

## **SEOBE NACIJA U BREND**

**Sažetak:** *Povijesne mijene pojma nacionalnoga sugeriraju takav način razmišljanja i takvu nužnost pristupa koji fenomen nacionalnoga neće interpretirati iz konteksta aktualnih političkih ili bilo čijih partikularnih interesa. Nacionalnost je jedna od stepenica u ljudskoj samoorganizaciji u društvenu zajednicu i kao takvoj ne treba joj pridavati nepotrebna natprirodna ili ontološka značenja. Istovremeno, nacionalno može biti polugom opstanka u ratovima izazvanim od strane neokolonijalnih manipulatora historijskim, ekonomskim, pa i religijskim činjenicama.*

*Rad želi promotriti aktualnu razapetost nacionalnoga između procesa utapanja nacionalnoga u brend i s druge strane procesa nacionalnih suprotstavljanja globalističkim tendencijama iza kojih se kriju neokolonijalni oblici masmedijskog porobljavanja na način koji se bitno razlikuje od starih oblika koloniziranja novih teritorija. U tom kontekstu promatra se nacionalno pitanje dijelom i kao marketinško (jer se nacija nerijetko pretvara u pojam koji poput Potemkinovih sela/fasada prikriva tranzicijske prevare pretvaranja društvenog vlasništva u privatno). S druge strane nacionalno može biti osnovicom otpora procesima novog kolonijalizma.*

*Nacionalno se promatra između upućenosti na vjeru i korporacijskih pritisaka. Definira se pojam 'nacionalnog autizma', a posebna se pozornost pridaje historijskoj i tehnološkoj uvjetovanosti pojma i fenomena nacionalnoga.*

*Rad je svojevrsan nastavak analiza tekstova 'Religijsko brendiranje tla', 'Identitet i identiteti' te 'Komunikacijski stampedo'.*

Jedan od mojih profesora sa studija filozofije, Filozofskog fakulteta u Zagrebu, sjajno je interpretirao njemački klasični idealizam. Slušati njegova predavanja o Kantu, Fichteu, Schellingu i Hegelu za mene je, i ne samo mene, bilo čisto zadovoljstvo, oblik duhovne meditacije, pokušaj poniranja do razine gdje se mišlju može dodirnuti realitet u njegovoj realnoj ogoljenoj strukturi. Stvarana je u nama vjera da duboko kritičko autonomno mišljenje, može sve. Bili smo mladi i bili smo na strani Istine. Zar smo mogli poželjeti više?

Profesor je znao s nama nekolicinom studenata podijeliti i nešto svog slobodnog vremena nakon predavanja. Bio sam u toj grupi i osjećao sam se počašćenim.

No kako sam pisao prikaze knjiga došla je na red i jedna od knjiga tog profesora. U prikazu njegove knjige sugerirao sam (među ostalim) kako se europski duh, o

kojemu je profesor govorio i pisao, ne može svesti na njegovo udublјivanje u Hege-  
lovu analizu Schellingovog razumijevanja Fichteove interpretacije Kantovih sinte-  
tičkih sudova *a priori* (otprilike tako). Ideja je bila reći da ako se govori o europskom  
duhu ne može se taj duh reducirati na ono poželјno, idealizirano, prihvatljivo, kultur-  
no, misaono dodavanjem odrednice ISTINSKI ... Postoji dakle istinski europski duh  
a ovo oko nas što se zbiva to i nije toliko bitno jer to nisu zbivanja na razini istinskog  
europskog duha.

Da skratim: do tada sam bio jedan od 'odabranih', perspektivnih ... a od tada sam  
bio (kako je profesor rekao svom mlađem kolegi za mene) 'Musliman koji ne razu-  
mije europski duh'. Da stvar bude još gora riječ je o profesoru koji nas je učio i na-  
učio da odredbeni razlog naše volje ne može biti novac, interes, religija, korporacija  
ili bilo što drugo osim vaše volje kao umnoga htijenja. Kantovo utemeljenje moral-  
noga čina u umnom htijenju trajno je ostalo odrednicom mog djelovanja i na tome  
sam svom profesoru istinski zahvalan. No, ...

