično mjesto na kojemu je nastao jer se odnosi na ukupnost vjerovanja u ruralnim krajevima i povezan je s lokalnim stanovništvom. Zbog postojanja raznih paganskih pravaca, zanimljivo je proučiti po kojem principu formiraju zajednicu u virtualnoj domeni.

York (2001) definira pagansku društvenu strukturu kao segmentiranu policentričnu mrežu interakcija na mreži, u stvarnosti, u grupama ili kao pojedinac. Paganska duhovnost bazira se na osobnom duhovnom doživljaju. Oni u malim lokalnim zajednicama ili samostalno prakticiraju vjerovanja specifična za taj kraj. Takav odnos samostalnog prakticiranja tehnologija podržava zbog odnosa kojeg pojedinac kreira s njom. Angela Coco u svojim je nekoliko istraživanja pokušala istražiti kako se paganski diskurs odvija u virtualnoj domeni s obzirom na to da postoji velika raznolikost u vjerovanju i praksi na lokalnoj razini.

Paganske zajednice u virtualnoj domeni primjer su Wengerovih zajednica prakse; prostor za učenje o raznim paganskim pravcima, vjerovanjima, dijeljenje osobnih, lokalnih iskustava, proslava i rituala. Coco (2012) današnji paganski identitet naziva umreženi individualizam jer se formira samostalno, a zbog upotrebe informacijsko-komunikacijske tehnologije imaju priliku pronaći zajednicu u virtualnoj domeni s kojom dijele istu filozofiju i duhovnost, ali je drugačije prakticiraju.

Castells (2001) objašnjava da je odnos s upotrebom tehnologije i odlazak u virtualnu domenu individualan. Paganima je virtualna domena možda najmanje štetila zbog otvorenog pristupa i personalizirane duhovne prakse, nepostojanja stvarne hijerarhije i vjerskih vođa, nepostojanja određenoga fizičkog prostora namijenjenog za izvođenje rituala. Promjenjiva priroda paganske duhovnosti u virtualnoj je domeni iskoristila resurse tog okoliša, kao što bi i u stvarnom svijetu. Prelaskom u virtualnu domenu, problemi s kojim se suočavaju tradicionalni religijski sustavi ne mogu utjecati na pagane jer su rasprostranjeni svugdje po svijetu u malim grupama, oni su inkluzivan pokret.

Paganski pokret temelji se na suživotu s prirodom i svakodnevnom duhovnom životu. Potiču subjektivno poimanje duhovnog života i samostalnu prilagodbu vjerskih praksi. Subjektivni duhovni život podržan je u alternativnim terapijama, praktičnom holizmu i poljoprivredi (Coco 2012). U zajednicama u virtualnoj domeni žele podržati ukupnost paganskog svjetonazora i praksi. Žele podijeliti iskustveno i teorijsko znanje kako bi svi napredovali duhovno bez obzira na pravac. Poticanje individualnoga duhovnog razvoja privlači nove sljedbenike jer raste popularnost samostalnih duhovnih praksi pogotovo kod generacija koje su se rodile u digitalnom dobu.

Virtualne zajednice pagana zapravo su neopaganske zajednice. U virtualnoj domeni se ponašaju kao i drugi *New age* pokreti i zajednice. Inkluzivne su, nude temu za svaku dobnu skupinu, naglašavaju važnost lokalnih zajednica i pomaganja unutar njih, moralne vrijednosti i odnos s prirodom. Zajednice neopagana imaju mogućnost hibridne provedbe praksi. Unutar virtualnih zajednica na raznim medijskim platformama se često prikazuju događaji, radionice i slavlja u kojima novi članovi mogu sudjelovati. Takav način izvođenja utječe na propitkivanje patrijarhalne tradicije i tradicionalno religijska vjerovanja.

Coco (2008) navodi kako je u svom istraživanju primijetila da se pagani, grupe i pojedinci, okupljaju na velikim proslavama i oživljavaju Wegnerove zajednice prakse. Koriste tu priliku da bi se upoznali uživo i pričali o iskustvima, a tijekom godine komuniciraju putem svih društvenih mreža, foruma, blogova u koje se svatko može uključiti jer su pagani iskoristili novi komunikacijski kanal i ne protive se radikalno konzumerizmu zbog prilagodbe na današnji način života, što privlači nove ljude. U daljnjem tekstu spominje dva tipa festivala u Australiji koji se odvijaju godinama. Prvi tip festivala je proslava godišnjih doba, mjesečeve mijene i sl. Namijenjeni su široj javnosti i uključuju prodaju

raznih stvari potrebnih u paganskoj praksi, ali i onih dekorativnih. Iako postoji ritual, radionice i druge aktivnosti; koristi se i prilika za zaradom.

Na primjeru australskih paganskih zajednica nije potvrđeno samostalno prakticiranje rituala. Većina ih prakticira *wiccu* prema Grdneru ili Cunninghamu u kojima postoji hijerarhija unutar zajednice. Kroz radionice i edukacije žele promovirati svoje djelovanje i prikupiti nove aktivne članove na neformalnim druženjima kao što to rade zajednice PiTPark i PiTPub. Okupljaju se u bilo kojem javnom mjestu iako bi prema korijenskoj paganskoj tradiciji trebali poticati kontakt s prirodom. Takva okupljanja služe isključivo promociji, a ne duhovnom razvoju. U virtualnoj domeni narušava se hijerarhija i ideja o kovenu jer se treba pokazati otvorenost prema novim članovima, idejama i pravcima te potaknuti individualni duhovni razvoj. Istraživanje provedeno na takozvanom *Summerlandu* je skup od 20 dubinskih intervjua s članovima paganske zajednica. Motivacija za pokretanje virtualne verzije, ove prilično otvorene grupe vještica, je u ovom slučaju drugačija. Pokretačica grupe i daljnjih okupljanja upoznala se s paganskim ritualom u SAD-u te je zbog manjka takvih grupa u Australiji htjela educirati druge o njihovim praksama bez ograničenja u samostalnom prakticiranju rituala ili ograničavanja pristupa onima koji nisu dio zajednice (Coco 2008).

Problem paganizma u virtualnoj domeni sličan je kao i za mnoge druge životne teme: trivijalizacija, objavljivanje zabavnog sadržaja, promoviranje konzumerizma i površnih objašnjenja kompleksnih filozofskih pitanja. Moral bi trebao biti temelj za daljnji duhovni razvoj i razumijevanje biti samoga paganskog pokreta, a ne unutarnje lažno uvjerenje priklanjanja popularnoj kulturi. U primjerima iz istraživanja vidimo problem prekomjerne promocije i poticanja konzumerizma, velike potrebe za pronalaskom sljedbenika, a to su sve principi koje koriste i tradicionalni religijski sustavi.

Prema Bergerovom (2019) zaključku o vješticama na internetu, one ga koriste da bi istražile i naučile eklektične, ezoterijske i duhovne vještine. Resner i Tiiderger (2020) u svojoj studiji slučaja analize diskursa medijaliziranog nepaganskog sadržaja na Facebooku, proučavaju kako se promoviraju estonske vještice, astrolozi i alternativni liječnici. Zaključili su da je estonskim vješticama, okultističkim i ezoterijskim praktičarima jako bitna interakcija na Facebooku. Prema reakcijama korisnika, algoritmičkom filtriranju, umrežavanju i proučavanju popularnih informacija o ezoterijskim praksama si prilagođuju vlastitu praksu po tržišnoj potražnji. Proučavane grupe su promotivnog karaktera tako da vještice i ostali praktičari preferiraju objavljivati sadržaj na vremenskoj liniji ili komunicirati privatno s

pojedincima kroz Messenger. Istraživanje je pokazalo da si praktičari samostalno dodjeljuju titule (vještica, astrolog, vidovnjak) te da se natječu za dominaciju. Hijerarhija im je bitna zbog reputacije i zarada. U svojim objavama i odgovorima na tuđe objave navode čime se sve bave i kakve sposobnosti imaju. Kroz praćenje objave i istraživanja „tržišta“ promoviraju svoje viđenje neopaganskih vjerovanja i praksi, a ujedno doprinose oblikovanju popularnih tema jer ih moraju pratiti kako bi zadržali autoritet.

Temporalna fleksibilnost dozvoljava vješticama da uslužuju više ljudi paralelno komunicirajući kroz Messenger i kreirajući grupna virtualna događanja što im pomaže u prikupljanju novih klijenata. Čak su i ezoterijske prakse poput astrologije i tarota postale pojednostavljene. Takve prakse se obično rade uživo kroz savjetovanje i seanse koje traju nekoliko sati, kao i metode alternativnog liječenja koje uključuju fizički dodir. U slučaju estonskih vještica na Facebooku ne postoji kvalitetno ezoterijsko savjetovanje nego se usluga i duhovni značaj svode na bezvrijednu afirmaciju ili kratki komentar. Svakako se povećava broj mogućih klijenata kojima treba naputak i savjetovanje jer to nisu htjeli ili mogli potražiti u stvarnom svijetu. Takva interakcija na društvenim mrežama, koja se smatra neopaganskom, mijenja smisao pretkršćanskog paganskog.

## 4. Istraživanje komunikacijske dinamike: Studija slučaja Facebook grupe Paganski krug Hrvatske

Dolazak neopaganskog pokreta u virtualnu domenu i formiranje virtualnih zajednica u obliku grupa na društvenim mrežama koje im pomažu u širenju paganskih načela i filozofije, prilika je za pozitivnu primjenu Wengerovih zajednica prakse koje se temelje na razmjeni iskustva i znanja na didaktičan način. Promjenjiva i inkluzivna priroda paganskih pravaca, danas dobivaju kišobranski naziv neopaganizam. On ujedinjuje raznolika vjerovanja i prakse suprotne od monoteističkih religija. S obzirom na to da potiče inkluziju i raznolikost sadržaja, zanimljivo je proučiti kako funkcioniraju unutar Facebook grupe. Stavlja li se naglasak na specifičnu temu kojom se bave, jesu li više usmjereni u *wiccu* kao najpoznatiji neopaganski pravac koji se zbog stroge hijerarhije razlikuje od originalnog paganizma koji se prakticira ovisno o lokaciji i vlastitim uvjerenjima. Sam naziv Facebook grupe je Paganski krug Hrvatske pa ćemo krenuti od pretpostavke da je zajednica vrlo inkluzivna te da potiče osobni duhovni razvoj bez hijerarhije koju treba poštovati.

Paganski krug Hrvatske ja zajednica koja od sredine 2012. godine pokušava dobiti status vjerske zajednica. Na svojoj mrežnoj stranici navode da su neprofitna organizacija, udruga koja donacijama ulaže u prostor, literaturu i ostalo potrebno članovima. Godine 2013. ušli su u digitalni svijet i osnovali Facebook grupu. Osim što imaju službenu *web* stranicu<sup>14</sup>, imaju službenu Facebook grupu pod nazivom Paganski krug Hrvatske-službena stranica<sup>15</sup> u kojoj se isključivo objavljuje edukativni sadržaj vezan uz paganizam i događanja. Povezani su s grupom Paganski krug Hrvatske<sup>16</sup> koja je namijenjena svim članovima koji žele nešto objaviti. Paganski krug Hrvatske-službena stranica ima 1800 oznaka „svidi mi se“ i 1900 članova, a grupa za komunikaciju članova 3200, zabilježeno 20. kolovoza 2023. Zajednica provodi vjerska okupljanja uživo za paganske manifestacije, edukacije i neobavezna druženja poput planinarenja.

Predstavlja se kao slobodna (eklektička) zajednica neopagana posvećena istraživanju drevne duhovnosti: obožavanja prirode, prirodnih sila i osnovnih polarnosti univerzuma koja okuplja pagane različitih pravaca i tradicija u jednom Krugu, kao ravnopravne sudionike

---

<sup>14</sup> <http://paganski-krug-hrvatske.weebly.com/o-nama.html>

<sup>15</sup> [https://www.facebook.com/PaganskiKrugHrvatske/?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/PaganskiKrugHrvatske/?locale=hr_HR)

<sup>16</sup> <https://www.facebook.com/groups/108972662598176/>

druženja, edukacija i slavlja. Napominju da je hijerarhija u zajednici minimalna, točnije vezana je uz voditelje radionica, također imaju svoj pravilnik ponašanja u vezi objavljivanja sadržaja. Sadržaj mogu objavljivati i članovi, ali samo ako nije promotivan, ne diskriminira i ne zatrpava prostor na vremenskoj crti.

Cilj im je stvoriti zajednicu u kojoj se članovi mogu družiti, napredovati i educirati o paganskoj filozofiji te u budućem djelovanju planiraju zakonski omogućiti obrede prijelaza uz literaturu i pribor potreban za pagansku vjersku praksu. Na službenoj mrežnoj stranici može se pristupiti statutu, etičkom kodeksu, povelji o ljudskim odnosima i povelji o načelima. Njihova temeljna načela su povezanost duha i prirode, poticanje slobode koja se zaustavlja kad može negativno utjecati na druge, individualnost, nevjerovanje u tradicionalne autoritete i dogme, eklekticizam, točnije prihvaćanje raznolikih paganskih praksi, a glavna svrha je podrška članovima, širenje svijesti o paganizmu i stvaranje zajednice.

Komar (2023) provodi fenomenološko istraživanje zajednice. Bazira se na vlastitom iskustvu doživljaja rituala u kojima je sudjelovala i razgovoru s voditeljima rituala i radionica. Prema razgovoru s kazivačima spominje da je prvotno osnovana zajednica imala Starješinsko vijeće od dvanaest članova od kojih su Iolar i Green kao supredsjedatelji imali i ulogu Velikog svećenika i svećenice. Cilj zajednice je bio isti kao i danas. Dorino Manzin pod pandanom Iolar piše *Paganizam u teoriji i praksi* u tri dijela. Udruga je izbrisana iz registra zbog manjka financijskih sredstava. Dva inicijalna člana su 2017. pokrenuli novu zajednicu koja nema hijerarhijsku strukturu, a 2021. su opet ušli u registar udruga. Udruga se formalno naziva Novi krug – udruga za očuvanje i razvoj duhovnih učenja, disciplina i tehnika.<sup>17</sup> Temelje praksu na tradiciji talijanskih vještica; *stregheriji*, koja stavlja naglasak na trostruku prirodu Boginje Majke. *Stregherija* se temelji, prema *Aradia ili Evanđelje vještica* (1899) folklorista Charlesa Godfreyja Lelanda (Rabinovitch 2011), na Vrelu kao izvoru kozmičke energije.<sup>18</sup>

Na profilnoj slici u Facebook grupi imaju simbol drva svijeta. Ne koriste nikakve druge simbole niti ih predstavljaju kao važne za grupu. Iako ih spominju kroz drugi sadržaj, ne može se reći da ih specifičan simbol čini prepoznatljivim ili svrstava u neki neopaganski pravac. Prema objavljenom sadržaju o ritualima, zajedničkim okupljanjima i edukativnom materijalu vidimo da se pretežno usmjeravaju na grčke, rimske i germanske bogove te

---

<sup>17</sup> <https://www.poslovna.hr/lite/novi-krug/1676458/subjekti.aspx> 6

<sup>18</sup> <https://repozitorij.ffzg.unizg.hr/islandora/object/ffzg:9092>



pokušavaju njegovati istinsko paganstvo bez pridavanja puno pažnje *wicci* kao neopaganskom pravcu koji ima izrađenu hijerarhiju.

Komunikaciju unutar grupe su pokušali produbiti putem Messenger grupe u kojoj nude edukacije/radionice osnova paganizma ili upotrebe ljekovitog bilja, a voditelji radionica su dugogodišnji praktičari alternativnih praksi. Messenger grupa nije primaran način komunikacije i poziva na događanja, a trajala je kratko zbog nedovoljne zainteresiranosti za interakcijom pa je pitanje koliko članova grupe zapravo aktivno sudjeluje i na fizičkim događanjima.

Facebook grupa Paganski krug Hrvatske-službena stranica<sup>19</sup> od 1. 5. 2023. do 1. 8. 2023. ima tri objave, od koje su dvije poziv za okupljanje, a jedna izvještaj nakon provedenog događanja. Objava iz 18. 05. 2023. ima 17 oznaka „sviđa mi se“ i nema komentara. Objava iz 23. 6. 2023. ima 111 oznaka „sviđa mi se“ i 13 komentara koji su upiti članova za letak o događanju na koje je pojedinačno administrator odgovorio s objašnjenjem i uputio ih gdje da pošalju email. Objava iz 15. 7. 2023. ima 80 oznaka „sviđa mi se“ i jedan komentar „divota“.

S obzirom na to da ova Facebook grupa ne služi za međusobnu komunikaciju članova i članovi ne mogu objavljivati u grupi, istraživanje će biti provedeno na Facebook grupi Paganski krug Hrvatske.<sup>20</sup> Grupa ima 7 administratora, od kojih troje pripada kategoriji najaktivniji suradnik, što znači da su u 10% članova koji najčešće objavljuju.

