Vizualni simboli komunikacije odjećom

Međimurec, Nenad

Master's thesis / Diplomski rad

2016

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:522090

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN

DIPLOMSKI RAD 34/OJ/2016

VIZUALNI SIMBOLI KOMUNIKACIJE ODJEĆOM

Nenad Međimurec

Varaždin, veljača 2016.

SVEUČILIŠTE SJEVER

SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN

Studij Odnosi s javnostima

DIPLOMSKI RAD 34/OJ/2016

VIZUALNI SIMBOLI KOMUNIKACIJE ODJEĆOM

Student:
Nenad Međimurec, 0184/336D

Mentor:
prof. dr. sc. Ljubica Bakić-Tomić

Varaždin, veljača 2016.

Sveučilište Sjever
Sveučilišni centar Varaždin
104. brigade 3, HR–42000 Varaždin

UNIVERSITY NORTH

Prijava teme diplomskoga rada

studenata IV. semestra diplomskog studija Odnosa s javnostima

BROJ:
34/OJ/2016
(upisuje studentska referada)

IME I PREZIME STUDENTA	Nenad Međimurec
MATIČNI BROJ	0184/336D
NASLOV IZABRANE TEME DIPLOMSKOGA RADA	Vizualni simboli komunikacije odjećom
KOLEGIJ IZ KOJEG JE IZABRANA TEMA DIPLOMSKOGA RADA	Persuazija i interpersonalna komunikacija
MENTOR	prof.dr.sc. Ljubica Bakić-Tomić
SUMENTOR	
U VARAŽDINU, DANA	11.12.2015.
POTPIS STUDENTA	Nenad Međimurec
POTPIS MENTORA	Lj. Bakić-Tomić
POTPIS SUMENTORA	

REPUBLIKA HRVATSKA
KOPRIVNICA
SVEUČILIŠTE SJEVER

DR 01 OJ

SVEUČILIŠTE SJEVER

Zahvala

U ovom sam radu, između ostalog, koristio znanje stečeno tijekom studija te zahvaljujem svim profesorima i djelatnicima Sveučilišta Sjever koji su svoje znanje i savjete nesebično podijelili sa mnom.

Posebno se zahvaljujem mentorici prof.dr.sc. Ljubici Bakić-Tomić na pomoći i savjetima prilikom izrade rada.

Nenad Međimurec

SADRŽAJ

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI 7
1. UVOD 1
1.1. Predmet i ciljevi rada 2
1.2. Metoda istraživanja 3
1.3. Struktura i sadržaj rada 3
2. OPĆENITO O KOMUNIKACIJI 5
2.1. Zapreke u komunikaciji 6
2.1.1. Sociokulturne zapreke 6
2.1.2. Psihološke zapreke 8
2.2. Simboli kao sredstvo komunikacije 9
2.3. Važnost simboličke funkcije 10
3. OPĆENITO O SIMBOLIMA 11
3.1. Terminološki pristup simbolima 11
3.2. Neodrediva i živa priroda simbola 13
3.3. Dinamika i funkcije simbola 14
4. SIMBOL - ZMIJA 16
4.1. Zmija – izvor života 17
4.2. Kozmička zmija 18
4.3. Zmija – mitski predak 19
4.4. Zmija – liječnik i vrač 20
4.5. Osuda zmije 21
4.6. Rehabilitacija simbola zmije 22
5. SIMBOL - GLAVA 24
6. SIMBOL - LUBANJA 26
7. SIMBOL – SVASTIKA (KUKASTI KRIŽ) 28
7.1. Svastika kroz povijest 29
7.2. Svastika u vrijeme nacizma 31
8. SIMBOLIKA ZMIJE, LUBANJE I SVASTIKE U MODERNO DOBA 34
9. KODIRANI SIMBOLI IZ MITOLOGIJE I POVIJESTI U MODERNO DOBA 36
10. RUNE 38
11. ISTRAŽIVANJE O KOMUNICIRANJU ODJEĆOM POMOĆU SIMBOLA 42
11.1. Definiranje problema 43
11.2. Razlog odabira teme 43
11.3. Ciljevi istraživanja 43

11.3.1. Istraživačka pitanja 44
11.3.2. Hipoteze 44
11.4. Vrsta istraživanja, izvori i metoda prikupljanja podataka 45
11.5. Vrste podataka i jedinice analize 45
11.6. Područje istraživanja 45
11.7. Matrica 45
11.8. Varijable 46
11.9. Ograničenja, uzorak i vrijeme 46
11.10. Očekivana primjenjivost rezultata 46
12. REZULTATI ISTRAŽIVANJA 47
13. ANALIZA I DISKUSIJA REZULTATA 70
14. ZAKLJUČAK 71
15. LITERATURA 72
PRILOZI 77
ŽIVOTOPIS 84

SAŽETAK I KLJUČNE RIJEČI

Komunikacija je proces prenošenja poruke od jedne do druge osobe. Korištenjem komunikacije pomoću simbola možemo poslati razne sadržaje i poruke prema drugima. Svaka skupina i svako vrijeme imaju svoje simbole. Vrijeme bez simbola je mrtvo vrijeme, a civilizacija bez simbola bi iščezla i pripala povijesti.

Ciljevi provedenog istraživanja bili su o tome kakve stavove i mišljenja imaju mladi ljudi do 35 godina o simbolima zmije, lubanje i kukastog križa na odjeći., njihovo stvarno poznavanje navedenih simbola i različitih značenja koje imaju.

Istraživanje je provedeno pomoću alata *Forms* na servisu *Google Drive*. Popunjeno je 173 anketnih upitnika sadržanih od 21 pitanja.

Ključne riječi: komunikacija, komunikacija odjećom, simboli, kodirani simboli, rune

Communication is a process of transfering messages from one person to another. Through communication we can send various contents and messages towards other people. Each group and each time have their own symbols. Time without symbols is dead time, and civilization without symbols would vanish and it would belong to history.

Goals of conducted sampling survey were to find out what kind of opinions young people up to 35 years of age have about symbols of snake, skull and gammadion cross (swastika) on clothing, their real understanding of above mentioned symbols and variant meanings they have.

Questionnaire was conducted using Forms tool on Google Drive server. 173 questionnaries with 21 question were filled.

Keywords: communication, communicating with clothes, symbols, coded symbols, runes

1. UVOD

U samim počecima ljudske civilizacije, simboli su privlačili veliku pažnju i postali jezgrom stvaralačkog života. Simboli otkrivaju tajne nesvjesnoga, vode nas do najskrivenijih pokretača djelovanja, otvaraju nam put prema nepoznatom i beskonačnom. Danju i noću, dok govorimo, dok se izražavamo kretnjama ili sanjamo, služimo se, primjećujući to ili ne, simbolima. Oni oblikuju naše želje, potiču nas na kakvo djelo, upravljaju našim postupcima, začetak su naših uspjeha ili neuspjeha. Nastanak, poredak i tumačenje simbola predmet su zanimanja mnogih disciplina: povijesti civilizacija i religija, lingvistike, antropologije kulture, kritike umjetnosti i medicine. Također, simboli se koriste i kod umijeća prodaje, propagande i politike. Simboličko izražavanje pokazuje da čovjek pokušava odgonetnuti i svladati sudbinu koja mu izmiče u tami što ga okružuje. Simbol se ne može definirati. U naravi je simbola razbijanje čvrstih okvira i spajanje krajnosti u jedinstvenu viziju. Simbol je nalik na strijelu koja leti i ne leti, nepomičnu a neuhvatljivu, vidljivu a nedokučivu.

Tema ovog diplomskog rada je svijet simbola u komunikaciji odjećom kojom pojedinci, skupine ili organizacije komuniciraju sa svijetom. U tom je procesu komunikacije važno da se informacija razumije. Da bi komunikacija bila uspješna, važno je da se informacija točno primi u pogledu sadržaja i značenja koje je odredio pošiljatelj. Simbol postoji samo za pojedinca ili zajednicu za koje se članovi na određeni način identificiraju da bi stvorili samo jedno središte. Cijeli svijet se artikulira oko te jezgre. Stoga su najsvetiji simboli za jedne, samo obični predmeti za druge. Time se potvrđuju duboke razlike u poimanju simbola. Simboli grade mostove, spajaju razdvojene elemente, povezuju nebo i zemlju, prirodu i kulturu, stvarnost i snove, nesvjesno i svjesno. Simboli imaju funkciju uspostavljanja ravnoteže. Živa igra simbola u psihičkom životu osigurava intenzivnu i zdravu duševnu djelatnost koja istodobno oslobađa. Simbol je najdjelotvornija pomoć u razvoju osobnosti.

1.1. Predmet i ciljevi rada

Neprestano smo okruženi simbolima. Svatko od nas osim verbalne komunikacije, komunicira i neverbalno. Jedan od načina neverbalne komunikacije je komunikacija odjećom. Odabirom simbola na odjeći pojedinac šalje poruke vanjskom svijetu, svojim promatračima. Tri navedena simbola koja su opisana u ovom diplomskom radu imaju kontroverzna značenja i osobe koje promatraju te simbole mogu na temelju njih imati različite dojmove o osobi koja ih nosi. Kroz svoju povijest tri navedena simbola imala su različita značenja i različitim civilizacijama. Postoje razlike u mišljenju i svjetonazorima osoba koje ih nose i osoba koje ih promatraju.

Cilj ovog rada je dati odgovor na sljedeća pitanja:

1. U čemu se razlikuju mišljenja osoba koje nose i koje ne nose odjeću sa simbolima zmije, lubanje, svastike (i/ili njihovih izvedenica)? Zašto mladi ljudi nose ili ne nose odjeću sa navedenim simbolima?

2. Znaju li mladi ljudi (i oni koji nose i oni koji ne nose odjeću sa navedenim simbolima) različita kulturološka značenja ovih simbola koja se pojavljuju u različitim kulturama svijeta?

3. Koje značenje pripisuju ovim simbolima pojedini mladi ljudi?

4. Kakav dojam ostavlja odjeća sa simbolima zmije, lubanje, svastike (i/ili njihovih izvedenica) na promatrača?

U skladu sa svrhom i ciljevima istraživanja postavljene su radne hipoteze koje glase:

Hipoteza 1

Mišljenja mladih ljudi razlikuju se u svjetonazoru stečenom kroz odgoj i obrazovanje.

Hipoteza 2

Mladi ljudi ne poznaju različita kulturološka značenja simbola zmije, lubanje, kukastog križa.

Hipoteza 3

Mladi ljudi pripisuju negativna značenja simbolima zmije, lubanje i kukastog križa.

Hipoteza 4

Odjeća sa simbolima zmije, lubanje i kukastog križa na promatrača ostavlja negativan dojam.

1.2. Metoda istraživanja

Prilikom izrade ovog diplomskog rada korištena je metoda anketiranja kao metoda verifikacije, kojom bi se pomoću prikupljenih podataka mogle provjeriti hipoteze. Instrument istraživanja bio je anketni upitnik.

1.3. Struktura i sadržaj rada

Struktura rada temeljena je na detaljnijem opisu simbola i njihovom stvarnom značenju, koje se mijenjalo povijesno, kulturološki i civilizacijski. Rad je podijeljen na 14 međusobno povezanih cjelina.

Prvi dio „Uvod“: navodi predmet i ciljeve istraživanja.
Drugi dio „Općenito o komunikaciji“: objašnjava osnovne pojmove o komunikaciji, preprekama u komunikaciji, stereotipima i etnocentrizmu.
Treći dio „Općenito o simbolima“: obrađuje terminološki pristup simbolima, neodredivu i živu prirodu simbola te njegove funkcije.
Četvrti dio „Simbol-zmija“: objašnjava značenja simbola zmije kroz povijest i različita tumačenja civilizacija.
Peti dio „Simbol-glava“: daje uvod u sljedeće poglavlje rada, usko vezano poglavlje uz simbol lubanje.

Šesti dio „Simbol-lubanja“: objašnjava značenja lubanje u različitim civilizacijama i kulturama.

Sedmi dio „Simbol-svastika (kukasti križ)“: obrađuje svastiku kroz povijest te različita značenja koje je ovaj simbol imao.

Osmi dio „Simbolika zmije, lubanje i svastike u moderno doba“: objašnjava značenja simbola u današnje vrijeme.

Deveti dio „Kodirani simboli iz mitologije i povijesti u moderno doba“: obrađuje simbole i njihove izvedenice.

Deseti dio „Rune“: obrađuje staro pismo i značenje pisma nekad i danas.

Jedanaesti dio „Istraživanje o komuniciranju odjećom pomoću simbola“: definira problem, odabir teme, ciljeve istraživanja, istraživačka pitanja i hipoteze, varijable, ograničenja, uzorak, vrijeme i očekivanu primjenjivost rezultata.

Dvanaesti dio „Rezultati istraživanja“: donosi nam rezultate o provedenom istraživanju.

Trinaesti dio „Analiza i diskusija rezultata“: objašnjava rezultate istraživanja.

Četrnaesti dio „Zaključak“: završni dio rada u kojem je izložena sinteza cjelokupnog rada i istraživanja.

2. OPĆENITO O KOMUNIKACIJI

Komunikacija je proces prenošenja poruke od jedne do druge osobe. U tom je procesu važno da se informacija razumije. Da bi komunikacija bila uspješna, važno je da se informacija točno primi u pogledu sadržaja i značenja koje je odredio pošiljatelj. Koncept uspješne komunikacije stavlja razliku između informacije i podatka. Podaci su u uskom kontekstu sirove činjenice i brojke. Informacije su podatak u smislenom obliku. Ukoliko informacije i podaci nemaju smisla, tada nisu od nikakve koristi. Četiri karakteristike određuju najkorisniju informaciju: točnost, pravodobnost, potpunost i važnost. Ukoliko je informacija pouzdana i neosporna, kao i izvor naše informacije tada se informacija smatra točnom. Da bi informacija bila pravovremena, ne znači nužno da mora stići na vrijeme. Pravovremenošću se smatra da informacija treba stići kad je potrebna. Pravovremenost informacija je također ovisna o kontekstu. (Rouse i Rouse 2005:40)

Potpunu informaciju nije moguće dobiti jer ljudi nikada ne mogu znati sve o svemu. Potpunom informacijom smatra se informacija na temelju koje se može donijeti odluka. Važnost informacije definira se ovisno o kontekstu. Informacija koja može biti od izuzetne važnosti jednom pojedincu, skupini ili kompaniji za drugu može biti potpuno nevažna. Informacija koja ima sve četiri karakteristike pozitivno će utjecati na uspješnost odlučivanja. Korisne informacije sastavni su dio uspješne komunikacije. Kako bi mogli uspješno komunicirati, treba razumjeti što je komunikacija i kako ona djeluje. (Rouse i Rouse 2005:40)

2.1. Zapreke u komunikaciji

Sve što sprječava da poruka bude primljena i shvaćena naziva se zaprekom u komunikaciji. Zapreke su u pravilu ljudskog, a ne tehnološkog podrijetla. Mnogo važnije su ljudske zapreke, iako su često slabo primjetne. Najvažnije zapreke usko povezane diplomskim radom su sociokulturne i psihološke. (Rouse i Rouse 2005:51)

2.1.1. Sociokulturne zapreke

Pojedinac može biti nositelj kulture, ali ju ne može sam stvoriti. Kultura je grupni i društveni fenomen. Hrana koju jedemo i način na koji jedemo, odjeća koju oblačimo, naša vjerovanja, stavovi pripadaju u snažne kulturne značajke. Svi ih prihvaćamo kao neosporne i neupitne. Nesvjesno vjerujemo u našu kulturu i pokoravamo se njezinim načelima. Kultura je izuzetno važna u komunikacijama koja na nacionalnoj, etničkoj, regionalnoj, ali i organizacijskoj zbog toga što je moćna i određuje skupine. Sudjelujući u nekoj kulturi ili ne, svjesno ili nesvjesno, pojedinac se pokorava društvenim normama.

Društvene norme su prešutna pravila o tome gdje se, što i kako radi. Osim društvenih normi, postoje norme u komunikaciji koje se odnose na geste, značenje boja, ton govora i značenje simbola. Društvene norme i kulturna obilježja donose bolju komunikaciju, ali s druge strane mogu biti i zapreka. Ključni sociokulturni elementi su: grupno mišljenje, sukob vrijednosti i uvjerenja, stereotipi i etnocentrizam, jezik i žargon. Grupno mišljenje je društveni fenomen u kojem grupno ponašanje dominira i guši proces odlučivanja. Nastaje kada društvene norme ili želja skupine da se postigne konsenzus nadvlada želju za postizanjem odluka koje su u najboljem interesu skupine. Događa se kada zajedničke vrijednosti i konformizam izmaknu kontroli. (Rouse i Rouse 2005:52)

Kultura se temelji na zajedničkim uvjerenjima i vrijednostima. Kada se komunikacija odvija preko kulturoloških granica, povećava se mogućnost nesporazuma. Društvo djeluje na temelju kulturnih i društvenih normi koje su toliko ukorijenjene, a da toga ljudi nisu ni svjesni. Kako bi komunikacija bila uspješna, važno je uzajamno poštivati temeljne vrijednosti i norme. (Rouse i Rouse 2005:53)

Ako smo svjesni uvjerenja i vrijednosti druge kulture, nije isto što i imati stereotipe o svim pripadnicima te kulture na temelju vlastitih pretpostavki. Stereotipom se smatra pokušaj predviđanja čovjekovog ponašanja na osnovi pripadnosti određenoj skupini. Obično se vežu uz površne i netočne informacije, a ne uz duboko ukorijenjena uvjerenja i norme. Stereotipi su opasni jer mogu dovesti do predrasuda, diskriminacije i rasizma. Za uspješnu komunikaciju važno je da stereotipi u čim manjoj mjeri ili uopće ne utječu na komunikaciju. Etnocentrizam je usko povezan sa stereotipima. Takve osobe gledaju na svoju kulturu kao jedinu valjanu. Svaku osobu odmjeravaju pomoću uspoređivanja sa svojom vlastitom kulturom koju smatraju superiornom. (Rouse i Rouse 2005:54)



Slika 2.1. – Prikaz stereotipa – Nijemci i Francuzi (http://daniyel.blog.siol.net/files/2008/02/stereotipi.jpg)

Dva navedena pojma, stereotipi i etnocentrizam vode prema predrasudama i diskriminaciji. Jezik može biti zapreka u komunikaciji na više načina. Najveći problem dolazi kad pokušavaju komunicirati sugovornici čiji se jezici uvelike razlikuju. Ukoliko svi sugovornici govore isti jezik, također može doći do neugodnosti i nesporazuma. Status i klasne razlike utječu na različito korištenje jezika kojim se često identificiraju ili isključuju čitave skupine ljudi. (Rouse i Rouse 2005:54)

2.1.2. Psihološke zapreke

Psihološke zapreke odnose se na pojedinca i njegovo mentalno i emotivno stanje. Ključne psihološke prepreke su: filtriranje, percepcije, manjkava memorija, loše slušanje i emotivno upletanje. Ljudi često čuju ono što žele čuti i vide samo ono što žele vidjeti. Naši filteri i predrasude rezultat su osobnih vrijednosti i kulturnog podrijetla. Takvi se problemi mogu izbjeći pozornim slušanjem i čitanjem. S druge strane, selektivnost je potrebna zbog toga što smo svakodnevno zatrpani informacijama koje ne možemo sve apsorbirati. Kada donosimo odluke i odabiremo informacije dobro je osloniti se na iskustvo, tradiciju i „pravilo jačega“. (Rouse i Rouse 2005:55)

Svatko od nas ima svoji način na koji promatra svijet i sustave filtriranja koje nazivamo percepcijom. Prijatelje biramo zato što razmišljaju, ponašaju se i reagiraju kao mi, te zato što vjeruju u iste stvari u koje vjerujemo i mi. Nismo ni svjesni koliko naše percepcije o određenim stvarima i situacijama utječu na gotovo sve aspekte našeg života. Često ne primjećujemo da filtriramo informacije i odbacujemo one koji su u suprotnosti s našom percepcijom svijeta. Naše percepcije su zapreke u komunikaciji. Događa se da ne želimo priznati ili posvetiti se onome što je preneseno komunikacijom jer smo i prije no što se komunikacija dogodila, oblikovali ideju o tome je li ona za nas uopće važna. Pamćenje također ima važnu ulogu u našoj komunikaciji, stoga se važno usredotočiti na informaciju koju želimo zapamtiti. Tu informaciju koju želimo zapamtiti, trebamo izdvojiti iz hrpe drugih te je prebaciti iz kratkoročnog u dugoročno pamćenje. Da bi nešto mogli zapamtiti, moramo to i razumjeti. Širina znanja o temi komunikacije je od izuzetne važnosti, zbog toga jer što više znamo o temi, lakše ćemo je i zapamtiti. Informacije se puno lakše zapamte ukoliko primateljima poruke informacije ponovimo. Kod usmenih prezentacija npr., postoji opće pravilo: prvo im recite što ćete reći, tada im to i recite, a na kraju im recite to što ste im rekli. (Rouse i Rouse 2005:56)

Loše pamćenje može biti posljedica lošeg slušanja. Rijetki slušaju s punom koncentracijom dulje od nekoliko sekundi. Sposobnosti slušanja nikada se nije pridavalo toliko pozornosti koliko sposobnosti pisanja i govorenja. Verbalna se borba događa kada, umjesto da slušamo i upijamo što nam druga osoba govori, mi u našoj glavi već počinjemo raspravljati o idejama. Kada to činimo, ne obraćamo pozornost na poantu koju iznosi sugovornik. Umjesto da slušamo osnovnu poantu ili temu argumenta, ne koncentriramo se na detaljne činjenice i zbog toga ne shvatimo poruku u cijelosti. Čovjek razmišlja oko četiri puta brže nego što govori. Razlika između brzine razmišljanja i brzine govora može potaknuti slušatelja da slobodno vrijeme ispuni drugim nepovezanim procesima. (Rouse i Rouse 2005:57)

2.2. Simboli kao sredstvo komunikacije

Bitna odlika komunikacije kao vrste interakcije je da se ostvaruje znakovima. Simboli su sredstva komunikacije. Simboli izazivaju nečiju reakciju i djeluju na ponašanje pojedinca. Simbolima se ukazuje na nešto, a stoje umjesto nečega drugoga. Za razumijevanje procesa komunikacije važno je klasificirati simbole, prema njihovima funkcijama. Simboli se dijele na tri funkcije. Prva funkcija je ekspresivna, simboli izražavaju unutrašnje stanje. Druga funkcija je apelativna, jer simboli sa tom funkcijom izazivaju nečiju pažnju i aktivnost što pomaže pojedincu ili organizaciji koja je postavila simbol. Bühler ovu skupinu naziva signalima. Treća funkcija je prezentiranje, simboli predstavljaju stvari i pojave. Simboli su nositelji značenja koje koristimo za označavanje stvari, odnosa, ideja, doživljaja i različitih sadržaja kojih smo svjesni i želimo ih fiksirati. Korištenjem komunikacije pomoću simbola možemo poslati razne sadržaje i poruke prema drugima. (Rot 1982:11)

2.3. Važnost simboličke funkcije

Ljudska komunikacija temelji se na raznim vrstama simbola koji se povezuju u složeni sistem, kako bi se omogućilo fiksiranje ogromnog broja pojmova o raznim stvarima i pojavama te o njihovim svojstvima i odnosima među njima. Simbolička komunikacija proizlazi iz unaprijed određenog značenja u svrhu prenošenja poruka neke zajednice ili čovječanstva. Usvajajući jezik svoje zajednice, pojedinac posjeduje i veliki broj simbola te kroz svoj razvoj stvara nove. Sistem simbola omogućava pojedincu izražavanje spoznaja i ideja do kojih je došao na temelju svojih sposobnosti. Korištenje simbola, a posebno razvijenog jezika od velikog su značaja za napredak čovjeka i društva. Složenom organizacijom simbola prevladavaju se ograničenja koja priroda stvara čovjeku. Sistem simbola također je važan za socijalizaciju i razvoj osobnosti pojedinca. Simbolima se osim prijenosa vlastitih iskustva svladavaju prostorne i vremenske udaljenosti. Zbog izgrađenog sistema simbola čovjek je postao razvijenije biće od svih ostalih živih bića. Svaki sistem simbola je socijalan po svojoj prirodi, zbog toga jer uvijek predstavlja sistem prenošenja poruka određene zajednice, koji je zajednički za njene članove. (Rot, 1982:25)

3. OPĆENITO O SIMBOLIMA

U današnje vrijeme simboli privlače veliku pažnju, oni su jezgra stvaralačkog života. Simboli otkrivaju tajne nesvjesnoga, vode nas do najskrivenijih pokretača djelovanja, otvaraju duh prema nepoznatom i beskonačnom. Danju i noću, dok govorimo, dok se izražavamo kretnjama ili sanjamo, služimo se, primjećujući to ili ne, simbolima. Oni oblikuju naše želje, potiču nas na kakvo djelo, upravljaju našim postupcima, začetak su naših uspjeha ili neuspjeha. Nastanak, poredak i tumačenje simbola predmet su zanimanja mnogih disciplina: povijesti civilizacija i religija, lingvistike, antropologije kulture, kritike umjetnosti i medicine. Također, simboli se koriste i kod umijeća prodaje, propagande i politike. Simboličko izražavanje pokazuje da čovjek pokušava odgonetnuti i svladati sudbinu koja mu izmiče u tami što ga okružuje. Simbol se ne može definirati. Njemu je u naravi da razbija čvrste okvire i spaja krajnosti u jedinstvenu viziju. On je nalik na strijelu koja leti i ne leti, nepomičnu a neuhvatljivu, vidljivu a nedokučivu. (Chevalier i Gheerbrant 1983:11)

3.1. Terminološki pristup simbolima

Riječ simbol upotrebljava se u vrlo različitim značenjima. Da bi mogli razumjeti nazive u upotrebi, važno je razlučiti simboličku sliku od svih ostalih kojima se zamjenjuje. U praksi se vrijednosti tih slika ne razlikuju dovoljno jasno, stoga je veoma važno strogo razlučivanje u teoriji.