Nastavio sam čitati knjige i pisati, ali mi je trebalo desetak godina da ponovno  
uđem u prostore Filozofskog fakulteta.

Danas sam naravno još sigurniji da europski duh nije samo nečija interpretacija  
njemačkog idealizma, duh ljudi poput Goethea, Wagnera, Schillera, Kafke, Prousta,  
Camusa i drugih, nego da je to istovremeno duh koji je oblikovao Ponzijevu pirami-  
du gramzivih bankara u čijoj sjeni svira sponzorirana (duhovna) glazba. Europocen-  
trizam koji se najavljivao pojavio se i tamo gdje ga čovjek ne bi očekivao. Umjesto  
kritičkog sagledavanja povijesti ratova, kolonijalizma, barbarstava učinjenih u ime  
ideje civilizacije – pristupilo se nekritičkom glorificiranju Europe čija je pretkuhinja  
(kako bi rekao Proust kada je govorio konkretno o Europi) bila krvava.

Godinama sam sebi postavljao pitanje kako je moguće da učitelj kategoričkog  
imperativa, učitelj morala i slobode osudi svog studenta na neupućenost i parcijalnost  
nacionalnog/vjerskog pristupa.

Kada se ne tako davno na sat dva vožnje od velikih europskih metropola dogodi-  
la eksplozija nasilja, Vukovar, Srebrenica, Sarajevo ... kada su ljude ponovno počeli  
označavati bijelim trakama – pitao sam se gdje je taj europski duh.

Skrio se očigledno u pridjev ISTINSKI!

Tu dolazimo do konteksta kojega želim podcrtati: Ukoliko se u svojim promišlja-  
njima ograničimo na neku malu regiju, nećemo prepoznati globalne tendencije koje  
nas određuju. Ukoliko pitanje nacije, nacionalizma, utemeljenja nacionalnosti u je-  
ziku, kulturi, povijesti, politici ili bilo kojem drugom segmentu ne promatramo u  
kontekstu tendencija vremena u kojemu živimo ali i prepoznatljivim tendencijama  
neposredne povijesti – zatvorit će nam se vrata istine. Stog ovim prilogom diskusiji  
želim sugerirati otvorenost razmišljanja prema suvremenim masmedijskim manipu-  
lacijama koje su na djelu i koje islam predstavljaju u krivom svjetlu. Ali na djelu je  
i nekritičko nasjedanje dijela svjetskog islamskog korpusa koji dopušta da, isprovo-  
cirani lažima, plaćenicima, masmedijskom proizvodnjom panike, efektom stampe-  
da i sličnim mehanizmima, reagira neprimjereno i protivno interesu muslimana.

Pod plaštem nacionalnih oslobođenja u državama nastalim raspadom Jugoslavije izvršena je (blago rečeno) promjena vlasništva (društvenog u privatno). Nacija je postala marketinški brend kojega su obavještajne, političke i gospodarske strukture iskoristile za pretvaranje samoupravljača u nezaposlene, neplaćene ili potplaćene radnike. Onako kako su američke korporacije prestale proizvoditi i veliki dio proizvodnje preselile u treći svijet, na sličan je način nova politička nomenklatura oduzela vlasništvo zajednici i pretvorila tu istu zajednicu u gladnu navijačku skupinu. Žeđ za krvlju nije pak teško instrumentalizirati kad imate u rukama medije. Krivi su uvijek drugi, a ako ti drugi i drugdje nisu jednakopravni, rađa se osnova za prikriiveni ili otvoreni rasizam nasilje, ubojstva, mučenja, silovanja, rat.

Umjesto da govorim o bošnjačkoj naciji, o Muslimanima i Bošnjacima, o odnosu nacionalnog i vjerskog u različitim islamskim svjetovima u različitim državama (što ne bih jer se ne smatram kompetentnim, a neke knjige i tekstovi govore mi da i u tom području imamo autoritete) – želio bih skrenuti pozornost na globalnu sliku koju proizvode globalne medijske kuće, a unutar kojih se odvijaju i nacionalne drame i drame nastanaka i nestanaka čitavih nacija, odnosno drame marketinških igara u kojima statiraju (ponekad do smrti) čitava sela, gradovi, regije.