#### **4.1. Uzorak**

Na uzorku 133 Facebook objave od 1. 5. 2023. do 1. 8. 2023. napravljena je kvalitativna analiza sadržaja čiji je cilj bio istražiti komunikaciju i aktere koji u njoj sudjeluju. Ovim istraživanjem želi se prikazati kakav je sadržaj objava s obzirom na statut, svrhu i načela udruge, koji sadržaj ima najviše komentara i oznaka „sviđa mi se“, kakva je hijerarhija u grupi, služi li ona promociji određenih aktera ili stvaranju ideološkog sadržaja, koliko je taj sadržaj vezan uz paganske prakse i vjerovanja, a koliko uz druge ezoterijske prakse i neopaganske poput wicce, prelaze li određene prakse u virtualnu domenu. U istraživanju nisu otkrivena imena aktera, nego su korišteni inicijali.

---

<sup>19</sup> [https://www.facebook.com/PaganskiKrugHrvatske/?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/PaganskiKrugHrvatske/?locale=hr_HR)

<sup>20</sup> <https://www.facebook.com/groups/108972662598176/>

U drugom dijelu bit će predstavljene najčešće korištene riječi odnosno pojmovi. Na uzorku od 13 riječi je objašnjen doslovni i simbolični značaj istih.

## **4.2. Metodologija**

Kvalitativna analiza je kategorizirana u 21 tematskih jedinica u 9 kategorija.

Prva kategorija je sadržaj: ona obuhvaća tri tematske jedinice: namjenska podjela sadržaja, tematska podjela sadržaja i podjela sadržaja prema formatu. Cilj prve kategorije je odrediti kakav sadržaj prevladava i postoji li edukativan dio koji služi informiranju onih koji nisu upoznati s neopaganskim praksama.

Druga kategorija, karakteristike neopaganizma prema Grieve (1995): ima jednu tematsku jedinicu koja se zove isto kao kategorija. Cilj je prikazati koliko se objavljenog sadržaja odnosi na zajedničke karakteristike neopaganskih zajednica prema Grieve (1995). Uzeto je četiri od pet karakteristika: feminizma, ekologija, ne-abrahamizam, prednost prakse. Neke objave obuhvaćaju više karakteristika. Cilj je provjeriti koliko se svaka karakteristika simbolično provlači na odabranom uzorku.

Treća kategorija je aktivnost. Ona obuhvaća šest tematskih jedinica: broj komentara i reakcija prema podjeli po formatu, broj komentara i reakcija prema tematskoj podjeli sadržaja, komentari po objavi prema tematskoj podjeli sadržaja, reakcije po objavi prema tematskoj podjeli, komentari po objavi prema podjeli po formatu sadržaja, reakcije po objavi prema podjeli po formatu sadržaja. Cilj druge kategorije je provjeriti koliko su članovi angažirani u komunikaciji – iako se komunikacija svodi na jednostavne komentare koji ne potiču diskusiju, ili oznake emotikonima – koja tema potiče najviše aktivnosti i komentara, kakav format sadržaja je najprimamljiviji, ali i kakav tip sadržaja po namjeni privlači najviše pažnje.

Četvrta kategorija je hijerarhija: obuhvaća tri tematske jedinice: omjer broja objavi administratora i članova, najaktivniji članovi, količina objava administratora i moderatora. Cilj je istražiti postoji li hijerarhija unutar grupe i u stvarnosti, poštuje li grupa svoje odredbe koje napominju da unutar zajednice postoji minimalna hijerarhija te se odnosi na voditelje radionica koji mogu biti administratori, ali i članovi grupe.

Peta kategorija su reakcije: ima jednu tematsku jedinicu i odnosi se na broj reakcija na sadržaj koji objavljuju najaktivniji suradnici bez obzira na to jesu li administratori. Cilj je provjeriti koliko reakcija odlazi na sadržaj koji objavljuju najaktivniji članovi i kakve su te reakcije.

Šesta kategorija je promocija: ima jednu tematsku jedinicu: promocija usluga i djelovanja. Promocija se odnosi na promocije vlastitih djelatnosti, ezoterijskih praksi jer se uzimaju u obzir prethodna istraživanja promocije ezoterijski djelatnosti, alternativnih terapija i magijskih rituala unutar grupa na društvenim mrežama prema kojima se pokazalo da si pojedinci samostalno daju titulu poput vidovnjaka i astrologa te nude svoje usluge kroz komentar i objave. Ova Facebook grupa ne dozvoljava promociju djelatnosti kao da je proizvod. Ono što dozvoljava je predstavljanje edukativnog sadržaja i vlastitih iskustava iz prakse.

Sedma kategorija je identitet: sastoji se od dvije tematske jedinice, prva se odnosi na uloge i titule, a druga se naziva konzumerizam. Uloge i titule se odnose na samostalno dodjeljivanje uloga poput astrolog, vještica i sl. Odnosi se i na nazivanje drugih članova nekom titulom. Cilj je provjeriti koliko si članova direktno ili indirektno dodjeljuje titulu te da li se međusobno nazivaju nekom titulom. Tematska jedinica konzumerizam bavi se prikazom stvari potrebnih za pagansku praksu bez obzira na to je li to samo preporuka literature ili je alat za praksu, dekoracija i alat iz kućne radinosti ili se pak sugerira na kupnju nečeg u prodavaonicama.

Osma kategorija su neopaganske prakse: sastoji se od dvije tematske jedinice virtualna i eksterna domena te slavlja i ostale prakse. Cilj je prikazati koliki postotak objava odlazi na prikaz paganskih rituala i slavlja s naglaskom na ezbat i sabat kao najvažnije. Druga tematska jedinica služi kao provjera o potencijalnom postojanju praksi koje su prešle u virtualnu domenu.

Deveta kategorija je komunikacija: sastoji se od dvije tematske jedinice: sudjelovanje u komunikaciji i broj objava s negativnom konotacijom. Cilj ove kategorije je provjeriti stupanj inkluzivnosti i utvrditi postoji li zaista pokretanje diskusije o kompleksnim filozofskim pitanjima. Komentari s negativnom konotacijom trebali bi odgovoriti na pitanja o diskriminaciji određenih pravaca, pojedinaca ili institucionalizirane religije, kako to rade sekte.

Drugi dio istraživanja, analiza najčešće korištenih riječi, odnosno pojmova uključuje objašnjenje doslovnog značenja riječi, mitološko-religijskog i astrološkog te će se pokušati protumačiti simboličko značenje u kontekstu objavljenog sadržaja. Pojmovi će biti navedeni abecednim redom i vezani su uz najpopularnije teme unutar proučavane Facebook grupe. Pojmovi su često vezani jedni uz druge. Jer se u neopaganskim pravcima koriste kombinacije vjerovanja i praksi pa se predstavlja simbolički značaj pojma kojeg je moguće shvatiti na više razina.

### 4.3. Cilj istraživanja

Analizom sadržaja pokušat će se odgovoriti na sljedeća pitanja:

- Je li Facebook grupa Paganski krug Hrvatske dobar primjer zajednica praksi?
- Je li sadržaj koji se objavljuje edukativan?
- Postoje li prakse koje su prešle iz stvarnosti u virtualni prostor?
- Služi li Facebook grupa isključivo za komunikaciju i obavijesti, točnije poticanje veće aktivnosti kad nema fizičkih okupljanja?
  - Je li sličnija sekti ili *New age* vjerskoj zajednici?
  - Je li sadržaj u neopaganističkom duhu ili se pokušava objasniti drevno paganstvo?
    - Postoje li formalni vođe zajednice?
    - Mogu li članovi predstavljati svoje misli i iskustva i djelatnosti?
    - Je li si članovi samostalno daju uloge poput vještica, astrolog i sl.?
    - Kakve su reakcije na objave najaktivnijih članova?
    - Postoji li diskriminacija određenih pravaca i praksi?
    - Postoji li diskriminacija institucionaliziranih religija?
    - Postoji li etnička, vjerska ili bilo kakva diskriminacija prema identitetu?
    - Postoji li ezoterijska praksa koja prevladava u objavama?
    - Pokazuju li članovi interes za prakticiranje i učenje?
    - Je li iz sadržaja moguće uočiti formiranje snažnog paganskog identiteta?
    - Je li iz sadržaja moguće uočiti formiranje snažnog zajedničkog identiteta?
    - Prikazuju li objave provedbu druženja i rituala u stvarnom svijetu?
    - Naglašavaju li se određeni bogovi i boginje koji se spominju u objavama?

Cilj drugog djela istraživanja, analize najčešće korištenih riječi je predočiti u kojem se kontekstu koriste odabrane riječi, odnosno pojmovi, u duhu značenja simbolizma. Simbolizam je obilježje teološke, egzegetske, filozofske i estetičke škole prema kojem nije moguće odrediti objektivno značenje umjetničkog djela ili duhovnog teksta nego samo subjektivno na razini vlastitog mišljenja. (Chevalier i Gheerbrant 2007: 18). Pojmovi će se objasniti u doslovnom značenju riječi, mitološko-religijskom i astrološkom te će se pokušati protumačiti simboličko značenje u kontekstu objavljenog sadržaja čime se cilja na predstavlja nekoliko razina mogućeg shvaćanja objave.

Prema prikupljenim podacima pokušat će se potvrditi sljedeće hipoteze:

H0: Facebook grupa Paganski krug Hrvatske je edukativno karaktera i ima ulogu paganske vjerske zajednice koja promiče paganske vjerske prakse i filozofiju.

H1: Grupa u velikoj mjeri spominje popularne ezoterijske prakse koje nisu nužno vezane za paganizam, poput astrologije.

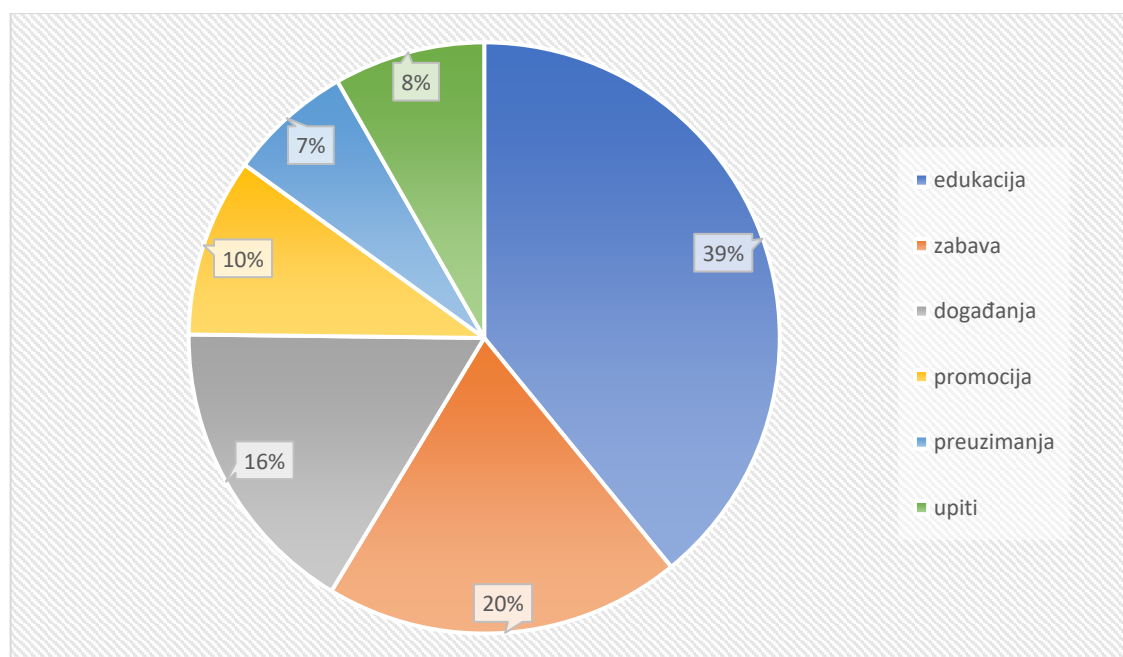
H2: Kroz Facebook grupu promovira se rad određenih aktera, koji su indirektno na hijerarhijski višem položaju.

H3: Neki od administratora grupe su akteri koji ovim putem promoviraju svoju ezoterijsku djelatnost, točnije promoviraju sebe.

## 4.4. Kvalitativna analiza sadržaja

### 4.4.1. Sadržaj: Namjenska podjela objava

Grafikon 4.4.1. prikazuje 133 objave podijeljene u 6 kategorija: edukacija, zabava, događanja, promocija, preuzimanja, upiti – kako bi se utvrdilo koju svrhu ima objavljeni sadržaj.



Grafikon 4.4.1. Omjer broja objavi prema namjenskoj podjeli sadržaja

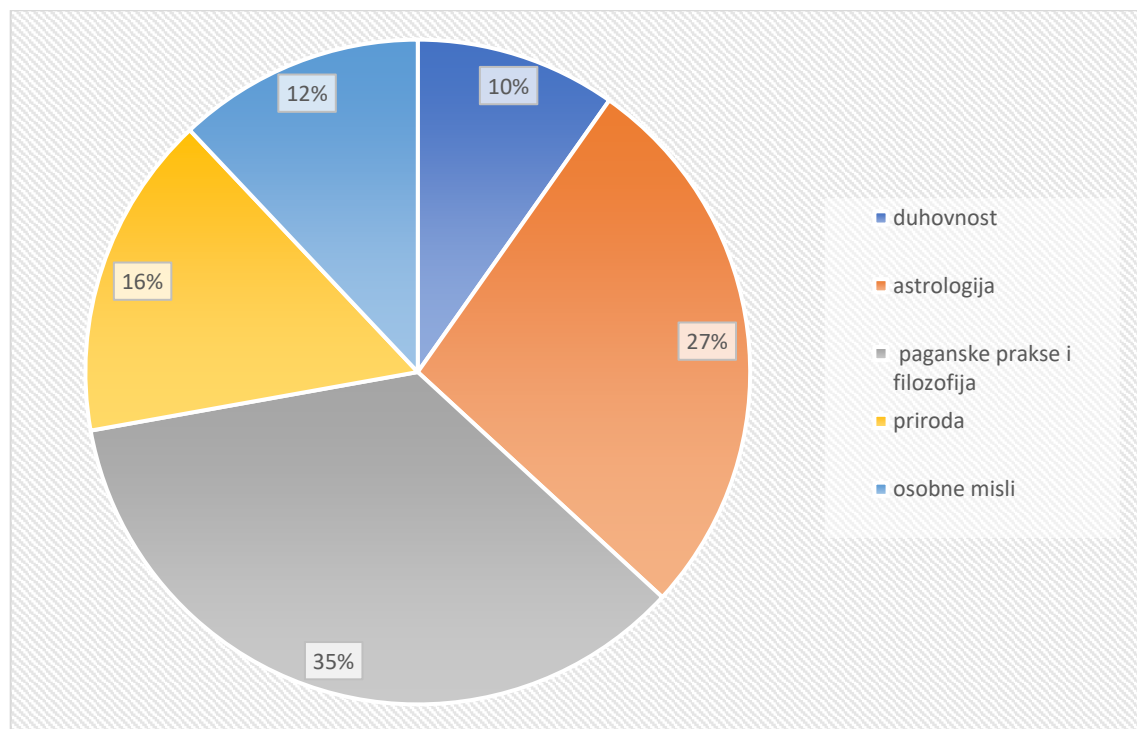
Prema prikupljenim podacima, 52 od 133 objave su edukativnog karaktera, što iznosi 39%. Pod edukativno se ubrajaju objave s duljim tekstom u produkciji nekog od administratora i članova o mitologiji, astrologiji, duhovnosti, ezoterijskim praksama i vjеровanjima. Zatim slijede objave o najavi događanja u zajednici i provedenim događanjima, njih je 26 od 133, što iznosi 20%, potom objave zabavnog karaktera koje nemaju nikakvu edukativnu vrijednost, to su objave fotografija i humorističnih prikaza, njih je 22 od 133, odnosno 16%.

U objave promotivnog karaktera ubrajaju se preporuke knjiga, pribora za vjersku praksu, promocija usluga, rituala i sl., njih je bilo 13 od 133 što iznosi 10%.

U upite su uračunate i objave kojima članovi traže pomoć ostalih zainteresiranih, 11 od 133 objava pripada ovoj kategoriji što iznosi 8%. Najmanji postotak zauzimaju preuzimanja, pod čime se misli na sadržaj izvan Facebooka, tekstove s drugih mrežnih mjesta. Takvih objava ima 9 od 133, odnosno 7%.

#### 4.4.2. Sadržaj: Tematska podjela objava

Grafikon 4.4.2. prikazuje objave tematski podijeljene u 5 kategorija: duhovnost, astrologija, paganske prakse i filozofija, priroda, osobne misli. Cilj je utvrditi koje teme se najčešće objavljuju.



Grafikon 4.4.2. Omjer broja objavi prema tematskoj podjeli sadržaja

Iz prikupljenih podataka vidljivo je da najveći postotak tema možemo pripisati nekom paganskom pravcu u koje pripadaju rituali, vjerovanja, filozofija, etnologija i sl., 47 od 133 objave tematski pripada u ovu kategoriju što zauzima malo više od trećine, odnosno 35%.

