

Europski realiteti

5. međunarodni
znanstveni skup

Zbornik radova

MOĆ



EUROPSKI REALITETI – MOĆ
Zbornik radova
5. međunarodni znanstveni skup

EUROPSKI REALITETI – MOĆ

Zbornik radova

5. međunarodni znanstveni skup

Biblioteka Ars Academica – Symposia

Nakladnik

Akademija za umjetnost i kulturu Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku, Hrvatska

Sunakladnik

Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Centar za znanstveni rad u Vinkovcima, Hrvatska

Za nakladnika

Helena Sablić Tomić, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

Za sunakladnika

akademik Dario Vretenar, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Hrvatska

Urednik izdanja

Krešimir Purgar, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

Urednice zbornika

Iva Buljubašić, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

Marija Šain, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

Uredništvo

Anica Bilić, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Centar za znanstveni rad u Vinkovcima, Hrvatska

Borko Baraban, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

Sanja Bijakšić, Sveučilište u Mostaru, Bosna i Hercegovina

Marina Đukić, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

Jasminka Najcer Sabljak, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

Ján Višňovský, Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita Sv Cyrila a Metoda Trnava, Slovačka

*Recenzentice zbornika**

prof. dr. sc. Helena Sablić Tomić, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

izv. prof. dr. sc. Ivana Bestvina Bukvić, Ekonomski fakultet u Osijeku, Hrvatska

* *Svi su radovi u zborniku prošli postupak dvostruke slijepo recenzije.*

Tehničke urednice zbornika

Slađana Pupovac, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

Marta Radoš, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

Lucija Mijatović, studentica, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

Grafička priprema

Luka Cveniće, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Hrvatska

Fotografija na ovitku

unsplash.com

EUROPSKI REALITETI – MOĆ

Zbornik radova

5. međunarodni znanstveni skup



Osijek, 2023.

SADRŽAJ

9 UVODNA RIJEČ

I. MOĆ I DIGITALNI UNIVERZUM – MEDIJSKI, OBRAZOVNI I DRUŠTVENI ASPEKTI

- 13 **Marina Mučalo, Anita Šulentić**
GLAZBENI *STREAMING* SERVISI U REPUBLICI
HRVATSKOJ
- 35 **Sanja Mlivončić**
MOĆ MEDIJA KAO IZVORA INFORMACIJA I
UTJECAJA NA DONOŠENJE ODLUKE O CIJEPLJENJU
PROTIV COVID-19
- 50 **Ivana Rašan, Dajana Šošić**
MOĆ MEDIJA KROZ MEDIJSKU ILUZIJU
DANAŠNJICE – PERSUAZIJA I UPRAVLJANJE PUTEM
UMJETNO KREIRANIH STRAHOVA
- 67 **Katarina Horvat, Julia Perić, Marija Završki**
JEZIK MOĆI U NEVERBALNOJ KOMUNIKACIJI
- 90 **Marin Seleš, Tanja Hercog, Andrea Sudarević**
ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U POPULARIZACIJI
KULTURNIH SADRŽAJA I USLUGA
- 115 **Snježana Barić-Šelmić, Elena Žakula, Hrvoje Mesić**
MOĆ U DIGITALNIM RUKAMA PROSUMERA –
UNAPRJEĐENJE KORISNIČKOG ISKUSTVA I SUČELJA
(UX/UI) NA PRIMJERU REDIZAJNA INSTAGRAMA
- 142 **Nebojša Lujanović**
PAKAO ALANA MOOREA I PRIČA O JACKU
RASPARAČU KAO PROTOTIP LAŽNE VIJESTI
- 164 **Vjekoslav Đaić**
MOĆ VIZUALNE METAFORE U REKLAMNOM
DISKURSU O LUKSUZU

- 182 Tamara Zadavec**
POUZDANOST INFORMACIJA – UTJECAJ NA
DRUŠTVENI SUSTAV
- 193 Veronika Završki**
1914. GODINA U OSIJEKU U NOVINAMA *NARODNA /*
HRVATSKA OBRANA I SLAVONISCHE PRESSE
- 210 Dejan Varga, Ivan Gašpić**
EPIDEMIJA (NE)ZNANJA – OBRAZOVNA POLITIKA
DIGITALNOG DOBA
- 230 Jasna Šulentić Begić, Amir Begić, Ivana Pušić**
POPULARNA GLAZBA U KONTEKSTU RAZVIJANJA
GLAZBENOG UKUSA UČENIKA

II. MOĆ U PRAVNOM, EKONOMSKOM I ZNANSTVENOM OKRUŽENJU

- 251 Katarina Marošević**
EKONOMSKE SLOBODE I EKONOMSKI RAZVOJ:
OSVRT NA INSTITUCIONALNI OKVIR
- 269 Matko Guštin**
(NE)OGRANIČENA MOĆ BRAČNIH DRUGOVA
U UREĐENJU OSOBNIH PRAVA I DUŽNOSTI
U HRVATSKOM OBITELJSKOPRAVNOM
ZAKONODAVSTVU
- 294 Jelena Dujmović Bocka, Danijela Romić**
MOĆ PRILAGODBE VISOKOOBRAZOVNOG
SUSTAVA IZVANREDNIM OKOLNOSTIMA – JE LI
PANDEMIJA COVID-19 NARUŠILA KVALITETU
VISOKOOBRAZOVNOG PROCESA?
- 314 Sanja Gongeta**
REFORME PRAVA DRUŠTAVA – „RACE TO THE TOP“
ILI „RACE TO THE BOTTOM“ U REGULATIVNOM
NATJECANJU

- 328** **Ana Đanić Čeko, Marina Jambrešić**
PROCEDURALNE POGREŠKE U PRAKSI UPRAVNIH
SUDOVA REPUBLIKE HRVATSKE U PRIMJENI
EUROPSKIH I MEĐUNARODNIH STANDARDA
ZAŠTITE SLOBODE KRETANJA TRAŽITELJA AZILA
- 350** **Anamarija Lukić, Ivana Jurčević**
HRVATSKI LIST: LOKALNO GLASILO KAO KLJUČ
POLITIČKE MOĆI
- 370** **Marita Grubišić-Čabo, Filip Fila, Marko Kovačić**
PREMOĆNI U (NE)MOĆNIMA: ANALIZA DISPERZIJE
MOĆI PREMA RAZLIČITIM GRUPAMA MLADIH
- 388** **Miriam Mary Brgles, Suzana Vrhovski Peran**
VRLINE I MOĆ ISTRAŽIVAČA U *ARTS-BASED*
ISTRAŽIVANJU
- 403** **Ivica Šola**
ETIKA ARTIFICIJELNOGA. BIOMOĆ I UMJETNA
PROKREACIJA S KATOLIČKOG GLEDIŠTA
- 417** **Marta Borić Cvenić, Igor Mavrin, Matea Mamuzić**
MOĆ MRAČNOG TURIZMA U DESTINACIJSKOM
MENADŽMENTU – NACIONALNE, EUROPSKE I
GLOBALNE PERSPEKTIVE
- 437** **Marija Tolušić, Maja Haršanji, Dora Kujek**
MOĆ SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA U NAPRETKU
DRUŠTVA
- 456** **Antonija Matić, Antonio Šabić**
NACIONALNI PLAN OPORAVKA I OTPORNOSTI
2021. – 2026.: BUDUĆNOST I TRENDOVI RAZVOJA
KULTURNIH I KREATIVNIH INDUSTRIJA KROZ
JAČANJE KAPACITETA I KONKURENTNOSTI

III. MOĆ U KULTURNOM I UMJETNIČKOM PROSTORU I PRODUKCIJI

- 477** **Mirela Ramljak Purgar**
MOĆ POGLEDA. KONSTRUIRANJE
PROMATRAČKOG SUBJEKTA U SUVREMENOJ
UMJETNOSTI
- 498** **Karmela Puljiz**
KRIPTOUMJETNOST I NJEZIN NASTANAK U
KONTEKSTU NOVE PRERASPODJELE MOĆI U
SUVREMENOM DRUŠTVU
- 514** **Lucija Periš**
MOĆ KULTURNOGA KONTEKSTA: MARASOVA
ADAPTACIJA DRAME *VESELE ŽENE WINDSORSKE*
ILI ČITANJE SHAKESPEAREA KROZ IMOTSKE
NAOČALE
- 533** **Vladimir Rismondo**
STRIP, ANIMIRANI FILM, IDEOLOGIJA

UVODNA RIJEČ

Međunarodni znanstveni skup *Europski realiteti – Moć*, održan 25. ožujka 2022. godine, peti je nastavak znanstvenog skupa započetog 2013. godine. Skup se bavi interdisciplinarnim promišljanjem i analizom kulturnih, obrazovnih, umjetničkih i znanstvenih politika u europskom okružju kao i njihovim posljedicama na specifične aspekte suvremenoga društvenog i kulturnog okruženja. Tema je skupa u organizaciji Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku **MOĆ**, u najširem smislu riječi, kao društveni fenomen koji podrazumijeva mogućnost stvaranja, odnosno sprječavanja neke promjene. Na koji se način prilagoditi, ovisi o kolaborativnom i fleksibilnom pristupu, ali i pristupu koji otvara nove prostore za suradnju.

U tom kontekstu moć uvelike ovisi o kulturnim, medijskim i ekonomskim trendovima te je ovaj skup propitkivao tko i na koji način definira, prenosi i stvara moć te osnažuje sinergiju između kulturnih, obrazovnih, umjetničkih i znanstvenih politika te javnih komunikacija suvremenoga doba, omogućujući postavljanje poticajne istraživačke platforme. Posljedice pandemije COVID-19 utjecale su na raspodjelu moći u različitim ekonomskim, medijskim, znanstvenim, pravnim, obrazovnim i kulturno-umjetničkim aspektima te je potrebno potaknuti akademsku zajednicu na interdisciplinarno promišljanje problema moći u našoj suvremenosti te analitički pristup suočavanju s odnosima moći u navedenim fenomenima.

U tom smislu postavljeni su temeljni ciljevi skupa koji su ostvareni i objavljanjem radova u ovome Zborniku. Tri su cjeline unutar ovoga izdanja:

1. Moć i digitalni univerzum – medijski, obrazovni i društveni aspekti
2. Moć u pravnom, ekonomskom i znanstvenom okruženju
3. Moć u kulturnom i umjetničkom prostoru i produkciji

u kojima donosimo značajne, aktualne i višestruke mogućnosti sagledavanja moći kao trajno prisutnog i načelnog društvenog fenomena. Konferencija je okupila više od 140 sudionika iz jedanaest zemalja (Belgija, Ekvador, Hrvatska, Indija, Njemačka, Portugal, Sjedinjene Američke Države, Slovačka, Srbija, Švicarska, Španjolska), a ukupno je prihvaćeno pedeset radova za objavu. Interes sudionika iz drugih zemalja upućuje na važnost krovne teme konferencije i poticanja daljnjih istraživanja u cilju jačanja sinergije između djelatnosti kulture, gospodarstva te javnih komunikacija.

Na ovome mjestu treba istaknuti da je objavljen i zbornik radova pisanih na engleskome jeziku – *Power 2023* – koji također objelodanjuje radove sudionika Međunarodnog znanstvenog skupa *Europski realiteti – Moć*. Ta se zbornička izdanja, usudimo se reći, izvrsno nadopunjuju te čine vrijedan doprinos znanstvenim promišljanjima izrazito dinamičnih promjena u poljima kulture, medija i menadžmenta kojima svakodnevno svjedočimo.

Još jednom zahvaljujemo članovima Organizacijskog i Znanstveno-programskog odbora, uredništvu i recenzentima te svim autorima i suradnicima koji su doprinijeli nastanku ovoga Zbornika i uspješnoj konferenciji.

izv. prof. dr. sc. Marija Šain
doc. dr. sc. Iva Buljubašić

Osijek, ožujak 2023.

I. Moć i digitalni univerzum – medijski, obrazovni i društveni aspekti

Marina Mučalo¹
Anita Šulentić²

GLAZBENI STREAMING SERVISI U REPUBLICI HRVATSKOJ

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/QNPZ8516>

Sažetak

Pandemija Covid-19 i epidemiološke mjere koje su, među ostalim, zahtijevale privremenu ili potpunu izolaciju, dovele su do sve intenzivnije uporabe medijskih sadržaja, pa tako i konzumacije glazbe. Ta vrsta medijske usluge izrasla je na digitalnoj tehnologiji i širi se po već uhodanim i fleksibilnim poslovnim modelima, ovisno o veličini i snazi nacionalnih tržišta na koje stižu. U Republici Hrvatskoj zasad je dohvatno šest globalnih glazbenih streaming servisa, i to: SoundCloud, Deezer, YouTube Music, Apple Music, Spotify i Tidal.

Rad donosi nalaze istraživanja čiji je cilj utvrditi učestalost korištenja glazbenih streaming servisa, korisničke preferencije i zadovoljstvo korisničkim iskustvom. Istraživanje je provedeno CATI metodom u razdoblju od 25. studenog do 5. prosinca 2020. godine na namjernom i kvotnom uzorku od 300 ispitanika na području Grada Zagreba, u dobi od 18 do 55 godina, srednje i visoke obrazovne kvalifikacije. Prema rezultatima, gotovo polovica ispitanika imala je neko korisničko iskustvo tih usluga. Redovito i često njima se koriste najviše mladi u dobi od 18 do 29 godina. Privlačnost streaming servisa objašnjava se lakoćom dohvata sadržaja putem mobilnih digitalnih uređaja (pametni telefoni i računala) i trenutačnom konzumacijom željenog sadržaja u vrijeme koje odgovara korisniku.

Budući da je riječ o prvom istraživanju te teme u nas, nalazi istraživanja upućuju na indikativnu promjenu u načinu konzumacije glazbe. Naime, glazbeni streaming servisi imaju snažno uporište u mlađim dobnim skupinama koje bi, s obzirom na ugodu korištenja, mogle razviti naviku na glazbeni streaming servis kao svojevrsni digitalni juke-box.

Ključne riječi: streaming, glazba, mobilnost, Hrvatska.

1 Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu, marina.mucalo@fpzg.hr

2 Amm global institut d. o. o., Zagreb, anita@agi.hr

Uvod

Streaming je posuđenica iz engleskog jezika koja u prijevodu na hrvatski jezik glasi „strujanje“. Naglašava način prijenosa audio i/ili audiovizualnog sadržaja putem interneta, odnosno njihov dohvat putem digitalnih uređaja poput računala, pametnih telefona i TV prijarnika. Morris i Powers (2015, 107) smatraju da nije riječ samo o tehničkom obliku prijenosa, već „ključnoj metafori za protok podataka u digitalnom dobu“. U komparativnoj studiji glazbene, filmske i televizijske industrije Herbert, Lotz i Marshall (2018) smatraju da treba govoriti o „*streaming* medijima“ odnosno konvergiranim medijskim industrijama oslonjenim na tehnologiju „strujanja“ kao optimalnom načinu distribucije, dohvata i konzumacije svih audio i audio-vizualnih medijskih sadržaja. Autori ih smatraju „kulturološkom kraticom za nove obrasce medijske potrošnje koje izlaze izvan okvira dosadašnjih medija“ (isto).

Poslovni model svih „*streaming* medija“ temelji se na besplatnim (en. *freemium*) i plaćenim (en. *premium*) uslugama. Tako je i u području glazbene industrije. Besplatan način korištenja u pravilu je ograničen na osnovnu opću ponudu, uz obvezne komercijalne sadržaje (oglasi). Naplatni pristup uključuje personalizaciju odnosno opciju izbora prema preferencijama svakog pretplatnika, izbor kvalitete zvuka, pohranu sadržaja (mogućnost slušanja *offline*) te poštedu od komercijalnih sadržaja (Parsons, 2018). Prema Lopes Barata i Simoes Coelho (2021), istaknutu ulogu u korištenju ovih usluga imaju navike, kvaliteta usluge, cijena i preporuka, ali i stav prema „glazbenom piratstvu“ te jasna percepcija „*freemium-premium*“ opcija.

Tijek i epidemiološke mjere poduzete za suzbijanje pandemije Covid-19 rezultirale su visokim prihodima globalne glazbene industrije, pri čemu su najveći udio, čak 62 % prihoda, donijeli upravo glazbeni *streaming* servisi čija je konzumacija porasla za 18,5 % (IFPI, 2021). Veliko multikulturalno istraživanje³ Granota i sur. (2021) ocijenilo je glazbu kao najučinkovitiju aktivnost za regulaciju raspoloženja, odbacivanje negativnih emocija i socijalizaciju. U svim državama u kojima je istraživanje provedeno, dobrobit učinaka slušanja glazbe bila je podjednako visoko rangirana, bez obzira na dob i rod ispitanika. U kontekstu načina konzumacije glazbe, oko 85 %

3 N=5619, provedeno u Argentini, Brazilu, Kini, Kolumbiji, Italiji, Meksiku, Nizozemskoj, Norveškoj, Španjolskoj, Ujedinjenom Kraljevstvu i SAD-u.

ispitanika koristilo je glazbene *streaming* servise (isto). Osim povoljnih učinaka za mentalno zdravlje, glazba je i glavni okidač tzv. osobne nostalgije, pojave tipične za zrelije godine (Natterer, 2014, 175). Auditivni (glazbeni) mediji poput radija i *streaming* servisa potiču sjećanja na tzv. bolja vremena i emotivno ugodne uspomene (Menke, 2017, 631).

Obustava svih javnih glazbenih okupljanja (koncerti) te privremene zabrane poslovanja ugostiteljskih i/ili trgovačkih objekata u doba pandemije, rezultirali su značajnim padom dotad uobičajenih načina prihodovanja glazbene industrije, a posljedično i padom prihoda svih uključenih aktera. Nastavno, smanjena je i prodaja nosača zvuka (CD) ili komprimirane glazbe (mp3), a afirmiran je „model beskrajne potrošnje“ (Arditi, 2017). Izborom *streaming* servisa i pristankom na uvjete poslovanja (plaćanje mjesečnog iznosa), uspostavlja se pretplatnički odnos u kojem korisnik putem opcija izbora sadržaja, kreira 24-satno „strujanje“ glazbe po svom ukusu. Gotovo pola milijarde ljudi diljem svijeta pristalo je biti dio „zamke *streaming* servisa“ i mjesečnom pretplatom osigurati redoviti pristup glazbi, ali ne i njezino posjedovanje (isto).

Jedna od glavnih značajki *streaming* servisa jest pasivizacija korisnika što je posebno zabrinjavajuće s obzirom na to da su se glazbeni *streaming* servisi etablirali kao primarni izvori nove glazbe za one najmlađe (Ofcom, 2021; Jacobs Media, 2020; IFPI, 2019). Naime, umjesto svakodnevnog aktivnog otkrivanja glazbe (i time ujedno svog identiteta), danas imamo „robot-slušatelje“ koji plaćaju kako bi slušali zabavni sadržaj koji im pripremi „robot-servis“ (Fildes, 2016). Naime, nakon prvotnog izbora žanrova glazbe, svaki pojedinac sluša unaprijed programirane *playliste*.

Korištenje glazbenog *streaminga* izravno je povezano s mobilnim uređajima poput osobnog računala i/ili pametnog telefona, potrošnjom internetskog prometa te baterijskim kapacitetom samih uređaja. Aplikacije za dohvat glazbenih *streaming* servisa ne zauzimaju previše prostora za pohranu (u prosjeku oko 1 GB memorije), dok potrošnja internetskog prometa ovisi o kvaliteti zvuka. Tako *streaming* „normalne“ kvalitete zvuka (oko 160 KB/sek) troši oko 1,2 MB, dok će „visoka“ kvaliteta (oko 320 KB/sek) potrošiti duplo više odnosno oko 2,4 MB prometa (PC CHIP, 2017). Potrošnju baterijskog kapaciteta teško je odrediti jer je izravno povezana s kvalitetom i starošću mobilnog uređaja kojeg korisnik ima.

Poslovni model globalnih glazbenih *streaming* servisa

Glazbeni *streaming* servisi u potpunosti su promijenili nacionalne medijske krajolike 21. stoljeća. Prema Globalnom glazbenom izvješću Međunarodnog udruženja fonografske industrije (IFPI⁴, 2021), pandemijska 2020. bila je šesta godina kontinuiranog rasta prihoda svjetskog glazbenog tržišta (7,4 % u odnosu na 2019.), od čega su čak 62 %, ostvarili glazbeni *streaming* servisi (oko 100 milijardi eura)⁵. Tijekom pandemijskog razdoblja pretplata im je porasla oko 18,5 % čime je nadoknađen pad prodaje nosača zvuka (oko 5 %) i otkazivanje koncerata (oko 10 %). Uz tradicionalno jaka glazbena tržišta (SAD, Japan, UK, Njemačka i Francuska), najbrže rastuće tržište je Latinska Amerika u kojoj *streaming* servisi ostvaruju oko 84 % prihoda glazbene industrije. U izvješću se prvi put pojavljuju afričko tržište te Bliski istok gdje *streaming* donosi trećinu ukupnih prihoda (oko 36 %). U Europi kao drugoj najjačoj glazbenoj regiji na svijetu, konzumacija glazbenih *streaming* servisa povećana je oko 21 % što je ukupnoj europskoj glazbenoj industriji donijelo rast od 3,5 % (isto).

Rezultati istraživanja o dobi korisnika kazuju da je najviše mladih, u dobi do 24 godine (oko 82%), koji su ujedno i najčešći pretplatnici (57 %) (IFPI, 2019). Glavni razlozi za odabir *streaming* servisa su „jednostavnost i praktičnost konzumacije kad i gdje žele te trenutni pristup milijunima pjesama, uključujući i najnovije.“ (isto, 9). Najčešći konzumenti glazbenih *streaming* servisa u SAD-u su osobe u dobi do 40 godina (Jacobs Media, 2020). Najradije biraju Pandoru⁶ (29 %), YouTube Music (24 %), Spotify (23 %) i Amazon Prime Music (21 %), a slijede Google Play Music (6 %) i Apple Music (6 %) (isto). Prema Ofcomu (2021, 93), konzumacija *streaming* servisa u Ujedinjenom Kraljevstvu udvostručila se u svim dobnim skupinama, a osobito je visoka u dobnj skupini od 15 do 24 godine (oko 82 %). Najčešće koriste Spotify (69 %) i YouTube Music (59 %) (isto, 94).

4 International Federation of the Phonographic Industry je neprofitna organizacija koja zastupa interese audio industrije širom svijeta. Registrirana je u Švicarskoj. Ima oko 8000 članica među kojima je i 14 hrvatskih tvrtki koje se bave produkcijom, distribucijom i prodajom glazbe (www.ifpi.org).

5 Usporedbe radi, planirani proračun Republike Hrvatske za 2022. godinu iznosi oko 22 mlrd €.

6 Pandora je američki *streaming* servis koji primjenjuje „tehniku glazbenog genoma“, odnosno algoritamsko prepoznavanje korisničkih preferencija. Nije dostupna u Republici Hrvatskoj (Pandora, 2022).

Redoviti prihodi dolaze ponajprije od pretplatnika, a tek potom od oglašivača. Treba imati na umu da je riječ o multinacionalnim kompanijama koje, između ostalog, karakterizira i poslovna diverzifikacija (ponuda raznih vrsta proizvoda i usluga), pa su prihodi od pretplate na glazbeni *streaming* samo dio ukupnog poslovanja. Nastavno, broj pretplatnika je promjenjiva kategorija, osobito kad je riječ o višemilijunskoj populaciji. Model pretplate u vremenskom smislu bazira se uglavnom na 30 dana besplatnog korištenja nakon čega je korisnik automatski prebačen na punu cijenu mjesečne pretplate, osim ako ne otkáže barem 48 sati prije datuma automatske obnove. Pretplata se može otkazati u bilo kojem trenutku, a korisnika obvezuje isključivo na zadane mjesečne iznose. Svi navedeni servisi su multinacionalne tvrtke čije su dionice u ponudi svih relevantnih svjetskih burzi, a neki i nerado objavljuju stvarne brojeve svojih pretplatnika (Statista, 2021). Ljestvicu svjetskih glazbenih *streaming* servisa prema udjelu pretplatnika na njihove usluge donosi Tablica 1.

Tablica 1. Udio pretplatnika na glazbenim *streaming* servisima u svijetu (2021.)

Naziv servisa	Udio	Vlasnik i sjedište servisa
Spotify	32 %	Spotify, Stockholm (Švedska) i London (UK)
Apple Music	16 %	Apple Inc., Cupertino, California, SAD
Amazon Music	13 %	Amazon.com, Washington, SAD
Tencent Music	13 %	Tencent Music Entertainment, Shenzhen, Kina
YouTube Music	8 %	Google, San Bruno, California, SAD
NetEase Cloud Music	4 %	NetEase Inc., Hangzhou, Kina
Deezer	2 %	Warner Music Group, New York, SAD
Yandex	2 %	Yandex NV, Moskva, Rusija
Pandora	1 %	Sirius XM Holdings, New York, SAD

Izvor: Statista, 2021

U svjetskim relacijama, u prvom tromjesečju 2021., Spotify je imao uvjerljivo najviši udio pretplatnika. Slijedi Apple Music koji je popularan na američkom tržištu i u stalnoj je konkurenciji s vodećim Spotify servisom. Iako su izvori za 2019. sugerirali da ga je i prestigao, teško je to i tvrditi budući da „Apple nerado objavljuje broj pretplatnika“ (isto). U Europi najbrži rast ima Deezer u Francuskoj. Među vodećim svjetskim *streaming*

servisima su i dva kineska (Tencent i NetEase Cloud Music) i jedan ruski (Yandex).

Komparirajući tri kulturne industrije (glazbenu, filmsku i televizijsku), Herbert i dr. (2019, 351) smatraju *streaming* mehanizmom za stvaranje konvergiranih medijskih igrača koji nadilaze same industrije. „Konvergirani medijski igrači“ samo su sljedeći stupanj razvoja nekadašnjih medijskih divova o kojima su, prije 20-ak godina pisali Kunczik i Zipfel (2006, 248). Koncentracija vlasništva u horizontalnom (djelovanje na istim tržištima), vertikalnom (povezivanje sličnih tvrtki) i dijagonalnom (povezivanje različitih tvrtki) smislu i danas, kao i 90-ih godina prošlog stoljeća, izravno ugrožava pluralizam svih društava, nacionalna tržišta i otvara mogućnosti svakojakih negativnih učinaka (isto).

Poslovanje glazbenih *streaming* servisa izravno se oslanja na ugovore s nositeljima nakladničkih prava. U tom području najveće tvrtke su EMI, Universal Music Group, Warner Music Group i Sony, multinacionalne kompanije koje svoje podružnice imaju u svim razvijenim državama svijeta. Nekadašnja „medijska oligarhija“ (Mučalo, 2004) danas je, upravo zahvaljujući tehnologiji, konvergirana i globalno utjecajna. Suočene s takvim utjecajem, neke države pokušavaju zaštititi svoja nacionalna medijska tržišta. Prema Bakare i Her (2021), Ujedinjeno Kraljevstvo traži potpuno „*resetiranje* područja rada *streaming* servisa s ciljem zaštite domaćih izvođača i glazbenika“. Naime, negativni utjecaj servisa osobito se očituje u ‘zamrzavanju’ karijera manje poznatih izvođača i novih talenata, a posljedno i cjelokupnog kreativnog ekosistema (isto).

Najopreznije se osvajaju višemilijunska tržišta o čemu govore i nalazi istraživanja Hracsa i Webstera (2021). Riječ je o primjeru servisa Spotify koji je, spremajući se 2019. za izlazak na tržište Indije, razvio višejezične glazbene preporuke na dominantnim lokalnim jezicima. „Opasnost od zlorabe povjerenja u cilju zadovoljenja komercijalnih imperativa“, upozoravaju autori. U Ruskoj Federaciji (Statista, 2022) i Republici Indiji (Dayalani, 2021) zasad su domicilni⁷ glazbeni *streaming* servisi slušaniji nego globalni. Isključivu zabranu drugih globalnih *streaming* servisa zasad ima Narodna Republika Kina (Reuters, 2022).

7 Najpopularniji ruski glazbeni servis je Yandex, a Spotify je dostupan od 2020. U Indiji su najslušaniji Wjnk Music, Jiosaavn te Gaana Music, a slijede Spotify, YouTube Music i Amazon Music.

Towse (2020, 1474) smatra da poslovanje glazbenih *streaming* servisa značajno remeti uhodani način plaćanja autorskih prava čime nacionalne glazbene industrije mogu „izgubiti svoj identitet i kreativnost.“. Servise smatra „kukavičjim jajem diskografske industrije“ koje će im, upravo zbog primamljivog načina poslovanja, preoteti budućnost.

Sličnu opasnost apostrofirao je i Europski savez skladatelja i autora pjesama (ECSA⁸) koji je još prije pandemije upozoravao na izrazito niske naknade za internetsku distribuciju glazbe tražeći „pravednije rješenje za autore [...] U današnjim raspodjelama prihoda od *streaminga*, iznos koji odlazi na prava na snimke često je četiri ili pet puta viši od onoga koji odlazi na autorska prava.“ (ESCA, 2021, 3).

U ukupnoj ponudi najvećih *streaming* servisa dominira glazba na engleskom jeziku na koju otpada oko 70 % (Ingham, 2019, prema Nielsen Music, 2019). Istraživanje britanskog ekonomskog tjednika *The Economist* (2022) obuhvatilo je najpopularnije pjesme na servisu Spotify u 70 država, na tjednoj bazi od prosinca 2016. do prvog tjedna 2022. Najveći pad *streaminga* pjesama na engleskom jeziku (s 52 na 30 %) uočen je u zemljama snažnih autohtonih glazbenih kultura poput Brazila, Francuske i Japana. Istovremeno jača fenomen španjolskih izvođača. Preferencija glazbe na engleskom (do 90 %) ostala je netaknuta isključivo u državama engleskog govornog područja (isto). Unatoč ovom trendu, engleski je i dalje „službeni jezik“ globalnih glazbenih *streaming* servisa. Od 50 najpopularnijih pjesama u posljednjih pet godina, čak ih je 47 na engleskom (isto).

Prema Salomone (2022), engleski je najrasprostranjeniji jezik na svijetu s oko 1,5 milijardi govornika, iako je maternji za manje od 400 milijuna. Ujedno čini 60 % svjetskog internetskog sadržaja i ima status *linguae francae* pop-kulture i globalne ekonomije. Usprkos tome što Salomone smatra da je engleski jezik simbol neoliberalizma i globalizacije, uočava i tzv. samodopadnu jednojezičnost od strane SAD-a i UK-a. Naime, znanje engleskog osigurava veći (financijski) uspjeh manjinskim neengleskim tržištima u svim sferama (ekonomija i gospodarstvo, turizam, znanost, itd.) (isto). U kontekstu „brendiranog glazbenog iskustva“ (Morris i Powers, 2015, 107) koje, između ostalog, izravno upućuje na povezanost s nakladničkim

8 European Composer and Songwriter Alliance predstavlja više od 30.000 profesionalaca skladatelja i autora pjesama u 27 europskih zemalja.

medijskim divovima, ponovo se aktualizira pitanje kulturnog imperijalizma engleskog jezika.

Globalni glazbeni *streaming* servisi u Republici Hrvatskoj

Poslovanje svakog glazbenog *streaming* servisa razlikuje se prema udjelima određenih vrsta glazbe uključujući i glazbu zemlje domaćina, otvorenosti prema novim izvođačima, mogućnostima pohrane glazbe na korisničke uređaje za izvanmrežno slušanje te plaćanju glazbenih prava. Usprkos sličnostima, usluge nisu ujednačene što je vidljivo i iz sljedeće tablice (T2) koja donosi zbirni prikaz njihovog poslovanja (ponuda, paketi i cijene) u Republici Hrvatskoj.

Tablica 2. Globalni glazbeni *streaming* servisi u RH (2022.)

	Godina dolaska u RH	Hrvatska glazba	Dostupnost free inačice	Naplatni paketi (mjesečni iznos)
SoundCloud*	2008	Da	Da	Go / 8,99 €
Deezer	2013	Da	Da	Premium / 5,99 €
YouTube Music	2019	Da	30 dana	Premium / 7,99 €
Apple Music	2020, travanj	Da	30 dana	Voice opcija / 4,99 €
Spotify	2020, srpanj	Da	30 dana	Duo paket / 7,99 €
Tidal	2021	Da	30 dana	HiFi opcija / 4,99 €

* U RH je dostupna samo besplatna inačica.

SoundCloud je otvorena platforma za sve ljubitelje glazbe koja je 2007. godine osmišljena u Stockholmu. Polazišna ideja bila je stvaranje *online* prostora namijenjenog svima koji kreiraju glazbu, a pri tomu je žele podijeliti, komentirati i slušati. Korištenje platforme tražilo je samo registraciju. Desetak godina poslije, pokrenut je i naplatni model SoundCloud Go (2016.). Besplatna inačica SoundClouda dostupna je u Hrvatskoj od 2008., ali naplatna nije u ponudi.

Deezer je startao 2007. godine u Parizu kao *streaming* servis. Naplatni model korištenja ponuđen je 2009. godine, s tri opcije koje se razlikuju po kvaliteti zvuka (*Premium* i *Hi Fi*) i pogodnostima za veći broj korisnika (*Family*, 8,99 €/mjesečno). Začetnik je poslovnog modela ugovaranja

distribucije kroz ponude (tzv. pakete) nacionalnih teleoperatera, pa je tako od 2013. prisutan i u Hrvatskoj. Dostupan je u 180 država svijeta.

YouTube Music pokrenut je 2015. godine, a pet godina poslije u cijelosti je zamijenio stariju inačicu poznatu pod nazivom Google Play Music. Posebnost ovog *streaming* servisa jest mogućnost preslušavanja cjelokupnog sadržaja kojeg je neki korisnik ili izvođač postavio na svoj YouTube kanal, uključujući i neslužbene snimke, intervjuje, video snimke s koncerata i slično. Dostupan je u 100 država, a u Hrvatskoj od 2019. godine.

Apple Music je pokrenut 2015. godine i među *streaming* servisima ima najveću ponudu *podcasta*, radijskih programa, dokumentarnih filmova i raznih video zapisa. Ima besplatnu inačicu (s uključenim komercijalnim oglasima) te naplatne mogućnosti s uključenim i isključenim *videostreamingom*. Iako nudi pohranu gotovo 100 tisuća pjesama, najveća mu je zamjerka ta što bolje funkcionira na Apple uređajima (Music Box, 2020). Dostupan je u 176 država, a u Hrvatskoj od travnja 2020. godine.

Spotify je startao 2008. u Stockholmu. Korisnici mogu pregledavati glazbu po kriterijima kao što su izvođač, album i žanr te stvarati, uređivati i dijeliti popise za reprodukciju. Temeljem dotadašnjih korisničkih preferencija nudi generirane *playliste* namijenjene pasivnom slušanju te bogat izbor *podcasta*. Dohvatan je u 178 država, a na području Hrvatske od srpnja 2020. godine.

Tidal je pokrenut 2014. godine, Poslovnu politiku temelji na visokoj kvaliteti zvuka i novoj glazbi te plaćanju autorskih glazbenih naknada po svakom *streamingu*. Naime, umjesto unaprijed ugovorenih godišnjih (ili višegodišnjih) iznosa, Tidal autore plaća po izvedbi (isto kao i svaki FM radio). Dostupan je u 61 državi, a u Hrvatskoj od ožujka 2021. godine.

YouTube Music, Apple Music i Amazon Music (koji još nije dohvaćen u Hrvatskoj) dio su globalnih korporacija i pravih medijskih divova. Preostali servisi rezultat su samostalnih poslovnih inicijativa (Deezer, Spotify, SoundCloud i Tidal) nastalih u Europi, ali su danas (u cijelosti ili djelomično) prodani. Primjerice, trenutačno samo SoundCloud i Spotify imaju sjedište u Europi, dok svi drugi posluju iz SAD-a. Većinski vlasnik Deezer je Access Industries, američka multinacionalna tvrtka koja je ujedno i vlasnik Warner MG-a. Spotify u vlasničkoj⁹ strukturi još uvijek

9 Daniel G. Ek i Sven Hans Martin Lorentzon (30%), Baillie Gifford & Co.(11,8%), Morgan

ima dvojicu svojih osnivača, ali i tri američke investicijske tvrtke te kineski tehnološki konglomerat (Ingham, 2020). Tidal je prodan američkoj financijskoj tvrtki (Shah, 2021) uz koju vlasničke udjele ima i 20 svjetskih glazbenih izvođača koji su izravno povezani s najvećim nakladničkim tvrtkama (Tidal, 2022), a SoundCloud je kupila američka radiodifuzna tvrtka (Lunden, 2020).

Brojnost izvođača i pjesama nije dominantni kriterij korisničkog izbora *streaming* servisa. Izbor podliježe preferencijama kao što su vrsta glazbe, izvođači, kvaliteta reprodukcije, dostupnost na pojedinim uređajima, cjenik, učitavanje i pohrana za izvanmrežni (*offline*) dohvat te mogućnost višćlanskog korištenja (npr. pogodnosti za obiteljske pakete). Komercijalno (naplatno) korištenje na području Republike Hrvatske zadržava se unutar vrijednosti do deset eura, a hrvatsku glazbu nude svi servisi.

Istraživanja o navikama slušanja glazbe pa tako i interesu za korištenje glazbenih *streaming* servisa u Hrvatskoj, izrazito su malobrojna. Među novijima treba spomenuti istraživanja koje je provela Hrvatska diskografska udruga¹⁰ (HDU), jedno u suradnji s Međunarodnim udruženjem fonografske industrije (IFPI) te drugo s Udrugom za zaštitu, prikupljanje i raspodjelu fonogramskih prava¹¹ (ZAPRAF).

Prvo je provedeno u ožujku 2018. godine, na reprezentativnom uzorku osoba u dobi od 15 do 64 godine, na području cijele Hrvatske. Prema rezultatima, oko 95% ispitanika svakodnevno je slušalo glazbu, većina podjednako domaću i stranu (42%), uglavnom preko radija (78%) i interneta (68%). Međutim, čak dvije trećine ispitanika „piratiziralo“ je glazbeni sadržaj, a taj je udio „moguće i viši“ jer je većina ispitanika (75%) smatrala da „glazba treba biti besplatna“. Zamoljeni da navedu nazive nekih glazbenih *streaming* servisa, svega četvrtina sjetila se Deezer, Spotifya i Google Playa. Korištenje neke od naplatnih inačica 16 % ispitanika ocijenilo je „mogućom“, ali je svega 4 % bilo zaista i spremno izdvojiti mjesečni iznos iznad 50,00 HRK (HDU-IFPI Croatia, 2018, 16).

Stanley (7,3 %), Tencent Holdings Ltd. (9,1 %), T. Rowe Price Associates Inc. (6,2 %), Sony Music Entertainment (6 %) i Universal Music Group (6 %).

10 HDU je udruga proizvođača fonograma – diskografa koja se, između ostalog, brine o zaštiti autorskih i srodnih prava te suzbijanju nelegalnog umnožavanja.

11 ZAPRAF je jedina organizacija za zaštitu i prikupljanje naknada od iskorištavanja prava proizvođača fonograma na teritoriju Republike Hrvatske.

Sljedeće istraživanje provedeno u lipnju 2019. fokusiralo se na navike slušanja glazbe kod mladih u dobi od 15 do 30 godina (HDU, 2019). Pokazalo je da mladi do 24 godine, glazbu slušaju više od četiri sata dnevno, najčešće putem interneta i pametnih telefona. Informacije o novoj glazbi, domaćoj ili stranoj dobivaju preko društvenih mreža (oko 40%). Međutim, više od pola nije znalo navesti niti jedan glazbeni *streaming* servis iako je preko 65% ispitanika voljno plaćati glazbu do 50 kuna mjesečno (isto).

Cilj, predmet i metodologija

Cilj istraživanja¹² bio je utvrditi (a) učestalost korištenja glazbenih *streaming* servisa, (b) najčešće korišteni servis, (c) ocjenu zadovoljstva cjelokupnim iskustvom korištenja servisa te (d) razloge preferiranja *streaming* servisa za slušanje glazbe u odnosu na druge medije. Istraživanje je provedeno od 25. studenog do 5. prosinca 2020. godine, metodom usmene ankete u elektronskom obliku, koristeći se CATI (en. Computer Assisted Telephone Interviewing) tehnikom anketiranja. Riječ je o kvalitativnom istraživanju na namjernom i kvotnom uzorku od 300 ispitanika u dobi od 18 do 55 godina, srednje i visoke obrazovne kvalifikacije.

Namjernim uzorkom obuhvaćena je županija Grad Zagreb s najvišim HGK Indeksom gospodarske snage, a ujedno i najgušće naseljena županija RH. Opravdano je pretpostaviti da stanovnici ove županije, upravo zbog razvijenosti područja na kojem žive, raspoložu temeljnim informacijama o glazbenim *streaming* servisima. Također, izgledno je očekivati da će predmet istraživanja bolje razumjeti obrazovani ispitanici mlađe i srednje životne dobi (osobe rođene 1965. i kasnije). Reprezentativnost uzorka osigurana je postavljenim kvotama prema obilježjima spola, dobi i obrazovanja sukladno socio-demografskim karakteristikama referentne populacije. Zbog određenih odstupanja realiziranog uzorka u odnosu na socio-demografske karakteristike populacije Grada Zagreba, naknadnim postupkom ponderiranja RIM metodom (en. Rim Iterative Method), socio-demografska struktura (spolna, dobna, obrazovna te radni status ispitanika) izjednačena je s populacijskim parametrima, čime je osigurana reprezentativnost uzorka prema referentnim varijablama. Za potrebu izrade okvira

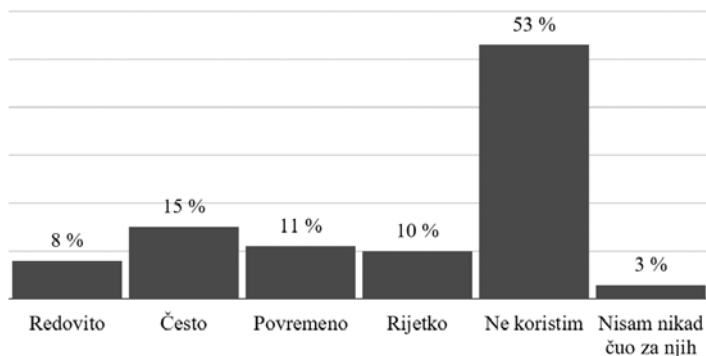
12 Riječ je o dijelu velikog istraživanja pod nazivom „Migracija tradicionalne radijske publike prema digitalnim platformama“ koje je provedeno za potrebe doktorske disertacije A. Šulentić.

uzorkovanja, korištena je baza telefonskih brojeva nepokretne i pokretne telefonije područja Grada Zagreba. Prikupljeni podatci obrađeni su i analizirani u statističkom programskom paketu za društvene znanosti SPSS.

Analiza se temeljila na metodama deskriptivne i induktivne statistike. Postupci deskriptivne korišteni su prilikom opisa rezultata dobivenih na svim pitanjima anketnog upitnika. Varijable se analiziralo univarijantnim tehnikama, upotrebljavajući primjerene deskriptivne statističke pokazatelje (distribucija frekvencija, postotna raspodjela odgovora, aritmetička sredina, prosječna vrijednost i standardna devijacija) te su podatci prikazani tabličnim i grafičkim prikazima. U okviru induktivne statističke analize podataka, varijable se analiziralo bivarijantnim tehnikama. Iako su, izuzev dobi, sve varijable anketnog upitnika po svom tipu kvalitativne, pojedine su varijable koje su mjerene tako da je tekstu pitanja pridružena ordinalna ljestvica procjene tretirane kao kvantitativne varijable. S obzirom na to da distribucije takvih varijabli statistički značajno odstupaju od normalne raspodjele, prilikom ispitivanja statističke značajnosti razlika korišteni su odgovarajući neparametrijski testovi. Kod ispitivanja povezanosti nominalnih varijabli korišten je Hi-kvadrat test, a ispitivanje statističke značajnosti razlika između kategorija dihotomne varijable (pripadnika dviju skupina) provedeno je Mann-Whitney U testom. Svi su testovi provedeni uz pet postotnu razinu rizika, odnosno vjerojatnost pojavljivanja testovnog statistika manja od 0,05, smatrana je statistički značajnom.

Rezultati

Učestalost korištenja glazbenih *streaming* servisa nudila je šest mogućih odgovora (redovito odnosno svaki dan, često, povremeno, rijetko, ne koristim glazbene *streaming* servise, nisam nikad čuo/la za glazbene *streaming* servise). Dobiveni rezultati prikazani su Grafikonom 1.

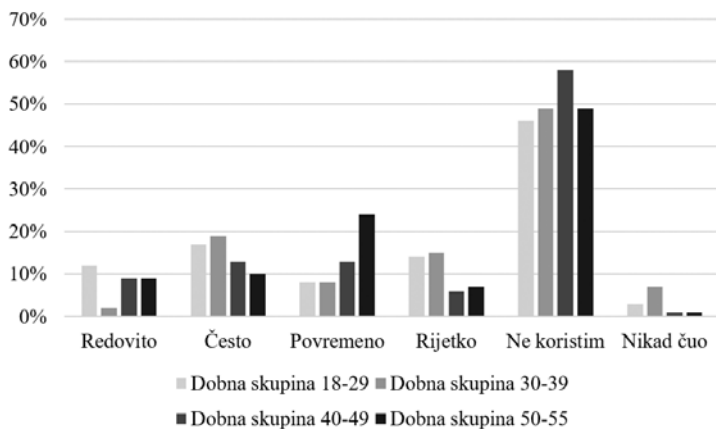


(N=300)

Grafikon 1. Učestalost korištenja glazbenih streaming servisa

Najveći udio ispitanih, njih 53% (n = 155) ne koristi digitalne glazbene *streaming* servise, a 3 % (n = 9) nikada za njih nije čulo. Od 44 % ispitanika koji ih koriste, 8 % (n = 24) to čini redovito (svaki dan), 15 % (n = 46) često, 11 % (n = 35) povremeno, a 10 % (n = 31) rijetko.

Sukladno recentnim inozemnim istraživanjima (Ofcom, 2021; Jacobs Media, 2020; IFPI, 2019), učinjene su komparacije konzumacije servisa po izdvojenim dobnim skupinama (18-29, 30-39, 40-49 i 50-55 godina) prikazane u Grafikonu 2.



Grafikon 2. Učestalost korištenja servisa prema dobnim skupinama

Najmlađa dobna skupina istaknula se u redovitoj i često konzumaciji servisa (29 %). Oko 22 % najmlađih koristi ih povremeno i rijetko, odnosno riječ je o ispitanicima koji su se u najmanjoj mjeri izjasnili da ne koriste i nikad nisu čuli za glazbene *streaming* servise (49 %). Drugu poziciju po učestalosti konzumacije dijele dvije „srednje“ dobne skupine (30 – 39 i 40 – 49). Redovito i često koristi ih oko 22 % pri čemu su nešto „redovitiji“ korisnici između 40 i 49 (9 %), a „češći“ od 30 do 39 godina (19 %).

Ispitanici između 40 i 49 godina istaknuli su se kao oni koji u najvećoj mjeri nisu korisnici servisa (58 %), dok je najviše neznanja o postojanju servisa pokazala dobna skupina od 30 do 39 godina (7 %). Najstarija dobna skupina (50 – 55 godina) najčešće koristi servise tek povremeno, odnosno rijetko (31 %). Oko 19 % tih ispitanika prakticira redovitu i čestu konzumaciju servisa, dok ih polovica (50 %) nikad nije čula i ne koristi servise.

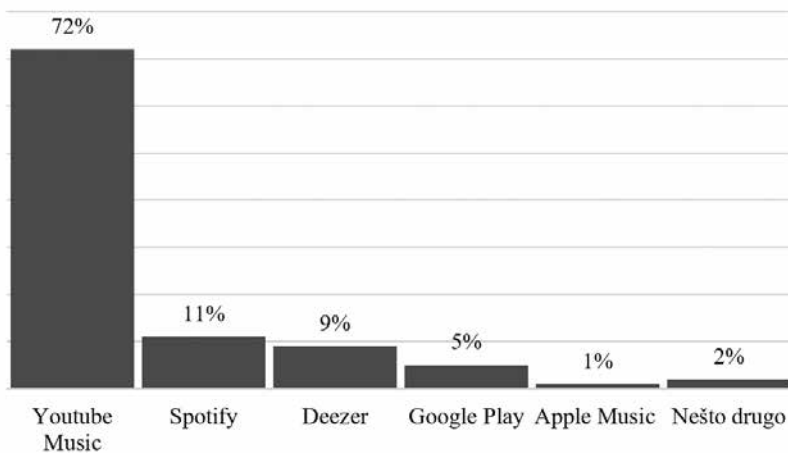
Tablica 3. Ispitivanje razlika između radnog statusa i korištenja servisa

Značajnost testovnog statistika		Korištenje digitalnih glazbenih streaming servisa		
		Da	Ne	
Varijabla	Kategorije varijable			
Radni status				
Pearsonov $\chi^2 = 9,662$ df = 2 p = 0,008 V = 0,181	Zaposlen	EF	108	128
		TF	109	127
	Nezaposlen	EF	6	19
		TF	12	14
	Učenici / Studenti	EF	22	12
		TF	16	18

Ispitivanje statističke značajnosti razlika među različitim socio-demoografskim skupinama pokazuje kako postoji primjetna razlika korištenja *streaming* servisa u odnosu na radni status ispitanika. Naime, glazbene *streaming* servise u većoj mjeri koriste učenici i studenti, nego zaposleni i nezaposleni ispitanici (Tablica 3).

Glede korištenja određenog glazbenog *streaming* servisa, ponuđeni su odgovori: Apple Music, YouTube Music, Google Play Music, Deezer, Spotify ili samostalan izbor ispitanika. Treba napomenuti da su na ovo pitanje

odgovarali samo ispitanici koji su se izjasnili kao korisnici ove usluge (redoviti, česti, povremeni i rijetki, $n = 136$). Ispitanicima koji nisu znali što su *streaming* servisi odnosno nisu ih nikad koristili, zahvaljeno je na sudjelovanju ($n = 164$). Grafikon 3 prikazuje najčešće korištene servise.



($n=136$)

Grafikon 3. Najčešće korišten glazbeni streaming servis

Nalazi govore da najveći udio, gotovo tri četvrtine (73 %; $n = 99$), najčešće koristi YouTube Music servis. Na drugom i trećem mjestu su Spotify (11 %) i Deezer (10%), a slijedi ih Google Play Music (5 %). Apple Music kao petu danu opciju konzumira tek 0,3 % ispitanika. Bandcamp¹³ (1 %) i Winamp¹⁴ (1 %) preostale su dvije opcije koje su ispitanici ponudili kao „nešto drugo“.

Ispitivanje statističke značajnosti razlika pokazalo je da YouTube Music, kao najčešće korišten servis, u većoj mjeri koriste osobe ženskog spola i oni iz kućanstava nižih prosječnih mjesečnih primanja. Rezultat ispitivanja donosi Tablica 4.

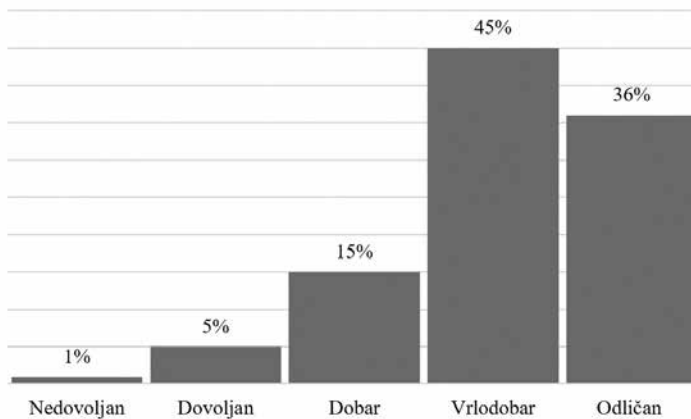
13 Bandcamp nije glazbeni *streaming* servis, već američka *online* prodavaonica glazbe specifična po tomu što 84 % iznosa od prodaje u roku 48 sati odlazi na račun izvođača (Bandcamp, bez dat.).

14 Winamp nije glazbeni *streaming* servis već glazbeni *player* pokrenut 1997. godine kao besplatni program za Windows u cilju preslušavanja glazbe (Winamp, bez dat.).

Tablica 4. Ispitivanje razlika s obzirom na korištenje YouTube Musica

Pearsonov Chi-Square test				
		Najviše korišten digitalni glazbeni streaming servis		
			YouTube Music	Ostalo
Varijabla	Kategorije varijable			
Spol				
Pearsonov $\chi^2 = 12,649$ df = 1 $p = 0,000$ V = 0,305	Muški	EF	41	28
		TF	50	19
	Ženski	EF	58	9
		TF	49	18
Mann-Whitney U test				
Ukupna prosječna mjesečna neto primanja kućanstva			YouTube Music	Ostalo
Mann-Whitney U = 504,0 Wilcoxon W = 3279,0 Z = -1,975 $p = 0,048$	N		85	31
	Srednji rang		52,81	74,11

Ista grupa ispitanika ($n = 136$) trebala je ocijeniti cjelokupno iskustvo korištenja glazbenih *streaming* servisa. Ponuđeni odgovori bili su školske ocjene (ordinalna ljestvica) gdje je ocjena jedan označavala najniži (nedovoljan), a ocjena pet najviši stupanj zadovoljstva (odličan). Rezultati se nalaze u Grafikonu 4.



Grafikon 4. Razina zadovoljstva iskustvom glazbenih streaming servisa

Razina zadovoljstva cjelokupnim iskustvom koje pružaju glazbeni *streaming* servisi (grafikon 3) relativno je visoka ($A \pm SD = 4,15 \pm 0,79$). Najveći postotak (45 %, $n = 61$) ocjenjuje svoje zadovoljstvo vrlo dobrim, dok je ocjenu odličan dalo 36 % ($n = 49$) ispitanika. Ocjenu dobar dalo je 15 % ($n = 21$), dovoljan 3 % ($n = 4$), a najnižu ocjenu za iskustvo korištenja *streaming* servisa ponudio je jedan ispitanik (1 %).

Propitivanje razloga preferencije određenih servisa bilo je neobvezno i otvoreno pitanje na koje je odgovore dalo 59 ispitanika (oko 43 %). Većina ($n = 36$) kao ključni razlog izbora određenog servisa navodi ponudu i izbor glazbe prema osobnom ukusu. Znatno manjem broju ispitanika ($n = 9$) važna je ukupna ponuda glazbe odnosno mogućnost šireg izbora, dok pet ispitanika favoriziraju jednostavnost korištenja i naviku. Među preostalim odgovorima izdvojeni su sljedeći: „nema puno reklama; lakše je i brže; bolja ponuda glazbe; bolje je i preglednije; imam omiljenog pjevača pa pustim njegove pjesme na YouTubeu; imam više kontrole nad onim što slušam i ne moram slušati pjesme koje ne želim; mobitel je uvijek uz mene; moderniji su i sam stvaram svoje *playliste*“.

Rasprava i zaključak

Prvi glazbeni *streaming* servis stigao je u Republiku Hrvatsku prije desetak godina, a drugi globalni *streaming* divovi kao što su YouTube Music, Spotify, Tidal i Apple Music, stigli su u vrijeme pandemije Covid-19.

Prema rezultatima istraživanja koje je predstavljeno u ovom radu, krajem 2020. godine, glazbene *streaming* servise u Republici Hrvatskoj koristilo je 23 % ispitanika svih dobi. Među njima se posebno ističe grupa u dobi od 18 do 29 godina, gdje ih gotovo trećina (29 %) redovito i često koristi. Iskustvo korištenja ocjenjuju visokim ocjenama (vrlo dobrim i izvrsnim).

Za razliku od zatečene situacije prije pandemije kad više od polovice ispitanika nije imalo ni znanja ni motivacije za konzumaciju glazbenih *streaming* servisa (HDU, 2019), okolnosti pandemije učinile su vidljiv pomak u načinu konzumacije glazbe kod svih, pogotovo najmlađih generacija, ali i ukazale na globalnu dominaciju glazbenih servisa i time posljedično promjenu aktualnih nacionalnih medijskih krajolika.

U usporedbi s drugim državama, obrasci ponašanja stanovnika RH već se tradicionalno poklapaju, pa i po pitanju konzumacije glazbenih *streaming* servisa, s audio navikama Ujedinjenog Kraljevstva (Ofcom, 2021, 93-94). Riječ je o dobi ispitanika i najčešće korištenim servisima koji su u Hrvatskoj postali dostupni upravo tijekom pandemijske, za glazbenu industriju nimalo otegotne, situacije.

Vidljive i provjerljive odlike glazbenih *streaming* servisa su (a) dohvatnost putem interneta, (b) konzumacija putem računala i/ili pametnog telefona, (c) izbor modela korištenja (besplatni i naplatni, s popustom ili bez nje-ga), (d) dohvat ogromnih količina glazbe i (e) pretraživanje po osobnim preferencijama. Mnogi servisi nude i mogućnost učitavanja te pohrane na osobnim uređajima u cilju preslušavanja bez internetske veze.

S druge strane stoje i odlike na koje prosječni korisnik (možda) neće obratiti posebnu pozornost. Primjerice, ostavljanje osobnih podataka prilikom registracije, upisivanje preferencija, memoriranje pretraživanja, sudjelovanje u raspravama itd. Elektronički otisci svakog korisnika rezultiraju algoritamski generiranom dodatnom ponudom, uključujući i *playliste*.

Aktivni korisnici digitalnih uređaja i osobe koje tek grade svoj društveni i glazbeni identitet ujedno su i najčešći konzumenti glazbenih *streaming* servisa, kako u RH, tako i u ostalim razvijenim državama svijeta (Ofcom, 2021; Jacobs Media, 2020; IFPI, 2019). Riječ je o „robot-slušateljima“ (Fildes, 2016) koji imaju između dvadeset i trideset godina, ne tragaju aktivno za izvođačima i glazbom, već im je kompletna glazbena ponuda servirana na vlastitim digitalnim uređajima. Postavlja se pitanje koliko je svaki mladi pojedinac, uglavnom tek učenik ili student, svjestan zamagljene stvarnosti koju mu pruža glazbeni *streaming* servis u odnosu na osobne preferencije i želje.

Bonini i Gandini (2019, 2) smatraju glazbene *streaming* servise novim i moćnim „čuvarima“ (en. *gatekeepers*) glazbene industrije kojom umjesto nekadašnjeg ljudskog čimbenika (glazbeni urednici, novinari i drugi stručnjaci) danas upravljaju vlasnički interesi i algoritmi. Naime, „platformizacija glazbe“ ima vlastite prioritete u ponudi glazbe i autora, a putem generiranih ponuda izravno posreduje u formiranju korisničkog ukusa, raspoloženja i stila života. Riječ je o „algo-teritorijalnoj“ moći koja ima globalne „glazbene agende“, zaključuju autori.

Nedvojbeno, u stoljeću digitalno posredovanih sadržaja, algoritmi su odavno prepoznali korisničke preferencije svakog korisnika interneta. Glazbeni *streaming* servisi samo su iskorak k preuzimanju inicijative (i) u području konzumacije glazbe. „Digitalni juke-box“ je dohvaatan, jednostavan za korištenje i cjenovno prihvatljiv, ali je neusporedivo sofisticiraniji od onog iz analognog 20. stoljeća.

Literatura

- Arditi, D. (2017). Digital Subscriptions: The Unending Consumption of Music in the Digital Era. *Popular Music and Society*, 41, 1-17.
- Bakare, L. i Hern, A. (2021). *MPs call for 'complete reset' of music streaming to protect artists*. URL: <https://www.theguardian.com/music/2021/jul/15/mps-call-for-complete-reset-of-music-streaming-to-protect-artists> [pristup: 03.03.2022.]
- Bonini, T. i Gandini, A. (2019). „First Week Is Editorial, Second Week Is Algorithmic“: Platform Gatekeepers and the Platformization of Music Curation. *Social Media+Society*, 5, 1-11.
- ESCA (2021). *Music streaming and its impact on composers and songwriters*. URL: <https://composeralliance.org/media/227-position-on-musicstreaminganditsimpactoncomposersandsongwriters.may> [pristup: 18.04.2022.]
- Fildes, N. (2016). *Rise of the robot music industry*. URL: <https://www.ft.com/content/t5ac0ff84-b7d9-11e6-961e-a1acd97f622d> [pristup: 22.04.2022.]
- Granot, R.; Spitz, D.H.; Cherki, B.R.; Loui, P.; Timmers, R.; Schaefer, R.S.; Vuoskoski, J.K.; Cárdenas-Soler, R.; Soares-Quadros, J.F.; Li, S.; Lega, C.; La Rocca, S.; Martinez, I.C.; Tanco, M.; Marchiano, M.; Martínez-Castilla, P.; Pérez-Acosta, G.; Martínez-Ezquerro, J.D.; Gutiérrez-Blasco, I.M.; Jiménez-Dabdoub, L.; Coers, M.; Treider, J.M.; Greenberg, D.M. i Israel, S. (2021). „Help! I Need Somebody“: Music as a Global Resource for Obtaining Wellbeing Goals in Times of Crisis. *Frontiers in Psychology*, 12, 1-22. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.648013/full> [pristup: 21.04.2022.]
- HDU (2019). *Mladi u Hrvatskoj slušaju glazbu do nekoliko sati dnevno, međutim – još uvijek postoji nedostatak digitalnih streaming servisa*. URL: <https://hdu.hr/2019/06/21/mladi-u-hrvatskoj-slusaju-glazbu-do-nekoliko-sati-dnevno-medutim-jos-uvijek-postoji-nedostatak-digitalnih-glazbenih-servisa/> [pristup: 22.04.2022.]

- HDU-IFPI Croatia (2018). *Istraživanje o navikama slušanja glazbe u Hrvatskoj*. URL: <https://hdu.hr/2019/09/11/istrazivanje-o-navikama-slusanja-glazbe-u-hrvatskoj/> [pristup: 07.03.2022.]
- Herbert, D.; Lotz, A. D. i Marshall, L. (2019). Approaching media industries comparatively: A case study of streaming. *International Journal of Cultural Studies*, 22, 349–366.
- Hracs, B.J. i Webster, J. (2021). From selling songs to engineering experiences: exploring the competitive strategies of music streaming platforms. *Journal of Cultural Economy*, 14, 240–257.
- IFPI (2021). *Global Music Report 2020*. URL: <https://gmr2021.ifpi.org/report> [pristup: 09.03.2022.]
- IFPI (2019). *Music Listening 2019*. URL: <https://www.ifpi.org/wpcontent/uploads/2020/07/Music-Listening-2019-1.pdf> [pristup: 03.03.2022.]
- Ingham, T. (2020). Who Really Owns Spotify? URL: <https://www.rollingstone.com/pro/news/who-really-owns-spotify-955388/> [pristup: 06.03.2022.]
- Ingham, T. (2019). *English-language is losing its stranglehold on global pop charts – and YouTube is driving the change*. URL: <https://www.musicbusinessworldwide.com/english-language-music-is-losing-its-stranglehold-on-global-pop-charts-and-youtube-proves-it/> [pristup: 21.03.2022.]
- Jacobs Media (2020). *Techsurvey 2020 Results*. URL: <https://jacobsmedia.com/techsurvey-2020-results/> [pristup: 05.03.2022.]
- Kunczik, M. i Zipfel, A. (2006). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
- Lopes Barata, M. i Simoes Coelho, P. (2021). Music streaming services: understanding the drivers of customer purchase and intention to recommend. *Heliyon*, 7. URL: <https://sn.rs/qvno> [pristup: 06.03.2022.]
- Lunden, I. (2020). *Music streaming pioneer SoundCloud raises \$75M from Pandora owner SiriusXM*. URL: <https://techcrunch.com/2020/02/11/music-streaming-pioneer-soundcloud-raises-75m-from-pandora-owner-siriusxm/> [pristup: 05.03.2022.]
- Menke, M. (2017). Seeking Comfort in Past Media: Modeling Media Nostalgia as a Way of Coping With Media Change. *International Journal of Communication*, 11, 626–646.
- Morris, J.W. i Powers. (2015) Control, curation and musical experience in streaming music services. *Creative Industries Journal*, 8, 106–122.
- Mučalo, M. (2004). Javni servisi ili komercijali sadržaji? *Politička misao*, 41, 42–54.
- Music Box (2020). *Što odabrati? YouTube Music vs. Deezer vs. Apple Music vs. Spotify*. URL: <https://music-box.hr/2020/07/18/sto-odabrati-youtube-music-vs-deezer-vs-apple-music-vs-spotify/> [pristup: 02.03.2022.]