Zašto mislim da je to važno?

Misliti, danas u vrijeme globalne umreženosti posebno, znači misliti svijet. Svaki fenomen kojega želimo obuhvatiti mislimo danas je u nekoj od mreža globalnih igara. Velikim igračima čitave nacije su do navečer najbolji prijatelji a sutradan ujutro prijetnja. Neregularne vojske koje se šalju u takozvanu pomoć postaju vojske koje će za novac odigrati bilo kakvu ulogu. Provokacije i podmetanja postala su sastavni dio politike koja je izgubila kredibilitet.

Ovih je dana, čitamo, Apple svojim godišnjim prihodima nadmašio Švicarsku. Da ne govorimo o manjim zemljama i 'manje važnim' narodima.

Nacionalno ubiranje poreza u doba sveopće povezanosti dobilo je konkurenciju u ubiranju prihoda od prodaje prava, naknada za korištenje programa, najma virtualnog prostora i drugih oblika ... Riječ je o trendu koji snaži poziciju globalnih korporacija u odnosu na nacionalne vlade.

Nacija se nekada zatvarala u zidove granica šireći se ratom. Danas je međutim na djelu ono što ne priznaje granice, ratuje – tvrdeći da se bori za mir.

Nacija je u digitalna doba fenomen koji će isplivati na površinu interesa javnosti tek ako može odigrati neku ulogu u sukobima civilizacija (politički inauguriranima i teorijski mišljenima).

Lice globalizacije je kolonijalno, kao što je kolonijalno lice Europe bilo rasističko, porobljivačko i nepošteno.

Pred vratima smo igara u kojima su ulogi još veći. Ako se u gotovo dvije milijarde muslimana u svijetu ugradi čip krivnje, nema te nacije koja muslimane može spasiti od barbarskog uvođenja demokracije ...

Veliki igrači su povećali uloge u svojoj kockarskoj igri: skloniji su većim ljudskim konglomeracijama od nacionalnih zajednica. Na redu je vjera kao ona koja će u budućnosti biti presudni faktor Novog svjetskog teatra.

Kao europski musliman s dubokim gađenjem, mučninom i užasom djeličkom oka pratim razna smaknuća koja nam u naše dnevne boravke redovito donose sredstva zaglupljivanja i manipuliranja. Sa strahom osjećam kako raste iracionalni naboj prema vjeri koja se sustavno, medijski vješto i monstruozno uspješno kompromitira.

Mediji nastavljaju posao koji je davno započet. Riječ je o podvojenosti udvajanju morala suvremenog europskog građanina (kojim se i sam smatram) na ono proklamirano i ono življeno.

Nietzsche mi je, kao i mnogim drugima, omogućio razumjeti (naravno ne i opravdati) kako je moguće da danas primjerice uvođenje demokratskih standarda bude razlogom oružanih upada u druge države od države koja misli da ima licencu demokracije.

Postalo mi je jasnije kako je razumno (ne i opravdano) očekivati da strah od drugoga može odvesti (stepenicama pojmova) u rasizam.

Proizvodnja straha, moralne panike u građanstvu, skrivanje rasističkih tendencija u kulturološke i civilizacijski prihvatljive kontekste kulture i civilizacije, insceniranje sukoba, naručivanje ubojstava, stvaranje klime u kojoj je moguće zaobilaziti sve civilizirane konvencije (Ženevsku, o izbjeglicama, o mučenju, ...) da bi se širio razdor između vjera koje su manje-više mirno i relativno dobro trgovale i nadograđivale se.

Očiglednim je postalo da je kultura postala opravdanjem za barbarsku brigu uništavanja korijena ljudske civilizacije, a korijen te ljudske civilizacije može biti samo čovjek sam, jednak pred Bogom kako god ga on zvao i kako god ga slavio.

Svijetu je već jasno da je razvijen globalni sustav neokolonijalne pljačke koju provode ljudi s vizitkama bankara, odjeveni u lijepo krojena odijela ukrašena kravatama s knjižicama za upisivanje bonusa ...