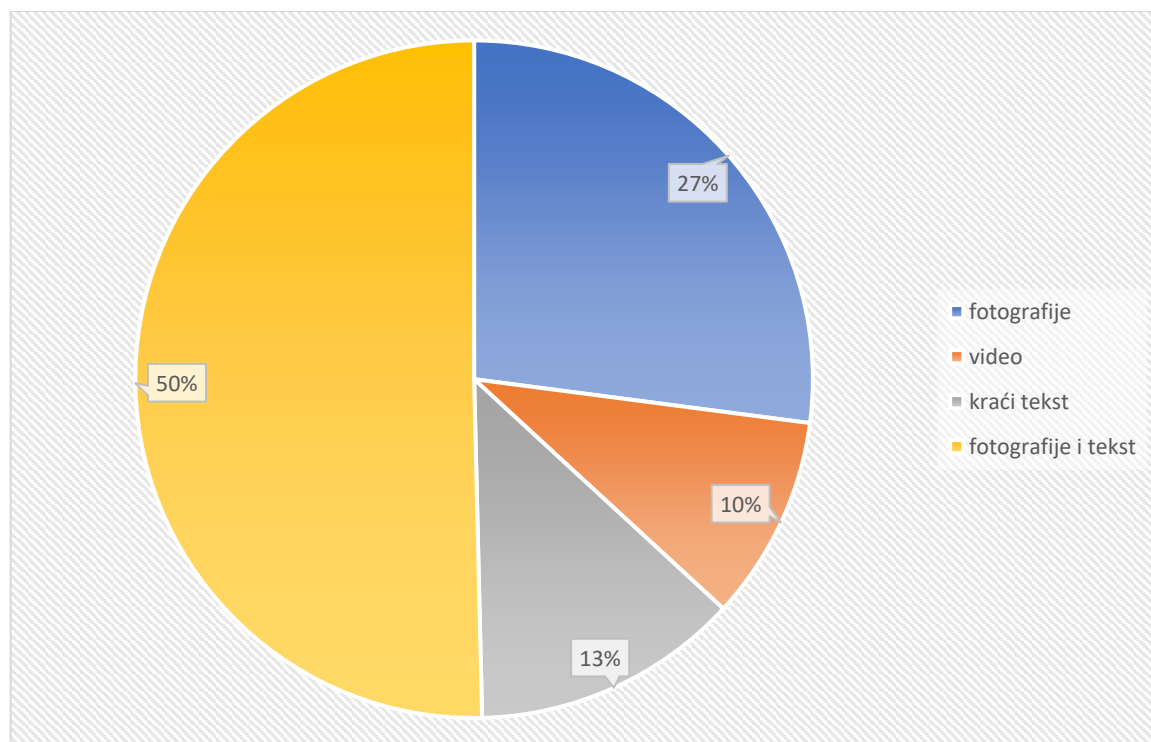
Zatim slijedi tema astrologija s 36 od 133 objave, odnosno 27%, što je nešto manje od trećine. Ukupno 21 od 133 objava na temu je prirode, što iznosi 16%.

Pod osobne misli ubrajaju se objave članova koji javno dijele svoja iskustva, stanja, potrebe i sl. Takvih objava ima 16 od 133, točnije 12%.

Objava na teme duhovnosti je najmanje, 13 od 133, ukupno 10%. Pod duhovnost se misli na teme koje govore o napretku nevezanom uz vjerske pravce nego na osobni samorazvoj s vlastitim praksama i mislima.

### 4.4.3. Sadržaj: Podjela sadržaja prema formatu

Grafikon 4.4.3. prikazuje u kojem je formatu objavljen sadržaj, a podijeljen je u 5 kategorija: fotografije, video, kraći tekst, fotografija + dulji tekst.



Grafikon 4.4.3. Omjer broja objavi prema podjeli sadržaja po formatu

Prema prikupljenim podacima možemo vidjeti da je najčešći format dulji tekst uz fotografije, 67 od 133 objave su ovog formata, što iznosi 50% objavljenog sadržaja u odabranom periodu.

Pod fotografije se smatra skup fotografija, fotografije koje imaju uz sebe kratku riječ, naziv, rečenicu, izreku i sl., ima dekorativnu svrhu, a 36 od 133 objave se nalazi u ovoj kategoriji, što zauzima 27%.

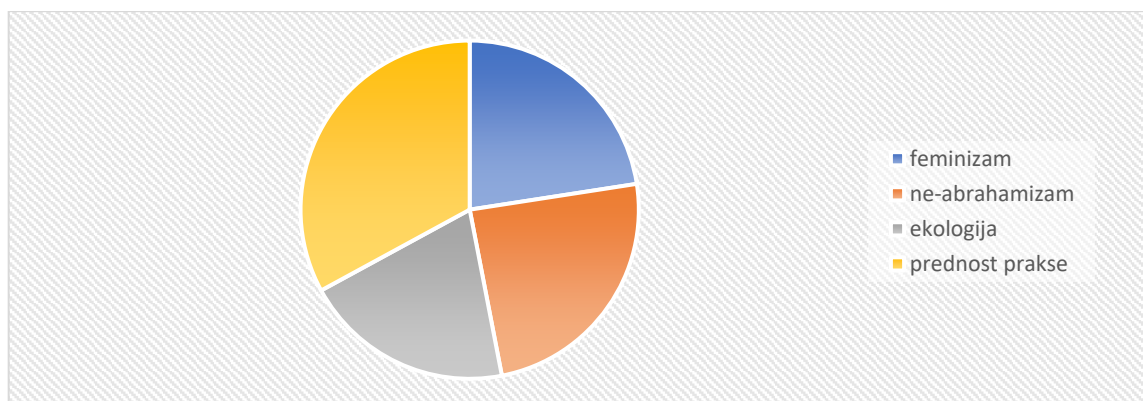
Zatim slijedi format kraćeg teksta. To su najčešće upiti i objave članova koji nisu administratori. Ima ih ukupno 17 od 133, što iznosi 13%.

Video format se odnosi na *reel* s događanja u zajednici ili osobnu objavu nekog od članova, glazbu i edukativni video s YouTubea, ima ih 13 od 133, točnije 10%.



#### 4.4.4. Karakteristike neopaganizma prema Grieve (1995)

Grafikon 4.4.4. prikazuje koliko objava je feminističke naravi, praktične, ekološke, ne-abrahamske prema Grieve (1995)

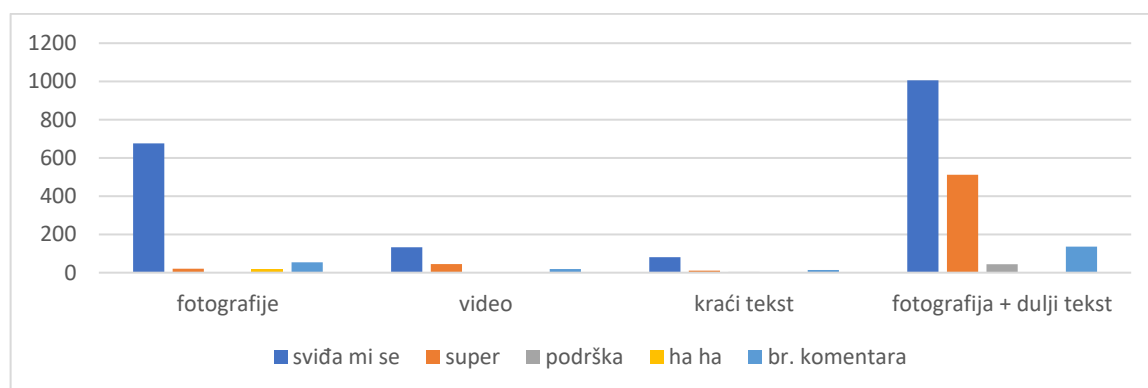


Grafikon 4.4.4. Prikaz omjera objavi prema podjeli prema Grieve (1995)

S obzirom na to da neke objave imaju više karakteristika, govorit će se koliko postotak zauzima svaka kategorija. Prema prikupljenim podacima karakteristika ekologije se primjećuje na 33 objave, odnosno 20% ukupnog sadržaja. Zatim slijedi feminizam s 37 objava, odnosno 23%, Ne-abrahamizam se provlači kroz 40 objava, odnosno 24% ukupnog sadržaja. Najviše objava uklapa karakteristiku prednost prakse, a to je 54 objave, točnije 33%

#### 4.4.5. Aktivnost: Broj komentara i reakcija prema podjeli po formatu

Grafikon 4.4.5. prikazuje ukupni broja komentara i reakcija (podijeljenih na „sviđa mi se“, „super“, „ha ha“) za svaku prethodno navedenu kategoriju formata sadržaja: fotografije, video, kraći tekst, fotografije + dulji tekst.

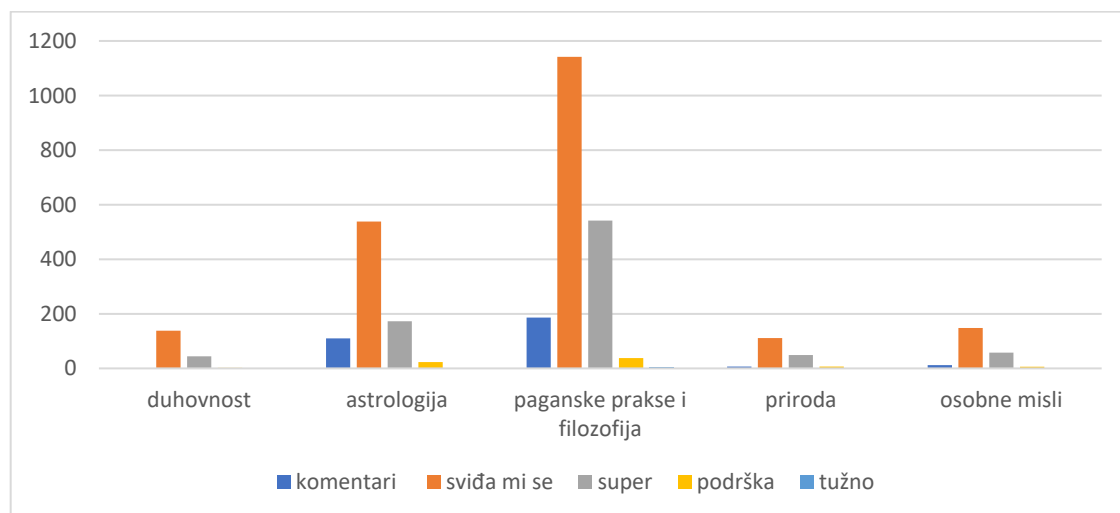


Grafikon 1.4.5. Broj komentara i reakcija prema podjeli sadržaja po formatu

Prema prikupljenim podacima, format sadržaja fotografija i dulji tekst kao najpopularniji format ima najveći broj komentara i reakcija, 1006 oznaka „sviđa mi se“, 512 oznaka „super“, 136 komentara na objavljeni sadržaj i 44 oznake „podrška“. Zatim slijedi format fotografija sa 676 oznaka „sviđa mi se“, 54 komentara, oznake „ha ha“ i „super“ imaju po 21 reakciju zasebno dok „podrška“ broji dvije reakcije. Kategorija video nalazi se na trećem mjestu i ima 133 oznake „sviđa mi se“, 54 „super“ i 19 komentara. Kraći tekst ima 81 oznaku „sviđa mi se“, 14 komentara, 11 oznaka „super“ i 4 oznake „podrška“.

#### 4.4.6. Aktivnost: Broj komentara i reakcija prema tematskoj podjeli sadržaja

Grafikon 4.4.6. prikazuje ukupan broj komentara i reakcija („sviđa mi se“, „super“, „podrška“, „tužno“) prema tematskoj podjeli sadržaja: duhovnost, astrologija, paganske prakse i filozofija, priroda i osobne misli



Grafikon 4.4.6. Broj komentara i reakcija prema tematskoj podjeli sadržaja

Prema prikupljenim podacima, tema paganske prakse i filozofija ima najveći broj reakcija i komentara, što uključuje 1142 oznake „sviđa mi se“, 542 oznake „super“, 186 komentara, 36 oznaka „podrška“ i pet oznaka „tužno“. Zatim slijedi tema astrologija s 538 oznaka „sviđa mi se“, 173 „super“, 110 komentara i 23 oznake „podrška“. Sljedeća je tema duhovnost sa 138 oznaka „sviđa mi se“, 44 oznake „super“, dvije oznake „podrška“ i jednim komentarom. Predzadnja tema je osobne misli i ima 148 oznaka „sviđa mi se“, 58 oznaka „super“, šest oznaka „podrška“ i 12 komentara. Zadnja je priroda sa 111 oznaka „sviđa mi se“, 49 oznaka „super“, sedam oznaka „podrška“ i sedam komentara.

#### 4.4.7. Aktivnost: Komentari po objavi prema tematskoj podjeli sadržaja

Tablica 4.4.7. prikazuje prosjek ukupnog broja komentara na objavljenom sadržaju prema tematskoj podjeli. Ukupan broj je prikazan na Grafikonu 4.4.5.

TEMA	DUHOVNOST	ASTROLOGIJA	PAGANSKE PRAKSE I FILOZOFIJA	PRIRODA	OSOBNNE MISLI
Br. objava	13	36	47	21	16
Br. komentara	1	110	186	7	12
Br. komentara po objavi	0.07	3.05	3.95	0.33	0.75

Tablica 4.4.7. Prosječan broj komentara prema tematskoj podjeli sadržaja

Iz priloženog se može vidjeti da najveći prosjek broja komentara po objavi ima tema paganske prakse i filozofija, što iznosi 3.95, zatim tema astrologija s 3.05 komentara po objavi, slijedi kategorija osobne misli s 0.75 komentara po objavi, priroda s 0.33 komentara po objavi, a kategorija duhovnost ima 0.07 komentara.

#### 4.4.8. Aktivnost: Reakcije po objavi prema tematskoj podjeli sadržaja

Tablica 4.4.8. prikazuje prosjek ukupnog broja komentara na objavljenom sadržaju prema tematskoj podjeli. Ukupan broj je prikazan na Grafikonu 4.4.5.

TEMA	DUHOVNOST	ASTROLOGIJA	PAGANSKE PRAKSE I FILOZOFIJA	PRIRODA	OSOBNNE MISLI
Br. objava	13	36	47	31	16
Br. reakcija	184	734	1727	167	212
Br. reakcija po objavi	14.1	20.38	36.74	5.38	13.25

Tablica 4.4.8. Prosječan broj reakcija prema tematskoj podjeli sadržaja

Iz priloženog se može vidjeti da najveći prosjek broja reakcija po objavi ima tema paganske prakse i filozofija i iznosi 36.74, zatim astrologija s 20.38, duhovnost s 14.1

reakcija po objavi, osobne misli s 13,25, dok najmanje reakcija po objavi ima tema priroda s 5.38.

#### **4.4.9. Aktivnost: Komentari po objavi prema podjeli po formatu sadržaja**

Tablica 4.4.9. prikazuje prosjek ukupnog broja komentara prema podjeli sadržaja po formatu, prema prikupljenim podacima prikazanim na Grafikonu 4.4.6.

<b>FORMAT</b>	<b>FOTOGRAFIJE</b>	<b>VIDEO</b>	<b>KRATKI TEKST</b>	<b>FOTOGRAFIJE + TEKST</b>
<b>Br. objava</b>	36	13	17	67
<b>Br. komentara</b>	54	19	14	136
<b>Br. komentara po objavi</b>	1.5	1.46	0.82	2.02

*Tablica 4.4.9. Prosječan broj komentara prema podjeli sadržaja po formatu*

Najveći prosjek komentara prema podjeli sadržaja po formatu imaju fotografije + dulji tekst, to je najpopularniji format i prosječan broj komentara po objavi je 2.02. Zatim slijedi format fotografije s 1.5, video s 1.46 dok najmanje komentara po objavi dobiva format kratkog teksta.

#### **4.4.10. Aktivnost: Reakcije po objavi prema podjeli po formatu sadržaja**

Tablica 4.4.10. prikazuje prosjek ukupnog broja reakcija prema podjeli sadržaja po formatu, prema prikupljenim podacima prikazanim na Grafikonu 4.4.6.

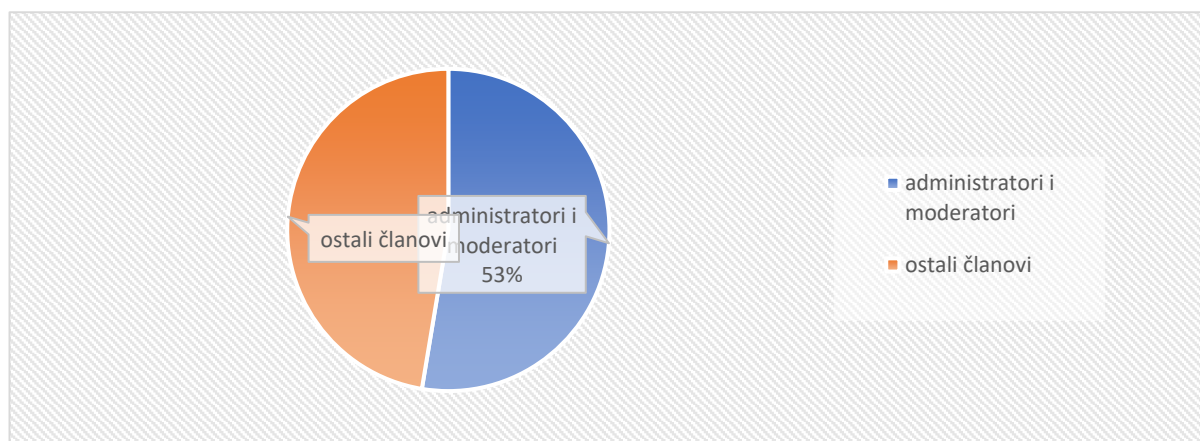
<b>FORMAT</b>	<b>FOTOGRAFIJE</b>	<b>VIDEO</b>	<b>KRATKI TEKST</b>	<b>FOTOGRAFIJE + TEKST</b>
<b>Br. objava</b>	36	13	17	67
<b>Br. reakcija</b>	718	178	92	1581
<b>Br. reakcija po objavi</b>	19.9	13.69	5.41	23.59

*Tablica 4.4.10. Prosječni broj reakcija prema podjeli sadržaja po formatu*

Iz priloženog se vidi da najveći prosječan broj reakcija po formatu dobivaju fotografija + duži tekst što iznosi 23.59, zatim format fotografija 19.9, slijedi video format s 13.69 dok je posljednji format kratkog teksta i iznosi 5.41.