- Natterer, K. (2014). How and Why to Measure Personal and Historical Nostalgic Responses Through Entertainment Media. *International Journal on Media Management*, 16, 161-180.
- Ofcom (2021). *Media nations: UK 2021*. URL:https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0023/222890/media-nations-report-2021.pdf [pristup: 11.03.2022.]
- Pandora (2022). About Pandora. URL:<https://www.pandora.com/about> [pristup: 10.03.2022.]
- Parsons, J. (2018). *History of Spotify: How the Swedish streaming company changed the music industry*. URL:<https://www.mirror.co.uk/tech/history-spotify-how-swedish-streaming-12291542> [pristup: 02.03.2022.]
- PC CHIP (2017). *Koliko Internet prometa na mobitelu vam troši konzumacija multimedije?* URL:<https://pcchip.hr/internet/zabava/koliko-internet-prometa-na-mobitelu-vam-trosi-konzumacija-multimedije/> [pristup: 11.03.2022.]
- Reuters. (2022). *China bans most exclusive copyright deals for digital music platforms*. <https://www.reuters.com/world/china/chinas-copyright-authority-bans-digital-music-platforms-signing-most-exclusive-2022-01-06/> [pristup: 19.03.2022.]
- Salomone, R. (2022). *The Rise of English. Global Politics and the Power of Language*. Oxford: Oxford University Press.
- Statista (2022). *Most popular music apps in Russia 2021, by downloads*. URL:<https://www.statista.com/statistics/1246898/most-downloaded-music-apps-russia/> [pristup: 07.03.2022.]
- Statista (2021). *Share of music streaming subscribers worldwide in the 1st quarter of 2021, by company*. URL: <https://www.statista.com/statistics/653926/music-streaming-service-subscriber-share/> [pristup: 21.03.2022.]
- The Economist (2022). *What Spotify data show about the decline of English*. URL:<https://www.economist.com/interactive/graphic-detail/2022/01/29/what-spotify-data-show-about-the-decline-of-english> [pristup: 22.04.2022.]
- Towse, R. (2020). Dealing with digital: the economic organisation of streamed music. *Media, Culture & Society*, 42, 1461–1478.

MUSIC STREAMING SERVICES IN THE REPUBLIC OF CROATIA

Abstract

The Covid-19 pandemic and anti-epidemic measures prescribed, among other things, temporary or complete isolation, which led to an increasing use of media content, including music consumption. This type of media service was developed on the basis of digital technology and is expanding on well-established and flexible business models, depending on the size and strength of the national markets to which they are introduced. So far, six global music streaming services have been available in the Republic of Croatia, namely SoundCloud, Deezer, YouTube Music, Apple Music, Spotify and Tidal.

This paper presents the results of research aimed at determining the frequency of use of music streaming services, user preferences and satisfaction with user experience. The research was conducted using the CATI method in the period from 25 November to 5 December 2020, on a deliberate and quota sample of 300 respondents in the city of Zagreb, aged 18 to 55, secondary and higher education qualifications. According to the results, almost half of the respondents had some user experience of these services. The services in question are used regularly or frequently by young people aged 18 to 29. The attractiveness of streaming services is explained by the ease of retrieving content via mobile digital devices (smartphones and computers) and immediate consumption of the desired content at a time that suits the user.

Since this is the first research on this topic in Croatia, the research findings indicate an indicative change in the way music is consumed. In point of fact, music streaming services have a strong foothold in younger age groups that, given the convenience of use, could develop the habit of music streaming as a kind of a digital juke-box.

Keywords: music streaming services, music consumption, youth, Croatia.

Sanja Mlivončić¹⁵

MOĆ MEDIJA KAO IZVORA INFORMACIJA I UTJECAJA NA DONOŠENJE ODLUKE O CIJEPLJENJU PROTIV COVID-19

Prethodno priopćenje
<https://doi.org/10.59014/PPUY2944>

Sažetak

Suvremeni mediji potpomognuti brzim razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologija imaju veliku moć u suvremenom medijskom okruženju. Mediji, osim uloge informiranja svojih korisnika, oblikuju vrijednosti o životu i ljudskim odnosima, te sudjeluju u strukturi društvene moći. Budući da se moć medija ogleda u njihovom utjecaju na javnost u smislu ispunjavanja svoje društvene uloge, cilj ovog istraživačkog rada jest istražiti u kojoj su mjeri različiti oblici medija kao izvora informacija utjecali na odluku cijepljenja stanovništva u Republici Hrvatskoj protiv COVID-19 te koliko se vjeruje informacijama dobivenim iz medija. Za potrebe istraživanja koristit će se metoda ispitivanja pomoću anketnog upitnika. Za analizu podataka koristit će se deskriptivni i inferencijalni statistički postupci. Rezultati su pokazali veliku učestalost korištenja interneta kao izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19, a statistički značajno veći utjecaj novih medija u odnosu na tradicionalne na donošenje odluke o cijepljenju. Stoga je bliska suradnja između zdravstvenih stručnjaka i medija nužna za kampanju cijepljenja i širenja točnih informacija te borbu protiv obmanjujućih informacija o cjepivima protiv COVID-19.

Ključne riječi: cijepljenje, COVID-19, izvor zdravstvenih informacija, mediji

15 doktorandica Doktorske škole – Komunikologija Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku, sanja11983@yahoo.com

Uvod

Pojavom i iznimno brzim širenjem SARS-CoV-2 virusa na globalnoj razini znanstvena javnost je bila usmjerena na istraživanje kliničkih obilježja, prevenciji i liječenju bolesti COVID-19 (Begić, Lauri Korajlija i Jokić-Begić, 2020). O razmjerima širenja bolesti govore podatci Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo kako je do 17. ožujka 2022. u svijetu od COVID-19 oboljelo 462 111 807 ljudi, a nažalost preminulo 6 074 603 osoba, dok je do tog datuma u Republici Hrvatskoj od COVID-19 oboljelo 1 051 742 osoba, a preminulo 15 383 osoba (Službena stranica Vlade za pravodobne i točne informacije o koronavirusu, 17/03/2022, url). Svjetska zdravstvena organizacija 11. ožujka 2020. proglasila je epidemiju pandemijom, a razvoj cjepiva protiv COVID-19 bila je ključna strategija za borbu protiv pandemije (Loomba i sur., 2021).

Cijepljenje je jedna od najuspješnijih javnozdravstvenih intervencija i kamen temeljac za prevenciju zaraznih bolesti. Osim individualne zaštite koja se postiže cijepljenjem, njegovom provedbom postiže se i kolektivna imunost ako se postigne dovoljan obuhvat populacije cijepljenjem (Puri, 2020). Razvoj cjepiva obično traje u prosjeku 10 godina, ali u slučaju cjepiva protiv COVID-19 dva su cjepiva dobila odobrenje za hitnu upotrebu već u prosincu 2020. (Al-Amer, 2022). Međutim, da bi cijepljenje bilo uspješno, mora postojati široka spremnost na cijepljenje (Woko, Siegel i Hornik, 2020). Svjetska zdravstvena organizacija je i prije pojave pandemije COVID-19 navela neodlučnost za cijepljenje kao jednu od 10 najvećih prijetnji globalnom zdravlju koje može spriječiti i uspjeh programa cijepljenja protiv COVID-19 (Luo, 2021).

Stanovništvo je tijekom pandemije svakodnevno bilo izloženo brojnim informacijama o cjepivu putem medija, od zdravstvenih djelatnika, prijatelja i obitelji te suradnika (Smith, 2011). Dok su masovni mediji objavljivali veliku količinu informacija o cjepivu protiv COVID-19, pojedinci su također reproducirali i preuzimali vijesti i informacije s internetskih stranica što je dovelo do stvaranja i lažnih vijesti koje nemaju znanstvenih dokaza i koje prenose zablude i dezinformacije o cjepivu. U izvještavanju tradicionalnih medija (televizija, tisak i radio), vjerojatnije je da će zdravstvene informacije biti provjerene zbog uređivačke politike. S druge strane, društveni mediji i drugi internetski kanali često ne podliježu takvim propisima o sadržaju, što korisnike čini podložnijim lažnim informacijama (Choi i

Jeong, 2021). Studije pokazuju da na društvenim medijima prevladavaju sadržaji koji se zalažu za cjepiva, no unatoč manjem udjelu prisutnog sadržaja protiv cjepiva, te poruke imaju tendenciju generiranja većeg angažmana (Johnson i sur., 2020; Blankenship i sur., 2018). Razna istraživanja impliciraju kako mediji igraju važnu ulogu u donošenju odluka o cijepljenju, te tvrde kako pozitivne medijske poruke mogu povećati želju za cijepljenjem (Bhattacharyya i sur., 2019; Betsch i sur., 2010).

Poštivanje preporučenih mjera zdravstvene prevencije ima iznimno važnu ulogu u kampanjama cijepljenja, a za uspješnost kampanje važno je kombinirati izvore koji su široko korišteni i kojima se vjeruje. Istraživanja su pokazala kako su zdravstveni djelatnici izvor informacija kojima se najviše vjeruje iako nisu prvi odabir za informiranje. Interpersonalni izvori poput obitelji i prijatelja, te institucionalni izvori informacija poput vladinih izvora informacija ili zdravstvenih tijela također su se pokazali pouzdanima u pitanjima vezanim za zdravlje. U usporedbi s navedenim izvorima zdravstvenih informacija, masovni mediji i društvene mreže imaju najmanji stupanj premda se internet pokazao kao prvi izbor za informiranje o zdravstvenim problemima (Gehrau i sur., 2021). Slijedom svega navedenog cilj ovog istraživanja je istražiti u kojoj su mjeri različiti oblici medija kao izvora informacija utjecali na odluku cijepljenja stanovništva u Republici Hrvatskoj protiv COVID-19, te koliko se vjeruje informacijama dobivenim iz medija u odnosu na profesionalne izvore. Osim toga istražiti će se koliko su se često pojedini mediji koristili kao izvori informacija o cjepljivosti protiv COVID-19.

Rad je podijeljen u pet poglavlja. Nakon uvodnih razmatranja, u drugom se poglavlju daje osvrt na metodologiju. Treće poglavlje prikazuje rezultate istraživanja, dok se na kraju rada nakon rasprave daju zaključna razmatranja.

Pregledom trenutačno dostupne literature postavljene su sljedeće hipoteze koje će se testirati:

H1: Tijekom pandemije COVID-19 masovni mediji su se statistički značajno više koristili kao izvor informacija o cjepljivosti u odnosu na druge izvore.

H2: Postoji statistički značajna razlika između povjerenja u masovne medije (televizija, radio, novine, društvene mreže, internet) u odnosu na

profesionalne izvore (zdravstveni djelatnici, znanstvenici, Nacionalni križni stožer) informacija o cjepivu protiv COVID-19.

H3: Novi mediji (društvene mreže i internet) statistički značajno više negativno utječu na donošenje odluke o cijepljenju protiv COVID-19 u odnosu na tradicionalne medije (radio, novine, televiziju).

H4: Postoji statistički značajna povezanost između učestalosti korištenja pojedinih medija kao izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19 i povjerenja u njih.

Metodologija

Istraživanje je provedeno na uzorku od 121 ispitanika u razdoblju od 15. ožujka do 15. travnja 2022. Za potrebe istraživanja korišteno je *online* ispitivanje na području Republike Hrvatske. Kao metoda uzorkovanja korištena je tehnika snježne grude. Podatci su prikupljeni uz pomoć anketnog upitnika, koji je temeljen na prethodno provedenom istraživanju (Gehrau, 2021)). Upitnik se sastoji od dva dijela. Prvi dio se sastoji od općih pitanja kojim su prikupljene informacije o sociodemografskim obilježjima ispitanika (dob, spol, obrazovanje, osobni mjesečni prihod i veličina naselja stanovanja). Drugi dio upitnika se sastoji od pitanja koja se odnose na učestalost korištenja pojedinih izvora za informiranje o cjepivu protiv COVID-19, zatim na povjerenje u pojedine izvore, te utjecaj istih na donošenje odluke o cijepljenju. U upitniku će se koristiti Likertova skala od 5 stupnjeva. Skala dihotomnog i višestrukog izbora korištena je kako bi se utvrdila sociodemografska obilježja. Statistička analiza provedena je korištenjem statističkog programa STATISTICA, inačice 6.1. Kako bi se utvrdio profil ispitanika primijenit će se deskriptivna statistika, dok će se hipoteze provjeriti pomoću t-testa za zavisne i nezavisne uzorke i korelacija i regresijska analiza.

Rezultati istraživanja

Sociodemografski podatci (tablica 1) otkrili su da su anketu ispunili gotovo podjednak broj muških i ženskih ispitanika (51,2 % ženskih ispitanika i 48,8 % muških ispitanika). S obzirom na dobnu strukturu, najveći udio

ispitanika bio je u kategoriji od 35 do 49 godina (59,5 %). Od ukupnog broja ispitanika 53,7 % ima završen diplomski studij, a 64,5 % ispitanika je iz Zagreba.

Tablica 1. Sociodemografska obilježja sudionika (N = 121)

SOCIODEMOGRAFSKA OBILJEŽJA	FREKVENCIJA (N)	POSTOTAK (%)
Dobna skupina		
18-34	25	20,6
35-49	72	59,5
50-64	14	11,6
65 i više	10	8,3
Spol		
Muški	59	48,8
Ženski	62	51,2
Obrazovanje		
Srednja škola	14	11,6
Dodiplomski studij	8	6,6
Diplomski studij	65	53,7
Poslijediplomski studij	34	28,1
Osobni mjesečni dohodak		
Manje od 5 000 HRK	8	6,6
5 001 – 10 000 HRK	30	24,8
10 001 – 15 000 HRK	38	31,4
Više od 15 000 HRK	34	28,1
Ne želim se izjasniti	11	9,1
Mjesto stanovanja		
Naselje manje od 2 000 stanovnika	1	0,8
Naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	12	9,9
Naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	18	14,9
Naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	6	5,0
Naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	6	5,0
Naselje preko 200 000 stanovnika	78	64,5

Izvor: Istraživanje autorice.

Rezultati učestalosti korištenja, zatim povjerenja u točnost informacija te utjecaj pojedinih izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19 prikazani su u tablici 2. Tablica pokazuje da su se ispitanici za dobivanje informacija o cjepivu najviše koristili internetom (3,7), dok su najviše povjerenja imali u znanstvenike (4,0) i zdravstvene djelatnike (3,9). Također su naveli da su zdravstveni djelatnici (3,7) i znanstvenici (3,6) imali najveći utjecaj na njihovu odluku za cijepljenje.

Tablica 2. Deskriptivna statistika odgovora bodovanih po Likertovoj skali (N=121)

Izvori informacija o cjepivu protiv COVID-19	Srednja vrijednost – učestalost korištenja	Srednja vrijednost-povjerenje	Srednja vrijednost-utjecaj
televizija	3,0	2,8	2,4
radio	1,7	2,7	2,0
novine	2,2	2,6	2,0
društvene mreže	2,4	2,1	1,9
internet	3,7	3,0	2,8
zdravstveni djelatnici	3,5	3,9	3,7
obitelj i prijatelji	2,8	2,8	2,7
nacionalni krizni stožer	2,7	3,0	2,5
znanstvenici	3,5	4,0	3,6
drugi izvori	2,2	2,3	2,1

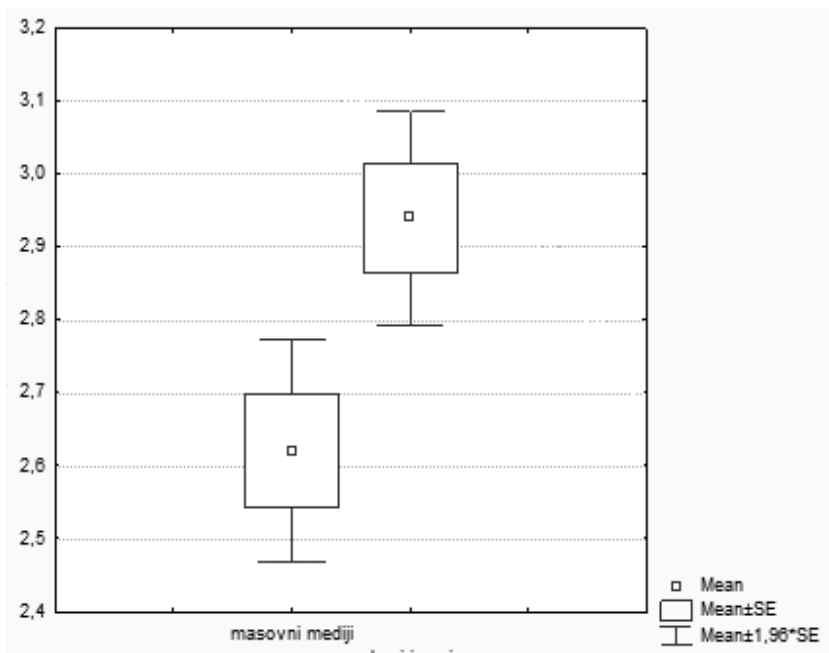
Izvor: Istraživanje autorice.

Kako bi se provjerila hipoteza 1, ispitanici su pitani koliko često su koristili pojedine izvore kako bi dobili informacije o cjepivu protiv COVID-19. Od medija su bili ponuđeni: televizija, radio, novine, internet i društvene mreže, a od ostalih: zdravstveni djelatnici, obitelj i prijatelji, Nacionalni krizni stožer i znanstvenici. Postavljena hipoteza da su se tijekom pandemije COVID-19 masovni mediji statistički značajno više koristili kao izvor informacija o cjepivu u odnosu na druge izvore provjerena je pomoću t-testa za zavisne uzorke (tablica 3. i grafikom 1.). Iako se kao izvor informacija najviše koristio internet (3,7), a onda znanstvenici i zdravstveni djelatnici (3,5), t-test pokazuje da su se tijekom pandemije COVID-19 drugi izvori statistički značajno više koristili kao izvor informacija o cjepivu u odnosu na masovne medije ($p < 0,001$) što je u suprotnosti s postavljenom hipotezom.

Tablica 3. Ispitivanje statističke razlike između masovnih medija i drugih izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19

	Mean	Std.Dv.	N	Diff.	Std.Dv.	t	df	p
Masovni mediji	2,620	0,85						
Drugi izvori	2,939	0,83	121	-0,319	0,795	-4,413	120	<0,001

Izvor: Istraživanje autorice.



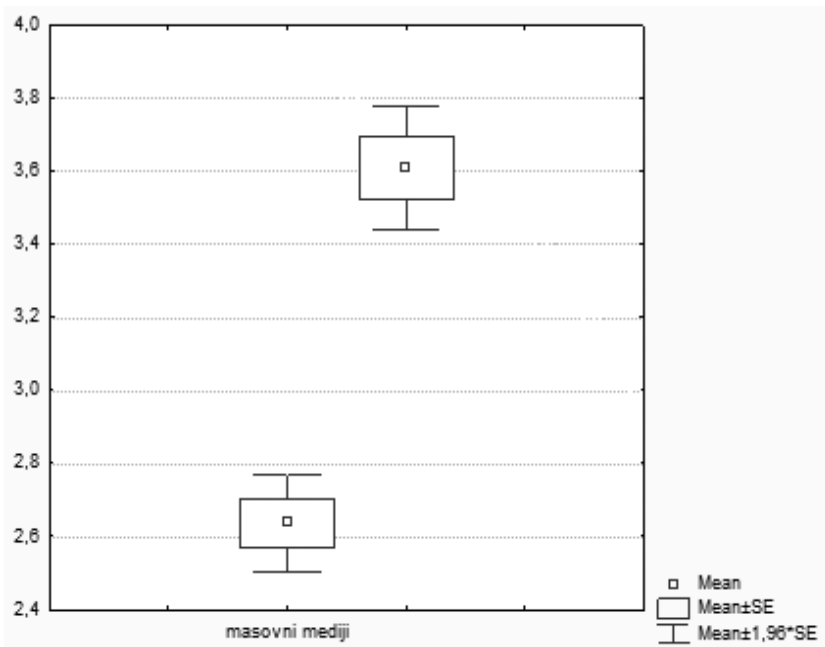
Grafikon 1. Prikaz statističke razlike između masovnih medija i drugih izvora

T-test za zavisne uzorke pokazuje (tablica 4. i grafikon 2.) da je povjerenje u masovne medije (televizija, radio, novine, društvene mreže, internet) statistički značajno niže od povjerenja u profesionalne izvore (zdravstveni djelatnici, znanstvenici, Nacionalni krizni stožer) koji se odnose na informacije o cjepivu protiv COVID-19 ($p < 0,001$), stoga je hipoteza 2. potvrđena.

Tablica 4. Ispitivanje statističke razlike između povjerenja u masovne medije i profesionalne izvore

	Mean	Std.Dv.	N	Diff.	Std.Dv.	t	df	p
Masovni mediji	2,6	0,75						
Profesionalni izvori	3,6	0,94	121	-0,972	0,646	-16,547	120	<0,001

Izvor: Istraživanje autorice.



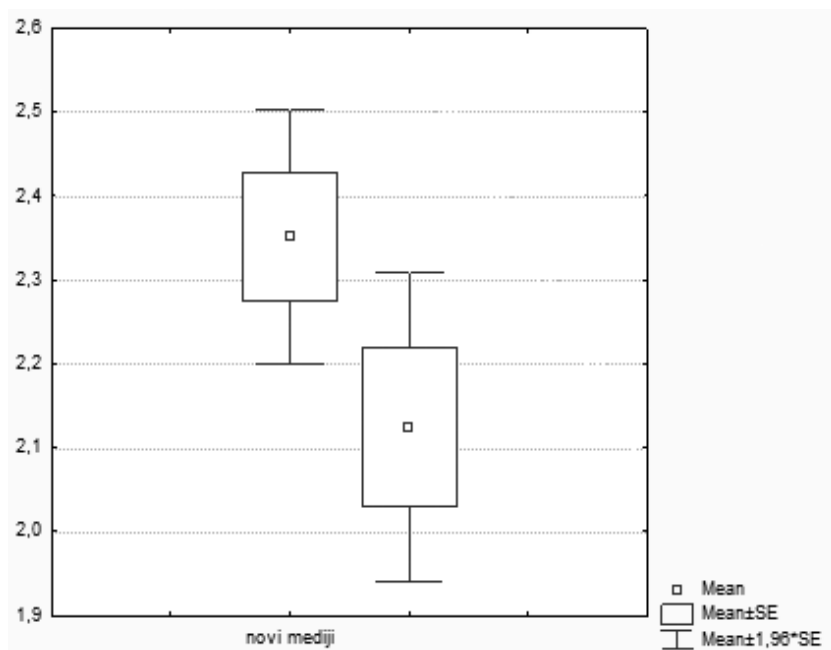
Grafikon 2. Prikaz statističke razlike između povjerenja u masovne medije i u profesionalne izvore

Za provjeru hipoteze 3 t-test za zavisne uzorke (tablica 5. i grafikon 3.) pokazuje da novi mediji (društvene mreže i internet) statistički značajno više utječu na donošenje odluke o cijepljenju protiv COVID-19 u odnosu na tradicionalne medije (radio, novine, televiziju) ($p < 0,001$) te je hipoteza potvrđena.

Tablica 5. Ispitivanje statističke razlike između utjecaja novih medija i tradicionalnih medija na odluku o cijepljenju

	Mean	Std.Dv.	N	Diff.	Std.Dv.	t	df	p
Novi mediji	2,4	0,85						
Tradicionalni mediji	2,1	1,04	121	0,227	0,848	2,947	120	0,004

Izvor: Istraživanje autorice



Grafikon 3. Prikaz statističke razlike između novih i tradicionalnih medija.

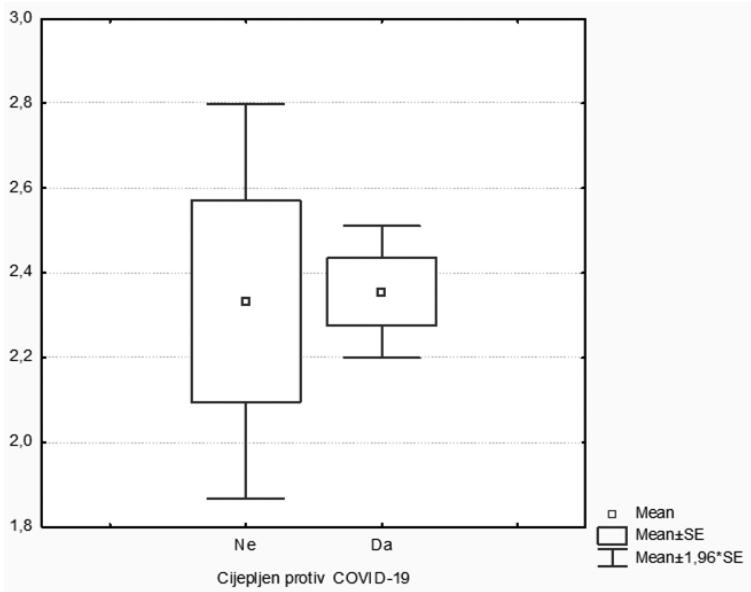
T-test za nezavisne uzorke (tablica 6.) pokazuje da nema statističke razlike između cijepljenih i necijepljenih protiv COVID-19 u odnosu na utjecaj novih i tradicionalnih medija ($p > 0,05$). Kako je broj necijepljenih znatno manji od broja cijepljenih, ovaj se statistički rezultat mora uzeti s rezervom, te se ne može zaključiti da novi mediji imaju veći negativan utjecaj na cijepljenje, a usporedbom utjecaja na cijepljene i necijepljene ne može se zaključiti da je utjecaj na necijepljene bio veći nego na cijepljene, pa se ne može govoriti o negativnom utjecaju, stoga je hipoteza 3. djelomično

potvrđena. Grafikon 4. prikazuje statističku razliku između utjecaja novih medija na cijepljene i necijepljene ispitanike.

Tablica 6. Ispitivanje statističke razlike između utjecaja novih medija i tradicionalnih medija na negativnu odluku o cijepljenju

	Mean	Mean	t-value	df	p	N1	N2	Std.Dev.	Std.Dev.
	Ne	Da				Ne	Da	Ne	Da
Novi mediji	2,3	2,4	-0,106	119	0,916	21	100	1,09	0,80
Tradicionalni mediji	1,9	2,2	-1,300	119	0,196	21	100	1,03	1,04

Izvor: Istraživanje autorice



Grafikon 4. Prikaz statističke razlike između utjecaja novih medija na cijepljene i necijepljene ispitanike

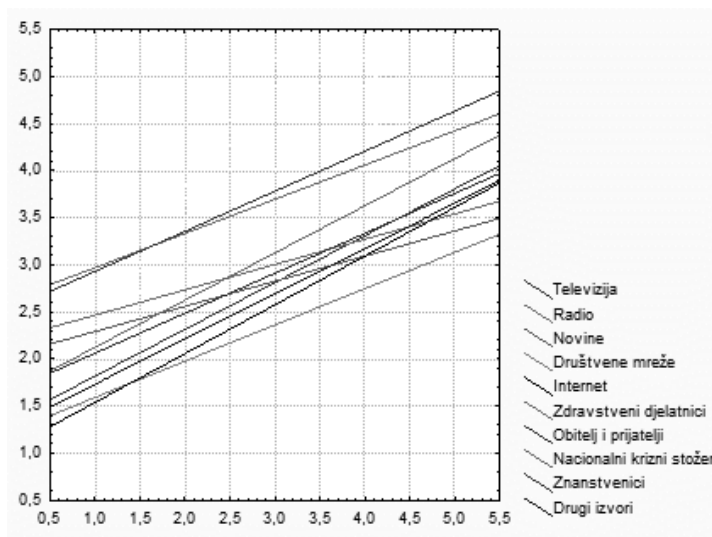
Za provjeru hipoteze 4. korelacija i regresijska analiza pokazuju da postoji statistički značajna pozitivna povezanost između učestalosti korištenja pojedinih medija kao izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19 i povjerenja u njih (tablica 7.), stoga je hipoteza potvrđena. Grafikon 5.

prikazuje povezanost učestalosti korištenja pojedinih medija i povjerenje u njih (grafikon 4.).

Tablica 7. Korelacija učestalosti korištenja i povjerenja u pojedine medije kao izvore informacija o cjepivu protiv COVID-19

Izvor informacija	koeficijent korelacije (r)	p
televizija	0,589	< 0,001
radio	0,217	0,017
novine	0,287	0,001
društvene mreže	0,574	< 0,001
internet	0,629	< 0,001
zdravstveni djelatnici	0,437	< 0,001
obitelj i prijatelji	0,469	< 0,001
nacionalni krizni stožer	0,513	< 0,001
znanstvenici	0,527	< 0,001
drugi izvori	0,527	< 0,001

Izvor: Istraživanje autorice



Grafikon 5.: Povezanost učestalosti korištenja pojedinih medija kao izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19 i povjerenje u njih (x = učestalost, y = povjerenje)

Rasprava

Tijekom pandemije SARS-CoV-2 virusa, mnoštvo informacija o virusu, bolesti i cijepljenju je bilo dostupno putem različitih medijskih kanala. Rezultati istraživanja su pokazali da su ispitanici najviše kao izvor informacija o cijeplivu protiv COVID-19 koristili internet (3,7) i zdravstvene djelatnike i znanstvenike (3,5) te da su ujedno u te izvore imali i najviše povjerenja, u znanstvenike najviše (4,0) zatim u zdravstvene djelatnike (3,9) i u internet (3,0) što je u skladu s ranijim istraživanjima koja su pokazala da povjerenje ljudi u izvor informacija utječe na to hoće li se izložiti informacijama iz tog izvora i hoće li obratiti pozornost na taj izvor. Također, prethodna istraživanja o povjerenju u izvore zdravstvenih informacija pokazala su da se informacije koje su dobivene od liječnika smatraju vrlo pouzdanima, osobito u odnosu na druge izvore, te da su uz liječnike najpouzdanije informacije smatrane one od vladinih službenih agencija te one koje se nalaze na internetu (Thai i sur., 2018).

Rezultati su ovog istraživanja pokazali kako su zdravstveni djelatnici (3,7) i znanstvenici (3,6) imali najviše utjecaja na donošenje odluke o cijepljenu te da su *online* izvori informacija imali veći utjecaj na odluku o cijepljenju u odnosu na tradicionalne medije. Budući da izloženost zdravstvenim informacijama putem masovnih medija, kao i informacijama dobivenim iz pojedinačnih ili institucionalnih izvora, utječu na buduće zdravstvene odluke, uključujući i cijepljenje (Woko i sur., 2020), potrebno je u komunikacijskoj kampanji cijepljenja koristiti se izvorima koje su ispitanici najviše koristili za dobivanje informacija o cijeplivu protiv COVID-19, a u Republici Hrvatskoj je to bio internet.

Zaključak

Zaključno, strateška zdravstvena komunikacija za cijepljenje protiv COVID-19 trebala bi pružiti informacije koje potječu iz profesionalnih izvora jer su ispitanici najviše njima vjerovali, a distribuirati se putem interneta jer je to medij koji je najviše korišten kao izvor informacija. Međutim treba naglasiti da se društvene mreže kao izvor informacija teško mogu koristiti u kampanji za povećanje cijepljenja jer su ih ispitanici malo koristili (2,4) te su u njih imali nisku razinu povjerenja (2,1). Ograničenje je ovog

istraživanja homogena skupina ispitanika po pitanju sociodemografskih obilježja te je preporuka da se u budućim sličnim istraživanjima provedu nad reprezentativnijim uzorkom.

Literatura

- Al-Amer, R., Maneze, D., Everett, B., Montayre, J., Villarosa, A. R., Dwekat, E., & Salamonson, Y. (2022). COVID-19 vaccination intention in the first year of the pandemic: A systematic review. *Journal of clinical nursing*, 31(1-2), 62-86. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jocn.15951> [pristup: 15.03.2022.]
- Begić, D., Lauri Korajlija, A., & Jokić-Begić, N. (2020). Psihičko zdravlje liječnika u Hrvatskoj za vrijeme pandemije COVID-19. *Liječnički vjesnik*, 142(7-8), 189-198. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/353456> [pristup: 15.03.2022.]
- Betsch, C., Renkewitz, F., Betsch, T., & Ulshöfer, C. (2010). The influence of vaccine-critical websites on perceiving vaccination risks. *Journal of health psychology*, 15(3), 446-455. URL: <https://doi.org/10.1177/1359105309353647> [pristup: 23.03.2022.]
- Bhattacharyya, S., Vutha, A., & Bauch, C. T. (2019). The impact of rare but severe vaccine adverse events on behaviour-disease dynamics: a network model. *Scientific reports*, 9(1), 1-13. URL: <https://www.nature.com/articles/s41598-019-43596-7.pdf> [pristup: 15.03.2022.]
- Blankenship, E. B., Goff, M. E., Yin, J., Tse, Z. T. H., Fu, K. W., Liang, H., Saroha, N. & Fung, I. C. H. (2018). Sentiment, contents, and retweets: A study of two vaccine-related twitter datasets. *The Permanente Journal*, 22. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6004971/pdf/17-138.pdf> [pristup: 23.03.2022.]
- Choi, H., & Jeong, G. (2021). Characteristics of the Measurement Tools for Assessing Health Information–Seeking Behaviors in Nationally Representative Surveys: Systematic Review. *Journal of medical Internet research*, 23(7), e27539. URL: <https://www.jmir.org/2021/7/e27539/PDF> [pristup: 15.03.2022.]
- Gehrau, V., Fujarski, S., Lorenz, H., Schieb, C., & Blöbaum, B. (2021). The impact of health information exposure and source credibility on COVID-19 vaccination intention in Germany. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(9), 4678. URL: <https://doi.org/10.3390/ijerph18094678> [pristup: 10.03.2022.]
- Johnson, N. F., Velásquez, N., Restrepo, N. J., Leahy, R., Gabriel, N., El Oud, S., Zheng, M., Manrique, P., Wuchty, S. & Lupu, Y. (2020). The online competition between pro-and anti-vaccination views. *Nature*, 582(7811), 230-233.

- URL: <https://www.nature.com/articles/s41586-020-2281-1.pdf> [pristup: 10.03.2022.]
- Loomba, S., de Figueiredo, A., Piatek, S. J., de Graaf, K., & Larson, H. J. (2021). Measuring the impact of COVID-19 vaccine misinformation on vaccination intent in the UK and USA. *Nature human behaviour*, 5(3), 337-348. URL: <https://www.nature.com/articles/s41562-021-01056-1.pdf> [pristup: 10.03.2022.]
- Luo, S., Xin, M., Wang, S., Zhao, J., Zhang, G., Li, L., Li, L. & Lau, J. T. F. (2021). Behavioural intention of receiving COVID-19 vaccination, social media exposures and peer discussions in China. *Epidemiology & Infection*, 149.
- Puri, N., Coomes, E. A., Haghbayan, H., & Gunaratne, K. (2020). Social media and vaccine hesitancy: new updates for the era of COVID-19 and globalized infectious diseases. *Human vaccines & immunotherapeutics*, 16(11), 2586-2593. URL: <https://doi.org/10.1080/21645515.2020.1780846> [pristup: 17.03.2022.]
- Službena stranica Vlade za pravodobne i točne informacije o koronavirusu (2022). Koronavirus.hr. URL: <https://koronavirus.hr/> [pristup: 17.03.2022.]
- Smith, D. (2011). Health care consumer's use and trust of health information sources. *Journal of Communication in Healthcare*, 4(3), 200-210.
- Thai, C. L., Gaysynsky, A., Falisi, A., Chou, W. Y. S., Blake, K., & Hesse, B. W. (2018). Trust in health information sources and channels, then and now: Evidence from the health information national trends survey (2005–2013). In *eHealth: Current evidence, promises, perils and future directions*. Emerald Publishing Limited.
- Woko, C., Siegel, L., & Hornik, R. (2020). An investigation of low COVID-19 vaccination intentions among Black Americans: the role of behavioral beliefs and trust in COVID-19 information sources. *Journal of health communication*, 25(10), 819-826.

THE POWER OF THE MEDIA AS A SOURCE OF INFORMATION AND INFLUENCE ON THE DECISION ON VACCINATION AGAINST COVID-19

Abstract

Media supported by the rapid development of information and communication technologies have great power in the modern media environment. In addition to the role of informing their users, the media shape values about life and human relations, and participate in the structure of social power. Since the power of the media is reflected in their influence on the public in terms of fulfilling their social role, the aim of this research is to investigate the extent to which different forms of media as a source of information influenced the decision of vaccinated population in the Republic of Croatia against COVID-19. An online trial was used for the purposes of the research. Descriptive and inferential statistical procedures will be used to analyze the data. The results showed a high frequency of using the Internet as a source of information on the vaccine against COVID-19, and a statistically significantly greater impact of new media compared to traditional media on vaccination decisions. Therefore, close cooperation between experts and the media is necessary for a vaccination campaign and the dissemination of accurate information, and to combat misleading information about COVID-19 vaccines.

Keywords: media, source of health information, vaccination, COVID-19

Ivana Rašan¹⁶
Dajana Šošić¹⁷

MOĆ MEDIJA KROZ MEDIJSKU ILUZIJU DANAŠNJICE – PERSUAZIJA I UPRAVLJANJE PUTEM UMJETNO KREIRANIH STRAHOVA

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/WLDA4326>

Sažetak

Medijski sadržaj kojem su digitalne tehnologije otvorile vrata svakodnevne današnjeg modernog društva često je promatran kao jedan od glavnih blagodati ovog doba. Značajne količine medijskog sadržaja nameću se čovjeku današnjice pri čemu se ne uzima u obzir činjenica da čovjekov um kao takav nije predodređen za apsorpciju tolike količine informacija te da tzv. informacijska šuma može imati značajne negativne učinke i na pojedinca i na društvo u cjelini. Ovim se radom želi naglasiti da u društvu ne postoji protuteža medijskim sadržajima koji se svakodnevno plasiraju putem digitalnih tehnologija gotovo svakom pojedincu.

Konkretno, rad ističe moć persuzije i moć djelovanja umjetno kreiranih te medijski plasiranih strahom na današnje društvo. S obzirom na globalna događanja unazad posljednje dvije godine (od veljače 2020. do veljače 2022.), željelo se provjeriti stanje u RH vezano uz doživljaj utjecaja medija na ponašanja ljudi, stoga je provedeno kratko istraživanje. Među ostalim, željelo se provjeriti u kojoj su mjeri ljudi ovisni o medijima, koliko su svjesni moći persuzije kao i moći djelovanja umjetno kreiranog straha. Također, željelo se pokazati da i u slučaju svjesnosti negativnih utjecaja određenih medijskih sadržaja, ljudi i dalje konzumiraju medijske sadržaje. Uz sve navedeno, kroz cijeli se rad provlači usporedba s djelom Ericha Fromma „S onu stranu okova iluzije“ tako da se sadržaj navedenog djela interpretira u okolnosti današnjice radi podizanja svijesti o nužnosti potenciranja pojedinčeva kritičkog promišljanja koje je prepoznato kao jedan od najjačih alata kojim se čovjek u današnjoj šumi informacija može poslužiti u svrhu osiguravanja svoje dobrobiti.

Ključne riječi: digitalne tehnologije, medijski sadržaj, moderno društvo, persuzija, umjetno kreirani strahovi

16 Sveučilište u Zagrebu, Fakultet elektrotehnike i računarstva, ivana.rasan@fer.hr

17 RTL televizija, Dajanasosic5@yahoo.com

Digitalno društvo u okviru digitalnih medija

Današnje moderno društvo je izloženo različitim medijskim utjecajima na dnevnoj bazi te je gotovo nemoguće izolirati se od različitih sadržaja koji se nameću ljudima. Promatrajući čovjeka u njegovoj suštini, kao biće koje posjeduje razum, ali na koje i značajnim dijelom utječu emocije, može se primijetiti da su različita digitalna djelovanja usmjerena upravo na emocije koje su prepoznate kao svojevrsni tunel koji vodi do željenih reakcija ljudi u njihovim različitim segmentima djelovanja. Važno je naglasiti da su emocije suprotne stvarnom opažanju, točnije one se mogu opisati kao stanje pojedinca izazvano njegovom subjektivnom procjenom pri čemu one često prate i fiziološke promjene koje kod osoba izazivaju i određene reakcije (Kovačević, Ramadanović, 2016). S druge strane, digitalna tehnologija u kontekstu najšireg pojmovnog shvaćanja podrazumijeva sve tipove elektroničkih uređaja i različitih programskih rješenja/aplikacija koje podrazumijevaju implementirane informacije u obliku kodova (Sioshansi, 2019), a pri čemu se ostvaruje povezivanje s internetom, odnosno bežična mobilna komunikacija (Tugerul Korucu i Alkan, 2011). U ovom radu se upućuje na učinke djelovanja digitalnih medija – npr. internet, digitalna televizija, virtualna stvarnost, društvene mreže i sl., točnije to su mediji koji povezuju tekst, sliku i zvuk u isti sustav interakcije koja se odvija iz raznih točaka (Manovich, 2002). Kao jedan od primjera snažnog djelovanja digitalnih medija na moderno društvo može se uzeti marketing različitih proizvoda i usluga koji ima za cilj nametnuti ne samo želje, već i potrebe današnjem čovjeku, a sve u cilju osiguravanja željene razine potražnje za određenim proizvodima i uslugama, odnosno njihove prodaje.

Kada se govori o svojevrsnom preoblikovanju želja u potrebe, svakako treba istaknuti pojam persuzije (npr. ciljnoj skupini se prezentiraju određeni proizvodi i/ili usluge kao nešto što joj je neophodno, a ne opcionalno). Persuzija se može definirati kao svojevrsni komunikacijski proces, točnije kao specifična vrsta uvjeravanja tijekom kojeg jedna strana pokušava uvjeriti drugu da prilagodi, oblikuje, promijeni ili stvori nove doživljaje, a potom i reakcije vezane uz određeni objekt ili skupinu objekata pri čemu se strana koja uvjerava koristi uvježbanim i planiranim kako verbalnim, tako i neverbalnim ponašanjima/akcijama (Reardon, 1998). Persuzija može biti korištena u različite svrhe i s različitim namjerama pri čemu joj današnje digitalno doba otvara značajne mogućnosti u kontekstu dopiranja

do ciljne skupine putem raznih digitalnih kanala. Uz to, danas je često u digitalnom okruženju prisutno i korištenje straha u korist uvjeravanja ciljne skupine da se ponaša na neki određeni način (kupuje određene proizvode, koristi usluge, ulaže resurse ili ne ulaže, osjeća nervozu, strah i sl.). U kontekstu psihologije, strah se definira kao emocionalna reakcija koja se sastoji od psiholoških i fizioloških dimenzija koje se pobuđuju kada osoba percipira da za nju postoji određena relevantna prijetnja (Witte, Meyer i Martell, 2001). Može se reći da se umjetno kreirani strahovi koriste kako bi se ciljnu skupinu potaknulo na određenu reakciju jer je prirodno da čovjek ima reakciju u stanju u kojem je u strahu. Brojni radovi (Glassner, 2000; Vujić, 2021; Furedi, 2022) upućuju na prisutnost straha u medijskom prostoru današnjice kao i na njegovu značajnost utjecaja na čovjeka, odnosno društvo. Stoga je važno osvijestiti da su to zapravo poruke koje kroz korištenje straha za cilj imaju potaknuti ciljnu skupinu na određeno ponašanje. Upravljanje putem izazivanja straha može se koristiti u različitim segmentima, a takve poruke sugeriraju na to da će se neke loše stvari dogoditi ako se osoba odbije ponašati na određeni način. Na primjer, marketinške poruke koje se odnose na prodaju raznih osiguranja mogu poslužiti kao dobar primjer persuazivnih djelovanja u koje je implementiran strah kako bi se ciljnu skupinu potaknulo na to da se ponaša na određeni način (uplati osiguranje). S druge strane, plaćeno osiguranje ne štiti osobu od toga da joj se nešto loše ne dogodi, već joj samo može ublažiti posljedice u slučaju da se to nešto dogodi. Dobar primjer je i kozmetička industrija kroz čije se reklamne kampanje kontinuirano već dugi niz godina unosi u društvo svojevrsni „strah od starenja“, iako ga je nemoguće izbjeći s obzirom na to da je riječ o prirodnom procesu. Rutović (2021) upućuje na medijsku prodaju straha i straha u kontekstu manipulirajuće kategorije na primjeru situacije nastale zbog Covid-19 virusa koji se proširio svijetom. Putem hrvatskih digitalnih medija se u 2020. značajno širila kultura straha kroz često korištenje *clickbait* naslova, zastrašivanjem brojevima, riječima, manipulacija podacima i sl. (Škrljac, 2020). Važno je znati da „sublimirani podražaji mogu izazvati promjene u osjećajima, ponašanju, vjerovanju, nagonima itd.“ (Miliša i Nikolić, 2013, 304). Sukladno tome, skrivena i persuazivna djelovanja mogu dovesti do različitih oblika ponašanja, osjećaja, definiranja i/ili promjene stavova i sl., a digitalizacija je omogućila prostor za konstantnu komunikaciju i dostupnost ciljnih skupina u gotovo svakom trenutku.

Rezultati ovog rada pokazuju da 61 % sudionika istraživanja koristi svoj mobilni telefon prije odlaska na spavanje, iz čega se može zaključiti da uz to što su takvim ponašanjem meta za persuzivna djelovanja, nisu svjesni brojnih negativnih učinaka korištenja tehnologije prije spavanja. Razna istraživanja (Mount, 2012; Leonard, 2015; Kendra, 2018; Kelley, 2018; Miller, 2017) upućuju na različita negativna djelovanja zbog prekomjernog korištenja pametnih telefona. Depresija se javlja kao jedan od glavnih zdravstvenih izazova modernog doba, pri čemu značajan problem ovisnosti o digitalnom svijetu prate upravo simptomi vezani uz povećanje osjećaja usamljenosti, depresija i anksioznost (Peper i Harvey, 2018). Uz to, razvila se i nova fobija – nomofobija, koja podrazumijeva strah od nemogućnosti pristupa mobilnom telefonu (Khazer i RAther, 2019). Sve navedeno se može promatrati kao kontradiktornost modernog doba u kojem je čovjeku dostupno sve, a zapravo ga to sve opterećuje, nameće mu oblike ponašanja, osjećaje, potrebe, dovodi u stanja nereálnih strahova i sl.

Okovi iluzije Ericha Fromma u okvirima digitalizacije i društvene nesvjesnosti

Kad se promotri digitalno okruženje u kojem je prisutno i lako doseživo svakodnevno nametanje različitih oblika strahova (npr. strah od odbacivanja u slučaju neuklapanja, strah od neimaštine, strah od starenja, strah od neuspjeha i sl.) koji mogu često voditi i do anksioznih stanja, zatim korištenje persuzije u svrhu nametanja želja i potreba, postavlja se pitanje vezano za to gdje se uopće nalazi granica između iluzije i stvarnosti te kako se čovjek u današnjem digitalnom okruženju može zaštititi od navedenih djelovanja.

Upravo je Erich Fromm u svom djelu „S onu stranu okova iluzije“ ukazivao na slične pojave. Fromm kao samo jednu od veza između društvene strukture i ideja ističe kako je društveni karakter zapravo onaj koji ljude navodi na to kako trebaju djelovati i misliti, a što je u skladu s očekivanim stajalištima pravilnog funkcioniranja njihova društva. Pritom se druga veza sastoji od „činjenice da svako društvo određuje kojim će mislima i osjećajima dopustiti da stignu do razine svijesti, a koji moraju ostati nesvjesni“ (Fromm, 1980, 81), točnije ističe da „kao što postoji društveni karakter tako postoji i „društveno nesvjesno.““ (Fromm, 1980, 81). Uz to,

Fromm tvrdi: „Pod „društveno nesvjesnim“ podrazumijevam ona područja potisnutosti koja su zajednička većini članova društva; ti opće prisutni elementi su oni sadržaji kojima dano društvo ne može dopustiti da budu svjesni za njegove članove ako se želi da društvo sa svojim specifičnim proturječnostima uspješno funkcionira.“ (Fromm, 1980, 81). Promotri li se današnje moderno društvo, može se zaključiti da upravo digitalno okruženje diktira ono što će u kontekstu društvene svijesti biti definirano kao stvarno svjesno, kao i ono što će biti nesvjesno. Na primjer, brojni reklamni sadržaji vezani uz promicanje načina na koji današnji čovjek treba živjeti i kako treba izgledati (a kako bi tako živio i izgledao, treba se na određeni način i ponašati, što u većini slučajeva podrazumijeva i proizvode/usluge koje treba kupovati, od npr. prehrambenih pa do kozmetičkih i odjevnih itd.), definirani su tako da putem digitalnih medija prikazuju slike „idealnih“ ljudi. Pitanje koje se ovdje postavlja je gdje se nalazi protuteža u kontekstu digitalnog i „stvarnog“, protuteža u mogućnosti prepoznavanja nametnutog/serviranog svjesnog u odnosu na nesvjesno te kako čovjek modernog društva danas može dokučiti Frommovo „društveno nesvjesno“? Fromm postavlja pitanje koje je danas itekako aktualno, a to je: „zašto ljudi potiskuju svijest o nečemu čega bi inače bili svjesni?“ (Fromm, 1980,110). Pritom, kao glavni razlog Fromm (1980) navodi strah koji se javlja kod ljudi pri čemu ističe jednu vrlo važnu činjenicu, a to je da taj strah zapravo nije jasno definiran (ne zna se čega se čovjek boji i zašto se uopće boji – što je zanimljivo te vrlo jednostavno prenosivo u kontekst današnjeg modernog društva koje iako pod okriljem demokracije i gotovo potpune slobode, zapravo živi u svojevrsnim okvirima raznih strahova i iščekivanja od toga hoće li se dogoditi nešto loše. Kada čovjek nešto iščekuje nalazi se u stanju svojevrsnog nemira.

Promotre li se plasirani medijski sadržaji unazad dvije godine, može se zaključiti da je društvo bilo izloženo značajnoj količini informacija koje izazivaju upravo kontinuirano iščekivanje pa reakcije postaju temeljene na strahu. Pritom, takvo okruženje stvara atmosferu kolektivne tjeskobe i psihoze (Vujić, 2021). Također, općenito se i kontinuirano plasiraju sadržaji koji „propisuju“ poželjan način života. Pritom je za očekivati da će se kod ljudi javiti strah u slučaju želje za neprihvatanjem „poželjnog“, koji može izazvati strah od odbacivanja i neuklapanja pa će ipak u većini slučajeva doći do prihvatanja „propisanog i poželjnog“, što je u potpunosti prirodno jer je čovjek društveno biće koje ima potrebu za uklapanjem. To

potvrđuje i Fromm kada ističe, da bi za čovjeka osjećaj potpune samoće i odvojenosti od grupe, mogao biti definiran stanjem koje je vrlo blizu onog koje se naziva ludilo te tvrdi da je strah od izolacije i progonstva, značajniji od straha od kastracije (Fromm, 1980).

Navedeno može voditi ka razumijevanju značajne ljudske želje za uklapanjem i pripadanjem određenoj grupi, ali s druge strane, u današnjem digitalnom okruženju, a u cilju zaštite svakog pojedinca u kontekstu ne samo mentalnog, već i fizičkog zdravlja, potrebno je poticati kritičko promišljanje kako bi se i načini na koji se ljudi ponašaju mogli razumjeti i u kontekstu razumijevanja jedni drugih, ali i u kontekstu razumijevanja samih sebe. Kako bi se mogla postići željena razina razumijevanja u cilju ostvarivanja protuteža koja se može suprotstaviti djelovanju digitalnog okruženja (koje kao takvo za čovjeka nije prirodno), prepoznata je nužnost poticanja društva na kritičko promišljanje.

Može se pretpostaviti da će ako razumije, čovjek moći i živjeti kvalitetnije (npr. ako čovjek razumije da korištenje mobilnih uređaja prije spavanja može znatno poremetiti njegov bioritam (Murnane i sur., 2016), za očekivati je da će prestati to raditi, ako razumije persuziju kao metodu za postizanje različitih učinaka (Markan, 2018), moći će se bolje zaštititi od raznih negativnih utjecaja, ako razumije da su određene vijesti plasirane s unaprijed željenim učincima, bit će mu jednostavnije prihvatiti određene stvari, itd.). Stoga se tvrdnja Ericha Fromma koja glasi: „ pojedinac se mora učiniti slijepim da ne vidi ono što njegova grupa proglašava da ne postoji ili prihvatiti kao istinu ono za što većina kaže da je istinito čak i ako ga njegove vlastite oči mogu uvjeriti da je to laž.“ (Fromm, 1980, 111), prepoznaje kao ona koja jasno može objasniti djelovanje digitalnog okruženja, odnosno plasiranih sadržaja koji su u istom dostupni te potaknuti na kritičko promišljanje svakog pojedinca u cilju osobne zaštite od mogućih negativnih djelovanja.

Cilj, metodologija i rezultati

Cilj ovog istraživanja bio je provjeriti navike vezane za učestalost i svrhu korištenja digitalnih medija, njihov utjecaj na sudionike (npr. raspoloženje, ponašanje, donošenje odluka i sl.), a uz to, željelo se provjeriti povjerenje, odnosno poimanje istinitosti medijski plasiranih sadržaja i svjesnost

sudionika o učincima digitalnih medija na njih i na ljude iz njihove okoline. S obzirom na konstantnu izloženost digitalnim sadržajima, cilj je rezultatima uputiti na važnost kreiranja protuteže digitalnom okruženju i digitalnoj stvarnosti kroz poticanje na kritičko promišljanje.

Kako bi se provjerilo navedeno, sastavljen je kratak anketni upitnik koji se sastoji od 27 pitanja. Upitnik je bio koncipiran tako da se od sudionika istraživanja tražilo da potvrde slaganje ili neslaganje s ponuđenim tvrdnjama (npr. *Ne mogu zamisliti svoj dan bez posjećivanja raznih portala putem kojih se informiram o vijestima iz zemlje i svijeta.; Svakodnevno putem digitalnih medija pratim sadržaj vezano za vijesti iz zemlje i svijeta.* i sl.) na skali Likertovog tipa od 1 do 5 (1 = uopće se ne slažem, 2 = uglavnom se ne slažem, 3 = niti se slažem niti se ne slažem, 4 = uglavnom se slažem, 5 = u potpunosti se slažem). Uz navedeno, sudionici su procjenjivali učestalost određenih oblika vlastitog ponašanja (npr. *Koristim svoj mobilni telefon prije odlaska na spavanje.* i sl.), pri čemu su na skali od 0 do 6 (0 = nikad; 1 = vrlo rijetko; 2 = rijetko; 3 = ponekad da, ponekad ne; 4 = često; 5 = vrlo često; 6 = uvijek) trebali procijeniti koliko često se ponašaju u skladu s navedenom ponuđenom tvrdnjom. Upitnik je diseminiran elektroničkim putem pri čemu je za diseminaciju korištena metoda „sniježe grude“. Prikupljeni podaci su statistički obrađeni u SPSS Statistics4 programskom paketu.¹⁸ U istraživanju je sudjelovalo 243 sudionika (N=243) koji čine prigodan uzorak za statističku obradu. Kako bi se provjerilo postoje li značajne statističke razlike u odnosu na različite skupine (spol, dob), korišten je Mann-Whitney U i Kruskal Wallis test.

U istraživanju je sudjelovalo 76 % žena, 23 % muškaraca, dok se 1 % sudionika nije želio izjasniti po pitanju spola. Što se tiče dobnih skupina, 20% sudionika pripada dobnoj skupini između 18 i 25 godina, njih 9 % skupini između 26 i 30 godina, 31 % sudionika činilo je dobnu skupinu između 31 i 40 godina, 21 % sudionika pripadalo je dobnoj skupini između 41 i 50, 14 % su činili sudionici u dobi između 51 i 60 godine, dok je 5 % sudionika pripadalo dobnoj skupini iznad 61.

Kad se promatraju navike, rezultati pokazuju da samo 16 % sudionika ne prati svakodnevno digitalne sadržaje vezano uz vijesti iz zemlje i svijeta (5), njih 24 % ne može jasno procijeniti, dok većina, odnosno 60 % sudionika svakodnevno putem digitalnih medija prate vijesti iz zemlje i

18 4 SPSS Statistics, <http://www.ibm.com/analytics/us/en/technology/spss/>

svijeta. Statistički značajne razlike se nisu pokazale niti u odnosu na spol ($U = 4683.500$, $z = -.926$, $p > 0,05$), a niti u odnosu na dob ($(\chi^2(5) = 1.192$, $p > 0,05$). Jedan dan bez mogućnosti pristupa digitalnim medijima i bez sadržaja koji su putem istih dostupni (13) može zamisliti čak 60 % sudionika istraživanja, njih 16 % ne mogu jasno procijeniti, dok njih 24 % takav dan ne može zamisliti. Statistički značajne razlike se ovdje nisu pokazale niti vezano za spol ($U = 4613.000$, $z = -1.086$, $p > 0,05$), a niti vezano za dob ($(\chi^2(5) = 6.247$, $p > 0,05$). Zabrinjavajuće je da čak 61 % sudionika redovito koristi mobilni telefon prije odlaska na spavanje (24), njih 15 % to radi često, 12 % ponekad, a samo 12 % to uglavnom ne rade. Kad je u pitanju prva jutarnja radnja, čak 45 % sudionika čim se probude provjeravaju jesu li primili neke nove poruke putem digitalnih kanala (25), njih 12 % se tako ponaša često, 14 % to rade ponekad, ali ipak 29 % sudionika ovog istraživanja to rade rijetko. S druge strane, kad je riječ o provjeravanju vijesti iz zemlje i svijeta putem različitih digitalnih kanala odmah nakon buđenja ujutro (26), pozitivno je da samo 18 % sudionika to radi gotovo uvijek, njih 15 % često, 20% samo ponekad, dok većina, odnosno 47 % tvrde da to rade vrlo rijetko ili nikad.

Tablica 1. Kruskal-Wallisovi rangovi

Godine	(24) Korištenje mobilnog telefona prije odlaska na spavanje		(25) Provjeravanje poruka na mobitelu kao prva jutarnja radnja		(26) Provjeravanje vijesti na digitalnim medijima kao prva jutarnja radnja	
	N	Prosjeak ranga	N	Prosjeak ranga	N	Prosjeak ranga
18-25	51	160.97	51	156.73	51	143.72
26-30	21	143.24	21	138.26	21	125.98
31-40	75	128.97	75	123.93	75	128.59
41-50	50	107.09	50	105.73	50	107.27
51-60	34	77.69	34	93.18	34	99.57
61 and more	12	63.29	12	83.33	12	106.50
Total	243		243		243	

Vezano za procjenu učestalosti zadnje tri tvrdnje (24, 25, 26), a kako je bilo i očekivano, pokazale su se značajne statističke razlike u odnosu na dob ($(\chi^2(5) = 46.025$, $p < 0,05$); ($\chi^2(5) = 26.543$, $p < 0,05$); ($\chi^2(5) = 12.149$, $p < 0,05$). Rezultati pokazuju da osobe u dobnoj skupini od 18 do 25 (Tablica 1) u najznačajnijoj mjeri koriste mobilne telefone uvečer, ujutro kako bi provjerili jesu li dobili neke nove poruke, ali i kako bi konzumirali vijesti iz zemlje i svijeta. Za sve tri tvrdnje (24, 25, 26) rezultati nisu pokazali značajne statističke razlike vezane za spol ($U=4360.000$,

$z=-1.676$, $p>0,05$; $U=4930.500$, $z=-.353$, $p>0,05$; $U=5040.000$, $z=-.106$, $p>0,05$). Uzastopno praćenje dnevnih vijesti putem različitih televizijskih kanala (27), prakticira 20% sudionika gotovo uvijek ili vrlo često i redovito, njih 17% ponekad uzastopno prati iste vijesti na različitim televizijskim kanalima, dok njih čak 63% to uglavnom ili nikad ne rade. Rezultati ($U=4424.000$, $z=-1.504$, $p>0,05$); ($\chi^2(5) = 9.429$, $p >0,05$) su pokazali da u ovom slučaju nema statistički značajnih razlika između skupina. Zabrinjavajuće je da čak 48% ispitanika ne može zamisliti svoj dan bez posjećivanja raznih portala putem kojih se informiraju o vijestima iz zemlje i svijeta (1), pri čemu 27 % ispitanika ne može jasno procijeniti mogu li zamisliti takvu situaciju, dok njih 25 % smatra da im to ne bi bio problem. Ovi rezultati upućuju na svojevrsnu ovisnost o medijskim sadržajima koji su vezani uz vijesti iz zemlje i svijeta s obzirom na to da čak 48% sudionika ne može zamisliti dan bez korištenja internetskih portala, ali također upućuju i na svojevrsnu nesvjesnost dijela sudionika (27%) s obzirom na to da se nisu mogli jasno izjasniti oko navedenog pitanja. Kad su u pitanju statistički značajne razlike vezane uz spol i dob, treba naglasiti da se iste nisu pojavile niti vezano za spol ($U= 4663.000$, $z=-.965$, $p>0,05$), a niti vezano za dob ($\chi^2(5) = 4.590$ $p >0,05$).

Što se tiče utjecaja različitih medijskih sadržaja na raspoloženje sudionika istraživanja (2), zanimljivo je da 25 % ispitanika smatra da na njihovo raspoloženje utječu sadržaji koje konzumiraju putem digitalnih medija, ali na svojevrsnu nesvjesnost utjecaja upućuje rezultat koji pokazuje da 36 % sudionika ne može jasno procijeniti taj utjecaj na njih same, dok 39 % sudionika smatra da digitalni sadržaj koji konzumiraju ne utječe na njihovo raspoloženje. Ovdje su se očekivale statistički značajne razlike u odnosu na dob, ali one se ovdje nisu pokazale niti za ($\chi^2(5) = 5.071$, $p > 0,05$), niti za spol ($U= 4429.500$, $z=-1.514$, $p>0,05$). Prilikom procjene utjecaja digitalnih sadržaja na druge (3), čak 80 % sudionika istraživanja smatra da digitalni sadržaji vezano za vijesti iz zemlje i svijeta značajno utječu na druge ljude, 17 % sudionika ne može jasno procijeniti utjecaj, a samo 3 % sudionika smatra da tog utjecaja nema. Statistički značajne razlike se ovdje nisu pokazale niti za spol, niti vezano za dob ($U = 4852.000$, $z = -.560$, $p > 0,05$; ($\chi^2(5) = 2.672$, $p > 0,05$). Rezultati pokazuju da 43% sudionika smatra da ih sadržaji koje svakodnevno prate putem digitalnih medija nepotrebno opterećuju (6), dok njih 35 % nije moglo to jasno procijeniti, a samo 22 % sudionika smatra da ih ti sadržaji ne uznemiravaju. Kod ove

tvrdnje ne postoje značajne statističke razlike u odgovorima vezane za spol ($U=4934.500$, $z=-.351$, $p>0,05$), ali zato su se one pokazale u ovom slučaju kad je u pitanju dob sudionika, ($\chi^2(5) = 11.363$, $p < 0,05$). Digitalni sadržaji koje sudionici prate na dnevnoj bazi, u najznačajnijoj mjeri opterećuju one sudionike u dobnoj skupini od 31 do 40, zatim one u skupini od 18 do 25 godina, dok ti sadržaji najmanje opterećuju osobe starije od 61 godine (Tablica 2).

Tablica 2 Kruskal-Wallisovi rangovi

Godine	(6) Nepotrebna opterećenost zbog sadržaja koji prate putem digitalnih medija		(19) Mogućnost snalaženja na papirnoj auto karti bez GPS-a		(20) Utjecaj trenutnog stanja u svijetu na vlastitu odluku o štednji kao boljoj opciji u odnosu na ulaganje	
	N	Prosjeak ranga	N	Prosjeak ranga	N	Prosjeak ranga
18-25	51	134.12	51	95.99	51	131.25
26-30	21	103.45	21	117.17	21	88.57
31-40	75	135.23	75	116.46	75	115.02
41-50	50	117.43	50	136.21	50	120.03
51-60	34	104.15	34	155.72	34	144.10
61 and more	12	89.88	12	120.88	12	130.38
Total	243		243		243	

Kad je u pitanju procjena utjecaja sadržaja vezanog za Covid-19 koji je bio plasiran tijekom 2020. i 2021. godine (7), čak 51 % ispitanika tvrdi da je taj sadržaj u njima izazivao nemir, dok njih 28 % nije moglo jasno procijeniti, a 21 % tvrdi da ih taj sadržaj nije uznemiravao. Kod ove tvrdnje se nisu pokazale statistički značajne razlike niti vezano za spol ($U = 4919.000$, $z = -.385$, $p > 0,05$), a niti vezano za dob ($\chi^2(5) = 1.192$, $p > 0,05$). Vežano za pitanje sadržaja dostupnog u digitalnim medijima koji se odnosi na stanje u Ukrajini (10), rezultati su pokazali da 44 % sudionika smatra da ih taj sadržaj značajno uznemiruje, njih 32 % ne može jasno procijeniti, a 24 % sudionika tvrdi da ih taj sadržaj ne uznemiruje značajno. Ovdje se pokazalo da postoje statistički značajne razlike u odnosu na spol ($U = 3854.000$, $z = -2.820$, $p < 0,05$), odnosno nemir se u značajnijoj mjeri uočava kod žena (Tablica 3). Što se tiče dobi, statistički značajne razlike se ovdje nisu pokazale ($\chi^2(5) = 7.075$, $p > 0,05$). U slučaju procjene utjecaja digitalnog medijskog sadržaja na ljude u njihovoj okolini (9), čak 73 % sudionika smatra da taj sadržaj značajno uznemiruje ljude u njihovoj okolini, njih 23 % ne može jasno procijeniti, a samo 4 % sudionika smatra da sadržaj dostupan u digitalnim medijima vezan za stanje u Ukrajini ne uznemiruje ljude u njihovoj okolini. Statistički značajne razlike se ovdje

nisu pokazale niti vezano za spol ($U = 5021.500$, $z = -.155$, $p > 0,05$), a niti vezano za dob ($(\chi^2(5) = 12.637$, $p > 0,05$).