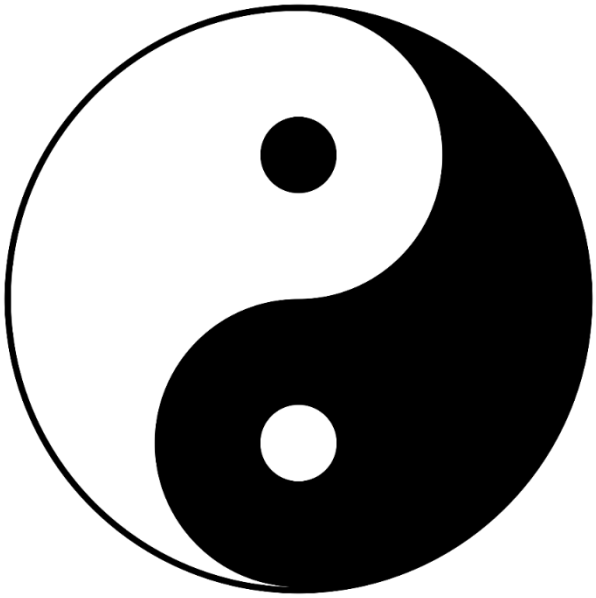
Amblem je vidljiv lik, usvojen dogovorno, da bi predočio kakvu ideju, fizičko ili moralno biće: zastava je amblem domovine, lovor je amblem slave. Atribut je predmet ili slika što osobi, zajednici ili moralnom biću služi kao znak raspoznavanja: krila su atribut zrakoplovnog društva, kotač željezničkog poduzeća, toljaga Herakla, vaga Pravde. Izabire se karakterističan dio koji označuje cjelinu. Alegorija je prikazivanje pothvata, stava, vrline, apstraktnog bića najčešće u obliku čovjeka, a gdjekad i životinje ili biljke: krilata žena je alegorija pobjede, a rog obilja alegorija blagostanja. Metafora razvija usporedbu između dvaju bića ili situacija: rječitost je toga govornika prava poplava riječi. Analogija je odnos između bitno različitih, ali u nečemu sličnih bića ili pojmova: božji je gnjev, na primjer, samo u analogijskom odnosu spram ljudskog gnjeva. Rasuđivanje analogijom izvor je bezbrojnih pogrešaka.

Simptom je promjena u vanjskom obliku ili uobičajenom djelovanju, koja može otkriti kakav poremećaj i sukob; sindrom je skup simptoma, karakterističnih za neko stanje u razvoju, koji više ili manje sigurno predočavaju budućnost. Apolog je basna, podulja pripovijetka o životinjama, poučnog sadržaja. Parabola je priča koja sama po sebi ima određen smisao, ali kojoj je svrha da sugerira više od toga neposrednog značenja, neku moralnu pouku, npr. parabola o dobrom sjemenu što pada na različita tla. Mitovi se pojavljuju kao dramaturške arheotipova, shema i simbola, ili kao složene cjeline, epopeje, priče, geneze, kozmogonije, gigantomanije. Mit u samo jednoj priči sadrži mnoštvo analognih situacija: on omogućuje da se s one strane živih i živopisnih slika, kao u crtano filmu, otkriju tipovi stalnih veza, tj. strukture. Ali te strukture, oživljene simbolima, ne ostaju statične. Njihova dinamičnost može krenuti u dva suprotna pravca. Put poistovjećivanja sa zamišljenim bogovima i herojima vodi u neku vrstu otuđenja. Suprotno od toga, put integracije simboličkih vrijednosti pomaže u skladnom razvoju ličnosti, potiču da subjekt postane samim sobom, umjesto otuđenja u nekog mitskog junaka.

Simbolizam definira teološku, filozofsku i estetičku školu prema kojoj religiozni tekstovi i umjetnička djela nemaju literarno ili objektivno značenje i samo su simbolički i subjektivni izrazi osjećaja i mišljenja. Riječ simbolizam označava sposobnost kakve slike ili stvarnosti da posluži kao simbol – simbolizam mjeseca razlikuje se od simbolike mjeseca po tome što pod njom razumijemo skup simboličkih veza i tumačenja što ih sugerira mjesec, dok simbolizam ide samo za općim svojstvom mjeseca kao mogućom osnovom mjeseca. (Chevalier i Gheerbrant 1983:13)

3.2. Neodrediva i živa priroda simbola

Simbol se razlikuje od običnog znaka i oživljava velike cjeline imaginarnog, arhetipove, mitove i strukture. Simbol je u početku bio presječen na dva dijela, dva komada keramike, drva ili kovine. Dvije osobe čuvaju po jedan dio: domaćin i gost, vjerovnik i dužnik, dva hodočasnika, dva bića koja se rastaju na dugo vrijeme. Kad se iznova sastanu, uspoređivanjem dvaju dijelova potvrdit će svoju povezanost gostoprimstvom, svoje dugove, svoje prijateljstvo. Kod starih Grka simboli su bili znakovi po kojima su roditelji mogli prepoznati svoju djecu od koje su bili razdvojeni. Analogijom su simbolima postali žetoni, koji su davali pravo da se primi plaća, naknada ili hrana, lozinke, znamenja i ugovori. Simbol rastavlja i spaja; sadrži oba pojma: razdvajanje i sjedinjenje: on podsjeća na zajednicu koja je bila podijeljena i koja se može opet stvoriti.



Slika 3.1. Yin Yang – prikaz bipolarnosti i višedimenzionalnosti simbola
(https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/1/17/Yin_yang.svg/2000px-Yin_yang.svg.png)

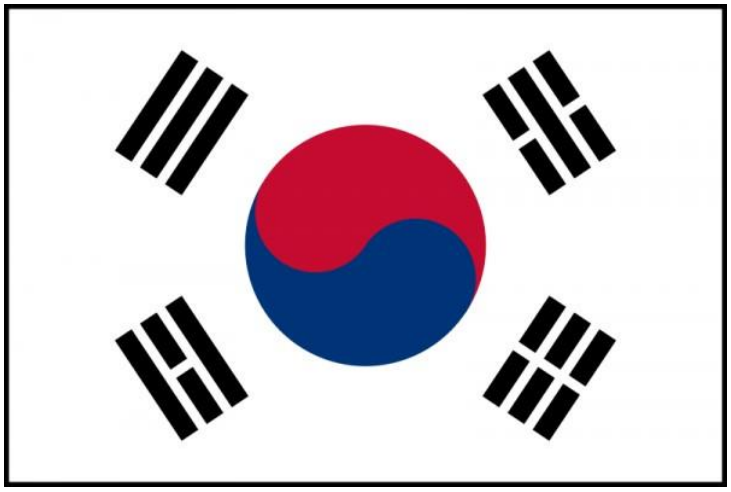
Svaki simbol sadrži dio razbijenog znaka – značenje simbola otkriva u onome što je ujedno pukotina i veza između razdvojenih pojmova. Povijest simbola potvrđuje da svaki predmet može dobiti simboličku vrijednost bilo da je prirodan ili apstraktan. Simboli su uvijek višedimenzionalni. Oni izražavaju veze nebo-zemlja, prostor-vrijeme i sl. To je bipolarnost. Postoji i sinteza suprotnosti, simbol ima dnevno i noćno lice. (Chevalier i Gheerbrant 1983:12)

Višedimenzionalan simbol može imati beskonačan broj dimenzija. Osoba koja zamjećuje simboličan odnos, nalazi se u položaju središta svijeta. Simbol postoji samo za pojedinca ili zajednicu za koje se članovi na određeni način identificiraju da bi stvorili samo jedno središte. Cijeli svijet se artikulira oko te jezgre. Stoga su najsvetiji simboli za jedne, samo obični predmeti za druge. Time se potvrđuju duboke razlike u poimanju simbola.

3.3. Dinamika i funkcije simbola

Prva funkcija simbola je istraživačka. Simbol proširuje polje svijesti u područje gdje je točno mjerenje nemoguće, a ulazak u to područje sadrži nešto od avanture i izazova. Ono što nazivamo simbolom, pojam ili slika koji i kad su nam dobro poznati u životu, ipak u sebi sadrže nešto što povećava njihovo uobičajeno i očigledno značenje. Simbol implicira nešto nejasno, nepoznato ili za nas skriveno. Čovjek nesvjesno i spontano stvara simbole kad pokušava iskazati nevidljivo i neiskazivo. Simbol omogućuje slobodno kretanje kroz sve razine zbilje. Nepoznato u simbolu nipošto nije praznina neznanja, nego neodređenost naslućenog. Simbol ima funkciju zamjenika. On zamjenjuje vezu Ja s njegovom sredinom, njegovim položajem ili s njim samim, kada ta veza nije preuzeta sasvim svjesno. Ono što simbol želi sugerirati nije samo predmet potiskivanja, već smisao traženja i odgovor nepovjerljive intuicije.

Zamjena implicira treću funkciju simbola – funkciju posrednika. Simbol gradi mostove, spaja razdvojene elemente, povezuje nebo i zemlju, prirodu i kulturu, stvarnost i snove, nesvjesno i svjesno. Simbol ima funkciju uspostavljanja ravnoteže. Primjer simbola ravnoteže prikazan je na slici 3.2. na primjeru korejske zastave. Od odabira boja do rasporeda simbola na bijeloj pozadini, korejska zastava sadrži svu simboliku harmonije i ravnoteže. Živa igra simbola u psihičkom životu osigurava intenzivnu i zdravu duševnu djelatnost koja istodobno oslobađa. Simbol je najdjelotvornija pomoć u razvoju osobnosti. Simbol se smatra snagom koja ujedinjuje. Temeljni simboli sadrže temeljno jedinstvo tri razine – podzemne, zemaljske i nebeske. Oni povezuju čovjeka sa svijetom tako da se procesi osobne integracije uključuju u opći razvoj, bez izdvajanja i konfuzije. (Chevalier i Gheerbrant 1983:17)



Slika 3.2. – Korejska zastava – simbol ravnoteže (http://www.rtvslo.si/_up/photos/2009/09/08/u48056-107074_korejaska zastava.svg_show.png)

Čovjek se zahvaljujući simbolu koji ga postavlja u golemu mrežu veza, ne osjeća strancem u svijetu. Kao ujedinitelj, simbol ima i pedagošku funkciju, pa čak i terapeutsku. Simbol izaziva emocije i identifikaciju s nekom nadindividualnom silom. Povezujući različite elemente svijeta, pruža osjećaj djetetu i čovjeku da nisu usamljena bića, izgubljena u prostranoj cjelini što ih okružuje.

Opirati se simbolima znači odsjeći dio sebe, osiromašiti svu prirodu i pod izlikom realizma bježati od najistinitijeg poziva da živimo integralnim životom. Svijet bez simbola doveo bi do duhovne smrti čovjeka. Simbol također ima veliku funkciju socijalizacije kad je duboko povezan s društvenom sredinom. Simbol je univerzalni jezik. Svaka skupina i svako vrijeme imaju svoje simbole. Vrijeme bez simbola je mrtvo vrijeme, a civilizacija bez simbola bi iščezla i pripala povijesti. Simbol je univerzalni jezik zbog toga što je virtualno dostupan svakom ljudskom biću, bez posredovanja usmenih ili pismenih jezika, jer zrači iz cijele ljudske psihe. Simbol je najdjelotvornije sredstvo sporazumijevanja među osobama, skupinama i narodima. Univerzalnost daje simbolu moć da istodobno uđe u srž individualnog i društvenog. Tko pronikne smisao simbola jedne osobe ili jednoga naroda, temeljito poznaje tu osobu i taj narod. Sociologija i analiza ispravno razlikuju mrtve i žive simbole. Mrtvi simboli nemaju više odjeka ni u individualnoj ni u kolektivnoj svijesti. Oni pripadaju samo povijest, književnosti i filozofiji. Iste slike će biti žive ili mrtve ovisno o stavu promatrača, o njegovoj dubokoj sklonosti, o društvenom razvoju. Žive su u cijelom biću ako izazovu snažan odjek – životnost simbola ovisi o stavu svijesti. (Chevalier i Gheerbrant 1983:18)

4. SIMBOL - ZMIJA

Kao i čovjek, zmija se razlikuje od svih životinja. Čovjek i zmija su suprotnosti, komplementi, ali i međusobni natjecatelji. Zmija ima vrlo složenu simboliku obzirom da je ona jedan od svjetski najstarijih i najraširenijih mitoloških simbola. U mitologiji, religiji, znanosti i literaturi diljem svijeta zmije, kao što ćemo vidjeti, simboliziraju plodnost, besmrtnost, obnavljanje, liječenje, ali i zlo. Isto tako, neki narodi su je štovali i kao boga. Nedavno arheološko otkriće najbolje nam može posvjedočiti koliko je čovjek svojom kulturom vezan uz zmiju. U maloj špilji u Bocvani pronađeni su tragovi koji ukazuju na ritual prinošenja žrtve pitonu. Budući da su nalazi stari oko 70 000 godina, spomenuti ritual postaje najstarijim poznatim i dosad otkrivenim u ljudskoj povijesti, a zmiju čini prvim simbolom u kulturi čovjeka.



Slika 4.1. Prvi simbol u kulturi čovjeka – Špilja pitona, Bocvana (http://media3.s-nbcnews.com/j/msnbc/Components/Photos/061130/061130_python_cave_hmed_10a.grid-6x2.jpg)

U ljudskoj kulturi, stoga, od svih životinja zmija ima istaknuto i posebno mjesto. Ona se razlikuje od svih životinja isto kao i čovjek, ali na oprečan način. To hladno stvorenje bez dlake i bez perja smještamo na početak duge i mukotrpne geneze, a čovjek se, naprotiv, nalazi na kraju iste te geneze. U tom smislu čovjek i zmija su opreke, komplementi, suparnici.

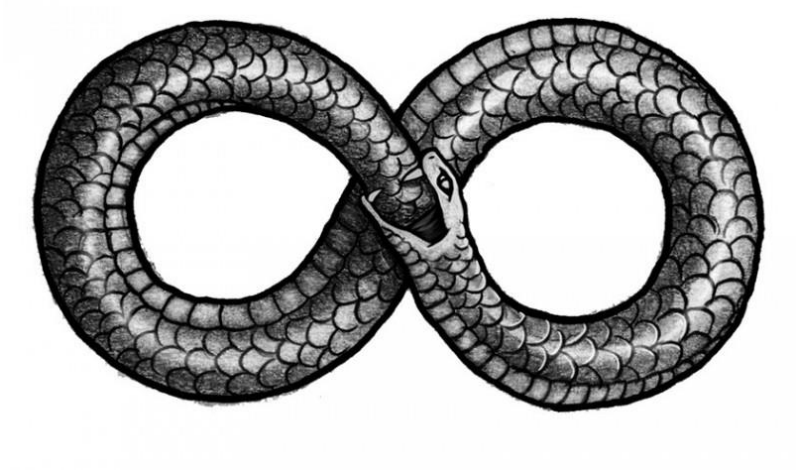
Prema toj analogiji, u čovjeku ima nešto od zmije, a osobito u onom njegovu dijelu što ga njegov razbor najmanje kontrolira. Ipak, upravo zbog te jednostavnosti, nema ničega običnijeg, jednostavnijeg i sablažnjivijeg za duh od zmije. U tom smislu, u čovjeku ima nešto od zmije, osobito u onom djelu koji čovjek najmanje kontrolira. Prema psihoanalitičaru Junhu zmija utjelovljuje inferiornu psihu, mračni psihizam, ono što je rijetko, neshvatljivo i tajnovito. (Chevalier i Gheerbrant 1983:878)

4.1. Zmija – izvor života

Zmija je utjelovljena apstrakcija, nema ni početka ni kraja. U dnevnom svijetu zmija se pojavljuje kao opipljiva fantazma koja izmiče kroz prste, kao što klizi kroz mjerljivo vrijeme, kroz mjerljivi prostor i pravila razumskoga, da bi se sklonila u donji svijet iz kojega dolazi, u kojem je zamišljamo kao bezvremensku, stalnu i nepomičnu u njezinoj potpunosti. Brza poput munje, vidljiva zmija uvijek izbija iz usta stijene, iz procijepa ili pukotine, da bi ispljunula smrt ili život prije nego se opet vrati u nevidljivo. Zmija je zagonetka, tajnovita, njezine postupke koje su iznenadni kao i njezini preobražaji, ne možemo predvidjeti. Igra se spolom kao i svim oprečnostima. Zmija predstavlja sklop arhetipova vezanih za hladnu, ljigavu i podzemnu tminu iskona. Prema Keymu, sve moguće zmije tvore zajedno jedinstveno iskonsko mnoštvo, iskonsko Nešto koje se neprestano raspleće, iščezava i ponovno rađa. (Chevalier i Gheerbrant 1983:878)

4.2. Kozmička zmija

Nosači svijeta ponekad su slonovi, bikovi, kornjače, krokodili, itd. No, sve su to supstituti ili komplementi zmije u prvotnoj funkciji. Vrlo se često te životinje moći prikazuju kao dio na zmijskom tijelu. One izražavaju zemaljski aspekt, tj. agresivnost i snagu. Dva su načina održavanja, bilo noseći, bilo obgrlivši stvorenje neprekinutim zagrljajem koji priječi dezintegraciju. To čini zmija u obličju uroborosa – zmije koja grize vlastiti rep. Uroboros je simbol spolne jedinstvenosti, stalni samoploditelj, kako to pokazuje njegov u usta utaknut rep; on je neprestano preobražavanje smrti u život, budući da njegovi zubi uštrcavaju otrov u vlastito tijelo. On je materijalna dijalektika života i smrti. Smrt koja izvire iz života i život koji izvire iz smrti. Uroboros predstavlja dinamiku kotača, na oko nepomičnog jer se okreće oko sebe samog, no čije je okretanje beskonačno jer se neprestano obnavlja iz sebe samog.



Slika 4.2. Uroboros – simbol spolne jedinstvenosti, preobražavanje smrti u život
(http://mythologian.net/wp-content/uploads/2013/10/Ouroboros-dragon-serpent-snake-symbol-716x400.jpg)

Uroboros nije samo pokretač života, već je i simbol trajnosti. On stvara vrijeme iz samoga sebe, kao i život. Često ga prikazuju u obliku uvijena lanca, lanca što predstavlja niz sati. Uroboros pokreće nebeska tijela, on je prvi lik, majka Zodijaka. Uroboros je stari simbol staroga , kozmografsko i geografsko božanstvo. (Chevalier, Gheerbrant 1983:879)

4.3. Zmija – mitski predak

Postavši mitski predak i civilizacijski polubog – Quetzalcoatl kod naroda Tolteka, koji su preuzeli Azteci, zmija se utjelovljuje i žrtvuje za ljudski rod, što je prikazano na slici 4.3. Indijanska ikonografija nam objašnjava smisao te žrtve. Prema Gripu, u Drezdenskom se kodeksu nalazi ptica grabljivica koja ubada svoje pandže u tijelo zmije da bi potekla krv od koje će nastati civilizirani čovjek. Bog (zmija) okreće tu protiv sebe svoj atribut nebeske moći, sunčevu pticu, kako bi zemlju oplodila ljudima, jer je taj bog oblak, a njegova je krv kiša hraniteljica koja će omogućiti da izraste kukuruz i čovjek koji će se hraniti kukuruzom.



Slika 4.3. – Quetzalcoatl u Kodeksu Telleriano-Remensis – pernata zmija u ljudskom obliku naroda Tolteka (https://bs.wikipedia.org/wiki/Quetzalcoatl#/media/File:Quetzalcoatl_1.jpg)

To nije samo žrtva oblaka, to je i željena smrt u izvršenju svoje misije ljubavi. Riječ je o cijepanju prvotnog jedinstva; dvojstva u jednome koja se razdvaja u dva sastavna djela kako bi omogućilo nastanak ljudskog roda. Po mišljenju Jacquesa Soustella, žrtva Quetzalcoatlova je obnavljanje klasične sheme posvećenja, što se sastoji od smrti za kojom slijedi ponovno rađanje. On postaje sunce i umire na zapadu da bi se ponovno rodio na istoku; kao dvojstvo u jednome i dijalektika u sebi samome, on je zaštitnik blizanaca. (Chevalier i Gheerbrant 1983:880)

4.4. Zmija – liječnik i vrač

Nadahnjivačka uloga zmije u punom se svjetlu pojavljuje u mitovima i ritualima koji se odnose na životopis i na kult dvaju velikih božanstava pjesništva, glazbe, liječništva i osobito vidovitosti – kult Apolona i Dioniza. Apolon započinje svoju karijeru oslobađajući proročište u Delfima zmije Pitona, koja je lik hipertrofije prirodnih sila. Apolon i Dioniz nisu oprečni likovi, već oni potječu od suprotnog pola bića, što je važno za ostvarenje sklada, najvišeg cilja. Zmija nije ni dobro ni zlo, već posjeduje obje strane. Biće zmije je velika sila i to jako dobro shvaćaju mudri poznavaoci prirode, kad kažu da u zmiji leži odlična vještina, te da u njenom biću ima čak i vrline. Zmija nije iscjelitelj, već lijek. Umjerenost u nekim aspektima života, bliska je mudrosti zmije. Simbol zmije i spolnu dvoznačnost. Ta dvoznačnost proizlazi iz toga što je ona istodobno maternica i falus.

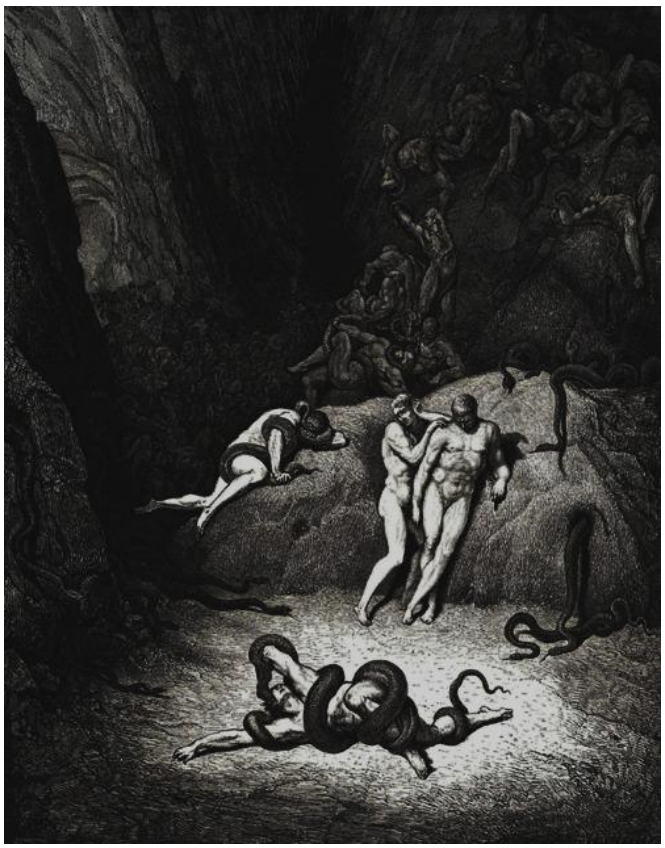


Slika 4.4. Festival zmija u Abruzzima u Italiji, Sveti Dominik (http://www.lifeinabruzzo.com/wp-content/uploads/2010/05/sugared-domenico-a.jpg)

To potvrđuje veliki broj ikonografskih dokumenata, iz azijskog neolita i iz kultura američkih Indijanaca, gdje se tijelo zmije ukrašava rombima. Zmija je gospodar žena i plodnosti, zbog toga je smatraju odgovornom i za menstruaciju, koja je posljedica njezina ugriza. To se vjerovanje susreće i u rabinskim krugovima gdje se menstruacija smatra posljedicom odnosa Eve i zmije. Od takvih vjerovanja ostalo je tragova i u europskom folkloru. U Abbruzzima u Italiji se još i danas priča da se žena sparuje sa zmijom. Slika parade prikazana je na slici 4.4. gdje lokalno stanovništvo nosi kip Svetog Dominika, zaštitnika protiv zmijskih ugriza. U Francuskoj, Njemačkoj i Portugalu, žene se u nekim krajevima boje da će im se zmija uvući u usta dok spavaju – osobito u vrijeme mjesečnog pranja- te da će zatrudnjeti. (Chevalier i Gheerbrant 1983:883)

4.5. Osuda zmije

Premda je kršćanstvo zadržalo najčešće samo negativan i zao aspekt zmije, sveti tekstovi kršćanstva svjedoče o dvama aspektima toga simbola. Tako u Knjizi brojeva, premda zemaljske zmije, što ih je poslao Bog, donose smrt mnogima u Izraelu, odabrani narod ponovno nalazi život uz pomoć zmije, prema naputku što ga je Bog dao Mojsiju. U kršćanskoj epohi Krist koji obnavlja čovječanstvo bit će ponekad prikazan kao Zmija od mjedi na križu, kakav se prikazuje u 12. stoljeću u mističnoj poemi koju je preveo Remy de Gourmont. Zmija, koliko god bila i sotonski simbol – ona je besmrtna.