#### 4.4.11. Hijerarhija: omjer broja objava administratora i članova

Grafikon 4.4.11. prikazuje koliko su objava na odabranom uzorku objavili: administrator moderator, 2. ostali članovi.

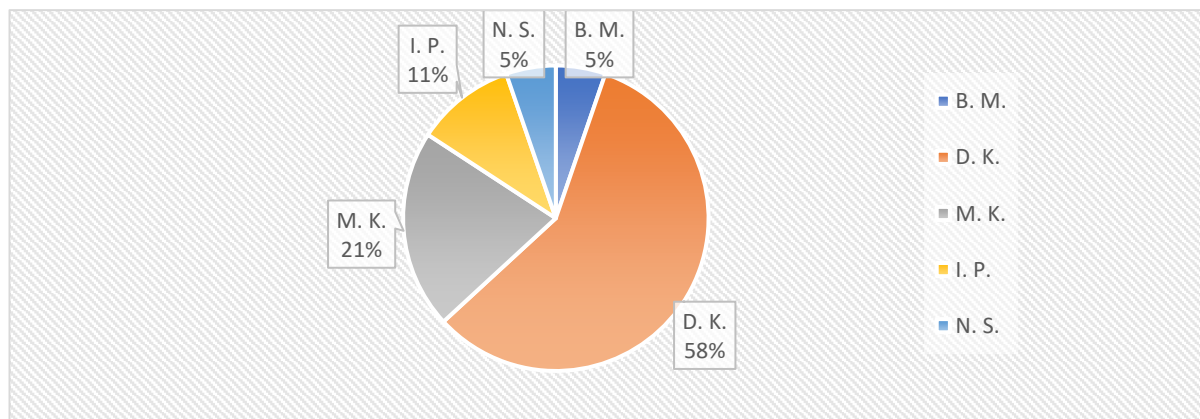


Grafikon 4.4.11. Omjer broja objava administratora i članova

Prema prikupljenim podacima može se utvrditi da su u praćenom periodu gotovo jednak omjer sadržaja objavili administrator, moderator i ostali članovi. Od 133 objave, 70 objava pripada administratoru i moderatoru grupe, što iznosi 53% dok su 63 objava objavili ostali članovi, što iznosi 47% ukupnog broja objava.

#### 4.4.12. Hijerarhija: najaktivniji članovi

Grafikon 4.4.12. prikazuje koliko objava pripada članovima (najaktivniji suradnici) pojedinačno. U periodu od 1.5.2023. do 1.8.2023. ukupno je 17 objava članova (najaktivnijih urednika). Članovi koji su objavili sadržaj: 1. B. M., 2. D. K., 3. M. K., 4. I. P., 5. N. S.

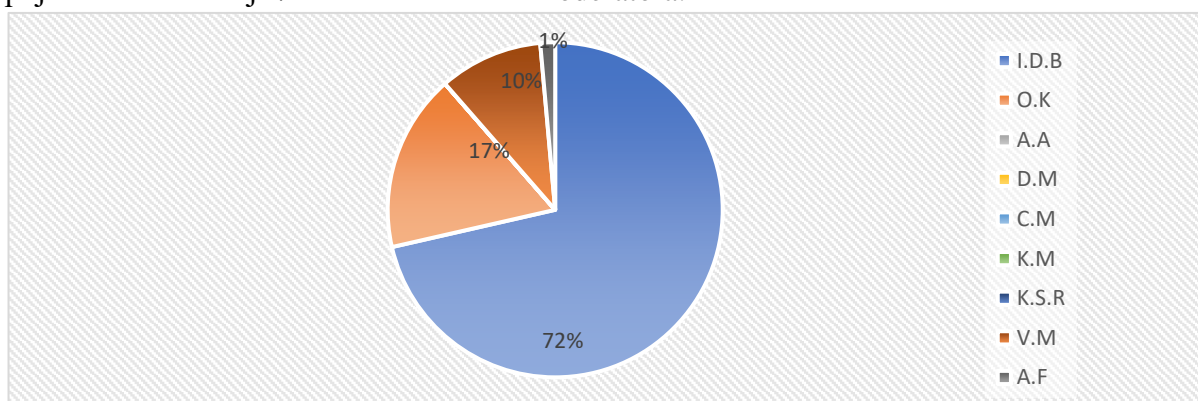


Grafikon 4.4.12. Omjer broja objava najaktivnijih članova i administratora

Prema prikupljenim podacima može se vidjeti da član grupe D. K. ima najveći broj objava, 11 od 17, što iznosi 58%. Zatim slijedi član M. K. s 4 od 17 objava, što iznosi 21% pa I. P. s 4 od 17, odnosno 11%, dok N. S. i B. M imaju svatko po 1 objavu od 17, što je 5%.

#### 4.4.13. Hijerarhija: količina objava administratora i moderatora

Grafikon 4.4.13. prikazuje koliki broj objava dolazi od svakog administratora pojedinačno. Postoji 7 administratora i 2 moderatora:

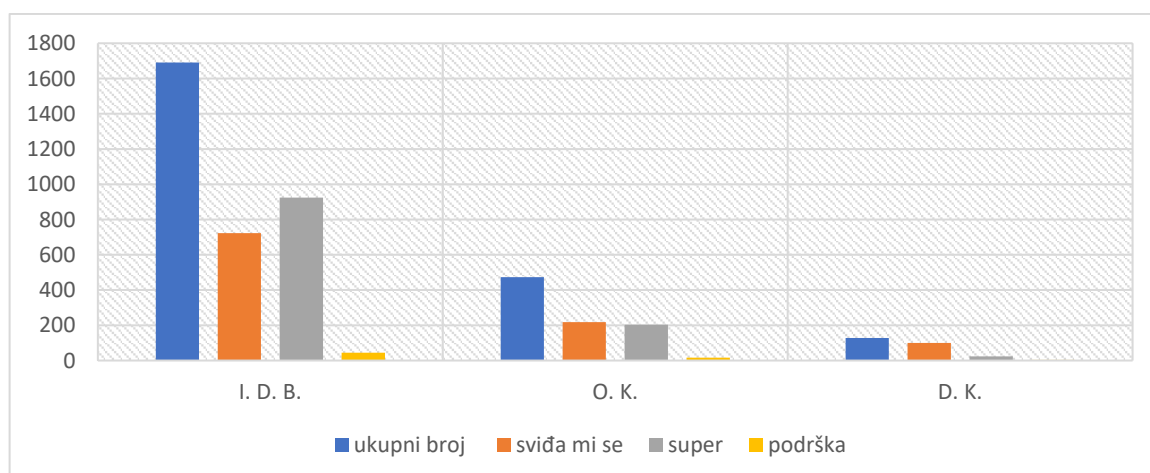


Grafikon 4.4.13. Omjer broja objava administratora i moderatora

Prema prikupljenim podacima može se vidjeti da od 70 objava koje dolaze od administratora najveći postotak pripada I. D. B., s 50 od 70, što zauzima 72%, O. K. ima 12 objava, što iznosi 17%, a V. M. 7 od 70, odnosno 10%. A. F. ima samo jednu objavu dok A.A, D. M. , C. M. , K. .M. i K. S. R. nisu ništa objavili.

#### 4.4.14. Reakcije

Grafikon 4.4.14.1. prikazuje ukupni broj reakcija, tri najzastupljenije oznake(, na objave tri najaktivnija suradnika i administratora (I. D. B., O. K., D. K.) s obzirom na ukupni broj objava istih navedenih u grafikonu 4.4.12. dodaje se tablica 4.4.15.



Grafikon 4.4.14.1. Broj reakcija na objave najaktivnijih reakcija i članova.

Iz prikazanih podataka možemo uočiti da najviše reakcija pripada objavama I. D. B., odnosno 1691, od kojih se 723 reakcije odnose na oznaku „sviđa mi se“, 924 na oznaku „super“ i 44 na oznaku „podrška“. Zatim slijedi O. K s ukupno 473 reakcije, od kojih je 218 „sviđa mi se“, 203 „super“ i 16 „podrška“. Najmanji broj reakcija ima D. K. , ukupni broj reakcija je 128, od kojih je 100 oznaka „sviđa mi se“, 24 „super“ i 4 oznake „podrška.“

Tablica 4.4.14.2. prikazuje prosjek broja reakcija prema objavama prema Grafikonu 4.4.13.

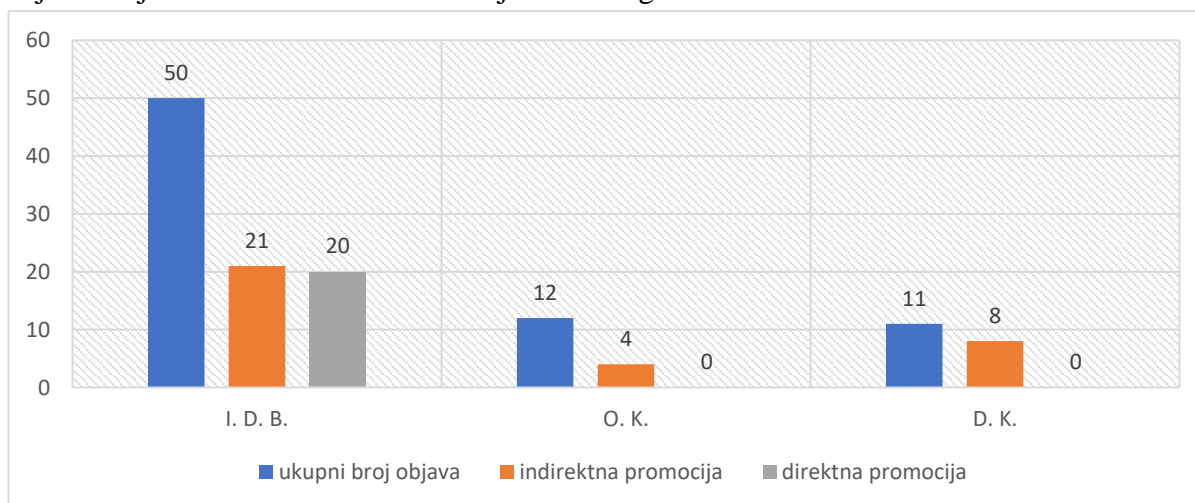
	I.D. B.	O. K.	D. K
Br. objava	50	12	11
Br. reakcija	1691	473	128
Br. reakcija po objavi	33.82	39.41	11.63

Tablica 4.4.14.2. Broj reakcija po objavi najaktivnijih suradnika

Prema prosječnom broju reakcija po objavi se vidi da O. K. ima 39.41 reakciju po objavi, zatim slijedi I. D. B. sa 33.82. Najmanji broj reakcija po objavi ima D. K., što iznosi 11.63.

#### 4.4.15. Promocija: Promocija usluga i djelovanja

Grafikon 4.4.15. prikazuju koliki broj objava služi indirektnoj ili direktnoj promociji njihova djelovanja i usluga. Dva su najaktivnija administratora I. D. B. i O. K., a najaktivniji član D. K. U obzir su uzete objave koji samostalno objavljuju. Cilj je zaključiti može li se iz objava vidjeti bave li se nekom ezoterijskom uslugom.

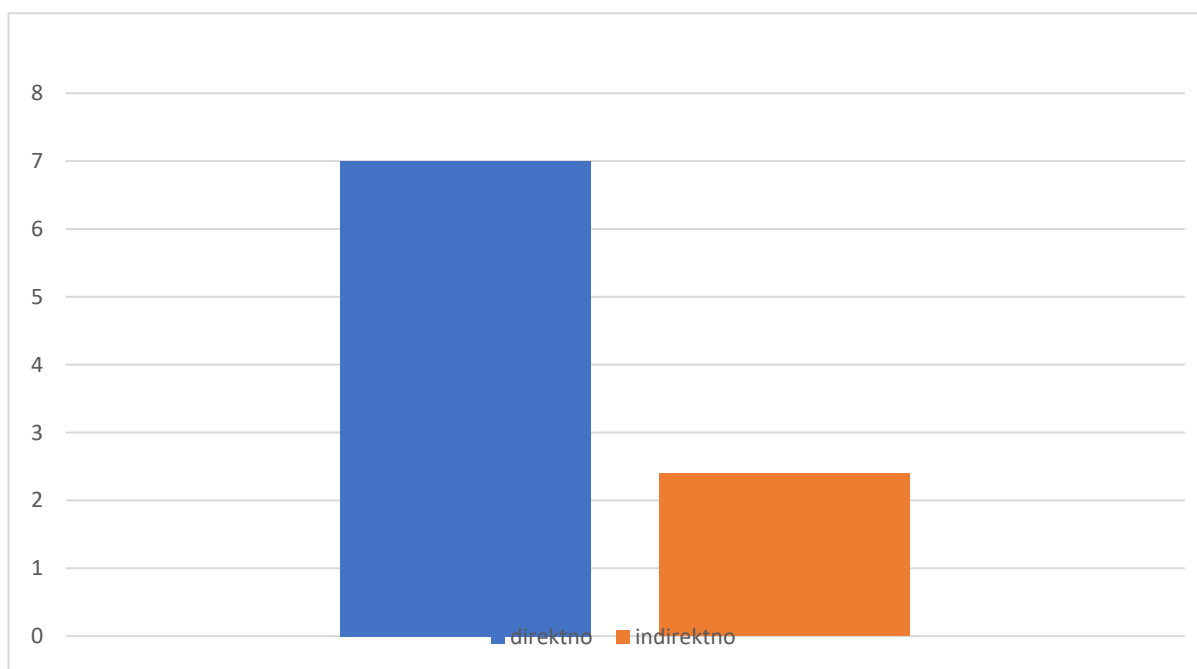


Grafikon 4.4.15. Omjer broja objava promotivnog karaktera na uzorku tri najaktivnija člana

Prema prikupljenim podacima možemo vidjeti da D. K. i O. K. ne objavljuju sadržaj kojim direktno promoviraju svoju uslugu, edukaciju i sl. dok I. D. B. direktno promovira svoje astrološke usluge u 20 od 50 objava, točnije (40%) tih objava sadrži kontakt na Instagram profilu, a 21 od 50, (41%) objava se odnosi na temu astrologije, točnije indirektnu promociju. Ostalih 9 od 50 objava, odnosno (19%) ne služi promociji djelatnosti kojom se bavi. Od ukupnog uzorka objava, 30. 8% odlazi na direktnu ili indirektnu promociju astrološke usluge I. D. B.. O. K. svim objavama u odabranom periodu zauzima 9% uzorka, a od tog je indirektna promocija edukativnog sadržaja 3% ukupnog uzorka. D. K. zauzima 8% od ukupnog objavljenog sadržaja i 6% na moguću indirektnu promociju edukativnog sadržaja

#### 4.4.16. Identitet: Titule

Grafikon 4.4.16. prikazuje koliko puta si na ukupnom uzorku objava netko direktno ili indirektno dodjeljuje titule vještica i astrolog s obzirom tematsku zastupljenost sadržaja.



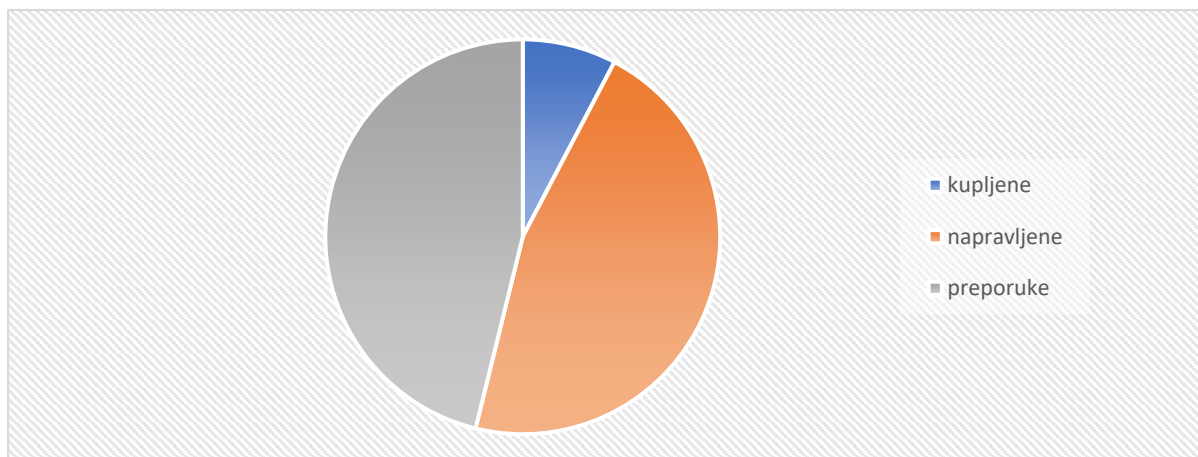
*.Grafikon 4.4.16. Broj dodijeljenih titula*

Prema prikupljenim podacima se uočava da na ukupnom uzorku od 133 objave ima sedam, objava se direktno dodijeljenim titulama, što iznosi 5.26%, a indirektno dodijeljenih titula je 26, točnije 19.55%. od ukupnog broja objavi.