Tablica 3. Mann-Whitney U rangovi

	Spol	N	Prosjeak ranga	Suma ranga
(10) Medijski sadržaj vezan uz stanje u Ukrajini izaziva osobni nemir	Ž	185	127.17	23526.00
	M	55	98.07	5394.00
(11) Praćenje određenih digitalnih medijskih sadržaja bez obzira na posljedicu vlastite uznemirenosti	Ž	185	125.99	23308.50
	M	55	102.03	5611.50
(17) Utjecaj konstantne dostupnosti medijskih sadržaja vezano za vijesti iz zemlje i svijeta na izazivanje nemira i na donošenje odluka ljudi iz moje okoline	Ž	185	116.65	21395.00
	M	55	136.82	7525.00
(18) Osjećaj iščekivanja u zadnje dvije godine	Ž	185	126.52	23406.50
	M	55	100.25	5513.50
(20) Utjecaj trenutnog stanja u svijetu na vlastitu odluku o štednji kao boljoj opciji u odnosu na ulaganje	Ž	185	125.55	23226.00
	M	55	103.53	5694.00
(23) Pretpostavka da su željeni u činci na društvo plasiranih vijesti unaprijed definirani	Ž	185	125.18	23157.50
	M	55	104.77	5762.50

Rezultati su pokazali da se 28 % sudionika često nađe u situaciji u kojoj ih sadržaj koji prate putem digitalnih medija vezano za vijesti iz zemlje i svijeta uznemiruje, ali bez obzira na to ne mogu se oduprijeti i prestati pratiti taj sadržaj (11). Pritom, 33 % sudionika ne može jasno odrediti nalaze li se često u takvoj situaciji, dok njih 39 % smatra da mogu prestati pratiti digitalne sadržaje koji ih uznemiruju vezano za vijesti iz zemlje i svijeta. Statistički značajne razlike su se pokazale samo u odnosu na spol ($U = 4071.500$, $z = -2.315$, $p < 0,05$), dok se one nisu pokazale u odnosu na dob ($(\chi^2(5) = 6.451$, $p > 0,05$). Prema rezultatima, žene u većoj mjeri prate određene digitalne sadržaje iako ih isti uznemiruju (Tablica 3). Zanimljivo je da sudionici prate određene sadržaje iako su svjesni da im stvaraju nemir. Sudionici su procjenjivali hoće li doći do nervoze u slučaju ukidanja dostupnosti sadržaja vezanih za vijesti iz zemlje i svijeta na tri dana (12). Zanimljivo je da čak 59 % sudionika smatra da u tom slučaju ne bi bili nervozni, što može upućivati i na to da su ljudi već značajno zasićeni stalnom dostupnošću medijskih informativnih sadržaja. Ipak, 22 % sudionika ne može procijeniti bi li u tom slučaju osjećali nervozu, dok njih 19 % tvrde da bi u tom slučaju bili nervozni. Rezultati su ovdje pokazali da ne postoje značajne statističke razlike u odnosu na spol ($U = 4991.500$, $z = -.220$, $p > 0,05$), a ni u odnosu na dob ($(\chi^2(5) = 6.172$, $p > 0,05$). S druge strane, 31 % sudionika tvrdi da su nervozni u situacijama u kojima im je internet nedostupan (4), njih 35 % ne može jasno odrediti jesu li

nervozni ili ne u takvoj situaciji, dok 34 % sudionika tvrdi da nisu nervozni u takvoj situaciji. Ovdje se statistički značajne razlike nisu pokazale niti u odnosu na spol ($U = 5061.500$, $z = -.060$, $p > 0,05$), niti u odnosu na dob ($\chi^2(5) = 6.523$, $p > 0,05$).

Što se tiče (ne)povjerenja u plasirane sadržaje vezane za vijesti iz zemlje i svijeta, čak 64 % ispitanika smatra da ti sadržaji nisu u potpunosti istiniti (14), njih 32 % ne može procijeniti, dok njih 4 % smatra te sadržaje u potpunosti istinitima. Pritom, rezultati pokazuju da sudionici u većini procjenjuju da sadržaji plasirani putem digitalnih medija u koje i sami imaju povjerenja nisu u potpunosti istiniti (15), točnije to smatra 57 % sudionika, njih 35 % ne može jasno procijeniti, dok samo 8% sudionika u potpunosti vjeruje sadržajima koji se plasiraju putem medija u koje imaju povjerenja. U oba slučaja (14,15), rezultati nisu pokazali postojanje značajnih statističkih razlika niti u odnosu na spol ($U = 4668.000$, $z = -.983$, $p > 0,05$; $U = 4728.500$, $z = -.833$, $p > 0,05$), a niti u odnosu na dob ($\chi^2(5) = 5.166$, $p > 0,05$; ($\chi^2(5) = 3.805$, $p > 0,05$). Pritom 77 % sudionika smatra da se prije plasiranja određenih vijesti putem digitalnih medija već unaprijed definira kakav se učinak želi postići s tim vijestima (23). U ovom slučaju 21 % sudionika ne može jasno definirati slaganje s tim, dok njih samo 2 % smatra da to nije tako. Ovdje su se pokazale statistički značajne razlike u odnosu na spol ($U = 4222.500$, $z = -2.046$, $p < 0,05$), odnosno pokazalo se da su žene sklonije tako misliti (Tablica 3.). Razlike vezane za dob se ovdje nisu pokazale ($\chi^2(5) = 1.981$, $p > 0,05$). Po pitanju mogućnosti razlučivanja istinitih od neistinitih vijesti (21), 48 % sudionika je procijenilo da mogu napraviti tu distinkciju, njih 42 % ne može jasno procijeniti mogu li ili ne mogu, a 10 % sudionika smatra da ne može procijeniti. S druge strane, kao i ranije, kad sudionici procjenjuju druge iz svoje okoline, njih 68 % smatra da ljudi ne mogu razlučiti istinite od neistinitih vijesti koje su im dostupne putem digitalnih medija (22), njih 27 % ne može jasno procijeniti, dok samo 5 % sudionika smatra da drugi ljudi mogu razlučiti istinite od neistinitih vijesti. U oba slučaja (21, 22) se nisu pokazale značajne statističke razlike niti vezano za spol, ($U = 4994.500$, $z = -.221$, $p > 0,05$; $U = 4866.000$, $z = -.518$, $p > 0,05$), a niti vezano za dob ($\chi^2(5) = 3.962$, $p > 0,05$); ($\chi^2(5) = 6.402$, $p > 0,05$).

Kad je u pitanju procjena utjecaja digitalnih sadržaja vezanih uz vijesti iz zemlje i svijeta na ponašanje sudionika i donošenje nekih važnih odluka (16), samo 19 % sudionika smatra da digitalni sadržaji koje konzumiraju

ne mogu utjecati na njihovo ponašanje i odluke vezane uz osobne financije, ulaganja i ponašanje, pri čemu čak 44 % ne može jasno procijeniti taj utjecaj, a 37 % sudionika smatra da digitalni sadržaji imaju značajan utjecaj na njihovo ponašanje. Tu se nisu pokazale značajne statističke razlike vezane uz spol ($U = 4916.000$, $z = -.401$, $p > 0,05$), a istih nije bilo niti vezano uz dob ($(\chi^2(5) = 2.014$, $p > 0,05$). Očekivano, kad sudionici procjenjuju druge ljude iz svoje okoline, čak 55 % sudionika smatra da digitalni sadržaji utječu na donošenje različitih odluka vezanih za npr. financije, ulaganja kao i na njihova ponašanja u različitim životnim segmentima (17), 39 % sudionika ne može jasno procijeniti, dok samo 6 % sudionika smatra da navedeno ne utječe na druge u kontekstu donošenja odluka vezanih uz osobne financije, potrošnju i sl. Rezultati ($U = 4190.000$, $z = -2.121$, $p < 0,05$) su pokazali da muškarci u većoj mjeri smatraju da konstantna dostupnost medijskih sadržaja vezana za vijesti iz zemlje i svijeta utječe na donošenje raznih odluka od strane ljudi iz njihove okoline (Tablica 3). Razlike u odnosu na dob se nisu u ovom slučaju pokazale ($(\chi^2(5) = 7.054$, $p > 0,05$). S druge strane, 38 % sudionika je procijenilo da je s obzirom na trenutačne vijesti iz zemlje i svijeta bolje štedjeti novac (20) i ne ulaziti u veća ulaganja, njih 44 % ne može jasno procijeniti, dok njih 18 % se ne slaže s time da je s obzirom na trenutačne vijesti iz zemlje i svijeta bolje štedjeti i ne ulaziti u veća ulaganja. Iz navedenog je vidljivo da dostupni digitalni sadržaji ipak utječu na ponašanje sudionika i to bez obzira na opisane rezultate koji pokazuju da postoji nepovjerenje u istinitost sadržaja plasiranih putem digitalnih medija (64 %) te bez obzira na to što sudionici smatraju (77 %) da su željene reakcije na medijske sadržaje unaprijed definirane. Ovdje su se pokazale i značajne statističke razlike vezano za spol ($U = 4154.000$, $z = -2.179$, $p < 0,05$), pri čemu je vidljivo da trenutačno stanje u svijetu u značajnijoj mjeri utječe na žene (Tablica 3.), a kada je u pitanju dob, rezultati ($(\chi^2(5) = 11.065$, $p < 0,05$) također upućuju na postojanje značajnih razlika, pri čemu se najznačajniji utjecaj očituje u dobnoj skupini 51 do 60, a ono što iznenađuje je to da ih prati dobna skupina između 18 i 25 (Tablica 2.). Zabrinjavajuće je da se čak 40 % sudionika u zadnje dvije godine osjeća kao da kontinuirano nešto iščekuju, što će kad se dogodi imati značajan utjecaj na njihov život (18), pri čemu 27 % sudionika nije u mogućnosti jasno procijeniti osjećaju li takvo iščekivanje, dok se njih 33 % ne osjeća tako. Ovdje su se pokazale značajne statističke razlike vezane uz spol ($U = 3973.500$, $z = -2.522$, p

$< 0,05$), odnosno iščekivanje u značajnijoj mjeri pogađa žene (Tablica 3.). Razlike vezane uz dob se ovdje nisu pokazale ($(\chi^2(5) = 4.103, p > 0,05)$).

I na kraju, a s obzirom na svakodnevno oslanjanje na tehnologiju i život u digitalnom okruženju, sudionici su trebali procijeniti bi li se znali snaći s papirnatom auto kartom u slučaju da se nađu na nekom nepoznatom mjestu na kojem im internet nije dostupan (19). Čak 69 % sudionika smatra da ne bi imali problema s korištenjem papirnatih autokarte, odnosno da bi se mogli snaći i pronaći put uz korištenje takve karte, njih 16 % nije u potpunosti sigurno, dok ih 15 % smatra da ne bi mogli pronaći put korištenjem papirnatih autokarte. Ovdje su se u skladu s očekivanjima pokazale značajne statističke razlike u odnosu na dob ($(\chi^2(5) = 19.927, p < 0,05)$) pri čemu je vidljivo da bi se na papirnatim auto karti najbolje snašle osobe u dobi između 51 i 60 godina starosti (Tablica 2.). Razlike vezane uz spol se nisu pokazale kao značajne ($U = 4689.500, z = -.942, p > 0,05$).

Dodatno, pozitivno je što kod procjene načina komunikacije koji im osobno više odgovara (8), se samo 23 % sudionika izjasnilo da im je *online* komunikacija (npr. putem poruka Viber, WhatsApp i sl.) jednostavnija u odnosu na kontaktnu, 24 % sudionika nije moglo jasno procijeniti koji oblik komunikacije im je jednostavniji, dok ipak njih 53 % bira kontaktnu komunikaciju kao njima jednostavniji oblik komunikacije. Iako su se ovdje očekivale razlike vezane uz dob, rezultati su pokazali da ne postoje statistički značajne razlike u odnosu na dob ($(\chi^2(5) = 2.405, p > 0,05)$), a uz to niti u odnosu na spol ($U = 4918.000, z = -.386, p > 0,05$).

Zaključak

Rezultati ovog istraživanja su pokazali da svijest o utjecaju digitalnih sadržaja koji su dostupni putem digitalnih medija postoji, ali postoji i značajan prostor za stvaranje protuteže u kontekstu otvaranja mogućnosti za odupiranje određenim medijskim sadržajima i elementima koji mogu polučiti štetne utjecaje kako za čovjekovo psihičko, tako i za njegovo fizičko zdravlje. Uočene su kontradiktornosti vezane za odgovore koje sugeriraju nesvjesnost utjecaja digitalnih medija na sudionike (npr. čak 64 % sudionika smatra da sadržaj koji se plasira putem digitalnih medija nije u potpunosti istinit, ali samo njih 19 % smatra da taj sadržaj ne utječe na njihovo ponašanje – donošenje odluka i sl.). Tu se postavlja pitanje kako

nešto što sudionici smatraju neistinitim može utjecati na njihove odluke, odnosno ponašanje. Također, potreba kritičkog promišljanje u svrhu kreiranja protuteže digitalnim sadržajima se prepoznaje i s obzirom na to da sudionici prate određene sadržaje bez obzira na to što im isti izazivaju nemir. S obzirom na postotak onih koji mobilne telefone koriste prije spavanja, postavlja se pitanje svjesnosti sudionika ne samo o mogućim negativnim utjecajima na zdravlje, već i svjesnosti o tome koliko su takvim ponašanjem dostupna meta općenito za razna persuazivna djelovanja (s obzirom na intenzitet korištenja tehnologije). Zaključno, osvješćivanje u kontekstu pronalaženja protuteže u odnosu između stvarnog i digitalnog okruženja je nužno poticati kroz poticanje na kritičko promišljanje u cilju ostvarivanja mogućnosti za uzimanje u obzir šire slike digitalnog djelovanja kao i, slikovito rečeno, razbijanja nametnutih iluzija u cilju zaštite onoga što je stvarno i istinsko za svakog pojedinca.

Literatura

- Fromm, E. (1962). *S onu stranu okova iluzije*. Zagreb: Naprijed.
- Furedi, F. (2002). *Culture of Fear: Revised edition*, London: Continuum.
- Glassner, B. (2000). *The Culture of Fear*. New York City: Perseus Books Group
- Kelly, J. (2018). *The Troubling side effects of smartphones*.
<https://m.medicalxpress.com/news/2018-08-side-effects-smartphones.html> [pristup: 04.12.2022.]
- Kendra, K. (2018). *The effects of smartphones on the brain*.
<https://www.verywellmind.com/how-do-smartphones-affect-the-brain-2794892> [pristup: 04.12.2022.]
- Khazer, M. i RAther, S. A. (2019). Impact of Smartphones on Young Generation. *Library Philosophy and Practice*. 2384, 1-10.
- Kovačević, B., Ramadanović, E. (2016). Primarne emocije u hrvatskoj frazeologiji. *Rasprave Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, 42/2, 505–527.
- Lenord, J. (2015). *16 Seriously damaging side effects of your smartphone addiction*.
<https://www.naturallivingideas.com/16-seriously-damaging-side-effects-of-yoursmartphone-addiction/> [pristup: 04.12.2022.]
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. London: MIT Press.

- Markan, A. (2018). *Persuazija u komunikaciji*. Neobjavljeni završni rad. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku.
- Miliša, Z., Nikolić, G. (2013). Subliminalne poruke i tehnike u medijima. *Nova prisutnost*, 11(2), 293-312.
- Miller, Y. A. (2017). *Smartphones Negative effects: A summary of latest comprehensive Research*. <https://aish.com/smartphones-negative-effects-a-summary-of-latest-comprehensive-research/> [pristup: 04.12.2022.]
- Mount, R. (2012). *Advantages and disadvantages of smartphone technology*. <https://www.mobilecon2012.com/8-advantages-and-disadvantages-of-smartphone-technology/> [pristup: 04.12.2022.]
- Murnane E. L., Abdullah S., Matthews M., Kay M., Kientz J. A., Choudhury T., Gay G., Cosley D. (2016). Mobile Manifestations of Alertness: Connecting Biological Rhythms with Patterns of Smartphone App Use. *MobileHCI*, 465-477.
- Peper, E., Harvey, R. (2018). Digital Addiction: Increased Loneliness, Anxiety, and Depression. *NeuroRegulation*, 5(1), 3-8.
- Reardon, K. K. (1998). *Interpersonalna komunikacija: Gdje se misli susreću*. Zagreb: Alinea.
- Rutović, Ž. (2021). Medijska prodaja straha (COVID 19 – INFODEMIJA – SOCIOLOGIJA PROMJENE). In *Medias Res: časopis filozofije medija*, 10 (19) 3009 – 3020.
- Sioshansi, F. P. (2019). *Consumer, prosumer, prosumer: How service innovations will disrupt the utility business 360 model*. Cambridge, Massachusetts: Academic Press.
- Škrljac, T. (2020). *Širenje kulture straha u hrvatskim online medijima*. Neobjavljen diplomski rad. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu.
- Tugerul Korucu, A. i Alkan, A. (2011). Differences between m-learning (mobile learning) and e-learning, basic terminology and usage of m-learning in education. *Social and Behavioral Sciences*, 15, 1925–1930.
- Vujić, J. (2021). Simulacija kolektivne tjeskobe i medijske fobo-strategije politike Straha. In *Medias Res: časopis filozofije medija*, 10 (19), 3033 – 3042.
- Witte, K., Meyer G. i Martell, D. (2001). *Effective Health Risk Messages: A Step-by-Step Guide*. London: SAGE Publications, Inc.

THE POWER OF THE MEDIA THROUGH TODAY'S MEDIA ILLUSION – PERSUASION AND MANAGEMENT THROUGH ARTIFICIALLY CREATED FEARS

Abstract

The media content that digital technologies have introduced into the everyday life of modern society is often considered one of the greatest benefits of this era. Large amounts of media content are being imposed on today's people, without taking into account that the human mind as such is not designed to absorb so much information, and that the so-called information forest can have significant negative effects both on individuals and on society as a whole. Through this work, we aim to emphasize that there is no counterbalance in society to the media content that is delivered daily to almost everyone through digital technologies.

In particular, the work emphasizes the power of persuasion and the power of action with artificially created and media mediated fear of today's society. Considering the global events of the last two years (from February 2020 to February 2022), we wanted to review the situation in the Republic of Croatia in terms of experiencing the influence of the media on people's behavior, so we conducted a short survey. Among other things, we wanted to check the extent to which people depend on the media, how aware they are of the power of persuasion as well as the power of artificially created fear. It was also aimed to show that even if people are aware of the negative effects of certain media content, they still consume it. In addition, the entire work is paralleled with the work of Erich Fromm „Beyond the Chains of Illusion“ in such a way that the content of the work is interpreted in today's circumstances in order to raise awareness of the need to emphasize individual critical thinking, which is recognized as one of the most powerful tools that people can use in today's information forest to ensure their well-being.

Keywords: Artificially created fear, digital technologies, media content, modern society, persuasion

Katarina Horvat¹⁹
 Julia Perić²⁰
 Marija Završki²¹

JEZIK MOĆI U NEVERBALNOJ KOMUNIKACIJI

Pregledni rad
<https://doi.org/10.59014/RCSZ5190>

Sažetak

Ljudska bića komuniciraju na različite načine, a kada je riječ o interpersonalnom (međuljudskom odnosu), istraživanja pokazuju da je neverbalna razina komunikacije glavna dimenzija percepcije dojma komunikacijske poruke. Ljudi će prije uočiti neverbalne signale i njima će dati određeno značenje ovisno o društvenoj situaciji, ranije uspostavljenim hijerarhijskim ili drugim odnosima između osoba.

Budući da se ljudski odnosi na interpersonalnoj razini komunikacije često ogledaju kroz poziciju moći, odnosno dominacije i submisivnosti, tim obilježjima karaktera pripadaju određena ponašanja koja detektiramo kao agresivna ili dominantna te pasivna ili submisivna. Takva ponašanja usvajamo od uzora i modela kojima smo okruženi od najranije dobi, a neka će istraživanja potvrditi da su određene geste i ponašanja urođena. Iako neke geste vezane uz neverbalnu komunikaciju imaju različito značenje u pojedinim kulturama, istraživanja pokazuju da određene gestikulacije i facijalne ekspresije interpretiramo univerzalno, odnosno sva ljudska bića interpretiraju određena ponašanja (geste, mimiku) kao sugestiju određenih karakteristika u vezi s tim ponašanjem te tako uspostavljamo i kreiramo odnose. Ovim radom istražiti će se percepcija neverbalnih znakova uopćenih u čovjekovu ponašanju koji upućuju na moć i dominaciju, s polazištem da postoje neverbalni znakovi koji sugeriraju moć ili dominaciju koji se očituju kroz određene geste te čovjekovo kretanje u prostoru.

Ključne riječi: dominacija, govor tijela, interpersonalna komunikacija, moć, neverbalna komunikacija

19 HORKA komunikacije d.o.o., katarina.horvat@horka.hr

20 Ekonomski fakultet u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, julia.peric@efos.hr

21 Slavonska televizija d.o.o., zavrskim@gmail.com

Uvod

Neverbalna komunikacija proučava tijelo kao sustav znakova koji imaju svoje značenje, ovisno o kontekstu u kojem se odvija komunikacijski proces. Ljudsko tijelo šalje određene poruke o percepciji situacije u kojoj se nalazi, a koje se manifestiraju kroz ponašanje. Ponašanje je rezultat emocionalnog stanja i taj proces objektivizacije unutarnjeg stanja kroz tjelesno iskazivanje univerzalan je za sva ljudska bića, a do tih zaključaka došli su pioniri istraživanja u području neverbalne komunikacije kao što su Morris, Birdwhistell i Friesen. Neverbalna komunikacija je područje znanosti koje se značajno počinje razvijati 60-ih godina prošlog stoljeća naovamo, a brojnim je istraživanjima u fokusu upravo interpretacija različitih signala, odnosno pokreta koje čovjek koristi radi uspostavljanja dinamike odnosa. Ponašanje kao takvo skup je podsvjesnih i svjesnih poruka koje se oslikavaju kroz interakciju međuljudskog odnosa; a svim se ponašanjima pripisuje određeni društveni i socijalni kontekst kako bi se moglo odrediti značenje tih neverbalnih signala.

Ljudi grade hijerarhijske odnose prema uspostavljenim mentalnim kategorijama kojima pripisuju određeni rang; a te su mentalne reprezentacije utemeljene na odnosu između tijela i vanjskih čimbenika. Kako bismo mogli uspostaviti odnose, temeljimo ih kroz linearne kategorije, a odnos između njih je hijerarhijski (Schubert, 2020). U tom odnosu se uglavnom ogleđamo kroz pozicije odnosa moći i nemoći, odnosno dominacije i submisivnosti. Kontekstualna značajka interpersonalne komunikacije ključan je preduvjet za interpretaciju određenih ponašanja. Ovaj rad upućuje na karakteristike neverbalne komunikacije koja se odnose na ponašanja koja sugeriraju moć ili dominaciju, a oslikavaju kroz polaritet dominantan – submisivan. Istovremeno, neodvojiva su od interpretacije kroz hijerarhijsku strukturu interpersonalnih odnosa.

Razvoj proučavanja neverbalne komunikacije

Emocionalna stanja uvijek se prenose kroz ponašanja ljudskog tijela, stoga je nemoguće ne interpretirati tuđa emocionalna stanja u svakodnevnoj interakciji (Ekman, 2007). Čovjek je oduvijek komunicirao tijelom; gestama, mimikom, ekspresijom i prostorom u kojemu djeluje, stoga ne

čudi i da je neverbalna komunikacija područje koje se proučava tisućljećima, iako je tek u 20. stoljeću krenulo aktivno znanstveno proučavanje neverbalne komunikacije. Zajednički okvir teoretičarima u proučavanju neverbalne komunikacije jest tumačenje signala koje čovjek šalje određenim ponašanjem te koja je njihova uloga u komunikacijskom procesu. Postoje i raniji doprinosi čak i u antičkoj Grčkoj i Rimu; Kvintilijanovo djelo *Institutio Oratoria* donosi važne podatke o gestama (Knapp i Hall, 2010). Prvi je akademski rad o toj temi objavljen u 17. stoljeću, a sve do 20. stoljeća ovo područje istraživanja nije bilo u fokusu, iako su njegove osnovne postavke ostale nepromijenjene. U modernoj znanosti su sociolozi, antropolozi i drugi autori proučavali povezanost geste i osjećaja (Boyes, 2009). Jedno od najutjecajnijih djela, na koje se referiraju brojni suvremeni autori, Darwinovo *Izražavanje emocija kod čovjeka i životinja* datira iz 1872. godine, dok se *Tjelesna građa i karakter* E. Krethschmera, *Varijacije u ljudskoj tjelesnoj građi* W.H. Sheldona te *Geste i okolina* D. Efrona smatraju najznačajnijim djelima prve polovice 20. stoljeća (Knapp i Hall, 2010). Birdwhistellov *Uvod u kineziku* iz 1952. i Hallov *Nijemi govor* iz 1959. postavili su nove nazive pokretima (kinezika) i korištenju prostora (proksemika). Iako su geste proučavane kao dio ponašanja određenih dijelova ljudskog tijela, tek je Desmond Morris definirao gestu kao „svaku radnju koja odašilje vizualni signal promatraču i prenosi neki djelić informacije“ (Borg, 2009). Postoji još niz teoretičara koji su od 50-ih godina prošlog stoljeća pridonijeli značajno razvoju proučavanja neverbalne komunikacije, a istaknut ćemo razdoblje koje je započelo plodnim 70-im godinama kada su značajne tragove ostavili Friesen, Ellsworth, Ekman i Mehrabian (Knapp i Hall, 2010). Pitanje moći u međuljudskim odnosima kroz prizmu neverbalne komunikacije u području neverbalne komunikacije posebno nailazi na interes kroz feminističku teoriju koja uokviruje ove teme u odnos muško – žensko. Dominantna ponašanja i njihove karakteristike te razlike između muškaraca i žena popularna su tema istraživanja od 80-ih godina.

Područje istraživanja neverbalne komunikacije

Iako razvoj osobnih i profesionalnih odnosa ovisi o našoj sposobnosti komuniciranja, često zaboravljamo da su upravo neverbalni znakovi puno glasniji i upečatljiviji od verbalne komunikacije. Neverbalna razina

komunikacije dominantna je razina prenošenja poruke u interpersonalnom odnosu. Istraživanje koje je sedamdesetih godina prošlog stoljeća proveo A. Mehrabian pokazalo je da je više od 90% značenja u interpersonalnoj komunikaciji proizlazi iz neverbalne komunikacije pri čemu se neverbalna komunikacija dijeli na glasovni dio (paragovorne značajke) i na govor tijela (Borg, 2009; Boyes, 2009; Pease, 2002). Značenje poruke u komunikaciji kroz interpersonalnu razinu interpretiramo u sljedećem odnosu: 55% kroz govor tijela, 38% značenja proizlazi iz govora, odnosno načina na koji se izgovaraju riječi, a 7% značenja dolazi iz samih riječi (Navarro, 2008; Leinert Novosel, 2015).

Neverbalna komunikacija je neodvojiva od cjelokupnog komunikacijskog procesa, a podrazumijeva sve ono što nije rečeno sadržajem: odjeću, držanje tijela, izražaj lica, pogled, pokrete šake, ruku i nogu, tjelesnu napetost, prostornu razdaljinu, dodir, glas (ton, brzinu, modulaciju) (Borg, 2009,14). Knapp i Hall (2010) smatraju da je to komunikacija koja se ostvaruje nekim drugim sredstvima mimo riječi.

Leinert Novosel (2015) smatra da se neverbalnim ponašanjem prati verbalni govor, izražava značenje odnosa, stavova, emocija i poruka te upućuje na koji način treba uzeti u obzir ono što se priopćuje verbalnim putem. Knapp i Hall (2010,7) navode kako se u svim istraživanjima neverbalne komunikacije potrebno usredotočiti na tri primarne jedinice: „okolinske strukture i uvjete u kojima se komunikacija odigrava, fizičke karakteristike samih pojedinaca koji komuniciraju i različita ponašanja koja ti pojedinci manifestiraju.“ Neverbalna komunikacija je važan dio međuljudske komunikacije jer su neke od njenih glavnih funkcija: izražavanje emocija, izražavanje odnosa prema drugima (jedna od kategorija istraživanja je i odnos dominacija/submisivnost), predstavljanje sebe drugima te praćenje govora radi reguliranja slijeda govorenja ili reakcije (Argyle, 1988, prema Knapp, Hall, 2010).

Elementi koje istražujemo ovim radom dijelom se odnose na kineziku, odnosno proučavanje pokreta udova tijela. Kinezika se dijeli na pet područja: ilustratori, simboli, pokazivači afekta, adaptori i regulatori (Borg, 2009), a u iskazivanju odnosa moći koriste se sve navedene kategorije. Navedene kinezičke kategorije razlikuju se po načinu oblikovanja neverbalnog znaka i kontekstu u kojemu se odvijaju, a povezane su s emocionalnim stanjem pojedinca. Leinert Novosel (2015) izostavlja simbole kao gestovne

znakove, dok uključuje ostale 4 kategorije. S njom se slaže i Driver (2012) koja geste smatra puntuacijama koje činimo u govoru, odnosno one daju interpretativni kontekst sadržaju kojega prenosimo. Geste mogu imati različita značenja u kulturama, kao što su: pljesak, kimanje glavom gore dolje-lijevo desno, pokazivanje kažiprstom, društveni osmijeh, itd., o čemu pišu Kirsch (1979) i Borg (2009). Gesta ne postoji sama za sebe kao znak, ona je uvijek u odnosu s drugim elementima komunikacije (Kirsch, 1979). Pansini (1990) navodi da je gesta jedan od komplementarnih jezika zajedničkog univerzalnog prostornog jezika. Proučavajući govor tijela moguće je čitati emocionalna stanja ili uspostaviti dinamiku u odnosu, stoga istražujemo elemente moći kroz dimenziju neverbalne komunikacije u interpersonalnom odnosu.

Istraživanje elemenata moći kroz neverbalnu komunikaciju u interpersonalnom odnosu

Kvalitativna metodologija kojom se koristimo u ovom radu je pregled literature koja proučava ljudske odnose moći kroz neverbalnu komunikaciju. U analizu i interpretaciju neverbalne komunikacije, općenito govoreći, uključujemo geste, pokrete tijela (udova, ruku, glave, stopala i nogu), držanje tijela, nabiranje čela i nagnjanje glave, povijanje ramena te pokrete očiju (usmjeravanje i trajanje pogleda, treptanje i širenje zjenica (Knapp, Hall, 2010).

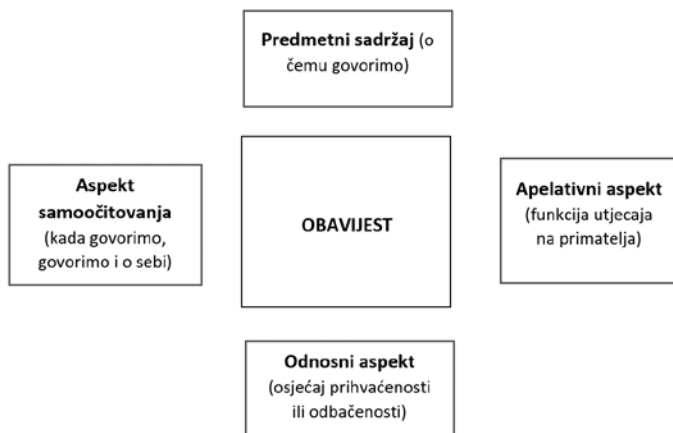
Nemoguće je zamisliti svijet i sustav ljudskih odnosa bez odnosa moći koji se najčešće ogledaju kroz interpersonalne odnose, stoga ćemo istražiti ponašanja, odnosno neverbalne činove kojima pripisujemo attribute „dominantan“, „jak“, „moćan“, „višeg statusa“ itd. Prema Schubertu (2020), mentalne reprezentacije percepcije fizičkih elemenata druge osobe (kao što su veličina, zrelost, mišićavost, visina, glasnoća i neku drugi znakovi), djeluju kao mentalni prečac i osobu svrstavaju u neku od tih kategorija. Dunbar (2015) navodi da se dominacija i moć komuniciraju kroz: a) kinetički pokret (facijalnu ekspresiju, geste, držanje tijela i pokret; b) kroz pristup većem osobnom prostoru i višem statusnom teritoriju; c) kroz korištenje haptičkih pokreta, posebice kroz iniciranje dodira i ne-recipročno dodirivanje druge osobe; d) glasovnim značajkama kao što su glasnoća,

prekidanje druge osobe u govoru, korištenje pauze, e) kroz vizualne elemente kao što su odjeća i drugi znakovi koji komuniciraju status.

Autori Knapp i Hall (2010) pišu o složenosti pojma moć, dominantnost i status, a koji se odnose na slojevitost društvenih interakcija i odnosa. Primjerice, vođa može imati status, ali ne i moć, a druga osoba može imati moć (u društvenoj situaciji ili skupini u kojoj se nalazi zbog svoje razine stručnosti može imati značajan utjecaj), ali ne i status. Dominantnost se može promatrati i kao osobina ličnosti, a i u interpretaciji pojma neki istraživači tvrde da je svaki agresivan čin dominantan, dok je za druge dominantno ponašanje popraćeno jasnim podčinjavanjem druge osobe (Knapp, Hall, 2010).

Morris (1979) opisuje pokazivanje statusa kao demonstriranje određenog nivoa dominacije (nadmoći nad drugima), a koja je u današnjem modernom društvu sve suptilnija i prepređenija radnja; posebice jer je mnogo karakteristika višeg statusa/položaja društveno konstruirano ili subjektivno; odnosno zasnivaju se isključivo na onome što te same osobe odaberu kao elemente *visokog nivoa*.

Izazov u komunikacijskom odnosu koji značajno narušava komunikacijski proces jest *odnosna razina* poruke. Jedan od komunikacijskih ciljeva na razini *odnosne razine* poruke, kako navodi Schulz von Thunn (2006) opisujući komunikacijski kvadrat, je povezati se sa sugovornikom; to jest, stvoriti odnos u kojemu se sugovornik osjeća prihvaćenim ili odbačenim. Thunnov model komunikacijskog kvadrata ističe da postoji 4 grupe problema koje proces međuljudske komunikacije rasvjetljuju s 4 strane (*Slika 1.*).



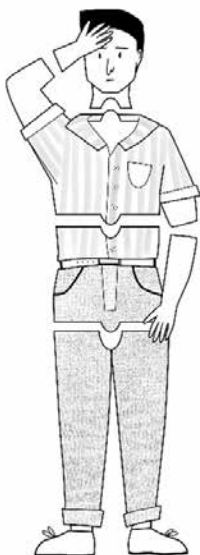
Slika 1. Komunikacijski kvadrat F. Schulz von Thunna (2006)

U odnosu dominantan-submisivan, potonji sugovornik se osjeća odbačenim jer nije na istoj percipiranoj razini odnosa, odnosno njegov je prostor za djelovanje smanjen, njegove vrijednosti ili utjecaj nisu prepoznati. Postoje čimbenici koji proizlaze iz komunikacijskih načela, a koji djeluju na povećanje utjecaja komunikatora, kao što je visoki status (titule, položaj, važnost radnog mjesta ili funkcija). Također, toj percipiranoj razini pridodaje i činjenica da više vjerujemo osobama koje dobro izgledaju, nose uniformu, koji su uspješni, privlačni, te onima koji su slični nama i ljudima iz vlastite grupe (Leinert Novosel, 2015). Odnos moći u interpersonalnom odnosu ne možemo izbjeći zato što imamo iskonski nagon za očuvanjem svoga bića i svoga teritorija, stoga je naše tijelo *kodirano* kako se ponašati u određenim društvenim situacijama i na toj razini prepoznaje potencijalne opasnosti (Morris, 1979).

Klaster znakova kao preduvjet za određivanje značenja neverbalnih signala

Ljudsko tijelo treba promatrati kao sustav znakova, odnosno kao cjelinu sastavljenu od dijelova koji imaju svoje značenje. U interpretaciji tih znakova ne treba donijeti zaključak o tome što osoba osjeća ili u kojem se emocionalnom stanju nalazi promatrajući samo jedan signal ili ponašanje/pokret. Kongruentnost znakova tijela je sustavan pristup promatranju i

interpretaciji ljudskog ponašanja koje se odigrava u nekoj određenoj društvenoj situaciji (Leinert Novosel, 2015). Za potrebe ovog rada izdvojeni su dijelovi ljudskog tijela i kretnje za koje su ranija istraživanja potvrdila da simboliziraju moć ili dominaciju – no, to nipošto ne treba shvatiti kao pravilo koje vrijedi u svakom primijenjenom promatranom slučaju; jer svaka kretnja i signal dobivaju značenje tek onda kada upoznamo kontekst. U interpretaciji ljudskog ponašanja koje simbolizira moć (a posebice detektirajući određene geste ili facijalne ekspresije), treba imati u vidu i pojam *metasignal*, odnosno „znak koji mijenja značenje svih ostalih radnji koje se pri tome vrše“ (Morris, 1979, 272). To znači da će nam možda jedan signal biti dominantan kada promatramo ljudsko tijelo, a neki manji će dati drugo značenje; npr. osobe izgledaju kao da su u napadu (tuku se), ali ako pogledamo njihova lica, vidimo smiješak – taj smiješak je *metasignal* koji mijenja značenje samog čina tuče; jer oni mogu simulirati tučnjavu kroz tjelesne pokrete, no njihova lica odaju stvarno značenje odnosa. Stoga je važno ljudsko tijelo promatrati kao cjelinu znakova u određenom kontekstu u kojemu se ponašanje događa. *Slika 2* prikazuje područja tijela koja interpretiramo i zasebno i kao cjeloviti sustav znakova u kongruentnoj interpretaciji, odnosno kao klaster znakova.



*Slika 2. Ljudsko tijelo kao skup (klaster) znakova.
Izvor: izrada autora*

Signali moći ili superiornosti u neverbalnoj komunikaciji

Signali moći su kategorija kojoj treba pristupiti oprezno, vodeći računa da se u interpretaciji uzme u obzir kontekst u kojemu se čin izvodi. Mehrabian (1971) u kontekstu analize moći i dominacije navodi da je riječ o metafori u korištenju ovih izraza, jer takva ponašanja zapravo upućuju na pitanje društvenog statusa.

Analiza neverbalne komunikacije se često provlači kroz dvije dimenzije; zbližavanje (horizontalna dimenzija komunikacije) ili dominaciju (vertikalna dimenzija komunikacije). Primjerice, kada je osobi stalo da pokaže svoju snagu i vrijednost, govorimo o vertikalnoj dimenziji komunikacije (Bales, 1970, prema Leinert Novosel, 2015). Pojedini autori čak smatraju da je većina muškaraca motivirana vertikalno, a da su žene motivirane horizontalno, odnosno da teže zbližavanju, a ne pokazivanju nadmoći (Gray, 1996, Tannen, 1998, Wood, 2001, prema Leinert Novosel, 2015).

Odnosno, žene češće komuniciraju s niže statusne pozicije, sklone su prepoznavanju neverbalnog ponašanja kao povratne informacije na vlastito ponašanje, dok muškarci češće koriste neverbalne simbole karakteristične za viši status i skloniji su neverbalne akcije pripisati drugima. Da u interpersonalnom odnosu žene koriste manje dominantna ponašanja koja su posljedica socijalnih konstrukata mikroprocesa svakodnevne komunikacije, navode i autorice Davis i Weitz (1981). Primjerice, češće koriste osmijeh u socijalno neutralnim situacijama. Knapp i Hall (2010) navode niz istraživanja o odnosu muškarac – žena, a koja pokazuju rezultate u korist superiornosti muškaraca u neverbalnoj komunikaciji koja uključuje gledanje, skretanje pogleda, zauzimanje prostora i slično.

Prema Mehrabianu (1971), ponašanje osoba višeg statusa u prisustvu drugih ogleđa se kroz asimetrične pozicije trupa i udova, na primjer prekrizene noge, ruke u asimetričnom položaju, nagnut trup. Općenito zaključujući, riječ je ponašnjima koja procjenjujemo kao opuštene, a u zapadnoj je kulturi češće „opušteno“ ponašanje uočeno kod muškaraca nego kod žena.

Leinert Novosel (2015) dodaje da se potreba za dominacijom pokazuje zauzimanjem većeg prostora, dodirivanjem bez dopuštenja, većom slobodom kretanja, ozbiljnim izrazom lica, gledanjem „odozgo“, dominacijom govorne scene, sporijim govorom, dubljim glasom, prekidanjem izlaganja drugih, i općenito iniciranjem početka i završetka interakcije

U sljedećem dijelu razmotrit ćemo signale moći koji su dio neverbalne ljudske komunikacije, a odnose se na: facijalne ekspresije, duljinu pogleda, kretanje i položaje ruku, dlanova i nogu, položaj tijela (nagib) te na teritorijalnost.

Facijalne ekspresije i duljina pogleda

Najviše neverbalnih poruka prenosi se izražajem lica, a sve kulture svijeta prepoznaju 6 univerzalnih ljudskih emocija: sreću/radost, tugu, iznenađenje, gnušanje/gađenje, strah, ljutnju/srdžba (Driver, 2012; Knapp, Hall, 2010; Ekman, 2007; Borg, 2009; Boyes, 2002). Sredinom 19. stoljeća Darwin je u *Izražavanju emocija i čovjeka i životinja* postavio temelje interesa za facijalne ekspresije (Knapp, Hall, 2010). Dalje su područje istraživanja facijalnih ekspresija razvijali P. Ekman, W.Friesen i C. Izard, a većina suvremenih istraživanja bazira svoje spoznaje upravo na njihovim

spoznajama. Izard je istraživala ekspresije novorođenčadi, a Ekman i Friesen su razvili sustav pod nazivom Facial Action Coding System (FACS) koji kategorizira dijelove lica, odnosno mišiće koji su uključeni u određenu ekspresiju (Knapp, Hall, 2010). Upravo se ovaj sustav koristi i u suvremenim istraživanjima o facijalnim ekspresijama. Sociološka dimenzija znakovitosti facijalnih ekspresija tema je mnogih istraživanja, a jedno od njih, koje se odnosi na pozicije moći, pokazalo je da su muškarci imali više pozitivnih (facijalnih) reakcija na slušanje zapovijedi od muškarca nego od žene (Butlerova i Geisova, 1990 prema Knapp i Hall, 2010).

Pogled

Uzajamno pogledavanje uglavnom pokazuje prirodu odnosa između dva sugovornika u komunikacijskom procesu. Pogled je komunikacijski kanal koji otkriva mnogo informacija: svidanje, interes, manjak pozornosti, sram, otvorenost i slično. Autoritativan govornik koristi više općeg kontakta s publikom i gleda sve uključene u interakciju (Boyes, 2009). Prema istoj autorici, moćni ljudi znatno više od ostalih gledaju druge ljude dok govore.

Kontakt očima pomaže utemeljenju pozitivne interakcije, no dužina kontakta očima može utvrditi pozicije u tom odnosu. Borg (2009) navodi da je u odnosu dominantan – podređen uočeno da dominantna osoba više vremena posvećuje gledanju u sugovornika dok govori nego dok sluša. Istraživanje koje je proveo Kalma 1992. godine pokazuje da vođa u grupi od 3 muška člana kontrolira tijekom razgovora tako da na kraju svoje izjave usmjerava dugotrajni pogled prema nekome, kao da poziva tu osobu da preuzme ulogu/nastavi razgovor. Odnosno, vođe ne zadržavaju ulogu govornika, nego određuju kada će i tko preuzeti tu ulogu (Kalma, 1992 prema Knapp i Hall, 2010).

Omjer vizualne dominantnosti, odnosno količine gledanja u drugu osobu dok govorimo i slušamo, pokazuje da ljudi višega statusa ili dominantnosti pokazuju podjednaku količinu gledanja dok govore i slušaju, dok ljudi *nižega statusa* mnogo više gledaju dok slušaju nego dok govore (Knapp i Hall, 2010). Možda je moguće izvući zaključak da je mala količina pogledavanja osobe višega statusa povezana s manjom potrebom nadziranja ponašanja druge osobe, kao što je možda veća potreba osobe nižeg statusa

da promatra osobu nasuprot njoj. Neki istraživači (Exline, Ellyson i Long, 1975; Ellyson, Dovidio i Fehr, 1981, prema Knapp i Hall, 2010) su uočili da je relativna moć ili jakost pojedinca dodijeljena više onim pojedincima koji su pogledavali više za vrijeme govorenja nego onima koji su pogledavali više tijekom slušanja. Morris (1979, 187) te znakove superiornosti pripisuje kategoriji uvredljivih znakova: „Najočigledniji primjer je zabacivanje glave, kombinirano s poluotvorenim očima, što je i stvorilo popularnu frazu ‘gleda me s visoka’“.

Korištenje udova: ruke, dlanovi, noge i stopala

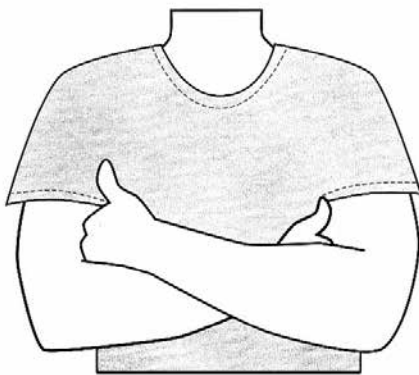
Iako je fokus u interpersonalnoj komunikaciji uglavnom na području lica, čovjek svoja emocionalna stanja znakovito pokazuje i kroz udove, odnosno ruke i noge, uključujući i kretanje dlanova i stopala; ranije smo spomenuli zajednički naziv – geste. „Geste su pokreti tijela (ili nekog njegova dijela) čija je zadaća prenijeti ideju, nakanu ili osjećaj“ navode Knapp i Hall (2010, 229). Geste koje spominjemo u ovom radu usmjerene su na interaktivnu dimenziju između govornika i sugovornika, za razliku od kategorija gesti koje su fokusirane na sadržaj govornikova monologa. Geste nam pomažu regulirati tijek interakcije, zamjenjuju govor ili ga slikovito pojačavaju.

Ruke u prekrštenom položaju imaju moć stvaranja zaštitne barijere između ljudi i bliskije komunikacije (Borg, 2009). Iako će čovjeku bolje poslušiti predmet kao zaštita od bliskijeg kontakta, primjerice stol, govornica, itd., vlastiti prenosivi mehanizam su naše ruke koje nam služe kao barijera u trenucima nelagode/neslaganja/tjeskobe.

Ruke na potiljku mogu imati negativno interpretativno značenje jer mogu simbolizirati podcjenjivanje ili prijetnju osobi s kojom osoba komunicira (Leinert Novosel, 2015). Ruke iznad glave općenito predstavljaju znak samopouzdanja, moći, ali i agresije ako se u isto vrijeme odvija i neko drugo ponašanje koje upućuje na navedena stanja, npr: stisnute usnice, povišen ton glasa, samopouzdan osmijeh, usmjeren pogled, itd.

Ruke u džepovima mogu imati različite interpretacije i uglavnom se ova poza promatra kao nesigurna ili submisivna, no položaj palca simbolizira moć, individualnost i samopouzdanje ako se on nalazi s vanjske strane, odnosno nije sakriven u džepu (Driver, 2012). Palac koji se nalazi istaknut

od ostalih prstiju u pozi koju bismo inače ocijenili kao zatvoren govor tijela, daje drugi kontekst tom ponašanju. Pease (2002) tvrdi da se palčevima iskazuje nadmoć, pa čak i nasilnost, a takva je gesta uobičajena i među ljudima visokog statusa i prestiža. Još je jedna pozicija s podignutim palcem istaknuta kao pozicija moći – prekrižene ruke na prsima i podignut palac (*Slika 3*).



Slika 3. Položaj prekriženih ruku s podignutim palčevima.
Izvor: izrada autora

Postoje određene geste rukama koje gledamo često u profesijama kao što je politika, obrazovanje ili visoki menadžment. Jedna od njih je spajanje prstiju ispred sebe (ruke postavljene u šiljak), što je znak samopouzdanja. Šiljak s rukama ispred osobe kombiniran s adekvatnim riječima i drugim gestama, stvara snažnu poruku o sigurnosti u sebe (Driver, 2012; Pease, 2002;). Prema istim autorima, ta gesta komunicira i moć, integritet i autoritet. Ova poza može biti i naučena, no dobar će komunikator prepoznati kada je ona prirodno ponašanje u okruženju, odnosno kada je usklađena s verbalnim i paragovornim značenjem, a kada je korištena kao znak za pojačavanje dojma. Najčešće u potonjoj situaciji osoba ostavlja dojam superiornosti.

Ruke u košarkaškom položaju, odnosno u položaju u kojemu izgleda kao da držite košarkašku loptu ispred sebe, znače predanost, čvrstinu i sigurnost (Driver, 2012). Ta poza koristi se često u političkim govorima

i drugim javnim nastupima gdje osoba simultano pokreće ruke kako bi pokazala sigurnost (Španjol Marković, 2008).

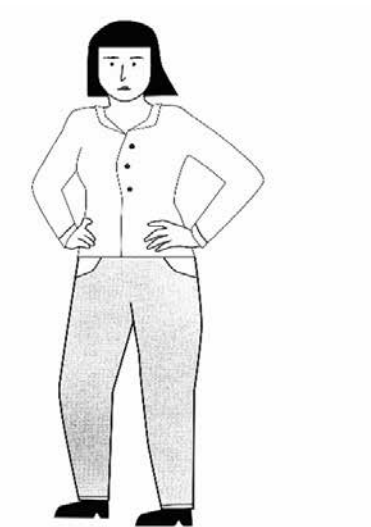
Prsti u položaju pištolja ispred lica jedan su od najagresivnijih znakova koje činimo rukama u neverbalnoj komunikaciji. Ova pozicija može djelovati previše nadmeno ili kontrolirajuće (Driver, 2012).

Morris (1979) ističe kako ruke i dlanovi mogu biti interpretirani i kao znakovi prijetnje. Prema autoru, podignuta ruka, zamah rukom ili zgrčena šaka predstavljaju *pokrete namjere* (radnje koje počnu ali se ne završe), zamahivanje rukom sa stisnutom šakom, trzanje rukom, gesta uvrtanja vratom ili davljenja te simbol podignutog kažiprsta predstavljaju *vakuumske geste* (radnje se vrše do kraja, ali bez kontakta s neprijateljem), a pokret usmjeren ka nekoj površini, a često i prema samom sebi predstavlja *preusmjerenu gestu* (napad je izvršen do kraja, ali ne s tijelom 'žrtve').

Dlan okrenut prema dolje u rukovanju moćna je gesta za negiranje ili neutraliziranje drugih (Driver, 2012; Pease, 2002). Osoba tako jasno želi dati do znanja da je dominantnija u odnosu na drugu osobu. Boyes (2009) dodaje da dominantnija osoba može povući drugu osobu prema sebi i dotaknuti njezin zglob ili lakat lijevom rukom (onom koja nije u rukovanju). Onaj tko pruža ruku drugome na većoj udaljenosti i u blizini onog drugog, dominantan je jer sebi povećava prostor, a drugome smanjuje (Leinert Novosel, 2015).

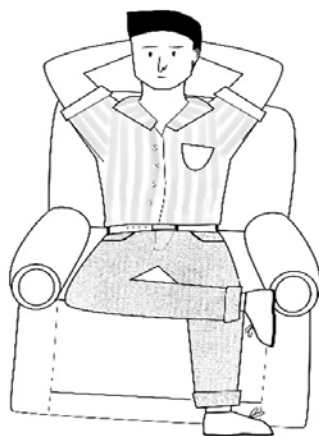
Tri najranjivija područja na ljudskom tijelu u neverbalnoj komunikaciji su udubina na vratu, pupak i intimni dijelovi (Driver, 2012; Navarro, 2008). Uopćeno je pravilo da kada osoba otvori sva tri dijela, izgleda pristupačno i samouvjereno. Ruke u položaju iza leđa su znak samopouzdanja jer otkrivaju najosjetljivije dijelove tijela (Driver, 2012; Pease, 2002).

Jedna od najlakše prepoznatljivih poza koja djeluje moćno i šalje poruku da je osoba spremna krenuti naprijed i signalizira samopouzdanje je držanje obje ruke na bokovima, tzv. „poza Supermana“ (Driver, 2012). Pease (2002) navodi kako ovu kretnju koriste osobe u nazočnosti svog osoblja ili drugih podčinjenih, ali ne i u nazočnosti svojih nadređenih. Dodaje i da muškarci često posežu za tom kretnjom u nazočnosti žena da bi pokazali dominantan stav. Isti stav osobe mogu interpretirati kao znak prijetnje ili srdžbe (Leinert Novosel, 2015). Navarro (2008) ponašanje s rukama na bokovima i palčevima koji gledaju otraga promatra kao način pokazivanja teritorijalne nadmoći i odašiljanja autoritarne slike (*Slika 4*).



*Slika 4. Položaj s rukama na bokovima.
Izvor: izrada autora*

Osoba koja se osjeća superiornije kreće se slobodnije, širi ruke i noge u svim smjerovima; zapravo zauzima svoj prostor za djelovanje (više o teritorijalnosti bit će riječi kasnije). Jedna od znakovitih poza superiornosti koja uključuje i ruke i noge, ali i zauzimanje prostora, jest pozicija gdje su ruke na potiljku, a jedna noga je prebačena tako da gležanj počiva na koljenu druge noge. (Borg, 2009) tu poziciju interpretira kao izuzetno superiornu. Pease (2002) tu kretnju opisuje kao *sve-ja-to-znam* pozu. U poslovnom svijetu naići ćemo na ovakve primjere onda kada pojedinac želi iskazati svoju moćnu poziciju (*Slika 5*).



Slika 5. Položaj superiornosti s podignutim rukama i prebačenom nogom. Izvor: izrada autora

Ruke na koljenima su pokazatelj namjere, stoga ako se ova pozicija događa simultano s naginjanjem torza naprijed i pomicanjem donjeg tijela prema rubu stolice, posebice ako dolaze od pojedincu nadređenih osoba, vrijeme je da se završi interakcija (Navarro, 2008).

Kada su u pitanju noge, teorija pokazuje kako ih nešto teže kontrolirati jer su dalje od centra živčanog sustava (mozga), stoga su „iskrenije“ nego gornji dio tijela. To potvrđuju i Morris (1985) i Navarro (2008), koji se slažu u tome da su naša stopala iskrenija nego bilo koji drugi dio našeg tijela. Čovjek je više fokusiran na facijalne ekspresije i kretanje rukama, stoga mu manje pozornosti odlazi na svijest o poziciji vlastitih nogu, a isto tako je i teže pratiti tuđe kretanje nogu jer su ispod razine normalnog pogleda. Raširene noge simboliziraju opuštenost i sigurnost (Leinert Novosel, 2015; Borg, 2009) iako širenje nogu, odnosno raskorak može biti i dobar pokazatelj dominacije jer se nesvjesno pokušava zadobiti više teritorija (Navarro, 2008). S druge strane, prema Borgu (2009, 145) „prekrižene noge nerijetko tvore dio klastera u kombinaciji s rukama i signaliziraju negativne ili obrambene stavove“. Općenito, noge i stopala služe kao pokazatelj namjere ili stava. Stopala se zakreću u smjeru osobe koja nas zanima, prema predmetu ili objektu koji nam je u fokusu ili se zakreću prema smjeru u kojemu želimo ići.

Proksemija i teritorijalnost

U prethodnom su poglavlju navedeni primjeri neverbalne komunikacije koji upućuju na pozicioniranje udova. Ta se ponašanja povezuju i s pojmom teritorijalnosti, odnosno upravljanja prostorom jer komuniciraju jezik prostora. Teritorijalni otisak jedan je od najstarijih pokazatelja dominacije kroz ljudsko ponašanje, a danas je prilagođen društvenim situacijama u kojima se nalazimo; bilo da zauzimamo više prostora sjedeći, stajući, ili nadgledajući druge kako obavljaju svoj posao (Navarro, 2008). Događaj i govor su korespondentni, zato komunikacija, odnosno „jezik“ sporazumijevanja nastaje i djeluje u prostoru (Pansini, 1990). Prostor je preduvjet za događaj, vrijeme i govor – odnosno, kontekst u kojemu se odvija komunikacijskih proces.

Teritorijalnost je važan pokazatelj dominacije. Mehrabian (1971) je ustanovio da je zauzimanje prostora znak osoba višeg statusa; a korijen takvog ponašanja dogodio se tijekom ljudske evolucije. Driver (2012) tvrdi da se *saginjemo* kada smo nervozni, a *uspravljamo* kada se osjećamo sigurnijima. Dakle, ako smo sigurniji, nerijetko smo i dominantniji, a rezultat toga je neverbalno zauzimanje većeg prostora što se ponekad ogleda u gornjim ekstremitetima (rukama), ponekad u donjim (nogama), a ponekada i u klasteru tih elemenata.

E. Hall je 60-ih godina 20 stoljeća uveo pojam proksemije ili blizine, a koji se odnosi na kategorije osobnog prostora koji okružuju osobu. Hall je opisao 5 zona nevidljivog prostora koje okružuju osobu, a svaka zona predstavlja blizinu do koje vam se osoba može približiti ovisno o društvenoj situaciji u kojoj se nalazite (Leinert Novosel, 2015; Borg, 2009; Pease, 2002). Zone su podijeljene na vrlo intimnu (0 – 15 cm) intimnu (15 – 45 cm), osobnu (45 cm – 1,2 m), društvenu (1,2 – 3,5 m) i javnu (više od 3,5 m) (Borg, 2009). Kada je riječ o dominantnom ponašanju, osoba će nerijetko ući u prostor intimne ili osobne zone (15- 45 cm), iako ona ne pripada tamo po društvenoj ulozi. Istraživanja su pokazala da osobe višega statusa iziskuju više osobnoga prostora i teritorija, tvrde Knapp i Hall, 2010.

Uspostavljanje teritorijalnih odnosa ključno je za međuljudske odnose, a Morris (1979) ih dijeli na 3 vrste: plemenski/grupni teritorij, obiteljski i osobni. Zaključuje da je pojedinac koji ulazi u drugi osobni teritorij bez

dozvole domaćina dominantniji, no ipak, nagon domaćina za pružanjem otpora stvara strah kod „napadača“.

Boyes (2009) tvrdi da moćne osobe koriste prostor oko sebe da naglase svoju vlast nad teritorijem, dok će podložnije osobe svoje tijelo umanjiti, udove uvući i činiti sitne geste. Teritorijalnost pomaže pri reguliranju interakcije s drugima, a čini se da ljudi koji su snažniji i dominantni imaju kontrolu nad većim teritorijem (Knapp i Hall, 2010). Na pojam proksemije/proksemike nadovezuje se i prostorno raspoređivanje odnosno, raspored sjedenja, poznatije kao ekologija male grupe (Sommer, 1967). Budući da naše ponašanje pri sjedenju nije slučajno niti nasumično, u kategoriji dominacije, primjerice, ustanovljeno je da osoba koja sjedi na čelu stola, a druga sa strane, upućuje na neravnopravniji status nego kada sjede jedna do druge ili obje na krajevima stola (Russo, 1967 prema Knapp i Hall, 2010). Teritorij zapravo znači moć (Knapp i Hall, 2002).

Nagib/naklon tijela

Držanje tijela (postura), tjelesna je reakcija na emocionalno stanje, no proces je i obrnut – određeno držanje tijela može proizvesti i emocionalne reakcije (Ciolacu, 2014). Držanje tijela u proučavanju teritorijalnosti ima važnu ulogu, ovisno o tome kako se držimo, jesmo li uspravljeni ili nagnuti i ako smo nagnuti – u kojem smjeru. Naklon tijela kroz povijest je značio način uspostavljanja odnosa podčinjenoga prema nadređenome (Pease, 2002). U današnjem modernom društvu klasičan naklon nije primjenjiv u većini slučajeva, no možemo primijetiti uspravno držanje kod osoba koje su dominantnije, a blago sagibanje kod onih koje su submisivnije u tom odnosu. Istraživanja donose različite rezultate jer se dominacija i submisivnost iskazuju različito u različitim društvenim situacijama. Tako su primjerice Kudoh i Matsumoto zaključili da je glavni čimbenik dominacije spram submisivnosti izbacivanje prsa, nagninjanje nazad, u suprotnosti sa spuštanjem glave i skupljanjem tijela (Grammer i sur, 2004). Međutim, dokazano je i da ista ponašanja u drugačijim društvenim situacijama imaju drugo značenje, ovisno o kontekstu i drugim komunikacijskim čimbenicima, tako da rezultati istraživanja daju kontradiktorne rezultate (Grammer i dr, 2004). Osobe koje imaju interes jedna prema drugoj i koje dijele slična razmišljanja, nagnut će torzo jedna prema drugoj; no kada dođe do

promjene razmišljanja/emocionalnog stanja, osoba se odmiče u gornjem dijelu tijela od sugovornika (Navarro, 2008). Međutim, odvratanje torza na stolici znak je ugođe, no kad se razgovara o ozbiljnim temama, okretanje torza znak je teritorijalne dominacije (Navarro, 2008).

No, je li moguće samo vizualnim dojmom promijeniti strukturu odnosa moći između pojedinaca? Ovim pitanjem bavili su se istraživači koji su došli do zaključka da razlike u iskazivanju moći s ekspanzivnim položajima tijela između pojedinaca nisu povezane s promjenama u ponašanju pojedinaca u vizualnoj dominaciji. „Može se zaključiti da u odnosima u kojima je društvena hijerarhija moći već uspostavljena, korištenje poza moći ne pomaže povećanju moći pojedinca koji zauzima stav“ (Jamnik, Žvelc, 2018, 228).

Taktilna komunikacija

Dodir je jedan od najprimitivnijih oblika komunikacije, no njegova količina i vrsta značajno ovisi o spolu, dobi, situaciji i odnosu uključenih strana. Hall je kroz svoja istraživanja zaključio da postoje kulture koje odobravaju dodir i kulture koje ga ne odobravaju, stoga je za interpretaciju dodira vrlo važno isti smjestiti u kulturni, društveni i sociološki kontekst (Knapp i Hall, 2010). Prema Sekerdej i sur. (2018), dodir može značiti razinu intimnosti, bliskost, hijerarhiju; može predstavljati formalni ili neformalni odnos, status i hijerarhiju. Istraživanje koje su proveli isti autori (2018) pokazalo je se osoba koja prva inicira dodir u hijerarhijskom odnosu, smatra dominantnom.

Kada je riječ o odnosu dominantan – submisivan, i raniji autori tvrde da se u zapadnoeuropskoj kulturi između dvoje ljudi različitog društvenog statusa, osoba koja prva dodiruje drugu smatra dominantnom ili ima viši status (Knapp i Hall, 2010; Boyes, 2009;).

Zamjenske aktivnosti

Zamjenske aktivnosti su radnje koje činimo kako bismo mogli u trenucima tjeskobe ili nervoze „utješili“ sami sebe, odnosno pružiti si podršku kroz manje pokrete poput češkanja po glavi, potezanja ušne rese, vrpoljenja

u stolici, tupkanja nogom (stopalom), dodirivanja odjeće, naočala, kose. Iako je prirodno da činimo ove pokrete u svakodnevnim situacijama, karakteristične su i za situacije bilo koje vrste unutarnjeg konflikta, tegobe ili frustracije (Borg, 2009). Ove aktivnosti mogu biti usmjerene prema vanjskim elementima kao što su odjeća, cigareta, stol, stolica, itd, ali i prema nama samima, odnosno prema našem tijelu. Prvi se nazivaju objektni adaptori, a drugi samoadaptori ili samoutješne geste (Borg, 2009). Kada je riječ o samoadaptorima, oni se još nazivaju i „manipulatori“ ili „pacifikatori“, a uključuju trljanje dlanova, trganje nokata, trljanje ruku, stavljanje šaka u džepove i sl. (Driver, 2012). Knapp i Hall (2010) ova ponašanja nazivaju još i *adapterima* i *nervoznim manirizmima*. Na neki način te nam geste daju podršku kada prolazimo stresne situacije. Moriss (1979) iste geste naziva autokontaktним ponašanjem koji predstavlja prisnost sa samim sobom u svrhu stvaranja ugodnosti. Osobe koje imaju visoko samopouzdanje i osjećaju se moćnima u pravilu neće koristiti ova ponašanja jer ona signaliziraju nervozu ili slabost – ona su jasnije izražena kod osoba koje se ne osjećaju ili ne predstavljaju moćnima/dominantnima. Kod osoba koje nisu u poziciji sigurnosti ili dominacije, uočene su aktivnosti: podupiranje čeljusti, podupiranje brade, diranje kose, podupiranje lica, doticanje usta, podupiranje sljepoočnice (Borg, 2009).