Slika 4.5. Prikaz zmije u Danteovom Paklu prema Gustavu Dorèu
(http://40.media.tumblr.com/tumblr_lo67farkst1qep74vo1_r1_500.jpg)

Prema Durandu, dobro biće zmije pojavljuje se u Danteovu paklu i u pričama zmije-zmaja koje se spominju od srednjeg vijeka do današnjih dana. Zmaj je prepreka koju valja svladati da bi se dosegla razina Svetog. Zmaj je zvijer koju dobar kršćanin mora ubiti u sebi, po ugledu na sv. Jurja i sv. Mihaela. (Chevalier i Gheerbrant 1983:887)

4.6. Rehabilitacija simbola zmije

Nijekati iskonski život i zmiju koja ga utjelovljuje znači nijekati sve vrednote tmine kojih je ona dio i koji tvore talog tog duha. Valjalo je dočekati 19. stoljeće da bi se s romantizmom javio oprez prema tome nijekanju. Pokretači su bili pjesnici i umjetnici - najugledniji među njima postali su prokletnici u društvu koje su oslobađali. Time je otvorena pukotina kroz koju će se u 20. stoljeću probiti prava revolucija razmišljanja, u kojoj je odlučnu ulogu odigrao nadrealistički pokret.

U međuvremenu je Sigmund Freud sa psihoanalizom otkrio prvu kliničku metodu koja će iznova vratiti čovjeku unutrašnje jedinstvo suprotstavivši se unutrašnjim zabranama što su postale patološke. Stoga se ne treba čuditi osudi protiv oca psihoanalize – ta osuda nije ništa drugo nego obnavljanje osude koja je izrečena zmiji. U tom trenutku misao se počinje isto tako okretati i takozvanim primitivnim kulturama koje su preživjele do danas u svijetu, u prvom redu u Africi i Americi. (Chevalier i Gheerbrant 1983:888)



Slika 4.6. – Replika kipa božice Atene sa zmijama u grčkom Partenonu (http://www.mariekimmeldevitt.info/athena/images/Copy%20of%20Athena%20statue%20inside%20Parthenon.jpg)

Dok je za zapadnjaka danas zmija samo odbojna životinja, u tim kulturama ona predstavlja arhetip koji je zadržao i kojemu se priznaju njegova pozitivna značenja. Na primjer, mali Afrikanac se neće bojati zmije, premda mu odnedavna nametnute moderne strukture nastoje zamaskirati njezino tradicionalno lice. Kao temeljni arhetip, povezan s izvorima života i imaginacije, zmija je ponegdje u svijetu zadržala svoja simbolička značenja koja su naoko posve suprotna. Najpozitivnija, koju je naša povijest u jednom trenutku stavila na indeks, počinju se ponovno pojavljivati vraćajući čovjeku sklad i slobodu. Pjesništvo, medicina i umjetnost djeluju na tome, a te su djelatnosti uvijek za atribut imale zmiju. Na slici 4.6. prikazana je replika kipa božice Atene sa zmijama u grčkom Partenonu, antičkom hramu izgrađenom u 5. stoljeću prije Krista. Atena je božica civilizacije, mudrosti, snage, pravednog rata, tkanja, metalurgije i obrta. Tako usprkos nevoljama našeg vremena, Atena- božica svake prave znanosti, još uvijek u ruci i na grudima drži zmiju iz koje su se rodili Dioniz, Sotona i kineski carevi. (Chevalier i Gheerbrant 1983:888)

5. SIMBOL - GLAVA

Glava je simbol snage aktivnog principa koji uključuje nadmoć u upravljanju, naređivanju i prosvjetljivanju. Glava je i simbol objave duha, u odnosu prema tijelu koje je objava materije. Ljudska glava ima oblik kugle pa se prema Platonu može usporediti sa svemirom. Sva se ta značenja približavaju simbolizmu savršenstva, sunca i božanstva.



Slika 5.1. Prikaz lubanje sa slomljenim vratom, neobičnog običaja naroda Kelta (http://www.gannett-cdn.com/-mm-/ac1394dbdcca6a36cbf486633b129cd813095ac3/r=x404&c=534x401/local/-/media/USATODAY/GenericImages/2012/10/26/94-1000-4_3.jpg)

U keltskom svijetu glava je predmet raznovrsnih ali u cjelini vrlo homogenih običaja i vjerovanja(Slika 5.1.). Najvažniji među njima je ratnički običaj. Gali su odsijecali glave pobijeđenim neprijateljima i donosili ih svojim kućama privezane o vratove svojih konja. Trofeje su brižljivo konzervirali, katkad i u cedrovu ulju. Motiv odsječene glave čest je motiv u galskoj numizmatici te u galskoj i galo-rimskoj plastici. Irci nisu postupali drukčije od Gala, pa otočko epsko pjesništvo nudi stotine primjera ratnika s odsječenom glavom neprijatelja pobijeđenog borbi prsa o prsa. Glava je tu simbol protivničke ratničke snage i vrijednosti, koje još više ističu pobjednikovu snagu i vrijednost, a odsječena glava bila je osim toga potvrda da je protivnik mrtav. Kelti su mislili da smrt nije nastupila ako nije zahvaćena moždana ovojnica. (Chevalier i Gheerbrant 1983:182)

U svim mitologijama spominju se višeglava bića: ljudi, bogovi, životinje, duhovi. Svaka je glava jedan od raznovrsnih oblika u kojima se pojavljuje troglavi bog ili npr. zmija sa sedam glava. Time se simbolizira zmija koja označava beskrajnu plodnost i sedam kao simbolizam tog broja. Simbolička aritmetika spaja se s posebnim simbolom višeglavog bića. Tri glave božice Hekate, tri glave čuvara podzemlja Kerbera; odnose se na veze što ih božica i pas imaju s trima svjetovima. Janus ima dva lica, naprijed i natrag, tako da može vidjeti prošlost i budućnost. Egipatski bog Amon-Ra prikazivan je s tijelom obojenim u zeleno i s četiri glave, koje su označavale duh četiri elemenata, dušu svijeta. Dvoglavi simboli u Egiptu bili su simboli zaštite od duhova. Indra je bog s tri glave jer upravlja trima svjetovima. Tri Agnijeva ognja označavaju svjetlosti što sjaje u trima svjetovima… Načelo tumačenja ostaje isto; važno je spojiti smisao sa značenjem višeglave slike. (Chevalier i Gheerbrant 1983:183)

6. SIMBOL - LUBANJA

Lubanja, sjedište misli pa prema tome i vrhovnog upravljanja, najvažnije središte kojim se upravlja prema makrokozmičkoj predodžbi čovjeka. Tri se preostala središta nalaze u prsnim kostima, pupku i u spolnom organu. Na žrtvenicima inicijacijskog društva Koré te četiri točke predočavaju četiri zemljane posude pune nebeske vode, skupljene za prve i posljednje godišnje kiše; srednja posuda prikazujući lubanju, sadrži četiri kamena groma, koji simboliziraju nebesku vatru, izraz božjeg duha i uma te njegovo mikrokozmičko utjelovljenje – ljudski mozak, u obliku kozmičkog jajeta. U brojnim europskim i azijskim legendama ljudska se lubanja izjednačuje s nebeskim svodom. Tako u islandskom Grimnismâlu lubanja diva Ymira postaje nakon njegove smrti nebeski svod; jednako Ṛgvedi nebeski svod oblikuje lubanju praiskonskog bića. Gilbert Durand ispravno postavlja paralelu između vrednovanja vertikaliteta na planovima društvenog makrokozma (vladarski arhetipovi), prirodnog makrokozma (sakralizacija planina i neba) i ljudskog makrokozma – to je objašnjenje za bezbrojne oblike kultova lubanja (lubanje – pretci ili lubanje - trofeji). (Chevalier i Gheerbrant 1983:386)

Iz istog zakona, analogija između ljudskog mikrokozma i prirodnog makrokozma proizlazi i izjednačavanje očiju s nebeskim tijelima i mozga s nebeskim oblacima. Kult lubanje ne ograničuje se na ljudsku vrstu. Kod lovačkih naroda životinjski trofeji igraju važnu obrednu ulogu; ona je vezana na potvrđivanje ljudske nadmoćnosti, koju dokazuje postojanje neke lubanje neke velike divljači u selu i za brigu o očuvanju života. Lubanja je vrhunac kostura, koji je ono neuništivo u tijelu – duša. Tako se i prisvaja njezina životna energija. Tit Livije pripovjeda da su 216. godine prije Krista cisalpinski Gali iz zasjede iznenadili i uništili vojsku rimskog konzula Postumusa, a potom posmrtne ostatke i odsječenu glavu magistrata uz počasti odnijeli. Njegova im je lubanja ukrašena zlatnim obručem, služila kao sveta posuda za žrtve ljevanice pri svetkovinama. Bila je i pehar za svećenike hrama, a u očima Gala plijen nije bio manji od pobjede.

Simbolizam lubanje povezuje se sa simbolizmom glave, koja je također ratnički trofej. Zbog položaja na vrhu glave, oblika kupole i funkcije duhovnog središta, lubanja se često uspoređuje s nebom ljudskog tijela i duha. Lubanja se smatra središtem životne snage tijela i duha. Odrezavši glavu i sačuvavši lubanju, primitivni je čovjek postigao više ciljeva. U prvom redu to je posjedovanje najizravnije i najosobnije uspomene na pokojnika, potom je to prisvojenje njegove životne snage i njezinih blagotvornih učinaka na preživjelog. Gomilanjem lubanja duhovni se oslonac proširuje. Lubanja je simbol ljudske smrtnosti, ali i onoga što nakon smrti preživi: posjedovanje neprijateljeve lubanje nadilazi značenje trofeja – to je osvojenje onog najvišeg u njemu i svake klice egzistencije. (Chevalier i Gheerbrant 1983:386)

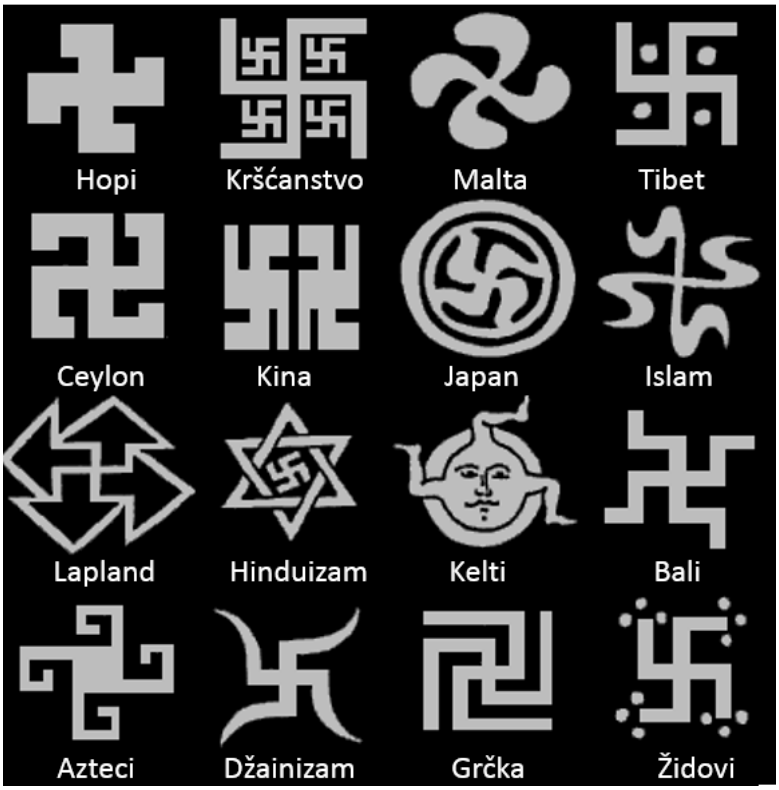


Slika 6.1. Lubanja s prekriženim kostima na X (Andrijin križ) (http://www.mindfully.org/Reform/Skull-And-Bones1833-1985.jpg)

Kao stjecište života na visokoj razini, lubanju su alkemičari upotrebljavali u operacijama pretvorbe. U masonstvu lubanja simbolizira inicijacijski ciklus: tjelesna je smrt predigra ponovnom rođenju na razini višeg života i uvjet je vladavine duha. Kao simbol fizičke smrti lubanja je analogna alkemijskom truljenju, kao što je grob analogan atanoru: novi čovjek izlazi iz posude u kojoj se stari čovjek poništio da bi se preobrazio. Lubanja se često prikazuje između dviju goljenica prekriženih na X, oblikujući tako križ sv. Andrije, simbol rascjetvorenja prirode pod nadmoćnim utjecajem duha, pa prema tome i simbol duhovnog savršenstva.

7. SIMBOL – SVASTIKA (KUKASTI KRIŽ)

Svastika je jedan od najraširenijih i najstarijih simbola. Svastika je jedan od najvišeznačnijih simbola kojeg su brojne civilizacije prihvatile kao glavni znamen. Svastika simbolizira okomitu osovinu kraka sa četiri kotača; kojem je kružno kretanje prikazano zavrnućem svakog pojedinog kraka, kao da vrpce vijore na vjetru ili da su stope u pokretu. Najstariji povijesni prikazi svastike sežu još u vrijeme kada je čovjek još živio u pećinama, čiji zidovi i danas svjedoče o drevnom značenju ovog simbola. Svastika kakvu poznajemo bila je sveti simbol Azteka, Maja, Olmeka, Tolteka i drevnih Inka. Svastike su poznavali Kelti i Etrušćani.



Slika 7.1. – Prikaz svastike prije pojave nacizma i negativnih konotacija simbola (http://www.toptenz.net/wp-content/uploads/2013/03/various-swastikas.bmp)

Grci i Rimljani prenijeli su je na afrički kontinent pa je od tada nalazimo i na egipatskim posmrtnim maskama. Simbol svastike nalazimo i na Bliskom Istoku, u Indiji, Kini te u ostalim istočnjačkim zemljama u kojima krasi razne budističke hramove, ali i poprsja samoga Bude. Ukratko, svastika je drevni simbol koji je bio korišten više od 3000. godina prije nego što je dobio potpuno drugo značenje.



Slika 7.2. Novac pronađen u Troji, 3000.-4000.g.pr.Kr. (http://www.elitereaders.com/wp-content/uploads/2015/11/swastika-unknown-history-3.jpeg)

Artefakti kao što su lončarija ili novčići iz drevne Troje dokazuju da je svastika još do 1000 godina prije nove ere bila često korišten simbol. Za vrijeme narednih 1000 godina, prikaz svastike koristile su mnoge kulture diljem svijeta, uključujući Kinu, Japan, Indiju i južnu Europu. (Eliade 2006:18)

7.1. Svastika kroz povijest

Za vrijeme narednih 1000 godina, prikaz svastike su koristile mnoge kulture diljem svijeta, uključujući Kinu, Japan, Indiju i južnu Europu. Do srednjeg vijeka svastika je bila dobro poznat, ako ne i često korišten, simbol koji je imao različite nazive: Kina – wan, Engleska – fylfot, Njemačka – Hakenkreuz, Grčka – tetraskelion i gamadion, Indija – svastika. Svastika je simbol sveprisutan na indijskom potkontinentu, tamo je svastika prikazana kroz lik zmije, pojavljuje se u Šivinim hramovima, na vratima domova, kao ukras na stajama, u narodnoj umjetnosti i kulturi, te postoji kao značajan element dizajna ili 'Yantra' na svečanim prigodama, posebno na vjenčanjima. Svastika je bila povezana s plodnosti u Mezopotamiji kao i kod Semitske božice Ishtar. Prisutna je u mnoštvu religija, egipatskoj, budističkoj, skandinavske (Thor), hidusi, pa čak i u kršćanstvu. Sam naziv svastika dolazi iz sanskrta i znači sretno.

U ezoteričkom smislu svastika predstavlja osnovni smisao života, snagu solarne energije i reinkarnacije. Ovaj iskonski koncept obnove, solarne energije, obožavanja sunca, i kozmičke životne snage, održao se u okultnim društvima. Za njih ona i dalje ima ono značenje koje je imala stoljećima prije nacističkog preuzimanja simbola, te predstavlja alfu i Omegu univerzalne kreativne snage. Romanički likovi Krista često su prikazani oko kakve spirale ili svastike. Ti likovi daju ritam stavu, raspoređuju pokrete, nabore odjeće. Time se ponovno uvodi stari simbol tvoračkog vrtloga oko kojega se stupnjevito raspoređuje hijerarhija stvorenja što izlaze iz njega. Bez obzira kakvo značenje imala, svastika očito ukazuje na kružno gibanje oko središta, oko nepomične točke koja je stožer pojavnoga svijeta. Ona je simbol nastajanja univerzalnih ciklusa, tokova energije, djelovanje principa na pojavnost. U tom smislu dugo se mogla smatrati Kristovim znamenjem od katakomba na srednjovjekovnom zapadu do nestorijanizma u stepama. (Chevalier i Gheerbrant 1983.)

Nestorijanstvo ili nestorijanizam je kršćansko učenje o Isusovoj dualnosti, tj. da je Isus postojao kao dvije osobe - Isus čovjek i Isus Sin Božji. Ovo učenje se pripisuje Nestoru, Patrijarhu Konstantinopolskom (c. 386-451). Na Ekumenskom saboru u Efesu, 431., ovo učenje je proglašeno heretičkim, a sukob oko ovog gledišta je doveo do nestorijanskog raskola, pri kojem se Asirska istočna crkva odvojila od Bizantske crkve. Nestorijanstvo kao kršćanska hereza je nastalo u ranoj kršćanskoj Crkvi, u 5. stoljeću, kao pokušaj tumačenja otjelotvorenja (inkarnacije) božanske Riječi (Logosa), koje je drugo lice Svetog Trojstva, tj. Isus Krist kao čovjek. Nestorijanstvo tvrdi da su Isusova ljudska i božanska priroda odvojene i da postoje dva lica, Isus kao čovjek i Isus kao Božja Riječ koja živi u čovjeku. (wikipedia - izvor) U tom smislu je i znamen Buddhe, jer prikazuje kotač zakona (Dharmačakra) koji se okreće oko svoga nepomičnog središta. U njegovu je središtu nekad prikazan Agni.

U masonskom simbolizmu središte svastike predstavlja polarnu zvijezdu, a četiri game što je tvore predstavljaju četiri glavna položaja Velikog Medvjeda oko nje. Smjerovi okretanja svastike nemaju značenja koje im se pokušavalo pripisati. No, ta dva smjera evociraju dva navoja dvostruke zavojnice, dvojaki tok yin i yang kozmičke energije, okretanje svijeta viđeno s jednoga i drugoga pola. U hinduističkoj ikonografiji svastika ponekad zamjenjuje kotač, npr. kao znamen nâga. No, ona je i znamen Ganeshe, božanstva spoznaje, a ponekad pojavni oblik vrhovnog principa. (Steiner, 2015.)

Ravni dijelovi križa svastike odgovaraju općenitom simbolizmu vrhovnog principa, ali zakrivljeni dijelovi ukazuju na to da vanjske stvari svijeta ne vode izravno u centar svastike. Put principa je zakrivljen. U Kini je je svastika znak za broj deset tisuća, što je sveukupnost bića i pojavnoga. Ona je i prvotni oblik znaka fang. U tom slučaju pokazuje četiri smjera četvrtastog prostora, zemlje, vodoravno širenje iz središta.

Svastiku možemo pronaći na mjestima za koja vjerujemo da je na njima nikada ne bismo našli, u židovskim svetištima – sinagogama. Širom svijeta, osim u Australiji, nailazimo na simbol koji danas ima bitno drugačije značenje nego što ga je imao nekad. Zahvaljujući činjenici da je iz svastike izveden i poznati grčki ornament, obožavatelji modne marke „Versace“ stiliziranu svastiku nose i danas. Postoje i izvedeni oblici svastike, kakav je primjer oblik u krakovima u obliku krivulje u Baskiji, koju jasno podsjeća na dvostruku zavojnicu. Takav je sekundarni oblik i ključaste svastike kojoj svaki krak predstavlja ključ; obuhvatan izraz simbolizma ključeva, gdje okomita os odgovara svećeničkoj funkciji i solsticijima, a vodoravna os kraljevskoj funkciji i ekvinocijima. (Tatić, Eliade i drugi)

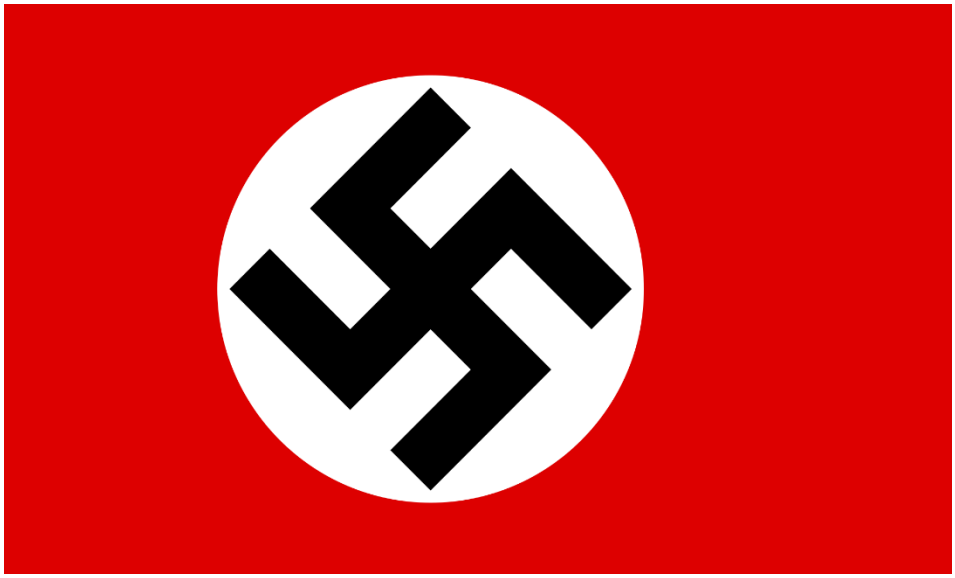
7.2. Svastika u vrijeme nacizma

Dok nacisti nisu počeli koristiti ovaj simbol, svastiku su koristile mnoge kulture tijekom prošlih 3000 godina kako bi predstavili život, sunce, moć, snagu i dobru sreću. Čak je i u ranom 20. stoljeću svastika još uvijek bila simbol pozitivnih konotacija. Na primjer, svastika je bila uobičajeni ukras kutija za cigarete, razglednica, novčića i zgrada (Slika 7.3.).



Slika 7.3. Wills cigarete, SAD, 1930. godina
(http://images.delcampe.com/img_large/auction/000/120/072/504_001.jpg)

Svastiku se tijekom prvog svjetskog rata moglo naći na oznaci na rukavima pripadnika američke 45. divizije i kod finskih zračnih snaga do kraja drugog svjetskog rata. 1800-ih su zemlje koje okružuju Njemačku postajale mnogo veće formirajući imperije: ali Njemačka nije do 1871. bila ujedinjena zemlja. Nasuprot osjećaju ranjivosti i stigme mladosti, Njemački su nacionalisti sredinom 19. stoljeća počeli koristiti svastiku zbog njenog drevnog arijsko/indijskog porijekla kako bi predstavljala Njemačku/arijsku povijest. Do kraja 19. stoljeća svastiku se moglo pronaći na nacionalističkim njemačkim narodnim časopisima i bila je službeni amblem Njemačke Gimnastičarske Lige. Početkom 20. stoljeća svastika je bila uobičajeni simbol njemačkog nacionalizma i moglo ju se pronaći na brojnim mjestima kao na primjer na amblemu Wandervogela, njemačkog pokreta mladih; na Joerg Lanz von Liebenfelsovom antižidovskom časopisu "Ostari"; kod raznih Freikorps jedinica i kao amblem društva Thule. (Tatić, 2015.)



Slika 7.4. – Zastava nacističke Njemačke
(https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/99/Flag_of_German_Reich_(1935–1945).svg/2000px-Flag_of_German_Reich_(1935–1945).svg.png)

Hitler je 1920. godine odlučio da Nacistička Partija treba svoje obilježje i zastavu. Za Hitlera je nova zastava morala biti "simbol vlastite borbe" i "vrlo učinkovita kao plakat". 7. kolovoza 1920., na Salzburškom kongresu, zastava je postala službeni amblem Nacističke Partije. U "Mojoj borbi" ("Mein kampf") Hitler je opisao novu nacionalnu zastavu: "U *crvenom* vidimo socijalističku ideju pokreta, u *bijelom* nacionalističku ideju, u svastici misiju borbe za pobjedu arijevaca i, uz jednak znak, pobjedu ideje kreativnog rada koji je kao takav bio i uvijek će biti protužidovski."

Zbog nacističke je zastave svastika uskoro postala simbol mržnje, antisemitizma, nasilja, smrti i ubojstva. U tijeku je velika rasprava o tome što svastika predstavlja danas. Više od 3000 godina svastika značila život i dobru sreću, ali zbog nacista je ona također preuzela značenje smrti i mržnje. Ova suprotna značenja uzrokuju probleme u današnjem društvu. Svastika je vrlo religiozan i često korišten simbol budista i hinduista. Chirag Badlani dijeli priču o vremenu kada je išao napraviti fotokopije nekih hinduističkih bogova za svoj hram. Dok je stajao u redu kako bi platio fotokopije, neki su ljudi iza njega primjetili da se na jednoj od slika nalazi svastika. Nazvali su ga nacistom. Nažalost, nacisti su bili vrlo učinkoviti pri svojem korištenju amblema svastike tako da mnogi ne poznaju druga značenja svastike. Ali od nacističke upotrebe svastike, neki ljudi pokušavaju razlikovati dva značenja svastike mijenjanjem njezinog smjera – pokušavajući je izraditi u smjeru kazaljke na satu. Nacistička inačaica svastike je značila mržnju i smrt dok bi inačica obratnog smjera zadržala drevno značenje tog simbola, život i dobru sreću. (Arbanas-Kovačević, Steiner i drugi, 2015.)