#### 4.4.17. Identitet: Konzumerizam

Grafikon 4.4.17. prikazuje koliko se objava na uzorku od 133 odnosi na fotografije stvari praktično paganske ili dekorativne namjene (bile one kupljene, posuđen/preporučene ili samostalno napravljene).

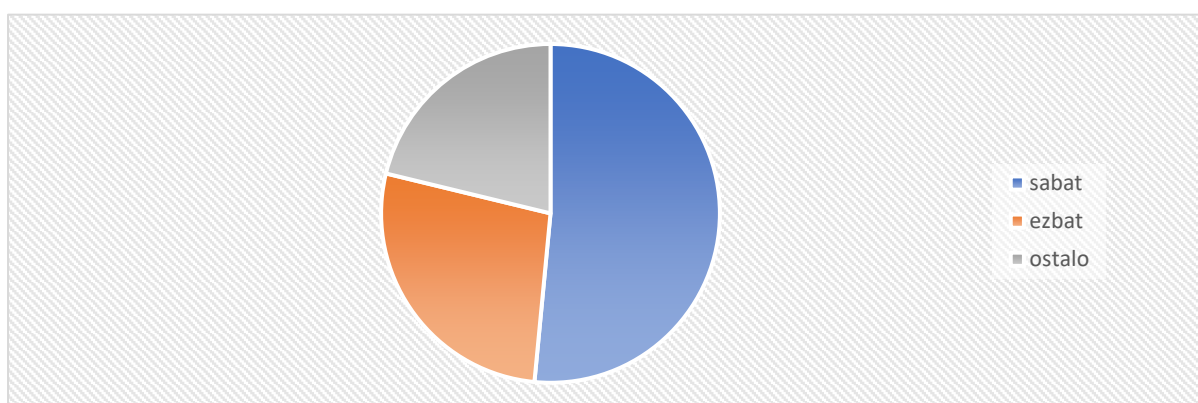


Grafikon 4.4.17. Omjer broja stvari u vlastitoj izradi, kupljenih dekoracija i preporuka

Ukupni broj objava vezan uz kategoriju konzumerizma je 13 od 133. Što iznosi 9.77% od ukupnog broja objava. Prema prikupljenim podacima jedna od 13 objava se odnosi na dekorativnu stvar kupljenu u trgovini. Što zauzima 0.07% konzumerističkih objava i 0.007% od ukupnog uzorka od 133 objave. Kategorija kupljene stvari isto kao i kategorija napravljene zauzimaju 46% konzumerističkih objava. Ima ih šest u svakoj kategoriji, a na ukupnom broju od 133 objave pojedinačno zauzimaju 0.45% objavljenog sadržaja.

#### 4.4.18. Neopaganske prakse: Slavlja i ostale prakse

Grafikon 4.4.18. prikazuje koliki objava je vezano uz pozive, predstavljanja izvođenje paganskih slavlja (sabati i ezbat) i ostalih praksi i edukacija.

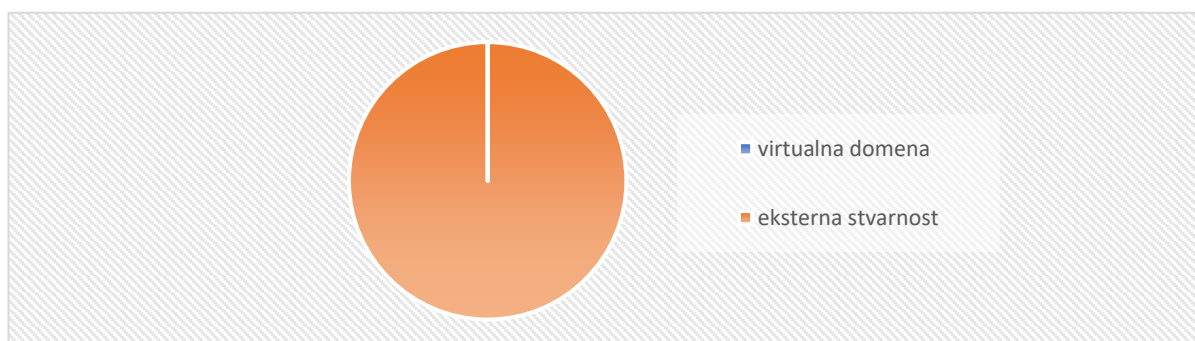


Grafikon 4.4.18. Omjer broja sabata, ezbata, ostalih praksi i edukacija

Prema prikupljenim podacima 33 objave od ukupnog uzorka 133 se odnosi na sabate, ezbate i ostale prakse i edukacije, što iznosi 2.5% od ukupnog objavljenog sadržaja. Sabat ima 17 objava, odnosno 52% što je 1.28% od ukupnog uzorka. Ezbat ima devet objava, 27%, što je 6.76% od ukupnog broja objava. Ostale prakse zauzimaju 21%, sedam objava, što je 5.26% od ukupnog broja.

#### 4.4.19. Neopaganske prakse: Virtualna i eksterna domena

Grafikon 4.4.19. prikazuje koliko se od ukupnog broja praksi i edukacija se izvodi u virtualnoj domeni, a koliko u eksternoj stvarnosti.

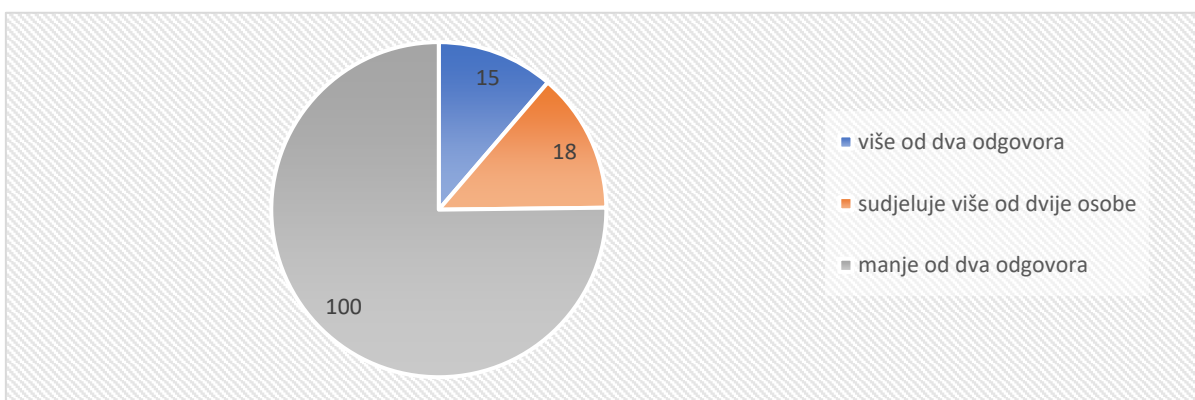


Grafikon 4.4.19. Omjer broja virtualnih praksi i praksi u stvarnosti

Niti jedna praksa nije prešla u virtualno domenu. Stoga nijedna objava ne nagovještava prelazak čak ni hibridnu opciju.

#### 4.4.20. Sudjelovanje u komunikaciji

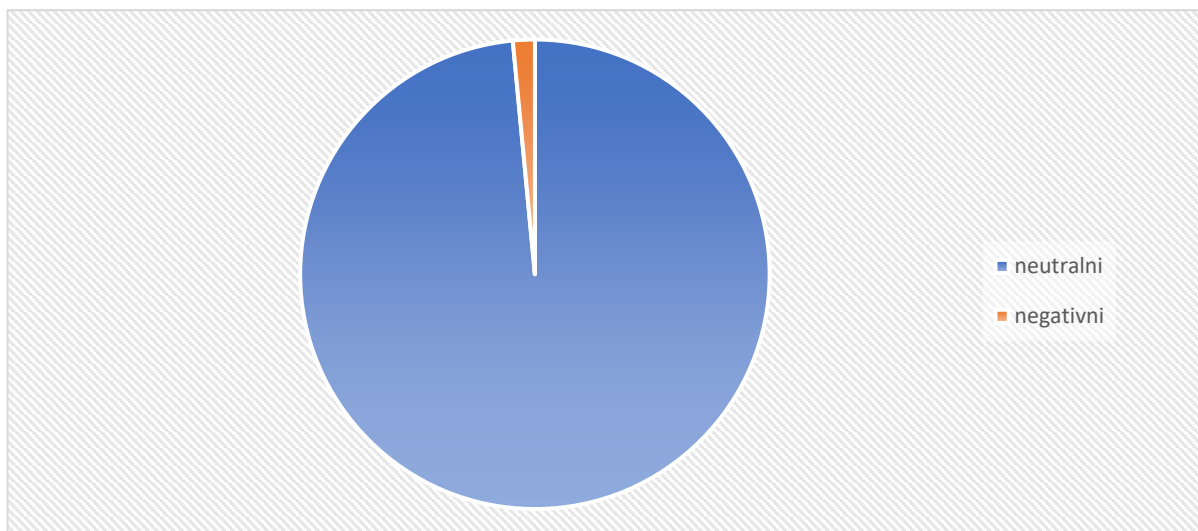
Grafikon 4.4.20. prikazuje objave na kojima dolazi do pokušaja dvosmjerne komunikacije, točnije broj objava na koje je netko odgovorio više od dvaput i broj objava u kojima je sudjelovalo više od dvoje članova. Podijeljeno je u kategorije: 1. više od dva odgovora, 2. sudjeluje više od dvije osobe, 3. manje od dva odgovora.



Grafikon 4.4.20. Omjer stupnja uključenosti u komunikaciji na objavama

#### 4.4.21. Broj objava s negativnom konotacijom

Grafikon 4.4.21. prikazuje koliki broj od ukupnog broja objava ima naznake diskriminacije ili je nabijen negativnom konotacijom, osudom, pozivanjem na mržnju i sl.



Grafikon 4.4.21. Omjer neutralnih i negativnih objava

Prema prikupljenim podacima na uzorku od 133 objave, samo dvije od 133 objave, točnije 1,5%, ima negativnu konotaciju, to su objave koje spominju kršćanstvo. Jedna objava govori o negativnim energijama koje se osjete od svećenika na ulici, a druga objava govori o članku u kojem spominju kako neki vjerski djelatnici osuđuju paganizam i vještice.

#### 4.5. Često korišteni pojmovi u Facebook grupi Paganski krug Hrvatska

- Astrologija je u denotativnom značenju „(astro + logija), zvjezdogatnja.“<sup>21</sup> Ona je pseudoznanost i služi proricaju sudbine prema suodnosu i promjeni položaja astronomskih tijela. Počinje se razvijati u prapovijesti kad su ljudi počeli promatrati zvjezdano nebo radi orijentacije u vremenu i prostoru. Tada se počinje razvijati i preteča astronomije. Kako se u određenom periodu smatralo da je Zemlja središte planetarnog sustava, počinje se primjećivati postojanje godišnjih doba, a time se ponovno počinje uvažavati važnost Sunčevog i Mjesečevog utjecaja na prirodne promjena pa se zaključilo da mogu utjecati i na čovjeka.

<sup>21</sup> <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=4316>

Stoljećima prikupljeni podatci o planetarnim promjenama su poslužili razvoju današnje astronomije<sup>22</sup>

Vedska astrologija je svoj vrhunac doživjela u drugom tisućljeću pr.n.e., ali korijene vuče iz drevnih civilizacija poput kaldejskih, egipatskih, arapskih, grčkih i rimskih. U Europi se počinje prakticirati u doba španjolske inkvizicije. Navodno se inkvizicijom htjelo iskorijeniti astrologiju koja je tada pripadala divinacijskim<sup>23</sup> tehnikama, takozvanoj divinaciji zvijezdama (De Vore 1947: 25).

Tema astrologije se provlači kroz gotovo 30% objavljenog sadržaja unutar Facebook grupe Paganski krug hrvatske. Njena važnost u neopaganskim vjerovanjima je bitna prema gore navedenoj poveznici s planetima koji utječu na čovjeka. Veže se uz imena Boginja i Bogova, a zapadna astrologija koristi personifikaciju rimskih božanstava zbog naziva planeta u Sunčevu sustavu.

Štovana božanstva se u raznim pravcima drugačije nazivaju, ali astrološki aspekt je bez obzira na ime božanstva bitan zbog odavanja počasti za ezbate, sabate i ostale rituale. Vezan je uz poljoprivredu i svakodnevni život služi kao pomoć u donošenju odluka. Astrologija nije pojam koji se direktno spominje u tekstu, ali je vezana uz sabate, ezbate i svakodnevne osobne duhovne promjene. Tako da se spominje u kontekstu paganskih vjerovanja i ostalih tematskih kategorija pa se može reći da je oko 60% sadržaja uokvireno nekim astrološkim aspektom.

Iako se astrologija u praksi razlikuje u različitim kulturama njen simbolični značaj je isti. Prema astrološkim aspektima, odnosno suodnosu i položaju nebeskih tijela definiraju se mogući ishodi za pojedinca, zajednicu i okoliš na zemlji. Ona se sama po sebi temelji na simboličnom značenju.

- Beltane dolazi od riječi “belo-te(p)nia” što na prakeltskom znači "sjajna vatra". Prvi dio \*belo- dolazi iz indoeuropskoga korijena *bhel* svijetao, sjajan, bistar, jarki (Iolar 2014: 176). On je originalno keltska svetkovina. Sabat koji se slavi se 1. svibnja kada se pali žrtvena lomača i odaje počast bogu Sunca Belenusu koji znači „Svijetli“. Ovom svetkovinom se označava ulazak u kasno proljeće, produljeni dan prije ulaska u ljeto. U astrološkom smislu, položaj Sunca je u to doba u znaku Bika kojim vlada Venera stoga se odnosi na plodnost i užitke (Iolar 2014: 177).

---

<sup>22</sup> <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=4316>

<sup>23</sup> divinacija (lat. *divinatio*: slutnja, proročki dar vidovitosti). Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=15501>

Prema (Jordan 2004: 48) Belenus se smatra jednim od najstarijih keltskih bogova te se slavlje održavalo dugo nakon dolaska kršćanstva. Na slavljinama se dovodila stoka koju se puštalo da slobodno pase na otvorenom jer je slavlje označilo stvarni kraj zime. Grčki pandan je Apollon, gospodar svjetla i liječenja Suncem. Prema keltskim simbolima u toplicama iz brončanog doba se uočava simbol konja.

U kontekstu objava nema previše objašnjenja zašto se Beltane slavi, nego slavlje koriste kao priliku za okupljanje. Djeluje kao da se dubinski smisao slavlja sveo na pojednostavljivanje ne bi li okupio veći broj ljudi koji nisu dio zajednice jer kao što navode u grupi, oni još nisu uspjeli dobiti status vjerske zajednice pretpostavljam zbog nedovoljnog broja aktivnih članova. Ono što se moglo uočiti iz sadržaja je da se stvarno održava nekakvo okupljanje na kojem se pali lomača, ali se ne može točno odrediti način izvođenja ovog rituala i je li stvarno ima autentični smisao kao što je služio Keltima. Njima je služio da bi pozdravili Sunce i simbolizirao je prizivanje plodova što vjerojatno nije potrebno članovima udruge ako pretpostavimo da članovi nisu vlasnici zemlje. Također nije moguće uočiti postoje li vrhovni svećenici jer nigdje nije navedeno da specifično određena osoba ima tu ulogu te da je ona nepromjenjiva.