Zaključak

Čovjekova potreba za komunikacijom strategija je ponašanja kojom zadovoljavamo niz drugih potreba i nemoguće je, u odnosu s drugim ljudima, ne komunicirati. Komunikacija je sve što nas okružuje, a čovjek komunicira riječima (sadržajem), glasom (paragovornim značajkama) te govorom tijela. Jezik moći dio je proučavanja ljudske neverbalne komunikacije, a odnosi se na određene ekspresije, geste i ponašanja koje čovjek koristi kako bi se pozicionirao u odnosu dominantan-submisivan. Dokazano je da postoje elementi u ljudskom ponašanju koji upućuju na moć ili dominaciju, a koji se interpretiraju ovisno o kontekstu situacije u kojemu se ta ponašanja odvijaju. Ljudsko tijelo skup je znakova, stoga u interpretaciji znakova moći treba biti oprezan pri dodjeli značenja jer se nekada značenje može promijeniti, ovisno o sociokulturnom kontekstu u kojem se izvodi.

Znakovi moći u neverbalnoj komunikaciji (oni koji se odnose na fizičke elemente ljudskog tijela) uglavnom se zasnivaju na čvrstom stavu i pogledu, pozama ruku i nogu koje zauzimaju prostor, odnosno, šire se u prostoru, te smjeru i duljini pogleda. Ovim radom istaknuti su načini ponašanja kojima se pripisuje status moći te potencijalne probleme s kojima se možemo susresti u interpretaciji jezika moći u cilju prepoznavanja istih u različitim životnim situacijama kako bismo mogli unaprijediti određeni komunikacijski odnos. Ako smo pozorni promatrači ljudskog ponašanja, možemo uočiti signale koji upućuju na određena emocionalna stanja, ali i ne samo to – nego i prepoznati odnose u kojima smo svakodnevno kako bismo mogli razjasniti neke komunikacijske odnose, bolje ih razumjeti ili ih čak poboljšati.

Literatura

Knjige i poglavlja u knjigama

- Borg, J. (2009). *Govor tijela*. Zagreb: Veble commerce
- Boyes, C. (2009). *Jezik tijela*. Zagreb: Kigen d.o.o.
- Dunbar, Norah E. (2015). *Power and Dominance in Nonverbal Communication*. U: Charles E. Berger i dr. (ur.), *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication*, 1st edition. Wiley-Blackwell. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781118540190.wbeic146> [pristup: 6.12.2022.]
- Driver, J. (2012). *Odajete se više no što mislite*. Zagreb: Itp Škorpion.
- Ekman, P. (2007). *Emotions revealed: Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life*, Second edition. New York: Henry Holt and Company
- Knapp, M. L., Hall, J. A. (2010). *Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji*. Jastrebarsko: Naklada Slap
- Leinert Novosel, S. (2015). *Komunikacijski kompas*, 2. prošireno izdanje. Zagreb: Plejada d.o.o.
- Mehrabian, A. (1971). *Silent Messages*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company, Inc.
- Morris, D. (1979). *Otkrivanje čovjeka*, Beograd: Izdavački zavod Jugoslavija
- Navarro, J. Karllins, M. (2008). *What Every Body is Saying*. New York: Harper & Collins

- Pease, A. (2002). *Govor tijela: Kako misli drugih ljudi pročitati iz njihovih kretnji*. Zagreb: AGM.
- Schulz von Thun, F. (2006). *Kako međusobno razgovaramo: Smetnje i razjašnjenja, Opća psihologija komunikacije*. Zagreb: Erudita d.o.o.
- Španjol Marković, M. (2008). *Moć uvjeravanja: Govorništvo za menadžere*. Zagreb: Profil International d.o.o.

Članci u časopisima

- Ciolacu, M.V. (2014). *Facial Expressions and Non Verbal Communication*. Procedia – Social and Behavioral Sciences, Vol. 127, 878 – 882. URL: <https://booksc.org/book/23564776/ef92bc> [pristup: 25.11.2022.]
- Grammer K., Fink, B., Oberzaucher E., Atzmüller, M., Blantar I., Mitteroecker, P. (2004). The Representation of Self Reported Affect in Body Posture and Body Posture Simulation, *Collegium antropologicum*, Vol. 28 – Supplement 2 No. 2, 159–173. URL: <https://hrcak.srce.hr/clanak/44059> [pristup: 2.9.2022.]
- Jamnik, J., Žvelc, G. (2018). *The Embodiment Of Power And Visual Dominance Behaviour*, Interdisciplinary Description of Complex Systems: INDECS, 15(4), 228-241. URL: <https://hrcak.srce.hr/clanak/282559> [pristup:18.8.2022.]
- Kirsch, Max S. (1979). *Non-Verbal Communication Across Cultures*, The Modern Language Journal Vol. 63, Iss. 8. URL: <https://booksc.org/book/21361343/1deac8>
- Pansini, M. (1990). *Jezik geste u gramatici prostora*, Govor, Vol. 7 No. 2. URL: <https://hrcak.srce.hr/clanak/260005> [pristup:26.11.2022.]
- Sekerdej, M., Simão, C., Waldzus, S., Brito, R. (2018). *Keeping in Touch with Context: Non-verbal Behavior as a Manifestation of Communalities and Dominance*, Journal of Nonverbal Behavior. Vol 42. URL: <https://booksc.org/book/69844909/c1d61e> [pristup:26.11.2022.]
- Sommer, R. (1967). Small group ecology. Psychological Bulletin, 67(2), 145–152. URL:<https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2Fh0024201>[pristup: 25.8.2022.]
- Schubert, Thomas W. (2020). *Grounding of frank: embodiment, space, and magnitude*, Current Opinion in Psychology 2020, 33:222–226. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X19301770> [pristup:3.12.2022.]

THE LANGUAGE OF POWER IN NON-VERBAL COMMUNICATION

Abstract

Human beings communicate in different ways, and when it comes to interpersonal relationships, research shows that the non-verbal level of communication is the main dimension of perception of the impression of a communication message. People are more likely to notice non-verbal signals and give them a certain meaning depending on the social situation, previously established hierarchical or other relationships between people.

Since human relationships at the interpersonal level of communication are often reflected through a position of power, i.e. dominance and submissiveness, certain behaviors that we detect as aggressive or dominant and passive or submissive, belong to these character traits. We adopt these behaviors from role models and models we are surrounded by from an early age, and some research will confirm that certain gestures and behaviors are innate. Although some gestures related to non-verbal communication have different meanings in certain cultures, research shows that we interpret certain gestures and facial expressions universally. That is, all human beings interpret certain behaviors (gestures, facial expressions) as a suggestion of certain characteristics related to that behavior, and in this way we establish and create relationships. This paper will investigate the perception of non-verbal signs common in human behavior that indicate power and dominance, with the starting point that there are non-verbal signs that suggest power or dominance, which are manifested through certain gestures and territoriality.

Keywords: non-verbal communication, body language, power, dominance, interpersonal communication

*Marin Seles*²²
*Tanja Hercog*²³
*Andrea Sudarević*²⁴

ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U POPULARIZACIJI KULTURNIH SADRŽAJA I USLUGA

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/YTMI5758>

Sažetak

U posljednjem desetljeću ekspanzija korištenja društvenih mreža uvelike je promijenila informacijske tijekove koji su do tada bili poznati. Snaga i način isporuke sadržaja na društvenim mrežama utjecali su prvenstveno na raznolikost i količinu sadržaja gdje kvantiteta često nije popraćena kvalitetom. Odluka da gotovo sve industrije ili djelatnosti budu prisutne na društvenim mrežama nije zaobišla ni kulturne institucije, ustanove, udruge i druge poslovne subjekte iz područja kulture. Potonji su dobili novu platformu koja može poslužiti popularizaciji kulturnih sadržaja, približavanju trenutačnim i potencijalnim korisnicima te kreiranju zanimljivih marketinških sadržaja pomoću različitih digitalnih alata. Kroz istraživanje provedeno među njihovim voditeljicama / voditeljima, ispitano je na koji su način društvene mreže utjecale na njihovo poslovanje, koje su prednosti i mane te kakav je utjecaj na količinu publike. Usporedno je istraženo koliku su ulogu društvene mreže imale kod publike pri donošenju odluke hoće li posjetiti ili konzumirati određeni kulturni sadržaj. U istraživanju su obuhvaćene poslovne jedinice i publika s područja makroregionalnih središta Osijeka, Zagreba, Rijeke i Splita. Pravilno korištenje društvenih mreža može biti legitiman kanal za promidžbu, edukaciju i komunikaciju s publikom i odluka da ih se koristi u poslovanju više nije stvar izbora nego potrebe. Uz pomoć rezultata istraživanja oblikovan je model stručnjaka / stručnjakinje za upravljanje na društvenim mrežama.

Ključne riječi: društvene mreže, kulturne ustanove, marketing, popularizacija, stručnjak / stručnjakinja, upravljanje

22 Pučko otvoreno učilište Osijek, rvnatelj@pucko-uciliste.hr

23 Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek, thercog@gskos.hr

24 Gradska i sveučilišna knjižnica Osijek, andreas@gskos.hr

Uvod – društvene mreže kao medij koji se ne može ignorirati

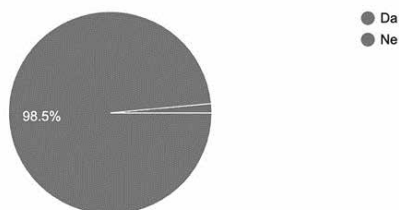
Digitalno doba donijelo je ekspanziju društvenih mreža koje zasigurno u određenim kontekstima imaju pozitivan utjecaj. Mogućnosti su koje one nude brojne što se potvrđuje i na mrežnom izdanju Hrvatske enciklopedije gdje se navodi da „mrežne stranice (servisi) za društveno umrežavanje, tzv. društvene mreže, omogućuju korisnicima samostalno stvaranje korisničkih profila, nude raznovrsne sadržaje, od sklapanja prijateljstava i međusobne komunikacije, pregledavanja videa i fotografija, do mrežnoga trgovanja“. (Hrvatska enciklopedija mrežno izdanje, 2022.)

Kreiranjem svog profila na društvenim mrežama, korisnik postaje dio određene ciljane skupine osobama koje se bave marketingom. Jer, upravo je u gore navedenoj definiciji izostavljena nova, bitna uloga društvenih mreža, a to je marketing i oglašavanje. U početku društvene mreže jesu služile isključivo za komunikaciju između nekih skupina ljudi, a danas su se postale snažan marketinški kanal. Iako su se one pojavile prije gotovo dva desetljeća, tek prošlo desetljeće svjedočilo je razvoju složenih, raznolikih i intenziviranih interakcija između tvrtki i njihovih kupaca kroz korištenje društvenih medija. Nove informacijske i komunikacijske tehnologije mijenjaju teorijske paradigme i profesije, komunikaciju i poslovanje, a društvene mreže postaju moćan alat za promociju i interakciju s (potencijalnim) korisnicima. Digitalni mediji nisu samo uveli nove platforme za komunikaciju već su promijenili i korisnike i njihov način primanja informacija. Način upravljanja društvenim mrežama postaje jedna zasebna grana marketinga, što potvrđuju i autori rada (Li, Larimo, Leonidou, 2021) o marketinškim strategijama na društvenim mrežama koji naglašavaju da korištenje društvenih medija dobiva sve veću važnost kao dio portfelja strategija poduzeća, oskudna istraživanja sustavno su konsolidirala i proširila znanje o marketinškim strategijama na društvenim mrežama.

Pojavom društvenih mreža marketinška komunikacija postala je „osobnija“, pristupačnija, brža i jeftinija. Također, korisnici sami biraju kada će i koliko dugo konzumirati određeni sadržaj. Zato je bitno strategijski i promišljeno djelovati na društvenim mrežama kako se ne bi stvorio kontraefekt, otuđivanja ljudi od određene ustanove ili događanja. Tvrtke koriste društvene mreže kao važan alat za utjecanje na stavove i ponašanje potrošača. Utjecaj se očituje u zajednicama / stranicama brendova temeljenih

na društvenim mrežama tako što članovi zajednice imaju kontrolu nad otkrivanjem, proizvodnjom, dijeljenjem i distribucijom informacija i zato što širenje njihovih iskustava i mišljenja u formatu elektroničke usmene predaje oblikuje mišljenje o tvrtki, proizvodu i usluzi (Chen, Chen, 2016).

402 responses

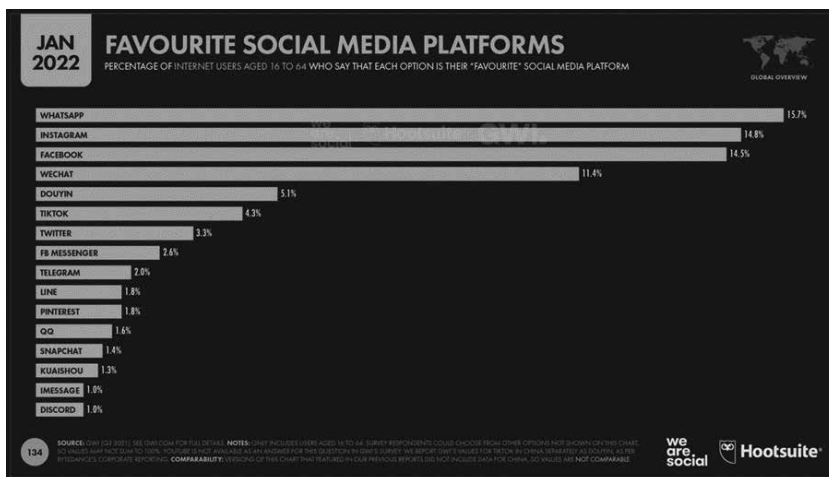


Grafički prikaz 1. Koristite li društvene mreže?

Izvor: izradili autori rada

Kroz anketni upitnik u radu su ispitani stavovi o ulozi društvenih mreža u popularizaciji društvenih mreža i usluga, a ispitane su osnovne stvari poput pitanja koriste li uopće društvene mreže. Iz gore priloženog grafičkog prikaza, vidljivo je da od 402 ispitanika, njih 98,5% koristi društvene mreže što je značajan podatak kada se govori o tome treba li biti prisutan na društvenim mrežama.

Umjetničke i kulturne institucije najčešće još uvijek nemaju posebne marketinške odjele, specijalizirane ljude ni strategije pomoću kojih bi se uspostavila kvalitetna marketinška komunikacija i veza s publikom. Njihove marketinške aktivnosti osim ekonomskog cilja (povećanje tržišta kulturnih proizvoda) imaju možda čak i bitniju svrhu, a to je pomoć pri razvoju kulturnih potreba i navika stanovništva (kulturni cilj). Glavni zadatak menadžera u domeni kulturnog marketinga je rad na prikazivanju i populariziranju kulturnih vrijednosti i umjetničkih ostvarenja, te poticanja kontakta ljudi s umjetnošću i umjetničkim djelima (Dragičević – Šešić, Stojković, 2013, 181).



*Grafički prikaz 2. Korištenje društvenih mreža u svijetu
 Izvor: Datareportal, 2022.*

Na gore navedenom prikazu vidljivo je i koje su društvene mreže najzastupljenije, što može biti smjernica osobama koje upravljaju društvenim mrežama gdje svoje kampanje plasirati. Dok, prema istraživanju Al Jazeera iz studenog 2021. godine, u toj godini 42 posto svjetske populacije – ili 3,2 milijarde ljudi – koristi društvene mreže. Facebook je i dalje najviše korištena društvena mreža sa 2.7 milijardi aktivnih korisnika, slijede ga YouTube s dva i Instagram s njih milijardu te LinkedIn s preko 700 milijuna, Pinterest s oko 400 milijuna, Snapchat s više od 250 milijuna te Twitter s gotovo 200 milijuna dnevno aktivnih korisnika (Henić, 2021).

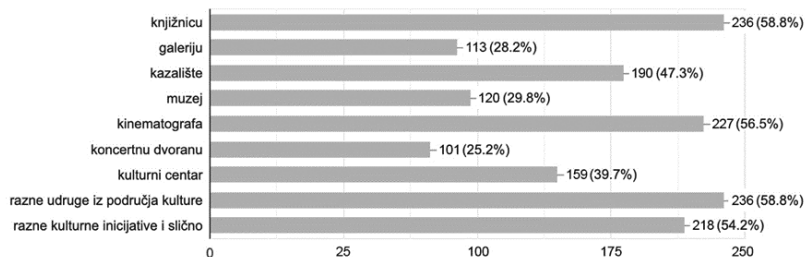
Ukupna populacija Republike Hrvatske u siječnju 2022. iznosila je 4,07 milijuna prema popisu iz 2021. godine (Službene stranice Državnog zavoda za statistiku, 2022), a prosječna dob 44.8. Ustanovljeno je da 3,34 milijuna stanovnika koristi internet, a od toga njih 2,90 milijuna aktivni su korisnici društvenih mreža.

Prema objavljenim podacima Facebook je početkom 2022. godine u Hrvatskoj imao 1,75 milijuna korisnika, YouTube 2,90 milijuna, Instagram 1,45, LinkedIn 730 tisuća, Snapchat 555 tisuća korisnika a Twitter 188,9 tisuća (Datareportal, 2022.)

Svi ovi podatci upućuju na potrebu korištenja društvenih mreža kao alata za komunikaciju s korisnicima usluga. Sadržaj koji se generira može biti

privlačan i može imati ulogu mijenjanja percepcije. Kao što je vidljivo u grafičkom prikazu u nastavku, ispitanici u velikoj mjeri prate rad poslovnih jedinica iz područja kulture, a one imaju zadatak svakodnevno raditi na održavanju i poboljšanju kvalitete sadržaja kako bi postigli još veću zainteresiranost.

Na društvenim mrežama pratim sljedeće kulturne ustanove / tvrtke (moguće je zaokružiti više odgovora):



*Grafički prikaz 3. Na društvenim mrežama pratim sljedeće kulturne ustanove / tvrtke
Izvor: izradili autori rada*

Stavljanjem grafikona u uvod rada istaknuti su općeniti podaci koji mogu poslužiti za bolju percepciju sadržaja i teme koja je istraživana.

Digitalne tehnologije u produkciji i diseminaciji umjetnosti

„Kultura u Europi ima posebno značenje te je u tom smislu i Europska komisija 2004. godine identificirala potrebu za definiranjem i mapiranjem kulturnih djelatnosti u kontekstu Lisabonske strategije koja ekonomski rast u Europi temelji na ekonomiji znanja i kreativnosti“. (Novotny, 2015, 70). Ulaganje u kulturu aktivno raste što tvrde i autori rada o kulturi kao pokretaču razvoja društva, gdje pišu da po uzoru na druge države članice EU i u Hrvatskoj je osjetan i vidan značajan rast ulaganja u kulturu i kulturalne događaje. Uspoređujući ulaganja u kulturu zadnjih pet godina, razdoblja od 2016. do 2020. godine, evidentan je rast financijskih sredstava izdvojen upravo u proračun Ministarstva kulture (Glavaš, Seleš, Horniš – Dmitrović, 2022). Ulaganjem u kulturu otvaraju se mogućnosti

i ulaganja kulturnih institucija u promoviranje svojih usluga i proizvoda na nove tehnologije, konkretno na društvene mreže. Stav koji je na nekim razinama prisutan da su kulturne institucije ugrožene pojavom novih medija ne mora nužno biti opravdan. Kako u mnogim znanostima ili znanstvenim disciplinama, i u promociji je potrebno prilagoditi novim potrebama ciljane publike.

Usporedno s razvojem tehnologije, društvenih mreža, povećanjem broja korisnika i širenjem potencijalnog tržišta, razvijaju se i digitalni alati koji pomažu u kreiranju sadržaja koji tako pomažu u produkciji i diseminaciji umjetnosti. *Online* platforme postale su sve važnije sredstvo komunikacije (Sheth, 2022). Za kreiranje sadržaja na društvenim mrežama, a koji se kasnije mogu aplicirati na njima različitim, postoje alati za obradu fotografija, izradu kolaža fotografija, snimanje i obradu raznih video zapisa, vektorske grafike i slično. Najvažnije je naglasiti, da sve društvene mreže imaju i svoje aplikacije koje su dostupne za mobilne uređaje i one kao takve uvelike olakšavaju posao.

Kada se govori o tome što ti alati trebaju imati, najčešće je to mogućnost podržavanja i integracije društvenih mreža. Važna je jednostavnost korištenja i činjenica da ne trebate uložiti puno vremena u učenje kako se koristi. Prema web stranici Website planet (Website planet, 2022), istaknut je angažman, tj. mogućnost praćenja i odgovaranja na sadržaj izravno s platforme. Aplikacije moraju imati mogućnost jednostavnog dijeljenja sadržaja i mogućnost planiranog objavljivanja sadržaja na društvenim mrežama. Kako bi se lakše razumjelo na koji način sadržaj objave funkcionira i kako dijeliti informacije s drugima, potrebno je imati dobre analize i izvještaje. Ako se radi s timom, potrebno je biti u stanju učinkovito surađivati i komunicirati kako bi se zadaci uspješno obavljali. Važna stavka pri donošenju odluka je ta da je alat koji se nudi besplatan ili ima besplatnu probnu inačicu, tako da ih je moguće lako testirati i donijeti odluku o korištenju. Neki od najpopularnijih aplikacije koje pomažu pri kreiranju sadržaja su: za upravljanje timovima – Socialplot; za video sadržaje – Ripl; alati za praćenje spominjanja na društvenim mrežama – Social Mention i Mediatoolkit; za kreiranje vektorskih grafika – Canva.

Prednosti korištenja društvenih mreža u poslovanju

„Promjene publike nastale pod utjecajem digitaliziranih medija razmatraju se ne više kao promjena koncepta od pasivne prema aktivnoj publici, nego prije svega kao promjena od aktivne prema interaktivnoj publici. U komunikacijskim znanostima koncept interaktivne publike počiva na pretpostavci aktivnog korištenja i kreativnog sudjelovanja u javnoj komunikaciji. (Zgrabljic Rotar, 2020, 29)

U posljednjem desetljeću kroz kibernetički prostor pojavila se inicijativa za uređivanje informacija u organizacijskoj fazi. (Huda, 2022). Kulturne institucije korištenjem društvenih mreža mogu ostvariti bolju komunikaciju i interakciju s publikom ali i svoje aktivnosti i usluge učiniti vidljivijima. Klikom na „svidi mi se“ ili „podijeli“ vidljivost postaje puno veća i može privući poglede (potencijalnih) korisnika koji inače ne bi pregledavali ili pretraživali informacije o pojedinim kulturnim događanjima. Time je smanjen jaz između institucije i korisnika. Prethodno su posjetitelji kulturnih institucija mogli samo promatrati i cijeniti umjetnost, danas u njoj mogu sudjelovati komentirajući, dijeleći slike ili nešto slično, putem društvene mreže. Kako bi to moglo biti ostvarivo institucije moraju raditi na dizajnu, sadržaju i obliku. Jasno je da publika više nije samo korisnik, nego i sudionik. Može, primjerice, sudjelovati u izgradnji muzejske izložbe, prijedlogu nabave novih knjiga u knjižnici, s prijedlozima izvođača za neke koncerte i slično. Osim interakcije s korisnicima ostvariva je i suradnja s kulturnim ustanovama međusobno.

Uloga tehnologije u društvu pokazuje neraskidivost odnosa koji vežu tehnologiju, društvo i pojedinca, što je vidljivo u identificiranju brojnih kulturnih promjena uzrokovanih korištenjem informacijskih tehnologija (IT). Tehnologija nije samo sam stroj već je cijeli skup odnosa između ljudskih bića, alata i polja znanja (Combi, 2016). Važna značajka antropološke teorije omogućuje da definiramo kulturu kao skup komunikacijskih činova, a komunikacija je ono što grupama i pojedincima omogućuje predstavljanje sebe i interakciju sa svijetom kroz norme i vrijednosti.

Nove tehnologije mijenjaju prostor, vrijeme, odnose i tipove komunikacije koji i dalje koegzistiraju s drugim područjima znanja svojstvenima kulturi. Različiti tempo razvoja različitih društava u svijetu preplavile su nove inovacije, koja su moguće neke zatekli nesvjesnim. No, što je veća svijest o

životu u globalnom svijetu, to je napornije pružati otpor kako bi se obranio određeni lokalni identitet ili metode rada.

Društvene mreže dio su globalnih trendova i njihova pravilna uporaba može pozitivno utjecati na poslovanje. S obzirom na ogromnu potencijalnu publiku koja provodi mnogo sati dnevno koristeći društvene mreže na raznim platformama, nije iznenađujuće da su trgovci, ali i razni PR stručnjaci prihvatili društvene medije kao marketinški kanal (Appel i sur., 2020).

Istraživanje

Za potrebe pisanja rada, napravljeno je istraživanje putem anketnog upitnika. Upitnik je tehničko sredstvo, instrument za provođenje ankete, odnosno za prikupljanje podataka, a sastoji se od niza pitanja u vezi s predmetom i ciljem istraživanja na koja se traži odgovor (Kukić, Markić, 2006). Nakon postupka logičkog i formalnog ispitivanja valjanosti prikupljenih podataka kreirana je baza podataka u programskom softveru SPSS²⁵ u kojoj se nalazi 402 ispitanika. Većina pitanja u upitniku mjerena su „zatvorenim“ odgovorima s ponuđenim modalitetima pet stupnjevana Likertove ljestvice²⁶ (modaliteti su stupnjevani od „uopće se ne slažem“ do „u potpunosti se slažem“).

U skladu s planom istraživanja i teorijskim okvirom anketni upitnici su slani putem Google forme na mnogobrojne e-mail adrese, hiperveza se dijelila putem društvenih mreža i privatnih poruka. Cilj je bio prikupiti što više odgovora ispitanika s fokusom na četiri centralne lokacije prikupljanja podataka: makroregionalna središta Osijek, Zagreb, Rijeka te Split. Lokacije su izabrane zbog najvećeg broja poslovnih subjekata iz područja kulture, ali i zbog činjenice da njima gravitira najviše stanovništva s različitim stavovima.

Podatci su prikupljeni od travnja do svibnja 2022. godine.

25 SPSS Statistics (Statistical Package for Social Studies) je u svjetskom mjerilu najpristupačnije statističko programsko rješenje koje koriste komercijalne, vladine i akademske ustanove u rješavanju poslovnih i istraživačkih problema.

26 Likertova ljestvica, vrsta najčešće primjenjivane ljestvice za mjerenje stavova. Razvoj i primjenu ljestvice razradio je 1932. Renis Likert.

Demografska struktura ispitanika

Ukupan uzorak anonimne ankete „Uloga društvenih mreža u popularizaciji kulturnih sadržaja i usluga“ čini 402 ispitanika. Anketa je provedena nad ispitanicima iz makroregionalnih središta Osijeka, Zagreba, Rijeke i Splita. Većina ispitanika, točnije 327 ili 81,3 % ispitanika iz regije Osijeka, 36 ili 8,2 % ispitanika je iz regije Splita, 33 ili 8,2 % ispitanika je iz regija Zagreba, te 6 ili 1,5 % ispitanika je regije Rijeke. U istraživanju je sudjelovalo 71,4 % ili 287 ispitanika koji su se izjasnili ženskog roda, dok se njih 28,6 % ili 115 ispitanika koji su se izjasnili da su muškog roda. Odgovarajući na pitanje koje se odnosilo na stručnu spremu ispitanika, najveći je broj (192, 47,8 %) izjavio da posjeduju visoku stručnu spremu. Potom slijede ispitanici sa znanstvenim stupnjem Magisterij / Doktorat koji posjeduje 99 ili 24,6 %. Srednju stručnu spremu ima 17,2 % ispitanika, tj. njih 69 dok višu stručnu spremu ima 42 (10,4%). Broj godina ispitanika je raspoređen u 6 dobnih skupina, a najveći postotak čini dobna skupina od 35 do 49 godina, njih 174 ili 43,3 %. Zatim dobna skupina od 25 do 34 godine koju čini 144 ili 35,8% ispitanika, sljedeća dobna skupina po broju ispitanika čine od 50 do 65 godina kojih je ukupno 61 ili 15,2 %, nakon toga s 3,7% ili 15 od 19 do 34 godine. Broj ispitanika dobnih skupina do 18 godina nije bilo dok je bilo 6 ili 1,5 % starijih od 65 godina.

Važnost društvenih mreža za poslovne subjekte u kulturi

Kako bi dokazali Hipotezu 1 koja glasi: *Komunikacija na društvenim mrežama pozitivno utječu na poslovanje poslovnog subjekta koji djeluje u području kulture*, napravljen je ANOVA (analiza varijance) test s makroregionalnim središtem kao nezavisnom varijablom u odnosu na stav prema društvenim mrežama kao zavisnim varijablama.

Tablica 1. ANOVA s makroregionalnim središtem kao nezavisnom varijablom i stava prema društvenim mrežama kao zavisnim varijablama

		N	M	SD	F	p
Društvene mreže pozitivno utječu na zajednicu?	Osijek	321	3,56	0,889	13,510	0,000
	Rijeka	6	3,00	0,000		
	Split	36	4,00	1,014		
	Zagreb	33	2,73	0,626		
Društvene mreže su relevantan izvor informacija?	Osijek	321	3,26	1,173	3,973	0,008
	Rijeka	6	2,50	0,548		
	Split	36	3,83	1,000		
	Zagreb	33	3,18	0,727		
Informaciju koja me zanima prvenstveno tražim na društvenim mrežama?	Osijek	321	3,05	1,309	2,369	0,070
	Rijeka	6	2,50	0,548		
	Split	36	3,33	0,956		
	Zagreb	33	3,55	1,325		
Kultura i kulturni sadržaji moraju biti prisutni na društvenim mrežama?	Osijek	107	4,46	0,861	2,437	,068
	Rijeka	2	3,00	1,414		
	Split	12	4,67	0,492		
	Zagreb	11	4,27	0,786		

• *N*- broj ispitanika, • *M*- aritmetička sredina, • *SD*- standardna devijacija, • *F*- vrijednost ANOVE, • *p*- statistička značajnost
Izvor: izradili autori rada

Ispitani su stavovi:

Društvene mreže pozitivno utječu na zajednicu?

Društvene mreže su relevantan izvor informacija?

Informaciju koja me zanima prvenstveno tražim na društvenim mrežama?

Kultura i kulturni sadržaji moraju biti prisutni na društvenim mrežama?

Na temelju rezultata ANOVA (analize varijance) u *Tablica 1.* možemo vidjeti postojanje statistički značajne razlike u odgovorima između gradova na tvrdnjama „Društvene mreže pozitivno utječu na zajednicu“ i „Društvene mreže su relevantan izvor informacija“. Turkey post hoc testom za prvu tvrdnju je utvrđena značajna razlika u odgovorima između Osijeka i Splita, gdje Splitsani u većoj mjeri smatraju kako društvene mreže pozitivno utječu na zajednicu. Također, postoji značajna razlika u odgovorima

između Osijeka i Zagreba, gdje pak Osječani u većoj mjeri smatraju kako društvene mreže pozitivno utječu na zajednicu. Na kraju, ujedno i najveća značajna razlika je ona između Splita i Zagreba, gdje Splićani imaju puno pozitivniji stav prema ovoj tvrdnji. Na temelju aritmetičkih sredina vidimo da se s prvom tvrdnjom najviše slažu Splićani, slijede ih Osječani i Riječani, a najmanje se s tvrdnjom slažu Zagrepčani. Odgovori Riječana se statistički ne razlikuju u odnosu na druge gradove.

Gledajući Turkey test za drugu tvrdnju primjećujemo jednu razliku, a to je da Splićani u većoj mjeri smatraju kako su društvene mreže relevantan izvor informacija u odnosu na Osječane. Razlika između drugih gradova nema.

Aritmetička sredina tvrdnje da društvene mreže pozitivno utječu na zajednicu uzevši u obzir sve lokacije iznosi 3,332 što kazuje da se većina ispitanika ili donekle slaže ili u potpunosti slaže s njom. Time se dokazuje da ispitanici smatraju da uloga društvenih mreža može biti nešto pozitivno, a ako se uzmu stavovi o tome da su društvene mreže relevantan izvor informacija čija je aritmetička sredina 3,19 što kazuje da se većina ispitanika donekle slaže ili u potpunosti slaže s tvrdnjom, dolazimo do zaključka da postoje prednosti pravilnog upravljanja društvenim mrežama. Ako poslovna jedinica u kulturi kvalitetno upravlja društvenim mrežama, na to se može gledati kao na pozitivan i relevantan izvor informacija. Na svim centralnim lokacijama ispitivanja većina ispitanika se gotovo u potpunosti slaže s tvrdnjom da kultura i kulturni sadržaji moraju biti prisutni na društvenim mrežama, izuzevši makroregionalno središte Rijeku gdje se većina ispitanika niti slaže, niti ne slaže. Uzevši u obzir sve opisane rezultate, moguće je potvrditi hipotezu 1 i zaključiti da komunikacija na društvenim mrežama pozitivno utječe na poslovanje poslovnog subjekta koji djeluje u području kulture. Nadovezujući se na perspektive društvenih mreža i razmišljajući o budućnosti, može se smatrati da su društveni mediji tehnološko – centrični — ali ne u potpunosti tehnološki — ekosustav u kojem je raznolik i složen skup ponašanja, interakcija i razmjena koji uključuje različite vrste međusobno povezanih aktera (Appel i sur., 2020). Pravilnim i uspješnim upravljanjem, moguće je stvoriti pouzdan i potreban kanal komunikacije između proizvođača / usluge i korisnika.

Kvaliteta komunikacije kao ključ

Anketnim upitnikom provedenim među korisnicima usluga ispitalo se konzumiraju li sadržaje poslovnih subjekata iz područja kulture, koliko su zadovoljni kvalitetom sadržaja, koliko često posjećuju profile i na kojim mrežama, kako je to utjecalo na njihovu odluku da koriste ili ne koriste usluge ili da budu ili ne budu korisnici, smatraju li neki sadržaj neprimjerenim, kakav oblik sadržaja im je najprimamljiviji i prepoznaju li kada društvenim mrežama upravlja stručna osoba ili to radi nekoliko različitih osoba različitih stilova komunikacije.

U cilju dokazivanja hipoteze 2 koja glasi: *Kvalitetna i raznolika komunikacija na društvenim mrežama povećava broj korisnika i konzumenata sadržaja poslovnih subjekata koji djeluju u području kulture*, napravljen je ANOVA (analiza varijance) test između stava o relevantnosti društvenih mreža i stajališta ispitanika o važnosti kvalitetne i raznolike komunikacije na društvenim mrežama.

Tablica 2. ANOVA (analiza varijance) između stava o relevantnosti društvenih mreža i stajališta ispitanika o važnosti kvalitetne i raznolike komunikacije na društvenim mrežama

		N	M	SD	F	p
Više vjerujem ustanovama / tvrtkama koje imaju kvalitetne društvene mreže.	uopće se ne slažem	30	3,90	1,062	4,042	0,003
	donekle se ne slažem	63	3,48	1,413		
	niti se slažem, niti se ne slažem	120	3,65	1,179		
	donekle se slažem	120	4,05	0,776		
	u potpunosti se slažem	60	4,00	1,105		
Kvalitetne društvene mreže često su razlog zašto izaberem uslugu ili proizvod neke ustanove / tvrtke.	uopće se ne slažem	10	3,00	0,943	2,507	0,045
	donekle se ne slažem	21	3,05	1,244		
	niti se slažem, niti se ne slažem	41	3,41	1,048		
	donekle se slažem	40	3,78	0,974		
	u potpunosti se slažem	20	3,75	1,118		

Zbog kvalitetnog i zanimljivog sadržaja na društvenim mrežama o kulturi, povećala mi se interes za istu.	uopće se ne slažem	10	3,60	1,174	3,357	,012
	donekle se ne slažem	21	3,57	1,165		
	niti se slažem, niti se ne slažem	41	3,88	1,249		
	donekle se slažem	39	4,33	0,701		
	u potpunosti se slažem	19	4,47	0,905		
Prepoznajem i razlikujem kvalitetu komunikacije na društvenim mrežama između kulturnih ustanova / tvrtki koje pratim.	uopće se ne slažem	10	3,50	0,850	2,578	,041
	donekle se ne slažem	21	3,76	0,889		
	niti se slažem, niti se ne slažem	41	3,95	0,893		
	donekle se slažem	40	4,05	0,749		
	u potpunosti se slažem	20	4,40	0,754		
Zbog zanimljive komunikacije događaja, obratim pozornost i na ostale usluge ili proizvode koji se nude.	uopće se ne slažem	10	4,10	0,876	3,960	,005
	donekle se ne slažem	21	3,33	1,017		
	niti se slažem, niti se ne slažem	41	3,76	1,019		
	donekle se slažem	40	4,13	0,686		
	u potpunosti se slažem	20	4,20	0,616		
Kvalitetna komunikacija na društvenim mrežama me potiče na konzumaciju usluga ili proizvoda kulturne ustanove / tvrtke.	uopće se ne slažem	10	3,60	0,966	2,559	,042
	donekle se ne slažem	21	3,62	0,865		
	niti se slažem, niti se ne slažem	41	3,98	0,880		
	donekle se slažem	40	4,23	0,620		
	u potpunosti se slažem	19	4,05	0,848		

• *N*- broj ispitanika, • *M*- aritmetička sredina, • *SD*- standardna devijacija, • *F*- vrijednost ANOVE, • *p*- statistička značajnost
Izvor: izradili autori rada

Ispitani su stavovi:

Više vjerujem ustanovama / tvrtkama koje imaju kvalitetne društvene mreže.

Kvalitetne društvene mreže često su razlog zašto izaberem uslugu ili proizvod neke ustanove / tvrtke.

Zbog kvalitetnog i zanimljivog sadržaja na društvenim mrežama o kulturi, povećá mi se interes za istu.

Prepoznajem i razlikujem kvalitetu komunikacije na društvenim mrežama između kulturnih ustanova / tvrtki koje pratim.

Zbog zanimljive komunikacije događaja, obratim pozornost i na ostale usluge ili proizvode koji se nude.

Kvalitetna komunikacija na društvenim mrežama me potiče na konzumaciju usluga ili proizvoda kulturne ustanove / tvrtke.

Na temelju rezultata ANOVE (analize varijance), *Tablica 2.*, gdje smo stav o tome da su društvene mreže relevantan izvor informacija usporedili sa 6 tvrdnji vezanih uz stajališta ispitanika o važnosti kvalitetne i raznolike komunikacije na društvenim mrežama, vidimo da kod svih tvrdnji postoji statistički značajna razlika. Turkey post hoc testom za prvu tvrdnju vidimo da dvije značajne razlike koje idu u istom smjeru, a to su razlike između grupe koja se donekle slaže kako su društvene mreže relevantan izvor informacija i grupe koja se donekle ne slaže i grupe koja se niti slaže niti ne slaže kako su društvene mreže relevantan izvor informacija. U ovom slučaju grupa koja se donekle slaže više vjeruje ustanovama / tvrtkama koje imaju kvalitetne društvene mreže u odnosu na druge dvije grupe. Između drugih grupa kod ove tvrdnje nema statistički značajnih razlika.

Sljedeću značajnu razliku vidimo kod tvrdnje „Prepoznajem i razlikujem kvalitetu komunikacije na društvenim mrežama između kulturnih ustanova / tvrtki koje pratim.“ Razlika postoji između grupe koja se uopće ne slaže i grupe koja se u potpunosti slaže kako su društvene mreže relevantan izvor informacija. Grupa koja se u potpunosti slaže smatra da bolje prepoznaje i razlikuje kvalitetu komunikacije na društvenim mrežama. Drugih značajnih razlika između grupa za ovu tvrdnju nema.

Nadalje, značajne razlike između grupa su one za tvrdnju kako zbog zanimljive komunikacije događaja, obratim pozornost i na ostale usluge ili proizvode koji se nude. Značajna razlika je vidljiva između grupe koja se donekle ne slaže kako su društvene mreže relevantan izvor informacija i grupe koja se donekle i u potpunosti slaže kako su društvene mreže relevantan izvor informacija. Grupa koja se donekle slaže će u većoj mjeri zbog

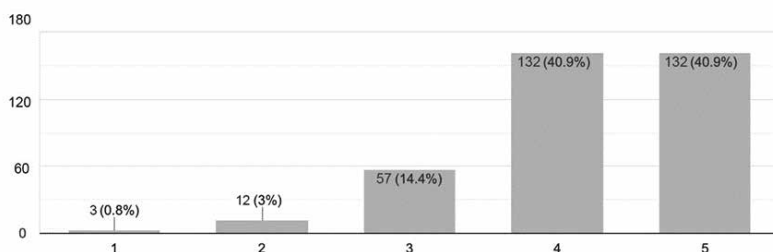
zanimljive komunikacije događaja, obratiti pozornost i na ostale usluge ili proizvode koji se nude, a isto govori i grupa koja se potpuno slaže s time da će oni u još većoj mjeri obratiti pozornost na ostale usluge ili proizvode. Druge značajne razlike kod ove tvrdnje nisu uočene.

Posljednja značajna razlika je uočena za tvrdnju „Kvalitetna komunikacija na društvenim mrežama me potiče na konzumaciju usluga ili proizvoda kulturne ustanove / tvrtke.“ Razlika je vidljiva između grupe koja se donekle slaže i donekle ne slaže. Grupa koja se donekle slaže će u većoj mjeri biti potaknuta kvalitetnom komunikacijom na konzumaciju usluga ili proizvoda kulturne ustanove.

Gledajući aritmetičke sredine odgovora na stav o relevantnosti društvenih mreža u odnosu na pretpostavljene tvrdnje, vidljivo je da ispitanici koji se donekle ili u potpunosti slažu s tvrdnjom da su društvene mreže relevantan izvor informacija, jednako tako više vjeruju ustanovama koje imaju kvalitetne društvene mreže. Njima je ujedno kvalitetan i zanimljiv sadržaj na društvenim mrežama o kulturi povećava interes za istu. Vidljivo je i da većina ispitanika zbog zanimljive komunikacije događaja, obraća pozornost i na ostale usluge ili proizvode koje poslovni subjekt koji djeluje u području kulture nudi.

Gledajući rezultate, moguće je potvrditi *Hipotezu 2* i zaključiti da kvalitetna i raznolika komunikacija na društvenim mrežama povećava broj korisnika i konzumenata sadržaja poslovnih subjekata koji djeluju u području kulture. Dodatna potvrda teze moguća je i gledajući *Grafički prikaz 4* koji je u nastavku gdje su prikazani odgovori ispitanika na tvrdnju da su društvene mreže najdominantniji medij za komunikaciju. Kreirajući ju na kvalitetan i raznolik način, moguće je povećati interes te time i broj korisnika i konzumenata sadržaja.

4. Društvene mreže su najdominantniji medij za komunikaciju.



*Grafički prikaz 4. Društvene su mreže najdominantniji medij za komunikaciju
Izvor: izradili autori rada*

Kako su poslovni subjekti na području kulture često dio javnog sektora, ovi rezultati pokazuju da ne treba biti skepticizma prema korištenju istih. Jer, društveni mediji postaju važan posrednik za interakciju između vlada, vlada i građana, te vladinih agencija i poduzeća. To je zbog jedinstvenih karakteristika društvenih medija: otvorenosti, sudjelovanja i dijeljenja. Međutim, unatoč brzom usvajanju, u javnom sektoru postoji rastuća zabrinutost i skepticizam u pogledu korištenja društvenih medija, no uz kvalitetno upravljanje to ne mora biti tako (Khan, Swar, Lee, 2014).

Potreba za postojanjem stručnjaka koji će upravljati društvenim mrežama

Potrebno je, osobito unutar većih poslovnih subjekata, odrediti osobu koja će biti stručnjak za vođenje društvenih mreža. Potrebno je ulagati u njezino obrazovanje i specijalizaciju te posjedovanjem takve osobe unutar organigrama povećava se korist za poslovni subjekt.

U cilju dokazivanja hipoteze 3 koja glasi *Pri organizaciji posla potrebno je odrediti stručnjaka koji će se baviti upravljanjem i kreiranjem sadržaja na društvenim mrežama* napravljena je analiza odgovora ispitanika na sljedeće tvrdnje:

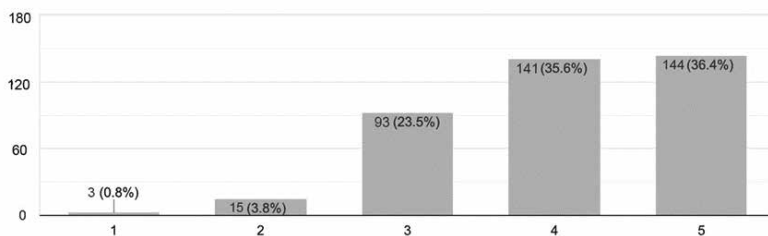
Prepoznajem razliku između profesionalno i amaterski vođenih društvenih mreža.

Smatram da je konzistentnost i stil komunikacije važan.

Uredno i dinamično posložena komunikacija na društvenim mrežama razlog je zbog kojeg pratim sadržaje i konzumiram usluge i proizvode kulturne ustanove / tvrtke.

Osoba koja upravlja društvenim mrežama kulturne ustanove / tvrtke ključna je u procesu stvaranja interesa kod publike ili posjetitelja

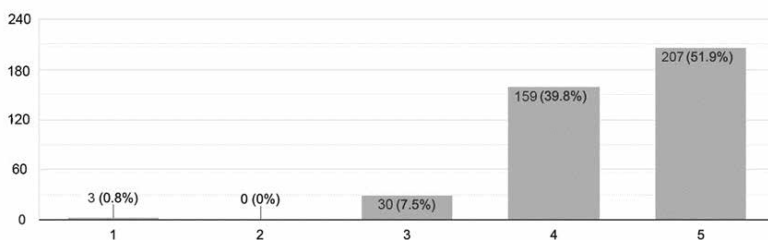
20. Prepoznajem razliku između profesionalno i amaterski vođenih društvenih mreža.



Grafički prikaz 5. Prepoznajem razliku između profesionalno i amaterski vođenih društvenih mreža

Izvor: izradili autori rada

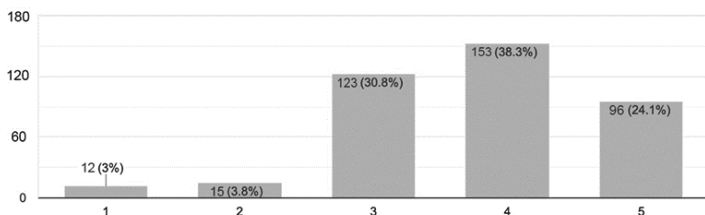
21. Smatram da je konzistentnost i stil komunikacije važan.



Grafički prikaz 6. Smatram da su konzistentnost i stil komunikacije važni

Izvor: izradili autori rada

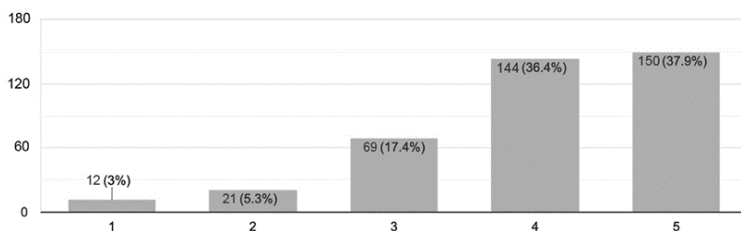
22. Uredno i dinamično posložena komunikacija na društvenim mrežama razlog je zbog kojeg pratim sadržaje i konzumiram usluge i proizvode kulturne ustanove / tvrtke.



Grafički prikaz 7. Uredno i dinamično posložena komunikacija na društvenim mrežama razlog je zbog kojeg pratim sadržaje i konzumiram usluge i proizvode kulturne ustanove / tvrtke.

Izvor: izradili autori rada

24. Osoba koja upravlja društvenim mrežama kulturne ustanove / tvrtke ključna je u procesu stvaranja interesa kod publike ili posjetitelja.



Grafički prikaz 8. Osoba koja upravlja društvenim mrežama kulturne ustanove / tvrtke ključna je u procesu stvaranja interesa kod publike ili posjetitelja.

Izvor: izradili autori rada

Uzimajući odgovore ispitanika na postavljenje tvrdnje jasno je vidljivo da postoji njih većina razlikuje kvalitetan sadržaj od onog manje kvalitetnog što se održava i na percepciju profesionalnosti odrađenog posla osobe zadužene za upravljanje društvenim mrežama. Tako je iz *grafičkog prikaza 5* vidljivo da se 288 ispitanika ili 72% donekle ili u potpunosti slažu s tvrdnjom da prepoznaju rad razliku između profesionalno i amaterski vođenih društvenih mreža. Iz *grafičkog prikaza 6* još je jasnije izraženo slaganje s

tvrdnjom da je konzistentnost i stil komunikacije važan, s čime se u donekle ili u potpunosti slaže čak 368 od 402 ispitanika, što čini njih ukupno 91,7%. Kao dobar razlog da društvenim mrežama trebaju upravljati stručnjaci mogu se protumačiti i rezultati vidljivi u *grafičkom prikazu 7* gdje 249 ispitanika ili njih 62,4% smatra da Uredno i dinamično posložena komunikacija na društvenim mrežama razlog je zbog kojeg pratim sadržaje i konzumiram usluge i proizvode kulturne ustanove / tvrtke. Ključni podatak za potvrdu hipoteze 3 nalazi se u rezultatima vidljivim u *grafičkom prikazu 8* gdje se većina ispitanika donekle ili u potpunosti slaže s tvrdnjom da je osoba koja upravlja društvenim mrežama kulturne ustanove / tvrtke ključna u procesu stvaranja interesa kod publike ili posjetitelja.

Gledajući sve opisano, moguće je potvrditi hipotezu 3 i zaključiti da je pri organizaciji posla potrebno je odrediti stručnjaka koji će se baviti upravljanjem i kreiranjem sadržaja na društvenim mrežama. Imajući takvu osobu u timu moguće je ostvariti višestruke prednosti, osobito one koji se odnosi na povezivanju usluge ili proizvoda s ciljanom publikom. Profesionalno kreiran sadržaj može privući publiku koja posljedično može povećati interes i za više proizvoda ili usluga određenog poslovnog subjekta u kulturi, a ne samo nužno onoga na čemu je u tom trenutku fokus. „Današnji lideri u kulturi mogu biti i kulturni influenseri koji koriste društvene mreže kako bi zainteresirali, educirali i usmjerili publiku prema kulturi.“ (Glavaš i sur., 2022, 178). Poslovni subjekt u području kulture može svog lidera dobiti u vidu stručnjaka koji upravlja društvenim mrežama.

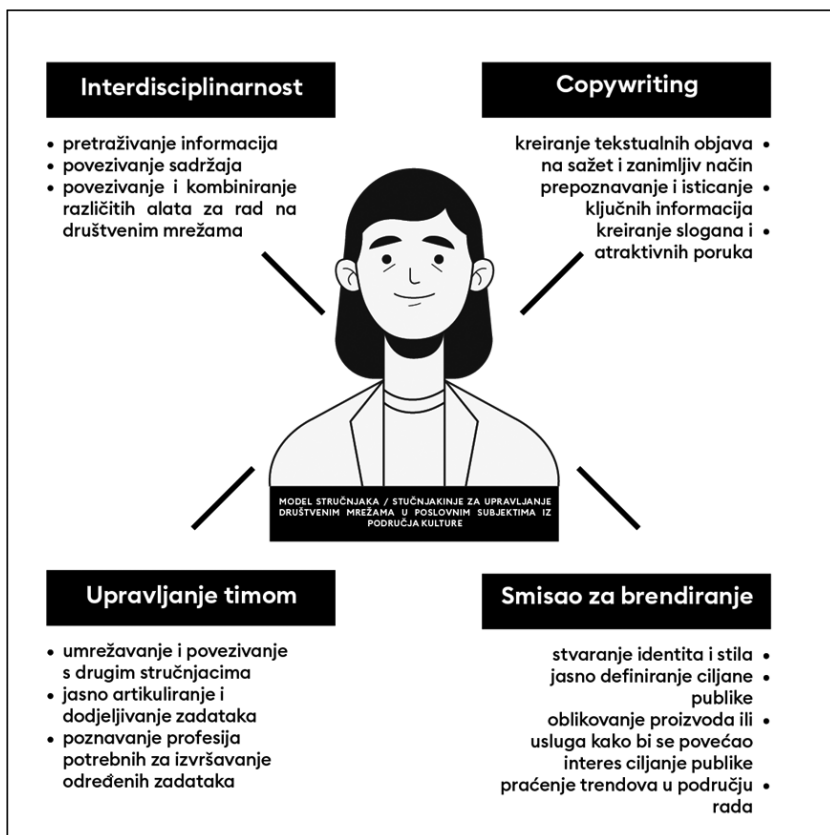
Ciljevi i ograničenja istraživanja

Cilj ovog rada i istraživanja koje mu je prethodilo je olakšati osobama koje upravljaju poslovnim subjektima u kulturi da pronađu ili sistematizacijom odrede osobu zaduženu za upravljanje društvenim mrežama. U nastavku je predložen model osobe / djelatnika s kompetencijama koje treba posjedovati te opisom poslova koje se očekuju da budu odrađeni kako bi se postigli što bolji rezultati i odradi što efektivniji posao koji može doprinijeti kvaliteti poslovanja cijelog poslovnog subjekta u kulturi. Na sličan način je odrađena je i studija autora Albanna i drugih koja je za cilj imala analizom čimbenika koji određuju korištenje društvenih medija provjeriti koliko njihovo korištenje dovodi do povećanja učinkovitosti (tj. svijesti, angažmana zajednice i prikupljanja sredstava) neprofitnih organizacija. (Albanna,

2022). Držeći se tog prijedloga moguće je povećati vidljivost i kvalitetnije prenijeti misiju, usluge i ciljeve poslovanja što u konačnici može dovesti do povećanog broja korisnika, posjetitelja i drugih konzumenata usluga poslovnog subjekta u kulturi koji se odluči aplicirati ga. Time se mogu povećati prihodi, što ne mora biti nužno tako te je to ujedno i ograničavajući čimbenik istraživanja. Ono je postavljeno u pretpostavkama da kvalitetno upravljanje društvenim mrežama može donijeti prednosti na više razina, a te prednosti nisu konkretno mjerljive. Moguće je odrediti razdoblje u kojem se počne aplicirati predloženi model djelatnika i pratiti rezultate poslovanja te ih usporediti s razdobljem prije te tako zaključiti je li poslovanje poboljšano. Njih je nemoguće mjeriti precizno tvrdeći da je porast prihoda ili broja korisnika nastao zato što je model apliciran, ali je moguće izmjeriti broj pratitelja, interakcija i drugih aktivnosti na društvenim mrežama te povećanje istih povezati s boljim poslovanjem općenito. Kao što i autori Cepeda – Carrion i drugi, društvene mreže potpuno su promijenile način na koji se tvrtke odnose prema tržištu i pružaju koristan alat za prikupljanje vanjskog znanja i informacija (Cepeda – Carrion, 2022).

Kompetencije stručnjaka / stručnjakinje za upravljanje društvenim mrežama

Razmatrajući zaključke donesene istraživanjem, moguće je predložiti nekoliko ključnih kompetencija koje bi stručnjak za upravljanje društvenim mrežama određenog poslovnog subjekta u kulturi trebao imati. Uz kompetencije, kratko su opisani i zadaci koji se vežu uz obavljanje tog posla, a vezani su uz istaknutu kompetenciju. Stoga je u nastavku na *slikovnom prikazu 1* prezentiran model stručnjaka.



*Slikovni prikaz 1. Kompetencije stručnjaka / stručnjakinje za upravljanje društvenim mrežama
Izvor: izradili autori rada*

Zaključak

Digitalno doba koje je donijelo ekspanziju društvenih mreža, zasigurno je jedno od polja koje u određenim kontekstima imaju pozitivan utjecaj. Nove informacijske i komunikacijske tehnologije mijenjaju teorijske paradigme i profesije, komunikaciju i poslovanje, a društvene mreže postaju moćan alat za promociju i interakciju s korisnicima. Pojavom društvenih mreža marketinška komunikacija postala je „osobnija“, pristupačnija, brža i jeftinija. Također, korisnici sami biraju kada će i koliko dugo

konzumirati određeni sadržaj. Umjetničke i kulturne institucije najčešće još uvijek nemaju posebne marketinške odjele, specijalizirane ljude ni strategije pomoću kojih bi se uspostavila kvalitetna marketinška komunikacija i veza s publikom. Sadržaj koji se generira može biti privlačan i može imati ulogu mijenjanja percepcije. Trenutačni proces globalizacije favorizirao je i ojačao internet koji se razvija neviđenom brzinom te sukladno time, sama popularizacija sadržaja, usluga, proizvoda ili slično određene poslovne jedinice iz područja kulture, dobiva jedan moćan i efikasan kanal za realizaciju. Kulturne institucije korištenjem društvenih mreža mogu ostvariti bolju komunikaciju i interakciju s publikom ali i svoje aktivnosti i usluge učiniti vidljivijima. Klikom na „svidi mi se“ ili „podijeli“ vidljivost postaje puno veća i može privući poglede (potencijalnih) korisnika koji inače ne bi pregledavali ili pretraživali informacije o pojedinim kulturnim događanjima. Ako poslovna jedinica u kulturi kvalitetno upravlja društvenim mrežama, na to se može gledati kao na pozitivan i relevantan izvor informacija. Pravilnim i uspješnim upravljanjem, moguće je stvoriti pouzdan i potreban kanal komunikacije između proizvoda / usluge i korisnika te komunikacija na društvenim mrežama pozitivno utječe na poslovanje poslovnog subjekta koji djeluje u području kulture. Također, zbog zanimljive komunikacije događaja, publika obraća pozornost i na ostale usluge ili proizvode koje poslovni subjekt koji djeluje u području kulture nudi. Uz to, kvalitetnom i raznolikom komunikacijom na društvenim mrežama povećava se broj korisnika i konzumenata sadržaja. Pri organizaciji posla potrebno je odrediti stručnjaka koji će se baviti upravljanjem i kreiranjem sadržaja na društvenim mrežama. Imajući takvu osobu u timu moguće je ostvariti višestruke prednosti, osobito one koje se odnose na povezivanje usluge ili proizvoda s ciljanom publikom. Poslovni subjekt u području kulture može svog lidera koji će biti kvalitetna i efikasna poveznica između subjekta i publike dobiti upravo u vidu stručnjaka koji upravlja društvenim mrežama, a koji ima za to potrebne kompetencije i zna upravljati poslovima vezanima uz njih. Upravo prijedlogom modela takve osobe, napravljen je znanstveni doprinos ovog rada.

Literatura

- Albanna, H., Alalwan, A., Al-Emran, M. (2022). An integrated model for using social media applications in non-profit organizations. *International Journal of Information Management*. Volume 63. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijin-fomgt.2021.102452> [pristup: 26.10.2022.]
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., Stephen, A., (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science* 48, 79-95 URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11747-019-00695-1> [pristup: 23.06.2022.]
- Cepeda-Carrion, I., Ortega-Gutierrez, J., Garrido-Moreno, A. et al. (2022). The Mediating Role of Knowledge Creation Processes in the Relationship Between Social Media and Open Innovation. *J Knowl Econ*. URL: <https://doi.org/10.1007/s13132-022-00949-4> [pristup: 25.10.2022.]
- Chen, Y., Chen, H. (2016). Innovation and Social Media: Cultural Impacts on the Opinion Influence Process in Brand Communities. *Journal of Industrial Integration and Management* 1(4), 221-243
- Combi, M. (2016). Cultures and Technology: An Analysis of Some of the Changes in Progress – Digital, Global and Local Culture. U: K. J. Borowiecki, N. Forbes, A. Fresa (ur.) *Cultural Heritage in a Changing World* (str. 3-15). Springer Cham URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-29544-2_1 [pristup: 23.06.2022.]
- Datareportal*. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-favourite-social-platforms> [pristup 08.06.2022.]
- Dragičević – Šešić, M., Stojković, B. (2013) *Kultura : menadžment, animacija, marketing*. Zagreb : Kulturno informativni centar
- Državni zavod za statistiku*. URL: <https://popis2021.hr/> [pristup 22.06.2022.]
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. URL: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=66413> [pristup: 09.06.2022.]
- Glavaš, J., Seleš, M., Horniš – Dmitrović, M. (2022). Kultura kao pokretač razvoja društva. U: J. Šulentić Begić, B. Gigić Karl, D. Šebo (ur.), *Pajo Kolarić i njegovo doba : Međunarodni interdisciplinarni umjetničko-znanstveni skup* (str. 168-189). Osijek: Akademija za umjetnost i kulturu
- Henić, E. (2021). *Infografika: Ko i koliko koristi društvene mreže*. Al Jazeera. URL: <https://balkans.aljazeera.net/interactives/2021/11/21/infografika-ko-koristi-drustvene-mreze> [pristup: 07.01.2022.]
- Huda, M., Sutopo, L., Liberty, Febrianto, Mustafa, M.C. (2022). Digital Information Transparency for Cyber Security: Critical Points in Social Media Trends.

- In: Arai, K. (eds) *Advances in Information and Communication. FICC 2022. Lecture Notes in Networks and Systems*, vol 439. Springer, Cham. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-98015-3_55 [pristup: 25.10.2022.]
- Khan G.F., Swar B., Lee S.K., (2014). Social Media Risks and Benefits: A Public Sector Perspective. *Social Science Computer Review*, 32 (5), 606-627. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0894439314524701> [pristup: 24.06.2022.]
- Li, F., Larimo, J. & Leonidou, L.C. (2021). Social media marketing strategy: definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *J. of the Acad. Mark. Sci.* 49, 51–70 URL: <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3> [pristup: 19.06.2022.]
- Kukić, S., Markić, B. (2006.). *Metodologija društvenih znanosti – metode, tehnike, postupci i instrumenti znanstveno istraživačkog rada*. Mostar: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru
- Novotny, Damir. (2015). *Kreativna ekonomija*. Zagreb: Denona.
- Primorac, J. (2010). Promjena strukture rada u kreativnoj ekonomiji: kultura, tranzicija i kreativna klasa. Neobjavljen doktorski/magistarski/diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagreb.
- Sheth, A., Shalin, Valerie L., Kursuncu, U. (2022). Defining and detecting toxicity on social media: context and knowledge are key. *Neurocomputing*. Volume 490, 312-318. URL: <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2021.11.095>. [pristup: 26.10.2022.]
- Website planet*. URL: <https://www.websiteplanet.com/hr/social-media-tools/> [pristup: 23.06.2022.]
- Zgrabljic Rotar, N. (2020). *Digitalno doba : masovni mediji i digitalna kultura*. Naklada Jesenski i Turk : Fakultet hrvatskih studija ; Zadar : Sveučilište.

THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN THE POPULARIZATION OF CULTURAL CONTENT AND SERVICES

Abstract

In the last decade, the expansion of the use of social networks has significantly changed the information flows that were known until then. The strength and manner of delivery of content on social networks have primarily affected the diversity and quantity of content where quantity is often not accompanied by quality. The decision to have almost all industries or activities be presented on social networks did not bypass cultural institutions, institutions, associations, and other business entities in the field of culture. The latter has been given a new platform that can serve to popularize cultural content, bring it closer to current and potential users, and create interesting marketing content using various digital tools. Through a survey conducted among their leaders, it was examined how social networks affected their business, what are the benefits or disadvantages and what is the impact on the amount of audience. In parallel, the role of social networks by the audience in deciding whether to visit or consume certain cultural content, was also researched. The research included business units and audiences from the macro-regional centers of Osijek, Zagreb, Rijeka, and Split. Proper use of social networks can be a legitimate channel for promotion, education, and communication with the public. The decision to use them in business is no longer a matter of choice but of need. With the help of the research results, a model of a social media management expert was created.