Obrat koji se dogodio u glavi mog profesora etike (s početka priče) obrat je istine. Kritika koja je pogodila bit otvorila je spremnike nepatvorene tašte, teške i netolerantne misli koja je vladala najdubljim predjelima osobe. Potaknuta kritikom istina je morala isplivati na površinu.

Govorim to danas kada je i dalje na svjetskoj razini prisutno blago ili oštrije nipoštašavanje islama, kada se igraju svjetske kazališne igre kojima je cilj građane pretvoriti u rulju koja navija.

U vremenu u kojemu naše riječi ne znače nešto posebno ali riječi voditeljice FOX NEWS-a mogu izazvati neki novi rat.

Sustavi tehničke reproduktibilnosti do te su mjere promijenili svijet da je naša jedina zbilja zapravo laž a ta se laž podržava hollywoodskim filmovima u kojima nas kljukaju istinom (to je stvarno privilegij Kaligule – zabavljati prestrašene podčinjene istinom o vlastitoj diktaturi i nedodirljivosti).

Kako se nekada osvajalo i kako se danas osvaja? U doba osvajanja Rima ili otomanskog imperija bila vam je potrebna vojska, sustav poslušnosti, povjerenje, nauružanje, hrabrost ili ludost da se krene u osvajanje svijeta. Danas se to radi satelitskim programima, programima restrukturiranja dugova, ucjenama tajnih službi, pokojim ubojstvom ključnih ljudi (nerijetko svojih), izazivanjem nacionalne mržnje, obećanjima raja prikazanog u sapunicama ...

Ako je koja država višenacionalna uspjeh je gotovo zagarantiran. Zašto?

Guslanje po žici nacionalnog identiteta hipnotičko je sredstvo za skretanje pozornosti s podjele plijena (financijskog, teritorijalnog, iskazivog u osvojenom novom tržištu, iskazivog skrivenim otpisima dugova za naftu, realiziranog kupnjom oružja koje po starom mafijaškom receptu nudi sigurnost velikog brata u globalnom kvartu).

Nacionalno se tu pojavljuje kao marketinški brend za hipnotičko uspavljivanje kritičke svijesti i skretanje pozornosti s nečega što se najtočnije i najpreciznije može i mora nazvati jednim jedinim imenom – pljačkom.

Zašto je nacionalnost idealan brend za hipnozu?

Tu se moramo vratiti korijenu fenomena nacija kao i obliku nastanka identiteta suvremenih velikih i moralnih nacija željnih uvođenja demokracije u države bogate naftom, zlatom, plinom ili nečim sličnim, ali insuficijentne znanjem demokracije.

Svijet je svijet stalnih mijena sustava dominacije. U ime nacija (koje su nekada predstavljale – značile samo male skupine ljudi koje su se razlikovale od drugih) jedno se vrijeme intenzivno pohodilo u kolonama (koloniziralo). To se doba ne zove doba prvobitne akumulacije bogatstva, robe ili robova iz pokrajina globalnoga sela koja su se smatrala nižim bezvrijednim, životinjskim, etc. To se zvalo kolonijalizmom. Vrijeme je to kada su se pojavila velika ujedinjena kraljevstva u sjeni čijih pljački se razvijala velika europska kultura i europski duh mog profesora (koji je sjajno razumio njemački idealizam).

Velikim nacijama nije bilo teško, na temelju zgrnutog bogatstva, pa i ropskoga rada ljudi koje nisu smatrali ljudima – stvoriti veliku kulturu, kulturu kako bi Nietzsche rekao licemjerja i lažnog morala, laži božjih službenika koji su i Boga osudili na smrt. Takvoj, sigurnoj u sebe kulturi ni Bog nije potreban.

Istinski poznavatelji Nietzscheova djela znaju da je i Nietzsche, uz sve svoje psovke upućene svećenstvu i kršćanstvu – Bogu bio bliži od svih onih kojima je to bio posao i protiv kojih je pisao.