- Hekata u denotativnom značenju u prijevodu sa grč. *Hekatos* znači radnik iz daleka. U grčkoj mitologiji je boginja Mjeseca i puteva, koju se štovalo do početka kristijanizacije u 4.st. pr.n.e. Zeus ju je uvrstio u boginje kad je vidio njeno posvećenje. Predstavlja se u obliku trostruke figurice koja se ostavljala na putevima. Kasnije se poistovjećuje s Artemidom i nekim aspektima Demetre. Na nekim prostorima su štovali njen kult. To su bile ženske okultne grupe koje si temelje praksu na štovanju Mjeseca. Prema nekim mitovima imala je važnu ulogu u vraćanju Perzefone od Hada. U Egiptu se može pronaći kao boginja sa žabljom glavom koja pomaže pri porodu. Njena svetišta su pronađena u Qusu u gornjem Egiptu.(Jordan 2004: 119)

U kontekstu objava u grupi Hekata se spominje kao boginja podzemlja i boginja Mjeseca prema tracijskoj<sup>24</sup> tradiciji. Trostruka priroda boginje se štuje u pravcima poput *wicce*. U simboličnom značenju ona je zrela boginja jer ju se štuje za vrijeme prvog punog Mjeseca nakon Beltanea. U kontekstu objava se spominju

---

<sup>24</sup><https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=61960>

Hekatine svete vatre koje nalikuju proslavi Beltena. Dokumentirano je fotografski kako su proslavili uz lomaču. Trostruka priroda Mjeseca se prikazuje trima boginjama. Hekata se spominje kao vladarica zemlje, neba i podzemlja(vode). Stoga se smatra vrlo moćnom u izvođenju rituala zbog širokog spektra kojeg pokriva. Primarno je objašnjena sama narav i mitološki aspekt boginje te se navodi da je Hekata nekad bila jedina Boginja koja je vladala svim svjetovima te se kult Boginje Majke revitalizirao u zadnjih nekoliko godina. Simbolizam Hekatinih moći se očitava u magijskim ritualima, gdje njena trostruka priroda dozvoljava da radimo na više razina vlastite svijesti i suočavanju s emocijama, borbenim djelom identiteta te usklađivanjem trostruke prirode u nama.

- Hel (staronord.; gotski Halja, starovisokonjem. Hellia, njem. Hölle), u denotativnom značenju skandinavski „božica smrti i podzemlja; stanuje u carstvu mraka (Hel ili Helheim), koje od ostaloga svijeta dijeli rijeka Gjöll, a čuva ga pas Garm. Prema najstarijem vjerovanju sve duše umrlih odlaze u Hel; prema kasnijoj germanskoj mitologiji poginuli junaci ulaze na Valhalu.“<sup>25</sup> Ona je kćer Lokija i ženskog diva Angrboda. Prihvaćena je kao boginja u britanskoj mitologiji te ima istu ulogu (Jordan 2004: 119).

U kontekstu objava se objašnjava mitologija, točnije njena uloga u nordijskoj mitologiji. Nema specifičnog simboličnog značaja u praktičnoj primjeni za pojedince. Niti se spominje neki njen pandan vezan uz astrološke aspekte ili neopaganska slavlja.

- Lilith je sumerska boginja pustoši. Potječe iz Mezopotamije, u Gilgamešu se spominje kao demonska figura koja nastanjuje sveto drvo pa kad ju se napalo ona pobjegne u pustoš (Jordan 2004: 175).

U astrologiji predstavlja crni mjesec. Mjesec sam po sebi predstavlja nesvjesno pa je u osobnim astrološkim tumačenjima on instinktivni mjesec koji se bori protiv društvenog uokvirivanja. De Vore (1947) tvrdi da Lilith nije crni mjesec i da se ne može tumačiti kroz emocije.

U kontekstu objava u Facebook grupi, Lilith je najčešće spominjana u kontekstu nesputane ženske energije, potrebe za povratkom matrijarhatu. Odbijanje pokore

---

<sup>25</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=24831>

muškarcima. Na primjeru jedne objave se spominje kako je Lilith, prva Adamova žena, odbila seksualno pokoravanje Adamu pa ju je silovao, a onda je ona proklela patrijarhat i muškog Boga. Zatim su je optužili da je vođa demona. Zatim se objašnjava čime Lilith upravlja u astrologiji i kako utječe na nas. Simbolični značaj koji Lilith dobiva u kontekstu ove grupe je naglašavanje ženske seksualnosti, samopouzdanja i zdravih emocija iako se čine nedopustive u patrijarhatu.

- Litha je sabat, proslava ljetnog solsticija. Izraz za ljetni suncostaj je lipa. Sveti Beda ga navodi kao staroengleski naziv za lipanj. *Cerra lipa* prije lipnja odnosno Lithe. Lipa na staroengleskom znači nježna.<sup>26</sup> Zbog keltskog utjecaja Litha se na engleskom zove *Midsummer* jer označava sredinu ljeta. Na našim područjima ona se slavi na prvi dan ljeta, najdulji dan u godini. „Slavenski pagani rabe naziv Kupala po istoimenoj božici uroda, obilja i veselja. Općenito se još naziva i dugodnevica” (Iolar 2004: 200).

Astrološki se odnosi na prijelaz Sunca iz znaka Blizanaca u Raka. Uvažava se jedan aspekt Boginje ovisno o mjesječevom položaju (Iolar 2004: 200). Astrološki znak Raka je predstavnik ženske energije. Vladar mu je Mjesec čiji će simbolizam biti kasnije objašnjen. Tada i pojedinac pozdravlja žensku energiju kao dio vlastitog postojanja. Na svakog će utjecati drugačije ovisno o položajima u osobnoj natalnoj karti koja je prikaz položaja planeta u trenutku rođenja.

U kontekstu objavi se spominju osnovna značenja Lithe, ali i simbolična. Kroz ostale objave se naglašava prelazak u žensku energiju. Iako Litha služi odavanju počasti Rogatom Bogu ili nekom drugom bogu Sunca zapravo označava dan kad se prelazi u žensku energiju, proslavu Boginje Majke. To je trenutak ujedinjenja muške i ženske energije.

- Mjesec je u denotativnom značenju „astr. a. satelit kojega planeta b. (Mjèsēc) prirodni satelit koji kruži oko Zemlje, Zemlji najbliže nebesko tijelo, mladi Mjesec koji se vidi sa Zemlje kad se nalazi točno između Sunca i Zemlje; mlađ, mlađak; puni Mjesec potpuno vidljiv sa Zemlje; uštap“

---

<sup>26</sup> <https://www.mabonhouse.co/new-blog/a-history-of-litha-and-midsummers-night#:~:text=The%20term%20%22Litha%22%20is%20believed,day%20is%20at%20its%20longest.>

Mjesec (lat.: Luna), “rimska božica Mjeseca, blizanka Sunca. Kada se Sunce spusti u Ocean, vozi se ona po njegovoj stazi nebom sa svojim bijelcima kako bi smrtnike noću obdarila svjetlom. Njezin je kult najvjerojatnije grčkoga podrijetla, obično ju identificiraju sa Selenom, a poslije i s Dijanom i Artemidom.”

U konotativnom značenju postaje simbolizam ženske energije, alata za paganske prakse, a u zapadnoj astrologiji predstavlja žensku energiju, vodu, vlada 4. kućom emocija i majke. Prema paganskim vjerovanjima cijeli Mjesečev ciklus je vrlo važan, ciklus simbolizira transformaciju ženske energije, Boginje. Na primjeru objava koje su uzete često se spominje grčka boginja Hekata, ali je većina objava vezana uz *wiccanske* ili potencijalno *stregherijske* ritualne prakse. U *wicci* se slavi trostruki aspekt boginje, mlad mjesec kao djevica, puni mjesec kao plodna boginja i opadajući aspekt kao boginja starosti i mudrosti (Mandić i Duvnjak 2019). *Stregheria* je slična *wicci*, feministički je orijentirana. Oslanjaju na matrijarhat, točnije kult Boginje Majke pa se i na primjeru objava vidi naglašavanje snage ženske energije.

- Mars je u denotativnom značenju „astr. četvrti planet po udaljenosti od Sunca. Vidljiv je sa Zemlje golim okom i zato poznat od davnina. Nazvan je po Marsu, bogu u rimskoj mitologiji. Ima dva satelita: Deimos i Phobos.“<sup>27</sup>

„Mars (lat.; starija italska imena *Mavors*, *Maurs*, *Mamers*), najprije italski bog plodnosti, polja, šuma i proljeća, kojemu je bio posvećen mjesec mart (Martius), zatim bog rata.“<sup>28</sup> On se smatra osnivačem Rima, ocem Romula i Rema. Marsov kult se njegovao te ga se prije borbe zazivalo u njegovom hramu Martu, a na Marsovom polju se nalazio vojni kampus za trening vojnika. Tada ga se počinje smatrati Aresovim pandanom (Jordan 2004: 191).

U simboličnom značenju vezan je za mitološko značenje pa se u astrologiji planet odnosi na personifikaciju boga Marsa te predstavlja reaktivnost, primarne instinkte, borbu i smrt. U kontekstu odabranih objavi vidimo da kad se govori o Marsu, zapravo se govori o astrološkim promjenama te kako njegov prelazak iz jednog u drugi znak utječe u na ljude u odnosu na položaj s ostalim planetima. On pripada vatrenim znakovima, vladar je Škorpiona i Ovna kao astrološkog znaka. U objavi imamo najavu promjene položaja kad Mars ulazi u astrološki znak Lava u

---

<sup>27</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=39096>

<sup>28</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=39095>



zodijaku što u konotativnom značenju nagovještava zalaganje za sebe, hrabrost i poticanje da se izborimo za svoje ja. Na primjeru objave iz 22. svibnja. 2023., Mars postaje pokretač akcije, pozitivna afirmacija i podsjetnik da se iskoristi ratobornost ako postoji neodlučnosti ili pasivnost. Naglašava se snaga muške energije. Mars je naveden kao bog plodnosti stoga je u neopaganski praksama pandan za ostale bogove plodnosti koji se slave u nekim pravicima.

- Merkur je u denotativnom značenju “astr. prvi i najmanji (najbliži Suncu) planet Sunčeva sustava”<sup>29</sup> U mitološkom značenju Merkur dolazi od „lat. *Mercurius*, prema *mercari*: trgovati), rimski bog trgovaca, predvodnik na putovanjima, pomagač u stjecanju imetka.”<sup>30</sup> Grčki pandan Merkuru je Hermes, kod Germana je to Odin (Jordan 2004).

U zapadnoj astrologiji Merkur je planet, personifikacija boga Merkura zaduženog za komunikaciju i putovanja. Merkur upravlja pisanim i verbalnim izražavanjem. On je vladar astrološkog znaka Djevice i Blizanaca. On je vrlo brz u djelovanju i predstavlja britak um.

U kontekstu odabranih objava. Spominje se Merkurov ulazak u Blizance što u astrološkom, simboličnom smislu znači da se našao u vlastitijoj kući gdje mu je ugodno i kreće se direktno, točnije ispoljavaju sva njegova pozitivna svojstva. Stoga, konotativno značenje se u ovoj situaciji odnosi na popravljjanje komunikacijskih poteškoća, puno razgovora, potrebe za komunikacijom s drugima i samim sobom. Predstavlja priliku za nadogradnju odnosa, sklapanje novih u privatnom i poslovnom životu. Može donijeti neočekivana putovanja i sl. Merkur se može kretati i retrogradno pa simboličan značaj kretnje unatrag, ovisno o znaku u kojem se našao, obično obilježava poteškoće u komunikaciji, otkazivanje dogovora, odgađanje putovanja, sklapanja ugovora i sl.

- Orion je u denotativnom značenju astr. “zviježđe oko nebeskog ekvatora, kraj Mliječne staze, između zviježđa Bika, Blizanaca, Jednoroga, Eridana i Zeca. Jedno je od 48 zviježđa iz Ptolemejeva zvjezdanoga kataloga.”<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=40221>

<sup>30</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=40220>

<sup>31</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=45517>

U grčkoj mitologiji Orion je lovac, Posejdonov sin. U mitu se govori kako je lovio protiv božanske volje pa ga je Artemida usmrtila te ja tada pretvoren u zvijezde sa svojim psom Siriusom.<sup>32</sup>

U astrologiji se zvijezde Orion obično ne koristi u osobnim predikcijama, ali može se proučavati položaj zvijezda. Neki astrolozi u keramičkoj astrologiji proučavaju Orion. Osim što trenutno utječe na nas, govori o reinkarnaciji i putovanju duše. Orion utječe na ostale astrološko znakove koji pripadaju Sunčevom sustavu. Njega se uvijek veže za Sirius.

- Sirius je u denotativnom značenju(lat. < grč. Σείριος, gorući) astr. najsjajnija zvijezda u zvijezdu Velikog psa i najsjajnija zvijezda noćnoga neba. Sirius se pojavljuje nakon zalaska Sunca prema egipatskim izvorima. Egipćani su pratili njegovu pojavu na nebu jer je proricao period poplave Nila.

Mitološki je Sirius bio Orionov lovački pas, a u egipatskoj mitologiji se povezuje s Ozirisom. Označavao je Izidino i Ozirisovo mistično vjenčanje, ujedinjenje ženske i muške energije (Brosch 2008: 21).

Prema objavama u grupi uvažavajući važnost astroloških aspekata i paganskih rituala za ezbat punog Mjeseca. U ovom slučaju spominje se otvaranje portala Sirius za vrijeme punog mjeseca u Jarcu. Stoga u konotativnom značenju pun mjesec označava završetak ciklusa, plodnu boginju, Jarac je kao astrološki znak ozbiljan, tvrdoglav i zatvoren, nevoljko mijenja rutinu, a dok je u Mjesecu znači da skriva emocije. Obasjan Siriusom koji se našao preko puta znači da za vrijeme tog punog Mjeseca proživljavamo ekspanziju i prelazak na višu razinu svijesti, povodom rituala vezanog uz puni mjesec. Simbolično značenje Siriusa je obasjavanje onog što je zatumljeno, potisnuto u nama te usporava duhovni napredak. Za duhovni napredak je potrebno ujedinjenje ženske i muške energije.

- Sunce je u denotativnom značenju ast. “zvijezda oko koje obilazi Zemlja, središte Sunčeva sustava.”<sup>33</sup> Sunčev kult je štovanje Sunca. U raznim vjerskim pravcima se prati položaj Sunca jer ono daruje život, a Sunčev kolot je važan

---

<sup>32</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=45516>

<sup>33</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58774>

simboli u Indiji, Egiptu, Japanu itd. Sunce je u tim religijama personifikacija boginja i bogova.<sup>34</sup>

Sunce se u astrologiji odnosi na znak osobnosti pojedinca. Datum kad smo se rodili pripadao je jednom periodu Sunčevog položaja u nekom znaku pa je on time i naš temeljni znak. Srž osobnosti pojedinca rođenim pod tim znakom, označava sebstvo i centar osobnosti. Simbolizira hijerarhijski položaj, oca i autoritet. Sunce je izvor životne energije. U trenutku kad se pojedinac rodi obilježen je energijom Sunca koje se zateklo u određenom znaku (March i Mc Evers 1990: 19).

Prema objavama u grupi Sunce se spominje u kontekstu astrologije i proslave Lithe, ljetnog solsticija. Kad se spominje vezano uz astrologiju objašnjava se što se događa promjenom položaja Sunca. Promjena položaja Sunca se odnosi na promjenu astrološkog znaka, točnije dvanaest znakova zodijaka koji se izmjene u jednoj godini. Položaj Sunca u svakom znaku zodijaka donosi specifičan utjecaj na osobnost pojedinca te se onda uvažavaju astrološki aspekti koji utječu na određena područja naših života. Sunce se spominje i u kontekstu egipatskog Boga Ra. On se manifestira u nekoliko oblika i smatra se stvarateljem Egipta. Njegovo tumačenje se mijenjalo po dinastijama. Prema legendi, Ra je stvorio samog sebe iz lotosovog cvijeta u oceanu. Prikazuje se s orlovom glavom i diskom na glavi. On je također bog podzemlja, zagrobnog života. Postoje i tvrdnje prema kojima je stvorio čovječanstvo iz svojih suza (Jordan 2004: 264-265). Simbolični značaj Sunca u grupi se odnosi na osvjetljavanja i slavljenje životne energije. Proslava Lithe, ljetnog solsticija je prethodno objašnjena. Prema uvaženim objavama naglasak je na životnoj energiji koja je dio kozmičke energije, a kroz slavlja i davanje važnosti Sunčevim promjenama imamo priliku ujediniti se.

- Venera je u denotativnom značenju „astr. drugi planet po udaljenosti od Sunca, ujedno najsjajniji na nebu. Vidljiva je sa Zemlje golim okom i zato poznata od davnine.”<sup>35</sup>

Venera dolazi od lat. *Venus* :dražest, ljubav, ljubavni užitak. U rimskoj mitologiji je boginja ljubavi i ljepote. Originalno je bila boginja vrtova, povrća i spolnog nagona, pandan grčkoj Afroditi. U mitologiji se prikazuje kao njegovateljica. Ona

---

<sup>34</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58785>

<sup>35</sup> <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=64246>

je Jupiterova kćer. Proslave u čast Venere su se održavale 1. travnja (Jordan 2004: 339).

U astrološkom smislu Venera je planet i personifikacija boginje. On donosi sreću, uzbuđenje, ljubav i seksualnost. Koristi se u osobnim i kolektivnim astrološkim analizama. Promjenom znaka Venere se mijenja naš odnos prema ljubavi, ljepoti i ovozemaljskim užiticima. Venerino simbolično značenje je ljubav, partnerstvo, brak pa se prema njenom utjecaju procjenjuje kakav pristup imamo u ljubavnim odnosima. Ona je vladar astrološkog znaka Bika i Vage (March i Mc Evers 1990). U kontekstu objava se spominje ulazak Venere u astrološki znak Lava koji se ujedno kreće retrogradno, točnije kreće se unatrag u svojoj orbiti. Što simbolično označava skupljanje hrabrosti i snage ne bi li se mogli suočiti s neriješenim emocijama i odnosima iz prošlosti. Dakle, Venera se u konotativnom značenju prema objavama u grupi spominje kad se mijenja naš odnos prema ljubavi i porocima. Bilo da je to odnos s drugima ili odnos s nama samima.