Keywords: cultural institutions, expert, management, marketing, popularization, social networks

Snježana Barić-Šelmić²⁷
Elena Žakula²⁸
Hrvoje Mesić²⁹

MOĆ U DIGITALNIM RUKAMA PROSUMERA – UNAPRJEĐENJE KORISNIČKOG ISKUSTVA I SUČELJA (UX/UI) NA PRIMJERU REDIZAJNA INSTAGRAMA

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/RVNH1542>

Sažetak

Tehnologija Web 2.0 stubokom je promijenila komunikacijsku paradigmu omogućivši novu vrstu interaktivne publike – prosumera. Mobilne komunikacije omogućile su nove ‘produžetke’ te podcrtale važnost digitalnog dizajna – korisničkog sučelja (UI) i korisničkog iskustva (UX). Što korisnike privlači na društvenim mrežama, posebice Instagramu? Podrazumijeva li važnost dizajna korisničkog iskustva (UX-a) i korisničkog sučelja (UI-a) zadovoljavanje potreba te gratifikacije za korisnika (U&G)? Instagram je pomno izdizajniran tako da zadržava postojeće korisnike i privlači nove – jer svojim funkcionalnostima i vizualnim elementima zadovoljava potrebe i želje korisnika. Ovaj rad će analizirati korisnike Instagrama tako da istraži njihovo zadovoljstvo postojećim karakteristikama Instagrama, istraži njihove želje i potrebe te istraži na koji način se može unaprijediti korisničko iskustvo (UX) i korisničko sučelje (UI) ove društvene mreže.

Ključne riječi: Instagram, korist i zadovoljstvo, prosumer, redizajn, UX/UI

Uvod

Nove informacijske i komunikacijske tehnologije donijele su promjenu komunikacijske paradigme te stubokom promijenile suodnos novih medija i publike. Publika istovremeno postaje i korisnik (konzument) i proizvođač

²⁷ Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, snjezana.baric@gmail.com

²⁸ Cobe d. o. o. Osijek, elena.zakula1@gmail.com

²⁹ Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, hrvoje.mesic35@gmail.com

(producent) novomedijskoga sadržaja te je važan dionik u razvoju i dizajnu internetskih društvenih medija. Upravo su prosumeri ti čije mišljenje i recenziju moramo uvažavati ako želimo da neka aplikacija, društvena mreža ili pak video igrice bude uspješna na virtualnom tržištu.

Ovaj rad propituje važnost mnijenja prosumera, odnosno prikazuje važnost korisničkog iskustva i korisničkog sučelja (UX/UI) mobilnih aplikacija na primjeru *Instagrama* te obrazlaže rapidan rast pametne tehnologije, odnosno pametnih telefona, mobilnih aplikacija te razvoja korisničkog iskustva i korisničkog sučelja (UX/UI) aplikacija.

U današnje vrijeme nezamislivo je osmišljavati i dizajnirati aplikaciju bez UX i UI dizajnera. Područje UX/UI dizajna postaje temelj današnjih aplikacija i mrežnih stranica, stoga je važno znati što uopće obuhvaća UX (korisničko iskustvo), a što UI (korisničko sučelje) dizajn. Kako bi neka aplikacija bila uspješna na tržištu, treba znati koje su potrebe i želje korisnika, koji trendovi prevladavaju na tržištu te kako korisnicima pružiti najbolje iskustvo korištenja i vizualno privlačan proizvod.

Rad analizira i nasumično odabran broj korisnika *Instagrama* te mogućnosti unaprjeđenja korisničkog iskustva i korisničkog sučelja (UX/UI) mobilne aplikacije *Instagram*. Istraživački dizajn diplomskoga rada Elene Žakule koristio se kao podloga pri interpretaciji rezultata.

Teorijski okvir

Novi, novi mediji i carstvo prosumera

Današnjost je doba iznimno velikih tehnoloških dostignuća, enormno brzih komunikacijskih promjena, a upravo ta rapidnost i kontinuiranost promjena uvjetuje čovjeka spremno prihvaćati i prilagoditi se razvoju i primjeni novih tehnologija kako bi se što više i bolje integrirao u hibridni svijet koji više nije niti potpuno stvaran, a niti sasvim virtualan. Kako je pisao McLuhan (1964) mediji su čovjekovi produžetci, koji ga produžuju u realnost. Medij je poruka te oblikuje/modelira kako ljudi koji ga koriste, misle i doživljavaju tu poruku koju primaju. Dominantni komunikacijski medij također može utjecati na pristup publike komunikaciji i rješavanju problema. Mi, kao ljudska bića, kreirali smo i stvorili „digitalni živčani

sustav“ (McLuhan, 2008) za naše društvo, baš poput onoga koji i sami imamo. Komunikacijski sustav je izrastao iz jednosmjerne masovne komunikacije u interaktivnu i vrlo individualnu komunikaciju (McLuhan, 1964, 1993, 2013). Postmoderni subjekt postaje dio tehnologije, a niti tehnologija niti subjekt nemaju određenu strukturu (Bošnjak, 1998, 63–64). Odnosno, da parafraziramo McLuhana, današnji postmoderni subjekt je zapravo produžio svoj živčani sustav u novim, novim medijima te su mu novomedijske platforme omogućile ‘dodatni mozak’.

U tom novom okruženju, publika više nije samo aktivna, nego je vrlo interaktivna. Ona je svojim ‘dodatnim mozgom’ postala dio internetske infrastrukture i pametne tehnologije. U ovome radu ne bavimo se tehnologijom oblaka koju slobodno možemo promatrati kao ‘dodatni mali mozak’, no to je jedno novo i vrlo široko i zanimljivo područje koje sve više intrigira istraživati ga.

Lang i suradnici (2020) definiraju prosumere kao individualce koji istovremeno konzumiraju odnosno produciraju određenu vrijednost, kako za vlastitu konzumaciju tako i za druge. Ponudili su tipologiju prosumera prema različitim vrijednostima koje stvaraju. Tako su Lang i suradnici podijelili prosumere u 6 arhetipova: „uradi sam“ (DIY prosumer); „samoposlužitelji“ (self-service prosumers); „prilagođeni korisnicima“ (customizing prosumers); „suradnici“ (collaborative prosumers); „monetizirani“ (monetized prosumers); „ekonomski“ (economic prosumers). Ono što je ključno za svaki arhetip jest da nude više razina koristi kako za pojedince, tako i za tvrtke i društvo u cjelini, što se pokazalo poglavito važnim u vrijeme COVID-19 krize, odnosno pandemije (Lang et al., 2020). Kako je postmoderno društvo okrenuto k demokratizaciji kolektivne svijesti i ‘pobjedi’ individualnosti (Farhan, 2019), ne čudi snažan uspon prosumera. Svaki od njih nudi ‘svoju istinu’ što je srž postmoderne misli (Farhan, 2019). To je jedna od karakteristika koja će omogućiti rušenje razlika između visoke i niske kulture te omogućiti zaranjanje u isti globalni internetski svemir. Prosumeri postaju važan segment novoga Castellsova umreženoga društva te njihovo mnijenje ima dodatnu težinu i utjecaj. Oni postaju nove slavne osobe – utjecajnici.

Novi, novi mediji omogućuju interaktivno sudjelovanje u različitim segmentima ljudskog djelovanja uz pomoć pametnih telefona, igračih konzola i pametnih televizora. Oni su, prema Zgrabljic Rotar, nastali na

platformi web 2.0 interneta, poput Wikipedije, YouTuba, Facebooka, a odlika im je da su njihovi korisnici istovremeno i proizvođači sadržaja te da se korištenjem istih ostvaruje komunikacija mnogi prema mnogima (Zgrablić Rotar, 2017, 60–63).

Pametni telefon je celularan, s integriranim računalom uz niz drugih značajki koje izvorno nisu povezane s telefonom, poput operativnog sustava, spajanja i pretraživanja mreže te sposobnosti upogonjenja softverskih aplikacija, odnosno multimedijских aplikacija te sadrži posljednja tehnološka rješenja i interaktivan je (Žganec, 2015, 24, 30).

Ključne karakteristike novih, novih medija su: digitalnost, interaktivnost, hipertekstualnost, virtualnost, mrežna povezanost i simulacija. Publika novih, novih medija postaje korisnik/konzument novih medija, a ne osoba koja gleda ili čita (TV, novine...) (Lister et al., 2009, 13–22). Najvažnije je pak za istaknuti kako je interaktivnost ključna riječ kada govorimo o novim, novim medijima – korisnik može aktivno sudjelovati u mijenjanju sadržaja, što ga više ne čini samo korisnikom nego i aktivnim kreatorom sadržaja (Žganec, 2015, 13).

Pametni telefoni i aplikacije

Mobilni uređaji omogućili su mnoštvo različitih informacijskih i komunikacijskih usluga, no kako su se s vremenom razvijali, tako su počeli obavljati funkcije koje je inače obavljalo računalo, a temelje se na prijenosu podataka (Husnjak, 2017, 2). Pametni telefoni su mobilni telefoni naprednih obilježja, poput pristupa mreži i pristupa i pokretanju aplikacija. Pokreću se operativnim sustavima „i omogućuju standardizirano sučelje te platforme za razvoj aplikacija“ (Husnjak, 2017, 2). Operativni sustav pametnih telefona (OS) predstavlja softver koji posreduje odnos između računalnog hardvera i korisnika računala. Mobilni telefoni razvili su se do te mjere da koriste OS koji je do prije nekoliko godina koristilo računalo i upravo iz tog razloga dobili su obilježje – pametni (Husnjak, 2017: 17).

Aplikacije su softverski programi koji su dizajnirani upravo kako bi mogli raditi na pametnim telefonima, tabletima i sl., a dostupne su putem distribucijskih platformi kao što su *Google Play*, *Apple Play Store*, *Windows Phone Store*. Mobilne aplikacije predstavljaju dominantan način na koji korisnici stupaju u interakciju jedni s drugima, s medijima, brendovima itd. (Husnjak, 2017: 19). Pametni telefoni, računala i tehnologija općenito

više nisu izbor, stalno su prisutni i više se bez tehnologije ne nalazimo niti u jednom prostoru (Tandara, 2020, 31–32).

Mobilne društvene mreže kao nove zajednice

Mobilne i internetske tehnologije temelj su mobilnih društvenih mreža, a za njih se svakodnevno radi na razvoju novih aplikacija i različitih dodataka koje vežemo uz zabavu, ugodu i igru. Hrvatini (2020, 3 prema Dokman, Kuzelj i Malnar, 2018) ističe kako su društvene mreže virtualna platforma koja omogućuje brzu komunikaciju neovisno o udaljenosti u prostoru.

Društvene mreže tijekom godina su eksponencijalno rasle i urezale se u naš kulturni život te promijenile pogled na socijalnu interakciju. (Levak i Barić Šelmić, 2018, 39). Prema podacima Statista.com iz siječnja 2022. godine, vidimo da je *Facebook* na prvom mjestu po popularnosti s 2,910 milijarde korisnika. Nakon njega slijede *YouTube* s 2,562 milijarde korisnika, *WhatsApp* s 2 milijarde, *Instagram* s 1,478 milijarde korisnika, *TikTok* milijarda korisnika, *Weixin/WeChat* s 1,263 milijarde korisnika. Ostale društvene mreže poput *Snapchat*-a, *Reddit*-a, *Telegram*-a i ostalih su ispod milijarde korisnika, ali se također radi o ogromnim brojkama (oko 500 milijuna korisnika). Možemo još dodati informaciju kako je *Facebook* vlasnik *Messengera*, *Instagram*a i *WhatsApp*a, a što dokazuje da je dominantan u svijetu i najjača globalna društvena mreža koja uključuje i mlađu i stariju populaciju korisnika. (Levak i Barić Šelmić, 2018, 39).

Mobilne društvene mreže sadržavale su glavne funkcije društvenih mreža utemeljenih na mreži, a to su slanje poruka, dijeljenje fotografija i traženje novih poznanstava. Za razliku od društvenih mreža temeljenih na mreži (desktopu, stolnom računalu), mobilne društvene mreže omogućavale su slobodu kretanja, odnosno korisnici su mogli ostati u kontaktu sa svojim prijateljima i kada su u pokretu (Wang et al., 2013).

Instagram

Instagram je mobilna društvena mreža, odnosno aplikacija koja omogućuje svojim korisnicima dijeljenje fotografija i videozapisa, fotografiranje te dodavanje filtera fotografijama i videozapisima (Brattoni, 2019, 21). Za razliku od *Facebook*a, *Instagram* ima gotovo pa isključivo vizualni karakter

– fotografije/videozapisi, manje teksta, kratkog formata (Čuturilo, 2018, 22), a ime *Instagram* je nastalo spajanjem riječi *instant camera* i *telegram* (Bratković, 2020, 4). Ova društvena mreža stekla je popularnost te postala jedna od najomiljenijih na svijetu zbog svoje jedinstvenosti i jednostavnosti – jednostavno dijeljenje fotografija i videozapisa u stvarnom vremenu su glavna značajka. Osim toga, korisnici imaju mogućnost dodavanja filtera na sve svoje fotografije i videozapise, što nije nužno i pozitivno, jer korištenje filtera zapravo mijenja ili pak iskrivljuje stvarnu percepciju kod ljudi (Rančić, 2019, 14–15). Uz sve navedeno, korisnici mogu dodavati i *hashtagove*, čija je oznaka „#“, i dodaju se na videozapise ili fotografije. Pomoću *hashtagova* korisnici jednostavnije nalaze sadržaj koji ih zanima (Šantl, 2019, 8–9). Na Instagramu svaki pojedinac sudjeluje u vizualnoj samoprezentaciji stvarnoga sebe ili idealnog pojma o sebi (Šantl, 2019, 8). Kao što se može kreirati privatni račun na *Instagramu*, također se može kreirati i poslovni račun. S obzirom na to da *Instagram* broji preko 1,4 milijarde korisnika diljem svijeta, on je odličan alat za doseći ogroman broj ljudi i još je k tome i besplatan za korištenje. Upravo iz tog razloga mnogi brendovi okreću se *Instagramu* kako bi predstavili svoje usluge, proizvode, imidž i brend (Jambrečina, 2020, 34).

Instagram je u svojim počecima bio vrlo jednostavna aplikacija koja je služila za objavljivanje fotografija i videozapisa, ali tijekom godina je njezova svrha postala kompleksnija i razvijale su se nove značajke i elementi (Rančić, 2019, 23). Neke su od glavnih značajki *Instagrama*: objavljivanje videozapisa i fotografija, slanje poruka (*Direct Messages*), pretraživanje (*Search and Explore*), *Hashtags*, *Instagram* priče, *Reels*, Trgovina (*Shopping*), *IGTV* (About Instagram, 2021a).

Korisničko iskustvo i korisničko sučelje (engl. UX/UI – User Experience/User Interface)

Korisničko iskustvo (UX) i korisničko sučelje (UI) su dva elementa koja zajednički tvore cjelinu proizvoda te međusobno skladno funkcioniraju. UX je područje koje se bavi tehničkim procesima i analizom podataka, a UI se bazira na vizualnom izričaju, odnosno grafičkom oblikovanju aplikacije ili mrežne stranice (Kovačićek, 2017, 11). UI je sve ono što korisnik vidi pri korištenju nekog sustava (u našem slučaju aplikacije) – tekst, navigacijski elementi, ikone, izbornik, gumbi, tekst (tipografija), slike itd.,

dok kod UX dizajna korisnik ne vidi određene elemente, ali UX u njemu izaziva određene emocije kao što su zadovoljstvo, frustracije i sl.

UX dizajn se temelji na interakciji između korisnika i uređaja, na skiciranju (engl. *Wireframing*) i prototipiranju, istraživanju, sastavljanju potencijalnih scenarija i sastavljanju informacijske strukture, dok se UI dizajn bavi bojama, tipografijom, izgledom i rasporedom elemenata (Kovačićek, 2017, 11–12). Don Norman smatra kako dobar dizajn treba imati sve: i vizualnu (estetsku) privlačnost, kreativnost, umjetnost, ali isto tako treba biti funkcionalan, jednostavan za korištenje i pružati zadovoljstvo pri korištenju (Norman, 2013). Autor Filip Kurolt (2019, 13, prema Ditmeyer, 2018) ističe kako je odnos UX-a i UI-a kao santa leda – onaj maleni dio koji viri iznad površine predstavlja UI dizajn i to je vidljivi dio dizajna, dok UX predstavlja veći dio sante koji je skriven pod vodom i to je nevidljivi dio dizajna koji se bavi korisnikom i načinom na koji će on interpretirati UI dizajn nekog sustava. Ako su ove dvije discipline u ravnoteži, onda je proizvod savršen i privlači korisnika i vizualno i funkcionalno (Kurolt, 2019, 13).

Korisničko iskustvo (UX) uključuje razumijevanje čovjekova ponašanja, u našem slučaju, korisnika. UX dizajner bi trebao znati što korisniku treba, koje su njegove sposobnosti, a koja ograničenja i tako raditi na tome da se poboljša kvaliteta interakcije između korisnika i percepcije sučelja (Teležar, 2019, 13). Iako se korisničko iskustvo dizajnira na temelju statističkih rezultata, često se promatra kao subjektivan način razmišljanja pojedinca (Sušac, 2016, 9). Korisničko iskustvu (UX) podrazumijeva sva ponašanja, osjećaje i stavove koje korisnik proživljava tijekom korištenja nekog proizvoda, usluge ili sustava (Teležar, 2019, 13). Osim što uključuje navedeno, korisničko iskustvo uključuje i jednostavnost korištenja, učinkovitost i upotrebljivost (Kurolt, 2019, 9). Ovo područje je izuzetno dinamično i sprječava upadanje UX dizajnera u rutinu – uključuje više različitih znanstvenih disciplina, mijenjanje potreba korisnika i samih načina rješenja (Teležar, 2019, 13).

Iako korisničko iskustvo nema točno definirane tehnike i alate kojima se služi, ono ima svoje elemente, a autor Kurolt (2019, 9 prema Korkishko, 2019) ističe sljedeće: vizualni dizajn, informacijski dizajn, interakcijski dizajn, funkcionalne specifikacije, potrebe korisnika te cilj proizvoda (Kurolt, 2019, 9–10).

Korisničko sučelje (UI) je poveznica između čovjeka i računala i zadaća mu je pojednostaviti njihovu komunikaciju (Teležar, 2019, 5). Pri dizajniranju korisničkih sučelja iznimno je važno znati donijeti odluku o zaslonima koji će se prikazivati i kako će oni izgledati. Korisničko sučelje (UI) pokriva interaktivne i vizualne elemente koji se prikazuju u aplikacijama ili na mrežnim stranicama i ono kao takvo određuje ton proizvoda i njegov brend. Estetski elementi su ono što čini UI, a tijekom dizajniranja istih ključna su dva čimbenika: revizija i ton dizajna (Paulišić, 2019, 12).

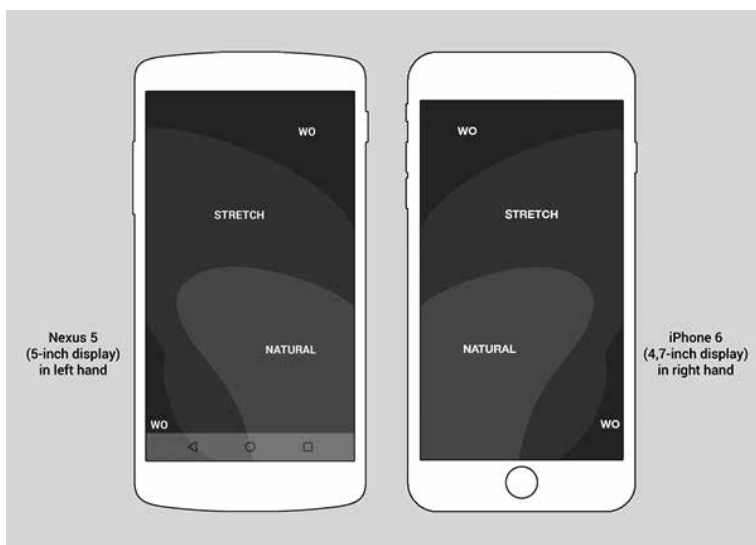
Krajnji cilj kod dizajniranja korisničkog sučelja jest jednostavan proizvod – korisnik bi pomoću korisničkog sučelja trebao jednostavno i brzo poduzimati određene radnje koje želi. Korisniku bi se trebale prezentirati isključivo one informacije koje su važne za njega (Blašković, 2019, 13). Dobar UI trebao bi biti jednostavan i sažet (prikazivati samo one elemente koji su ključni za dobru komunikaciju), predvidiv odnosno razumljiv i intuitivan te treba biti *user friendly*, jer će se tako zadržati korisnici te će ih se potaknuti poduzimati i istražiti sve funkcije koje proizvod nudi (Teležar, 2019, 7).

Korisničko sučelje (UI) djeluje kroz elemente koji su interaktivni – *buttoni* (gumbi), interaktivni tekst, *inputi* (ispunjavanje formulara) i sl. (Kurolt, 2019, 5). Elemente korisničkog sučelja (UI-a) možemo podijeliti na više načina, a jedan od njih je podjela u dvije skupine: interaktivni i strukturni elementi (Teležar, 2019, 5).

Dizajniranje korisničkog sučelja (UI-a) je puno više od vizualnog izgleda i samog osjećaja pri korištenju neke aplikacije ili mrežne stranice. UI određuje cijeli ton proizvoda za cijeli UX (Roth, 2017, n.p.) Pri dizajniranju UI-a treba imati na umu da se korisnika treba uključiti u sam proces dizajna, odnosno korisnik bi trebao imati mogućnost upravljanja računalom na jednostavan i intuitivan način, sučelje ne bi trebalo imati previše zahtjeva prema korisniku i sl. te konzistentnost sučelja, što podrazumijeva jednako sučelje kod prikazivanja na različitim veličinama ekrana i izbjegavanje nepotrebnih izmjena (Teležar, 2019, 8).

Osim što je važno razmišljati o korisniku i njegovim potrebama, važno je imati na umu i neke druge stvari koje su povezane s dizajniranjem za mobilne uređaje (Paulišić, 2019, 9). Kod dizajniranja na mobilnim uređajima treba obratiti pozornost i na veličinu ekrana. Također, treba dizajnirati što jednostavniju i jasniju navigaciju. Isto tako sadržaj treba biti minimalan

jer ipak je riječ o manjim zaslonima nego što je to na računalu i previše sadržaja bi opteretilo korisnika (Paulišić, 2019, 10–11). Način na koji osoba drži mobilni uređaj igra veliku ulogu kod dizajniranja – u kojoj ruci i s kojim prstima dodiruje ekran. Savchenko (2015, n.p.) u svom blog postu piše upravo o ovom problemu i prikazuje dosege na ekranu. Osoba koja koristi mobilni uređaj s desnom rukom lako će dohvatiti lijevi donji kut i sredinu, već kod korištenja desne strane uređaja morat će protezati prst, a gornji dio ekrana, posebice lijevi kut bit će mu teško dohvatljiv, kao i donji desni kut. S druge strane, osoba koja koristi mobilni uređaj s lijevom rukom će lako dohvatiti desni kut i sredinu, dok će pri korištenju lijevog dijela ekrana morati istezati prst. Gornji dio ekrana te donji lijevi kut bit će mu teško dohvatljivi.



Slika 1. Prikaz elemenata koji su lako i teško dohvatljivi na mobilnim uređajima i pri korištenju s lijevom i korištenju s desnom rukom. Izvor: Savchenko blog <https://medium.com/@konsavl-55aba8ed3859> [pristup: 20.08.2021.].

Dodir nije uvijek precizan i stoga autorica Paola Blašković (2019, 35 prema Hobber, 2017) ističe kako treba paziti na veličinu elemenata koji se mogu klikati. Veličina klikabilnih elemenata treba odgovarati veličini prsta na ruci, „što je od 8 do 10 mm, dok takvi elementi trebaju biti udaljeni jedan

od drugog barem 1 do 2 mm kako bi se izbjeglo da korisnik slučajno i neželjeno aktivira neki od njih“ (Blašković, 2019, 35).

Dok se UI bavi rasporedom elemenata i kompozicijom u određenoj aplikaciji, UX se bavi korisnikom i načinom na koji se korisnik osjeća dok koristi aplikaciju. UX i UI zajedno omogućuju potpuno iskustvo korisnika tijekom korištenja aplikacije (Hayes, 2014, 1).

Prema autoru Leu Paulišiću, četiri faze koje bi izrada aplikacija trebala obuhvatiti (2019, 14) su:

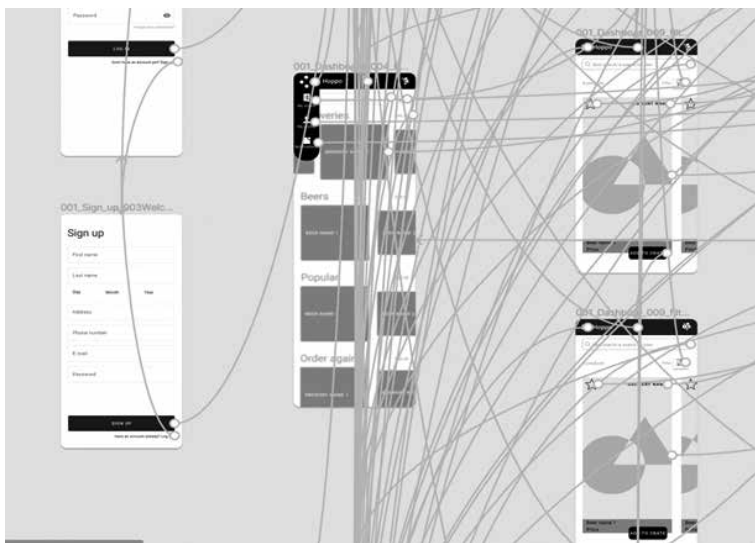
1. Korisnička karta putovanja (engl. *User Journey map*) je vizualni prikaz kretanja (putovanja) kroz aplikaciju, pri čemu treba obratiti pozornost na elemente koji su klikabilni i mjesta na koja odvede korisnika kada klikne na taj element.
2. Pojednostavljeni izgled aplikacije – skica (engl. *Wireframe*) odnosi se na skiciranje aplikacije gdje se postavlja hijerarhija i raspored elemenata na zaslonu. Često se u ovoj fazi ne koristi stvarni sadržaj, odnosno tekst i fotografije, već se koristi izmišljeni tekst (najčešće *lorem ipsum*) i okviri za slike (engl. *Placeholderi*). *Wireframe* se može raditi u digitalnom obliku (u nekom programu) ili tako da se crta na papir.



Slika 2. Prikaz primjera izgleda Wireframe-a mobilne aplikacije.
Izvor: Just in mind blog <https://www.justinmind.com /blog/20->

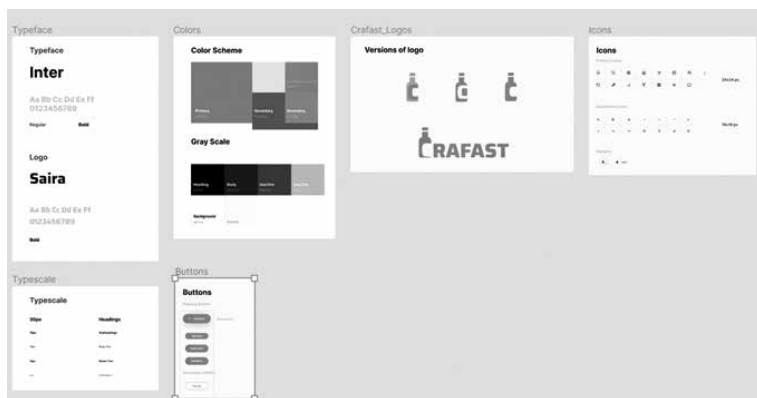
inspiring-web-and-mobile-wireframe-and-prototype-examples/
 [pristup: 20.08.2021.].

3. Klikabilni prototip aplikacije (engl. *Clickable Prototype*) predstavlja povezane *Wireframe*-ove koji povezivanjem postaju interaktivni oblik aplikacije. Klikabilni prototip daje prividnu sliku na koji će način aplikacija funkcionirati, elementi postaju klikabilni i skrolabilni. Na taj se način pravovremeno mogu otkriti potencijalne nejasnoće u rasporedu elemenata ili hijerarhiji te doći do oblikovanja ideja za konačni vizualni dizajn. (Vidi sliku 3.)



Slika 3. Prikaz primjera klikabilnog prototipa.
 Izvor: Vlastiti rad.

4. Vizualni dizajn odnosno dizajn korisničkog sučelja (UI) odnosi se na stvaranje gotova proizvoda koji obuhvaća i sve prethodne korake i faze. Kod dizajniranja korisničkog sučelja UI dizajner odabire tipografiju, boje, ikone, fotografije/ilustracije, gumbe, izgled elemenata i njihov oblik i sl. što kasnije primjenjuje na sve ekrane aplikacije. (Vidi sliku 4.) Pozornost se posvećuje i animacijama koje će sadržavati aplikacija – animirane ilustracije, animirani prijelazi između ekrana, *hover* efekti itd. (Paulišić, 2019, 15–16).



Slika 4. Prikaz primjera odabira tipografije, boja, izgleda gumba, ikona, ilustracija.

Izvor: Vlastiti rad.

Iako je fotografija bila najvažnija značajka *Instagrama*, važno je napomenuti kako se Instagram okrenuo prema video sadržaju (*Reels* u središtu). Sljedeća značajka Instagrama su poruke (engl. *Direct Messages*). Kao i većina društvenih mreža, *Instagram* ima mogućnost privatnog razmjenjivanja poruka – osim tekstualnog sadržaja, korisnici mogu dijeliti fotografije i videozapise koji nestaju njegovim otvaranjem, ali i one koje ne nestaju. Pritiskom na prvu ikonu, prikazanu na slici 13, fotografija/videozapis koji se pošalje neće nestati nakon otvaranja, dok pritiskom na drugu ikonu, fotografija/videozapis nestaje nakon otvaranja i više nije moguće njihovo otvaranje (Rančić, 2019, 26).



Slika 5. Prikaz ikona za dijeljenje fotografija i videozapisa na Instagramu. Izvor: Vlastiti rad.

Preko poruka na *Instagramu* korisnici imaju mogućnost ostvariti i video-poziv u kojemu može sudjelovati najviše šest korisnika (Rančić, 2019, 27). Pretraživanje i istraživanje (engl. *Search and Explore*) je još jedna značajka *Instagrama*. *Hashtag*-ovi su također značajka *Instagrama* te olakšavaju pretraživanje fotografija i videozapisa slične ili iste tematike kao ključna riječ koju smo upisali (*hashtag* – #ključnariječ) (Rančić, 2019, 29–31). *Instagram priče* (engl. *Instagram Stories*) su značajka pomoću koje korisnici mogu podijeliti fotografiju ili videozapis sa svojim pratiteljima/ostalim korisnicima, ali će taj sadržaj nestati nakon 24 sata (Rančić, 2019, 31). *Instagram* je također uveo i mogućnost pretraživanja arhiviranih objava/priča tako da i one priče koje su pale u zaborav (jer nisu postojali „Naglasici“) sada se mogu dodati i ponovno mogu biti vidljive.

Osim što korisnici putem *Instagram* priče mogu objavljivati klasične videozapise i fotografije, oni također mogu objaviti i *Boomerang* i *Instagram Live*. *Boomerang* je vrlo kratak videozapis koji traje nekoliko sekundi, uglavnom je to jedna scena u kojoj se događaju neki minimalni pokreti koji će se ponavljati dok ne istekne vrijeme videozapisa. *Instagram Live* je snimanje uživo. Korisnik kao i kod svih prethodnih načina može birati hoće li snimati prednjom ili stražnjom kamerom, također može primijeniti neki filter i kod emitiranja uživo *Instagram* šalje obavijesti korisnikovim pratiteljima koje bi *Instagram Live* mogao zanimati (Rančić, 2019, 34–35). *Instagram* je u posljednjih dvije godine razvio još tri nove značajke – *Reels*, trgovina i *IGTV*. *Reels*-i su svojevrsna inačica društvene mreže *Tik Tok*, to su kratki videozapisi do 30 sekundi u kojima se može kombinirati više videa, tekst, glazba, glas (općenito audio elementi) i filteri. (About Instagram, 2021b). Trgovina (engl. *Shopping*) je također novija značajka *Instagrama*. Ova značajka omogućuje pregled proizvoda i potencijalno kupovanje istih (About Instagram, 2021c). *IGTV* je duža forma videozapisa na *Instagramu* koja nije vremenski ograničena te se prikazuje preko cijelog zaslona mobilnog uređaja. Ova značajka, kao i sve prethodne, ima mogućnost komentiranja, lajkanja i dijeljenja s korisnicima (About Instagram, 2021a).

Instagram kontinuirano radi na poboljšanju postojećih i dodavanju novih značajki (engl. *Features*) kako bi zadovoljili postojeće i privukli nove korisnike – „*All of our product features were designed with you in mind*“ (About Instagram, 2021d).

Kada je riječ o dizajniranju neke aplikacije za mobilni uređaj, važno je imati definirane sve informacije o tematici projekta. Treba razraditi mogućnosti i koncept aplikacije, imati neke skice dizajna, odrediti ciljanu skupinu te navike i potrebe te ciljane skupine. Ako su ciljevi i strategija jasni, tada ne bi trebalo biti problema kod dizajniranja korisničkog sučelja aplikacije (Kliček, 2016, 34).

Istraživački dio

Cilj, hipoteze i istraživačka pitanja

Cilj ovoga rada je dati pregled najkorištenijih *Instagram* značajki te kako se one mogu unaprijediti. *Instagram* još uvijek ima prostora za razviti nove značajke, a upravo ćemo to pokušati dokazati ovim istraživanjem. Za potrebe ovoga istraživanja provodili su se dubinski intervjui koji su sadržavali zatvorena i otvorena pitanja. Ispitanici su bili korisnici u dobi od 21. do 34. godine starosti te je bio podjednak broj onih koji imaju poslovni račun i onih koji imaju privatni račun. U istraživanje je bilo uključeno 20 ispitanika, odnosno korisnika društvene mreže Instagram – 8 poslovnih korisnika i 12 privatnih korisnika.

Hipoteze su sljedeće:

H1: Društvena mreža *Instagram* još uvijek ima prostora za razvijanje novih i unaprjeđenje starih značajki (engl. *Features*) bez da gubi svoj prvotni cilj postojanja.

H2: Poslovni korisnici skloniji su prihvaćanju novih značajki od privatnih korisnika.

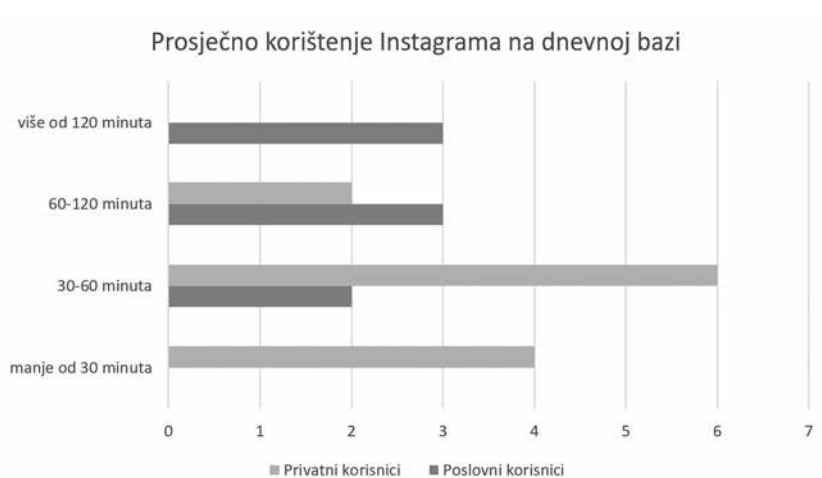
H3: Navigacija *Instagrama* može se unaprijediti i učiniti korisnike zadovoljnijima (UX).

Metodologija istraživanja, interpretacija i analiza rezultata

U istraživanje i provođenje dubinskih intervjua bilo je uključeno 20 ispitanika (korisnika društvene mreže *Instagram*). Dubinski intervjui su se provodili metodom licem u lice. Ispitanici su osobe mlađe životne dobi, točnije osobe od 21. do 34. godine. Ispitanici su studenti ili zaposlene

osobe, samo je jedan od ispitanika nezaposlen (a uz to se ne školuje niti studira).

Poslovni korisnici u prosjeku dnevno provode više vremena na *Instagramu* od privatnih korisnika što možemo uočiti na grafu ispod (Vidi graf 1):



Grafikon 1. Usporedbe prosječnog korištenja Instagrama na dnevnoj bazi poslovnih i privatnih korisnika., Izvor: Vlastiti rad.

Na pitanja: U koju svrhu najviše koristite Instagram?, Koja Vam je najdraža funkcionalnost?, Koje su vam najveće frustracije kod korištenja Instagrama? Kada biste mogli dodati jednu funkcionalnost, koja bi to bila? – odgovori su u nastavku.

Poslovni korisnici u većoj mjeri koriste *Instagram* za:

- Informiranje o prijateljima, brendovima i influencerima
- Promoviranje vlastitog brenda (objava sadržaja)
- Pronalaženje inspiracije
- Komunikacija s klijentima.

Privatni korisnici u većoj mjeri koriste *Instagram* za:

- Objavljivanje sadržaja
- Praćenje aktivnosti prijatelja
- Zabavu (računi vezani za brendove, influencere, glazbu, film...)
- Informiranje (računi vezani za posao, vijesti...).

Kod pozitivnih strana *Instagrama* ispitanici su istaknuli nekoliko funkcionalnosti kao što su:

- *Instagram Story*
- Fokus samo na fotografijama
- Jednostavan i funkcionalan
- Doseg velikog broja ljudi.

Uz te funkcionalnosti, neki su ispitanici istaknuli još i: lako pretraživanje restorana, praćenje statistike, više fotografija u jednoj objavi, praćenje *hashtagova*, naglasci, pametan algoritam i kvaliteta multimedijskog sadržaja.

Kod negativnih strana *Instagrama* odnosno što ih frustrira pri korištenju *Instagrama* su: format fotografije – problematičnost kod objavljivanja fotografija jer *Instagram* reže fotografiju kad nema odgovarajući format. Ispitanici su istaknuli kako bi bilo dobro kada bi se ovo moglo poboljšati, a u smislu da format fotografije nije toliko strogo određen. Zatim ističu nemogućnost premotavanja videa, odnosno *Instagram Storyja*, reklame i sponzorirani sadržaj – iako je većina ispitanika svjesna da to nije nešto što UX/UI dizajner može promijeniti, svejedno su naveli ovo kao jednu od većih frustracija kod korištenja *Instagrama* i voljeli bi kada bi se to uklonilo; problematična donja navigacija – značajka *Reels* je sada u središtu donje navigacije, a ne „+“ za dodavanje novih fotografija, videozapisa, *Instagram Storyja*. Voljeli bi kada bi se ta navigacija promijenila i kada bi se vratio „+“ dolje. Samo jedan ispitanik je istaknuo nemogućnost dodavanja novog reda u porukama.

Pitanja u nastavku odnose se na konkretno unaprijeđenje društvene mreže *Instagram* (u pogledu UX/UI dizajna).

1. Kako bi vam koristila opcija da možete unaprijed srediti fotografiju/videozapis i označiti vrijeme i dan kada želite da se objavi (engl. *Schedule*) (unutar aplikacije *Instagram*)?
2. Kako vam se sviđa pozicioniranje *Add Buttona* nakon što se *Instagram* ažurirao?
3. Koliko često koristite *Trgovinu* na *Instagramu*?
 - Nikad
 - Jednom dnevno

- Više puta dnevno
 - Jednom tjedno
 - Jednom mjesečno
4. Kako vam se sviđa pozicioniranje *Aktivnosti* (*button*) nakon što se *Instagram* ažurirao?
 5. Posjećujete li često *Explore Feed*? Mislite li da se ova značajka može ikako unaprijediti, ako da – kako?
 6. Prema vašem mišljenju, koliko često biste koristili opciju spremanja videozapisa ili fotografija ako bi vam odmah bilo ponuđeno u koju mapu želite spremi sadržaj odnosno mogućnost kreiranja mape?
 7. Podržavate li odluku *Instagrama* da u središte aplikacije stavljaju video (engl. *Reels*), a ne fotografije? Zašto?

S obzirom na to da se pitanja, u ovom dijelu istraživanja, odnose konkretno na razvijanje novih i unaprjeđenje starih funkcionalnosti *Instagrama*, odnosno na njegov redizajn, od ispitanika su zatražena detaljna obrazloženja.

Sljedeći su rezultati i zaključci:

- opcija *Schedule* bila bi korisna unutar aplikacije *Instagram* i da bi to uvelike zadovoljilo korisnike i unaprijedilo njihovo korisničko iskustvo (UX)
- loš UX kod položaja gumba za dodavanje objava u gornjoj navigaciji i smatraju da bi bilo puno intuitivnije da je u donjoj navigaciji
- ispitanici žele vidjeti preporuke u *Explore Feedu* jer bi im to uvelike olakšalo pretraživanje
- bolji UX kod spremanja objava, odnosno smatraju da sadašnji UX nije dovoljno intuitivan (duži pritisak na ikonu spremi kako bi se prikazale mape) i da bi bilo bolje kada bi se jednim klikom na ikonu spremi pojave mape u koje se može spremi sadržaj
- petnaest od dvadeset ispitanika nikada nije koristilo opciju „trgovina“ (engl. *Marketplace*), stoga nema potrebe da se nalazi u donjoj navigaciji

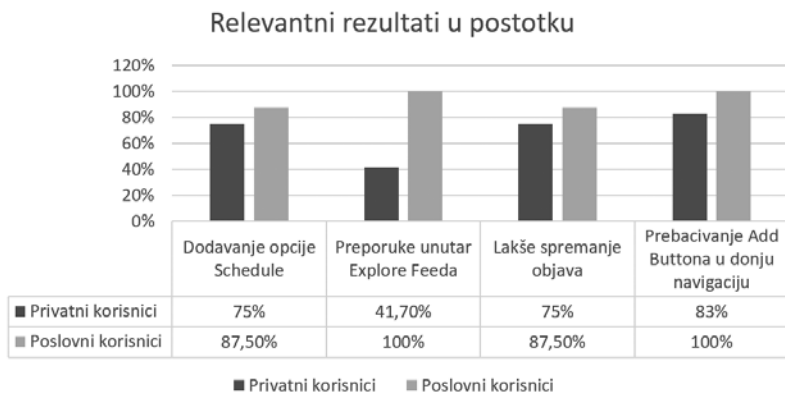
- samo šest od dvadeset ispitanika smatra da je gumb za pregled „aktivnosti“ na lošem mjestu (u gornjoj navigaciji), stoga je nepotrebno mijenjati njegov položaj
- devetnaest od dvadeset ispitanika ne vidi *Reelse*, odnosno videozapise kao fokus *Instagrama*, ali smatraju da je važno pratiti trendove i da su videozapisi unutar aplikacije.

Analizom dobivenih podataka možemo potvrditi dvije postavljene hipoteze, a to su:

H1: Društvena mreža *Instagram* još uvijek ima prostora za razvijanje novih i unaprjeđenje starih značajki (engl. *Features*) bez da gubi svoj prvotni cilj postojanja.

H3: Navigacija *Instagrama* može se unaprijediti i učiniti korisnike zadovoljnijima (UX).

Kada ove rezultate pretvorimo u postotke dolazimo do sljedećih saznanja (vidi graf 2):



Grafikon 2. Prikaz relevantnih rezultata u postotku.

Izvor: Vlastiti rad.

Ono što iz ovoga grafa možemo iščitati je da su poslovni korisnici više spremni na promjene u dizajnu korisničkog iskustva i korisničkog sučelja (UX/UI), nego što su to privatni korisnici. 100% (8/8) poslovnih korisnika želi preporuke unutar *Explore Feeda*, dok samo 41,7% privatnih korisnika želi to isto. Prebacivanje gumba za dodavanje objava u donju

navigaciju želi 100% poslovnih korisnika, a 83% privatnih korisnika. Lakše i intuitivnije spremanje objava želi 75% privatnih, a 87,5% poslovnih korisnika. Isti postotak je i kod dodavanja opcije *Schedule*. Ovi rezultati dovode do potvrde postavljene hipoteze:

H2: Poslovni korisnici skloniji su razvijanju novih značajki od privatnih korisnika.

Na kraju analize i interpretacije dobivenih rezultata možemo zaključiti da su sve tri postavljene hipoteze točne – *Instagram ima prostora za unaprjeđenje svojih značajki i za dodavanje novih bez da gubi svoj fokus i cilj, poslovni korisnici su skloniji razvijanju novih značajki od privatnih korisnika i navigacija Instagrama se može unaprijediti i učiniti korisnike zadovoljnijima što se tiče UX-a*. Potvrde hipoteza dovode do praktičnog dijela u kojemu će se primijeniti ova unaprjeđenja koja su ispitanici istaknuli kao potrebna što se tiče UX/UI-a društvene mreže *Instagram*.

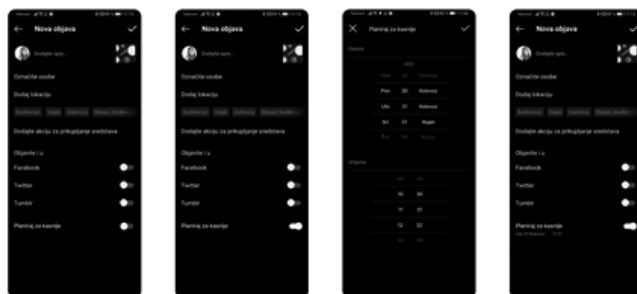
Praktični dio

Za provođenje praktičnog rada izdvojili smo najrelevantnije rezultate dobivene istraživanjem. Ono što ćemo pokušati redizajnirati na *Instagramu* je sljedeće:

1. Dodavanje opcije *Schedule* kod objavljivanja sadržaja na *Instagramu*
2. Dodavanje preporuka unutar *Explore Feed-a* koje će se moći odabrati kako bi se lakše pretraživalo
3. Unaprjeđenje spremanja objava na *Instagramu*
4. Drugačiji raspored ikona u donjoj navigaciji.

Redizajn ovih značajki i dodavanje nove opcije *Schedule* trebalo bi unaprijediti iskustvo korisnika pri korištenju mobilne društvene mreže *Instagram*. Unaprjeđenje i dodavanje značajki na *Instagramu* doprinosit će i UX-u i UI-u aplikacije.

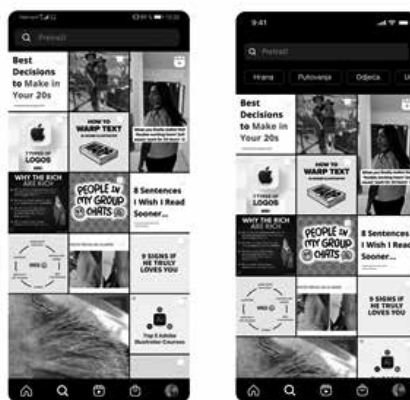
Opcija *Schedule* je prvo što smo napravili. Trenutačno ta značajka ne postoji unutar društvene mreže *Instagram*, već korisnici koriste druge aplikacije kako bi unaprijed uredili objavu i odredili kada će biti objavljena. Ova opcija olakšat će privatnim, ali u većoj mjeri poslovnim korisnicima objavljivanje sadržaja jer će imati mogućnost odrediti vrijeme za objavu baš onda kada je njihova publika najaktivnija na *Instagramu*.



Slika 6. Potencijalni izgled *Schedule* opcije na Instagramu.
Izvor: Vlastiti rad.

Na slici 6. uočavamo četiri ekrana na kojima je prikazan potencijalan izgled *Schedule* opcije, odnosno planiranja objave za kasnije. Na prvom ekranu vidimo mogućnost uključivanja opcije za planiranje kasnije, nakon toga bismo došli na ekran gdje bi birali vrijeme i datum objave i zadnji ekran prikazuje kako izgleda kada je opcija *Schedule* aktivna – korisnik vidi da je aktivna i ispod se nalazi datum i vrijeme kada će se objava postati vidljiva.

Sljedeći redizajn je dodavanje kategorija unutar *Explore Feeda* radi lakšeg pretraživanja (Vidi sliku 7).



Slika 7. Usporedba sadašnjeg dizajna *Explore Feeda* i potencijalnog redizajna *Explore Feeda*. Izvor: Vlastiti rad.

Na slici 7. vidimo dva ekrana, tj. usporedbu sadašnjeg i potencijalnog redizajna *Explore Feeda*. Na prvom ekranu prikazan je sadašnji dizajn *Explore Feeda*, a na drugom ekranu prikazan je potencijalni redizajn *Explore Feeda*, gdje su pri vrhu ekrana dodane kategorije koje korisnik može kliknuti i onda mu se na temelju toga prikazuju objave. Kategorije bi se pojavljivale s obzirom na ono što najviše korisnik pretražuje, pa bi bile kao svojevrsne preporuke.

Šesnaest od dvadeset ispitanika iznijelo je nezadovoljstvo UX-om kod spremanja objava u različite mape jer zahtjeva previše od njih. S obzirom na navedeno, na slici 8 vidimo potencijalni redizajn kod spremanja objava u različite mape.



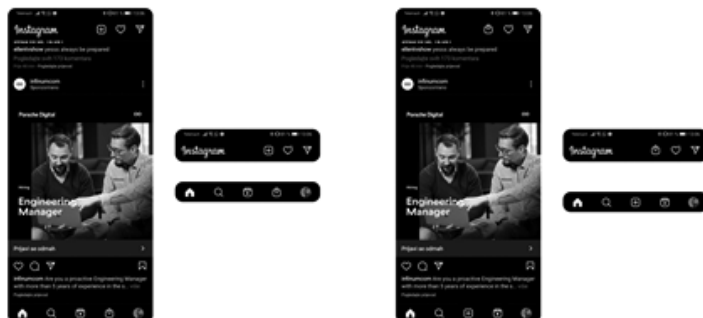
Slika 8. Potencijalni redizajn pri spremanju objava na Instagramu.

Izvor: Vlastiti rad.

Trenutačno je problem dugi pritisak na ikonu ‘spremi’ kako bi vidjeli ono što vidimo na drugom ekranu na slici 8. Mnogo bi bilo intuitivnije da se pri kliku na ikonu ‘spremi’ otvori drugi ekran. Ono što bi se još moglo dodati je paginacija (što vidimo na drugom ekranu na slici 8) jer će tako korisnik znati koliko ima kreiranih mapa.

Posljednji redizajn odnosi se na problematičnost donje navigacije za koju su korisnici istaknuli da nije nimalo intuitivna i da im se ne sviđa što su *Reelsi* zauzeli sredinu donje navigacije jer ne žele videozapise kao fokus *Instagrama*, već žele zadržati fotografiju. Istraživanjem smo došli do podatka

da osamnaest od dvadeset ispitanika želi vidjeti gumb za dodavanje objava u donjoj navigaciji. Ono što je još relevantno za redizajn donje navigacije je činjenica da petnaest od dvadeset korisnika nikada nije koristilo značajku „trgovina“ i korisnici, koliko god bili protiv *Reelsa* u središtu *Instagrama*, smatraju da trebaju biti prisutni, ali da ne trebaju zamijeniti fotografiju (Vidi sliku 9.).



Slika 9. Sadašnji dizajn donje navigacije i potencijalni redizajn donje navigacije. Izvor: Vlastiti rad.

Donju navigaciju uredili smo upravo onako kako su naši ispitanici to željeli, a to je da u središtu donje navigacije bude gumb za dodavanje sadržaja. Na drugom ekranu vidimo taj redizajn, dok na prvom vidimo sadašnji dizajn s *Reelsima* u sredini. U gornju navigaciju prebacili smo ‘trgovinu’ jer je vrlo malo naših ispitanika izjavilo da ju koristi, dok s druge strane značajku *Reels* koriste, ali ne žele da bude u središtu. Na kraju dobivamo donju navigaciju kao što je to prikazano na slici 9., drugi ekran.

Zaključak

Na kraju rada možemo zaključiti da su tri navedene hipoteze prihvaćene, odnosno ne odbacuju se jer je istraživanje pokazalo da *Instagram* ima prostora za unaprjeđenje svojih značajki i za dodavanje novih bez da gubi svoj fokus i cilj. Poslovni su korisnici pak skloniji razvijanju novih značajki od privatnih korisnika i navigacija *Instagrama* može se unaprijediti i učiniti korisnike zadovoljnijima.

Tržište je aplikacija zasićeno, upravo kao što je i postmoderno razdoblje samo po sebi informacijski zasićeno, stoga je važno kontinuirano pratiti trendove i potrebe korisnika kako bi mogli unaprijediti svoj proizvod koji će se istaknuti u masi, odnosno zadržati postojeće korisnike i privući nove.

Kako bi njihovo poslovanje bilo što uspješnije, poslovni korisnici traže stalna unaprjeđenja društvene mreže *Instagram*, što se pokazalo i u našem istraživanju. Osim što se trebaju pratiti potrebe korisnika i trendove, potrebno je pratiti i promjene koje se događaju u svijetu tehnologije, posebice kod pametnih telefona, a upravo se dizajn korisničkog iskustva i korisničkog sučelja (UX/UI) bavi ovim problemima.

UX/UI dizajneri prisutni su tijekom cijelog procesa izrade aplikacije – od inicijalnog istraživanja tržišta do izrade završnog proizvoda. Danas se sve više ulaže u područje UX/UI dizajna, jer se tako zadovoljavaju potrebe i želje korisnika, trendovi, promjene u tehnologiji i načinu korištenja pametnih telefona, izrada vizualnih elemenata u aplikaciji, odabir boja, tipografije itd. Korisniku je vrlo važno da je aplikacija jednostavna i intuitivna za korištenje, ne želi ulagati previše vremena i truda kako bi shvatio na koji način aplikacija funkcionira, zbog toga je važno pružiti mu intuitivnu navigaciju koja će ga jednostavno navoditi kroz cijelu aplikaciju te mu pružiti osjećaj zadovoljstva, a što smo dokazali u našem istraživanju trećom hipotezom. Dizajn korisničkog iskustva i korisničkog sučelja (UX/UI) trebao bi u korisniku izazvati pozitivne emocije – od toga da mu aplikacija lijepo izgleda (ikone, ilustracije, raspored elemenata, tipografija, gumbi) do toga da je funkcionalna i jednostavna za korištenje (osjećaj zadovoljstva, odnosno zadovoljenje njegovih potreba i želja).

Ključ je uspjeha, u svijetu društvenih mreža i aplikacija, stalno nadograđivanje proizvoda bilo da se tiče potreba i želja korisnika, odnosno prosumera koji su korisnici, ali i kreatori sadržaja, bilo promjena u tehnologiji ili trendova u dizajnu, jer će se tako zadržati postojeći korisnici – prosumeri i privući novi. Važno je zadržati fokus i primarnu svrhu aplikacije, a u isto vrijeme uvoditi nove značajke kako bi korisnici – prosumeri i dalje imali istu aplikaciju, s istim ciljem, ali i novim značajkama koje će unaprijediti njihovo iskustvo korištenja. Cilj je zadovoljiti korisnika – prosumera funkcionalnošću i vizualnim izgledom aplikacije jer zadovoljan korisnik najbolja je reklama za proizvod.

Literatura

- Blašковиć, P. (2019). *Značajke korisničkog sučelja na primjeru sustava za učenje jezika*. Diplomski rad. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Odjel za informatiku.
- Bošnjak, Z., (1998). *Postmoderna i Internet*. Znanstveni rad. Zagreb: Odsjek za sociologiju, Filozofski fakultet u Zagrebu.
- Bratković, J. (2020). *Uloga Instagram influencerica u izgradnji samopouzdanja adolescenata*. Diplomski rad. Zagreb: Fakultet hrvatskih studija, Odsjek za komunikologiju.
- Brattoni, A. (2019). *Stavovi studenata prema zanimanju Instagram blogera*. Diplomski rad. Zagreb: Hrvatski studiji, Odsjek za komunikologiju.
- Čuturilo, S. (2018). *Oglašavanje na Instagramu*. Diplomski rad. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma.
- Farhan, R. (2019). Understanding Postmodernism: Philosophy and Culture of Postmodern. *International Journal Social Sciences and Education*, 2 (04), 22–31.
- Hayes J. R. (2014). *User Interface Design for Online Social Media*. Studija. California: Graphic Communication Department, College of Liberal Arts, California Polytechnic State University.
- Hrvatina, A. (2020). *Uloga najpopularnijih društvenih mreža i aplikacija za dopisivanje među srednjoškolicima u njihovim ljubavnim odnosima*. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija, Odsjek za komunikologiju.
- Husnjak S. (2017). *Definiranje obrazaca ponašanja korisnika pametnih telefona pri prebacivanju podatkovnog prometa s pokretnih hna wi-fi mreže*. Doktorski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet prometnih znanosti.
- Jambrečina, E. (2020). *Guerilla marketing – primjena među Instagram influence-ri-ma*. Diplomski rad. Osijek: Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu, Odsjek za kulturu, medije i menadžment, Kulturalni menadžment.
- Kliček, M. (2016). *Dizajniranje korisničkog sučelja mobilne aplikacije Sveučilišta Sjever*. Završni rad. Varaždin: Sveučilište Sjever, Odjel za Multimediju, oblikovanje i primjenu.
- Kovačićek, H. (2017). *Proces oblikovanja korisničkog iskustva*. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet.
- Kurolo, F. (2020). *Važnost elemenata korisničkog sučelja i korisničkog iskustva u web dizajnu*. Završni rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti.
- Lang, B., Dolan, R., Kemper, J., Northey, G. (2020). Prosumers in times of crisis: definition, archetypes and implications, u: *Journal of Service Management*, DOI: 10.1108/JOSM-05-2020-0155

- Levak T. i Barić-Šelmić S. (2018). Escaping the “Virtual Promenade” – New trends in use of Social Networks by members of generation “Z”. *Media, Culture and Public Relations*, 9 (1–2), 37–55.
- Lister et al. (2009). *New Media: a critical introduction*. 2. izd. (2nd ed.) London i New York: Routledge.
- McLuhan, M. (1964, 1993, 2013). *Understanding Media – The Extensions of Men*, Berkeley, California, GINGKO PRESS Inc.
- McLuhan, M. (2008). *Razumijevanje medija – Mediji kao čovjekovi proizvođači*, Zagreb, Golden Marketing – Tehnička knjiga
- Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things*. Revised and expanded Edition. New York: Basic Books.
- Paulišić, L. (2019). *Dizajn korisničkog iskustva i korisničkog sučelja – rebranding softvera*. Diplomski rad. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Odjel za informatiku.
- Rančić, R. (2019). *Specifičnosti društvene mreže Instagram*. Diplomski rad. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma.
- Roth, R. E. (2017). *User Interface and User Experience (UX/UI) Design*. The Geographic Information Science & Technology Body of Knowledge (2nd Quarter 2017 Edition), John P. Wilson (ed.).
- Sušac, A. M. (2016). *Redizajn web stranice Goodreads*. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet.
- Šantl, L. (2019). *Odnos narcizma i nekih aspekata korištenja Instagrama*. Završni rad. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za psihologiju.
- Tandara L. (2020). *Virtualni svijet i pitanje otuđenosti mladih*. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija, Odsjek za komunikologiju.
- Teležar, A. (2019). *Dizajn edukativne aplikacije za djecu “Mali znalci”*. Završni rad. Varaždin: Sveučilište Sjever, Odjel za multimediju, oblikovanje i primjenu.
- Žakula, E. (2021). Redizajn mobilne društvene mreže Instagram (UX/UI – dizajn aplikacija). Diplomski rad. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:067189>
- Zgrabljic Rotar, N. (2017). Novi mediji digitalnog doba, u: Zbornik *Informacijska tehnologija i mediji 2016.*, ur: Labaš Danijel, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji, str. 57–66.
- Žganec, T. (2015). *Novi mediji i internet*. Završni rad. Čakovec: Stručni studij menadžmenta turizma i sporta, Međimursko veleučilište u Čakovcu.
- Wang et al. (2013). Survey on mobile social networking in proximity (MSNP): approaches, challenges and architecture. *Wireless Networks*, 19 (8). 1295-1311.

Mrežni izvori:

- About Instagram. (2021a) Features. URL: <https://about.instagram.com/features> [pristup: 07.08.2021.]
- About Instagram. (2021b) Features. Reels. URL: <https://about.instagram.com/features/reels> [pristup: 23.08.2021.]
- About Instagram. (2021c) Features. Shopping. URL: <https://about.instagram.com/features/shopping> [pristup: 23.08.2021.]
- About Instagram. (2021d) Features. IGTV. URL: <https://about.instagram.com/features/igtv> [pristup: 23.08.2021.]
- DataReportal.com. GLOBAL SOCIAL MEDIA STATS. URL: <https://datareportal.com/social-media-users#:~:text=Our%20latest%20data%20show%20that,of%20the%20total%20global%20population.&text=That%20equates%20to%20annualised%20growth,new%20users%20every%20single%20second> [pristup: 04.08.2021.]
- Just in mind <https://www.justinmind.com/blog/20-inspiring-web-and-mobile-wireframe-and-prototype-examples/> [pristup: 20.08.2021.].
- Savchenko K. (2015) *One-handed mobile interface*. Medium. URL: <https://medium.com/@konsav/-55aba8ed3859> [pristup: 20.08.2021.]
- Statista.com. Most popular social networks worldwide as of July 2021, ranked by number of active users (in millions). URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> [pristup: 05.08.2021.]
- Statista.com. Number of Instagram users worldwide from 2016 to 2023 (*in millions*). URL: <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/> [pristup: 07.08. 2021.]

POWER IN THE DIGITAL HANDS OF THE PROSUMERS – IMPROVING THE USER EXPERIENCE AND INTERFACE (UX/UI) ON THE EXAMPLE OF THE INSTAGRAM REDESIGN

Abstract

Web 2.0 technology has completely changed the communication paradigm by enabling a new type of interactive audience – prosumers. Mobile communications enabled new ‘extensions’ and underlined the importance of digital design – user interface (UI) and user experience (UX). What attracts users to social networks, especially Instagram? Does the importance of user experience (UX) and user interface (UI) design include meeting the needs and gratification for the user (U&G)? Instagram is carefully designed in such a way that it retains existing users and attracts new ones – because it meets the needs and wishes of users with its functionality and visual elements. This paper will analyze Instagram users in a way to explore their satisfaction with the existing features of Instagram, explore their wants and needs, and explore how the user experience (UX) and user interface (UI) of this social network can be improved.

Keywords: Instagram, uses and gratification, prosumers, redesign, UX/UI

Nebojša Lujanović³⁰

PAKAO ALANA MOOREA I PRIČA O JACKU RASPARAČU KAO PROTOTIP LAŽNE VIJESTI

Pregledni rad
<https://doi.org/10.59014/ZFRP5664>

Sažetak

Ovaj rad, iz perspektive kulturalnih studija, analizira grafičku novelu Alana Moorea *Pakao* koja oživljava priču o Jacku Rasparaču, rekonstruira povijesno razdoblje i nudi uvid u društveno-kulturni kontekst medijskog događaja. Točnije, izuzima dijelove novele koji se odnose na prikaz medijskog odjeka nerazriješenih ubojstava, unutar kojih se nude određena objašnjenja ili narativi koji pokušavaju uskladiti indicije, a na primjerima kojih možemo pratiti mehanizam razvijanja lažne vijesti. Proučavajući taj segment problema, u radu je analizirana lažna vijest (fake news) na strukturnoj i narativnoj razini, da bi se zatim uočeni obrasci nastajanja lažne priče povezali s obrascima odgovarajućih društvenih i kulturnih procesa. Važnost ovog konkretnog slučaja iz 19.st. krije se u činjenici da se radi vjerojatno o prvom masovnom slučaju kreiranja spektakla u medijima. A doprinos samog rada ide u smjeru skretanja pažnje na strukturu lažnih vijesti, umjesto njihova otpisivanja, kako bi nam ta struktura ukazala na pripadajuće društvene procese.

Ključne riječi: Jack Rasparač, lažna vijest, masovni mediji, naracija, senzacionalizam, struktura

30 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, nluanovic@hotmail.com

Uvod

Priča o Jacku Rasparaču (engl. *Jack the Ripper*) opće je mjesto popularne kulture s obzirom na filmske, stripovske i druge obrade kroz koje su neke od inačica tog povijesnog događaja prodrle u našu svakodnevnicu. Razlog može biti sama brutalnost počinjenih zločina, činjenica da je sam zločin ostao zauvijek nerazriješen ili privlačnost zbog prikaza iskonskog straha od smrti i nepoznatog; jedan od njih ili svi skupa, ali 'obožavatelji' su toliko raširenih da se među njima prodefilirala i posebna skupina 'ripologa' (onih koji su, zbog temeljitosti poznavanja konteksta i nastale literature, stručnjaci za navedenu temu). Sve ih je istražio, pomno proučio, istraživački predano sagledao sve moguće inačice, te onu najvjerojatniju prikazao u svom stripu *Pakao* – Alan Moore (2012). Ono što je posebno zanimljivo, i što je tema ovog rada, jest medijska prezentacija medijske prezentacije. To jest, na koji način je, u jednom segmentu stripa kao medija, prikazan utjecaj medija u konstrukciji priče o Jacku Rasparaču.