Mi koji smo u manjini, koji ponekad ne razumijemo europski duh u prilici smo vidjeti procese koji se iz perspektive komunikacijskog stampeda ne vide. Ponekad možemo skrenuti pozornost na one teoretičare pa i ljude vjere koji su se oduprli bonusima hijerarhija, koji su fenomene sagledali u njihovoj jednostavnosti.

Tako McLuhan među ostalim piše:

“Pišući o novim, ravnim cestama u gradovima sedamnaestog stoljeća, Mumford upozorava na čimbenik uočljiv i u rimskome gradu s prometom na kotačima, to jest na potrebu za širokim, ravnim cestama kako bi se ubrzalo kretanje vojske te izrazila veličanstvenost moći. U rimsko je doba vojska predstavljala radnu snagu mehaniziranog procesa stvaranja bogatstva. Služeći se vojnicima kao ujednačenim i zamjenjivim dijelovima, rimski vojni stroj proizvodio je i otpremao dobra, čime izrazito podsjeća na industriju u ranim fazama industrijske revolucije. Trgovina je išla za legijama. Dapače, legije su bile sam taj industrijski stroj; i mnogi novi gradovi sličili su novim tvornicama u kojima je radilo ujednačeno uvježbano vojno osoblje. Sa širenjem pismenosti nakon pojave tiska, veza između vojnika u odori i tvorničkog

radnika, koji stvara bogatstvo, postala je manje vidljiva. Bilo je to dovoljno očito u Napoleonovim armijama. Napoleon je, sa svojim armijama, koje su tvorili građani, predstavljao samu industrijsku revoluciju, jer je ona dopirala do područja koja su od nje dugo bilo pošteđena.

Od mnogih nepredviđenih posljedica tipografije, nacionalizam je, možda, najpoznatija. Političko ujedinjavanje naroda stvaranjem skupina prema pučkom i materinskom jeziku bilo je nezamislivo prije nego što je tisak preobratio svaki pučki jezik u obuhvatan masovni medij.”

Nacija je prijelazni oblik samoorganizacije ljudi i tehnika. Za veliki dio svijeta ta je ideja potrošena no s njom se i dalje dobro manipulira.

U prirodi je čovjeka bježati u identitete. Teško se nositi sa slobodom: gledajući iz svemira mi smo tako mali da se razlike između Hrvata, Bošnjaka, Srba, Nijemaca, Roma ... ne vide.

Zašto je važno prepoznavati mehanizme ove manipulacije?

Jer se brend nacionalnog sada prebacuje na brend religijskog. Marketing velikih održavatelja dominacije igra na kartu vjerskih, religijskih, takozvanih kulturološko-civilizacijskih razlika.

Veliki kolonizatori upiru sada prstom u opljačkano siročad. Nije im jasno zašto ti siroti ljudi ne prihvaćaju pravila igre kojom su opljačkani.

Mediji su zasjekli Marijinu brazdu u oceanu mržnje između ljudi koji samo žele vjerovati i živjeti.

## **Migrating a nation into a brand**

### **Summary**

Historical changes of the concept of “national” suggest such way of thinking and such necessity of approach which would not interpret this phenomenon of “national” in the context of current political, or anyone’s specific interests. Nationality is one of the stages in the human self-organization into communities and as such any superfluous supernatural or ontological significance should not be attached to it. At the same time, “national” can serve as a lever for survival in wars caused by the neo-colonial schemers using historical, economic, and even religious facts.

This paper aims to observe the current status of “national” being strung between the process of immersing national into a brand and, on the other side, the process of national oppositions to globalizing tendencies which are concealing neo-colonial forms of mass-media enslavement, in a way considerably different from the old forms of colonizing new territories. In this context, we also observe the national issue partly as an advertisement (since a nation often becomes a term which, like Potemkin villages, conceals transition scams occurring in transformation of social into private

ownership). On the other hand, “national” can serve as a base for resistance to neo-colonialist processes.

“National” is observed amid the awareness of religion and corporate pressures. We define the term “national autism”, and special attention is given to historical and technological conditionings of the “national” concept and phenomenon.

The work is a sort of extension of the analysis of texts “Religious soil branding”, “Identity and identities” and “Communication stampede”.