#### **4.6. Rezultati istraživanja**

Iz provedenog istraživanja moguće je zaključiti da je najveći postotak objavljenog sadržaja edukativnog karaktera i da je najveći postotak objava vezan uz pravce paganske prakse i filozofije te da taj sadržaj najčešće dolazi u formi dužeg teksta s fotografijama. Također, najveći broj reakcija i komentara po objavi ima tema paganskih praksi i filozofija te format fotografije + dulji tekst. Prema podjeli neopaganskih karakteristika prema (Grieve: 1995) na odabrane četiri karakteristike: feminizam, ekologija, ne-abrahamizam i prednost prakse se uočava da je barem jedna karakteristika pronađena u svakoj objavi. Iako se ustvari više njih provlači kroz jednu objavu u simboličnom značenju. Čime se potvrđuje i teorija o zajedničkim karakteristikama na primjeru Facebook grupe Paganski krug Hrvatske. Hijerarhija u grupi postoji zbog administratora i moderatora iako zapravo samo I. D. B. ima najveći postotak objavljenog sadržaja naspram ostalih administratora i najaktivnijih članova. Može se reći da i I. D. B. ima prostor za predstavljanje svoje djelatnosti bez navođenja točne usluge ili iznosa, ali s navođenjem Instagram profila, gdje si samostalno dodjeljuje titulu astrologa. Primjećuje se da se direktno dodjeljivanja titula ne koristi u ovoj grupi osim na primjeru 7 objava. Dvije objave odnose na samostalno direktno dodjeljivanje naziva vještica. Nadovežemo li se na kategoriju hijerarhije, treba spomenuti i količinu reakcija na objave tri

najaktivnija suradnika, gore navedena dva administratora i jednog člana. Prema broju reakcija se zaključuje da iako I. D. B. objavljuje najviše, O. K. ima veći broj reakcija po objavi dok D. K. znatno zaostaje za njima. Može se reći da oni imaju najveću popularnost unutar grupe.

Treba napomenuti da prema pravilima grupe nije dozvoljeno promovirati usluge, nego ih je dozvoljeno predstaviti. Tako da se prema kategoriji identitet utvrđuje da postoji samo jedna objava koja se odnosi na dekorativnu stvar kupljenu u prodavaonici, a ostale su vezane uz preporuke knjiga, izradu nakita i pomagala za ritualnu praksu. Prikazuju se kroz format fotografije bez puno objašnjenja. Koliko članova zaista sudjeluje u svakodnevnoj interakciji u grupi teško je odrediti, ali prema podacima se može vidjeti da tri četvrtine objava imaju manje od dva odgovora iste osobe, dakle – ne dolazi do rasprave. Objave nemaju negativnu konotaciju, točnije ne pozivaju na mržnju i ne diskriminiraju. Prema podacima o objavama vezanih uz praksu, možemo zaključiti da zajednica u stvarnosti prakticira neopaganske rituale za ezbate i sabate te da tada javno poziva druge da sudjeluju u njima. Ostali obredi i prakse se ne spominju javno jer se često izvode privatno, a edukacije se održavaju isključivo u živo kao i sva ostala okupljanja. Zajednica ne prihvaća održavanje slavlja i prakticiranje magijskih rituala u virtualnoj domeni, također nema ni hibridnih opcija.

U drugom dijelu analize najčešće korištenih riječi je prikazano da u kontekstu objavljenog sadržaja u Facebook grupi, svaki pojam pokušavaju objasniti kroz mitologiju i astrologiju. S obzirom na to da su mitologija i astrologija vezane jedna uz drugu te se temelje na simbolizmu. U objavama se kreira sinergija značenja vezanog uz osobne promjene pojedinca i zajednica što je uobičajeno za paganizam.

Stoga je H0 potvrđena, Facebook grupa Paganski krug Hrvatske zaista je edukativnog karaktera i ima ulogu paganske vjerske zajednice koja promiče paganske vjerske prakse i filozofiju. Grupa spominje popularne ezoterijske prakse koje nisu nužno vezane za paganizam, poput astrologije koja je druga najzastupljenija tema čime se potvrđuje H1. H2 je također potvrđena jer se pod promocijom smatra i indirektna, prikrivena promocija koju vidimo na primjeru administratora I. D. B., čime potvrđujemo i H3.

Facebook grupa Paganski krug Hrvatske dobar je primjer Wengerovih zajednica praksi. Članovima je dozvoljeno govoriti o vlastitim iskustvima, praksama, kreativnoj izradi ezoterijskih i ritualnih pomagala. Mogu objašnjavati ono čime se bave ili proučavaju na području neopaganizma bez obzira na pravac ili specifičnu ezoterijsku djelatnost. Objave su većinom edukativnog karaktera, a glavna tema je astrologija. Kako smo prema NăstuĀă (2012) definirali sekte kao zajednice koje šire mržnju prema institucionaliziranim religijama,

a vjerske zajednice i *New age* pokrete kao suprotnost sekta što se tiče komunikacije, možemo zaključiti da ova Facebook grupa ne objavljuje nikakav sadržaj koji se protivi kršćanstvu ili bilo kojoj drugoj religiji. Ima visok stupanj inkluzije. Komuniciranje je orijentirano prema stvaranju zajednice s obzirom na to da i dalje nisu službeno u registru vjerskih zajednica u Hrvatskoj. Sadržajem i otvorenim pozivom na sudjelovanje u svetkovinama pokušavaju zainteresirati one koje nisu upoznati s neopaganizmom.

Pravila grupe ne dozvoljavaju promociju djelatnosti na direktan način, ali je dozvoljeno predstavljanje onog čime se članovi bave ako ne nalikuje prodaji, nije dozvoljeno naznačivanje cijene i usluge. Osoba I. D. B. je administrator i najaktivniji korisnik, objavljuje većina sadržaja na temu astrologije po čemu se može zaključiti da se time i bavi jer je naznačena Instagram stranica u svakoj objavi. Ostali članovi ne objavljuju nikakav sadržaj prema kojem bi se moglo zaključiti da diskretno promoviraju vlastitu djelatnost. Iz analiziranog sadržaj stekao se ukupan dojam o I. D. B. kao voditelju radionice na području astrologije, ali da je na prikriiven način imao važnu ulogu u obavljanju obreda i svetkovina, ne primjećuje da se samostalno dodjeljuje ulogu vođe, ali si indirektno daje ulogu astrologa. Prema objavljenom sadržaju i fotografijama može se uočiti da dvoje pojedinaca imaju moguću svećeničku ulogu za vrijeme sabata. Primjećuje se da su to neformalna druženja u prirodi na kojima se uživa u hrani i piću uz idole i dekoracije. Ne može se zaključiti postoji li temeljni pravac ili nepromjenjiva struktura zajednice. Kada se spominju Boginje i Bogovi, stavljeni su u kontekst astrologije ili svetkovina grčkog, rimskog, keltskog, slavenskog i nordijskog podrijetla. Teško je odrediti pokazuju li članovi želju za učenjem jer se nije pokazalo da postoje diskusije čak ni unutar Messengera koji je trebao biti način složenije komunikacije i dozvoliti članovima da saznaju od voditelja radionica o čemu je riječ, ali se svelo na osobno predstavljanje unutarnjeg poziva i pokazivanju interesa na banalnoj razini. Rečenica „Volim zmajeve“ primjer je razine komunikacije jednog člana kojemu nećemo otkriti identitet.

U analizi se nije moglo uočiti da će se ova virtualna zajednica uskoro moći upisati u zakonski registar vjerskih zajednica jer bi se iz fotografija, količine reakcija i komentara okvirno moglo procijeniti da 50-ak članova aktivno sudjeluje u svetkovinama, a moguće da još 50-ak gaji interese prema ezoterijskim praksama, manje prema drevnom paganizmu dok se još nije tako ni nazivao.

## 5. Zaključak

Formiranje virtualnih zajednica kompleksna je i nedovoljno istražena tema, što je logično s obzirom na to da su novoagregirana tvorevina. Nepoznata nova formacija privukla je pažnju mnogih znanstvenika na području digitalne sociologije, antropologije, komunikacijsko-informacijskih znanosti jer se granica između društveno-humanističkih disciplina pomiješala zbog digitalizacije. Ako kažemo da prolazimo kroz proces demistifikacije virtualnih zajednica jer ne znamo kako točno funkcioniraju, čime se bave i kakva je njihova društvena struktura odnosa, možemo reći da su novonastala plemena. Pojedinaac koji postoji u virtualnom i fizičkom svijetu ima dualni identitet. Stoga ulaskom u neku virtualnu zajednicu donosi segmentirani višeslojni identitet što određuje i daljnju komunikaciju s ostalim članovima. U jednom digitalnom plemenu postoji dualni pojedinac, koji se unutar zajednice, ma koliko postojao kolektivni identitet i temeljna obilježja prema nekim karakteristikama, ponovno dijele i sukobljavaju. Smatram da bi virtualna plemena trebalo proučavati kroz strukturalnu antropologiju što nije učinjeno na primjeru ove zajednice jer nisam bila u kontaktu s članovima.

Kroz kratki pregled prethodnih istraživanja izložen je u ovom diplomskom radu problem mogućnosti samostalnog kreiranja dvojnog identiteta zbog mogućeg lažnog uvjerenja koje spominje Webber. Komplikacije oko lažnog uvjerenja specifično su vidljive u priklanjanju novim vjerskim pokretima jer imaju inovativan pristup stvaranju zajednice naspram dogmatskim vjerovanjima institucionaliziranih tradicionalnih religija. Novi vjerski pokreti, *New age* vjerske zajednice stavljaju naglasak na inkluziju iako to ne mora uvijek značiti da će to biti dobro za opstanak zajednice. Prethodno nisu imali priliku raditi na stvaranju zajednice, a dolaskom u virtualnu domenu konačno dobivaju priliku okupiti nove članove. U nizu istraživanja potvrđeno je da stavljaju naglasak na poboljšanje zajednice i osobni duhovi razvoj. Često ne specificiraju koja im je tradicionalna religija temelj, niti to pokazuju simbolima i drugim karakteristikama. Neopaganizam je inkluzivna zajednica novih paganskih pravaca, a o autentičnosti vjerovanja i praksi ne može se raspravljati jer paganstvo uključuje male zajednice iz prapovijesti. Kada govorimo o paganizmu i kada se zajednice predstavljaju kao paganske, odnose se na neopaganske. Najzastupljeniji neopaganski pravac je Gardnerova *wicca* koja se zbog stroge hijerarhije razlikuje od dubinskog smisla paganizma u kojemu je naglasak na samostalni duhovi razvoj što zbog odnosa koji razvijamo s tehnologijom privlači sve veći interes. Ono što je problematično kod razumijevanja paganizma i neopaganizma jesu

kratki, nedefinirani, površni formati na društvenim mrežama. Popularizira se ezoterija i okultno pa to dovodi u pitanje može li pojedinac stvarno duhovno napredovati bez vlastitog iskustva.

Istraživanje provedeno na Facebook grupi Paganski krug Hrvatske ciljano je htjelo provjeriti kako se komunicira unutar zajednice i jesu li dobar primjer Wengerovih zajednica prakse. Prema rezultatima kratkog istraživanja može se zaključiti da je zajednica prikazana u pozitivnom kontekstu. Nema dvosmislenosti u njihovoj prezentaciji. Iako još nisu zajednica nego su udruga, drže se svojih načela koliko je god moguće. Barem se tako vidi iz analiziranog sadržaja. Članovi i administratori kreiraju edukativan sadržaj i dijela vlastita iskustva. Vrlo su inkluzivni, a kako i sami navode – hijerarhija je minimalna. Ne može se reći da ima sličnosti sa sektom, ne diskriminiraju nikog iako unutar grupe ima onih koji na suptilan način pokazuju nezadovoljstvo prema institucionaliziranoj religiji. Može se reći da je Facebook grupa Paganski krug Hrvatske zajednica praksi za primjer jer ne promovira određene osobe, nego potiče uključivanje u radionice i učenje. Premda je astrologija kao ezoterijska praksa zauzela najveći postotak u ovom uzorku, a tom se temom bavi jedna osoba, može se istodobno reći da se bavi vlastitom promocijom; indirektnom, ali ona je osnivač udruge tako da motivacija vjerojatno nije financijski usmjerena. Nema drugih članova koji kroz komentare eksplicitno promoviraju svoju djelatnost, svaki takav sadržaj je uklonjen. Zajednica nije stvorila snažan zajednički identitet niti se primjećuje da postoji samostalnog direktnog dodjeljivanja titule kao nečeg uobičajenog, izuzev nekoliko navedenih objava. Čini se kao da zajednici nije cilj što prije skupiti više članova kako bi se registrirali kao vjerska zajednica, nego polako zainteresirati druge da se pronađu u nekoj praksi ili uvjerenju; tako i zajednica radi na demistifikaciji neopaganizma. Zaključila bih da se zajednica zaista vodi svojim načelima u najvišem mogućem stupnju te da educira članove o raznim paganističkim pravcima, praksama te da se kroz format duljih objavi objašnjavaju bogovi, simboli i praznici na više razina značenja čemu je poslužio popis najčešće korištenih riječi. Kroz objave o praksama se primjećuje feministička orijentacija zajednice što je u skladu s *wiccom* i talijanskom *stregherijom*. Na osnovu kratkog prikaza mogućih promjena identiteta u virtualnoj domeni kao i pitanja duhovnosti na koje ljudi pokušavaju odgovoriti tisućama godina nismo dobili odgovor nego još samo jedan subjektivni kolaž prikaza. U istraživanju komunikacije u virtualnoj domeni Paganskog kruga Hrvatske dobiveni su rezultati ipak mogući naputak za izvođenje detaljnijeg istraživanja inspiriranih dualističkom društvenom strukturom što se umnožila u virtualnoj domeni.





### IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Dunja Pantić (*ime i prezime*) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica ~~završnog~~/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Nisv ego zapravo u veselejoj doznani. Stalika rilaža Facebook grupi Napredni knjig. Iznaska (*upisati naslov*) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(*upisati ime i prezime*)

Dunja Pantić

(*vlastoručni potpis*)

Sukladno čl. 83. Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.

## 6. Literatura

Knjige:

- [1] Baudrillard, J. 1994. *Simulacra and Simulation*. Translated by Sheila Glaser. The Body in Theory: Histories of Cultural Materialism. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- [2] Berger, H. A. 2019. *Solitary pagans : Contemporary witches, wiccans, and others who practice alone*. University of South Carolina Press.
- [3] Castells, M. 2001. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. London: Oxford University Press.
- [4] Chevalier, J., Gheerbrant, A. 2007. *Riječnik simbola*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- [5] Davies, O. 2011. *Paganism : a very short introduction*. Oxford University Press (OUP).
- [6] De Vore, N. 1947. *Encyclopedia of Astrology*. The Philosophical Library.
- [7] Emerson, R. W. 2014. *Essays: "To be yourself in a world that is constantly trying to make you something else is the greatest accomplishment"*. A Word To The Wise
- [8] Fiske, J. 2010. *Understanding popular culture*. Routledge.
- [9] Hoover, S. M. 2002. *Practicing religion in the age of the media: explorations in media, religion, and culture*, Columbia University Press.
- [10] Levi-Strauss, C. 1989. *Strukturalna antropologija*. Zagreb: Stvarnost.
- [11] Iolar, (Manzin, Dorino). 2013. *Paganizam u teoriji i praksi*. Knj. 1: *Doktrina paganizma*. Zagreb: Despot infinitus.
- [12] Iolar, (Manzin, Dorino). 2013. *Paganizam u teoriji i praksi*. Knj. 2: *Magija i vješticarstvo*. Zagreb: Despot infinitus.
- [13] Iolar, (Manzin, Dorino). 2014. *Paganizam u teoriji i praksi*. Knj. 3: *Obredi i simboli*. Zagreb: Despot infinitus.
- [14] Jordan, M. 2004. *Dictionary of Gods and Goddesses*. Infobase Publishing
- [15] Magliocco, S. 2004. *Witching Culture: Folklore and Neo-Paganism in America*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- [16] March, D.M i Mc Evers, M. 1990. *Najbolji način da se nauči astrologija: KNJIGA 1 Osnovna načela*. Gornji Milanovac: Dečje novine.
- [17] McLuhan, M. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Canada: McGraw-Hill Education.

- [18] Miller, D. 1987. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell.
- [19] Neitz, M. J. 1994. *Religion and the Social Order*, „Quasi-religions and cultural movements: Contemporary witchcraft as a churchless religion.“ 4:127-149.
- [20] Rabinovitch, Tsvia Shelley. 2011. *The Encyclopedia of Modern Witchcraft and Neopaganism: Second Edition*. Dubuque: Kendall Hunt
- [21] Rheingold, H. 1994. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. New York: Harper Perennial.
- [22] Sartre, J.P. 2018. Being and Nothingness. S. Richmond and R. Moran, New York: Routledge
- [23] Tönnies, F. 2001. Tönnies: *Community and Civil Society*. Cambridge: University Press.
- [24] Wellman, B., Carrington, P. and Hall, A. 1988. *Social Structures: A Network Approach*. London: Cambridge University Press.