Tijekom nacističkog skupa u Nürnbergu 1934., oko 35.000 simbola svastike bilo je prikazano na plakatima, zastavama, i ogromnim pozadinskim zavjesama. To je nedvojbeno bio najmasovniji prikaz svastike na jednom mjestu. Zbog nacističke upotrebe simbola svastike, taj je simbol počeo predstavljati zlo i smrt. Međutim, svastika nije bila nacistički izum. Nepoznata većini zapadnog svijeta, svastika je jedan od najstarijih simbola u povijesti, a moguće i najraširenijih. Njeno rasprostiranje je dokumentirano od istočne Azije preko srednje Amerike, Mongolije, Indije do sjeverne Europe.

Zanimljivo je i kako je svastika postala nacističkim simbolom. Godine 1919. tajno Thule – društvo (Thule Geselshaft) prihvatilo je svastiku kao službeni simbol. Isto to društvo je kasnije dalo podršku Adolfu Hitleru. Ono što je intrigantno kod ovog društva je da su njegova učenja i doktrine bile usađene u samu srž nacizma. Kasnije je Hitler na mnoge načine podupirao rad ovog društva, koje mu je pomoglo otvoriti jedno od najkrvavijih poglavlja ljudske povijesti. Od tada je kukasti križ postao povezan s njemačkim nacional – socijalizmom te je njegov simbol dobio sasvim novo značenje, postao je simbolom zla. (Arbanas-Kovačević, 2015.)

8. SIMBOLIKA ZMIJE, LUBANJE I SVASTIKE U MODERNO DOBA

U današnje vrijeme postoje mnoge organizacije diljem svijeta koje se direktno ili indirektno, temelje ili oslanjaju na nacizam. Iako je nacizam raznim procesima pokušao biti uklonjen iz svakog oblika života (denacifikacija nakon 2.svjetskog rata), sama simbolika svastike i nacističkog pokreta na određenim prostorima nikad nije umrla. Razloga koji su doprinijeli tome je mnogo. U spletu povijesnih okolnosti i gubitkom 2. svjetskog rata, došlo je do sustavnog ponižavanja njemačkog naroda čije posljedice trpi i u današnje vrijeme, poratnog razaranja imovine građana i sl. Upravo zbog tih razloga, simbol je ostao živ do današnjih dana.



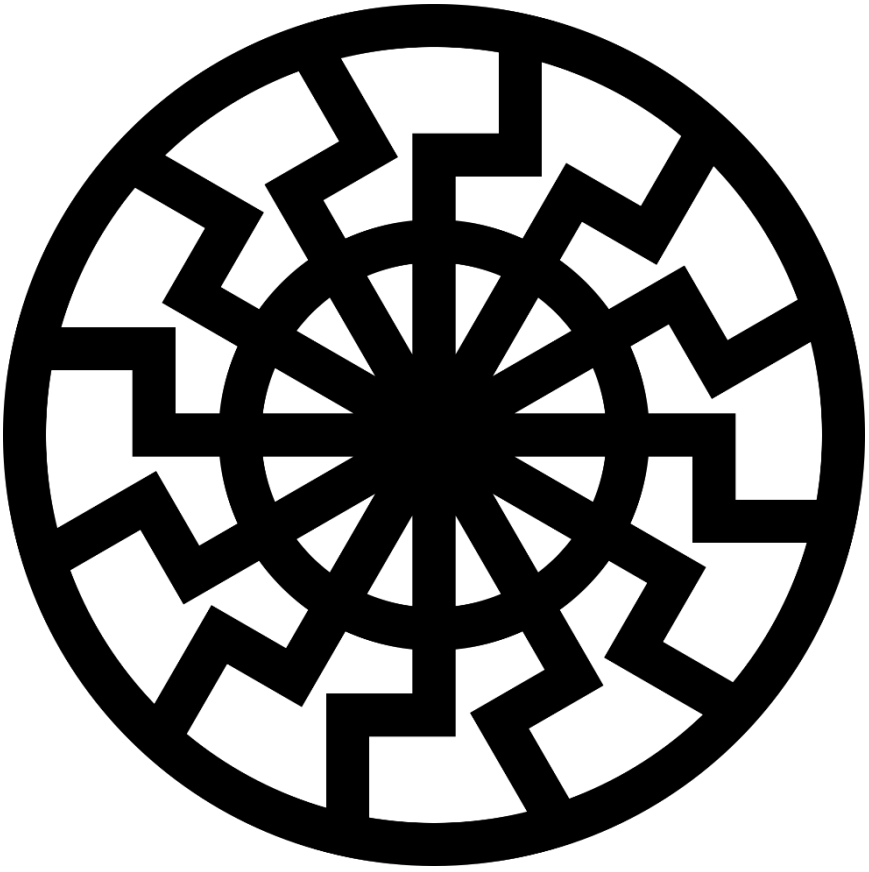
Slika 8.1. – Thor Steinar, logo njemačkog proizvođača odjeće
(http://www.vandalshop.hr/Images/4659.png)

Simboli zmije, lubanje i kukastog križa koji su opisani u ovom diplomskom radu, koristi, nosi i promovira europska „right-wing“ populacija. Mnogo je razloga zbog kojih su ti simboli popularni kod takve populacije. Najčešća simbolika poruka se odnosi na moć, besmrtnost, snagu, konzervativizam, nacionalizam, socijalizam i dr. Nošenjem tih simbola pojedinac ili grupa šalju poruku vanjskom svijetu o svojim stavovima, svjetonazorima, mišljenjima. Isti se omogućavaju toj populaciji pomoći modnih brandova, odnosno odjevnih predmeta.

Najpopularniji odjevni brandovi right-wing populacije su: Alpha Industries, AC-13 Production, Brandit, Dobermans Aggressive, Hooligan Streetwear, Knightsbridge, Lonsdale, Location Clothing, Mentalita Ultras, Pit Bull Germany, Thor Steinar, Fred Perry, New Balance, Ben Sherman, Yakuza, Tommy Hilfiger, Ralph Lauren, Hugo Boss, Versace, Consdaple, Masterrace Europe, Hatecrime, Werwolf, Walhall, Svastone, White Rex, Otadžbina, Erik&sons. Također, razloga zbog kojih su ovi brandovi prihvaćeni kod right-wing populacije je mnogo. Najčešći simboli većine navedenih brandova upravo su zmija, lubanja i razne izvedenice svastike i ostalih prikrivenih simbola, dok pojedini brandovi imaju „clean-style“ sa jasnom porukom koju nosi brand te kombinacijom boja odjevnog predmeta. Primjerice, Thor Steinar, njemački brand osnovan 1999. godine, našao se na vrhu europske i svjetske right-wing populacije zbog svojih motiva, zabranjenih i neispričanih priča, slavnih povijesnih epova. Spojem mistike i povijesti sa modernim dizajnom i kvalitetnim materijalom pronašao je svoju publiku upravo u krugovima desno orijentirane populacije, gledajući po političkom kompasu.

9. KODIRANI SIMBOLI IZ MITOLOGIJE I POVIJESTI U MODERNO DOBA

Ključni simbol nacizma predstavlja svastika (kukasti križ), drevno i kontroverzno obilježje koje svojim porijeklom potječe još iz doba neolitika (6500. godine pr.Kr.-3500.godine pr.Kr.). U izvornom značenju predstavljala je simbol sreće i blagostanja, prisutna diljem svijeta tokom vjenčanja, svečanosti i proslava. Osim nacizma, na simbol svastike znatno je utjecao i njemački arheolog Heinrich Schliemann koji je tijekom iskopavanja Troje otkrio svastiku. Njemu je to otkriće predstavljalo pouzdan dokaz o migracijama Arijevaca koje je uspoređivao sa drevnim kulturama. Takve koncepcije preuzeli su nacistički ideolozi čime su željeli dokazati svoje arijevsko porijeklo, čime bi svastika postala simbol nadmoći nordijske rase i obilježje nacističke Njemačke. [Fare, 2015.] Orao je stari germanski simbol koji svoje korijene ima u germanskoj mitologiji. Prikaz crnog orla na zlatnoj podlozi predstavljao je carski simbol koji je s vremenom mijenjao izgled. U vrijeme nacizma u orlove kandže umetnut je hrastov vijenac unutar kojeg se nalazila svastika – simbol nacističke svemoći.



Slika 9.1. – Simbol crnog sunca
(https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/f/ff/Black_Sun.svg/2000px-Black_Sun.svg.png)

Crno sunce je simbol okultnog značenja, često se naziva i Sunčev kolut. Crno sunce jest sunce na svojoj noćnoj putanji, kada napušta ovaj svijet da bi osvijetlilo drugi. Azteci su prikazivali crno sunce koje na leđima nosi bog podzemlja. Ono je zlokobni i uništavajući prikaz smrti podnevnog sunca, koje je simbol trijumfalnog života. U narodu Maya sunce se prikazivalo u obliku jaguara. U očima alkemičara crno sunce je sirovina koja još nije obrađena, tj. ona koja još nije upućena na put evolucije. Prema starijim tumačenjima, ono predstavlja nevidljivo božanstvo suprotstavljeno zavodljivom sjaju zlata i novca boga Mamona i masonerije, a novije interpretacije ovaj simbol ističu kao totalnu opoziciju multirasnoj Europi. Simbol crnog sunca spaja tri najvažnija simbola nacizma: kotač sunca, svastiku i runu pobjede. Danas ga često koriste i okultne grupe vezane za njemački neopoganski pokret, te ne mora nužno imati rasističke i neonacističke konotacije. [Škrinjar, Fare] Mrtvačka lubanja nekad je bila simbol najodanijih SS jedinica Adolfu Hitleru (SS-Totenkopferbande), a u današnje vrijeme je koristi Combat 18 – međunarodna neonacistička organizacija. SS lubanja, tj. Totenkopf, jedan je od najčešće prikazivanih neonacističkih simbola te se često nalazi na transparentima, odjeći i naljepnicama. (FARE, 2015.)

10. RUNE

U današnje vrijeme pojedinci, grupe, organizacije ili proizvođači odjeće traže načine tiskanja simbola ili fotografija sa prikrivenim značenjima kako bi izbjegli zakonske odredbe. Razlozi korištenja ovih simbola su različiti. Od bunta prema multirasnoj Europi, političarima, modernom svijetu, osjećaju moći i snage, do neonacizma. Kako se u periodu nacizma ovo pismo željelo prisvojiti i time dokazati svemoć njemačkog arijevskog podrijetla, ovo pismo danas je popularno kod desno orijentiranih osoba, gledajući po političkom kompasu. Rune se legalno mogu tiskati na odjeću, iako su u određenim njemačkim pokrajinama zabranjene. Najpoznatiji proizvođač s tiskom runa je je Thor Steinar, njemački proizvođač odjeće izrazito popularan u cijelom svijetu. Simbolika runa je široka, pa tako i razlozi nošenja ovakvih simbola na odjeći. S druge strane, velika većina nije ni upoznata sa poviješću i znakovljem runa.

Rune su stari nordijski/germanski simboli koje su prisvojili i naširoko koristili njemački nacionalsocijalisti. Riječ Rune dolazi iz starog engleskog i znači misterija ili tajna. Postoje mnoge verzije Runa. Tako imamo Anglo-Saksonske, Skandinavske, Futhark ili Nordijske. Zbog njihove upotrebe i prisvajanja runa, ovo pismo upotrebljava današnja right-wing populuacija. Pretpostavlja se da su se Rune razvile iz pisma starih Kelta i Druida Ogham Bethluisnion. To je jednostavno pismo koje se urezivalo u kamen ili drvo i služilo je prvenstveno za pisanje i razmjenu informacija. Ono što je za ovo pismo specifično je njegovo pisanje počevši sa dna kamena ili drva prema gore i činjenica da su najstariji tekstovi pronađeni isključivo na prostorima Irske, Walesa i Škotske. Procjenjuje se da potječu iz trećeg do šestog stoljeća nove ere. Također jedna od zanimljivosti je grupacija slova, zadnja grupa sadrži samo samoglasnike, a poredani su po njihovom položaju u ustima, odnosno po tome koje samoglasnike smatramo prednjim, zadnjim, a koji središnjim. Jedna od teorija nastanka Runa govori da potječu iz doba Vikinga. Postoji legenda da je konj boga Odina, Sleipnir imao Rune urezane u svoje zube. Osim riječi Rune, često se koristi i naziv Futhark dobiven od prvih slova tog pisma. Sastoji se od 24 simbola od kojih je 18 suglasnika i 6 samoglasnika, no oni se nisu koristili samo kao pismo već u razne druge svrhe pa se tako ne povezuju samo sa glasom koji predstavljaju i često ih se uspoređuje sa egipatskim i hebrejskim pismima. (Eliade, 2006., Steiner i drugi)



Slika 10.1. – Runsko pismo (rune) i njihovo značenje (http://3.bp.blogspot.com/-VSM8Pxwnv1M/TyvKJL-k_FI/AAAAAAAAALo/ZYU_1jn7x2o/s1600/futhark.jpg)

Fehu runa nas poziva poziva da štitimo sebe i stvari koje posjedujemo, da dijelimo sa drugima kada je to potrebno i da njegujemo ono što imamo. Uruz runa predstavlja našu snagu i potencijal da se nosimo sa problemima bilo koje prirode no često se povezuje i sa nekim oblikom žrtve koji je potreban pri uspjehu. Thurisaz runa je jako povezana sa bogom Thorom i agresivnošću. Predstavlja samoobranu i čvrsti stav, a podsjeća nas da ne vjerujemo prvom dojmu i često ukazuje na neki oblik ljubomore kod ljudi koje susrećemo ili neiskrenost. Ansuz runa često predstavlja i drvo Ygdrasil, sa kojeg je Odin visio. Ona nas asocira na učenje i komunikaciju, a obzirom na jaki utjecaj Odina za kojeg se smatra da je mogao mijenjati oblik, kod ove Rune treba paziti na iznenadni preokret neke situacije ili događaja, kao i na snove. Raido runa donosi putovanje kako fizičko tako i psihičko, a može se odnositi i na sredstva kojima putujemo kao i na transformaciju. (Eliade, 2006., Chevalier i Gheerbrant, 1983. i drugi)

Kenaz runa se povezuje sa ljubavlju i strašću u međuljudskim odnosima, a donosi i umjetnički izričaj. Također, predstavlja i zaštitu i toplinu obzirom da se veže uz vatru i plamen. Gebo runa predstavlja da je nekome potrebna naša pomoć i da mi trebamo pomoći, često dobivajući mir kao nagradu. Povezuje se sa požrtvovnošću i humanitarnim radom, a označava i spajanje ljudi u partnerske, prijateljske i ljubavne veze. Wunjo runa nam može donijeti privlačnost prema nekome plave kose, a donosi sreću u domu, stabilnost i dobre vijesti u obliku pisma ili javljanja neke osobe ili događaja o kojima nismo dugo ništa čuli. (Eliade, 2006., Steiner i drugi)

Do danas nisu pronađeni dokazi o vjerovanju u boga sa ovim imenom no obzirom da se druga dva seta povezuju sa bogovima, pretpostavlja se da se vjerovalo u boga Hagala koji je vrlo sličan sa božicom Kali, odnosno predstavlja uništenje i destrukciju. Rune koje ovdje pripadaju su: Hagalaz, Nauthiz, Isa, Jena, Eihwaz, Perth, Algiz i Sowelu. Hagalaz runa predstavlja stvari na koje ne možemo utjecati, a donosi i iznenadnu promjenu. Smatra se Runom kockara i snažno je povezana sa brojem 9, a veže se uz zimu. Nauthiz runa nas upozorava da trebamo razmisliti prije nego nešto poduzimamo, upozorava nas da ne činimo ono što ćemo kasnije požaliti, a povezuje se najčešće sa poslom. Isa runa predstavlja zahlađenje poslovnih i emocionalnih odnosa, kao i različite vrste rastavljanja ali kratkoga vijeka. Povezuje se i sa odbijanjem pomoći koja nam treba. Ova Runa pojačava ostale kada je pokraj njih. Jera runa predstavlja završavanje poslova koje smo započeli, ali i neki oblik pravednosti pa često označava odvjetnike.

Ovo je dvanaesta Runa i predstavlja godinu pa se povezuje kako sa završetcima tako i sa početcima. Eihwaz runa se bez obzira na muški spol često povezuje sa moćnom ženom koja donosi mnogo dobra ili zla. Predstavlja napredak ali i vezivanje, a zbog veze sa konjem često se povezuje i sa brzinom kao i pokretom. Perth runa predstavlja toplinu, prijateljstvo i utjehu. Predstavlja skrivene stvari i misteriju, ali i priljev novca sa neočekivanih strana. Povezuje se sa ezoteričkim i tajnovitim znanjima. Algiz runa često se koristi kod meditacija i liječenja, ali može označavati i da će nas netko prisiljavati da radimo ono što ne želimo ili nas protiv naše volje natjerati u nešto. Sowelo runa vlada mentalnim i psihičkim zdravljem, donosi pobjede i slavu, a često se uz nju veže i čast, ali i muški ego. Predstavlja ljubav muškarca prema ženi kao i zaštitu žena. (Eliade, 2006., Chevalier i Gheerbrant, 1983. i drugi)

Tyr je bog rata koji je žrtvovao svoju ruku za spas drugih bogova pa predstavlja i boga požrtvovnosti, hrabrosti i heroja. Rune koje ovdje pripadaju su Teiwaz, Berkana, Ehwaz, Mannaz, Laguz, Inguz, Othila i Dagaz. Teiwaz runa predstavlja ratnika, pobjednika, ali i sebičnost unutar neke veze. Predstavlja preciznost i veliki osjećaj za pravednost, no sa time i veliku opasnost od osveta. Berkana runa predstavlja nove početke, često se povezujući sa rođenjem djece ili novim poslovima. Također, povezuje se i sa regeneracijom i pročišćenjem kao i ženskom plodnošću. Nikada se ne veže uz ništa materijalno. Ehwaz runa se snažno povezuje sa konjem pa tako i putovanjima no vrlo često predstavlja neki oblik visokog obrazovanja ili visoko obrazovanih ljudi kao i velike emocije. (Eliade, 2006., Chevalier i Gheerbrant, 1983. i drugi)

Mannaz runa predstavlja nas same, kako se vidimo i kako nas drugi vide, upozorava na zdravlje i tuđe motive, često predstavlja opasnost od stresa i problema sa zakonom. Laguz runa pojačava psihički i duhovni napredak, a predstavlja i prekooceanska putovanja. Snažna je kao pokazatelj buduće trudnoće, ali i dobitka ili gubitka materijalnoga nečijom tuđom odlukom na koju ne možemo utjecati. Inguz runa je snažno povezana sa muškom plodnošću i energijom, a predstavlja kreativnost i kontakt sa bližom obitelji. Služi nam kao podsjetnik da nam je potreban odmor. Othila runa obično označava skore zaruke ili brak, a snažno je povezana sa vlasništvom. Predstavlja nešto stalno i nepromjenjivo i donosi nasljeđe no podsjeća nas da ne smijemo zaboraviti na duhovno nasljeđe predaka. Dagaz runa predstavlja nove početke i prilike koje trebamo iskoristiti. Govori nam da trebamo uložiti mnogo truda u nešto, te će se taj trud na kraju isplatiti.

Mnogi ljudi osim ovih 24 rune, koriste i 25. runu koja je prazna, odnosno nema simbola. Ona predstavlja ono što se ne može predvidjeti i karmu. Označava i smrt nekog posla i slično, a predstavlja veliku promjenu. (Eliade, 2006., Steiner i drugi)

11. ISTRAŽIVANJE O KOMUNICIRANJU ODJEĆOM POMOĆU SIMBOLA

Simboli su od samih početaka ljudske civilizacije privlačili veliku pažnju, što ih čini jezgrom stvaralačkog života. Danju i noću, dok govorimo, dok se izražavamo kretnjama ili sanjamo, služimo se, primjećujući to ili ne, simbolima. Oni oblikuju naše želje, potiču nas na kakvo djelo, upravljaju našim postupcima, začetak su naših uspjeha ili neuspjeha. Nastanak, poredak i tumačenje simbola predmet su zanimanja mnogih disciplina: povijesti civilizacija i religija, lingvistike, antropologije kulture, kritike umjetnosti i medicine. Također, simboli se koriste i kod umijeća prodaje, propagande i politike. Simboličko izražavanje pokazuje da čovjek pokušava odgonetnuti i svladati sudbinu koja mu izmiče u tami što ga okružuje. Simbol se ne može definirati. Njemu je u naravi da razbija čvrste okvire i spaja krajnosti u jedinstvenu viziju.

Simbol postoji samo za pojedinca ili zajednicu za koje se članovi na određeni način identificiraju da bi stvorili samo jedno središte. Cijeli svijet se artikulira oko te jezgre. Stoga su najsvetiji simboli za jedne, samo obični predmeti za druge. Time se potvrđuju duboke razlike u poimanju simbola. Simboli grade mostove, spajaju razdvojene elemente, povezuju nebo i zemlju, prirodu i kulturu, stvarnost i snove, nesvjesno i svjesno. Simboli imaju funkciju uspostavljanja ravnoteže.

Istraživanje koje će se provesti u sklopu izrade diplomskog rada promatrati će stavove ispitanika o simbolima zmije, lubanje i svastike na odjevnim predmetima. U ova tri slučaja radi se o višeznačnim simbolima koji su kroz povijest u različitim civilizacijama imali različita značenja.

11.1. Definiranje problema

Neprestano smo okruženi simbolima. Svatko od nas osim verbalne komunikacije, komunicira i neverbalno. Jedan od načina neverbalne komunikacije je komunikacija odjećom. Odabirom simbola na odjeći pojedinac šalje poruke vanjskom svijetu, svojim promatračima. Tri navedena simbola koja su opisana u ovom diplomskom radu imaju kontroverzna značenja i osobe koje promatraju te simbole mogu na temelju njih donijeti različite dojmove o osobi koja ih nosi. Kroz svoju povijest tri navedena simbola imala su različita značenja i različitim civilizacijama. Postoje razlike u mišljenju i svjetonazorima osoba koje ih nose i osoba koje ih promatraju.

11.2. Razlog odabira teme

Razlog zbog kojeg sam odabrao ovu temu jest percepcija „modernog čovjeka“ o ova tri „kontroverzna“ simbola. Iako je dostupnost znanja u eksponencijalnom porastu, smatram da veliki broj ljudi donosi zaključke na temelju stereotipa bez ikakve dodatne provjere nekoga ili nečega. U ovom slučaju, na temelju nošenja odjeće sa nekim od navedena tri simbola ili njihovih izvedenica, ljudi šablonski svrstavaju takve osobe u negativnu sliku. Povijest, politika i propaganda čine svoje i iz tog razloga želim istražiti na koji način ljudi gledaju na odjeću sa simbolima zmije, lubanje ili svastike te razloge zbog kojih kupuju ili ne kupuju takvu odjeću.

11.3. Ciljevi istraživanja

Cilj ovog istraživanja bio je saznati razloge i stvarno poznavanje različitih značenja koje ovi simboli imaju kod pojedinaca koji odabiru i kupuju odjeću sa simbolima zmije, lubanje, svastike ili njihovih izvedenica. Pomoću anketnog upitnika cilj je odgovoriti na pitanje komuniciraju li ljudi odjećom i do koje mjere su toga svjesni, razlozima zašto nose odjeću sa simbolima zmije, lubanje, svastike (i/ili njihovih izvedenica), postoje li razlike u razmišljanju među pojedincima?

11.3.1. Istraživačka pitanja

1. U čemu se razlikuju mišljenja osoba koje nose i koje ne nose odjeću sa simbolima zmije, lubanje, svastike (i/ili njihovih izvedenica)? Zašto mladi ljudi nose ili ne nose odjeću sa navedenim simbolima?
2. Znaju li mladi ljudi (i oni koji nose i oni koji ne nose odjeću sa navedenim simbolima) različita kulturološka značenja ovih simbola koja se pojavljuju u različitim kulturama svijeta?
3. Koje značenje pripisuju ovim simbolima pojedini mladi ljudi?
4. Kakav dojam ostavlja odjeća sa simbolima zmije, lubanje, svastike (i/ili njihovih izvedenica) na promatrača?

11.3.2. Hipoteze

Hipoteza 1
Mišljenja mladih ljudi razlikuju se u svjetonazoru stečenom kroz odgoj i obrazovanje.

Hipoteza 2

Mladi ljudi ne poznaju različita kulturološka značenja simbola zmije, lubanje, kukastog križa.

Hipoteza 3
Mladi ljudi pripisuju negativna značenja simbolima zmije, lubanje i kukastog križa.

Hipoteza 4

Odjeća sa simbolima zmije, lubanje i kukastog križa na promatrača ostavlja negativan dojam.

11.4. Vrsta istraživanja, izvori i metoda prikupljanja podataka

Deskriptivnim istraživanjem istražena su mišljenja i stavovi ispitanika, a u istraživanju je korištena kombinacija kvalitativnih i kvantitativnih istraživanja.