Izdavanjem tog dijela narativa ove grafičke novele, lako se dolazi do zaključka kako je riječ o jednoj vrsti iskonstruirane vijesti. S obzirom na činjenicu da je sam ubojica ostao nepoznat, kao i (ne)povezanost počinjenih zločina, pa samim time i motiv svih ubojstava, mnogi mediji ponudili su različite interpretacije, vrlo često nadomještajući 'rupe' u faktologiji svojom imaginacijom. Na prvoj razini problema, strukturno gledajući, radi se o naracijama koje pokušavaju objediniti poznate, te nadomještene 'nove', elemente, te ulančati ih u funkcionalnu priču. Druga razina problema nam se otvara kada uzmemo u obzir činjenicu da su to mediji koji su stavili svoj narativ u funkciju stjecanja naklonosti šire publike, a samim time i povećanja naklade i profita. Konkretnije, radi se vrlo vjerojatno o prvoj profitabilnoj lažnoj vijesti (engl. *fake news*) u povijesti suvremenih masovnih medija.

Brojni su stručnjaci, poput Perry Curtis Jr. (2001) koji medijsko naslijeđe o tom događaju sagledavaju na sličan način. On tvrdi da u slučaj Jacka Rasparača prvi put shvaćena moć tiska koji može sugerirati narative kao rješenja, mijenjati ih radikalno bez ikakvih posljedica, te prodavati ponuđene naracije u masovnoj nakladi. Također, tada je prvi put shvaćena mogućnost zarade od *fake newsa* jer podatci o nakladi govore da se tijekom izvještavanja o tom slučaju naklada glavnih londonskih novina povećala čak šest puta. Tako da je znanstveno tumačenje o pionirskoj ulozi Jacka

Rasparača u razvoju masovnog medija i lažnih vijesti već ponuđena. U ovom radu je namjera, u tom kontekstu, promotriti narativne zakonitosti generiranja ‘priča’ o Jacku Rasparaču, ili lažnih vijesti, uz definiranje stalnih elemenata. A zatim bi se iz toga izvele šire kulturološke implikacije – svaka naracija je odraz određenih odnosa moći, prema tome, lažne vijesti bi nam mogle reći nešto više o onima koji su ih konstruirali i konzumirali.

Sličnim procesima smo obuhvaćeni i danas. Uostalom, utjecaj medija je dalekosežniji, pa samim time i lažnih vijesti. Stručnjaci za medije i kulturu govore čak o agresiji medija koja zarobljava pojedinca u svoje naracije, djeluje na njega invazivno, moreći se za njegovu pozornost. Podatci prestaju biti podražaj, prelaze u agresivni napad u toj mjeri da nam je potreban ‘informativski imunitet’ (Bilwet, 1998). Iako, nastavlja isti autor, mediji su nužnost u životu suvremenog čovjeka. Pomoću njih saznaje o svijetu oko sebe, njima komunicira, pa i spoznaje sebe. To čak prerasta u njegov glavni razlikovni kriterij prema životinjama. Kako bilo, čovjek bez medija je teško zamisliv, a samim time i bez lažnih vijesti. U današnjim složenim uvjetima multipliciranja i medijskih kanala i ljudskih odnosa, možda je korisno vratiti se na pionirski slučaj Jacka Rasparača gdje je mehanizam djelovanja lažne vijesti transparentniji.

Od informacije do *fake newsa*

Put od informacije od lažnih vijesti je put od faksije do fikcije, ili od vijesti do naracije, ili od izvještavanja do konstrukcije. To je ujedno razvojni put suvremenih masovnih medija čiji početak možemo upravo označiti sa slučajem Jacka Rasparača. A masovne medije Peruško (2011, 15) definira na sljedeći način: ‘Institucije masovnih medija proizvode i distribuiraju simbolička dobra koja su fiksirana na medij i mogu se reproducirati neograničen broj puta; proizvodi i sadržaji masovnih medija namijenjeni su prodaji i dostupni su svim pripadnicima društva’. Iz definicije proizlaze dvije glavne orijentacije masovnih medija – prema masovnoj konzumaciji širokog kruga ljudi i prema ostvarivanju profita. Takvi mediji, dakle, ne nastoje informirati, nego zaraditi; ne nastoje držati kvalitetu sadržaja, nego osluhnuti potrebe mase i udovoljiti njihovih zahtjevima za zabavom i spektaklom. U tom kontekstu je potrebno promatrati sve ono što je nastalo kao medijska pratnja slučaju Rasparača.

S druge strane, *fake news* ili lažne vijesti je krovni pojam za više različitih formi ‘vijesti’, ali se od autora do autora razlikuje koji sve to pojmovi padaju pod njega i kako su klasificirani. Recimo da okvirno podrazumijevaju različite oblike pogrešnih informacija, dezinformacija s političkom ideologijom i bez nje, zabave ili satire i sl. (Vasu i dr, 2018). Iako je riječ o pojmu koji je središnji u diskurzu o suvremenim medijima danas, lažne su vijesti pojam čija povijest seže sve do desetljeća nakon Jacka Rasparača. Krajem 19.st., pojavio se sličan pojam, ‘žuti tisak’, kao naziv za praksu objavljivanja netočnih podataka bez dokaza i argumenata, a u poslovne svrhe ili svrhe profita. Iz toga se izveo pojam *fake news* koji je jasno bio postavljen kao forma namijenjena zabavi, ne informiranju, s jasnom distinkcijom (upravo onom koja je danas zamagljena). Konkretno, značenje pojma se dalje suzilo na označavanje onih vijesti koje nemaju uporište u stvarnosti pa ih se stoga ne može provjeriti jer se ne odnose ni na što (Molina i dr., 2021).

Nakon preciziranja terminologije, jasno je kako će se sadržaj pojma lažne vijesti približavati naraciji ili priči, sadržaju koji ima narativnu strukturu. I u vrijeme dominacije usmene komunikacije, imali smo cirkulaciju priča ili naracija koje u tom kruženju funkcioniraju kao opis stvarnog događaja. Sada se gotovo identična situacija premješta u ‘digitalni folklor’, područje internetske mreže koje funkcionira po principima usmene komunikacije. Računalo jest zamišljeno kao poslovno sredstvo, ali ubrzo postaje i sredstvo zabave, što znači da ćemo ‘na njemu’ tražiti izvore zadovoljstva i ushita jednako (ili više) kao što ćemo tražiti korisne informacije. Na križanju tih dvaju potreba, nastaje lažna vijest – ona je priča koja ima formu novinske vijesti, ali po sadržaju se približava zabavi umjesto informativnoj funkciji (Frank, 2015). Međutim, ako je narativni obrazac uočljiv svakom dobrom promatraču, ako u vijestima nazire njegove obrise, Gennette (i dr., 1990) postavlja pitanje: kako to da ih i dalje konzumiramo, te da na kraju vjerujemo više naracijama iz faksije, nego onima iz fikcije? On pretpostavlja da u narativu konzument prepoznaje red; naracije su uređeni sustavi znakova, a ta uređenost daje određenu sigurnost. Naročito kada je red vezana uz ‘mod faksije’ koji je usmjeren na sadržaj, umjesto ‘moda fikcije’ koji je usmjeren, pored sadržaja, i na estetski doživljaj. Također, naracija iz faksije nema lika, pripovjedača, te da konzumenta djeluje pouzdanije jer mu se obraća objektivni autor.

Iako bi se dali dalje izvesti dodatni argumenti, navedeni su dovoljni da istaknu važnost i funkcije naracije u vijestima, pa čak i onda kada se

ide nauštrb samoj vijesti. Narativ daje suvremenom čovjeku nešto više od same vijesti: daje mu osjećaj uključenosti, smisla, cjeline. Jer, ne za boravimo, on živi u svijetu iz kojeg je Bog kao jamstvo cjeline i smisla odavno prognan. Osim te potrebe, o kojoj piše Alić (2009), narativ ima i dimenziju za vođenja kojem se suvremeni čovjek predaje. Mediji nas za vode estetikom (lijepi su), ideologijom (vjerujemo u njihovu ispravnost), emocijama (pružaju nam uzbuđenje) i sl. Dalje, naklonost konzumenta naraciji medijski sustavi će koristiti u procesu prilagodne ili narativizacije neke izvanjske datosti, tako da u konačnici njihovim umnažanjem kreiraju alternativni svijet. Hromandžić (2014) upozorava kako je uloga medija sve više usmjerena prema konstrukciji društvene stvarnosti, dok su i sami istovremeno proizvod te iste stvarnosti. Ta konstrukcija je usklađena s konkretnim ideološkim premisama koje održavaju isto tako konkretne centre moći na nadređenoj poziciji. Narativizirana vijest se usmjerava tako da ovjerava sustav ili hijerarhiju moći čineći je prihvatljivom. Takvi medijski narativi, stoga, nastavlja autor, moraju biti analizirani tako da se iz njih iščitavaju odnosi moći. Kako u suvremenim medijima, tako i u našem primjeru Jacka Rasparača.

Mooreov pakao i medijska slika slučaja

Pakao (engl. *The Hell*) grafička je novela za koju je tekst napisao i koncepciju osmislio poznati crtač Alan Moore, te dalje konkretizirao u suradnji s crtačem Eddiem Campbellom. Moore je poznati britanski autor stripova, glazbenik i pisac koji je kreirao neke od najpoznatijih stripova u povijesti tog žanra (*Watchman*, *V kao Vendteta* i sl.). Autor je detaljno istražio svu dostupnu literaturu za vrijeme (policajska izvješća, novinski članci) i nakon (takozvani istraživači ili ripperolozi) događaja. Sam slučaj je proizveo cijelu seriju tekstova koji su usredotočeni na čak pet mogućih scenarija koji zalaže u područje imaginacije, budući da su povijesni podatci dosta oskudni. Oni se mogu svesti na objektivno osvjedočena ubojstva koji su fakt, prilično istaknuta zbog brutalnosti samog zločina, ali motivacija i počinitelj ostaju u sferi imaginacije. Jack The Ripper (Rasparač ili Trbosjek) medijski je naziv za neidentificiranog serijskog ubojicu nepoznatog imena koji je djelovao 1888.g., u Whitechapelu, dijelu East Enda (London). Žrtve su bile žene koje su se u tom području bavile prostitucijom. Vjeruje se da je od njegove ruke stradalo 5 žena (sve u dobi od 40 godina, osim navodno

središnje dvadesetogodišnje žrtve Mary Jane Kelly). U stripu je ponuđena jedna od mogućih inačica događaja; ona najizglednija, koja uspijeva riješiti najveći dio nedoumica i uklopiti ih u koherentan narativ.

Međutim, unutar tako postavljenog narativa, koji se kreće granicom između fikcije i faksije, posebno je zanimljiv način na koji su reprezentirani mediji u samom stripu. Upravo će to biti u središtu analize jer je riječ o priči koja se oslanja na slučaj koji su kreirali mediji. Tadašnje tiskovine su od tog slučaja kreirale prvorazredni medijski slučaj, a, kako sugerira inačica koju je odabrao Moore, i sam ubojica Jack Rasparač je medijska konstrukcija koja je trebala pogodovati masovnom ukusu, potaknuti interes, a samim time i profit dotičnih tiskovina. Moore je posebno mjesto u stripu rezervirao za medijsku komponentu priče koja se, možda, prosječnom čitatelju provlači kao jedan od manje važnih podtekstova, ali njegovim izvlačenjem na površinu možemo dobiti vrlo zanimljiva saznanja.

Izdvajajući primjere predstavljanja medija u stripu, mogu se razlučiti dvije grupe. U prvu bi spadali primjeri koji koriste medije (konkretno, tisak, tj. novine) u estetske svrhe (kao što pokazuje Slika 1.). Estetska obrada listova ili stranica iz novina ima funkciju dodavanja estetske dimenzije ('lijepoga') ili kao kreativan način razbijanja narativne cjeline na poglavlja. Isto tako, obradom samog naslova iz medija na specifičan (estetski) način se sugerira određeno značenje važno za razvoj naracije.



Slika 1. Estetika reprezentacije medija

U drugu skupinu bi spadali (puno brojniji) primjeri koji uklapaju kratke narativne sekvence vezane uz medije (epizode s čitateljima, kolporterima, novinarima) u glavni tijek radnje, a unutar kojih se izrazito kritički progovara o načinu funkcioniranja masovnih medija na samim njihovim

počecima. U jednom od njih (Slika 2.) vidimo gotovo groteskan primjer uličnog proroka kako koristi javnu pozornicu, uspijeva privući pozornost prolaznika (javnosti) izjavama o prokletstvu, spominje im kao ‘trailer’ ili mamac interpretaciju jednog davnog slučaja koji je ‘dokaz’ prokletstvu koje se sada ponavlja, a za sve daljnje informacije – nudi svoj bilten/tiskovinu u kojoj se nalazi cjelovita priča, uz dodatak štapa-suvenira kako bi poboljšao prodaju.



Slika 2. Karikiran prikaz masovnih medija

Dotični ulični govornik kreator je narativa ili lažne vijesti na najnižoj razini. Njegova naklada je niska, utjecaj ograničen samo na nekolicinu prolaznika, a uvjerljivost prezentiranoga na granici komičnosti. To je samo vrlo dobro pozicioniran uvod, na samom početku stripa, o načinu na koji će funkcionirati najprodavaniji engleski mediji tog vremena; istim mehanizmom, samo suptilnije. Tako, razvojem glavne naracije o Jacku Rasparču i povezanim likovima (liječnik, kraljevska obitelj, istražitelji, žrtve i njihovi poznanici), upoznajemo i novinare, te njihov pristup slučaju. Imamo

opisan proces kako u redakciji osmišljavaju začetak narativa o strašnom krvoloku; prizor dvojice novinara u redakciji čiji razgovor ide u smjeru osmišljavanja narativa. Dok jedan pita što se doista dogodilo s ubojstvom, drugi odgovara kako ga nije briga što se dogodilo, nego što se od svega toga može stvoriti (Slika 3.). Novinar nije zainteresiran za činjenice, nego za potencijal priče: koliko bi se primjeraka moglo prodati s odgovarajućom inačicom naracije. Prizor završava odlukom novinara da je za svaku naraciju ključno zvučno ime glavnog protagoniste. U nastavku priče se dalje za neimenovanog ubojicu koristi ime Jack Rasparač, čime se implicira da je ime smišljeno u komercijalne svrhe. Takav pristup je ustvari polazna točka za novu vrstu industrije, a to je industrija masovnih medija. Mediji koji su, kako smo odredili pojam na početku, namijenjeni ugađanju masi, s profitom kao prvenstvenim ciljem. Tako u prizoru kojeg prikazuje Slika 4. vidimo glavnog istražitelja kojem nedostaju poveznice između tragova zločina, a na ulici već mediji distribuiraju gotove naracije sa svim pojašnjenjima i motivima. Te primjećuje tu novu industriju u začetku.



Slika 3. Naracija u procesu konstrukcije



Slika 4. Industrija u začetku

Narativ *fake newsa* nije jednostrana komunikacija koja se nameće konzumentima, iako su uključene instancije moći. Narativ ujedno podilazi potrebama mase, udovoljava njihovim fantazijama, a povratno, i konzumenti sudjeluju u daljnjem razvijanju narativa svojim sudjelovanjem. Cijeli taj proces vidimo u zanimljivoj narativnoj sekvenci (Slika 5.) u kojoj istražitelji pokušavaju selektirati gomilu ‘tragova’ na koje nailaze u potrazi za ubojicom. Nakon što je objavljeno da je ubojica pisao istražiteljima pismo (gdje nije sasvim jasno je li i to djelo novinara koji su kreirali ime, ili je prvo pismo autentično, a ostala krivotvorena), policijska adresa je zatrpana brojnim pismima takozvanog počinitelja, ustvari fantazije pojedinaca koji su se zanimali narativom i poželjeli u njemu sudjelovati. I ključna scena za kraj ove rasprave, kada se narativ konstruira, distribuira, umnoži i kreira

‘alternativni svijet’ – pojedinci više ne mogu razlučiti što je stvarno, a što konstrukcija. To je scena (Slika 6.) u kojoj se glavni istražitelj zgraža zbog novinskog prikaza ubojice, s točnim opisom, iako nitko nije siguran da uopće postoji. On je, naime, već u javnosti zaživio kao stvarna osoba. I drugo, policajac dobacuje dotičnom istražitelju, kada stupe na mjesto zločina, kako je ono ‘zlokobno’ baš kao i u novinama. Medijska stvarnost je postala mjerilo ne-medijskoj stvarnosti.



Slika 5. Umnažanje narativa



Slika 6. Narativ postaje stvarnost

Senzacija u nastajanju (rekonstrukcija)

Kako bi dopunili gornje odabrane primjere medijskog mehanizma, prikazanog u stripu Pakao, potrebno je ocrtati povijesni kontekst, odlike vremena i prostora koje su dostupne preko izvještaja i dokumenata, koje će dati okvir samom slučaju kao povijesnom događaju, a i dopuniti naše razumijevanje načina na koji djeluju mediji (to jest, masovni mediji u svom začetku). Krenimo od činjenice da pojedini teorijski članci povezuju slučaj Jacka Rippera s pojavom tabloida (pojam kojim se označavala pitka i zabavna novinarska forma); upravo u Viktorijansko doba. Vezali su se uglavnom uz slučajeve ubojstva i ostalih kriminalnih radnji, a ulični prodavači morali su izvikivanjem najstrašnijih naslova privući prolaznike. Publika je

tražila grotesku, što brutalnije zločine, i to ne samo u Engleskoj; podatci govore da su se novine Rasparaču prodavale čak i u Australiji (Jack the Ripper and the Tabloid Press, 2022). S obzirom na mnoge dokumentarne ostatke o ubojstvima u Viktorijanskom dobu, stekao bi se dojam kako su tada, u svojevrsnom ‘mračnom dobu’, događala ubojstva koja su nadmašivala prethodna razdoblja, ili druge kulture, po brojnosti i brutalnosti (uključujući i naš slučaj koji analiziram). Međutim, statistički podatci o stopi zločina svjedoče ustvari padu stope sredinom 19.st., u odnosu na prethodno razdoblje. Stvorena je atmosfera progona, javnost je svugdje vidjela opasnost, policija je morala skratiti proceduru suđenja i ublažiti kazne zbog mnoštva osumnjičenih. Viktorijanci su stvorili kult obožavanja zločina (Casey, 2011). Ali, kada povežemo novinske članke i stvarne statistike, dobijemo zaključak – nije bila stopa zločina u porastu, nego su ljudi počeli više čitati o zločinu, a novine im više pružati takav sadržaj. Očito je kako je boom senzacionalizma kriv za pogrešan dojam.

U mnoštvu društvenih čimbenika koji su također pogodovali pojačanoj narativizaciji zločina, pa kasnije i kroz medije, svakako je način funkcioniranja policije, kako ističe Perry Curtis Jr. (2001). Naime, procedura ispitivanja i osuđivanja je bila poprilično drugačija od današnje. Nisu se uzimale niti uvažavale izjave okrivljenika, niti se nije previše zalazilo u obrazlaganje motiva zločina od strane stručnjaka spajanjem fakata i dokaza. Postojao je zločin i snaga sumnje koja je presuđivala, a pozadina zločina je ostajala nerasvijetljena, pa su se njome bavili novinari i time zabavljali svoju publiku. Podatci govore da im je to bio jedini način dizanja naklade jer su ostale prevladavajuće teme novina tog doba bile: daleki i nezanimljivi kolonijalni ratovi, kraljevska rutina i svakodnevnica, te povremene prirodne katastrofe. U slučaju zločina koji zabrinjava i intrigira javnost, nastavlja Perry Curtis Jr., novinari su se, primjeri pokazuju, služili sljedećim taktikama: glasinama i tračevima, nagađanjima o mogućim smjerovima razvoja slučaja, dramatizacijom pojedinih elemenata slučaja, te konstrukcijama koje su povezivale uzročno-posljedične veze.³¹

31 Moore je taj dio novinarske taktike upisao u podtekst grafičke novele Pakao, ali, u tom slučaju je samo iskoristio postojeće fakte, dokumentirane prakse tog vremena, uz dodatak vrlo zanimljivih činjenica. Tako imamo podatke da je nakon glasine da je Jack Rasparač poslao policiji pismo na adrese novinara ubrzo pristiglo njih čak 200 komada, od kojih su neka napisali čak sami novinari. Najviše je jedno, a možda niti jedno napisano rukom samog ubojice. Suvremena forenzička znanost se također pozabavila tim pismima i ustanovila da je samo dva pisma napisala jedna te ista ruka, ali ni to ne znači da su ona djelo ubojice (Jack the Ripper Letters Were Fake News, 2022).

Što se tiče povijesne kontekstualizacije, koja je, opet, rezultat diskurzivne praske (rekonstruiramo je iz medija), važno je istaknuti i položaj East Enda, dijela Londona u kojem su se događala ubojstva. Naročito zbog kulturoloških implikacija koje će generirati nove načine čitanja lažne vijesti kao svojevrsnog koda, o čemu će kasnije biti riječi. Dakle, East End je u tu vrijeme medijski prikazan kao zasebno područje, imaginarni geto kojem se pripisuju negativna značenja izvedena iz etničkih i klasnih stereotipa. Konkretno, to je područje promatrano kao mjesto kriminala i nemoralna, pa prema tome i ugroza za ostatak Londona. Mediji tog doba prenose vijesti o visokom udjelu siromaštva i gladi u tom području, o bolestima i nasilju u porast. Kulturološki je zanimljivo da je to područje Londona imigrantska oaza s brojnim židovskim doseljenicima iz Rusije, dijelova Europe, pa čak i Azije. Prema tome, tadašnji tisak prikazuje East End kao gradsku džunglu, područje divljaka, tamnu pjegu grada (Pery Curtis Jr, 2001). Iz takvog prikaza se dalje generira u javnosti djelovanje i mišljenje prema binarnoj opoziciji «mi-oni». Na jednoj strani su građani, civilizacija, kultura; na drugoj stranci, barbari, zločin (Jack the Ripper – Case Study, 2022). Ta druga sfera prijeti prvoj da će je progutati, pa se nerijetko, stoji u istim izvoru, narativ razvija u praksu kataklizmičkih predviđanja, generirajući vijesti o sudnjem danu kada će cijeli grad postati – East End.

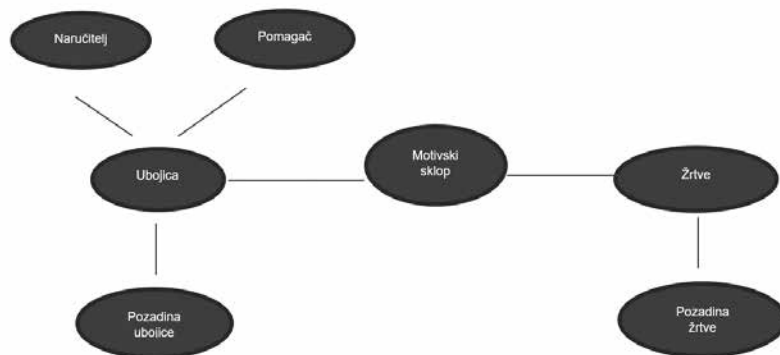
U takvim okvirima djeluju mediji koji prvi put u povijesti – kreiraju senzaciju kao medijsku profitnu praksu koja je podređena masama. Oduvijek su mediji pokušavali pridobiti konzumente, pa i onda kada su se kretali u području usmenog, slušatelja je trebalo privući, ali tek s Jackom Rasperaćem to postaje razgranata sofisticirana praksa kojom se ostvaruje vrlo značajan profit. Inzistira se na crnoj kronici, na grotesknim pojedinostima koji se dodatno dramtiziraju, uokviruju u fantastične narative... Sve je dopušteno u pokušaju da se konzumenta medija zapanji i privoli na kupnju novina. Takva praksa dovela je do rasta koji se može vrlo slikovito i sažeto izraziti jednim podatkom. Kada se uspoređi iste tiskovine Londona s početka i sa sredine devetnaestog stoljeća, uočljivo je kako im se naklada povećala čak osam puta. To je puno veći postotak od onog koji se odnosi na rast stanovništva i pismenosti (Casey, 2011).

Jack Rasparač kao tekst – narativna kombinatorika i kulturni kodovi

Ako smo utvrdili da iz cijelog spleta motiva, i u složenim uvjetima konkretnog povijesnog konteksta, nastaju priče koji pokušavaju narativizirati (uspud dramatizirati, fikcionalizirati, konstruirati) odabrani slučaj crne kronike, te iz označili kao naraciju, to podrazumijeva određene preduvjetne. To su oni koji se teorijski općenito propisuju naraciji. U prvom redu, autonomnost, cjelovitost i strukturiranost; narativ je zaokružena cjelina. Zatim, ako je nešto označeno kao naracija, to znači da obrađuje segment vremena/prostora po posebnim kriterijima, koristi točku gledišta iz koje je naracija ispričana, ulančava uzročno-posljedični niz koji gradi fabulu i vodi je svrshodnom završetku, te ugrađuje protagoniste ili nositelje naracije koji su konstruirani također kao cjeline. To su opća pravila koja se pripisuju naraciji, a koje prepoznajemo u inačicama 'priča' nastalih u medijima, a kojima se pokušao objasniti slučaj Jacka Rasparača. Ali, iz njih se izvodi i druga razina proučavanja naracija, a ta je strukturalna. Naime, varijacije naracija mogu dijeliti obrazac; radi se o ponovljivim pravilnostima koje se uočavaju u pripovjednim činovima (koje se u našem slučaju odvijaju putem masovnih medija) (Grdešić, 2015).

Moore (2012) odabire jednu od najfunkcionalnijih naracija i prezentira je u stripu, dodajući brojne podtekstove o medijima, tajnim društvima, kulturološkom prikazu Viktorijanskog doba, te psihologiji zločina. Kako nema dovoljno podataka o samom događaju, nalazimo se s one strane 'istine'; presmiono bi bilo reći da je odabrana inačica priče najbliža istini. Ona jednostavno najbolje funkcionira kao narativ jer 'pokriva' sve ključne točke i ulančava u složenu mrežu definiranih uzročno-posljedičnih veza. Ta inačica se temelji na prijestupu princa Alberta koji se zbližava s mladom prostitutkom Mary Kelly, te ona nakon jednog čina već zatrudni. Kada za to sazna kraljevska obitelj, a pojedine Maryjine prijateljice dođu na ideju da ucjenjuju princa, Kraljica angažira obiteljskog liječnika i kirurga Gulla da ukloni prijetnju. On izmasakrira Mary, zatim i potencijalnu ucjenjivačicu, ali zatim i dalje niz od tri prostitutke. Jedan od razloga, koji je podastirao kraljici, je taj da tobožnjim serijskim ubojicom mora zamaskirati trag; drugi je da je istinski počeo uživati u krvoločnim ubojstvima. Prati mo i pokušaje policije, te pojedince koji su naslutili trag, ali bili ucijenjeni šutnjom. Gull na kraju sam prestaje i završava u ludnici.

Nakon što Moore detaljno izloži u stripu tu inačicu događaja, u samom pogovoru stripa pojašnjava kojom se literaturom služio, te koji su još moguća pojašnjenja, čime se naziru drugi mogući narativi. Jedan od njih kričicu pripisuje ruskom liječniku psihopatu, Alexandru Pedachenku, koji je navodno bio na platnoj listi ruske tajne policije. Oni su ga izmanipulirali da krvoločnim ubojstvima unese nered u englesku javnost i diskreditira londonsku policiju. Pored toga, taj je liječnik transvestit koji se prerušava u ženu. Još je jedna inačica samo ukratko predočena; ona po kojoj je počinitelj židovski imigrant koji je provodio ritualno klanje na živim stanovnicama Londona. Ponuđena je i inačica po kojoj je sve to djelo visokog društva, perverznog zločina u koji su uključeni pripadnici plemstva i kraljevske obitelji, s motivom čiste obijesti; naime, to je dio njihova sporta ili zabave. Ako sagledamo sve priložene inačice (onu koju je Moore detaljno izložio i druge koje je samo sažeo u pogovoru), vidjet ćemo da dijele narativni obrazac (Slika 7.). Stalni elementi su ubojica koji ima naručitelja i pomagača, te društveno-psihološku pozadinu (plemić, židov, kraljevski plaćenik). Na nju se nadovezuje njegov motivski sklop, a druge strane je žrtva koja u svakoj inačici poprima drugačije obrise, mijenjajući također svoju društveno-psihološku pozadinu (nevine žrtve, nemoralne prijestupnice, ucjenjivačice).



Slika 7. Narativna shema lažne vijesti u slučaju Jacka Rasparača

Daljnji korak u analizi, nakon definiranja narativne sheme sa stalnim elementima, jest vidjeti kakve obrise poprima naracija kada se uroni u različite kodove. Jer, ponuđene inačice su ustvari rezultat dekodiranja stalnih

elemenata unutar određenog koda koji nosi svoje kulturološke specifičnosti (tko ga dekodira, iz koje pozicije, s kojim ciljem). Neki od tih koda su naznačeni u samom stripu, neki se mogu razaznati iz sagledavanja povijesnog konteksta (koji smo u tu svrhu ukratko prikazali), a neke je moguće nazrijeti povezivanjem pojedinih detalja iz medija. Naziranje i razaznavanje sugerira da ova analiza pokušava neke otkriti, ali nikako ne pokriva sve moguće kodove. Neki su od njih:

Religijski kod.

Žrtve su nemoralne žene, glavni motiv je njihov grijeh i potreba za pročišćenjem, počinitelj je pravednik i produžetak Božje ruke. Cijeli čin je upozorenje ljudima da se okrenu Bogu i pripaze da se drže Njegovih zapovijedi.

Tjelesni kod.

Žrtve su simbol tjelesnosti, viktorijska kultura je pretjeranom cenzurom i potiskivanjem seksualnosti stvorila kolektivnu frustraciju, te kao kontra produkt, pretjeranu opčinjenost tjelesnim. Motiv je, dakle, kulturološki uvjetovan, nema poremećenog pojedinca, to je jednostavno stanje zajednice. Počinitelj je sasvim slučajan i nevažan, mogao je to biti bilo tko drugi.

Patrijarhalni kod.

Sličan prethodnom kodu. Radi se o patrijarhalnoj kulturi koja potiskuje ženskost, nakon što je, iz nepoznavanja, označi kao demonsku, strašnu, destruktivnu. Takvo stanje kulture vapi za korektivom – počiniteljem koji će ispraviti stvari. Žrtve su one koje najviše eksploatiraju tu svoju demonsku snagu, i to na štetu muškaraca.

Klasni kod.

Žrtve su nevine, a njihova glavna krivnja je pripadnost nižoj klasi. One su s ulice, s dna društva, ali predstavnici cijelog potlačenog sloja. Počinitelj je definitivno pripadnik višeg sloja koji se izživljava, ovog puta i tjelesno, na nižem sloju. Njegova glavna motivacija je potvrđivanje svog nadređenog položaja.

Identitetski kod 1.

Žrtve su slučajno odabrane, njihova pozadina je nevažna, osim da su građanske Londona. Po principu demoniziranja identitetskog Drugog,

zločin se pripisuje imigrantu, židovu. On je drugi, tuđinac, drugačiji, neprilagođen, strano tijelo koje djeluje destruktivno u zajednici kojoj ne pripada. Zločin je krajnji odraz te neprilagođenosti i općenito štetnosti imigracije.

Identitetski kod 2.

Žrtve su slučajno odabrane, njihova pozadina je nevažna, osim sada regionalne (a ne etničke) komponente. One su stanovnice East Enda. To je ograda sfera u kojoj su sublimirane sve društvene i kulturne devijacije. To je sasvim logičan rezultat, nema posebne motivacije, pa počinitelj i nije toliko bitan, osim činjenice kojem području pripada jer u toj sferi dominira zločin. Nasuprot njemu je uglađeni civilizirani West End u kojem su takve stvari nezamislive.

Svi navedeni kodovi se istovremeno prelamaju preko slučaja Jacka Rasparača; on je točka njihovih sjecišta, te poprima konkretno značenje kada se zatvori u određeni kod. Rasparač je u medijima kreiran, slažu se teoretičari (Walkowitz, 1982), prema dominantnim klasnim, rodnim i etničkim tenzijama tog vremena. Medijski narativi, konkretnog oblika *fake newsa*, odraz su tih tenzija, što znači da u sebi sadrže konzervirane odnose snaga: tko definira koje kodove i time uvjetuje način narativiziranja i čitanja slučaja Rasparač. Time smo došli do neizbježnog pitanja moći.

***Fake news* kao otisak moći**

Svaki od navedenih kodova nije samo specifičan skup vrijednosti, ideoloških pozicija, kao preduvjeta interpretacije nekog teksta, nego i specifična konfiguracija moći. To je foucaultovski trokut koji povezuje znanje, naraciju i moć. Naracije su oblici našeg znanja; priče nas odaju na koji način osmišljavamo svijet oko sebe, što želimo znati ili prihvatiti, koji pritom sustav vrijednosti i poredak značenja prihvaćamo i što ćemo na kraju svega toga i prihvatiti kao – znanje. Ako je naracija upisana kao konstrukcija u svoje vrijeme i prostor, to znači da i samo znanje može biti shvaćeno samo u relacijama prema partikularnim setovima kulturnih i socijalnih okolnosti, konceptualnih shema, teorijskih okvira i formi ili oblika života (Bal, 1993). Zato je zanimljivo proučavati uvjete konstrukcije naracije ili znanja (o nečemu, ili nekom konkretnom slučaju), nego se uplitati u pitanja 'istinitosti' tog znanja. Tako i nas ovdje zanima mogućnost da pojedine

(medijske) narativne interpretacije, dobivene uranjanjem opisane narativne sheme u određeni kulturni kod, promatramo kao otisak odnosa moći. I time smo došli do posljednje faze analize.

Ti odnosi su već naznačeni u nazivima kodova. Centri moći sugerirani su naslovnim pojmovima, oni uvjetuju način na koji će se pričati i čitati o medijskom slučaju Jacka Rasparača. Religijski kod podrazumijeva vrhove crkvene hijerarhije kao centar moći koji uvjetuje interpretaciju; klasni kod premješta centar moći u donje slojeve društvene ljestvice djelujući subverzivno prema političkom i društvenom poretku; patrijarhalni kod se oslanja na religijski, ali je podržan od brojnih drugih centara kako bi se održala podređena pozicija ženskog subjekta; identitetski kod podrazumijeva kolonijalni odnos West Enda prema istočnom dijelu, izgrađujući tako svoju nadređenu poziciju itd.³² Daleko su odnosi moći od ovog ilustrativnog pojednostavljivanja; kao što je i pogrešan dojam da pojedini kodovi djeluju odvojeno ili smjenom. Oni se mogu preklapati, umnažati, a ako prihvatimo da svaki od njih uključuje složenu mrežu moći, dobijemo (čak i u tom viktorijanskom dobu) vrlo složenu situaciju u kojoj uvijek ima dodatnih 'krivaca'.

Ako promotrimo samo djelomičan popis tko je sve sudjelovao u kreiranju narativa o Jacku Rasparaču, uz uvjet da svatko od njih podrazumijeva hegemonijske praske moći jer je na povlaštenom položaju da može to činiti, nešto će nam se od te složenosti odnosa otvoriti. To su: vlasnici medija, pojedini urednici i novinari, proroci i ulični zabavljači, glasna manjina na javnim mjestima, konzumenti novina i usmenim priča, vjerski dogmatiči, politički dužnosnici, tajna društva, institucije pod utjecajem politike (sudstvo, policija), pojedinci u ime represivnog aparata, dio javnosti koji aktivno sudjeluje ugrađivanjem svojim lažnih pisama u prevladavajući narativ itd. Tako da će pomna analiza specifičnog medijskog oblika narativa koji ovdje proučavamo, *fake newsa*, otkrivati barem najistaknutije pozicije moći i sugerirati koja hijerarhija generira koju inačicu priče.

32 Svaki bi kod imao i specifične sintagme umetnute u svoj diskurz, tako da bi i jezična analiza dala zanimljiv rezultate. Recimo, religijski kod generira ustaljene ponavljajuće sintagme poput 'utvara' ili 'duh' kojim su nazivali tajanstvenog ubojicu. Patrijarhalni kod je generirao posebne sintagme vezane za žrtve: 'djevojke noći', 'posrnule duše' itd. (pojavljuju se u Mooreovoj inačici kao načini na koji javnost ili mediji ili konkretni pojedinci imenuju stradale prostitutke.

Zaključak

Fake news ili lažna vijest možda u samoj sebi sadrži proturječje na kojem se temelje postmoderne društvene i humanističke znanosti. Dok se one nalaze s one strane istine, u području post-istine, sfere u kojoj istina ne postoji više, pojam *fake news* sugerira da postoji jasno razgraničenje između lažne i istinite vijesti. Pritom ne odgovara na pitanje tko će i na temelju kojih kriterija procijeniti što je istina. Mi smo zapleteni u mrežu subjektivnih procjena i ideološki kontaminiranih gledišta, kaže suvremena humanistika. Koje od njih je pravo? Iako nije u pitanju novo stanje, ono je sada doista najizraženije. Tome su pogodovale ideologije individualizma suvremenog doga, kao i dominacija mrežnih medija s multipliciranjem izvora (Brahms, 2020). Uz skepticizam i relativizam kao odlike suvremenog doba, jasno je kako će ideja post-istine postati dominantna.

Tako i u ovom radu nije bilo naglaska na detektiranju lažnih vijesti nasuprot istinitima, nego na načinu konstrukcije lažnih vijesti kao narativa, s dekodiranjem pozicija moći koje strukture tih narativa sugeriraju. I to na primjeru Jacka Rasparača kao prve moderne senzacionalističke priče ili *fake newsa*. Taj događaj nije samo naznačio 20. st. kao početak doba u kojem će dominirati masovni mediji i lažna vijest kao oblik komunikacije i informacije; to je i naznaka vremena u kojem će dominirati vizualno. Kako je ustanovio Barry (2002), živimo u vremenu kada istinu koju je moguće vidjeti zamjenjuje istina koju je moguće učiniti vidljivom. Samo je pitanje po kojim uvjetima. U stoljeću u kojem je bog detroniziran, božanski krajolik zamijenjen je ljudskim (O'Neill, 2002). A taj ljudski krajolik kreiraju mediji. U našem slučaju, istina je ono što je o Rasparaču napisano, skicirano, nacrtano i prezentirano u medijima. Prema tome, lažne vijesti nisu samo glasine koje treba odbaciti. One su konstrukcije koje kreiraju naše okruženje, te generiraju uspostavljene odnose moći. Ovaj rad pokušava sugerirati da ih tako treba i čitati.

Literatura

- Alić, S. (2009). *Mediji – od zavođenja do manipulacije*. Zagreb: AGM.
- Bal, M. (1993). First Person, Second Person, Same Person: Narrative as Epistemology. *New Literary History*, Vol. 24, No. 2, str. 293-320.
- Barry, A. (2002). Izvješćavanje i vizualizacija, u: Jenks, C. (ur.), *Vizualna kultura*. Zagreb: Naklada Jesensk i Turk, Hrvatsko sociološko društvo, str. 67-89.
- Bilwet, A. (1998). *Arhiv Medija*. Zagreb: Arkzin.
- Brahms, Y. (2020). Philosophy of Post-Truth. Institute for National Security Studies (<https://www.jstor.org/stable/resrep23537>, 5.3.2022.).
- Casey, C. A. (2011). Common Misperceptions: The Press and Victorian Views of Crime. *The Journal of Interdisciplinary History*, Vol. 41, str. 367-391.
- Frank, R. (2015). 'Fake News as FolkloreAuthor(s)'. *The Journal of American Folklore*, Vol. 128, No. 509, str. 315-332.
- Genette, G.; Ben-Ari, N.; McHale, B. (1990). Fictional Narrative, Factual Narrative. *Poetics Today*, Vol. 11, No. 4, str. 755-774.
- Grdešić, M. (2015). *Uvod u naratologiju*. Zagreb: Leykam International.
- Hromandžić, H. (2014). *Medijska konstrukcija društvene zbilje*. Zagreb: AGM.
- Molina, M.D; Sundar, S.S.; Le, T.; Lee, D. (2021). „Fake News“ Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content. *American Behavioral Scientist*, Vol. 65(2), str. 180–212.
- Moore, A. i Campbell, E. (2012). *Pakao*. Zagreb: Naklada Fibra.
- O'Neill, J. (2002). Foucaultova optika; vizije smrtnosti i moderniteta, u: Jenks, Chris (ur), *Vizualna kultura*. Zagreb: Naklada Jesensk i Turk, Hrvatsko sociološko društvo, str. 267-283.
- Perry Curtis Jr., L. (2001). *Jack the Ripper and the London Press*. London: Yale University Press.
- Peruško, Zrinjka (2011). Što su mediji?, u: Peruško, Z. (ur.), *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo, str. 15-41.
- Vasu, N.; Ang, B.; Teo, T.; Jayakumar, S.; Faizal, M.; Ahuja, J. (2018). Unpacking Fake News, S. Rajaratnam School of International Studies (<http://www.jstor.com/stable/resrep17648.5>, 5.3.2022.).
- Walkowitz, J. R. (1982). Jack the Ripper and the Myth of Male Violence. *Feminist Studies*, Vol. 8, No. 3, str. 542-574.

Internetski članci

Jack the Ripper and the Tabloid Press, URL: <https://www.thehistorypress.co.uk/articles/jack-the-ripper-and-the-tabloid-press/> [pristup:21.2.2022.]

Jack the Ripper Letters Were Fake News Linguistic Analysis Suggests, URL: <https://gizmodo.com/jack-the-ripper-letters-were-fake-news-linguistic-anal-1822557403> [pristup:22.2.2022.]

Jack the Ripper – Case Study, URL: <https://jacktheripperinvestigation.weebly.com/jack-the-ripper-and-london.html> [pristup:23.2.2022.]

ALAN MOORE'S *THE HELL* AND THE STORY OF JACK THE RIPPER AS PROTOTYPE OF FAKE NEWS

Abstract

This paper, from the perspective of cultural studies, analyzes Alan Moore's graphic novel that sets the story of Jack the Ripper, reconstructs historical background and provides insight in social and cultural context particular media event. It extracts these elements of text that refers to media presentation of unsolved murders and that offers explanations or narratives. These narratives try to match the clues, so we can trace the mechanism of fake news constructing in their case. The analysis treats fake news on structural and narrative level, and noticed narrative patterns relate to patterns of certain social and cultural processes. The importance of this particular case from 19.st. relates to the fact that we are dealing with the first case of media spectacle. Contribution of this paper is stressing the structure of fake news, instead of writing them of, because their structure could indicate certain social processes.

Keywords: Jack The Ripper, fake news, mass media, narration, sensationalism, structure

Vjekoslav Đaić³³

MOĆ VIZUALNE METAFORE U REKLAMNOM DISKURSU O LUKSUZU

Pregledni rad
<https://doi.org/10.59014/HGRX3305>

Sažetak

Cilj je rada identificirati, dekonstruirati i analizirati vizualne metafore u reklamnom diskursu o luksuzu. Reklama se u radu shvaća kao simbolička praksa te posljedično potrošačka ideologija, odraz šire potrošačke kulture, ali i kao potraga za identitetom potrošača. Odabrani reklamni korpus predmetne analize sadrži 29 reklama za ženske parfeme isključivo francuskih luksuznih marki. Metodom analize sadržaja dekonstruiraju se dominantne vizualne metafore, pritom uvažavajući koncept multimodalnosti kao arhetipsku odrednicu sociosemiotike – pritom se stalno vraćajući sanjarenju, snovičnosti i žudnji kao stalno prisutnim elementima vizualne metaforične igre u reklamama. Analiza vizualnih metafora upućuje na to da se upravo persuzivnost postiže vizualnim figurama, ali i da njihova uloga nije istoznačna, već ovisna o kontekstu i rakursu iz kojeg dekonstruiramo vizualne kodove kao stilske cjeline. Oni, istovremeno, konstruiraju unutarnje želje, snove i sanjarenja kao imanentne individualnim identitetima te su i konstrukt identiteta potrošača.

Ključne riječi: identitet, luksuz, konzumerizam, reklama, vizualna metafora

33 Sveučilište Sjever, Varaždin, Hrvatska, vjekoslav.djaic@gmail.com

Uvod

Rad je podijeljen na dvije velike cjeline, teorijsku i empirijsku. U prvom, teorijskom dijelu, rad ulazi u sferu definiranja pojma luksuz i to iz nekoliko smjerova, od marketinškog preko sociološkog do filozofskog. Tako se razlaže kompleksnost samog koncepta skrivenog u leksemu koji je gotovo svakodnevan, ali i otvara prostor dvojakim, oprečnim pa i suprotstavljenim strukturama pozitivnih, odnosno negativnih emocija, ideja i ponašanja spram koncepta luksuza. U tom se smislu posebno izdvaja rasprava o luksuzu između Voltairea i Rousseaua. Povrh toga, prvi dio rada pokušava dati i odgovor na pitanje kako tipizirati luksuz, kao i što su mu glavne odrednice promatrano iz suvremene, moderne perspektive.

Nakon metodologije u kojoj se izlaže metoda te detalji reklamnog diskursa promatranog u radu, slijedi sama analiza vizualnih metafora. Ako sliku shvaćamo kao tekst, onda kod njezine dekonstrukcije u obzir uzimamo i stilske figure, u ovom slučaju vizualne metafore. U obzir se uzimaju i posebnosti luksuza kao koncepta, ali i kakve nam identitete prodaje luksuz posredstvom reklame. Identitet promatran kroz antiesencijalistički rakurs, uvijek je vječno nestabilan i u potrazi za novim izvorima svog potvrđivanja i preoblikovanja.

Nakon analize, slijedi zaključak te popis literature i popis analiziranih reklama.

Koncept luksuza

Tipologiju luksuza, iz perspektive marketinga, Bastien i Kapferer (2009, 251) prikazuju piramidom u kojoj su na sam vrh smjestili rijetke, unikatne proizvode s gotovo artistskom vrijednošću, a na podnožje sve ono što je dostupnije te toj skupini pripadaju i parfemi. No, kako uopće definirati luksuz uzimajući u obzir njegovu slojevitost, sociokulturni okvir i individualnu potrošačku perspektivu? Sombartova definicija kaže (2011, 76): „Luksuz je svaki izdatak koji nadilazi ono što je neophodno. Taj pojam je očito relativan: dobiva opipljiv sadržaj tek kada se zna što je neophodno.“ Brahma (2017, 22) značenju pojma luksuz koji jedni doživljavaju kao nešto nepotrebno, a drugi kao nešto pretjerano i skupo, ističe vrlo važnu etimologiju pojma u smislu *zaslijepljenosti*. Analogno tome Brahma (2017, 22)

navodi kako je luksuz sve ono što metaforički zasljepljuje. Takvo shvaćanje pojma redefinira Okonkwo (2009, 302) dajući luksuzu značenje širokog spektra navodeći kako nije riječ ni o proizvodu, ni objektu ni konceptu nego o identitetu, filozofiji i kulturi. Poput Bastiena i Kapferera (2009), Okonkwo (2009, 302) ističe socijalnu distinkciju kao jednu od osnovnih postavki luksuza. Možda pokušaj definiranja ovog koncepta najbolje sažimlje Pierre Bourdieu (2011, 346) u svojem kapitalnom djelu *Distinkcija, društvena kritika suđenja* (franc. *La distinction: Critique sociale du jugement*, 1979): „Ludilo jednih prijeka je potreba drugih“. Podvlačeći luksuz pod pojam socijalne distinkcije i distance, te ćemo odrednice naći u brojnim tekstovima, od antičkih do suvremenih, baš kako ih Olivier Assouly (2017) dekonstruira u zbirci *Veliki tekstovi o luksuzu* (franc. *Les Grandes Textes du Luxe*, 2017.), počevši s Platonom pa do Jeana Baudrillarda. Dotiče se Assouly (2017) i Jean – Jacques Rousseaua, no ne i njegove žestre rasprave s Voltaireom koja bi, preslikana u suvremeni kontekst, zasigurno ocrtavala suprotstavljenost i polarizaciju oko koncepta ovog konzumerističkog fenomena.

Jean-Jacques Rousseau luksuz je držao u cijelosti neprihvatljivim gotovo se može reći da ga je prezirao. Prema Rousseauu nejednakost ima dva entiteta, prvi je prirodna, a drugi politička, odnosno moralna nejednakost: „Ona se sastoji u raznim prednostima i pogodnostima koje jedni uživaju na štetu drugih, poput imućnosti, uživanja većeg poštovanja, imati veću moć ili čak prisiliti druge na pokornost.“ (Rousseau, 2012, 129). Rousseau zapravo ovime podcrtava negativan stav prema vlasništvu, imetku i bogatstvu te to drži posljedicom ljudske kompetitivnosti i odmaka od prirodnih nagona i onoga što je čovjeku nužno za život. Gledajući u samom kontekstu definiranja luksuza, kao povijesne, društveno-ekonomske i sociološke pojave koja konstruira identitete svojih konzumenata, u neoklasicističkoj raspravi s Voltaireom, dolazi do izražaja u punom smislu Rousseauov prijezir prema imućnosti i bogatstvu, odnosno luksuzu općenito. „Za jednog su prostori otmjenog društva mjesta kulture, učene zabave, plodnih razgovora i uživanja, za drugog je riječ o ispraznoj teatralnosti, frivolnoj boemštini, dokolici i hipokriziji; jednog su fascinirale umjetnost, ugladenost i lijepe riječi, drugi je smatrao da su umjetnosti nastale u dokolici nasuprot vrlini; jedan je veličao progres, bogatstvo i trgovinu, drugi je često rekurirao u prošlo (prirodno) stanje, prezirao djelatnosti vezane za

cirkulaciju novca i trgovine i uočavao da nije društvo bogato nego su neki bogati nauštrb drugih“ (Solar, 2017, 36).

Rousseau bi upravo bogatima uveo poseban porez na dokolicu. (Solar, 2017, 127) „Trebalo bi postaviti visoke poreze na livreje, pratnju, ogledala, lustere, skupocjeni namještaj, tkanine i pozlate, na dvorišta i vrtove velikih zdanja, na spektakle svih vrsta, na jalova zanimanja poput lakrdijaša, pjevača i glumaca, riječju na sve to mnoštvo luksuznih predmeta zabave i dokolice koji su upadljivi za sve oči i koji se tim manje mogu sakriti što je njihova jedina svrha da se pokazuju, jer bi bili potpuno beskorisni da nisu viđeni.“ (Voltaire, Rousseau, ur: Solar, 2017, 126-127).

Voltaire pak oponira Rousseau:

„Volim luksuz, pa i mekušstvo,
zadovoljstva, umjetnosti svih vrsta,
udobnosti, dobar ukus, ukrase:
što svatko pristojan voli.
Mom grešnom srcu je pravo zadovoljstvo
što je obilje svuda
obilje je majka svih umjetnosti i povoljnih poslova.“
(Voltaire, Rousseau, ur: Solar, 2017, 65-66).

Za Rousseaua se kultura potrošnje prije svega očitovala u brzom mijenjanju odjeće te on, inspiriran modnim ludostima Pariza, odlučuje nositi skromnu odjeću. (Hundert, u: Berg, Eger, 2003, 35). Jean-François Melon (1738, 174) na Voltaireovoj liniji brani luksuz koji definira kao „veličanstvenost koja proizlazi iz bogatstva i sigurnosti vlade“. Melon uočava proliferaciju, ali i temporalnu varijabilnost luksuza: „Što je bio luksuz u vrijeme naših očeva, neće biti u vrijeme našeg potomstva“ (Melon, 1738, 174). Osim takvih temporalnih diferencijacija, Voltaire u obzir ipak uzima i financijske razlike. „Voltaire je u godinu dana poslije napisanoj poemi Obrana Mondena uzeo u obzir razlike između bogatih i siromašnih, ali podupirući liniju debate prema kojoj siromašni imaju blagodati od luksuza – jer ih bogati zapošljavaju.“ (Solar, 2017, 53).

Bastien i Kapferer (2009, 9) ističu kako je luksuz uvijek bio sociološko pitanje svakog društva, jer je u uskoj vezi s društvenom stratifikacijom i raspodjelom bogatstva. Luksuz, shodno tome, ima i ulogu društvene markacije. Ili riječima Bastiena i Kapferera: „DNK luksuza je, dakle,

simbolička želja da pripadamo superiornoj klasi, koju svatko bira prema svojim snovima, jer sve što može biti društveni označitelj može postati luksuz. Jednako tako, sve što prestaje biti društvenim označiteljem gubi luksuzni status.“ (Bastien, Kapferer, 2009, 19).

Francuska studija (Dubois *et al.*, 2001., 42., 43.) navodi šest aspekata koje određena roba treba zadovoljiti kako bi se mogla identificirati luksuznom:

- Izvrsna kvaliteta (iznimna sirovina, stručnost u izradi, ručni rad)
- Vrlo visoka cijena (skupa, elitna cijena)
- Nestašica i jedinstvenost (ograničena distribucija i broj proizvoda, personaliziranost)
- Estetika i polisenzualnost (dio umjetnosti, ljepota, san)
- Naslijeđe predaka i osobna povijest (duga povijest i tradicija i prenosivost na generacije)
- Suvišnost (nefunkcionalnost).

Drugim riječima, roba što se naziva luksuznom trebala bi biti ručne izrade od kvalitetnih materijala, visoke cijene i s određenom barijerom prema masovnom tržištu kako bi ostala predmetom želje i žudnje. Ona gotovo da treba graniti s umjetnošću, a iza sebe treba nositi priču brenda i njegovo povijesno naslijeđe.

Metodologija

Reklamni diskurs će se u ovoj analizi promatrati sa stajališta Jorgensena i Phillipisa (2002, 2). Oni tvrde da se u korijenu riječi diskurs nalazi opća ideja jezika strukturiranog prema različitim obrascima koje ljudski iskazi slijede kada sudjeluju u različitim domenama društvenog života pa je analiza diskursa analiza tih obrazaca. Reklama se ovdje shvaća kao simbolička praksa. U predmetnoj analizi dekonstruirat će se najučtivije i najdominantnije vizualne metafore. Kad je riječ o radu vizualnih metafora u reklamama luksuznih proizvoda, treba imati na umu ono što ističe Krešimir Bagić (2012, 188): „Oglašivačka metafora oblikuje narcističku komunikaciju s potrošačem, istodobno glorificirajući proizvod, potrošača i samu sebe.“

Jedinica analize je jedna reklama. Kriteriji odabira televizijskih reklama za ženske parfeme su francuski brendovi koje i teorijska literatura navodi kao luksuzne, a dio kojih je i u sastavu dviju najvećih grupacija luksuznih

marki – LVMH *group* i Keringa. Reklame za analizu producirane su i emitirane u razdoblju od 2013. do 2019, a ukupno ih je u ovom radu 29. Popis reklama nalazi se iza popisa literature.

Vizualne metafore

Simbol vode prisutan je u reklamama za ženske parfeme *Mon Guerlain Eau de Parfume Intense* (YouTube, 2019) i *Shalimar* (YouTube, 2013). Prva reklama snimljena je u Kambodži, u okolini doma Angeline Jolie koja u spotu utjelovljuje lik seksepilne žene koja se nalazi u divljini prašume, okupana svježinom kiše. Chevalier i Gheerbrant (2007, 279) drže kako je kiša simbol nebeskog utjecaja na zemlju, simbol plodnosti duha, ali i duhovne i materijalne naklonosti bogova (2007, 281). S obzirom na to da semiotički pristup ne sugerira tvrdi granicu između stvarnog i zamišljenog već se oni prožimaju (Branston, Stafford, 2010, 23), ovakav diskurs može implicirati nemiran i neobuzdan duh kakav u identitetskom smislu utjelovljuje glumica Angelina Jolie. S jedne strane seksualnost protagonisticke reklame prikazana je naglašeno u reklami, ali je ona, kako to signalizira i glazbena podloga, prije u funkciji konstruiranja nesputane žene nego stereotipske reprezentacije ženske seksualnosti.

Reklama za *Shalimar* također počiva na reprezentaciji vode. Naracija reklame utemeljena je na galskoj priči o jezeru. „Za Gale su jezera bila božanstva ili obitavališta bogova. Bacali su na njih zlatne i srebrne darove kao i pobjedničke trofeje.“ (Chevalier, Gheerbrant, 2007, 251).

Prosipanjem zlatnog praha u jezero, isto čini i muški lik u reklami koji se na bijelom konju probija kroz planine kako bi stigao do lika kraljevine (Natalia Vodnianova). Prisjetimo li se da voda simbolizira – novo rođenje, onda nije neobično da taj obredni čin uzrokuje rađanje dvorca. Potrebno je stvoriti mit, legendu koja rađa snove jer je to ono što prema Bastienu i Kaspereru (2009, 52) luksuzne marke odvaja od drugih marki. Konstruirana slika bajkovite ljubavne priče učinak je mita o princu na bijelom konju i kraljevni u bijeloj haljini koji je u funkciji odvajanja luksuznog parfema *Shalimar* od svih drugih marki koje to nisu.

Punter (2007, 102) na primjer ističe važnost izdržljivosti metafore jer vjeruje da prepoznavanje metafora nije samo znak moći, nego i označitelj kulturne nestabilnosti. U reklami za ženski parfem *Shalimar* ta izdržljivost

se očituje u postojećoj metafori o bajkovitoj ljubavi, kojoj su mnogi ljudi u društveno-kulturnom kontekstu izloženi od najranije dobi. Čak i oni koji se odbijaju identificirati s mitom o princu ili princezi, na nesvjesnoj razini povezivat će ga s luksuznim brendom ženskog parfema *Shalimar* koji se stilizira kao drukčiji od drugih. U tom kontekstu ovaj primjer vodi do distinkcije koja je tipična karakteristika luksuza. Biti princezom onako kako to naratološki nameće bajka ne može biti bilo koja djevojka, nego ona koja koristi *Shalimar*.

Primjer suvremene, moderno stilizirane princeze nalazimo u drugom primjeru reklame za parfem *Idôle* (YouTube, 2019). Može se utvrditi da je konotacija bijelog konja u reklami za parfem *Idôle* brenda Lancôme usred gradske vreve i svakodnevice drukčije oblikovana nego u prethodnoj reklami. Prema Chevalieru i Gheerbrantu konj nesumnjivo pripada svijetu bogova i junaka. (Chevalier, Gheerbrant, 2007, 293). U tom smislu i sam naziv parfema metaforički korespondira s reprezentacijom svojevrstnog božanstva u samoj reklami. Nije riječ samo o mitskoj životinji u potpuno neprirodnom okruženju, nego i metafori žene koja probija društvene norme i granice. A ta je metafora itekako bliska ženama u patrijarhalnom svijetu u kojem još uvijek živimo. Riječima Lakoffa i Johnsona: „Kao i metafore mitovi su nam potrebni da bismo shvatili što se oko nas događa. Sve kulture imaju mitove i ljudi ne mogu funkcionirati bez mita kao što ne mogu funkcionirati bez metafore.“ (Lakoff, Johnson, 2015, 163). Protagonistica reklame tako utjelovljuje lik ženske super junakinje, ali i luksuza. Ta se heroina po svemu izdvaja od ostatka ljudi koji su reprezentirani reklamom, ona je predočena baš kao i luksuz, elitistički, nedostižno i društveno distancirana od običnog ostatka svijeta.

Dok je u reklami za *Shalimar* bijela boja dominantna i svojevrstan simptom rođenja super žene ili posvećenosti u značenju upućenosti u tajne i znanja koja su nedostupna drugima, u reklami za parfem *Mon Guerlain* (YouTube, 2017) na djelu je poigravanje s dvije kontrastne boje. Riječ je o bijeloj i crnoj boji. Ovdje lik žene odjeven u bijelo (utjelovljuje ju Angelina Jolie) nije njezina trajna stilizacija. Poznata su afirmativna značenja i vrijednosti koje signalizira bijela boja: „To je boja muževne toge, simbol afirmacije, preuzetih odgovornosti, dobivene i priznate moći, ponovnog rođenja i posvećenja.“ (Chevalier, Gheerbrant, 2007, 47). Unatoč tome ovdje je riječ o ženi koja preuzima različite uloge (ako je npr. u bijelom reprezentirana u okruženju doma kao *svetica*, kad nanese parfem u trenutku

pred izlazak ili kad ulazi u svoj luksuzni crni automobil postaje vamp žena u crnom). Drugim riječima parfem osigurava igranje različitih životnih uloga. Premda crna boja uglavnom označava nisku negativnih konotacija, ona prema rječniku simbola može biti i nadmoćan simbol djevičanstva (Chevalier, Gheerbrant, 2007, 88). U potpunosti suprotno reklami za *Shalimar*, ovdje pak može implicirati cijeli niz identitetskih promjenjivih položaja od krhke i plahe pa sve do snažne i odvažne žene.

Igra crne i bijele, dana i noći, igra kontrasta u vizualnom, odnosnom simboličkom smislu prisutna je i u reklami *N°5 L' Eau* (YouTube, 2106) Chanelove uspješnice. Uz metaforičku igru svjetla i mraka, boje i crno-bijelih efekata, metonimijski se pojavljuje tekst temeljen na antitezi: „Ja sam noć i dan, pitanje i odgovor, staložena i pretjerana, trenutačna i beskonačna, umjetnica i muza, ranjiva i nepobjediva, razbijam i stvaram. Zna me. I ne znate me. „Sintagmatska antiteza povezuje značenjski suprotne spojeve riječi. Njome se oblikuju veoma efektne poruke, bipolarno opisuje kakva pojava, otkriva neočekivana razlika ili podudarnost.“ (Bagić, 2012, 52).

Ovakvo simboličko ispreplitanje temeljeno na antitezi, karakteristično upravo za reklamni diskurs, nudi odgovor na identitetsko pitanje sugerirajući pomirbu unutar suprotstavljenih elemenata. „Uvjerenje da roba daje značenje pojedincima i njihovim ulogama u društvu pokazalo se pobjedničkom ideologijom, iako nije imalo podlogu u formalnoj filozofiji, nije bilo zastupljeno kroz političke stranke i imalo očitog vođu.“ (Stolac, Vlastelić, 2014, 23).

Ipak, ovakvo suprotstavljanje može se promatrati i kroz mnogo širu prizmu suprotstavljenih političkih pitanja poput rase, roda i seksualnosti, o kojoj piše Naomi Klein (2000). „Ako je raznolikost bila ono što smo željeli, činilo se kao da nam govore marke, onda ćete upravo raznolikost i dobiti. S tom porukom, *marketed* i medijski producenti obušili su se, sa sprejevima u ruci, na popravljanje boja i ideja naše kulture.“ (Klein, 2002, 89).

Pod istu paradigmu mogla bi se svrstati i Chanelova reklama za *Chance* (YouTube, 2015) čiji je diskurs posredstvom prikaza kuglanja četiriju djevojaka usmjeren na stvaranje jednakih prilika za žene, baš kako sugerira i sam naziv parfema (*chance engl. prilika*). Chevalier i Gheerbrant (2007, 366) kuglu drže simbolom savršenstva, cjelovitosti, jednakosti. Takav sinergijski učinak kugle i kuglanja u priči o četiri mlade djevojke može

sugerirati neku vrstu feminističke borbe za jednake mogućnosti za muškarce i žene u još uvijek dominantno maskulinističkom okruženju.

Punter (2007, 140), između ostaloga, upozorava da metaforu trebamo gledati kao ne samo kao nešto konstruirano, nego i neistraženo i nešto što pripada kulturnoj svijesti. Premda se Punter referira na metaforu u književnosti, njegova se teza može primijeniti i u čitanju uloge metafore u reklami. Primjerice, funkcija metafore u ovoj Chanelovoj reklami za *Chance*, može zadobiti društveno angažiran prizvuk. Naime četiri djevojke kuglaju, a njihove odložene vrećice nakon kupnje imaju logo „Ladies first“. Iako se vrećicama sugerira da su ženski likovi neposredno prije bili u kupnji, one su reprezentirane i kao žene koje uživaju u sportu jednako kao i muškarci.