Internetski izvori:

- [1] Arfini, S.; Bertolotti, T. & Magnani, L. 2017. “Online communities as virtual cognitive niches“. *Synthese*, 196(1), 377-397. Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/s11023-020-09542-7> (preuzeto 20.10.2023.)
- [2] Arfini, S.; Bertolotti, T. & Magnani, L. (2018). “The diffusion of ignorance in online-communities“. *The International Journal of Technoethics*, 9(1), 37-50. Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/s11023-020-09542-7> (preuzeto 20.10.2023.)
- [3] Arfini, S.; Botta Parandera, L.; Gazzaniga, C. et al. 2021. “Online Identity Crisis Identity Issues in Online Communities“. *Minds & Machines* 31, 193-212. Dostupno na: DOI: 10.1007/s11023-020-09542-7 (preuzeto 20.10.2023.)
- [4] Bertolotti, T.; Magnani, L. 2017. “Theoretical considerations on cognitive niche construction“. *Synthese* 194, 4757-4779 Dostupno na: <https://doi.org/10.1007/s11229-016-1165-2> (preuzeto 20.10.2023.)
- [5] Brosch, N. 2008. „Sirius Matters“. *Astrophysics and Space Science Library*. Vol. 354. Dostupno na: doi:10.1007/978-1-4020-8319-8\_10. ISBN 978-1-4020-8318-1. (preuzeto 20.10.2023.)

- [6] Breakwell, G. M. 1993. „Social representations and social identity“. *Papers on Social Representations*, 2(3), 198-217. Dostupno na: DOI: 10.1017/CBO9781139136983.010 (preuzeto 20.10.2023.)
- [7] Bronner, F. 2018. „Engagement with social media and social media advertising: The differentiating role of platform type“. *Journal of Advertising*, 47(1), 38-54. Dostupno na: DOI: 10.1080/00913367.2017.1405754 (preuzeto 20.10.2023.)
- [8] Bożek, A., Nowak, P. F., & Blukacz, M. 2020. „The relationship between spirituality, health-related behavior, and psychological well-being.“ *Frontiers in Psychology*. Dostupno na: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.01997/full>(preuzeto 20.10.2023.)
- [9] Campbell, H. 2012. „Religion and the Internet: A microcosm for studying Internet trends and implications.“ *New Media Society*, 1-15. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/1461444812462848> (preuzeto 20.10.2023.)
- [10] Campbell, H. and Golan, O. 2011. „Creating digital enclaves: Negotiation of the internet among bounded religious communities.“ *Media, Culture & Society*, 33, 5, 709-724. Dostupno na: DOI: 10.1177/0163443711404464 (preuzeto 20.10.2023.)
- [11] Whitby, M. 1991. „Pierre Chuvin: A Chronicle of the Last Pagans.2 (Revealing Antiquity, 4.) Pp. xi 188. Cambridge, MA and London: Harvard University Press, 258-259. Dostupno na: doi:10.1017/S0009840X00278621 (preuzeto 20.10.2023.)
- [12] Coco, A. 2008. „Pagans online and offline: Locating community in postmodern times.“ *Sociological Spectrum - SOCIOLOGICAL SPECTRUM*. 28. 510-530. Dostupno na: DOI: 10.1080/02732170802206138 (preuzeto 20.10.2023.)
- [13] Coco, A. 2012. „Pagan Religiousness as ‘Networked Individualism’.“ *Spirituality: Theory, Praxis and Pedagogy*, Leiden, The Netherlands: Brill. Dostupno na: DOI: 10.1163/9781848880917\_015 (preuzeto 20.10.2023.)
- [14] Coco, A., & Woodward, I. 2007. “Discourses of Authenticity Within a Pagan Community: The Emergence of the “Fluffy Bunny” Sanction.” *Journal of Contemporary Ethnography*, 36(5), 479-504. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/0891241606293160> (preuzeto 20.10.2023.)
- [15] Dawson, L. L. and Cowan, D. E. 2004. Introduction, in L. L. Dawson and D. E. Cowan (eds.), *Religion online: finding faith on the Internet*, New York & London: Routledge,

- 1-16. Dostupno na: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.59741> (preuzeto 20.10.2023.)
- [16] Demiroğlu, Birsen & Tas, Besra. 2021. „Relationship between Spirituality and Social Media Addiction among Adults.“ *Research on Education and Psychology*. Dostupno na: DOI: 10.54535/rep.1018548 (preuzeto 20.10.2023.)
- [17] Mandić, M., i Duvnjak, N. 2019. „WICCA: SPOJ MAGIJE I OBREDA PRETKRŠĆANSKOG KULTA PLODNOSTI SA ZAPADNIM EZOTERIJSKO-OKULTNIM HERMETIZMOM“, *Mostariensia*, 23(1), str. 53-66. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/233777> (preuzeto 13.10.2023.)
- [18] Murray, J. P. (2008). Media Violence: The Effects Are Both Real and Strong. *American Behavioral Scientist*, 51(8), 1212-1230. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/0002764207312018> (preuzeto 13.10.2023.)
- [19] Gallagher, E. V. and Ashcraft, W. M. 2006. „Introduction, in E. V. Gallagher and W. M. Ashcraft.,, *Introduction to new and alternative religions in America*. Westport & London: Greenwood Press, ix-xv. Dostupno na: [https://www.academia.edu/30968267/Introduction\\_to\\_New\\_and\\_Alternative\\_Religions\\_in\\_America\\_By\\_Eugene\\_V\\_Gallagher\\_and\\_W\\_Michael\\_Ashcraft](https://www.academia.edu/30968267/Introduction_to_New_and_Alternative_Religions_in_America_By_Eugene_V_Gallagher_and_W_Michael_Ashcraft) (preuzeto 20.10.2023.)
- [20] Grieve, G. 1995. “Imagining a Virtual Religious Community: Neo-pagans on The Internet,” *Chicago Anthropology Exchange* 7 : 98-132. Dostupno na: [https://www.academia.edu/18933138/Imagining\\_a\\_Virtual\\_Religious\\_Community\\_Neo\\_pagans\\_on\\_the\\_Internet](https://www.academia.edu/18933138/Imagining_a_Virtual_Religious_Community_Neo_pagans_on_the_Internet) (preuzeto 13.10.2023.)
- [21] Hamat, A., Embi, M. A., & Hassan, H. A. (2012). „The use of social networking sites among Malaysian university students.“ *International Education Studies*, 5(3), 56. Dostupno na: DOI: 10.5539/ies.v5n3p56 (preuzeto 13.10.2023.)
- [22] Helland, C., 2005. “Online religion as lived religion. Methodological issues in the study of religious participation on the internet.” *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet*. Dostupno na: DOI: 10.11588/rel.2005.1.380 (preuzeto 13.10.2023.)
- [23] Joseph, R. P., Ainsworth, B. E., Mathis, L., Hooker, S. P., & Keller, C. 2017. „Incorporating religion and spirituality into the design of community-based physical activity programs for African American women: a qualitative inquiry.“ 10, 506. Dostupno na: DOI: 10.1186/s13104-017-2830-3 (preuzeto 13.10.2023.)

- [24] Komar, M. 2023. „Ritual i iskustvo u Paganskom krugu Hrvatske“, Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Dostupno na <https://repositorij.ffzg.unizg.hr/islandora/object/ffzg:9092> (preuzeto 30.09.2023.)
- [25] Miller, L., & Kelley, B. 2013. „The Relationship of Religiosity and Spirituality with Mental Health and Psychopathology.“ (Trans. Özlem Güler Aydın). In R. F. Paloutzian, & L. Park, *New Approaches and Application Areas in the Psychology of Religion and Spirituality* (İ. Çapcıoğlu, & A. Ayten, Trans., pp. 343-377)]. İstanbul: Phoneix Yayınları. Dostupno na: DOI: 10.17679/iuefd.16360640 (preuzeto 30.09.2023.)
- [26] NăstuĢă, S. 2012. „The Impact of Internet on New Religious Movements“ Postdoctoral Research Fellow, Romanian Academy, Iași Branch Dostupno na: [https://www.academia.edu/31105124/The\\_Impact\\_of\\_Internet\\_on\\_New\\_Religious\\_Movements\\_Discourse](https://www.academia.edu/31105124/The_Impact_of_Internet_on_New_Religious_Movements_Discourse) (preuzeto 30.09.2023.)
- [27] Phipps, K. A. 2012. „Spirituality and strategic leadership: The influence of spiritual beliefs on strategic decision making.“ *Journal of business ethics*, 106(2), 177-189.
- [28] Possamai A., Turner B. S. 2012. „Authority and liquid religion in cyberspace: The new territories of religious communication“. *International Social Science Journal*, 63(209), 197–206. Dostupno na: DOI: 10.1111/issj.12021 (preuzeto 16.10.2023.)
- [29] Rautela, S., & Sharma, A. (2019). Spirituality and Social Media: Connecting the Dots. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, 13(09), 81. Dostupno na: <https://doi.org/10.3991/IJIM.V13I09.8863> (preuzeto 16.10.2023.)
- [30] Renser, B., & Tiidenberg, K. 2020. Witches on Facebook: Mediatization of Neo-Paganism. *Social Media + Society*, 6(3), 205630512092851. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/2056305120928514> (preuzeto 16.10.2023.)
- [31] Rishika, R., Kumar, A., Janakiraman, R., & Bezawada, R. 2013. The Effect of Customers' Social Media Participation on Customer Visit Frequency and Profitability: An Empirical Investigation. *Information Systems Research*, 24(1), 108-127. Dostupno na: DOI: 10.1287/isre.1120.0460 (preuzeto 16.10.2023.)
- [32] Rodogno, R. (2012). Personal identity online. *Philosophy of technology*, 25(3), 309–328. Dostupno na: [https://www.academia.edu/3617690/Personal\\_Identity\\_Online](https://www.academia.edu/3617690/Personal_Identity_Online) (preuzeto 16.10.2023.)
- [33] Sharma, A. 2017. Spirituality and Modern Day Life: A Conceptual Model. *Purushartha: A Journal of Management Ethics and Spirituality*, 10(2), 69-81. Dostupno na: DOI: 10.21844/pajmes.v10i02.10571 (preuzeto 16.10.2023.)

- [34] Shpolberg, M. 2021. New Age, New Media: TikTok as Ritual Practice. *Media Fields Journal*. Dostupno na: [https://www.academia.edu/49577434/New\\_Age\\_New\\_Media\\_TikTok\\_as\\_Ritual\\_Practice](https://www.academia.edu/49577434/New_Age_New_Media_TikTok_as_Ritual_Practice) (preuzeto 16.10.2023.)
- [35] Simmel, G. 1903. "The Metropolis and Mental Life" in the *Sociology of Georg Simmel*. New York: The Free Press. Dostupno na: [https://www.blackwellpublishing.com/content/bpl\\_images/content\\_store/sample\\_chapter/0631225137/bridge.pdf](https://www.blackwellpublishing.com/content/bpl_images/content_store/sample_chapter/0631225137/bridge.pdf) (preuzeto 20.10.2023.)
- [36] Tanhan, A., & Strack, R. W. 2020. Online Photovoice to Explore and Advocate for Muslim Biopsychosocial Spiritual Wellbeing and Issues: Ecological Systems Theory and Ally Development. *Current Psychology*, Dostupno na: DOI: 10.1007/s12144-020-00692-6 (preuzeto 16.10.2023.)
- [37] Wenger, E. 1991. Communities of practice: where learning happens. *Benchmark Magazine*. Fall Issue.; Dostupno na: [http://www.ewenger.com/pub/pub\\_benchmark\\_wrd.doc](http://www.ewenger.com/pub/pub_benchmark_wrd.doc) (preuzeto 16.10. 2023.)
- [38] Whiting, A., & Williams, D. 2013. Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362-369. Dostupno na: DOI: 10.1108/QMR-06-2013-0041 (preuzeto 16.10. 2023.)
- [39] Wilkinson, C., "Spirituality and Religion in Social Work: Respondent Definitions" 2012. *Master of Social Work Clinical Research Papers*. Paper 103. Dostupno na: <https://silo.tips/download/spirituality-and-religion-in-social-work-respondent-definitions> (preuzeto 16.10. 2023.)
- [40] Webber, J. 2011. „Bad faith and the other.“ *Reading sartre: on phenomenology and existentialism* 180-194. London and New York: Routledge. Dostupno na: <https://www.jonathanwebber.co.uk/articles/BadFaithAndTheOther.pdf> (preuzeto 20.10.2023.)
- [41] York, M. 2001. „New Age commodification and appropriation of spirituality.“ *Journal of Contemporary Religion*, 16(3):361-372 Dostupno na: DOI: 10.1080/13537900120077177 (preuzeto 16.10. 2023.)
- [42] Young, G. 2004. "Reading and Praying Online: The Continuity of Religion Online and Online Religion in Internet Christianity." Lorne Dawson & Douglas Cowan (Eds.), *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. New York: Routledge. Dostupno na: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203497609-7/reading->

- [praying-online-continuity-religion-online-online-religion-internet-christianity-glenn-young](#) (preuzeto 20.10.2023.)
- [43] <http://paganski-krug-hrvatske.weebly.com/o-nama.html> (pristupljeno 22.10.2023.)
- [44] <https://www.poslovna.hr/lite/novi-krug/1676458/subjekti.aspx>(pristupljeno 22.10.2023.)
- [45] [https://www.facebook.com/PaganskiKrugHrvatske/?locale=hr\\_HR](https://www.facebook.com/PaganskiKrugHrvatske/?locale=hr_HR)
- [46] <https://www.facebook.com/groups/108972662598176/>
- [47] <https://www.mabonhouse.co/new-blog/a-history-of-litha-and-midsummers-night#:~:text=The%20term%20%22Litha%22%20is%20believed,day%20is%20at%20its%20longest.> (pristupljeno 22.10.2023.)
- [48] <https://educalingo.com/en/dic-it/stregheria> (pristupljeno 22.10.2023.)
- [49] <https://rjecnik.hr/search.php?q=mjesec> (pristupljeno 22.10.2023.)
- [50] astrologija. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=4316><https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=15>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [51] divinacija. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=15501>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [52] Luna. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 27. 10. 2023. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=37557>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [53] Mars. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=39096>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [54] Mars. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=39095>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [55] Merkur. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=40221>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [56] Merkur. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=40220>(pristupljeno 27. 10. 2023.)



- [57] Orion. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=45517>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [58] Orion. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=45516>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [59] Sirius. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=56223>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [60] Sunce. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58774>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [61] Sunčev kult. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58785>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [62] Tracija. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=61960>(pristupljeno 29. 10. 2023.)
- [63] Venera. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=64246>(pristupljeno 27. 10. 2023.)
- [64] Hel. *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=24831>(pristupljeno 27. 10. 2023.)

## 7. Popis slika, grafova i tablica

Slika 3.2.3.1. Grafički prikaz paganskog Kola godine na sjevernoj hemisferi s imenima osam sabata.....	31
Grafikon 4.4.1. Omjer broja objavi prema namjenskoj podjeli sadržaja .....	44
Grafikon 4.4.2. Omjer broja objavi prema tematskoj podjeli sadržaja .....	45
Grafikon 4.4.3. Omjer broja objavi prema podjeli sadržaja po formatu.....	46
Grafikon 4.4.4. Prikaz omjera objavi prema podjeli prema Grieve (1995) .....	47
Grafikon 4.4.5. Broj komentara i reakcija prema podjeli sadržaja po formatu .....	47
Grafikon 4.4.6. Broj komentara i reakcija prema tematskoj podjeli sadržaja.....	48
Tablica 4.4.7. Prosječan broj komentara prema tematskoj podjeli sadržaja .....	49
Tablica 4.4.8. Prosječan broj reakcija prema tematskoj podjeli sadržaja .....	49
Tablica 4.4.9. Prosječan broj komentara prema podjeli sadržaja po formatu.....	50
Tablica 4.4.10. Prosječni broj reakcija prema podjeli sadržaja po formatu.....	50
Grafikon 4.4.11. Omjer broja objava administratora i članova .....	51
Grafikon 4.4.13. Omjer broja objava administratora i moderatora.....	52
Grafikon 4.4.14.1. Broj reakcija na objave najaktivnijih reakcija i članova. ....	52
Tablica 4.4.14.2. Broj reakcija po objavi najaktivnijih suradnika .....	53
Grafikon 4.4.15. Omjer broja objava promotivnog karaktera na uzorku tri najaktivnija člana .....	53
Grafikon 4.4.16. Broj dodijeljenih titula.....	54
Grafikon 4.4.17. Omjer broja stvari u vlastitoj izradi, kupljenih dekoracija i preporuka.....	55
Grafikon 4.4.18. Omjer broja sabata, ezbata, ostalih praksi i edukacija.....	55
Grafikon 4.4.19. Omjer broja virtualnih praksi i praksi u stvarnosti .....	56
Grafikon 4.4.20. Omjer stupnja uključenosti u komunikaciji na objavama .....	56
Grafikon 4.4.21. Omjer neutralnih i negativnih objava .....	57