11.5. Vrste podataka i jedinice analize

U istraživanju su korišteni primarni izvori podataka, te provedena anketa na uzorku od 173 ispitanika. U istraživanju je ispitano više različitih skupina ispitanika kako bi se dobila cjelovitija slika razmišljanja i stavova na ovu temu. Odabirom različitih skupina ispitanika dobiveni su odgovori temeljeni na različitim stavovima koje su ispitanici stekli tijekom života kroz odgoj i obrazovanje. Anketa sadrži 21 pitanje otvorenog i zatvorenog tipa (točno/netočno, odabir jednog ili više odgovora, komentar). Istraživanje u sklopu diplomskog rada realizirano je pomoću internetskog cloud servisa Google Drive, odnosno njihove usluge Forms pomoću koje je izrađen upitnik s pitanjima.

11.6. Područje istraživanja

Radi se o području društvenih znanosti, polje informacijske znanosti, grana komunikologija, interpersonalna, neverbalna komunikacija, tema: vizualni simboli i suvremena komunikacija (zmija, lubanja, kukasti križ…)

11.7. Matrica

Anketni upitnik sastoji se od tri kategorije. U prvoj kategoriji nalaze se sociodemografska pitanja (spol, starost i obrazovanje ispitanika). U drugoj kategoriji, ispitanika se uvodi u tematiku sa jednostavnijim pitanjima o odjeći općenito. U trećoj kategoriji slijede složenija pitanja kojima se dotaknula srž istraživanja stavova ispitanika o simbolima. Gornja granica ispitanika je 35 godina.

11.8. Varijable

Nezavisne varijable u ovom istraživanju su simboli, dok su zavisne varijable stajališta, mišljenje i percepcija ispitanika o odjeći s otisnutim simbolima zmije, lubanje, svastike i/ili njihovih izvedenica).

11.9. Ograničenja, uzorak i vrijeme

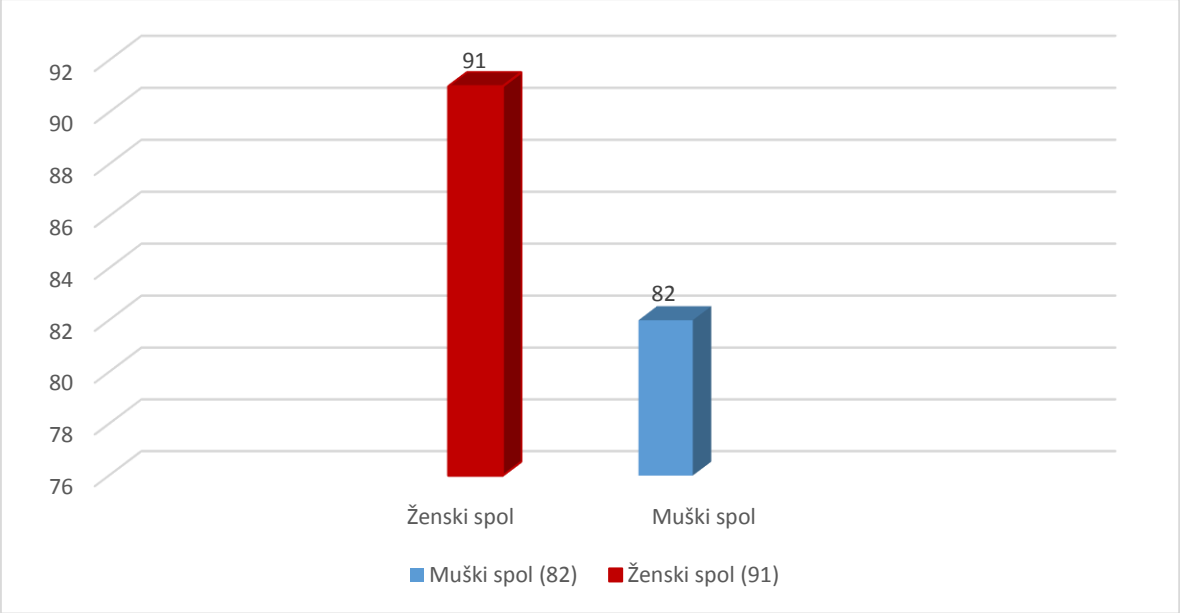
Uzorak u istraživanju je prigodan, a ograničenje pristup internetu ispitanika. U istraživanju je ispitano više različitih skupina ispitanika kako bi se dobila cjelovitija slika razmišljanja i stavova na ovu temu. Odabirom različitih skupina ispitanika dobiveni su odgovori temeljeni na različitim stavovima koje su ispitanici stekli tijekom života kroz odgoj i obrazovanje. Obzirom na vrijeme, istražena je sadašnjost, odnosno trenutno stanje, stavovi i mišljenja ispitanika o odjeći sa simbolima zmije, lubanje ili svastike. Sadašnjost iz razloga jer su navedeni simboli „mijenjali“ svoja značenja povijesno, kulturološki i civilizacijski. Provedeno je jednokratno istraživanje u vremenskom periodu od 1.-10. siječnja 2016. godine.

11.10. Očekivana primjenjivost rezultata

Rezultati istraživanja mogli bi pomoći stručnjacima u području komunikologije i odnosa s javnostima, kulturologije, sociologije i edukacije. Stručnjacima iz komunikologije zbog značenja navedenih simbola na odjeći u današnjici i percepcije u glavama korisnika. Stručnjacima iz područja mode moglo bi pomoći zbog stvaranja novih kolekcija, odnosno razvoja ovih simbola i njihovih izvedenica na odjeći. Upravo zbog „vještih izvedenica“ stručnjaka za komunikologiju i modnih stručnjaka, ovakvi simboli na odjeći nikada neće izgubiti na svom značaju. Većina proizvođača su već i brandovi, a na korisnicima je da odaberu što će nositi.

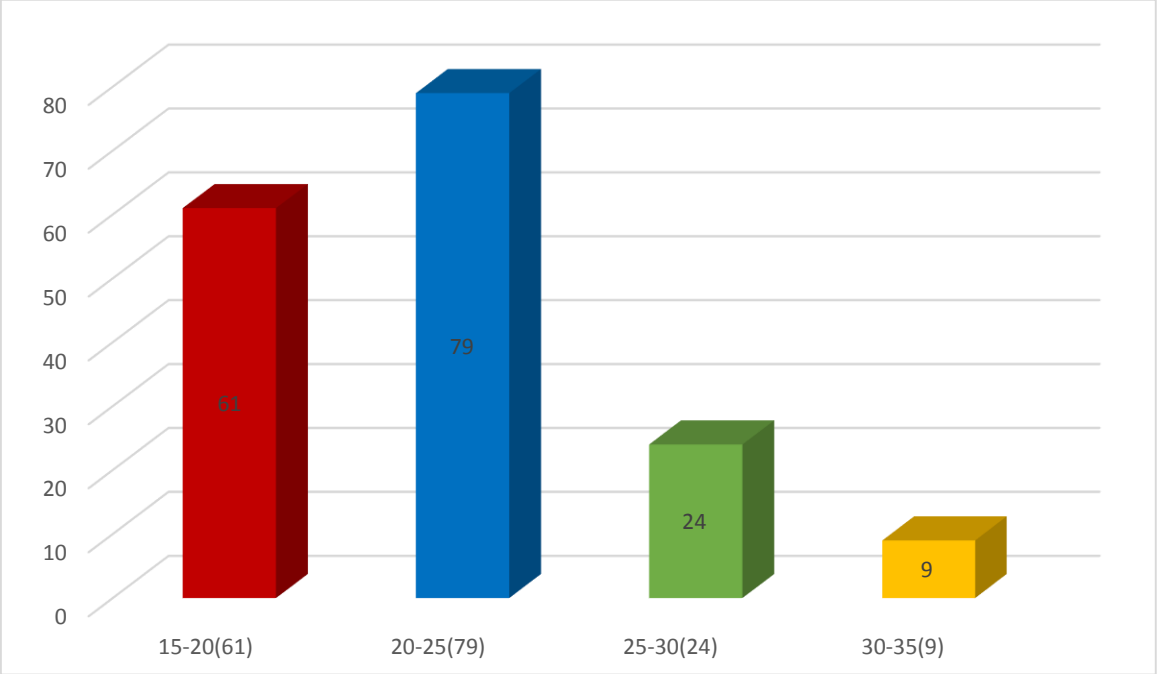
12. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U istraživanju provedenom u periodu od 1.-10. siječnja 2016. godine ukupno je ispitano 173 ispitanika. Obzirom na spol, ispitana je 91 osoba ženskog spola i 82 osobe muškog spola.



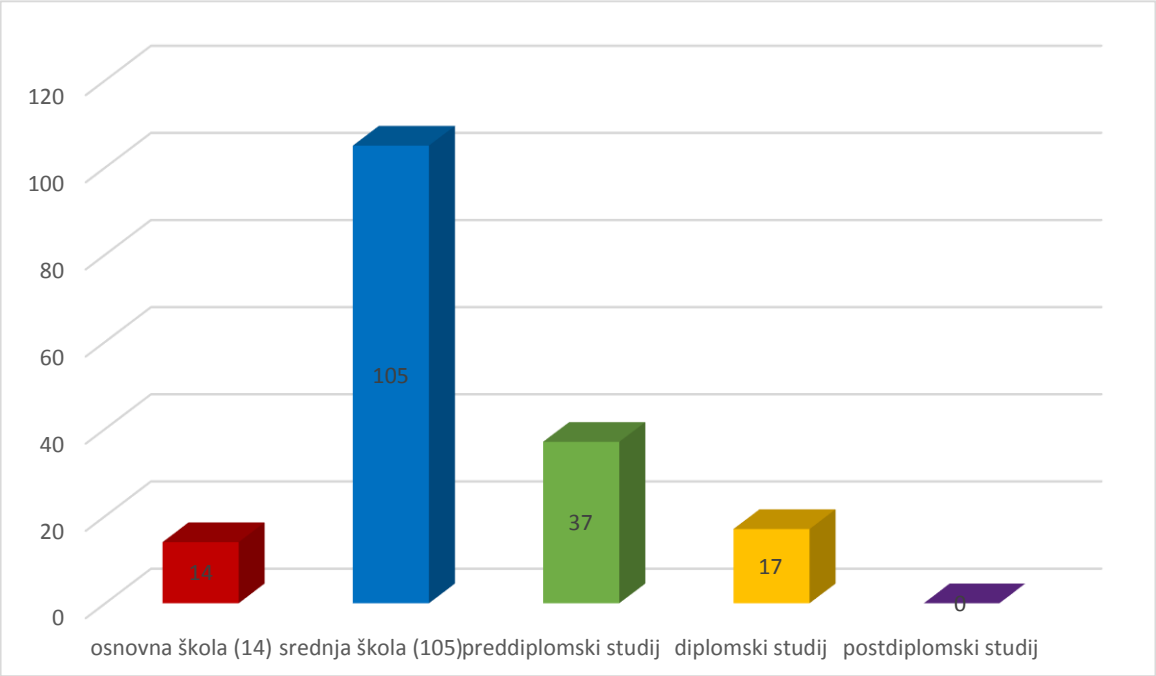
Slika 12.1. Prikaz spola ispitanika

Cilj istraživanja obzirom na dob ispitanika bio je saznati što misle mladi ljudi od 15 do 35 godina o simbolima zmije, lubanje i/ili kukastog križa na odjevnim predmetima. U provedenom istraživanju sudjelovao je 61 ispitanik (35,3%) u dobi između 15-20 godina, 79 ispitanika (45,7%) u dobi između 20-25 godina, 24 ispitanika (13,9%) u dobi između 25-30 godina te 9 ispitanika (5,1%) u dobi između 30-35 godina.



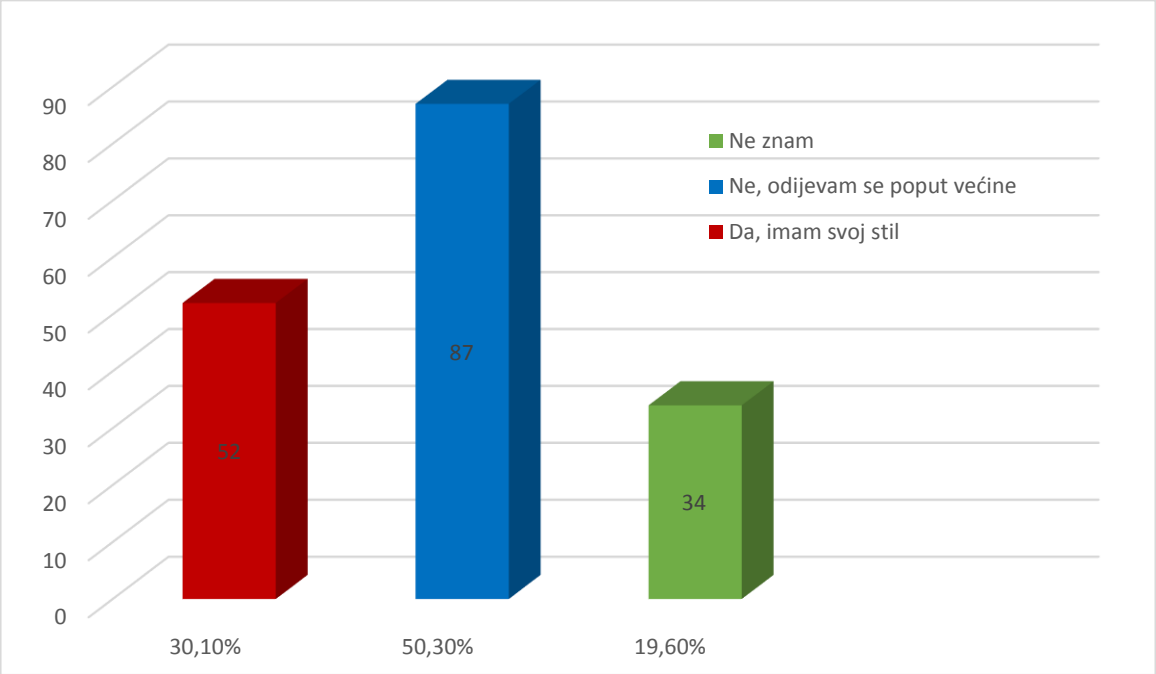
Slika 12.2. Prikaz ispitanika obzirom na dob

Obzirom na stupanj obrazovanja ispitano je 14 ispitanika (8,1%) sa završenom osnovnom školom, 105 ispitanika (60,6%) sa završenom srednjom školom, 37 ispitanika (21,4%) sa završenim preddiplomskim studijem, 17 ispitanika (9,9%) sa završenim diplomskim studijem te nijedan ispitanik sa završenim postdiplomskim studijem(0%).



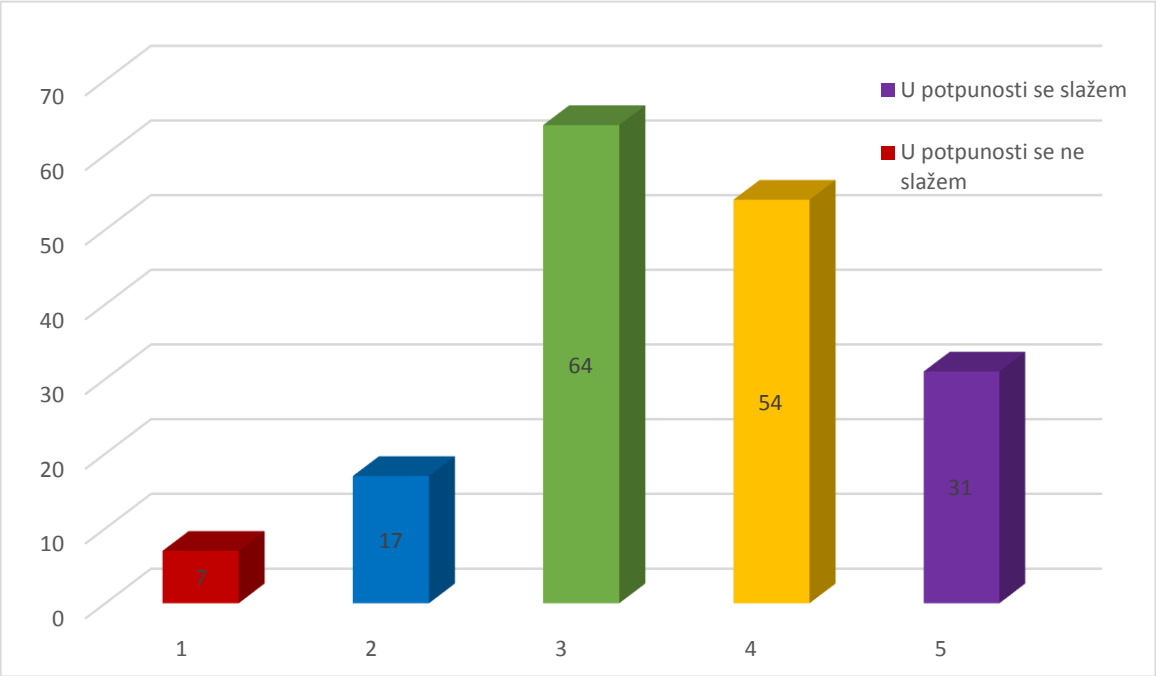
Slika 12.3. Prikaz ispitanika obzirom na stupanj završenog obrazovanja

Na pitanje „Ističete li se u svom društvu vlastitim stilom odijevanja?“, 52 ispitanik (30,1%) odgovorio je sa „Da, imam svoj stil“, 87 ispitanika (50,3%) sa „Ne, odijevam se poput većine“ te 34 ispitanika (19,6%) sa „Ne mogu procijeniti“. Statistika ovih odgovora pokazuje da se trećina ispitanika odijeva vlastitim stilom odabira odjeće.



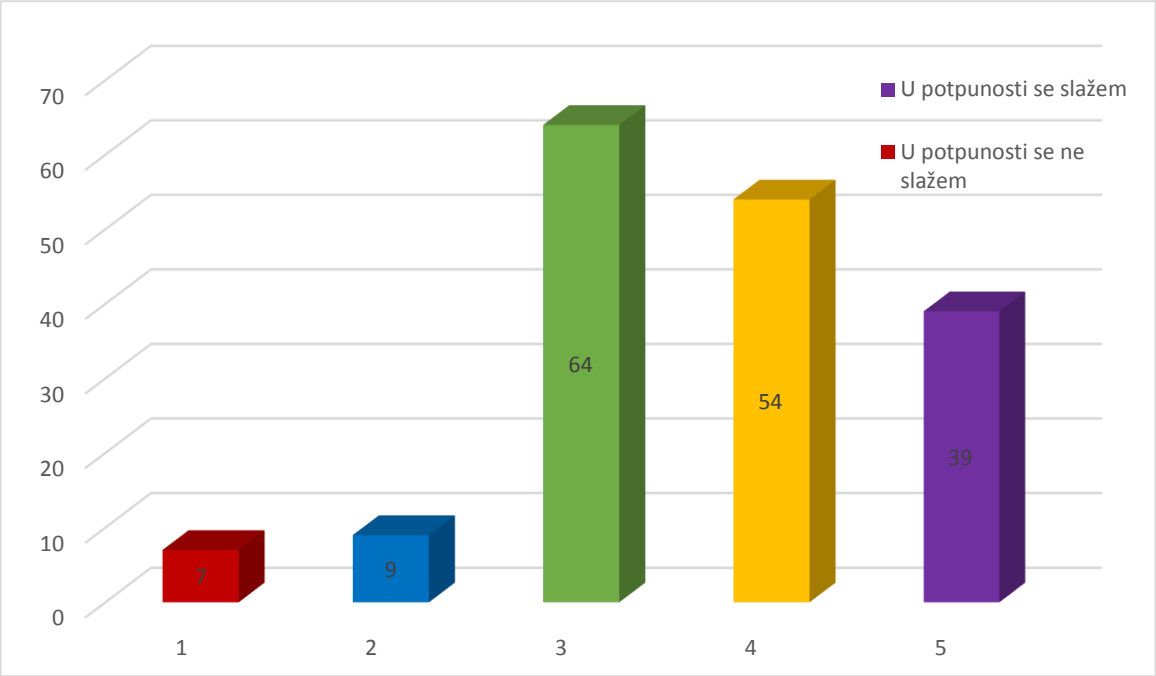
Slika 12.4. Prikaz o isticanju vlastitim stilom odijevanja

Na tvrdnju „Odjećom govorimo o sebi prije nego što progovorimo.“ postavljenu na skali od 1 do 5, pri čemu 1 ima značenje „U potpunosti se ne slažem“ i 5 „U potpunosti se slažem“, 7 ispitanika (4%) odgovorilo je sa 1. Sa ocjenom 2, odgovorilo je 17 ispitanika (9,8%), dok je sa ocjenom 3 odgovorilo 64 ispitanika (37%). Sa ocjenom 4 odgovorilo je 54 ispitanika (31,2%), a sa ocjenom 5 odgovorilo je 31 ispitanika (18%). Statistikom ovih odgovora potvrđuje se tvrdnja da odijevanje ima veliki utjecaj u svakodnevnoj komunikaciji u našem društvu. Prije nego li dođe do verbalne komunikacije između dvije osobe, dolazi do međusobnog „odmjeravanja“ na temelju vizualnog dojma. Ovisno razumijevanju i znanju pojedinca stječe se dojam o osobi prije nego što je ona progovorila.



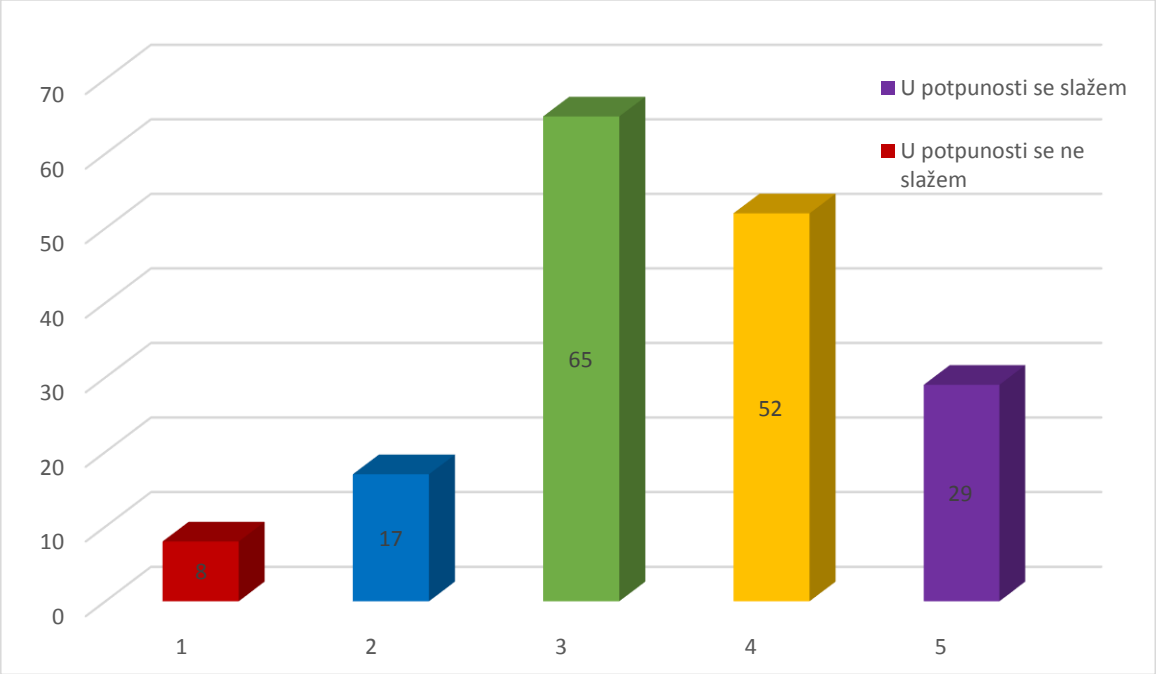
Slika 12.5. Prikaz tvrdnje „Odjećom govorimo o sebi prije nego što progovorimo.“

Na tvrdnju „U našem je društvu uvriježeno procjenjivanje na temelju odjeće.“ postavljenu na skali od 1 do 5, pri čemu 1 ima značenje „U potpunosti se ne slažem“ i 5 „U potpunosti se slažem“, 7 ispitanika (4%) odgovorilo je sa ocjenom 1. Sa ocjenom 2 odgovorilo je 9 ispitanika (5,2%), dok je sa ocjenom 3 odgovorilo 64 ispitanika (37%). Sa ocjenom 4 odgovorilo je 54 ispitanika (31,2%), a sa ocjenom 5 39 ispitanika (22,6%). Statistikom odgovora na temelju ove tvrdnje potvrđuje se procjenjivanje na temelju odjeće koje je uvriježeno u našem društvu, ocjenama 3 i 4 odgovorilo je 118 ispitanika (69,9%).