Suprotnost ovom svojevrsnom društveno angažiranom diskursu koji se povlači u Chanelovoj reklami za parfem *Chance* nalazimo u reklami za kulturni Diorov *J'adore* (YouTube, 2018). U toj reklami protagonistica i sve druge žene su prije svega reprezentirane ženstveno: zlatnim tonovima insinuiraju se njihova moć zavodjenja, privlačnosti, seksepila, božanstvenosti tijela. Međutim, ovisno o gledatelju reklame i njegovoj kognitivnoj slici protagonistica će biti metafora savršenstva ili metafora masovno medijskih reprezentacija žene koje njeguju kult tijela. „Kod vizualnog je materijala logičnije tvrditi da on izrazito ili donekle poziva promatrača da konstruira metaforu negoli da sadrži metaforu: metafora je, dakle, mogućnost, a ne nužnost.“ (Šarić, Brala – Vukanović, 2019, 149). Ako se i ne slažemo s pretpostavkom da je riječ o kultu tijela koji je dominantan u masovno medijskim reprezentacijama žene, očito da je tijelo žene prikazano kao jedan od identitetskih obrazaca žene koja koristi *J'adore*. I Marot Kiš i Bujan naglašavaju: „Činjenica da je velik dio kulturalnih tabu tema i mitova povezan s tijelom i tjelesnim procesima (seks, menstruacija, rađanje) potvrđuje hipotezu o povezanosti tijela, kulture i ideologije s procesom formiranja identitetskih obrazaca.“ (Marot Kiš, Bujan, 2008, 114). Kulturno-identitetski obrasci u Diorovoj reklami kreiraju se bez neke razrađene fabule, jer je Dioru, kao što nas upozoravaju Bastien i Kapferer (2009, 280), presudnije naglasiti identitet brenda, a manje proizvoda. Znakovita je i njihova misao: „Ime Dior se uvijek spominje među prvima kad se pita za francusku luksuznu marku, ali Diorovi proizvodi gotovo nikad kad se pita za francuske luksuzne proizvode.“ (Bastien, Kapferer, 2009, 280).

Autori (2007, 177) također upozoravaju da i na konceptualnoj razini luksuzne proizvode doživljavamo preko njihove visoke simboličke vrijednosti. Ta je praksa vidljiva u simbolu jabuke, odnosno bočice parfema u obliku jabuke, koju pronalazimo baš u Diorovim reklamama za *Joy* (YouTube, 2018) i *Poison Girl* (YouTube, 2017).

Simbol jabuke može imati više značenja: sredstvo spoznaje; plod stabla života, put raspoznavanja dobra i zla. (Chealier, Gheerbrant, 2007, 230). Kao biblijski simbol odražava i smisao probijanja granica između onoga što je dopušteno i onoga što je zabranjeno. Osobito se u reklamama *Poison Girl* propituju granice i obrasci dopuštenog-nedopuštenog ponašanja. Može se zamijetiti da je protagonistica reklame barem donekle srodno oblikovana biblijskoj Evi koja je u Edenskom vrtu potaknula Adamovo nedopušteno ponašanje. Ženski lik je oblikovan transgresivno u reklamama *Poison Girl* jer ona u jednom času poriče svoj ženski identitet.

Reklama se može protumačiti i na tragu Van Leeuwenove misli (2004, 30) da je osnovna ideja metafore tranzicija, i to tranzicija s jednog mjesta na drugo na temelju sličnosti.

Rekonstrukcija biblijske priče također može imati funkciju premošćivanja između prošlosti i budućnosti što je prema Bastieniu i Kapfereru (2009, 248) temelj luksuzne marke i identiteta luksuza.

Ipak, u reklamnom diskursu marke Yves Saint Laurent, takva se kombinacija tradicionalizma i modernizma očituje u reklamama za parfem *Libre* (YouTube, 2017), dok isključivi modernizam, odnosno klasičnu ljubavnu priču nalazimo u reklamama za *Black Opium* (YouTube, 2017) i *Mon Paris Classique* (YouTube, 2018).

Uz kratke metaforičke elemente, sve su tri reklame alegorijski ispričane, i sve upućuju na identitetske označitelje samosvjesne ženstvenosti. Alegorijske momente dodatno pojačava i tekst na kraju svake od tri reklame: *Osjećaš li poziv?*, *Libre – nove osjećaj slobode!*, ili *Moj Pariz*. „Kada cjelinu kakva teksta ili iskaza obilježava supostojanje eksplicitnog i implicitnog smisla, govori se o alegorijskom djelu. Obično se fabulama o snovima, putovanjima, bitkama alegorijski slika stvarnost, ljudski život, funkcioniranje svijeta,...” (Bagić, 2012, 17).

Uz alegorijsku konotaciju Forceville (2002, 73) ističe da čak i dvosmislen ili zagonetan tekst zadržava pozornost gledatelja dulje nego u slučaju da ga nema. Istovremeno tekst pobuđuje potrebu za više informacija. On u

ovakvom obliku ima i funkciju konstrukcije identiteta jer je riječ o pozivu na slobodu, koju će svatko doživjeti sukladno vlastitom svjetonazoru, kulturnom kapitalu, ali i odnosu prema potrošačkoj ideologiji. Odazivom na taj poziv slobode, ili pozivom općenito, konstruira se identitet. Kad je riječ o ovoj reklami, odaziv je slobodan za konstruiranje vlastite poželjne slike koju subjekt može izgraditi.

Klasična se ljubavna priča očituje u reklami za *Mon Paris Classique*, i to kroz klišeiziranu fabulu o Parizu kao gradu ljubavi. „Ljubavna je draž jedna vrsta jakih draži kojima robna proizvodnja operira u svrhu povećanja kapitala. Shodno tome, čitava jedna vrsta roba upućuje kupcima ljubavne poglede koje ništa ne može oponašati i nadmašiti do samih kupčevih ljubavnih pogleda.“ (Haug, 1981, 13).

Black Opium je moderno ispričana priča o ženi koja pomiče granice, ali u noći što pak odgovara Chealier Gheerbrantovoj (2007, 470) definiciji noći u kojoj iščezava spoznaja, analitičnost i svako racionalno uporište. Takav vizualni prikaz može upućivati na identitet žene koja ide izvan svih društveno nametnutih gabarita, probija stakleni strop i živi ono što želi.

Forceville (2002, 69) ističe da odstupanje od konvencionalne upotrebe jezika metaforu čini privlačnom za zadržavanje pozornosti. I Turković (2008, 34) razmatrajući niz funkcija koje stilske figure imaju, navodi i njihovu epistemološku funkciju vezujući ih za otklon od uobičajene prakse. Upravo se takav otklon od ustaljene stilske prakse vidi u reklami za *Galop* (YouTube, 2016) tvrtke Hermés. „Otklon istodobno pruža alternativu, smislenu inačicu narušenoj i iznevjerenoj pravilnosti: na mjestu otklona gledatelj postaje svjesniji svojevrstne „nenužnosti“ dane regularnosti, njezine izbornosti.“ (Turković, 2008, 34). U slučaju *Galopa*, otklon je vidljiv u figurativnosti na nekoliko segmenata. Dijelom je taj otklon posljedica stvaranja maksimalnog učinka tijekom kratkog vremena kako bi se zaokupila pozornost gledatelja kao što to ističe Forceville (2002, 68).

Osim što je snimljena u jednom kadru, naoko bez radnje i zapleta, reprodukcijom suvremenog plesa i imitirajući galop konja, neminovno stvara učinak povezan sa svim oblicima slobode, nesputanosti i neformalnosti. „Egzistencijalno kretanje je kretanje slobode, a ono se odvija zahvaljujući jedinstvenom egzistencijalnom dinamizmu u kojemu se čovjek pokazuje kao biće volje. Razum i spoznaja, uistinu imaju nemjerljivu ulogu u

svakidašnjem ljudskom životu, pa i u njegovom kategorijalnom određenju.“ (Vučetić, 2010, 598).

Kada koncept metafore čitamo multimodalno, kako sugerira van Leeuwen (2004, 30), ples, ali s drukčijim simboličkom „otiskom“ nalazimo i u slučaju *Kenzo World* (YouTube, 2017.) brenda Kenzo. Dok Chevalier i Gheerbrant (2007, 556, 557) ples poistovjećuju sa slavljenjem, definirajući ga kao „jezik prije riječi“, u ovoj reklami u simbiozi s prostorom može konotirati divljinu u zapadnoj civilizaciji. Presentacija plesa ondje gdje to nitko ne radi, koristeći pokrete koji dijelom oponašaju životinjske nagone u džungli, implicira kulturno-identitetske odrednice svojeglavosti i prkosa koji se suprotstavljaju užtogljenom tradicionalizmu i okruženju omeđenom ustaljenim normativima ponašanja.

Ovi slučajevi, osim metaforičkog simbolizma i otklona, dovode i do konceptualizacije. Parfem nije samo objekt niti je reklama sredstvo za konstrukciju samoodređenja, nego implicira i koncept. „Informacija je previše i treba nam koncept kao „omot“ informaciji da bismo je uopće zapazili.“ (Belak, 2013, 17). Zapažamo obično sve što se izdvaja iz svakodnevnih obrazaca, sve što se izdvaja iz okvira uobičajenog pa ne čudi što se marketinška industrija koristi upravo takvim scenarijima kako bi na sebe privukla pozornost. Ona istodobno konstruira konture poželjnih identiteta, prodaje nam maštarenja i želje koje postaju predodžbe o nama samima.

Metaforičkim prikazom tvornice, brend Jean Paul Gaultier u reklami za *Classique et le Male* (YouTube, 2017) upravo rutinu pretvara u intrigantnu priču seksualnog naboja. „Proizvodi robnih marki koriste se kako bi pomogli stvoriti sliku o sebi drugima i ojačali taj pretpostavljeni identitet. Odjeću, naočale i druge predmete možemo koristiti za stvaranje identiteta i za promjenu tih identiteta kad se umorimo od njih.“ (Berger, 2011, 75). Uz manekenke i mornare, Jean Paul Gaultier pretvara uobičajeni radni ritam u uzbudljiv preokret.

Prema Chevalieru i Gheerbrantu (2007, 417), maneken (lutka iz keltskog doba) ima vrijednost slike kao zbilje i zabune duha, dok je u današnje vrijeme klasificiraju kao transmitter onoga što želimo. Autor zabavne erotske tvornice snova ima, kao i u reklami za parfem *Scandal à Paris* (YouTube, 2017), *cameo* ulogu pa se na kraju u obje i sam pojavljuje. Metaforička vrijednost toga može biti sadržana u konotaciji „sve je moguće“.

Tako bi pojačao simbolički učinak reklamnog diskursa i identiteta koji sugerira sama reklama. Sam Gaultier u obje reklame govori francuski jezik. Bez obzira na činjenicu da mu je on materinski, i da je sama marka francuska, uporaba francuskog jezika ovdje može implicirati snažan figurativni okvir o kojem piše Berger (2011, 156). „Upotreba francuskog jezika može poslužiti kao oblik privlačenja snobova koji se oslanjaju na stereotip o seksi Francuzima neopterećenima puritanskom represijom poput Amerikanaca. Francuski je također jezik za sofisticirane ljude.“ (Berger, 2011, 156).

Tako reprezentiran jezik snažno i vrlo nedvojbeno komunicira nacionalni identitet marke i proizvoda. Tu nacionalnu komponentu nalazimo i u reklami *Flower by Kenzo* (YouTube, 2016), već spomenutog brenda Kenzo. Cvjetni krug crvene boje sačinjen da tvori lebdeće, transparentno sunce ima metaforički učinak upravo prezentirati nacionalni identitet tvorca i utemeljitelja marke. Sunce istovjetno onom na zastavi Japana predstavlja, prema Samovaru, Porteru i McDanielu (2009, 37) „kulturni simbol“, a u ovom slučaju kulturni identitet Japanca Kenza koji stvara pod francuskom zastavom. Tržišna se komunikacija, drži Belak (2013, 42), promatra kao povlašteni diskurs koji želi utjecati na svjetonazor i oblikovanje života. Pritom vrlo često persuzivnim elementima u reklamnom diskursu prodaje ideologiju životnog stila. „Oglašavanje prerasta okvire biznisa i postaje kulturalna institucija, stvara ukuse i utječe na društvenu sliku.“ (Belak, 2013, 28).

Zaključak

Reklamne kampanje nemaju namjeru prodati nego više od svega pobuditi maštarenje, kako nas uče Bastien i Kapferer (2009, 295) upozoravajući istodobno (2009, 69) kako se i san mora ponovno stvoriti i održavati jer ga ubija stvarnost, odnosno realitet. Promatramo li, kako to reklamni diskurs čini u ovom radu, možemo ustvrditi da tu funkciju obavlja vizualna metafora kao najprisutnija strategija u reklamama o luksuzu. Njome se konstruira snovični svijet reklame koji obnavlja pobuđivanje želje u gledatelja za posjedovanjem prestiža ili svega što im je u zbilji manje ili više nedodirljivo. Funkcija metafore se u tom smislu u reklamama o luksuzu može čitati i kao svojevrsna konstrukcija identiteta koji živi vlastiti san. Naravno

u stvarnosti iza tog priželjkivanoga virtualnog izmašanog i sanjarskog svijeta stoji sfera konzumerističke društvene zbilje koja reproducira taj mit o snovima koji gledateljima oblikuje kao samo njihovu privatnu maštariju ili san, život koji žele živjeti.

Analiza vizualnih metafora također upućuje i na to da vizualne metafore imaju različite uloge, kao i to da su uprizorenja istih vizualnih metafora, ali s različitim učinkom.

Ono što dominira reklamnim diskursom za ženske parfeme jest heteronormativnost kao tradicionalistička praksa. Ona se poigrava tradicionalizmom s jedne te novim iskustvom s druge strane, ali čvrsto držeći granicu koja ne prelazi ni rodne ni seksualne okvire.

Literatura

- Assouly, O. (2017). *Les Grandes Textes du Luxe*. Paris: IFM – Regard.
- Bagić, K. (2012). *Rječnik stilskih figura*. Zagreb: Školska knjiga.
- Belak, B. (2013). *Ideja u labirintu*. Zagreb: Rebel.
- Berg, M., Eger, E. (2003). *Luxury in the Eighteenth Century*. New York: Palgrave Macmillan.
- Berger, A. A. (2011). *Ads, Fads and Consumer Culture*, Plymouth. UK: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Bourdieu, P. (2011). *Distinkcija: društvena kritika suđenja*. Zagreb: Antibarbarus.
- Brahma, M. (2017). *Decoding luxe*. New Delhi: Srishti Publishers&Distributors.
- Branston, G., Stafford, R. (2010). *The Media Student's Book*, Routledge. London, New York.
- Chevalier, J., Gheerbrant, A. (2007). *Rječnik simbola – mitovi, snovi, običaji, geste, oblici, likovi, boje, brojevi*. Zagreb: Kulturno – informativni centar, Naklada Jesenski i Turk.
- Dubois, B., Laurent, G., Czellar, S. (2001). Consumer Rapport to Luxury: Analyzing Complex and Ambivalent Attitudes, *Les Cahiers de Recherche Groupe HEC*, number 736.
- Forceville, C. (2002). *Pictorial Metaphor in Advertising*, Routledge. New York & London.
- Haug, V. F. (1981). *Kritika robne estetike*. Novi Beograd: Istraživačko – izdavački centar SSO Srbije.

- Jorgensen, M., Phillips, J. L. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. Sage Publications.
- Kapferer, JN., Bastien, V. (2009). *The luxury strategy, Break the rules of marketing to build luxury brands*. London: Kogan Page Limited.
- Klein, N. (2002). *No logo*. Zagreb: VBZ.
- Lakoff, G., Johnson, M. (2015). *Metafore koje život znače*. Zagreb: Disput.
- Marot Kiš, D., Bujan, I. (2008). Tijelo, identitet i diskurs ideologije. *Fluminensia: časopis za filološka istraživanja*, 20 (2), 109-123.
- Melou, JF. (1738). *Political Essay Upon Commerce*. Dublin: Printed for P. Crampton.
- Okonkwo, U. (2009). Sustaining the luxury brand on the Internet. *Brand Management*, 16, 5/ 6 02-310.
- Punter, D. (2007). *Metaphor*. London & New York: Routledge.
- Samovar, L. A., Porter, E. R., McDaniel, E. R. (2009). *Communication Between Cultures*. Boston: Wadsworth.
- Sombart, W. (2011). *Luksuz i kapitalizam*. Novi Sad: Mediteran i Kulturni centar Novog Sada.
- Stolac, D., Vlastelić, A. (2014). *Jezik reklama*. Rijeka: Hrvatska sveučilišna naklada, Filozofski fakultet u Rijeci.
- Šarić, LJ., Brala – Vukanović, M. (2019). *Slike jezika, temeljne kognitivnolingvističke teme*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Turković, H. (2008). *Retoričke regulacije*. Zagreb: AGM.
- Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing social semiotics*. London, New York: Routledge.
- Voltaire, F., Rousseau JJ. (2017). *Debata o luksuzu*. (ur.), Solar, M. Novi Sad: Akademski knjiga.
- Vučetić, M. (2010). Identitet osobe i sloboda. *Riječki teološki časopis*, 36, 2, 591-608.

Internetski izvori

- Guerlain (2019). *Mon Guerlain Eau de parfum Intense*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=lvBWZLV7Y7g> [pristup: 25.8.2022.]
- Sephora UK (2013). *Shalimar*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vfCkGf79Dz4> [pristup: 25.8.2022.]
- FGR (2019). *Lancome Idole*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iFUjWbZNPuU> [pristup: 25.8.2022.]
- Guerlain (2019). *Mon Guerlain*, YouTube, URL: https://www.youtube.com/watch?v=RW5RQaS_8tY [pristup: 25.8.2022.]

- Chanel (2016). *L'eau No5*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=N-LL38X683Qk> [pristup: 25.8.2022.]
- Chanel (2015). *Chance eau vive*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zhdZcBsa-dk> [pristup: 25.8.2022.]
- Dior (2018). *J'adore*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tCXT-CtYEuRU> [pristup: 25.8.2022.]
- Sephora Romania (2018). *Joy*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vfOnEaaPaF4> [pristup: 25.8.2022.]
- Sephora Polska (2017). *Dior Poison Girl*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Pb2DZnGe-Gg> [pristup: 25.8.2022.]
- Douglas Spain (2018). *YSL Mon Paris Classique*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=M7REaiebdd8> [pristup: 25.8.2022.]
- Heros New York (2016). *Hermes Galop*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FA0jMjIWFUM> [pristup: 25.8.2022.]
- Sephora Brazila (2017). *Kenzo World*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NoMqvniiEkk> [pristup: 25.8.2022.]
- Jean Paul Gaultier (2017). *Classique and Le Mal*, YouTube, URL: https://www.youtube.com/watch?v=BdGs7Sihf_s [pristup: 25.8.2022.]
- Jean Paul Gaultier (2019). *Scandal a Paris*, YouTube, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yZKrQbbNUXo> [pristup: 25.8.2022.]
- Kenzo parfum (2016). *Flower by Kenzo*, YouTube, URL: https://www.youtube.com/watch?v=OxdEP7_fjqw [pristup: 25.8.2022.]

Prilog

Popis reklama

Redni broj	Naziv brenda	Naziv reklame
1.	Guerlain	Mon Guerlain Intense
2.		Shalimar
3.		La Petite Robe Noire Noël
4.		Mon Guerlain
5.	L'ancome	Tresor La Nuit
6.		Tresor Midnight Rose
7.		La vie est belle
8.		Idôle
9.	Chanel	Gabrielle Chanel Essence
10.		Coco Mademoiselle
11.		Chance Eau Vive
12.		Coco Mademoiselle Intense
13.		No 5 L'eau
14.	Givenchy	L'interdit
15.		Irresistible
16.	Christian Dior	Dior Poison Girl
17.		Miss Dior Chérie
18.		J'adore Dior
19.		Dior Poison Girl
20.		Joy
21.	Yves Saint Laurent	Black Opium
22.		Mon Paris Classique
23.		Libre
24.	Jean Paul Gaultier	Classoque and Le Male
25.		Scandal (2017)
26.	Hèrmes	Twilly
27.		Galop
28.	Kenzo	Kenzo World
29.		Flower by Kenzo

THE POWER OF VISUAL METAPHOR IN ADVERTISING DISCOURSE ABOUT LUXURY

Abstract

The aim of the paper is to identify, deconstruct and analyze visual metaphors in advertising discourse on luxury. Advertising is understood in the work as a symbolic practice and, consequently, consumer ideology, a reflection of the wider consumer culture, but also as a search for consumer identity. The selected advertising corpus of the subject analysis contains 29 advertisements for women's perfumes exclusively from French luxury brands. Using the method of content analysis, dominant visual metaphors are deconstructed while respecting the concept of multimodality as an archetypal determinant of sociosemiotics. At the same time, constantly returning to daydreaming, dreaminess and desire as constantly present elements of the visual metaphorical game in advertising. The analysis of visual metaphors indicates that persuasiveness is achieved by visual figures, but also that their role is not synonymous, but dependent on the context and perspective from which we deconstruct visual codes as stylistic entities. At the same time, they construct inner desires, dreams and daydreams as immanent to individual identities and are also a construct of the consumer's identity.

Keywords: identity, luxury, consumerism, advertisement, visual metaphor

Tamara Zadavec³⁴

POUZDANOST INFORMACIJA – UTJECAJ NA DRUŠTVENI SUSTAV

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/PPHU7991>

Sažetak

Društveni su sustavi jedinstveno uređeni dijelovi formirani u cjelinu. Oni su skup povezanih načela koja čine jedinstvenu društvenu cjelinu koja je organizacijski ustrojena, čiji pojedini elementi bitno definiraju društvo kao cjelinu. Razvoj novih komunikacijskih tehnologija potpuno može promijeniti svaki element društvenog sustava. U društvo kao cjelinu informacije ulaze kao ulazne veličine putem tiskanih medija, radija, televizije, a u novije vrijeme i putem svjetske internetske mreže. Ulazne veličine u društvene sustave imaju svoju pouzdanost koju možemo vrednovati, a pritom i definirati kroz omjer istine i neistine. U radu spoznajemo pojam informacija i dezinformacija koristeći se modelom analogije kroz povijesno razdoblje. Postavljamo metodu analize putem anketnog listića te slučajno odabranu skupinu anketiramo na općem načelu informacija – dezinformacija. Rezultati su obrađeni snažnim statističkim testom, t-testom, koristeći se analizom aritmetičke sredine, a sve kroz postavljene hipoteze da većina informacija koje ulaze u društveni sustav imaju attribute istinitosti, tj. visoke pouzdanosti. Posebno poglavlje ovoga rada jest utjecaj prisutnosti informacija niske pouzdanosti na društvenim mrežama te njihova implementacija na opći fenomen u društvenom sustavu.

Ključne riječi: dezinformacija, društvene mreže, društveni sustav, informacija, pouzdanost

34 Filozofski fakultet u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, tzadavec@ffos.hr

Uvod

Sam nastanak world wide web-a bila je ideja Tim Berners Lee-ja kako bi ljudi mogli međusobno komunicirati i razmjenjivati podatke. Tek nakon pojave weba omogućen je razvoj društvenih mreža. Društvene mreže temelje se na web 2.0 tehnologiji koja korisnike stavljala u središte zbivanja te mu omogućuje da sam stvara sadržaj i nudi ga drugim korisnicima. Jedna od modernijih društvenih stranica je bila „Sixdegrees“ koja je na internet izašla 1997 godine i imala je preko milijun korisnika. Stranica je dozvoljavala korisnicima da izrade osobni profil i da imaju listu prijatelja. Stranice društvenih mreža počele su se sve više razvijati ulaskom u novo stoljeće. Friendster je nastao 2002. godine, nedugo nakon toga izlazi LinkedIn (poslovno-orijentirana mreža) i MySpace 2003. godine. Facebook izlazi 2004. godine na sveučilištu Harvard i Zuckerberg je definitivno promijenio svijet društvenih mreža. U 2005. godini je izašla stranica YouTube, a 2006. godine Twitter.

Vrijeme u kojemu živimo danas opisuje se kao informacijsko doba, u kojemu informacija ima glavnu ulogu. Potrebne informacije pronalazimo u tiskanim i elektroničkim medijima, ali i na društvenim mrežama, a količina informacija raste eksponencijalno. Informacija se oblikuje u procesu komunikacije, a s brojem korisnika raste joj vrijednost. Međutim, to ne znači da su ljudi u informacijskom društvu dobro i kvalitetno informirani. Zbog velikog i brzog protoka informacija, teško je pronaći kvalitetnu informaciju. Sve je veća pojava lažnih i obmanjujućih informacija. Iako se o problemu dezinformacija više govori od 2016. godine, prvi oblici dezinformacija i lažnih vijesti počeli su se pojavljivati prije više stotina godina. „Povećanje broja dezinformacija i ozbiljnost prijetnje utječu na sve veću osviještenost i zabrinutost civilnog društva u državama članicama EU-a i na međunarodnoj razini.“ (Europska komisija, 2018).

Informacija, dezinformacija i lažna vijest

Društvo, a s time i sam čovjek svakodnevno je izložen velikom broju informacija koje pristižu u različitim oblicima. Informacija je ključan pojam, temelj svakog razvoja, a u posljednjih pola stoljeća biva značajan resurs za napredak društva u cjelini. „Na temelju njih i uz njihovu pomoć ljudi

donose velike odluke, usmjeravaju svoje aktivnosti, obavljaju svakodnevne poslove i zadatke, planiraju budućnost, uspostavljaju međusobne odnose, sporazumijevaju se, rješavaju probleme.“ (Javorović, Bilandžić, 2007, 19). Osnovna zadaća informacije je informirati namjernike o određenim temama koje ih interesiraju. „Nasuprot informaciji, imamo dezinformaciju. Dezinformacija označava širenje lažnih ili obmanjujućih informacija“ (Gojmerac, Mikić, 2013, 10). Dezinformacije su zavaravajuće, izmišljene, netočne informacije koje govore o događajima koji se nikada nisu dogodili ili izjavama koje nikada nisu bile izrečene, a mogu nastati nenamjerno ili slučajno. (Ciboci i sur., 2018). Iste mogu biti i izravne i neizravne. Izravna dezinformacija se odnosi na laž ili prevaru, a neizravna označava suptilno prikrivanje provjerenih činjenica ili prikrivanje istine u svrhu uzrokovanja krivih prosudbi. Dezinformacije ne uključuju pogreške u izvješćivanju, satiru i parodiju, kao ni jasno naznačene stranačke vijesti i komentare. (Europska komisija, 2018). Kod netočnih informacija prepoznajemo još i lažne vijesti³⁵, informacije koje ne odgovaraju činjenicama.³⁶ „Karakteristika lažnih vijesti su da su one često namjerno izmišljene i distribuirane radi zavaravanja u cilju da potrošači povjeruju u neistinu ili sumnjaju u prave činjenice.“ (Biloš, 2020, 169).

Pojavnost lažnih vijesti u Europi i Hrvatskoj

Prema istraživanju portala Statista (2020), lažne vijesti najzastupljenije su u Španjolskoj, a najmanje učestale u Finskoj. Čak 37% stanovnika Europe od svakodneвно se susreće s lažnim vijestima. „Velike probleme s lažnim vijesti imaju Cipar, Bugarska, Grčka, Rumunjska, Italija i Malta, dok je u Danskoj, Luksemburgu, Irskoj i Velikoj Britaniji to umjereno prisutno.“ (McCarthy, 2018). Prema McCarthy (2018) 43% ispitanika smatra kako su lažne vijesti u Hrvatskoj veliki problem i isto toliko smatra da je to umjereni problem. Rezultati globalnog istraživanja upućuju da se najviše lažnih vijesti pronalazi na društvenim mrežama, njih 61 %, zatim na televiziji njih 51 %, a najmanje u tiskanim medijima, njih 44%. „Značajno je kako se u istom istraživanju Hrvatska ističe kao zemlja u kojoj će konzumenti izbjevati lažne vijesti.“ (Watson, 2020).

35 engl. *fake news*

36 Nepostojeće ili iskrivljene činjenice

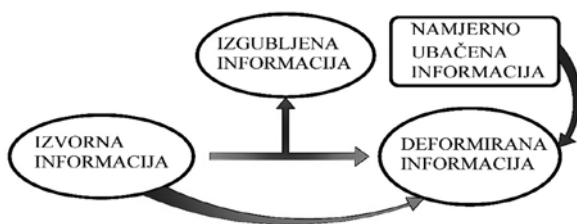
Vrednovanje informacija

Prilikom pretraživanja informacija što na internetu, što u klasičnim medijima kao što su novine, televizija i sl., moramo biti spremni na činjenicu da nisu sve informacije istinite. Danas je internet glavni komunikacijski kanal i izvor informiranja. Društvene mreže koristi sve veći broj ljudi zbog održavanja kontakata i komuniciranja, dijeljenja sadržaja, te poslovnih prilika. Digitalni mediji omogućuju jednostavno i brzo kreiranje, dijeljenje i komentiranje različitih sadržaja što doprinosi njihovoj popularnosti, ali istovremeno rezultira nizom problema, kao što je pojava informacijskih poremećaja. Prilikom informiranja o određenoj temi važno je pripaziti na nekoliko kriterija putem kojih možemo zaključiti je li informacija koju primamo istinita ili ne. „Evaluaciji izvora valja pristupiti kritički, što znači njihovo sustavno provjeravanje i procjenjivanje.“ (Žerjav, 1982, 8). Kako bi korisnik ocijenio jesu li informacije koje pronalazi prikladne za njegove potrebe, bitno je da ih zna evaluirati. Jednom kada korisnik pronađe informacije koje odgovaraju temi i zahtjevima istraživanja, mora se pozabaviti evaluacijom i analizom izvora. Evaluacija informacija potiče kritičko razmišljanje o pouzdanosti, validnosti, točnosti, autorstvu, aktualnosti informacije ili izvora te potencijalnoj pristranosti izvora. Iako se knjiga, članak ili mrežna stranica mogu doimati relevantnima ne znači nužno i da su pouzdan izvor informacija“. Relevantnim se smatra ono što ima dokaziv utjecaj na određeni sadržaj“. (Saračević, 2007, 1). Ovisno o temi i svrsi pretraživanja, različiti kriteriji evaluacije informacija zauzimaju veću ulogu. Jedan od prvih bitnih elemenata je ažurnost informacije. Bitno je znati kada je informacija objavljena, je li prošla reviziju, je li ažurna, odgovara li starost informacije ili informacijskog izvora temi koja korisnika zanima, odnosno jesu li i stariji izvori dovoljno relevantni. Sljedeći je element evaluacije sama relevantnost, odnosno važnost informacije za potrebu korisnika. Kod evaluacije relevantnosti informacije korisnik se mora zapitati je li informacija dovoljno povezana uz temu koja ga zanima, i odgovara li na pitanja koja korisnik postavlja, koja je ciljana publika pronađene informacije, je li informacija na prikladnoj razini, odnosno nije li previše pojednostavljena ili previše napredna za potrebe korisnika koji ju potražuje, je li pregledan dovoljan broj različitih izvora prije odabira i slično. Nakon toga bitno je razmisliti o autorstvu, odnosu izvoru same informacije. Bitno je znati tko je autor informacije, odnosno tko ju je objavio, je

li autor vjerodostojan, s kakvim je organizacijama ili ustanovama povezan, je li autor uopće kvalificiran da piše o odabranoj temi, jesu li dostupne informacije za kontaktiranje autora ili objavljiivača, te ako je informacija pronađena na internetu, može li se prema URL-u otkriti o kakvom se autoru ili izvoru radi, odnosno o prirodi samog sadržaja stranice. Na primjer .com se odnosi na komercijalne domene, .edu na edukacijske, .gov na vladine, a .org na različite organizacije. Neki od načina za provjeravanje točnosti informacija i izvora su zapitati se odakle je informacija došla, je li potkovana dokazima, je li recenzirana, može li se potvrditi pomoću drugih pouzdanih izvora ili iz osobnog znanja, je li pisana nepristrano i bez utjecaja emocija, postoje li leksičke, gramatičke ili tipografske greške. Naposljetku treba razmisliti o samoj svrsi postojanja promatrane informacije. Je li informacija napisana da informira, podučiti, prodaje, zabavi ili uvjeri korisnika u nešto, je li namjera autora jasna, je li informacija činjenica, mišljenje ili propaganda, doima li se informacija objektivnom te otkriva li ikakve političke, ideološke, kulturne, religijske, institucijske ili osobne pristranosti. Kod evaluacije knjiga i članaka, dobra je praksa pregledati njihove bibliografske zapise u *online* katalozima knjižnica ili bazama podataka koje sadržavaju članke. Ti zapisi sadrže informacije o autoru, nakladniku i vremenskom okviru u koji se informacija može smjestiti.

Pouzdanost informacija

Svojstvo informacija za obavljanje određenih funkcija koje su mu dodijeljene, uz održavanje karakteristika performansi unutar određenih granica promatranog informacijskog sustava, koje odgovaraju određenim načinima i uvjetima korištenja definiraju pouzdanost informacija. Pokazatelji pouzdanosti mogu biti vrlo različiti, ali kvaliteta definirane informacije, slijedi iz prikaza.



Slika 1.
Izvor autorica

Ulazne veličine u društvene sustave, imaju svoju pouzdanost koju možemo vrednovati, a pritom i definirati kroz omjer istine i neistine. U radu spoznajemo pojam informacija i dezinformacija koristeći se modelom analogije kroz povijesno razdoblje. Postavljamo metodu analize putem anketnog listića te slučajno odabranu skupinu anketiramo na opći princip informacija – dezinformacija. Kao ulazna varijabla u društveni sustav.

Vrednovanje informacija na društvenim mrežama

Kod evaluacije izvora na društvenim mrežama vrijede svi elementi evaluacije kao i kod ostalih vrsta izvora, no zbog beskrajne količine informacija te lakoće objavljivanja istih koju pružaju bespuća interneta, potreban je dodatan oprez. Kritička evaluacija izvora na društvenim mrežama temelji se na elementima izvornosti, aktualnosti, nezavisnosti te objektivnosti. Ti su elementi, uz minimalne razlike, ranije već razjašnjeni. Izvornost se odnosi na vjerodostojnost izvora, aktualnost na to postoje li noviji izvori koji odgovaraju korisničkim potrebama, nezavisnost govori o zavisnosti informacija o drugim izvorima, a objektivnost o eventualnoj pristranosti koja se iz informacija može iz iščitati.

Na društvenim mrežama dostupne su različite vrste izvora koje zahtijevaju individualne pristupe kada je riječ o evaluaciji. Kod evaluacije teksta na društvenim mrežama može se dijelove teksta provjeriti pomoću dostupnih tražilica te tako i na drugim mrežnim mjestima provjeriti njihovu vjerodostojnost. Kada je riječ o slikama korisno je pretražiti ih takozvanim

„reverse search“-om, uslugom dostupnom na tražilici Google te tako provjeriti informacije o slici, te vidjeti gdje je sve korištena. Audiozapise na mreži je teško evaluirati, no može se pretražiti naziv datoteke te ju tako pokušati provjeriti. Videozapisi trebaju biti kvalitetne grafike te mora biti jasno istaknuto tko je autor ili tko je zapis prenio na mrežu. Kod svih navedenih vrsta izvora bitno je razmišljati o njihovoj pristranosti. Budući da su društvene mreže mjesto gdje je svatko slobodan izraziti svoje mišljenje bez recenzentskog postupka većina je informacija na mreži pristrana do neke mjere. Kod evaluacije takvih informacija i izvora bitno je obratiti pozornost radi li se o sadržaju koji je nastao u svrhu obmane, zabave, oglašavanja, lažnog poslovanja ili kao glasina. Na mreži postoje i alati koji korisniku mogu olakšati evaluaciju mrežnih izvora, poput služenja DNS-om (domenskom sustavu imena). Skraćivanjem poveznice može se dobiti adresa sjedišta izvora na kojem je često moguće pronaći više informacija o samome izvoru. Postoji i baza podataka whois.com pomoću koje je moguće doći do informacijama o registriranim domenama i njihovim nositeljima. Ako korisnik želi istražiti tko je još citirao izvor koji želi koristiti, u polje tražilice treba utipkati ključnu riječ poveznice te dvotočku nakon koje slijedi URL te tako doći do informacija o broju stranica koje su povezane s izvorom koji se pretražuje.

Metodologija istraživanja

Za potrebe istraživanja u cilju utvrđivanja načina informiranja; tiskani mediji, radio, televizija, web stranice, društvene mreže, te subjektivni osjećaj pouzdanosti definiranog medija dizajniran je anketni upitnik koji se distribuirao u (III i IV) mjesecu 2021. godine u tiskanoj formi. Upitnik čine 2 skupine pitanja. U prvom dijelu prikupljali su se opći o ispitanicima, zatim su slijedila pitanja o medijima putem kojih se ispitanici informiraju i dana je ocjena pouzdanosti na definirane medije. Ciljana skupina istraživanja bile su osobe u dobi od 18 do 28 godina koje studiraju (studenti), a istraživanju se odazvalo njih 35. Prikupljeni podatci obrađeni su korištenjem metode deskriptivne statistike, dok su definirane hipoteze testirane primjenom t-testa za zavisne uzorke. Od 35 ispitanika u uzorku, 42 % ih je muškog, a 58 % ženskog spola. Ispitanici dolaze iz 5 različitih županija među kojima je najzastupljenija Osječko baranjska županija (62 %). Rezultati deskriptivne statistike na pitanja o učestalosti

i načinima informiranja ne razlikuju se iz već poznatih rezultata za RH. Najveći udio ispitanika o aktualnim događajima, novostima u zemlji i svijetu, te temama od interesa informira se svakodnevno i više od 80% putem elektroničkih medija. Dobiveni rezultati su slični rezultatima istraživanja agencije Ipsos koja je provela istraživanje o medijskim navikama Hrvata u 2019. godini na uzorku od 1023 ispitanika i utvrdili su da je internet glavni izvor informacija za 78 % ispitanika, a 91,6 % ispitanika koristi ga više puta dnevno (Poslovni.hr, 2019). Ispitanici su dali odgovor na ključno pitanje „Kolika je pouzdanost dobivenih informacija kroz medije koje koristite“ odgovori su ponderirani u rasponu od 1 do 5 te su prikazani u tablici koja slijedi kao i vrijednosti učestalosti s medijanom i standardnom devijacijom.

Tablica broj 1.

Pitanje	Ponuđeni odgovori	%	M	SD
Kolika je pouzdanost dobivenih informacija kroz medije koje koristite	1 – niske razine	15,4	3,2	0,62
	2 – srednje razine	24,7		
	3 – srednje visoke razine	36,7		
	4 – visoke razine	16,5		
	5 – iznimno visoke razine	6,7		

Rezultati istraživanja

Prvom hipotezom (H1) želi se utvrditi postoji li kod studenata statistički značajna razlika u korištenju tradicionalnih-tiskovnih medija, radija i televizije u odnosu na digitalne medije u procesu informiranja. Odgovori ispitanika o korištenju tiskanih medija, te televizije i radija upućuju na uporabu tradicionalnih medija, dok odgovori o korištenju informativnih portala i web-a, kao i društvenih mreža upućuju na uporabu digitalnih medija za informiranje.

Analizom t-testa za dva zavisna uzorka utvrđeno je da postoji statistički značajna razlika u korištenju tradicionalnih i digitalnih medija za informiranje ($t = 5,54$; $p < 0,01$). Studenti značajno više koriste digitalne medije ($M = 2,48$) za informiranje u usporedbi s tradicionalnim medijima ($M = 0,56$).

Drugom hipotezom (H2) želi se utvrditi postoji li statistički značajna razlika između percipirane pouzdanosti studenata u stvaranju subjektivne stvarnosti o pouzdanosti tradicionalnih medija i elektroničkih medija. Stvarna sposobnost osjećaja pouzdanosti je jedan snažni unutarnji osjećaj pouzdanosti, koji je doista potvrđen analizom srednjih vrijednosti definiranih skupina.

Primijenivši t-test za dva zavisna uzorka-skupina jedna skupina je spoznavala društveni sustav kroz tradicionalne medije; tiskovine, radio i televizija, a druga skupina je spoznavala svijet koji je okružuje kroz elektroničke medije utvrđeno je da postoji statistički značajna razlika između percipirane i stvarne sposobnosti osjećaja pouzdanosti definiranih skupina ($t = 2,32$; $p < 0,01$). Dobiveni rezultat nesporno daje jedinstveni zaključak da studenti koji koriste više tradicionalne medije u te medije više vjeruju tj. imaju subjektivni osjećaj da je njihova pouzdanost veća. Iako sam rezultat je tijesan statistički gledano on je „značajan“, a ta činjenica dovoljno govori sama za sebe. Rezultati deskriptivne statistike na pitanja o učestalosti i načinima informiranja ne razlikuju se iz već poznatih rezultata za RH.

Zaključak

Društveni sustavi su jedinstveno uređeni dijelovi formirani u cjelinu. Oni su skup međusobno povezanih načela koje čine jedinstvenu društvenu cjelinu koja je organizacijski ustrojena, čiji pojedini elementi bitno definiraju društvo kao cjelinu. Razvoj novih komunikacijskih tehnologija potpuno mogu promijeniti svaki elementne društvenog sustava. U društvo kao cjelinu informacije ulaze kao ulazne veličine putem tiskanih medija, radija, televizije, a u novije vrijeme i putem svjetske internetske mreže. Ulazne veličine u društvene sustave, imaju svoju pouzdanost koju možemo vrednovati, a pritom i definirati kroz omjer istine i neistine. Svojstvo informacija za obavljanje određenih funkcija koje su mu dodijeljene, uz održavanje karakteristika performansi unutar određenih granica promatranog informacijskog sustava, koje odgovaraju određenim načinima i uvjetima korištenja definiraju pouzdanost informacija. Postavljenom hipotezom (H2) u radu želi se utvrditi postoji li statistički značajna razlika između percipirane pouzdanosti studenata u stvaranju subjektivne stvarnosti o pouzdanosti tradicionalnih medija i elektroničkih medija. Rezultati istraživanja

ne dvojbeno upućuju da postoji značajna razlika u percepciji pouzdanosti informacija kod promatrača koji egzistiraju u okruženju tradicionalnih medija i elektroničkih medija.

Literatura

- Biloš, A. (2020). Izazovi internetskog informacijskog prostora: Kako stanovnici Republike Hrvatske doživljavaju problem lažnih vijesti. *CroDim: International Journal of Marketing Science*, 3 (1). URL: <https://hrcak.srce.hr/236267> [pristup: 28.8.2022.]
- Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (2018). Kako prepoznati dezinformacije i lažne vijesti. *Razvoj medijske pismenosti*. Agencija za elektroničke medije i UNICEF. Zagreb. URL: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2018/04/lazne-vijesti.pdf> [pristup: 28. 8. 2022.]
- Europska komisija (2018). Suzbijanje dezinformacija na internetu: evropski pristup. Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regije. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/ALL/?uri=CELEX%3A52018DC023> [pristup:1.9.2022.]
- Gojmerac, M., Mikić, P. (2013). Informacija i dezinformacija u rječniku. *Hum: časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*, 10 URL: <https://hrcak.srce.hr/227468> [pristup: 2.9.2022.]
- Javorović, B., Bilandžić, M. (2007). *Poslovne informacije i business inteligence*, Gold marketing-Tehnička knjiga Zagreb
- McCarthy, N. (2018). Gdje se lažne vijesti smatraju problemom u EU. Statista. URL: <https://www.statista.com/grafikon/13285/gdje-se-fake-news-is-seen-as-a-problem-in-the-eu/> [pristup: 29. 8. 2022.]
- Saračević, T. (2007). Relevance and how it was studied. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske* 50, (½) URL: <https://hrcak.srce.hr/16937> [pristup: 29. 8. 2022.]
- Statista (2020). Lažne vijesti u Europi – statistika i činjenice. Istraživački odjel Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/5833/fake-news-in-europe/> [pristup: 2.9.2022.]
- Žerjav, F. (1982). Relevantnost informacija i kriteriji za ocjenjivanje efikasnosti sistema za pretraživanje informacija. *Journal of Information and Organizational Sciences* 6. URL: <https://hrcak.srce.hr/80958> [pristup: 3.9.2022.]
- Watson, A. (2020). Lažne vijesti diljem svijeta – statistika i činjenice. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/6341/fake-news-wide-wide/> [pristup: 2.9.2022.]

RELIABILITY OF INFORMATION – IMPACT ON THE SOCIAL SYSTEM

Abstract

Social systems are uniquely ordered parts formed into a whole. They are a set of inter-related principles that make up a unique social entity that is organized organizationally, whose individual elements essentially define society as a whole. The development of new communication technologies can completely change every element of the social system. Information enters society as a whole as input quantities via printed media, radio, television, and more recently via the worldwide Internet network. Input quantities in social systems have their own reliability, which we can evaluate, and at the same time define through the ratio of truth and untruth. In this paper, we learn about the concept of information and misinformation using the analogy model through the historical-time period. We set up a method of analysis through a questionnaire and survey a randomly selected group on the general principle of information – misinformation. As an input variable in the social system. The results were processed with a powerful statistical test, the t-test, using arithmetic mean analysis, and all through the hypothesis that most of the information entering the social system has the attributes of truth, i.e. high reliability. A special chapter of this paper is the impact of the presence of low reliability information on social networks and their implementation on the general phenomenon in the social system.

Keywords: misinformation, social networks, social system, information, reliability

Veronika Završki³⁷

1914. GODINA U OSIJEKU U NOVINAMA *NARODNA / HRVATSKA OBRANA* *I SLAVONISCHE PRESSE*

Prethodno priopćenje
<https://doi.org/10.59014/XBLZ1208>

Sažetak

U radu se nastoje prikazati neki aspekti osječke svakodnevice u prvoj godini Prvoga svjetskog rata u Osijeku koristeći se novinama Narodna obrana (Hrvatska obrana) i Slavonische Presse. Poseban naglasak u radu stavljen je na odjek atentata i proglasa rata kao i na opis nekih važnijih dobrotvornih akcija u gradu. Od početka rata novine su bile važno sredstvo informiranja, prenoseći vijesti o tijeku rata te pozivima, proglasima i naredbama koji su se ticali gradskog života. Tijekom godine novine su redovito opisivale probleme izazvane ratnim stanjem te iznosile vlastite ili upućene im dojmove o ratnoj svakodnevici. Iz osječke je svakodnevice vidljivo da u službu rata nisu stavljeni samo mobilizirani muškarci nego i lokalno stanovništvo, što svjedoči da je rat već u svojoj prvoj godini zahtijevao aktivaciju pozadinske fronte. Ona je uključivala kulturne institucije, školske ustanove te brojne stanovnike koji su ponajviše ulagali trud kako bi pomogli brojnim ranjenim vojnicima i obiteljima mobiliziranih muškaraca u gradu.

Ključne riječi: 1914., Osijek, Prvi svjetski rat

37 Doktorandica na Filozofskom fakultetu u Zagrebu; Legatours, obrt za usluge u turizmu, veronika161193@gmail.com

Uvod

U radu su predstavljeni određeni aspekti života u Osijeku tijekom prve godine Velikoga rata na temelju onodobnih tiskovina. S obzirom na slabiju istraženost osječke svakodnevice Prvog svjetskog rata u hrvatskoj historiografiji,³⁸ rad je doprinos društvenoj povijesti grada koji je u ratu činio pozadinsku frontu poprilično blizu ratnim događanjima tzv. južnog fronta. Pritom su primarno korištene novine *Narodna/Hrvatska obrana*³⁹ i *Slavonische Presse*⁴⁰ u kojima se, osim vojno-političkih vijesti, redovito moglo čitati o svakodnevnim pojavama gradskog života. Iako pri korištenju novina kao povijesnog izvora postoji opasnost od utjecaja gledišta uredništva ili prevelikog oslanjanja na mišljenja pojedinih novinskih komentatora, novine su danas važan (a u nekim slučajevima i jedini) izvor informacija o širokom spektru života na pozadinskoj fronti tijekom Prvog svjetskog rata. Upravo su zato novine korištene i u drugim znanstvenim radovima koji proučavaju različite aspekte društvenog života i društvenog angažmana tijekom Prvog svjetskog rata u Hrvatskoj.⁴¹ Premda je početkom rata uvedena stroga cenzura i novine smanjuju svoj obim, njihova je velika prednost činjenica da su vremenski bliske ispričanim događajima

38 Najznačajniji općeniti rad o Osijeku u Prvom svjetskom ratu jest katalog izložbe Državnog arhiva u Osijeku *Život u Osijeku u okolnostima Prvog svjetskog rata* – Vesne Božić Drljače i Danijela Jelaša (Osijek, 2004.), a osim toga postoji nekoliko radova koji su obradili različite specifične ili općenitije teme, poput: *Osječka građanska garda u Prvom svjetskom ratu* – Ante Grubišića, objavljen u Osječkom zborniku (sv. 27, Osijek, 2004., str. 111-119); *Civilni život i aprovizacija u Osijeku i Slavoniji u Prvom svjetskom ratu* – Ivana Balte, objavljen u Zborniku radova konferencije Učesće dobrovoljaca i uloga civilnog stanovništva u Prvom svjetskom ratu (Novi Sad, 2015., str. 1-14); *Zapisi o osječkim vojnim jedinicama u Prvom svjetskom ratu* – Ivana Balte, objavljen u Analima Zavoda za znanstveni i umjetnički rad u Osijeku (sv. 17, Zagreb-Osijek, 2001., str. 67-88); *Uloga i značaj organizacije Crvenog križa u Osijeku za vrijeme Prvog svjetskog rata* – Milorada Miškovića i Lazara Stojanovića, objavljen u Zborniku radova Prvog simpozija povijesti zdravstvene kulture Slavonije i Baranje (Osijek, 1982., str. 154-166).

39 *Narodna obrana* bila je dnevni list na hrvatskom jeziku koji je u Osijeku počeo izlaziti 1903. godine. 10. rujna 1914. novine su preimenovane u *Hrvatska obrana*.

40 *Slavonische Presse* bio je dnevni list koji je u Osijeku izlazio od 1885. do 1929. na njemačkom jeziku. Novine su digitalizirane te se mogu pretraživati i čitati na službenoj stranici Muzeja Slavonije u Osijeku.

41 Samo neki od radova koji koriste novine za pisanje o društvenoj povijesti u Prvom svjetskom ratu jesu: *Zagreb u Prvome svjetskom ratu: povijesne novine kao izvor za istraživanje socijalne povijesti* – Mirjane Jurić, objavljen u *Liberalium* (sv.2, Zagreb, 2009., 121-143); *Za naše junake... Rad dobrotvornih humanitarnih društava u gradu Zagrebu 1914.–1918* – neobjavljena doktorska disertacija Violete Herman Kaurić (Sveučilište u Zagrebu, 2007); knjiga *Zagreb 1914. – 1918. Grad i stanovnici u Velikome ratu* – Marka Vukičevića (Zagreb: Despot infinitus, 2020) objavljena na temelju doktorske disertacije autora.

i doživljajima (Baumgartner, 1981). Zbog multikulturalnog sastava grada Osijeka tog vremena, korištene su novine na njemačkom (*Slavonische Presse*) i hrvatskom (*Narodna/Hrvatska obrana*) jeziku.⁴²

S obzirom na brojne promjene koje su nastale samim proglašom rata, u radu se detaljnije obrađuje samo prva ratna godina u gradu, a rad se može i treba proširiti analizom arhivskih izvora. Rad je podijeljen na nekoliko tematskih podnaslova koji ukratko opisuju razvoj događaja važnih za određene aspekte svakodnevnog života poput proglašavanja odluka, djelovanja humanitarnih društava i kulturnih institucija i slično. Svakodnevica je široko područje, stoga je ovaj rad prvenstveno pokušaj prikaza onoga što su novine isticale kao novine ili probleme života izazvane ratnim okolnostima. Iako su nekoliko dana od proglašavanja rata bile primorane najaviti reduciranje svog obima, što se može gledati kao nedostatak, u određenoj mjeri to i prednost za istraživače u potrazi za onovremenim anomalijama i gorućim pitanjima.

Osijek uoči rata

Osijek je uoči Prvog svjetskog rata bio slobodni kraljevski grad koji je predstavljao gospodarsko, prometno, trgovačko, kulturno i prosvjetno središte Virovitičke županije te drugi najveći grad banske Hrvatske (Živaković-Kerže, 1996). Njegovo multikulturalno društvo zrcalilo je duh Austro-Ugarske Monarhije te je 1910. godine imao 38% stanovništva s hrvatskim materinim jezikom i 37% stanovništva s njemačkim materinim jezikom (Červenjak i Živaković-Kerže, 2014). U gradu je 1910. godine živjelo 28 505 stanovnika, od kojih 47% muškaraca i 53% žena (Kolar-Dimitrijević, 1991). Na prijelazu stoljeća Osijek je bio važan subjekt u sustavu nacionalne ekonomije (Živaković-Kerže, 1996). Doduše veleindustrija u gradu bila je u vlasništvu stranog kapitala (Živaković Kerže, 1999), no uoči Prvog svjetskog rata poboljšavala se struktura zaposlenih u industriji, obrtu, trgovini i prometu (Živaković-Kerže, 1996).

Osijek je na početku 20. stoljeća imao brojne pučke škole, gimnazije i strukovne škole. U gradu djeluju kulturna, umjetnička, sportska, dobrotvorna i kazališna društva, kao i brojni kafíci, krčme te kavane. Osim u

⁴² Osim *Slavonische Presse*, u Osijeku je važan bio njemački dnevnik *Die Drau*.

Hrvatskom narodnom kazalištu, koje je u gradu utemeljeno 1907. godine, Osječani su kulturno uzdizanje mogli potražiti u tri kina, od kojih je kino Urania u Gornjem gradu ujedno i vrhunsko dostignuće secesijske arhitekture u Hrvatskoj. U Osijeku je 1914. godine sportski i kulturni život bio vrlo razvijen (Balta, 2015). Ipak u prostornom, ali i gospodarskom smislu, Osijek je i dalje ostao teško povezan zbog udaljenosti Gornjeg i Donjeg grada koji su bili odvojeni starom vojnom utvrdom Tvrđom (Živaković-Kerže, 1996).

Reakcija Osijeka na atentat

Povod za početak Prvog svjetskog rata bio je atentat na prestolonasljednika Franju Ferdinanda i njegovu suprugu Sofiju Chotek 28. lipnja 1914. godine. U gradu Osijeku lokalni je tisak izdao posebna izdanja kojima je javnost obavijestio o sarajevskoj nesreći. U samo nekoliko sati otkako je vijest stigla u Osijek izvještene su crne zastave na gradskoj vijećnici i na kući gradonačelnika Ante Pinterovića, otkazani su koncerti i kino-predstave koji su se tog dana trebali održati, a gostionice i ulice bile su pune ljudi do kasnih noćnih sati. Taj su dan novinari radili pod velikim pritiskom javnosti koja se okupila ispred redakcija u želji da saznaju više informacija (Narodna obrana, 1914).

Osječani su prvih dana, kao i u mnogim mjestima Austro-Ugarske, mogli u tisku čitati biografske crtice o Franji Ferdinandu. U *Narodnoj obrani* pisalo se i o nadi koju je upravo hrvatski narod polagao u budućeg vladara, uz bijesne komentare o besmislenosti zločina bez motiva (Narodna obrana, 1914). Kurioziteta radi, spominje se i da je jedan od atentatora, Nedeljko Čabrinović, prethodne godine dva dana boravio u Osijeku (Narodna obrana, 1914). Osječani su ubrzo mogli vidjeti slike iz Sarajeva koje je u grad donio trgovački putnik, a umnožio i izložio svjetloslikar g. Svirčević. Slike su prikazivale dolazak nadvojvode Franje Ferdinanda u Ilidžu, nadvojvodski par nakon prvoga pokušaja atentata te (navodno) uhićenje atentatora Principa (Narodna obrana, 1914).

Uoči 1. srpnja 1914., kada se u župnoj crkvi sv. Petra i Pavla održala svečana misa zadušnica, gradonačelnik Pinterović uputio je proglas građanima da na svojim domovima izvjesu crne zastave te pozvao na obustavu glazbenih produkcija i zabava (Narodna obrana, 1914). Žalobne službe

održane su i u evangeličkoj župnoj crkvi, u gornjogradskoj i donjogradskoj bogomolji te u pravoslavnoj crkvi. Gradsko je zastupstvo održalo žalobnu sjednicu u gradskoj vijećnici, a novine su prenijele gradonačelnikov govor koji je dotični jedva pročitao od navale emocija (Narodna obrana, 1914). Osječani su ubrzo u kinu Urania mogli gledati prijenos tjelesa nadvojvode i vojvotkinje u Trstu s mora na kolodvor, a tisak je prenosio da su gledatelji bili izrazito ganuti (Narodna obrana, 1914). Gradonačelnik je zamolio osječke trgovce da 3. srpnja od pola 4 do 6 sati popodne, tj. tijekom spirova prijestolonasljedničkog para, zatvore dućane kako bi izrazili sućut građanstva (Narodna obrana, 1914).

Osječki tisak danima je prenosio reakcije na atentat u Kraljevini, Monarhiji i ostatku Europe. Odjek atentata poprimio je drukčiji oblik u Zagrebu, gdje je održana burna rasprava Hrvatskog sabora, čiji su zapisnik Osječani mogli čitati u *Slavonische Presse*. Tako su se prenosili žestoki napadi opozicijskih zastupnika upućeni Hrvatsko-srpskoj koaliciji koju se opisivalo kao organizatoricu samog atentata (Slavonische Presse, 1914).

Kao i u nekim drugim mjestima Austro-Ugarske, u Osijeku su se javili ekscesi i demonstracije kao reakcije na atentat. Pritom *Narodna obrana* i *Slavonische Presse* ne spominju uvijek iste demonstracije. Na jednoj kući u Zmajevoj ulici 30. lipnja osvanuo je plakat na kojem se protestiralo protiv naziva te ulice nazvane po srpskom književniku Jovanu Jovanoviću Zmaju, s prijetnjom da će građanstvo samo reagirati ako službe ne uklone naziv (Narodna obrana, 1914).

Nakon misa zadušnica za nadvojvodu Franju Ferdinanda i vojvotkinju Sofiju Chotek u Gornjem gradu, Tvrđi i Donjem gradu, u tim su se dijelovima grada zbile demonstracije u kojima je mladež izvikivala *Abcug koalicija* i *Abcug izdajice* (Narodna obrana, 1914). *Slavonische Presse* izvijestio je, s druge strane, o demonstracijama skupine studenata nakon održanog rekvijema. Studenti su prolazili Kapucinskom i Chavrakovom ulicom (glavnim prometnicama u centru grada) uz povike *Dolje Srbi!* i pjevanje *Lijepo naše domovine* (Slavonische Presse, 1914).

O nastavku demonstracija svjedoči i događaj nakon kino-predstave u Uraniji kada je nekolicina mladih razbila više prozora na kući dr. Milana Maksimovića u Sunčanoj ulici (Slavonische Presse, 1914). Pod povećalom javnosti našao se i tadašnji osječki dogradonačelnik Vaso Muačević koji je, govorilo se, na dan atentata pijančio s jednim gostom. Novine su stale u

obranu dogradonačelnika, ali dogradonačelnik je u drugoj polovici rujna dao ostavku (Narodna obrana, 1914).

Novine su pisale i o demonstracijama na donjogradskom Trgu bana Jelačića gdje se okupilo 60-ak mladića, đaka, trgovačkih pomoćnika i šegрта koji su željeli demonstrirati pred Srpskom štedionicom, što je redarstvo spriječilo (Narodna obrana, 1914).

Napetosti u Donjem gradu nisu jenjale nekoliko dana. 5. srpnja u 4 sata popodne novoosnovani pravaški klub sazvaio je ophod nakon prvog sastanka kluba. Taj je događaj premješten za večernje sate, ali ga je redarstvo zabranilo. Međutim u 10 sati navečer na glavnom donjogradskom trgu skupilo se oko 200 ljudi, uključujući i sudionike sastanka, koji su demonstrativno klicali i pjevali (Narodna obrana, 1914). Iako je žalosni skup koji su pravaši najavili za 12. srpnja policija zabranila, obrazloživši kako bi se grupi mogli priključiti elementi koji bi tu prigodu iskoristili za demonstracije i izgrede (Slavonische Presse, 1914), pravaši su svejedno pozvali svoje pristaše da se skupe u gostioni „Zlatnom suncu“. Pojavili su se i socijaldemokrati te pristaše narodnog jedinstva i preuzeli njihove prostorije, na što su pravaši napustili gostionu (Narodna obrana, 1914). Lokalni je tisak izvještaje o demonstracijama ponekad popratio i vlastitim komentarima, pa je *Narodna obrana* pozivala da se prestane s uzaludnim remećenja mira (Narodna obrana, 1914).

Objava rata

Uoči proglašenja rata lokalne su novine izvještavale o tekućim pitanjima, a život se u gradu nastavio uobičajenim tijekom. Slično je bilo i u ostatku banske Hrvatske (Agičić, 1995). Objava teksta note koju je Austro-Ugarska uručila Srbiji (Narodna obrana, 1914) u Osijeku je izazvala veliku zabrinutost. Upravo su zato u trenutku kada je iz Beograda stizao odgovor, gostionice i kavane bile pune posjetitelja koji su nestrpljivo čekali rasplet događaja. O nezadovoljavajućem odgovoru srpske vlade i proglašenju odluke o mobilizaciji pisala je *Narodna obrana* u posebnom izdanju 25. srpnja 1914. godine u 9 sati navečer. Dojam u gradu bio je izuzetno buran.

„Vijest o tome, da je rat na dogledu, isprva je izazvao muklu šutnju i zabrinutost, ali onda je provalio gnjev na izazovnika, te je potištenost prvoga momenta zamijenilo zadovoljstvo, da se Monarhija konačno riješila na

odlučan korak. Kad je o pomoć ulicama zaszvirala vojnička glazba, provalilo je opće oduševljenje u čas se isprazniše svi javni lokali, i svjetina je u dugim povorkama kličući pratila vojničku glazbu.“ (Narodna obrana, 1914)

Odluka od 25. srpnja o djelomičnoj mobilizaciji u osječkom tisku je objavljena 26. srpnja 1914. godine (Slavonische Presse, 1914). Briga oko provedbe mobilizacije u Virovitičkoj županiji (čije je Osijek bio sjedište) pripala je podžupanu pl. Labašu (Narodna obrana, 1914). Krizno stanje u Monarhiji objavljeno je 27. srpnja, kada na snagu stupaju „Iznimne mjere u slučaju rata“, a Car i kralj Franjo Josip I. dao je ovlast hrvatskom banu Ivanu Skerleczu Lomničkom da uvede izvanredno stanje u Banskoj Hrvatskoj (Vukičević, 2014). Odredba o sveopćoj mobilizaciji cjelokupne vojske, mornarice i obaju domobranstva i saziv pučkog ustanka osvanuli su na osječkim naslovnicama 1. kolovoza.

Naredbe hrvatskoga bana Skerlecza objavljene 28. srpnja 1914. godine u osječkom dnevnom tisku bile su brojne. Neke su od novih mjera ograničavale držanje poštanskih golubova, najavile kontrolu poštarskog brzojavnog i telefonskog prometa, ograničavale ustrojenje i djelovanje društava, privremeno obustavile zakon „o pravu sakupljati se“, ograničile promet vodenih vozila i na razne druge načine utjecale na kretanje, djelovanje i komunikaciju svih stanovnika Hrvatske i Slavonije. Proglašen je prijeki sud nad područjem Kraljevine Hrvatske, Slavonije i Dalmacije, pa tako i nad područjem grada Osijeka. Zbog zločina bune, ubojstva, paleža i javnog nasilja „zlobnom oštetom“ tuđeg vlasništva uvedena je smrtna kazna. Paralelno s proglasom mobilizacije pojavio se u novinama i poziv bolničarkama za ranjenike koji je uputio gradski fizikat, a u istom pozivu istaknuto je kako se određeni broj gospođa i gospođica već prijavio. Tako su i neke žene, usporedno s muškarcima, odmah stupile u službu rata.

Skupoća i problem radne snage

Zbog koncentracije vojske domobranstva i pučkih ustaša u gradu nastaju česte inflacije (Balta, 2015). Iz straha od nestašice, osim uvođenja najviših mogućih cijena brašna, kruha i drugih namirnica, gradsko je poglavarstvo odlučilo da se zaliha brašna i svinja ne smije prodavati izvan područja grada bez dozvole. No zabrana prodaje brašna ukinuta je već 3. kolovoza.

Isto tako, iako je 30. srpnja uvedena najviša moguća cijena brašna i kruha, 27. kolovoza ona je ukinuta zbog povoljne žetve (Narodna obrana, 1914).

Lokalni tisak redovito je prozivao i posramljivao trgovce koji su dizali cijene. O učinkovitosti takvih članaka govore i redovita javljanja prozvanih u istim novinama kako bi obranili vlastitu čast. Tako je jedan donjogradski ljekarnik, gospodin Frank, tražio od uredništva da navodne tužbe građana na njegove previsoke cijene nisu istinite te da on ne samo da ne diže cijene, već takav postupak i osuđuje (Narodna obrana, 1914). Dok su neki trgovci pokušavali skinuti kalju sa svog imena, drugima se dokazala krivnja, pa su osuđeni na novčanu kaznu ili zatvor (Narodna obrana, 1914). No ističani su i lijepi primjeri kada su trgovci prodavali proizvode ispod cijene ili pokrenuli akcije prikupljanja proizvoda za vojnike u svojim radnjama (Narodna obrana, 1914).