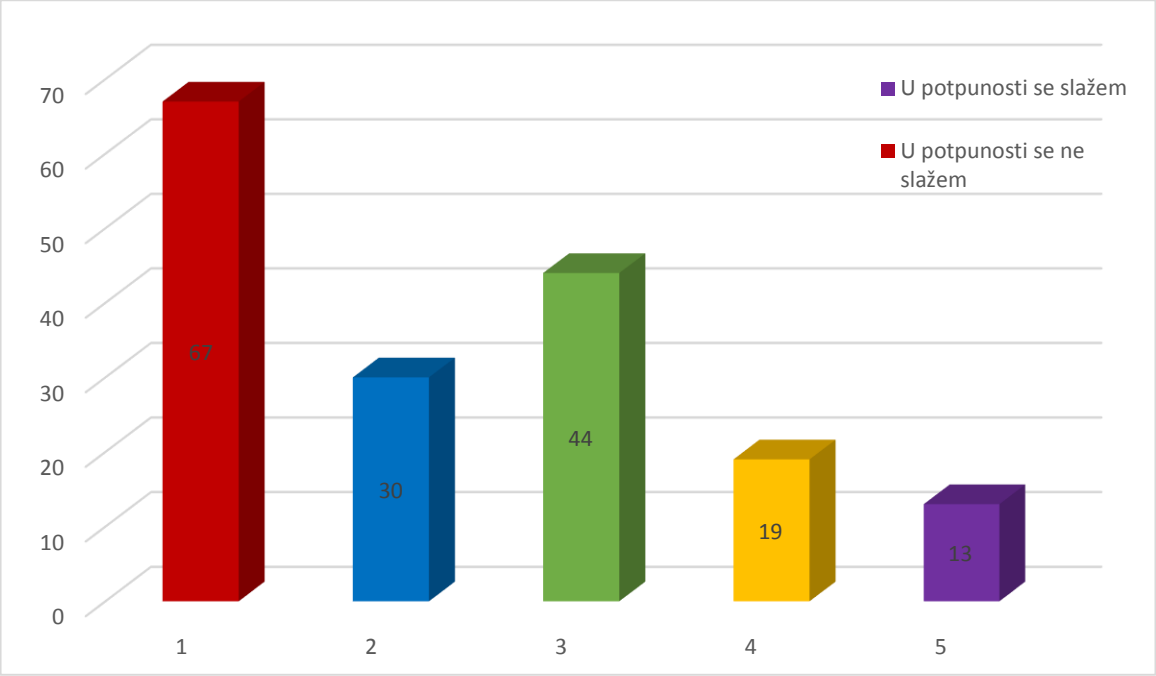
Slika 12.6. Prikaz tvrdnje „U našem je društvu uvriježeno procjenjivanje na temelju odjeće.“

Na tvrdnju „Odjećom progovaramo o društvenom statusu.“ postavljenu na skali od 1 do 5, pri čemu 1 ima značenje „U potpunosti se ne slažem“ i 5 „U potpunosti se slažem“, 8 ispitanika (4,6%) odgovorilo je ocjenom 1. Ocjenom 2 odgovorilo je 17 ispitanika (9,8%), a sa ocjenom 3 odgovorilo je 65 ispitanika (37,6%). Ocjenom 4 odgovorilo je 52 ispitanika (30,1%), dok je ocjenom 5 odgovorilo 29 ispitanika (17,9%). Statistikom dobivenih odgovora potvrđuje se tvrdnja, obzirom da je 145 ispitanika odgovorilo ocjenama 3,4 i 5.



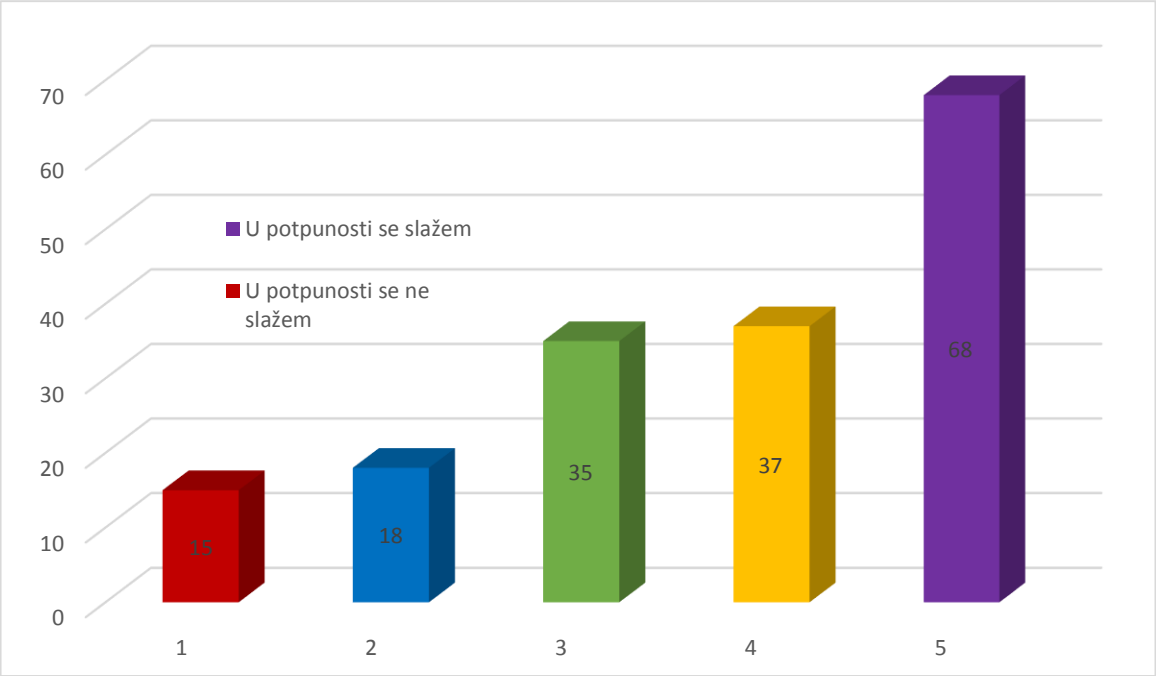
Slika 12.7. Prikaz tvrdnje „Odjećom progovaramo o društvenom statusu.“

Na tvrdnju „Odjeća čini čovjeka.“ postavljenu na skali od 1 do 5, pri čemu 1 ima značenje „U potpunosti se ne slažem“ i 5 „U potpunosti se slažem“, ocjenom 1 odgovorilo je 67 ispitanika (38,7%). Ocjenom 2 odgovorilo je 30 ispitanika (17,3%), a ocjenom 3 44 ispitanika (26,4%). Ocjenom 4 odgovorilo je 19 ispitanika (10,1%), dok je ocjenom 5 odgovorilo 13 ispitanika (7,5%). Statistikom dobivenih odgovora, negira se navedena tvrdnja, obzirom da je čak 141 ispitanik odgovorio ocjenama 1,2 i 3. Statistika odgovora ove tvrdnje u suprotnosti je sa pravilima struke odnosa s javnostima i komunikologije.



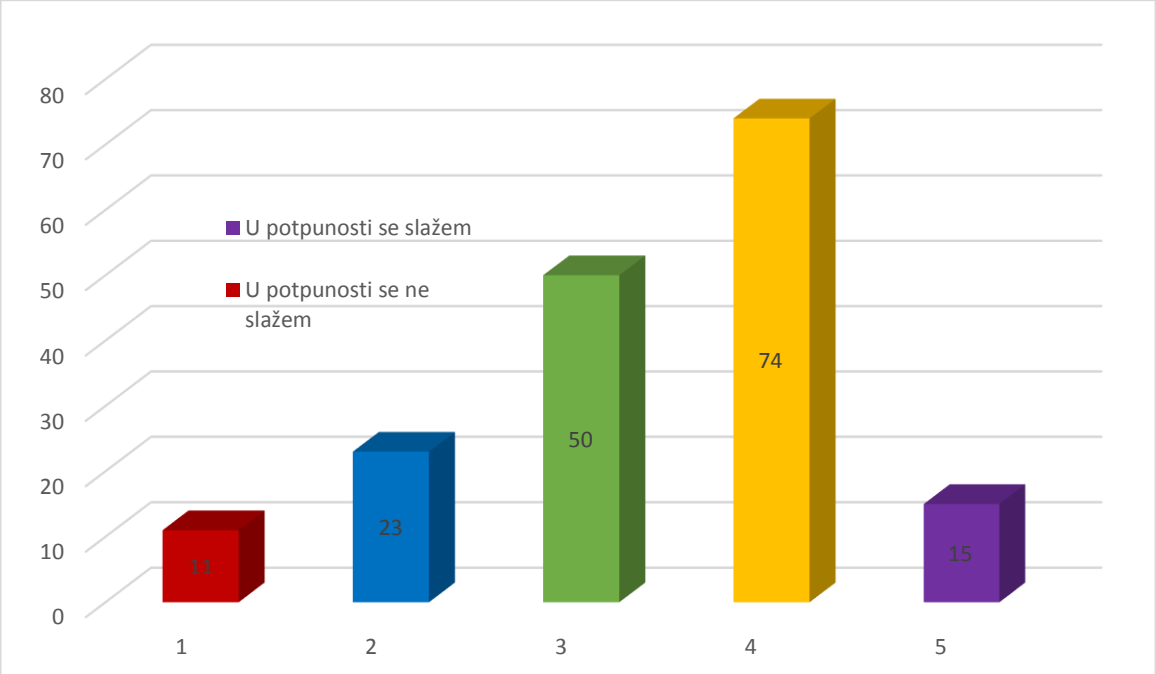
Slika 12.8. Prikaz tvrdnje „Odjeća čini čovjeka.“

Na tvrdnju „Odjeća NE čini čovjeka.“ postavljenu na skali od 1 do 5, pri čemu 1 ima značenje „U potpunosti se ne slažem“ i 5 „U potpunosti se slažem“, ocjenom 1 odgovorilo je 15 ispitanika (8,7%). Ocjenom 2 odgovorilo je 18 ispitanika (10,4%), a ocjenom 3 35 ispitanika (20,2%). Ocjenom 4 odgovorilo je 37 ispitanika (21,4%), dok je ocjenom 5 odgovorilo 68 ispitanika (39,3%). Statistikom dobivenih odgovora 138 ispitanika odgovorilo je ocjenama 3,4 i 5 čime se zaključuje da se većina ispitanika ne slaže sa navedenom tvrdnjom.



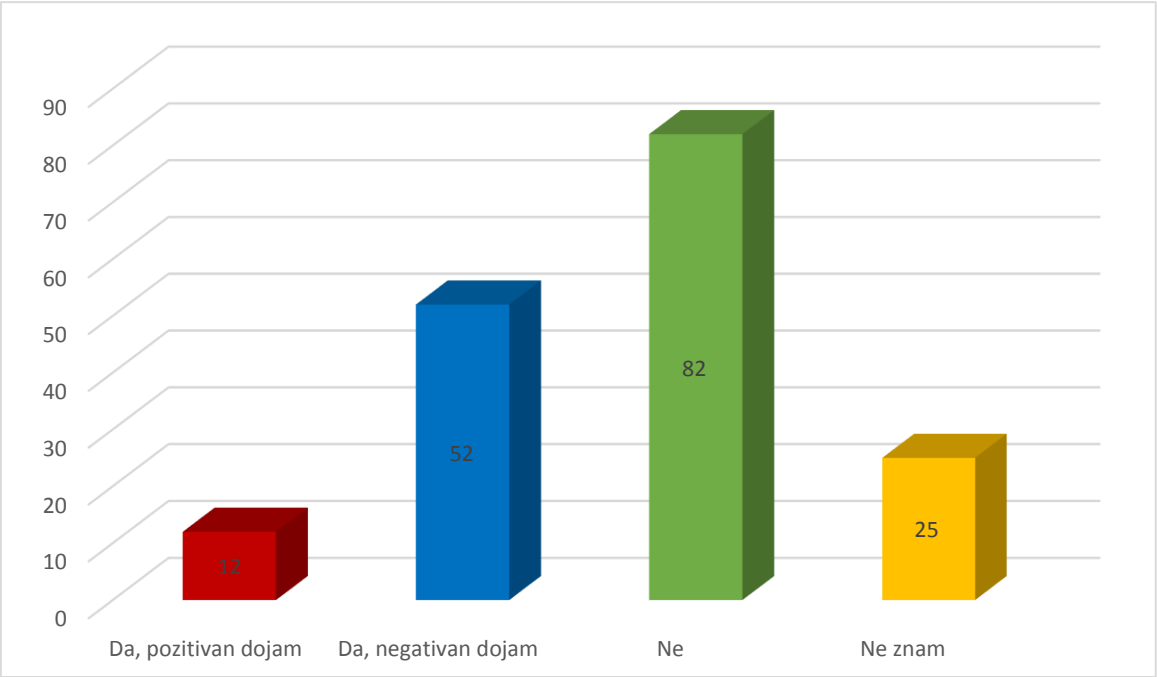
Slika 12.9. Prikaz tvrdnje „Odjeća NE čini čovjeka.“

Na tvrdnju „Odjećom govorimo o svjetonazorima i pripadnosti određenim grupacijama.“ postavljenu na skali od 1 do 5, pri čemu 1 ima značenje „U potpunosti se ne slažem“ i 5 „U potpunosti se slažem“, ocjenom 1 odgovorilo je 11 ispitanika (6,4%). Ocjenom 2 odgovorilo je 23 ispitanika (13,3%), dok je ocjenom 3 odgovorilo 50 ispitanika (28,9%). Ocjenom 4 odgovorilo je 74 ispitanika (42,8%), a ocjenom 5 odgovorilo je 15 ispitanika (8,6%). Statistikom ovih odgovora dobiva se pozitivan rezultat navedene tvrdnje, čime se potvrđuje kako u našem društvu znači da svojom odjećom govorimo o svojim svjetonazorima i pripadnosti određenim grupacijama.



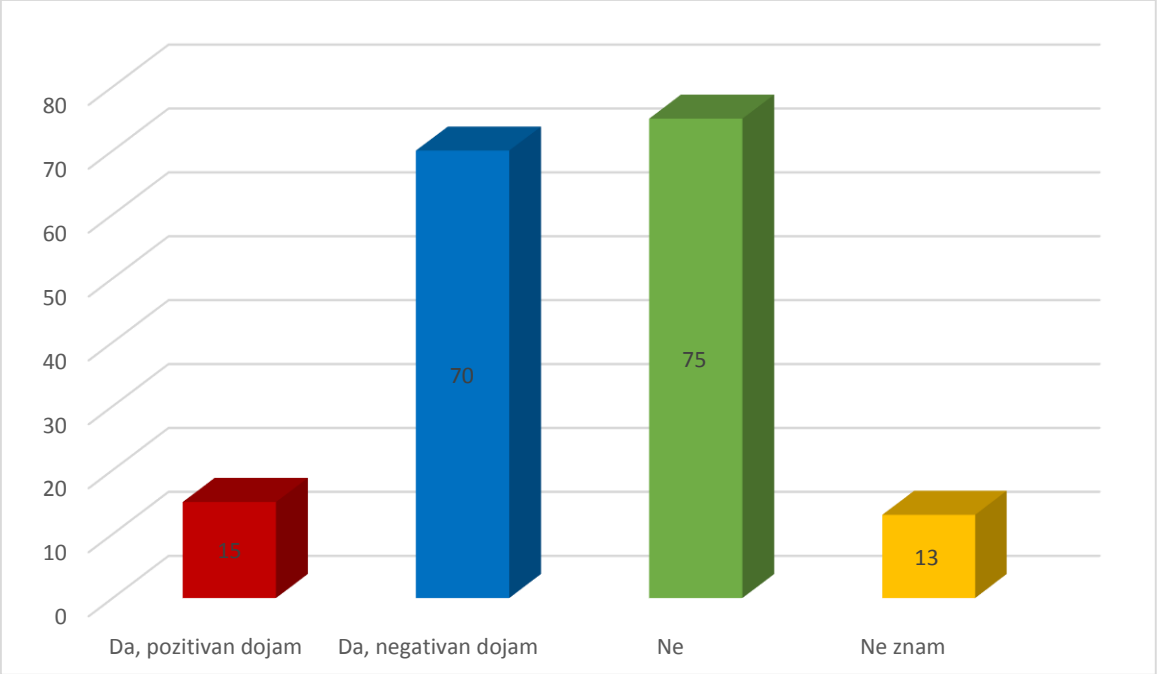
Slika 12.10. Prikaz tvrdnje „Odjećom govorimo o svjetonazorima i pripadnosti određenim grupacijama.“

Na pitanje „Ostavlja li bilo kakav dojam na Vas odjeća sa simbolom ZMIJE?“, 14 ispitanika (8%), odgovorilo je „Da, pozitivan dojam“. Ponuđenim odgovorom „Da, negativan dojam“ odgovorilo je 52 ispitanika (30,1%), a odgovorom „Ne“ 107 ispitanika (61,9%). Statistikom dobivenih odgovora simbol zmije na odjeći kod mladih ljudi u našem društvu ima negativan predznak.



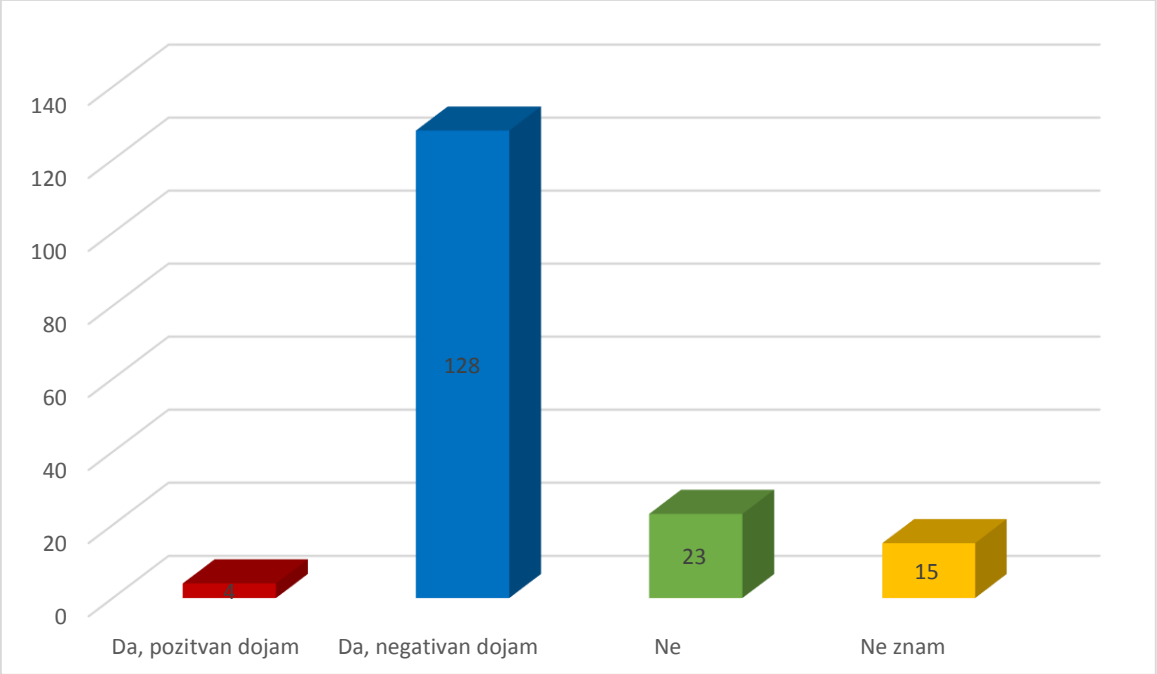
Slika 12.11. Prikaz dojma ispitanika o simbolu zmije na odjeći

Na pitanje „Ostavlja li bilo kakav dojam na Vas odjeća sa simbolom LUBANJE?“, 15 ispitanika (8,7%), odgovorilo je „Da, pozitivan dojam“. Ponuđenim odgovorom „Da, negativan dojam“ odgovorilo je 70 ispitanika (40,5%), a odgovorom „Ne“ 88 ispitanika (50,8%). Statistikom dobivenih odgovora simbol zmije na odjeći kod mladih ljudi u našem društvu ima negativan predznak.



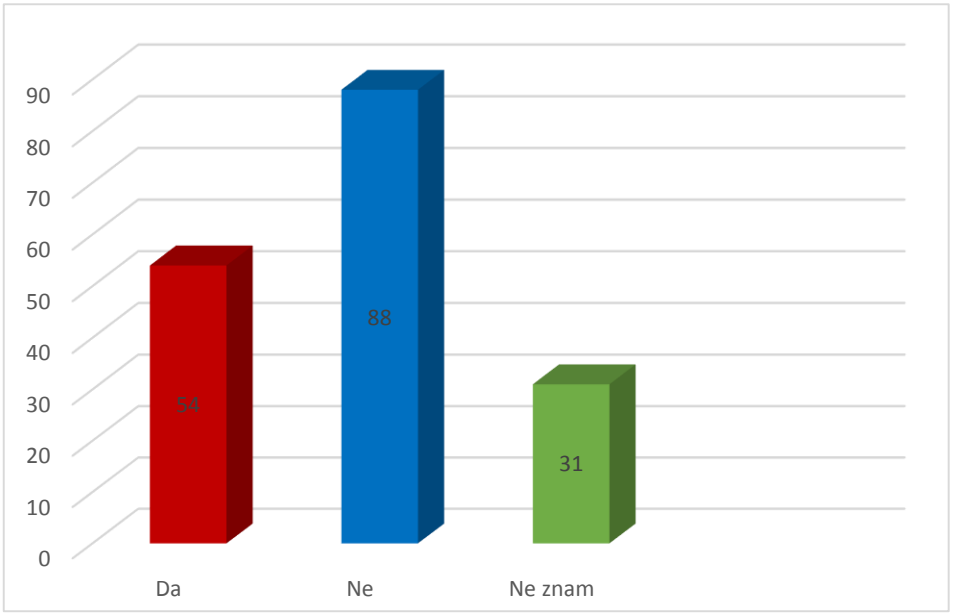
Slika 12.12. Prikaz dojma ispitanika o simbolu lubanje na odjeći

Na pitanje „Ostavlja li bilo kakav dojam na Vas odjeća sa simbolom KUKASTOG KRIŽA?“, 4 ispitanika (2,4%), odgovorilo je „Da, pozitivan dojam“. Ponuđenim odgovorom „Da, negativan dojam“ odgovorilo je 128 ispitanika (74,8%), a odgovorom „Ne“ 38 ispitanika (22,8%). Statistikom dobivenih odgovora potvrđuje se kako u našem društvu kod mladih osoba prevladava mišljenje o kukastom križu kao izrazito negativnom simbolu na odjeći.



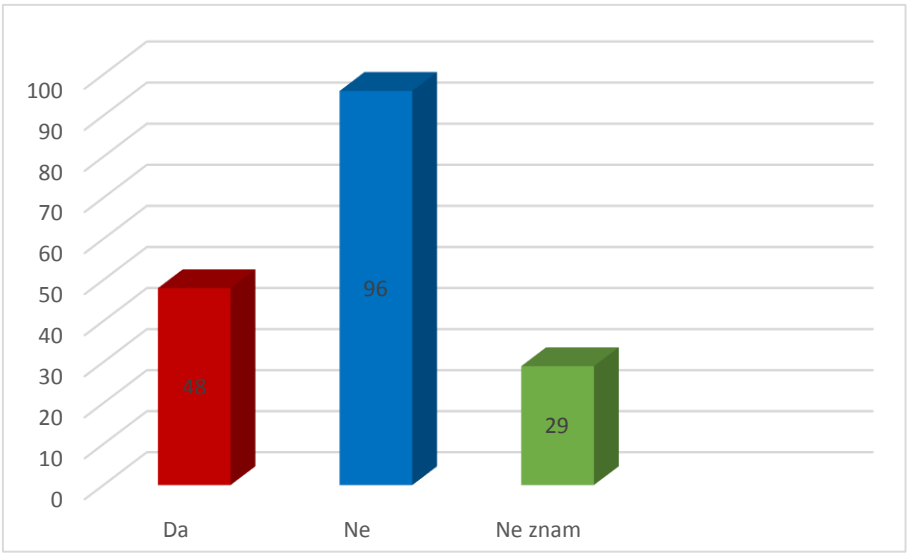
Slika 12.13. Prikaz dojma ispitanika o simbolu kukastog križa na odjeći

Na pitanje „Biste li kupili odjeću sa simbolom LUBANJE?“, 54 ispitanika (31,2%) odgovorilo je „Da“. Odgovorom „Ne“ odgovorilo je 119 ispitanika (68,8%).



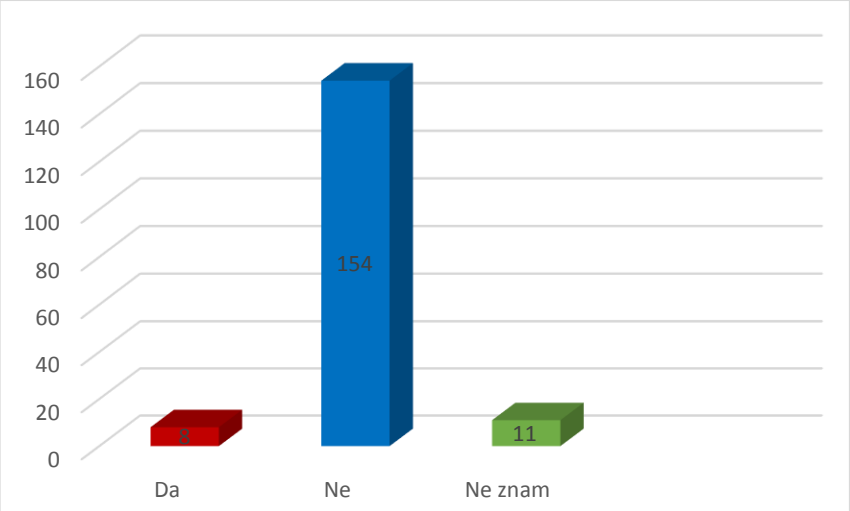
Slika 12.14. Prikaz odluke o kupovini odjeće sa simbolom lubanje

Na pitanje „Biste li kupili odjeću sa simbolom ZMIJE?“, 48 ispitanika (27,7%) odgovorilo je „Da“. Odgovorom „Ne“ odgovorilo je 125 ispitanika (72,3%).



Slika 12.15. Prikaz odluke o kupovini odjeće sa simbolom zmije

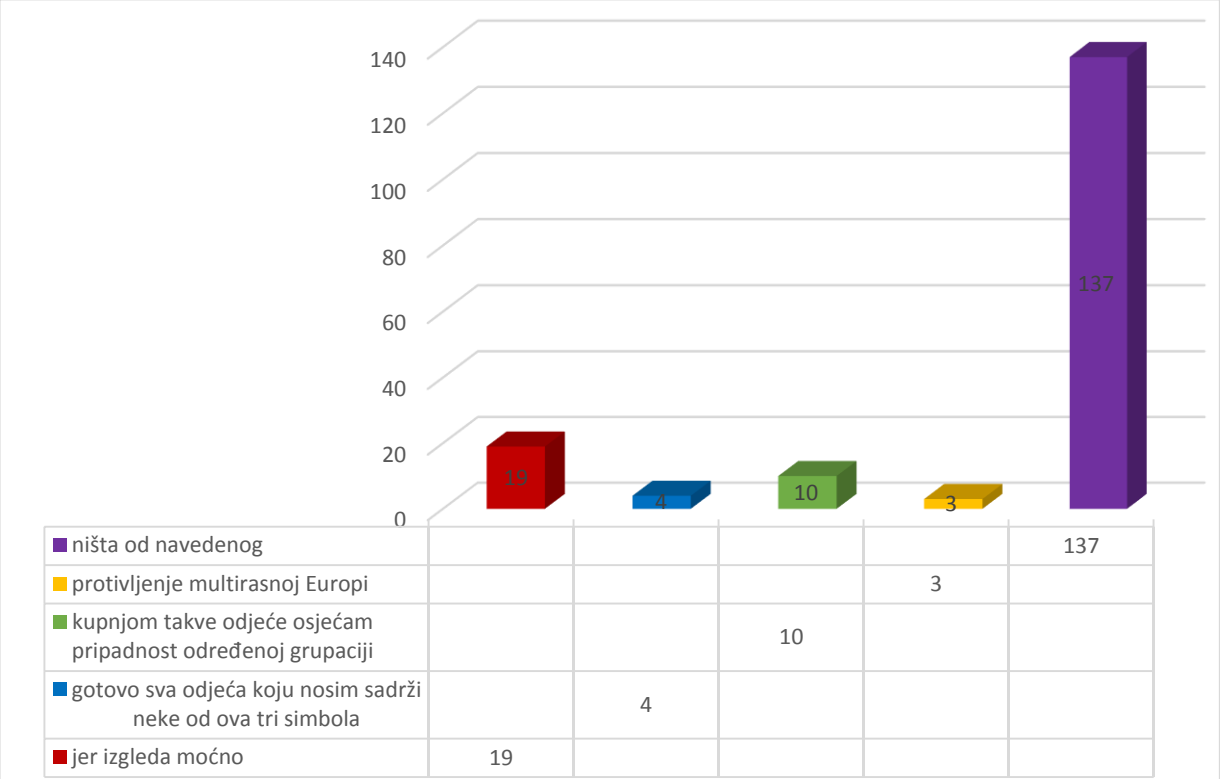
Na pitanje „Biste li kupili odjeću sa simbolom KUKASTOG KRIŽA?“, 8 ispitanika (4,6%) odgovorilo je „Da“. Odgovorom „Ne“ odgovorilo je 165 ispitanika (95,4%). Statistikom dobivenih odgovora kukasti križ smatra se najmanje poželjnim na odjeći kod mladih osoba u našem društvu, što je odgovorilo 165 ispitanika (95,4%).



Slika 12.16. Prikaz odluke o kupovini odjeće sa simbolom kukastog križa

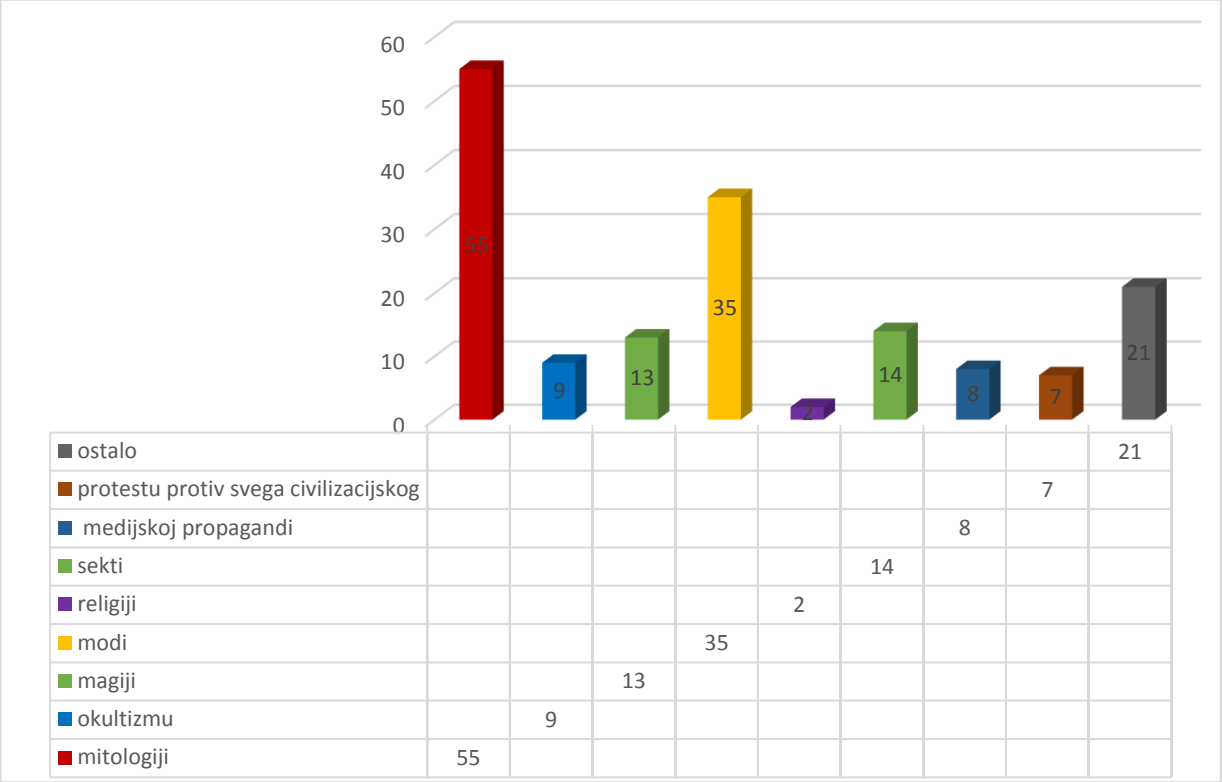
Ispitanici koji su odgovorili sa „Da“ o kupovini odjeće sa simbolom zmije, kao najčešće razloge navode: „volim zmije“, „to je modni trend“, „izgleda dobro“, „simbolizira mi neku tajnovitost“. Ispitanici koji su odgovorili sa „Ne“ o kupovini odjeće sa simbolom zmije kao najčešće razloge navode: „odvratna životinja“, „nije moj stil“, „asocira na negativno“, „simbolizira zlo“, „mrzim zmije“, „sotonski nastrojeno“. Ispitanici koji su odgovorili sa „Da“ o kupovini odjeće sa simbolom lubanje, kao najčešće razloge navode: „lubanje su cool“, „ako se dobro kombinira, zašto ne“, „popularan je taj simbol“. Ispitanici koji su odgovorili sa „Ne“ o kupovini odjeće sa simbolom lubanje kao najčešće razloge navode: „predstavlja nešto negativno“, „zato jer izgleda sotonski“, „odvratno“, „simbolizira smrt“, „previše ružno i zastrašujuće“. Ispitanici koji su odgovorili sa „Da“ o kupovini odjeće sa simbolom kukastog križa, kao najčešće razloge navode: „kupio bih baš u inat“, „zbog provociranja“, „zato jer je lijep“. Ispitanici koji su odgovorili sa „Ne“ o kupovini odjeće sa simbolom kukastog križa kao najčešće razloge navode: „ne trebaju mi problemi“, „nosi negativnu simboliku“, „ne želim širiti mržnju“, „simbol zločinačke ideologije“, „simbol nacizma“, „asocira na loše stvari“, „to je prošlost“.

Na pitanje „Iz kojeg razloga biste kupili majicu sa simbolom zmije, lubanje ili kukastog križa?“, 19 ispitanika (10,1%) odgovorilo je „jer izgleda moćno“. „Gotovo sva odjeća koju nosim sadrži neke od ova tri simbola“, odgovorilo je 4 ispitanika (2,3%). „Kupnjom takve odjeće osjećam pripadnost određenoj grupaciji“, odgovorilo je 10 ispitanika (5,8%). Troje ispitanika (1,7%) odgovorilo je „protivljenje multirasnoj Europi“, dok je 137 ispitanika (80,1%) odgovorilo „Ništa od navedenog“. Statistikom dobivenih odgovora većina ispitanika ne bi kupovala odjeću sa simbolima zmije, lubanje i/ili kukastog križa zbog razloga navedenih na prethodnoj stranici.



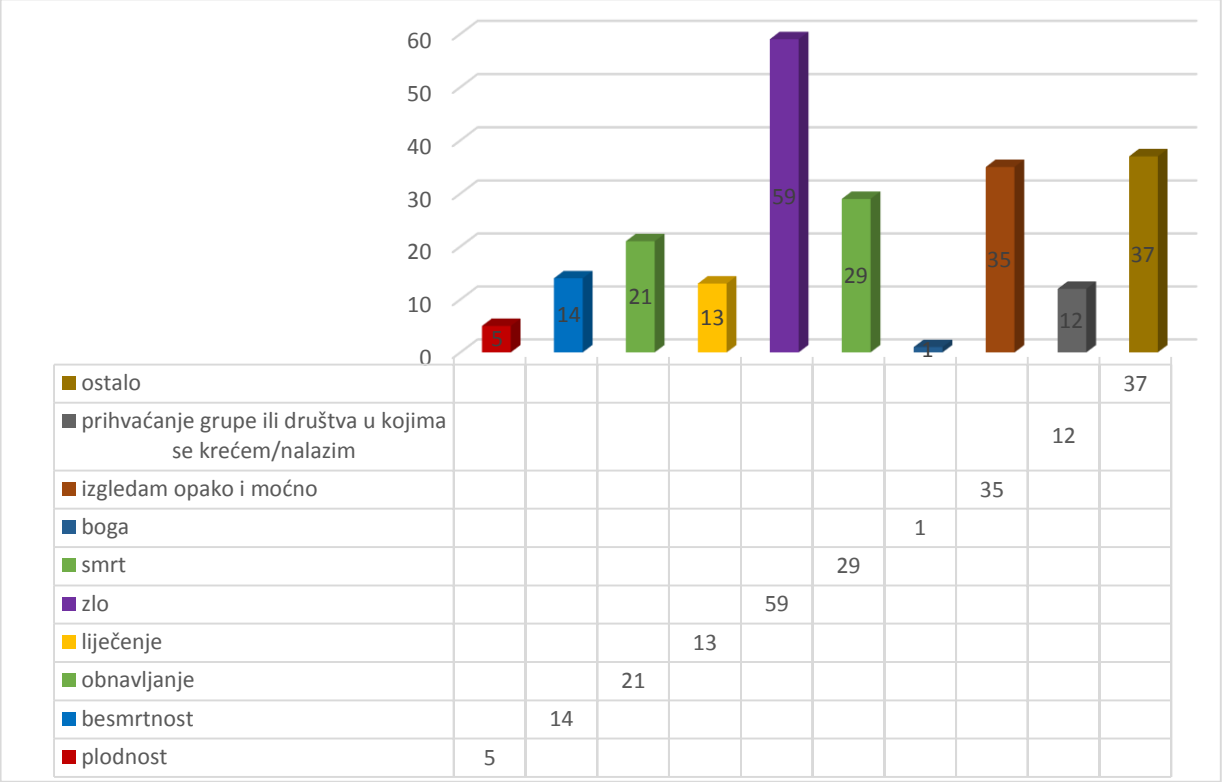
Slika 12.17. Prikaz razloga kupovine odjeće sa simbolima zmije, lubanje i/ili kukastog križa

Na pitanje „Pripada li simbol ZMIJE po vašem mišljenju:“, ispitanici su odgovorili: mitologiji 64 (37%), okultizmu 9 (5,2%), magiji 13 (7,5%), modi 35 (20,2%), religiji 2 (1,2%), sekti 14 (8,1%), medijskoj propagandi 8 (4,6%), protestu protiv svega civilizacijskog 7 (4%), ostalo 21 (12,2%). Najveći postotak ispitanika (37%) smatra da simbol zmije pripada mitologiji te se u odnosu na simbol lubanje i kukastog križa smatra „manje negativnim“ simbolom.



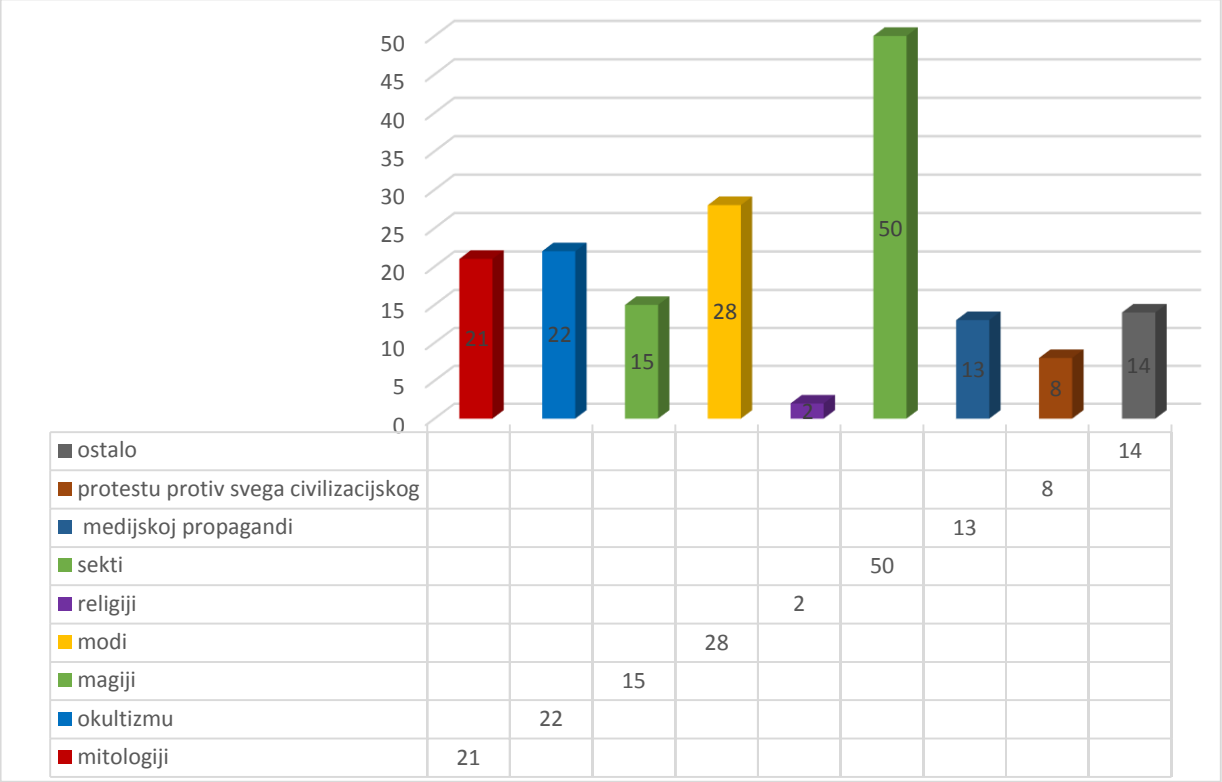
Slika 12.18. Prikaz pripadnosti simbola zmije

Na pitanje „Što za Vas predstavlja simbol ZMIJE na odjeći?“, ispitanici su odgovorili: plodnost 5 (3,2%), besmrtnost 14 (8,9%), obnavljanje 21 (13,3%), liječenje 13 (8,2%), zlo 59 (37,3%), smrt 29 (18,4%), boga 1 (0,6%), izgledam „“opako i moćno“ 35 (22,2%), prihvaćanje grupe ili društva u kojima se krećem/nalazim 12 (7,6%), ostalo 37 (23,4%).



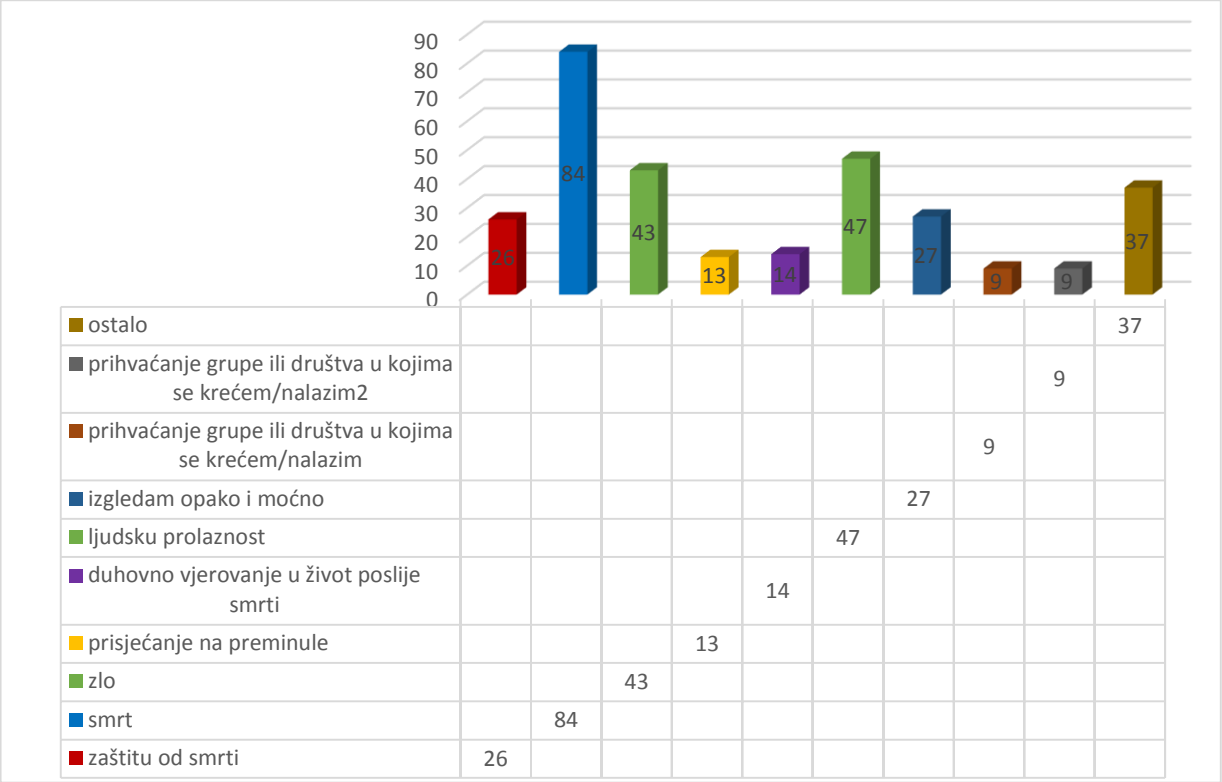
Slika 12.19. Prikaz značenja simbola zmije na odjeći

Na pitanje „Pripada li simbol LUBANJE po vašem mišljenju:“, ispitanici su odgovorili: mitologiji 21 (12,1%), okultizmu 22 (12,7%), magiji 15 (8,7%), modi 28 (16,2%), religiji 2 (1,2%), sekti 50 (28,9%), medijskoj propagandi 13 (7,5%), protestu protiv svega civilizacijskog 8 (4,6%), ostalo 14 (8,1%).



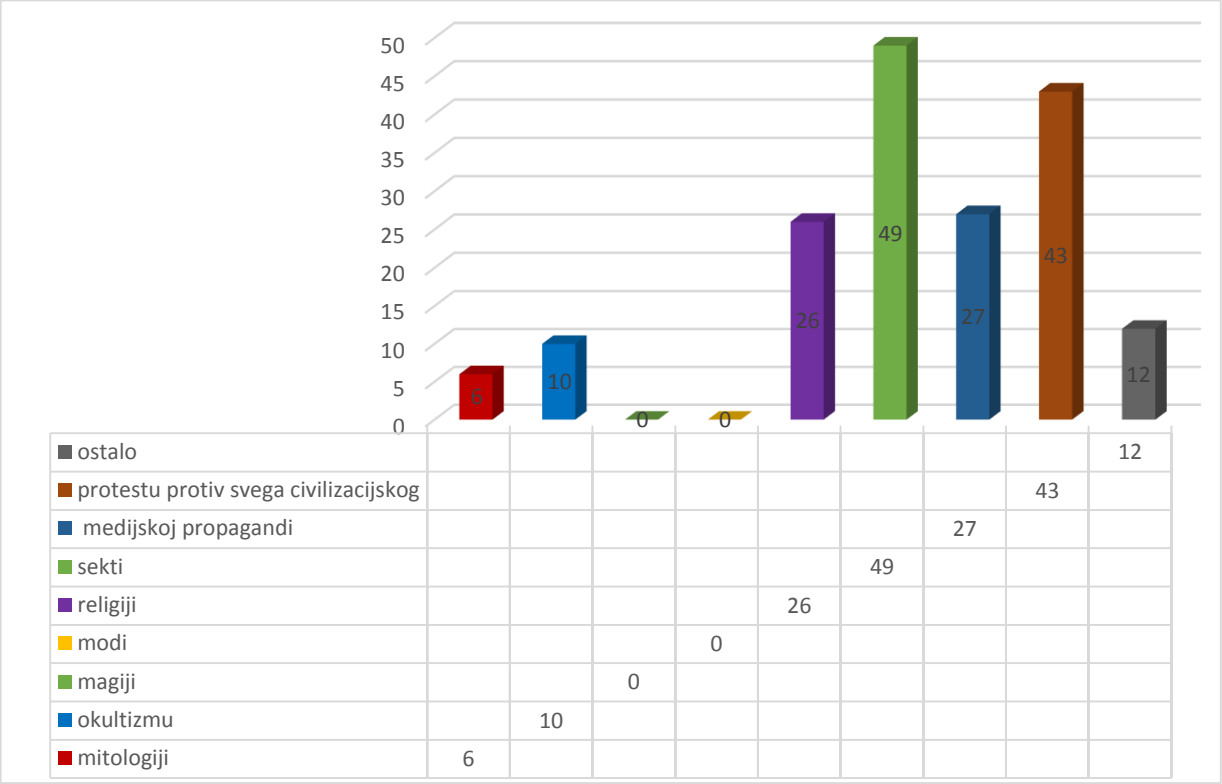
Slika 12.20. Prikaz pripadnosti simbola zmije

Na pitanje „Što za Vas predstavlja simbol LUBANJE na odjeći?“, ispitanici su odgovorili: zaštitu od smrti (kacige motorista, tetovaže ili općenito) 26 (16,1%), smrt 84 (52,2%), zlo 43 (26,7%), prisjećanje na preminule 13 (8,1%), duhovno vjerovanje u život poslije smrti 14 (8,7%), ljudsku prolaznost 47 (29,2%), izgledam „opako i moćno“ 27 (16,8%), prihvaćanje grupe ili društva u kojima se krećem/nalazim 9 (5,6%), ostalo 9 (5,6%). U odnosu na simbol zmije, lubanja prema mišljenju ispitanika simbolizira zlo i smatra se više negativnim simbolom, ali i više pozitivnim simbolom u odnosu na kukasti križ.



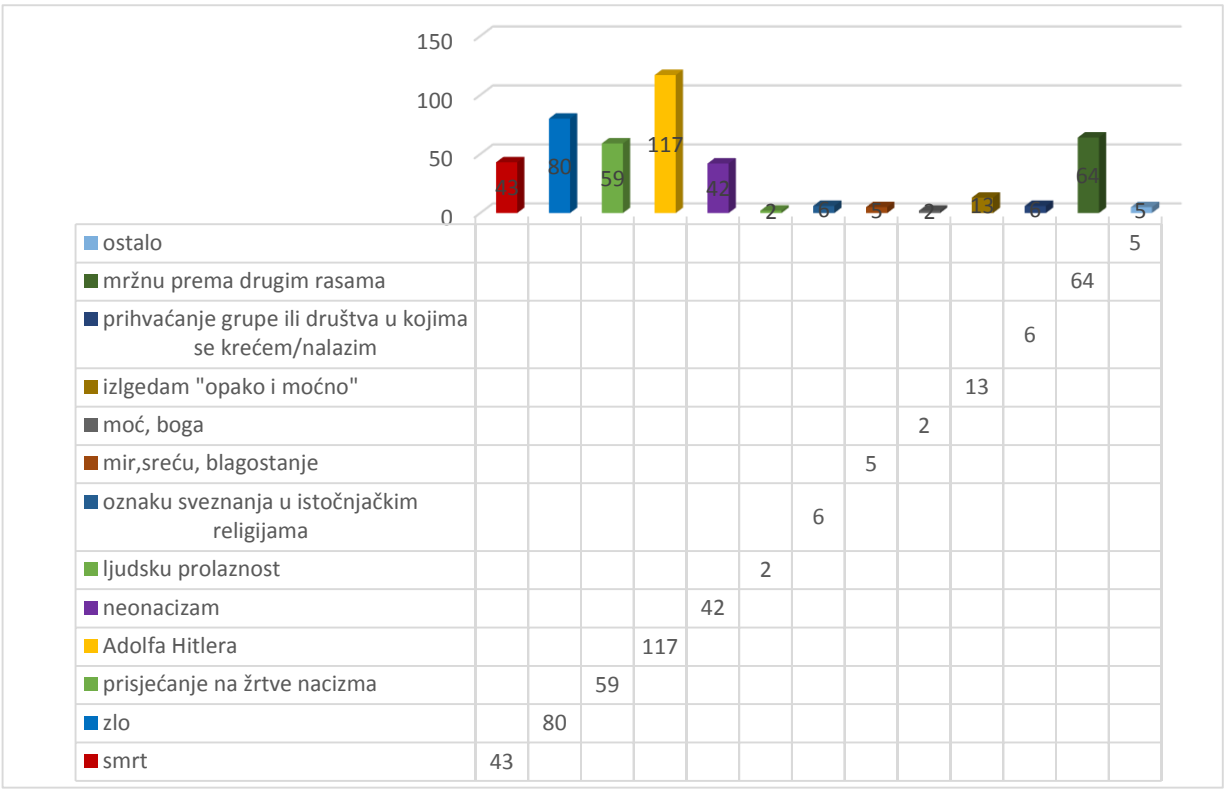
Slika 12.21. Prikaz značenja simbola zmije na odjeći

Na pitanje „Pripada li simbol KUKASTOG KRIŽA po vašem mišljenju:“, ispitanici su odgovorili: mitologiji 6 (3,5%), okultizmu 10 (5,8%), magiji 0 (0%), modi 0 (0%), religiji 26 (15%), sekti 49 (28,3%), medijskoj propagandi 27 (15,6%), protestu protiv svega civilizacijskog 43 (24,9%), ostalo 12 (6,9%). Prema statistici dobivenih odgovora, simbol kukastog križa pripada sekti i protestu protiv svega civilizacijskog.



Slika 12.22. Prikaz pripadnosti simbola kukastog križa

Na pitanje „Što za Vas predstavlja simbol KUKASTOG KRIŽA na odjeći?“, ispitanici su odgovorili: smrt 43 (26,4%), zlo 80 (49,1%), prisjećanje na žrtve nacizma 59 (36,2%), Adolfa Hitlera 117 (71,8%), neonacizam 42 (25,8%), ljudsku prolaznost 2 (1,2%), oznaku sveznanja u istočnjačkim religijama 6 (3,7%), mir, sreću i blagostanje 5 (3,1%), moć, boga 2 (1,2%), izgledam „opako i moćno“ 13 (8%), prihvaćanje grupe ili društva u kojima se krećem/nalazim 6 (3,7%), mržnju prema drugim rasama 64 (39,3%), ostalo 5 (3,1%). Prva asocijacija na kukasti križ je Adolf Hitler, što je odgovorilo 71,8% ispitanika. Od tri simbola koji se nalaze u istraživanju, kukasti križ je najomraženiji simbol kod mladih.



Slika 12.23. Prikaz značenja simbola kukastog križa na odjeći

Na pitanje „Što mislite o ljudima koji na svojoj odjeći nose neki od simbola?“, ispitanici su za simbol zmije na odjeći najčešće odgovorili: „ništa“, „njihov izbor“, „ne sviđa mi se“, „normalni ljudi“, „hrabri“. Za simbol lubanje najčešći odgovori ispitanika su: „agresivni ljudi“, „ metalci“, „seljaci, mračnjaci“, „nisu normalni“, „privlačenje pažnje“. Za simbol kukastog križa najčešći odgovori ispitanika su: „glupe budale“, „najluđi“, „primitivizam, mržnja“, „ili provocira ili studira indologiju“, „imaju problem u glavi, nisu baš svoji“, „niska inteligencija“, „debili zadrti“, „prihvaćaju postupke Hitlera kao dobro“. Na pitanje „Gdje biste sebe svrstali prema interesima i aktivnostima kojima se trenutačno bavite? “, 38 ispitanika (22,9%) su srednjoškolci, 53 ispitanika (31,9%) su studenti nekog društvenog fakulteta, 10 ispitanika (6%) su studenti nekog prirodoslovnog fakulteta, 2 ispitanika su pripadnici motorističkog kluba (1,2%), ostalo 63 (37,9%).

13. ANALIZA I DISKUSIJA REZULTATA

Po mom mišljenju, rezultati istraživanja su očekivani. Hipoteza 3 glasi: „Mladi ljudi pripisuju negativna značenja simbolima zmije, lubanje i kukastog križa.“ Podatak da 75,3% ispitanika smatra simbole zmije, lubanje i kukastog križa negativnim potvrđuje Hipotezu 3. Svaki pojedinac stječe različite stavove i svjetonazore kroz svoj odgoj i obrazovanje. Hipoteza 1 glasi: „Mišljenja mladih ljudi razlikuju se u svjetonazoru stečenom kroz odgoj i obrazovanje.“ Podatak da 80% ispitanika smatra da svojom odjećom govorimo o svojim svjetonazorima, potvrđuje Hipotezu 1. Hipoteza 2 glasi: „Mladi ljudi ne poznaju različita kulturološka značenja simbola zmije, lubanje, kukastog križa. “ Podatak da 37,3% ispitanika smatra da simbol zmije pripada mitologiji i na odjeći predstavlja zlo. Više od polovice ispitanika (52,2%) smatra da simbol lubanje pripada sekti i predstavlja smrt. Simbol kukastog križa pripada sekti i protestu protiv svega civilizacijskog i predstavlja Adolfa Hitlera, što je odgovorilo 71,8% ispitanika. Navedenim podacima potvrđuje se Hipoteza 2.

Hipoteza 4 glasi: „Odjeća sa simbolima zmije, lubanje i kukastog križa na promatrača ostavlja negativan dojam. “ Podatak da zmija ostavlja negativan dojam na promatrača odgovorilo je 30,4% ispitanika, za lubanju 39,8% ispitanika, dok za kukasti križ 75,3% ispitanika, čime se potvrđuje Hipoteza 4. Prema statistici, odjeću sa simbolom zmije kupilo bi 28,1%. Ispitanici odjeću sa simbolom zmije smatraju negativnim, a kao razloge navode da je to izbor osobe koja nosi takvu odjeću, samo im se ne sviđa i osobe koje nose simbol zmije smatraju se „normalnim“ kod mladih ljudi u našem društvu. Odjeću sa simbolom lubanje na odjeći kupilo bi 31,8% ispitanika i ovaj simbol također smatraju negativnim. Osobe koje nose takvu odjeću smatraju „mračnjacima“ i „metalcima“ koji takvim načinom odijevanja žele privući pažnju. Odjeću sa simbolom kukastog križa ne bi kupila većina ispitanika, njih 95,2%. Za simbol kukastog križa na odjeći ispitanici imaju izrazito negativne stavove o osobama koje nose takvu odjeću. Takve osobe smatraju „primitivnim luđacima koji nisu baš svoji“, osobama niske inteligencije sklonih veličanju nacizma i Adolfa Hitlera. Obzirom na spol, dob i obrazovanje, podaci nisu relevantni. Društvene norme, stereotipi, razni oblici propagande vezani na ovu temu i simbole utjecali su na mišljenja i stavove ispitanika nevezano na njihovu dob, spol ili obrazovanje.

14. ZAKLJUČAK

Simboli se nalaze svugdje i prate nas od rođenja do smrti. Povijest simbola potvrđuje da svaki predmet može dobiti simboličku vrijednost bilo da je prirodan ili apstraktan. Simboli su uvijek višedimenzionalni. To je bipolarnost. Temeljni simboli sadrže temeljno jedinstvo tri razine – podzemne, zemaljske i nebeske. Oni povezuju čovjeka sa svijetom tako da se procesi osobne integracije uključuju u opći razvoj, bez izdvajanja i konfuzije. Vrijeme bez simbola je mrtvo vrijeme, a civilizacija bez simbola bi iščezla i pripala povijesti. Simbol je univerzalan jezik zbog toga što je virtualno dostupan svakom ljudskom biću, bez posredovanja usmenih ili pismenih jezika, jer zrači iz cijele ljudske psihe. Simbol je najdjelotvornije sredstvo sporazumijevanja među osobama, skupinama i narodima. Tko pronikne smisao simbola jedne osobe ili jednoga naroda, temeljito poznaje tu osobu i taj narod. Sociologija i analiza ispravno razlikuju mrtve i žive simbole. Mrtvi simboli nemaju više odjeka ni u individualnoj ni u kolektivnoj svijesti. Oni pripadaju samo povijesti, književnosti i filozofiji. Iste slike će biti žive ili mrtve ovisno o stavu promatrača, o njegovoj dubokoj sklonosti, o društvenom razvoju. Žive su u cijelom biću ako izazovu snažan odjek – životnost simbola ovisi o stavu svijesti.

Mišljenja mladih ljudi do 35 godina razlikuju se u svjetonazoru stečenom kroz odgoj i obrazovanje, što smatra 80% ispitanika. Simbol lubanje smatra se simbolom smrti i pripadnosti nekoj sekti. Simbol zmije pripada mitologiji i predstavlja zlo. dok simbol kukastog križa predstavlja sektu, protest protiv svega civilizacijskog i Adolfa Hitlera. Na takva mišljenja i stavove ispitanika utjecale su društvene norme, stereotipi, razni oblici propagande vezani na ovu temu i kontroverzne simbole u našem društvu. Kod ispitanika odjeća sa simbolima zmije, lubanje ili kukastog križa nije poželjna na odjeći i ostavlja negativan dojam na promatrača. Svaki simbol sadrži dio razbijenog znaka – značenje simbola otkriva u onome što je ujedno pukotina i veza između razdvojenih pojmova. Kao što je navedeno u diplomskom radu, simboli su višeznačni. Na nama je da procijenimo na koji način pojedinac, grupa ili organizacija komuniciraju sa svojim javnostima i koje poruke žele prenijeti svojim simbolima. Po mom mišljenju, tri simbola koja su opisana u diplomskom radu (zmija, lubanja i kukasti križ), imaju jaka značenja i često kontroverzne interpretacije. Upravo zbog toga je važno razumjeti povijest svakog simbola kako bi mogli imati potpunu sliku i predodžbu njegova značenja. Simbol je najdjelotvornija pomoć u razvoju osobnosti.

15. LITERATURA

Knjige

[1] Antolović, Kamilo; Haramija, Predrag. 2015. *Odgovorno oglašavanje*. Tisak Kerschoffset. Zagreb.

[2] Belak, Boris. 2013. *Ideja u labirintu*. Rebel. Zagreb

[3] Bovee, Courtland L.; Thill, John V.[10] 2012. *Suvremena poslovna komunikacija.* MATE d.o.o. Zagreb.

[4] Chevalier, Jean; Gheerbrant, Alain. 1983. *Rječnik simbola*. Nakladni zavod Matice hrvatske. Rijeka.

[5] Didier, Colin. 2004. *Rječnik simbola, mitova i legendi***.** Naklada Ljevak. Zagreb.

[6] Eliade, Mircea. 2006. *Slike i simboli.* Fabula Nova. Zagreb.

[7] Rot, Nikola. 1982. *Znakovi i značenja*. Nolit. Beograd.

[8] Rouse, Michael J.; Rouse, Sandra. 2005. *Poslovne komunikacije.* Masmedia. Zagreb.

Web literatura

[9] Arbanas-Kovačević, Barbara. *Povijest svastike*. http://matrixworldhr.com/2012/03/26/povijest-svastike/ (pristupljeno 18.10.2015., 13:38)

[10] Fare (Football Against Racism in Europe). *Vodič za nadgledanje diskriminacijskog znakovlja i simbola u europskom nogometu*. http://umki.hr/sites/umki.hr/files/cr-collections/2/farevodiczanadgledanjediskriminacijskogznakovljaisimbolaueuropskomnogometu.pdf , (pristupljeno 22.11.2015., 15:01)

[11] Preglej, Lidija. *Istraživanja u nastavi* http://www.hbd-sbc.hr/wordpress/wp-content/uploads/2013/05/12-Preglej.pdf (pristupljeno 30.11.2015. , 21:41)

[12] Steiner, Rudolf. *Okultni znakovi i simboli*. http://www.antropozofija.org/articles/an/books/Rudolf%20Steiner%20-%20Okultni_znakovi_i_simboli.pdf (pristupljeno 18.10.2015., 14:12)

[13] Škrinjar, Ljubomir. *Crno Sunce i simboli grba Kraljevine Slavonije*. http://www.hkv.hr/reportae/lj-krinjar/14824-crno-sunce-i-simboli-grba-kraljevine-slavonije-2-4.html (pristupljeno 28.11.2015., 2:04)

[14] Tatić, Danijel. *Svastika, čudan povijesni put prastarog simbola*. http://blog.vecernji.hr/danijel-tatic/svastika-cudan-povijesni-put-prastarog-simbola-735 , (pristupljeno 18.10.2015., 13:52)

[15] http://solidarnost.blogsport.eu/files/2012/02/fasizam-oko-nas.pdf , (pristupljeno 22.11.2015., 13:49)

[16] http://povijestokultnog.blogspot.hr/2011/07/svastika-simbol-zivota-i-smrti.html (pristupljeno 18.10.2015. 13:57)

[17] http://zvono-istine.org/skriveno-znacenje-simbola/ , (pristupljeno 28.11.2015., 1:46)

[18] http://objektivno.hr/malo-znanja-o-svastici-ne-cini-simbol-zlo-vec-ljudi-53908 (pristupljeno 21.11.2015. , 1:47)

[19] http://green-wicca.blogspot.hr/p/thebansko-pismo-i-rune.html (pristupljeno 28.11.2015., 1:56)

[20] http://www.fx-files.com/alternativa/mitologija/332-simbolika-zmije (pristupljeno 28.11.2015., 11:18)

Slike preuzete sa interneta

[1] Slika 2.1. – Prikaz stereotipa – Nijemci i Francuzi, http://daniyel.blog.siol.net/files/2008/02/stereotipi.jpg , (pristupljeno 6.1.2016., 9:23)

[2] Slika 3.1. Yin Yang – prikaz bipolarnosti i višedimenzionalnosti simbola, https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/1/17/Yin_yang.svg/2000px-Yin_yang.svg.png , (pristupljeno 6.1.2015., 9:33)

[3] Slika 3.2. – Korejska zastava – simbol ravnoteže, http://www.rtvslo.si/_up/photos/2009/09/08/u48056-107074_korejaska-zastava.svg_show.png , (pristupljeno 6.1.2015., 9:39)

[4] Slika 4.1. Prvi simbol u kulturi čovjeka – Špilja pitona, Bocvana, http://media3.s-nbcnews.com/j/msnbc/Components/Photos/061130/061130_python_cave_hmed_10a.grid-6x2.jpg , (pristupljeno 6.1.2015., 9:46)

[5] Slika 4.2. Uroboros – simbol spolne jedinstvenosti, preobražavanje smrti u život, http://mythologian.net/wp-content/uploads/2013/10/Ouroboros-dragon-serpent-snake-symbol-716x400.jpg, (pristupljeno 6.1.2015., 10:02)

[6] Slika 4.3. – Quetzalcoatl – pernata zmija u ljudskom obliku naroda Tolteka, https://bs.wikipedia.org/wiki/Quetzalcoatl#/media/File:Quetzalcoatl_1.jpg , (pristupljeno 6.1.2015., 10:03)

[7] Slika 4.4.Festival zmija u Abruzzima u Italiji, Sveti Dominik, http://www.lifeinabruzzo.com/wp-content/uploads/2010/05/sugared-domenico-a.jpg , (pristupljeno 6.1.2016., 10:12)

[8] Slika 4.5. Prikaz zmije u Danteovom Paklu prema Gustav Dorėu, http://40.media.tumblr.com/tumblr_lo67farkst1qep74vo1_r1_500.jpg , (pristupljeno 6.1.2015., 10:18)

[9] Slika 4.6. – Replika kipa božice Atene sa zmijama u grčkom Partenonu, antičkom hramu, http://www.mariekimmeldevitt.info/athena/images/Copy%20of%20Athena%20statue%20inside%20Parthenon.jpg , (pristupljeno 6.11.2015., 10:30)

[10] Slika 5.1. Prikaz lubanje sa slomljenim vratom, neobičnog običaja naroda Kelta, http://www.gannett-cdn.com/-mm-/ac1394dbdcca6a36cbf486633b129cd813095ac3/r=x404&c=534x401/local/-/media/USATODAY/GenericImages/2012/10/26/94-1000-4_3.jpg , (pristupljeno 6.1.2015., 10:44)

[11] Slika 6.1. Lubanja s prekriženim kostima na X (Andrijin križ), http://www.mindfully.org/Reform/Skull-And-Bones1833-1985.jpg , (pristupljeno 6.1.2015., 10:46)

[12] Slika 7.1. – Prikaz svastike prije pojave nacizma i negativnih konotacija simbola, http://www.toptenz.net/wp-content/uploads/2013/03/various-swastikas.bmp , (pristupljeno 6.1.2015., 10:58)

[13] Slika 7.2. Novac pronađen u Troji, 3000.-4000.g.pr.Kr., http://www.elitereaders.com/wp-content/uploads/2015/11/swastika-unknown-history-3.jpeg , (pristupljeno 6.1.2015., 11:02)

[14] Slika 7.3. Wills cigarete, SAD, 1930. godina, http://images.delcampe.com/img_large/auction/000/120/072/504_001.jpg , (pristupljeno 6.1.2015., 11:15)

[15] Slika 7.4. – Zastava nacističke Njemačke, https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/99/Flag_of_German_Reich_(1935–1945).svg/2000px-Flag_of_German_Reich_(1935–1945).svg.png , (pristupljeno 6.1.2015., 11:17)

[16] Slika 8.1. – Thor Steinar, logo njemačkog proizvođača odjeće, http://www.vandalshop.hr/Images/4659.png , (pristupljeno 6.1.2015., 11:20)

[17] Slika 9.1. – Simbol crnog sunca, https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/f/ff/Black_Sun.svg/2000px-Black_Sun.svg.png , (pristupljeno 6.1.2015., 11:24)

[18] Slika 10.1. – Runsko pismo (rune) i njihovo značenje, http://3.bp.blogspot.com/-VSM8Pxwnv1M/TyvKJL-k_FI/AAAAAAAAALo/ZYU_1jn7x2o/s1600/futhark.jpg , (pristupljeno 6.1.2015., 11:28)

PRILOZI

Prilog 1 – Anketni upitnik

Anonimna anketa - Vizualni simboli i komuniciranje odjećom

Poštovani, moje ime je Nenad Međimurec i ovu ANONIMNU anketu provodim s ciljem prikupljanja primarnih podataka za izradu diplomskog rada na temu: Vizualni simboli i komuniciranje odjećom, smjer Odnosi s javnostima na Sveučilištu Sjever.
Unaprijed Vam zahvaljujem na utrošenom vremenu i trudu!

1. Spol:

Muški

Ženski

2. Koliko godina imate?

a) 15-20

b) 20-25

c) 25-30

d) 30-35

3. Vaš završeni stupanj obrazovanja?

a) osnovna škola

b) srednja škola

c) preddiplomski studij

d) diplomski studij

e) postdiplomski studij

4. Ističete li se u svom društvu vlastitim stilom odijevanja?

a) Da, imam svoj stil

b) Ne, odijevam se poput većine

c) Ne mogu procijeniti

Molim proučite sljedeće tvrdnje i pomoću odgovora od 1-5 označite slažete li se sa sljedećim tvrdnjama.

5.1. Odjećom govorimo o sebi i prije nego što progovorimo.

1□ 2 □ 3□ 4□ 5□

(u potpunosti se ne slažem) (u potpunosti se slažem)

5.2. U našem je društvu uvriježeno procjenjivanje na temelju odjeće.

1□ 2 □ 3□ 4□ 5□

(u potpunosti se ne slažem) (u potpunosti se slažem)

5.3. Odjećom progovaramo o društvenom statusu.

1□ 2 □ 3□ 4□ 5□

(u potpunosti se ne slažem) (u potpunosti se slažem)

5.4. Odjeća čini čovjeka.

1□ 2 □ 3□ 4□ 5□

(u potpunosti se ne slažem) (u potpunosti se slažem)

5.5. Odjeća NE čini čovjeka.

1□ 2 □ 3□ 4□ 5□

(u potpunosti se ne slažem) (u potpunosti se slažem)

5.6. Odjećom govorimo o svjetonazorima i pripadnosti određenim grupacijama.

1□ 2 □ 3□ 4□ 5□

(u potpunosti se ne slažem) (u potpunosti se slažem)

6. Ostavlja li bilo kakav dojam na Vas odjeća sa simbolom ZMIJE?

a) Da, pozitivan dojam

b) Da, negativan dojam

c) Ne

d) Ne znam

7. Ostavlja li bilo kakav dojam na Vas odjeća sa simbolom LUBANJE?

a) Da, pozitivan dojam

b) Da, negativan dojam

c) Ne

d) Ne znam

8. Ostavlja li bilo kakav dojam na Vas odjeća sa simbolom KUKASTOG KRIŽA?

a) Da, pozitivan dojam

b) Da, negativan dojam

c) Ne

d) Ne znam

9. Biste li kupili odjeću sa simbolom LUBANJE?

a) Da

b) Ne

c) Ne znam

10. Biste li kupili odjeću sa simbolom ZMIJE?

a) Da

b) Ne

c) Ne znam

11. Biste li kupili odjeću sa simbolom KUKASTOG KRIŽA?

a) Da

b) Ne

c) Ne znam

12. Obrazložite svoj odgovor zašto DA, ili, zašto NE?

a) zmije

_____

b) lubanje

_____

c) kukastog križa

_____

13. Iz kojeg razloga biste kupili majicu sa simbolom zmije, lubanje ili kukastog križa?

a) jer izgleda "moćno"

b) gotovo sva odjeća koju nosim sadrži neke od ova tri simbola

c) kupnjom takve odjeće osjećam pripadnost određenoj grupaciji

d) protivljenje multirasnoj Europi

e) ništa od navedenog

14. Pripada li simbol ZMIJE po vašem mišljenju:

a) mitologiji

b) okultizmu

c) magiji

d) modi

e) religiji

f) sekti

g) medijskoj propagandi

h) protestu protiv svega civilizacijskog

e) nešto drugo, što? ___

15. Što za Vas predstavlja simbol ZMIJE na odjeći?

(moguće je odabrati više odgovora)

a) plodnost

b) besmrtnost

c) obnavljanje

d) liječenje

e) zlo

f) smrt

g) boga

h) izlgedam "opako i moćno"

i) prihvaćanje grupe ili društva u kojima se krećem/nalazim

j) ostalo

16. Pripada li simbol LUBANJE po vašem mišljenju:

a) mitologiji

b) okultizmu

c) magiji

d) modi

e) religiji

f) sekti

g) medijskoj propagandi

h) protestu protiv svega civilizacijskog

i) ostalo

17. Što za Vas predstavlja simbol LUBANJE?

(moguće je odabrati više odgovora)

a) zaštitu od smrti (kacige motorista, tetovaže ili općenito)

b) smrt

c) zlo

d) prisjećanje na preminule

e) duhovno vjerovanje u život poslije smrti

f) ljudsku prolaznost

g) izgledam "opako i moćno"

h) prihvaćanje grupe ili društva u kojima se krećem/nalazim

i) ostalo

18. Pripada li simbol KUKASTOG KRIŽA po vašem mišljenju:

a) mitologiji

b) okultizmu

c) magiji

d) modi

e) religiji

f) sekti

g) medijskoj propagandi

h) protestu protiv svega civilizacijskog

i) ostalo

19. Što za Vas predstavlja simbol KUKASTOG KRIŽA (svastike)?

(moguće je odabrati više odgovora)

a) smrt

b) zlo

c) prisjećanje na žrtve nacizma

d) Adolfa Hitlera

e) neonacizam

f) ljudsku prolaznost

g) oznaku sveznanja u istočnjačkim religijama

h) mir, sreću, blagostanje

i) moć, boga

j) izgledam "opako i moćno"

k) prihvaćanje grupe ili društva u kojima se krećem/nalazim

l) mržnju prema drugim rasama

m) ostalo

20. Što mislite o ljudima koji na svojoj odjeći nose neki od simbola?

a) zmiju

_____

b) lubanju

_____

c) kukasti križ

_____

21. Gdje biste sebe svrstali prema interesima i aktivnostima kojima se trenutačno bavite?

a)srednjoškolac

b) student nekog društvenog fakulteta

c) student nekog prirodoslovnog fakulteta

d) pripadnik motorističkog kluba

e) ništa od navevedenog

f) pripadnik subkulturne skupine, koje?

g) ostalo

ŽIVOTOPIS

Moje ime je Nenad Međimurec. Rođen sam u Varaždinu 16.11.1989. godine. Osnovnu školu „Andrija Palmović“ završio sam u Rasinji, nakon čega sam se upisao u Elektrostrojarsku školu smjer „Tehničar za računalstvo“. Po završetku srednje škole upisao sam se kao redovni student na Veleučilište u Varaždinu, odjel „Multimedija, oblikovanje i primjena“. Završetkom preddiplomskog stručnog studija postao sam stručni prvostupnik/inženjer multimedijske i grafičke tehnologije. Zbog želje za nastavkom školovanja, nakon dvije godine od završetka preddiplomskog studija upisao sam diplomski studij „Odnosi s javnostima“ kao izvanredni student. Trenutno radim kao asistent u ustanovi za osobe s invaliditetom.