Usljed mobilizacije osjetio se odljev radne snage, pa je 10. kolovoza osvanula naredba Vladinog povjerenika o poljskom radu kojom je zbog problema nestanka „radnih sila“ naređeno da se u svakoj općini popišu radno sposobni muškarci i žene bez obzira na starost kako bi se razdijelili među zemljoposjednicima tako da se rad može pravovremeno dovršiti. Od te dužnosti oslobođeni su bili svi koji rade u javnoj službi, bolesni, posebno potrebiti obrtnici, samostalni gospodari sa svojom obitelji koji imaju vlastitog posla na zemlji, kao i žene koje moraju obavljati neodgodive kućne poslove, kao kuhanje, brigu za malenu djecu itd. Predložilo se i da starije i nemoćne žene budu određene za čuvanje djece i eventualno zajedničke kuhinjske poslove kako bi radno sposobne žene i djevojke u što većem broju mogle raditi (Narodna obrana, 1914).

Žene su se posvuda u zaraćenim zemljama u većim ili manjim mjerama počele zapošljavati na mjestima mobiliziranih vojnika. Tako je *Narodna obrana* pohvalila rad telefonistica koje su preuzele mjesta mobiliziranih vojnika te redovito radile i noćne smjene (Narodna obrana, 1914). Budući da su zbog mobilizacije primarnog hranitelja neke žene počele tražiti posao ili dodatnu zaradu, Odbor za opskrbu vojnih obveznika već je 6. kolovoza u novinama uputio molbu poslodavcima da se jave ako trebaju radnu snagu, a osobito žensku (Narodna obrana, 1914).

Humanitarni angažman

Lokalne su novine redovito informirale javnost o osnivanju pojedinih dobrotvornih odbora i akcija te prenosile koje potrepštine trebaju, a kojih dobivaju i previše. Osim istaknutog rada Crvenog križa, Odbora za organizaciju ratne bolničarske službe, Odbora za podvorbu putujućih vojnika i ranjenika, Odbora za zaštitu porodica mobiliziranih i u ratu poginulih vojnika, Sanitetskog odbora, Odbora za skupljanje zimskog krzna, Gradskog pripomoćnog ureda te angažmana učiteljica i učenica koje su izradivale pletenu odjeću za vojnike, kao i angažmana drugih učitelja i učenika, provodili su se i dobrotvorni koncerti, čajanke i razne akcije od kojih je najpoznatija postala „Dadoh zlato za željezo“, koja je pozvala žene u čitavoj Monarhiji da daruju zlato u zamjenu za željezni prsten, u svrhu potpore obiteljima mobiliziranih muškaraca. Osim „Dadoh zlato za željezo“, tijekom rata postala je popularna i akcija „Ratna spomen-lipa“ (Božić-Drljača i Jelaš, 2014). O humanitarnim akcijama u Osijeku uopće od ljeta 1914. do ljeta 1915. godine tiskana je knjižica Ratni almanah grada Osijeka u kojoj je opisana osječka humanitarnost tijekom prvih godinu dana trajanja rata. Po uzoru na Zagreb, u Osijeku je uslijed mobilizacije velikog broja gradskih policajaca sredinom rujna osnovana i Građanska straža (Grubišić, 2004).

U Osijeku je bilo više bolnica u koje su redovito pristizali ranjenici i koje su do kraja godine bile prepune. Bolnica Crvenog križa nalazila se u Jägerovoj ulici, a na željezničkom kolodvoru nalazila se prihvatna bolnica. U toj su bolnici volontirale brojne Osječanke koje su danju i noću pružale njegu ranjenicima. Ratni almanah (1915) spominje oko stotinu njegovateljica (neke punim imenom, poput časnih sestara reda sv. Vincenta Pavlovskog, a neke samo po imenu supruga) i nadzornica kuhinje koje su služile u bolnici. Postojalo je više bolnica u Tvrđi (Balta, 2015), kao i vojne bolnice u Donjem gradu (Ratni almanah, 1915). Treba reći i da je Društvo Urania-Kino u svojoj zgradi uredilo bolnicu za časnike (Ratni almanah, 1915). Svuda u gradu ljudi su bili gladni informacija o ratu, pa su ponekad pokušavali nešto saznati od samih ranjenika u dotičnim bolnicama (Narodna obrana, 1914).

U Osijeku su gospođe iz triju „gospojinskih osječkih društava: katoličkog, pravoslavnog i židovskog, odlučile bez obzira na različite vjere i narodnosti

upreti sve snage u rad oko Crvenog križa“.⁴³ Supruge poznatih Osječana, kao i brojne druge mlade žene i časne sestre, primile su se, tako, bolničke službe, a uključile su se i u brojne druge akcije (Dobrovšak, Herman-Kaurić, 2017). Osječku podružnicu Crvenog križa predvodila je grofica Otilija Althann.

I lokalni se tisak uključio u rad Crvenog križa, pa su uredništva preuzimala donacije građana. U početku su se tiskala imena donatora, ali radi uštede prostora sve skupljeg papira, a i činjenice da nisu svi željeli biti imenovani, ta se praksa postupno ukinula. Ipak, *Slavonische Presse* nastavio je redovito navoditi donatore akcije „Dadoh zlato za željezo“.

Ubrzo je u gradu osnovan i zajednički Odbor za sabiranje priloga za Crveni križ i za porodice zaostale iza vojnika u boju, a potrebite obitelji dobivale su i doznake kojima je gradska blagajna iz priloga prodavačima isplaćivala nabavljenu hranu (Narodna obrana, 1914).

Ranjenici na kolodvorima

Na osječkom gornjogradskog kolodvoru 9. kolovoza i službeno je osnovan Odbor za podvorbu putujućih vojnika i ranjenika koji je na sebe preuzeo zadatak dvoriti prolazeće vojnike nudeći im jelo, nealkoholno piće, (vrlo tražene) cigarete, dopisnice, ali i priliku za pranje (Ratni almanah, 1915). Takve akcije pojavile su se u čitavoj Hrvatskoj (Dobrovšak i Herman Kaurić, 2017). Vojnicima su na kolodvorima olakšavali put gospoda, gospođe, profesori i učenici. Odbor je uveo i uspomene na donacije, pa se tako od listopada za plaćanje čaja ili komada kruha vojniku u prolazu dobivala potvrda s ilustracijom 1914. godine (Narodna obrana, 1914).

Osnovana je i ratna dobrovoljna četa za prenošenje bolesnika pod upravljanjem dr. Saše Isakovića, a tim naporima pridružili su se i vatrogasna društva u Gornjem, Donjem i Novom gradu koja su svakodnevno prenosila ranjene vojnike iz željezničkih u tramvajska kola ili u gradske bolnice (Ratni almanah, 1915).

43 O radu Crvenog križa u Osijeku tijekom Prvog svjetskog rata pisali su Milorad Mišković i Lazar Stojanović u radu *Uloga i značaj organizacije Crvenog križa u Osijeku za vrijeme Prvog svjetskog rata*, objavljenom u Zborniku radova Prvog simpozija povijesti zdravstvene kulture Slavonije i Baranje (Osijek, 1982, str. 154-166).

Gradski pripomoćni ured i obitelji mobiliziranih vojnika

Među značajnim humanitarcima istaknuo se Hugo Spitzer, osječki odvjetnik i židovski aktivist. Zbog brojnih pokrenutih dobrotvornih akcija čije je koordiniranje bilo zahtjevno, Spitzer je predložio osnivanje stalnog gradskog pripomoćnog ureda. Ured je s radom počeo 15. listopada, a Spitzer je imenovan za predstojnika (Ratni almanah, 1915). Gradski pripomoćni ured u sebi je usredotočio sve osnovane i započete dobrotvorne ratne akcije, izuzev bolničke njege i njege ranjenika, a velik fokus stavljen je na podupiranje obitelji vojnika koji su pozvani u rat (Ratni almanah, 1915).

Ured je redovito utvrđivao prava na državnu potporu obiteljima mobiliziranih vojnika, davao potpore iz dobrovoljnih prinosa, nudio vođenje tutorskih i ostavinskih rasprava i slično. Pritom novčane potpore iz sredstava koja su donirali osječki građani nisu mogli dobiti oni kojima je dodijeljena državna potpora. No jasno utvrđivanje prava na državnu potporu bio je dugotrajan proces koji je stvorio brojne probleme obiteljima koje su se za tu potporu prijavile. Ured je primao pritužbe stranaka kojima je državna potpora uskraćena, snižena ili oduzeta te, one opravdane, prosljeđivao nadležnim oblastima. Novine su pisale i tko ima pravo na potporu: „supruga; dijete i onda, ako je izvan braka rođeno; pastorče; unuk; otac, mati, očuh i maćuha; djed, baka; otac supruge, mati supruge; brat i sestra ili polubrat i polusestra, ali samo ako nemaju stalni posao, ako se nisu u stanju uzdržavati i ako ih je mobilizirani muškarac stvarno i uzdržavao“ (Narodna obrana, 1914).

No potpora za obitelji mobiliziranih koju su skupljali Osječani nije bila moralno neobvezujuća. Krajem rujna 1914. spominju se određene zloupotrebe potpora gdje supruge i članovi obitelji dobiveni novac troše na zabavu (Narodna obrana, 1914). Korisnici potpora javno su opomenuti da će im zbog takvog ponašanja potpora biti ukinuta.

Angažman učiteljica i učenica

Narodna obrana 13. rujna objavila je molbu kr. vladinog povjerenika za županiju virovitičku i kr. slobodni grad Osijek da se sastave odbori za skupljanje novca za nabavu potrebnog materijala za šivanje zimske odjeće za vojnike te da se djevojke i žene prime posla, a posebice su pozvane općine

i pučke škole (Hrvatska obrana, 1914). Na poticaj ravnateljice više djevojačke škole Marije Pinterović s djevojčicama ženskog sirotišta i učenicama gradskih pučkih škola započelo je skupljanje vunice, zimskih kapa i sličnih predmeta za vojnike (Hrvatska obrana, 1914). Posao ručnog rada nastavio se i u listopadu pa je Uprava više djevojačke škole pozvala trenutačne i bivše učenice škole na sastanak 7. listopada u Gradskoj vijećnici radi dovršavanja rublja za ranjene vojnike (Slavonische Presse, 1914).

Mlade učenice i samoinicijativno su se angažirale kako bi pomogle vojnicima i ranjenicima. Tako su Marija Flander i Micika Jedinger, učenice više djevojačke škole, sa svojim prijateljicama skupile novac za mlijeko, kavu, šećer, kruh i podijelile ranjenicima u vojarni u Tvrđi, zbog čega su zavrijedile spomen u lokalnom tisku (Narodna obrana, 1914).

Svaštice iz ratnih dana 1914. godine

Lokalni je tisak redovito pisao o životu u Osijeku u ratnim danima. Hvalili su pokrenute akcije, prozivali trgovce koji podižu cijene, isticali koje su kino-predstave uspješne i kakvi se koncerti ili dobrotvorne akcije održavaju. Željno se iščekivala i nova kazališna sezona Hrvatskog narodnog kazališta. Sezona je otvorena početkom listopada *Barunom Trenkom* Josipa Eugena Tomića (Narodna obrana, 1914). Dio prihoda bio je namijenjen Crvenom križu i obiteljima mobiliziranih vojnika. Dramski i operni repertoar općenito prilagodio se ratnim aktualnostima, a kazališni komadi poput *Dadoh zlato za željezo* i *Kralj je zvao!* pokazivali su da se kazalište izravno uključilo u ratnu kampanju (Božić-Drljača i Jelaš, 2014).

Novost u kulturnom životu bili su učestali prikazi najnovijih brzojavki s ratišta koje su se počele prikazivati u kinu Urania nakon večernjih projekcija. Vrlo brzo počinju se prikazivati i prve duže snimke događaja iz rata. Tako su gledatelji u kinu Urania moli pogledati prikaz *Pariz u plamenu*, svjetsku senzaciju o velikoj ratnoj drami s bojišnice u Francuskoj (Slavonische Presse, 1914). Slično je bilo i u kinu Royal Biograph, gdje se u listopadu prikazuju snimke s ruskog, srpskog i francuskog ratišta (Hrvatska obrana, 1914).

Budući da je Osijek bio vojno središte u koje se slijevao velik broj mladića, gostionice i kulturno-zabavni događaji bili su posjećeni. Tako se moglo u novinama pročitati raznih poziva poput onog gornjogradskog Hotela

Central kako će od 10. listopada u njemu svakog dana priređivati koncert poznata damska kapela Beke iz Budimpešte (Slavonische Presse, 1914).

Na štetu učenika i učenica odgođen je početak školske godine u nekim pučkim školama i srednjim zavodima (Narodna obrana, 1914). U Osijeku je obuka u pučkim školama započela 1. rujna u Donjem gradu, Tvrdi i Novom gradu, ali obuka u višoj djevojačkoj školi i u gornjogradskim pučkim školama u Jägerovoj i Aninoj ulici odgođena je zbog prenamjene prostorija za vojne potrebe (Narodna obrana, 1914). Nastava u školi u Aninoj ulici započela je tek 1. studenog (Hrvatska obrana 1914), a održavala se ponedjeljkom, srijedom i petkom, dok se ona u Jägerovoj održavala utorkom, četvrtkom i subotom (Hrvatska obrana, 1914). Uskoro se počinje tražiti i rješenje za obuku u srednjim školama čije su se zgrade koristile za vojne potrebe. Tako je odlučeno da će se nastava realne gimnazije i trgovačke akademije održavati u prostorijama kr. kotarskog suda u Gornjem gradu (Hrvatska obrana, 1914), a nastava je počela 23. studenog (Hrvatska obrana, 1914). Nastava u višoj djevojačkoj školi započela je tek 6. prosinca, a s obzirom na to da su u istoj zgradi nastavu imali učenici kr. velike gimnazije, napravljen je poseban raspored (Hrvatska obrana, 1914). U Osijeku su noći postale mračnije. Radi štednje plinske rasvjete, gradske su svjetiljke noću gorjele sat kraće, a i sami su građani pozvani na štednju plina (Narodna obrana, 1914). Crno se Osječanima pisalo i pojavom kolere, pa je ban Skerlecz odredio da se za cijelo vrijeme trajanja rata i opasnosti od kolere za Osijek i Vinkovce uspostavi Bakteriološki laboratorij (Slavonische Presse, 1914).

U opticaj je krajem studenog 1914. godine ušao i zidni ratni kalendar za 1915. godinu, a bio je ukrašen reklamama trgovačkih tvrtki grada Osijeka i nacrtom Hrvatskog narodnog kazališta. Prodavan je u dobrotvorne svrhe, za Crveni Križ, invalidski dom i obitelji poginulih na bojnopolju (Hrvatska obrana, 1914). Posljednji mjesec godine donio je članke s osvrtima na ratnu stvarnost. Tako je *Narodna obrana* 14. prosinca objavila podatak da je do tada Osijekom prošlo 17 115 vojnika, 30 časnika i 300 podčasnika (Hrvatska obrana, 1914).

Zaključak

Na Badnjak 1914. Božićna čestitka na naslovnici *Hrvatske obrane* otpočela je u sumornom tonu: „Nije nam se dosta činilo staviti na čelo ovog članka, kao prijašnjih godina u taj dan, jednostavni naslov ‘Božić’, kada je taj Božić, što nam sutra sviće, onako sasvim drukčiji, nego svi njegovi dojakošnji prethodnici“ (Hrvatska obrana, 1914, 1).

Kraj prve godine Prvog svjetskog rata Osječani su dočekali u otrježnjujućoj realnosti svjetskog, modernog i totalnog ratovanja. Od kolovoza 1914. godine brojni su unovačeni muškarci napustili grad, neki ostavljajući obitelji bez primarnog uzdržavatelja. Školsku je godinu obilježilo odgađanje nastave i improvizirane učionice zbog prenamjene školskih zgrada u vojne svrhe, a od samog početka javilo se divljanje cijena. Pa ipak – u osječkim se novinama moglo pročitati kako su gostionice, kavane, kazališta i kino-dvorane vrlo dobro posjećeni. Odljev mladića i priljev ranjenika i vojnika, problem radne snage i pune kavane, brojne humanitarne akcije i lihvarenje – sve je to činilo stvarnost prve godine totalnog rata popraćenu u tisku, sa svim kontradikcijama društva koje teži održavanju životne stabilnosti. No, jedan se problem održao do kraja 1914. godine, a to je bila konstantna skupoća, pri čemu su lokalne novine bile vokalne pri prozivanju mešetarenja.

Velik broj humanitarnih akcija pokrenutih u prvoj godini rata govori u prilog činjenici da je u gradu postojala želja za doprinosenjem ratnom naporu, te je pozadinska fronta aktivna od početka mobilizacije u Osijeku. Od početne euforije i značajnog humanitarnog angažmana mnogi su kraj 1914. godine dočekali s nestrpljivom nadom u skori završetak čitavog pothvata, ne sluteći da su najteža razdoblja rata tek pred njima.

Bibliografija i izvori

- Agičić, D. (1995). Civil Croatia on the Eve of the First World War (The Echo of the Assassination and Ultimatum). *Povijesni prilozi*, 14, 301-317. URL: <https://hrcak.srce.hr/en/clanak/157964> [pristup: 15. 9. 2022.]
- Balta, I. (2015). Civilni život i aprovizacija u Osijeku i Slavoniji u Prvom svjetskom ratu. U: *Zbornik radova konferencije Učešće dobrovoljaca i uloga civilnog stanovništva u Prvom svjetskom ratu*, Novi Sad: Arhiv Vojvodine. URL: <https://www.arhivvojvodine.org.rs/sr/38-kategorije-cirilica/zbornici-radova> [pristup: 15. 9. 2022.]
- Balta, I. (2001). Zapisi o osječkim vojnim jedinicama u Prvom svjetskom ratu. *Analiti Zavoda za znanstveni i umjetnički rad u Osijeku*, 17, 67-88
- Baumgartner, J. (1981). Newspapers as historical sources. *Philippine Quarterly of Culture and Society*, 9, 256–258. URL: <http://www.jstor.org/stable/29791732>. [pristup: 25. 1. 2022.]
- Božić-Drljača, V. Jelaš, D. (2014) *Život u Osijeku u okolnostima Prvog svjetskog rata: katalog izložbe*. Osijek: Državni arhiv u Osijeku. URL: <https://www.bib.irb.hr/952534> [pristup: 15. 9. 2022.]
- Červenjak, J. Živaković-Kerže, Z. (2014). Modernizacijska kretanja i položaj žena u gradu Osijeku na prijelazu 19. u 20. stoljeće. *Scrinia Slavonica*, 14, 129–141. UR: <https://hrcak.srce.hr/en/130454> [pristup: 15. 9. 2022.]
- Dobrovšak, Lj. Herman Kaurić, V. (2017). Židovke dobrotvorke – uloga ženskih članova židovskih obitelji za vrijeme Prvog svjetskog rata u banskoj Hrvatskoj. *Časopis za suvremenu povijest*, 3, 455-485.
- Grubišić, A. (2004). Osječka građanska garda u Prvom svjetskom ratu. *Osječki zbornik*, 27, 111-119. URL: <https://hrcak.srce.hr/en/163553> [pristup: 15. 9. 2022.]
- Herman Kaurić, V. (2007). *Za naše junake...Rad dobrotvornih humanitarnih društava u gradu Zagrebu 1914. – 1918*. Neobjavljena doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet
- Jurić, M. (2009). Zagreb u Prvome svjetskom ratu: povijesne novine kao izvor za istraživanje socijalne povijesti. *Libellarium*, 2, 121-144. URL: <https://hrcak.srce.hr/67047> [pristup: 15. 9. 2022.]
- Kolar Dimitrijević, M. (1991). Utjecaj Prvog svjetskog rata na kretanje stanovništva i stočarstva na području Hrvatske i Slavonije. *Radovi Zavoda za hrvatsku povijest Filozofskog fakulteta Zagreb*, 24, 41-56.
- Mišković, M. Stojanović, L. (1982). Uloga i značaj organizacije Crvenog križa u Osijeku za vrijeme Prvog svjetskog rata. U: B. Milošević i sur. (ur.) *Zbornik radova Prvog simpozija povijesti zdravstvene kulture Slavonije i Baranje*,

(154-166), Osijek: Znanstveno društvo za povijest zdravstvene kulture zajednice općina

Narodna/Hrvatska obrana, 1914.

Osijek i okolica za svjetskoga rata 1914.-1915.: Ratni almanah. Osijek: Prva hrvatska dionička tiskara, 1915.

Slavonische Presse, 1914.

Vukičević, M. (2014). Aspects of personal freedom during the First world war in Zagreb. *Review of Croatian History*, 10, 97-112. URL: <https://hrcak.srce.hr/en/138635> [pristup: 15. 9. 2022.]

Vukičević, M. (2020). *Zagreb 1914. – 1918. Grad i stanovnici u Velikome ratu*. Zagreb: Despot infinitus

Živaković Kerže, Z. (1999). *S tradicionalnih na nove puteve: trgovina, obrt, industrija i bankarske ustanove grada Osijeka na prijelazu stoljeća od godine 1868. do 1918.* Zagreb: Hrvatski institut za povijest; Slavonski Brod: Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje; Osijek: Društvo za hrvatsku povjesnicu.

Živaković Kerže, Z. (1996). *Urbanizacija i promet grada Osijeka na prijelazu stoljeća (1868. – 1918.)*. Osijek: Društvo za hrvatsku povjesnicu Osijek.

Župan, D. (2009). Dobre kućanice: Obrazovanje djevojaka u Slavoniji tijekom druge polovice 19. stoljeća. *Scrinia Slavonica*, 9, 232-256. URL: <https://hrcak.srce.hr/61607> [pristup: 15. 9. 2022.]

1914 IN OSIJEK IN THE NEWSPAPER NARODNA/ HRVATSKA OBRANA AND SLAVONISCHE PRESSE

Abstract

The paper attempts to show some aspects of life in Osijek in the first year of the First World War as written in the newspapers Narodna obrana (Hrvatska obrana) and Slavonische Presse. Special emphasis in the paper is put on the echo of assassinations and the declaration of war, as well as on the description of some important charity events in the city. From the beginning of the war, newspapers were an important means of information, conveying news about the progress of the war and proclamations and orders that affected city life. During the year, they regularly described the problems caused by the war and presented their own impressions or those sent to them about everyday life in the city. It is evident from everyday life in Osijek that not only mobilized men were put into the service of the war, but also the local population, which indicates that already in its first year, the war required the activation of the home front, which included cultural institutions, school institutions, and numerous residents who put in the effort mostly to help the wounded soldiers and families of mobilized men.

Keywords: 1914; First World War; Osijek

*Dejan Varga*⁴⁴
*Ivan Gašpić*⁴⁵

EPIDEMIJA (NE)ZNAJANJA – OBRAZOVNA POLITIKA DIGITALNOG DOBA

Pregledni rad
<https://doi.org/10.59014/GHEB7420>

Sažetak

Kada je 2018. god. objavljeno hrvatsko izdanje Digitalne demencije Manfreda Spitzera, pozitivne reakcije čitateljske publike uglavnom su bile opravdane jer je riječ o sustavnom prikazu problematičnog utjecaja digitalnih medija na kognitivni i emocionalni razvoj mladog čovjeka. Iako se suština spomenutog istraživanja može svesti na potrebu odmjerene (i odgovorne) uporabe digitalnih sadržaja, paradoksalno je da je hrvatska obrazovna reforma u isto vrijeme ponudila rapidnu digitalizaciju učenja i poučavanja na svim razinama sustava. S naglaskom na značajne promjene u oblicima poučavanja, rad polazi od pretpostavke da takav pristup obrazovanju značajno može doprinijeti pojavi epidemije (ne)znanja pri čemu je vrlo važno racionalno odmjeriti pozitivne i negativne učinke digitalne tehnologije. Uz osvrt na provedena obrazovna istraživanja i proces spomenute reforme, u radu će se analizirati utjecaj digitalizacije na osnovnoškolsko i srednjoškolsko obrazovanje i prikazati različiti aspekti njezine primjene u poučavanju.

Ključne riječi: digitalne kompetencije, digitalne tehnologije, obrazovanje, reformski procesi

44 OŠ Ljudevita Gaja, Osijek, dejan.varga@skole.hr

45 Ugostiteljsko-turistička škola Osijek, ivan.gaspic@skole.hr

Uvod

Republika Hrvatska od vremena stjecanja samostalnosti devedesetih godina 20. st. prolazi kroz mnoge političke, društvene i kulturološke promjene kojima prati globalizacijske trendove ne bi li izgradila ugledno mjesto među liberalnim i demokratskim društvima. S jedne strane riječ je o nastojanjima da se društvo (re)organizira s unutrašnjeg aspekta same države kako bi stvorila uvjete za daljnji napredak, a s druge strane te su promjene rezultat globalnih utjecaja u svim sferama društva – od financija, poslovanja i političkog života do kulturnih djelatnosti i obrazovanja. Potonje se s razlogom ističe kao važan čimbenik društvenog razvoja jer posljednjeg desetljeća svjedočimo usmjerenosti domaće obrazovne politike na uvođenje značajnih promjena u strategijama učenja i poučavanja koje bi trebale doprinijeti ekonomskom napretku, društvenoj stabilnosti i spremnosti za buduće izazove. S tim ciljem Hrvatski sabor donio je 2014. god. *Strategiju obrazovanja, znanosti i tehnologije* kao rezultat prethodnih nastojanja za uređenjem sustava obrazovanja i znanosti⁴⁶ čime je stvoren ključni dokument koji „teži cjelovitom, fleksibilnom i učinkovitom sustavu odgoja i obrazovanja koji povezuje sve razine i vrste obrazovanja i istraživanja u harmoničnu i transparentnu cjelinu temeljenu na zajedničkim pozitivnim vrijednostima, načelima i ciljevima“ (2014). Njezina se učinkovitost temelji na brojnim načelima od kojih se svakako posebno ističe autonomija svih ustanova i djelatnika u području obrazovanja i znanosti, koja je do tada uglavnom bila zastupljena u visokoškolskim i istraživačkim ustanovama, čime se želi osigurati neometan i kreativan pristup u poučavanju u cilju učinkovitog ostvarivanja postavljenih odgojno-obrazovnih ishoda učenja.

Imajući krovni i vizionarski dokument kao pokretač najopsežnije obrazovne reforme, u Republici Hrvatskoj započelo se s mnogim aktivnostima na gotovo svim razinama sustava, uključivanjem različitih institucija, donošenjem konkretnih odluka i regulacijom zakonskih okvira koji se tiču sustava obrazovanja. Prvi konkretniji koraci učinjeni su pokretanjem projekta Cjelovite kurikularne reforme 2015. god. koji je trebao rezultirati

46 U *Strategiji* se navode dokumenti poput *Hrvatska na pragu trećeg tisućljeća* (2000.), *Deklaracija o znanju* (2002.), *Hrvatska temeljena na znanju i primjeni znanja* (2004.), *Obrazovanje za tehnološki ovisno društvo znanja* (2007.), *Hrvatsko školstvo – sadašnje stanje i vizija razvoja* (2008.), *Znanje – temelj konkurentnosti i razvoja* (2011.). Vidjeti više u: *Strategija obrazovanja, znanosti i tehnologije* (2014)

sveobuhvatnom promjenom u području odgoja i obrazovanja – od razvoja „generičkih kompetencija nužnih za život i rad u 21. stoljeću“, povezanosti „odgoja i obrazovanja s potrebama društva i gospodarstva“ do promjene „vrednovanja, ocjenjivanja i izvješćivanja o postignućima učenika u smjeru vrednovanja kao integralnoga dijela procesa učenja“ (Jokić i Ristić Dedić, 2018, 7). Vremenom je projekt Cjelovite kurikularne reforme u medijskom i javnom prostoru postupno zamijenjen programom Škola za život koji zapravo podrazumijeva eksperimentalni program kao dio cjelovite kurikularne reforme, a cilj mu je provjeriti „primjenjivost novih kurikuluma i oblika metoda rada te novih nastavnih sredstava“ (Škola za život, 2022). Primjena toga programa prema zadanom planu započela je u školskoj godini 2018./2019. s naznačenom dinamikom njegove provedbe u narednim školskim godinama gdje bi, naposljetku, u školskoj godini 2022./2023. trebao biti potpuno implementiran u osnovnoškolski i srednjoškolski sustav.

Kada je u jeku spomenute reforme 2018. god. objavljeno hrvatsko izdanje *Digitalne demencije*⁴⁷ njemačkog psihijatra i neuroznanstvenika Manfreda Spitzera, pozitivne reakcije čitateljske publike uglavnom su bile opravdane jer je riječ o sustavnom prikazu problematičnog utjecaja digitalnih medija na kognitivni i emocionalni razvoj mladog čovjeka. Iako se suština spomenutog istraživanja može svesti na potrebu odmjerene (i odgovorne) uporabe digitalnih sadržaja, može se činiti paradoksalno da je spomenuta hrvatska obrazovna reforma u isto vrijeme ponudila rapidnu digitalizaciju učenja i poučavanja na svim razinama sustava. Time smo se približili obrazovnim politikama drugih europskih zemalja koje „već dugo teže tomu da svi građani spoznaju da se digitalna kompetencija kao ključna kompetencija treba razvijati tijekom cijelog života“, a koja se „definira kao pouzdana, kritička i odgovorna primjena digitalnih tehnologija za učenje, rad i sudjelovanje u društvu“ (Digitalno obrazovanje u školama u Europi, 2019, 19.). Upravo je *Strategija za jedan od svojih ciljeva* istaknula da je potrebno proširiti i unaprijediti primjenu informacijske i komunikacijske tehnologije i digitalnih kompetencija radi poboljšavanja uvjeta učenja i poučavanja kao i stjecanja vještina pravilne primjene takve tehnologije pa je implementacijom eksperimentalnih programa započeo taj dugo najavljivani proces koji je među svojim nositeljima (učitelji, nastavnici, učenici)

47 Knjiga je prvi put objavljena 2012. god., no Hrvatska je svoje izdanje dobila 2018. god.

nerijetko ostavlja dojam svojevrsnog predvodnika reforme iako se njezina suština odnosila na uvođenje prije svega kurikularnog poučavanja. Pojavom bolesti izazvane koronavirusom početkom 2020. god. i prelaskom na virtualni oblik poučavanja (*online* nastava ili nastava na daljinu) taj je proces dodatno ubrzan čime su se pojavili oprečni aspekti – s jedne strane cilj je odgojiti i obrazovati generacije koje će moći odgovoriti na izazove suvremenoga doba, koje će biti digitalno kompetentne i kritične, a s druge strane javljaju se određene manjkavosti koje usporavaju taj priželjkivani proces. S naglaskom na značajne promjene u oblicima poučavanja, rad polazi od pretpostavke da takav pristup obrazovanju značajno može doprinijeti pojavi *epidemije (ne)znanja* pri čemu je vrlo važno racionalno odmjeriti pozitivne i negativne učinke digitalne tehnologije u pogledu obrazovnog uspjeha. Uz osvrt na provedena istraživanja i proces spomenute reforme, u radu će se analizirati utjecaj digitalizacije na osnovnoškolsko i srednjoškolsko obrazovanje s osvrtom na različite aspekte njezine primjene u poučavanju.

Digitalizirajmo se i učimo

S gledišta suvremenog čovjeka pojam digitalizacije više ne predstavlja nikakvu novost niti nepoznanicu jer „se rabi u najrazličitijim područjima ljudskoga djelovanja, od profesionalnih primjena, npr. u inženjerstvu, medicini i znanosti, novinskom, knjižnom, glazbenom i filmskom nakladništvu, do amaterskih primjena (...), npr. digitalizacija obiteljskih albuma fotografija“ (Hrvatska enciklopedija, 2021), izrada videomaterijala, različitih digitalnih kolaža i sl., a iz njezine sveobuhvatnosti i primjene u obliku digitalnih tehnologija nerijetko se govori o digitalnome dobu ili digitalnoj eri. Klaus Schwab govori o četvrtoj industrijskoj revoluciji koju „karakterizira stapanje tehnologija koje brišu granice fizičke, digitalne i biološke sfere“ (Schwab, 2016). Tehnologija postaje dio svih društvenih procesa, interaktivno se odnosi prema svakom pojedincu, a budući da zahvaća mnoge sfere društva, evidentno je da proizvodi novi odnos prema znanju i obrazovanju.

Iako je znanje oduvijek dobar preduvjet za uspješnu provedbu istraživanja i/ili prenošenje novih spoznaja, razvojem digitalnih tehnologija omogućena je njegova široka dostupnost, protočnost i međusobna razmjena

što utječe na promjenu paradigme u načinu stjecanja znanja i pronalaženja potrebnih informacija. Riječ je o informacijskim i komunikacijskim tehnologijama koje „mijenjaju način poslovanja, način učenja, mišljenja i međuljudske odnose“ što posljedično dovodi do potrebe da se promijeni uloga obrazovnih institucija koje trebaju postati mjesta za „stvaranje ekonomije znanja, a temeljni ekonomski resursi društva više nisu dosadašnji kapital i rad, već znanje, vještine i sposobnosti pojedinaca koje omogućuju dobrobit društva“ (Integracija digitalne tehnologije u učenje i poučavanje i poslovanje škole, 2018, 7). Posljednjih su godina u mnogim zemljama svijeta donesene strategije za digitalno obrazovanje koje ističu dobrobiti takvog učenja jer „digitalne platforme ili portali svih vrsta pomažu školama, učiteljima, učenicima i drugim dionicima u njihovom obrazovnom procesu“ (...), a pritom su „usmjerene na društvene izazove koji se javljaju tijekom digitalne tranzicije“ (van der Vlies, 2020, 23). Time postaju globalni pokretači inovacija, konkurentnosti i gospodarskog rasta te imaju značajnu ulogu u pogledu tržišta rada jer se za učinkovito i profesionalno obavljanje posla zahtijeva posjedovanje osnovnih i/ili naprednih digitalnih kompetencija kojima se doprinosi napretku i kreiranju novih digitalnih rješenja, a neupitno je i da će većina budućih poslova biti zasnovana na njihovoj primjeni.⁴⁸

Da bismo došli do takve razine primjene digitalne tehnologije, što je i ideja započetih reformskih procesa, potreban je preokret u načinu učenja i pristupu poučavanja u kojem će doći do premještanja težišta uloga obrazovnih aktera – učenik postaje središte procesa učenja i stjecanja vještina, a učitelj organizator, moderator i putokaz koji svojim iskustvom i znanjem usmjerava i pomaže učeniku kako najbolje implementirati svoje kapacitete u svrhu samorazvoja i spremnosti za izazove društva budućnosti. Van der Vlies je istaknuo, osvrćući se na takve procese u državama OECD-a, da se većina zemalja članica još uvijek susreće s problemom osiguravanja informatičke infrastrukture (prije svega dostupnost digitalnih uređaja i internetska veza) čime bi se pospješio i ubrzao proces digitalne tranzicije (van der van der Vlies, 2020).

48 Zajednički istraživački centar Europske unije objavio je 2017. god. *Europski okvir digitalnih kompetencija za obrazovatelje: DigCompEdu* kao referentni okvir koji nudi „strukturiran način kako bolje razumjeti pojam digitalnih kompetencija, procijeniti razinu na kojoj se trenutno nalaze te raditi na daljnjem usavršavanju svojih digitalnih kompetencija“ (Redecker, 2017, 14).

U Republici Hrvatskoj u tom su se pogledu od 2014. god. dogodili značajni pomaci koji su postali dio obrazovne reforme – započet je program Hrvatske akademske i istraživačke mreže CARNet *Cjelovita informatizacija procesa poslovanja škola i nastavnih procesa u svrhu stvaranja digitalno zrelih škola za 21. stoljeće* u cilju jačanja „kapaciteta osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovnog sustava“ i „osposobljavanja učenika za tržište rada, daljnje školovanje i cjeloživotno učenje“, a u sklopu programa pokrenut je pilot-projekt *e-Škole: Uspostava sustava razvoja digitalno zrelih škola* u cilju informatizacije obrazovnih ustanova kako bi se stvorile digitalno zrele škole koje će imati adekvatnu tehničku podršku i educirane djelatnike osposobljene za uporabu informacijskih i komunikacijskih tehnologija u nastavnim i poslovnim procesima u 10 % obrazovnih ustanova Republike Hrvatske (Znanstveno istraživanje učinaka provedbe projekta: *e-Škole: Uspostava sustava razvoja digitalno zrelih škola – pilot-projekt*, 2018). Kako je projekt podijeljen u dvije faze (od 2015. do 2018. i od 2018. do 2022. god.), na temelju prikupljenih iskustava provedbe projekta u 151 školi, započelo se s razvojem strategije i njegovom implementacijom u cijelom sustavu odgoja i obrazovanja. U praktičnom smislu to podrazumijeva opremanje škola informatičkom opremom (prijenosna računala za učitelje, tableti za učenike, pametne ploče, hibridna računala), nadogradnju mreže škole da bi se povećao kapacitet prihvata podataka, omogućavanja e-usluga za nastavne i poslovne procese, izrada digitalnih obrazovnih sadržaja i scenarija poučavanja, organizacija tečajeva, radionica i webinara za djelatnike škola kojima bi se unaprijedile njihove kompetencije za primjenu digitalnih tehnologija u odgoju i obrazovanju i dr. Provedba tog višegodišnjeg projekta omogućila je i da se 2020. god. izradi *Strateški okvir za digitalno sazrijevanje škola i školskog sustava u Republici Hrvatskoj (2030)* kojim bi se „usmjerile politike, aktivnosti i projekti u području primjene tehnologije u školama i školskom sustavu do 2030. god., te osigurala dugoročna održivost početnih investicija, kao i prepoznao rad i uloga nastavnika, ravnatelja i djelatnika agencija u složenim procesima integracije IKT-a u školski sustav“ (Strateški okvir za digitalno sazrijevanje škola i školskog sustava u Republici Hrvatskoj (2030), 2020). Drugim riječima, namjera je sustavno održavati i unaprijediti razinu digitalne zrelosti škola te stvoriti inovativno i poticajno okruženje u kojem će učenici biti motivirani, samostalni, kritički usmjereni i digitalno kompetentni kako bi doprinijeli razvoju društva u cjelini.

Dakako, da bi se u tome uspjelo, tehnička podrška i informatička infrastruktura poslužiti će kao sredstvo za postizanje odgojno-obrazovnih ishoda kojim će se težiti da učenici postanu odgovorni i inovativni građani, a već prvi koraci za postizanje toga cilja odnose se na uvođenje predmeta Informatike kao obveznog u školskoj godini 2018./2019., i to za peti i šesti razrede osnovne škole, a od školske godine 2020./2021. god. ponuđen je i kao izborni predmet učenicima od prvog do četvrtog razreda osnovne škole. Time se prekinulo s dosadašnjom praksom da se Informatika poučava kao izborni predmet tek od petoga razreda osnovne škole što je rezultiralo većim brojem učenika kojima će od najranije školske dobi biti omogućeno stjecanje osnova informatičke pismenosti i digitalnih kompetencija. Takav je model u suštini adekvatan mehanizam za ostvarivanje onoga što je predviđeno *Strategijom* i predmetnim kurikulumom, međutim u praksi dolazi do niza poteškoća koji usporavaju predviđeni proces. Primjerice, još uvijek se nailazi na problem osiguravanja stručnog kadra koji će uspješno izvoditi nastavu Informatike jer je naglo došlo do porasta broja sati kojima se trebaju zadužiti učitelji i nastavnici, obrazovne vlasti usporenim tempom odobravaju nova zapošljavanja pa je postojeći kadar nerijetko zadužen prekovremenim satima, a nije neuobičajeno da stručni kadar usmjeri svoj izbor zaposlenja u sektoru informatičkih tehnologija koji osigurava bolju egzistenciju. Da bi se ispunili predloženi strateški planovi, potrebno je efikasno povezati sustav visokog obrazovanja s potrebama tržišta rada i osigurati primjerene materijalne uvjete koji će privući veći broj stručnjaka. Drugi problem javlja se u pogledu kombiniranog određenja nastave Informatike kao izborno-obvezne jer izbornost do 5. razreda omogućuje da određeni broj učenika ne bude uključen u izvođenje nastave, no dolaskom u 5. razred ona postaje obvezna pa je neupitno da dolazi do pojave neujednačenih vještina i kompetencija učenika što posljedično utječe na organizaciju rada i praćenje nastave. Uvođenje obvezne nastave od početka školovanja do određenoga razreda podrazumijevao bi jednake uvjete poučavanja Informatike za sve učenike, ali tako da predmetni kurikulum obuhvati stjecanje osnovnih vještina koje će se kasnije moći nadograditi izbornim programom, ovisno o sklonostima i zanimanju učenika.

Drugi značajan pomak u približavanju digitalizacije učenicima bilo je donošenje kurikuluma međupredmetne teme Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije za osnovne i srednje škole kojim se nastoji obuhvatiti „učinkovito, primjereno, pravodobno, odgovorno i stvaralačko

služenje informacijskom i komunikacijskom tehnologijom u svim predmetima, područjima i na svim razinama obrazovanja“ (Kurikulum međupredmetne teme *Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije* za osnovne i srednje škole, 2019, 5). Riječ je o modelu primjene takve tehnologije u svim nastavnim predmetima i školskim aktivnostima kojim se želi unaprijediti poučavanje i omogućiti različita iskustva učenja. Pritom valja naglasiti da njezina implementacija u obrazovni sustav treba poslužiti kao sredstvo kojim učitelji i nastavnici obogaćuju i dopunjavaju tradicionalne metode rada, stvaraju dinamično ozračje nastavnoga procesa i provode različite oblike vrednovanja učenika. U skladu s tim namjera je da učenici stječu vještine učinkovite primjene digitalne tehnologije u učenju u svakodnevnom životu, da razvijaju svoju kreativnost, inovativnost i istraživački duh kojima bi dopunili i nadogradili postojeća znanja i spoznaje te ih se potiče na proizvodnju vlastitih digitalnih sadržaja koji će funkcionalno biti primjenjivi u procesu učenja. S jedne strane nastavni je proces postao platforma za širok spektar različitih metoda kojima se nastoje ostvariti predviđeni odgojno-obrazovni ishodi učenja i poučavanja, a s druge strane javljaju se određene poteškoće koje nadilaze organizacijske i tehničke uvjete i tiču se sociološkog i psihološkog aspekta o čemu više slijedi u nastavku.

Naposljedku, ta sveobuhvatna informatizacija i digitalizacija obrazovnog sustava jedan je od vodećih projekata unutar reformskih procesa Republike Hrvatske koja se zasniva na političkome cilju Europske unije da se u državama članicama podupiru programi prilagođavanja sfere obrazovanja digitalnom dobu. S tom je namjerom uspostavljen novi *Akcijski plan za digitalno obrazovanje (2021. – 2027.)* koji se usmjerava na dva prioritetna područja – poticanje razvoja digitalnih tehnologija da bi se poboljšalo obrazovanje i osposobljavanje te razvoj digitalnih vještina i kompetencija za digitalno doba. Njegova provedba zahtijeva strukturne promjene, uključujući „infrastrukturu, strategiju i rukovodstvo, nastavničke kompetencije, učeničke kompetencije, sadržaj, kurikulum, procjenu i nacionalne pravne okvire“ (2020, 2) na čemu su u Republici Hrvatskoj učinjeni određeni pomaci, no pojava izvanrednih situacija poput pandemije COVID-19 ili političkih kriza i previranja koja zahvaćaju društvo u cjelini neprestano upućuju na nužnost provedbe permanentne digitalne transformacije radi smanjenja pojave potencijalnih problema koji mogu utjecati na neometano funkcioniranje određene društvene djelatnosti.

Društvo napretka ili propasti?

Prethodno je poglavlje istaknulo ključne pomake u obrazovnom sustavu Republike Hrvatske kojima se nastoje stvoriti preduvjeti za stvaranje digitalno zrelog društva budućnosti. Taj je proces posljednjih godina značajno ubrzan i sveobuhvatan pa se sve češće govori o stvaranju informacijske i komunikacijske kulture, tzv. IKT kulture koja se ne odnosi isključivo na uporabu informacijskih i komunikacijskih tehnologija, već i „na novi svjetonazor i način života“ (...) „koji uključuje efikasno korištenje mogućnosti te tehnologije ali i kritički odnos spram nje kao i zaštitu od njenih negativnih utjecaja“ (Krelja Kurelović, 2007, 28). Drugim riječima, njezina je primjena izražena na svim razinama obrazovnog sustava, počevši od načina komunikacije u digitalnome okruženju svih njegovih dionika (učenici, učitelji/nastavnici, roditelji), administrativnih i tehničkih djelatnosti kroz digitalne usluge, poučavanja i stjecanja znanja i vještina, edukacija i stručnih usavršavanja do upravljanja obrazovnom ustanovom i integracije digitalnih tehnologija u njezino poslovanje.⁴⁹

Takav je pristup posljedično obuhvatio i neposredan rad s učenicima gdje je uporaba digitalnih tehnologija reformskim pristupom poučavanju postala neizostavni element nastavnog procesa. Nudi se mnoštvo digitalnih alata, scenarija poučavanja, digitalnih obrazovnih sadržaja, zvučnih materijala i videozapisa, digitalnih udžbenika i sličnih materijala s pretpostavkom da digitalna tehnologija tako „omogućuje individualizaciju rada, situacijsko učenje, učenje istraživanjem, učenje rješavanjem problema, suradničko učenje, učenje igrom, projektno učenje i učenje usmjereno prema djelovanju“ (Matijević i Topolovčan, 2017, 60) što svakako utječe na unaprjeđenje razine djelatnosti učenja jer nastavni sadržaji postaju vizualno dojmljivi, lako dostupni i doprinose njihovoj zornijoj predodžbi, a istovremeno se učenicima nude mnoga kreativna rješenja za svladavanje različitih tehnika učenja što doprinosi njihovoj digitalnoj pismenosti. Slično tvrdi i Mezak ističući da „digitalna tehnologija može pomoći pri razumijevanju pojava u prirodi kako bi se dijete pomoću različitih simulacija,

49 Tijekom 2019. god. dovršen je opsežan pregled *Digitalno obrazovanje u školama u Europi* iz kojeg je vidljivo da Hrvatska, u odnosu na analizirana 43 obrazovna sustava, pripada skupini zemalja koje aktivno provode politiku razvoja digitalnih kompetencija učenika i učitelja/nastavnika, ulažu napore u stvaranje odgovarajuće infrastrukture i posjeduju strategije obrazovanja koje podržavaju digitalnu transformaciju škola.

igara i sličnih aplikacija upoznao s promjenama i pojavama u prirodi te ih moglo prepoznati, razumjeti i bilježiti u stvarnom kontaktu s prirodom“ (Mezak, 2020). Takav učinak digitalne tehnologije u velikoj mjeri ovisi o učiteljima i nastavnicima koji će osmisliti digitalne didaktičke materijale i procijeniti efikasnost njihove primjene za postizanje odgojno-obrazovnih ishoda.

Dok obrazovna politika usmjerava svoje resurse na postizanje sve većeg broja digitalno zrelih škola, a pozitivne strane digitalnih tehnologija prevladavaju u nastojanjima da postanu neizbježan element obrazovanja, u okviru razvoja spomenute IKT kulture, valja govoriti i o mogućim negativnim učincima digitalnih sadržaja, posebice na obrazovni uspjeh. O tome je dostupan velik broj istraživanja i radova stručnjaka različitog profila (Dodig Hundrić, Ricijaš, Vlček, 2018; Ružić-Baf, Strnak, Debeljuh, 2016; Bilić, Gjukić, Kirinić, 2010) koji su prvenstveno govorili o negativnom utjecaju medijskih sadržaja poput videoigrice ili interneta na mentalni i fizički razvoj djece i mladih (primjerice, pojava ovisnosti, pretilosti i nasilnog ponašanja) te pritom došli do zabrinjavajućih zaključaka i rezultata koji podjednako zahtijevaju pozornost znanstvene i stručne zajednice, ali i šire javnosti. Međutim, unatoč tome, digitalni i medijski sadržaji već duže vrijeme izlaze iz sfere privatnog korištenja i proširuju prostor svojeg utjecaja postajući dijelom obrazovnog procesa što za generacije školske dobi predstavlja svojevrsni fenomen čiji će se utjecaji tek trebati istražiti i dokazati. Kotrla Topić analizira odnos uporabe digitalne tehnologije na kognitivni i socio-emocionalni razvoj djece i mladih dajući pritom pregled dosadašnjih istraživanja i smjernice za ona buduća, a ističe da je po pitanju te problematike nužno „pronaći načine da se pozitivni utjecaj upotrebe digitalne tehnologije maksimalizira, a negativni ublaži, kako bi takva iskustva obogaćivala, a ne kočila razvoj djece i mladih“ (Kotrla Topić, 2015, 248). Europski je parlament u svojem izvješću o obrazovanju u digitalnom dobu 2018. god., iako ističući da je potrebno „povećati osnovne i napredne digitalne vještine učenika“ i istovremeno „nastaviti njegovati tradicionalna i humanistička znanja i sposobnosti“, pozvao na ulaganje napora u interdisciplinarno istraživanje koji će procijeniti učinak digitalnih tehnologija na obrazovanje kako bi se otkrio utjecaj digitalnog okruženja na umove djece i odraslih (2018). Iako su digitalne tehnologije u obrazovanju opravdane tek ako ih se smisleno i učinkovito uporabi da bi se postojeći obrazovni sadržaji nadogradili, uspješnije rastumačili ili

objasnili, ne možemo izbjeći pitanje o tome koliko će takav pristup individualno doprinijeti obrazovnom uspjehu pojedinca, odnosno hoćemo li se kao društvo suočiti s posljedicama sveprisutne digitalizacije koja je zamijenila neke osnovne ljudske navike i ponašanja.

Objavivši 2012. god. knjigu *Digitalna demencija – kako mi i naša djeca silazimo s uma* njemački psihijatar, psiholog i neuroznanstvenik Manfred Spitzer dotaknuo se aktualne teme utjecaja digitalnih sadržaja na neurološki, psihološki, fizički i sociološki aspekt pojedinca, posebice djece školske dobi i mladih. Riječ je o djelu koje sustavno i temeljito obrazlaže znanstvene činjenice koje potkrepljuju tvrdnje da informatičke i komunikacijske tehnologije i digitalni mediji negativno utječu na razvoj djeteta, njegov školski uspjeh i kognitivne procese, a koje autor argumentira i tumači ne bježeći pritom od činjenice da su digitalni mediji potrebni u svakodnevnome životu. Već su u svojem istraživanju o utjecaju videoigara na djecu i adolescente Bilić i sur. (2010) naglasili moguće negativne aspekte od kojih posebno ističu da, „za razliku od ostalih igara, primjerice sportskih, za koje je uz jačanje tijela karakteristično i jačanje timskoga duha, zajedničkog učenja, dijeljenja pobjeda i poraza, računalne igre karakterizira nefizička aktivnost, osamljenost pa je i uspjeh često osamljenički“ (Bilić i sur., 2010, 202). Prethodno je slično istaknuo i Livazović (2009) govoreći da pojedini negativni medijski sadržaji proizvode određene učinke: „učenje nepoželjnih oblika ponašanja i stavova, neosjetljivost ili umanjena osjetljivost na nasilje i nepoželjne oblike ponašanja te strah od okoline i postajanja žrtvom nasilja“ (Livazović, 2009, 109). U analizi uvođenja suvremenih tehnologija u učenje i poučavanje Kolić-Vehovec i sur. (2020) ističu još jednu otegotnu okolnost, a riječ je o tome da se vještine stečene uporabom digitalnih tehnologija daleko manje ili nikako vrednuju pri polaganju završnih ispita, a prednost ima „sadržaj stečen putem tradicionalnih metoda učenja“ (Kolić-Vehovec i sur., 2020, 21) pa se time otvara pitanje može li njihova prekomjerna uporaba u obrazovne svrhe doprinijeti deficitu znanja i posljedično lošem uspjehu na kraju obrazovanja pojedinca. Spomenuta nekolicina istraživanja analizira utjecaj digitalnih tehnologija iz različitih aspekata, ali u jednakoj mjeri ističu nužnost edukacije učitelja, roditelja i djece za njihovo učinkovito korištenje, umjerenost u uporabi kao i potrebno stjecanje osnova medijske pismenosti.

Prijevod Spitzerove knjige na hrvatski jezik došao je u trenutku kada obrazovni sustav ulazi u proces značajnih promjena o kojima je potonje bilo

riječi, a koje su u velikoj mjeri u suprotnosti s onim što je i Spitzer istaknuo kao ključni problem. Uporaba digitalnih tehnologija i „sredstava za sprečavanje učenja“, kako ih naziva, pogrešan su način kojim se želi unaprijediti obrazovanje i omogućiti mladim ljudima učenje za budućnost jer se postiže upravo suprotan učinak. Svoje tvrdnje ilustrira sljedećim primjerom:

„Ako na *smartboardu* (pametna ploča) osjetljivom na dodir neku riječ rukom povučem s točke A na točku B (dakle premjestim je samo na drugo mjesto na zaslonu), onda je to vjerojatno ono najpovršnije što se s nekom riječju može učiniti – još površniji, jer bi bio povezan s još manje kretanja, bio bi još samo *copy* i *paste* klikom na miš. Pročitati riječ ili je čak prepisati, kako bih se pritom njome misaono bavio (a da pritom ne kliknem niti na jedno polje), bili bi duboki načini obrade, što ih elektronski mediji remete ili čak u potpunosti onemogućuju“ (Spitzer, 2018, 67).

Uistinu, ne može se osporiti činjenica da je uvođenjem digitalnih tehnologija suvremena nastava „obogaćena“ raznolikim nastavnim sredstvima među kojima svakako postoje ona čija je funkcionalnost u ostvarivanju odgojno-obrazovnih ishoda upitna. Ako se učenicima nude u digitalnom alatu zadatci povezivanja, dopunjavanja ili označavanja točnog odgovora poput gore opisanoga, s pravom se može raspraviti koliki je kognitivni i intelektualni angažman potreban da bi ih se uspješno riješilo. O tome govori i Kotrla Topić napominjući da je u istraživanju učinaka digitalne tehnologije važno obuhvatiti različite aspekte kognitivnog razvoja djece počevši od toga „kako digitalna tehnologija utječe na razvoj mišljenja, razvoj jezičnih sposobnosti, usvajanje znanja, akademski uspjeh“ do socio-emocionalnog razvoja koji utječe na „sposobnosti i vještine prepoznavanja vlastitih emocija, kontrole vlastitih emocija, vještine sklapanja i održavanja prijateljstva, komunikacijske vještine“ i sl. (Kotrla Topić, 2015, 248). Pretpostavimo li da prosječan učenik boravi u školi dnevno od četiri do šest školskih sati tijekom pet radnih dana, da učitelji/nastavnici primjenjuju stečene digitalne kompetencije i služe se dostupnim digitalnim sadržajima kojima žele učiniti svoju nastavu zanimljivom i pristupačnom za svakog učenika, velika je vjerojatnost da digitalne tehnologije obuhvaćaju značajan postotak zastupljenosti u njegovu obrazovanju, a to podrazumijeva, uz uporabu tehnologija u slobodno vrijeme, i veliku izloženost takvim sadržajima. Gary W. Small i suradnici (2020) analizirali su povezanost razvoja mozga i uporabu medijskih sadržaja te istaknuli da je među učenicima u dobi od

8 do 12 godina „više vremena za ekranima, a manje čitanja povezano sa smanjenom povezanosti područja mozga zaduženih za prepoznavanje značenja riječi kao i smanjenog funkcioniranja centara za jezik i kognitivnog područja. Takve su veze važne za čitanje s razumijevanjem i upućuju na negativan utjecaj medija na razvoj mozga“ (Small i sur., 2020, 181). Riječ je o djeci osnovnoškolske dobi, a rezultati takvog istraživanja dovoljno upozoravaju da bi pretjerana uporaba medija i digitalnih sadržaja i u obrazovne svrhe (uz njihovo korištenje u slobodno vrijeme) posljedično mogla dovesti do sličnih ili većih problema u kognitivnom razvoju mladih ljudi.

Tijekom 2022. god. provodi se osmi ciklus Međunarodnog programa za ispitivanje znanja i vještina učenika (PISA istraživanje)⁵⁰ koje u fokus istraživanja stavlja čitalačku, prirodoslovnu i matematičku pismenost, a dodatno će se ispitivati i sposobnost učenika za kreativno mišljenje. Iako će rezultati tek uslijediti i pritom dati jasniju predodžbu o kompetencijama učenika u području spomenutih pismenosti u odnosu na učenike drugih zemalja, prethodni ciklus istraživanja iz 2018. god. pokazao je da je Hrvatska postigla ispodprosječni rezultat, a da u „razdoblju od dvanaest godina (PISA 2006-PISA 2018) (...) nije uočen značajan pozitivan ili negativan trend u postignućima hrvatskih učenika u čitalačkoj pismenosti“ (Markočić Dekanić i sur., 2019, 11). Petina ispitanih učenika doprinijela je negativnom trendu jer su rezultati pokazali da ne posjeduju osnovne vještine u području čitalačke pismenosti, a ispodprosječni rezultati pojavili su se u podskalama čitalačkih kognitivnih procesa (pronalaženje informacija, razumijevanje, vrednovanje i promišljanje) i tekstualnih izvora (Markočić Dekanić i sur., 2019). Pridodaju li se tome rezultati istraživanja poznavanja i uporabe informacijske i komunikacijske tehnologije te njihov odnos s obrazovnim postignućima, kao značajno se može istaknuti da „učenici postižu bolje rezultate kada su im rjeđe dostupni digitalni uređaji kod kuće (...) i u školi, te kada češće koriste digitalne uređaje za zabavu u svoje slobodno vrijeme“, a oni koji su procijenili da su vještiji u upora-

50 „PISA je skraćenica od *Programme for International Student Assessment*, odnosno Programa za međunarodno ispitivanje znanja i vještina učenika, najvećeg obrazovnog istraživanja na svijetu koje je 2000. godine pokrenula Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD) kao odgovor na sve veću potrebu za međunarodno komparativnim podacima o postignućima učenika. PISA istraživanja provode se u trogodišnjim ciklusima kako bi se ispitalo do kojeg stupnja su petnaestogodišnji učenici diljem svijeta, koji se bliže kraju obveznog školovanja u većini zemalja sudionica, stekli ključna znanja i vještine neophodne za potpuno sudjelovanje u društvenom i gospodarskom aspektu života“ (Markočić Dekanić i sur., 2019, 18).

bi digitalnih uređaja postižu i bolje rezultate (Markočić Dekanić i sur., 2019, 207). Okolnosti koje su nastupile nakon provedbe tog istraživanja (informatičko opremanje škola, obrazovni reformski procesi, pandemija COVID-19) zasigurno će utjecati na buduće rezultate istraživanja odnosa obrazovnih postignuća i uporabe digitalne tehnologije. Iz svega proizlazi da je više od jednog desetljeća primjetna stagnacija u stjecanju znanja i vještina u području čitalačkih kompetencija s naznakama negativnog trenda u određenim segmentima ispitivanja pa je svakako indikativno da se u tome području trebaju učiniti adekvatni pomaci. Objavom rezultata (uz ispodprosječne rezultate i u drugim pismenostima) za čitanje se iznova govori kao o temeljnoj strategiji učenja i postizanja boljih obrazovnih rezultata, ali i kompetenciji potrebnoj za aktivno sudjelovanje u društvu. Vlada Republike Hrvatske proglasila je 2021. god. Godinom čitanja kao mjeru kojom se realizira Akcijski plan Nacionalne strategije poticanja čitanja, a sve u cilju „uspostavljanja učinkovitog društvenog okvira za podršku čitanju, razvoj čitalačke pismenosti i poticanje čitatelja na aktivno i kritičko čitanje, povećanje dostupnosti knjiga i drugih čitalačkih materijala“ (2017).

Vratimo li se na uporabu digitalnih tehnologija u školama i njihov utjecaj samo na jednu vještinu poput čitanja, diskutabilna je činjenica da se akcijskim planovima želi unaprijediti čitateljske navike dok se istovremeno škole opremaju tablet uređajima koji će biti dostupni velikom broju učenika.⁵¹ Iako je njihova svrha funkcionalno korištenje za učenje tijekom (i nakon) nastave, za pretraživanje informacija i stvaranje vlastitih digitalnih sadržaja, Spitzer u tome vidi velik problem zbog specifičnog karaktera digitalnih medija koji nas navode „da zanemarujemo potrebu za pohranjivanjem jer ionako sve možemo (ponovno) pronaći na mreži“ (Spitzer, 2018, 103). To posljedično utječe na razvoj vještine čitanja, na razumijevanje pročitano, na stjecanje dugoročnog stručnog znanja, dolazi do smanjenja mogućnosti samostalne mentalne aktivnosti i uporabu pamćenja, a zapravo je neophodno težiti stvaranju osnovnih znanja i vještina jer „postojeće predznanje funkcionira kao filter, koji čovjeku omogućuje da od pedeset ili stotina

51 Spitzer komentira obrazovnu politiku drugih zemalja: „pametni telefoni zabranjeni su u školama u Francuskoj. I u Bavarskoj, ali Bavarci stalno razmatraju ‘ublažavanje’ te zabrane, dok su je Francuzi tek sada počeli strogo provoditi. (...) U Australiji je nakon pada na PISA-inoj ljestvici u opremanje škola prijenosnim računalima 2008. godine uloženo oko 2,4 milijarde dolara. Od 2016. godine povlače se iz škola. Učenici su na njima radili sve osim učili“ (Spitzer, 2021, 111).

tisuća pogodaka pretraživača isfiltrira najvažnije“ (Spitzer, 2018, 202). Carr ističe da dolazi do transformacije u načinu razmišljanja – „miran, usredotočen, neometan, linearni um ustupa mjesto novoj vrsti uma koji želi srkati i izbacivati informacije u kratkim, isprekidanim, često i prepletenim naletima – što brže, to bolje“ (Carr, 2011, 23). Drugim riječima, pristupom digitalnim uređajima omogućena je brza dostupnost informacija i lakše stjecanje znanja čime se sugerira postizanje boljih obrazovnih postignuća, a taj se efekt ne može postići bez prethodno stečenog stručnog znanja, sposobnosti pamćenja sadržaja i procjene vrijednosti izvora. Ako je čitanje temeljna jezična djelatnost čije je ovladavanje preduvjet za postizanje boljeg obrazovnog uspjeha, tada ne treba zanemariti njezinu dobrobit za koju se znalo i prije uporabe digitalnih uređaja i sadržaja. Problem nastaje ako se karakter digitalnih sadržaja (površnost, nekonzistentnost, fluidnost, promjenjivost, raspršenost sadržaja) prenese na navike čitanja tiskanih tekstova namijenjenih učenju jer se time gubi granica percepcije onoga što služi zabavi i igri od onoga što ima obrazovni potencijal, a nerazmjer dostupne količine digitalnih sadržaja i informacija i utrošenog vremena na procesuiranje pročitanoj posljedično utječu i na koncentraciju. Iz toga proizlazi zaključak da digitalne tehnologije itekako treba odmjereno i svrhovito upotrebljavati jer učenje i stjecanje znanja ne mogu se odvijati površnim čitanjem i prelijetanjem materijala, već „aktivnim sučeljavanjem, mentalnim okretanjem i obrtanjem, neprestanim ponovnim miješanjem, dovodenjem u pitanje, analiziranjem i ponovnim sistematiziranjem sadržaja“ (Spitzer, 2018, 204). Učitelji i obrazovna politika u tome imaju presudnu ulogu jer stavljaju pred učenike i mlade ljude širok spektar znanja i vještina, razvijaju kritičko mišljenje i sposobnosti rješavanja problema, a u novije vrijeme pomažu im oblikovati vlastitu digitalnu pismenost i unaprjeđuju pristupe u načinu primjene digitalne tehnologije u nastavi. Važno je zadržati pravilan omjer neposrednog pristupa i uporabe digitalnih tehnologija kako bi rezultati obrazovnog procesa u najmanju ruku zadovoljili osnovnu razinu usvojenosti odgojno-obrazovnih ishoda.

Zaključak

Naslovna sintagma *epidemija (ne)znanja* sugestivno upućuje na pitanje čine li nas dostupnost informacija i vještina uporabe digitalnih tehnologija intelektualno bogatijima i spremnima za suočavanje s izazovima društva

i globalnih promjena ili nas, pak, osiromašuju znanjem i utječu na našu sposobnost razlučivanja važnoga od nevažnoga. U radu smo prikazali na koji je način obrazovna politika Republike Hrvatske uskladila svoju temeljnu funkciju razvoja djelatnosti obrazovanja u vrijeme digitalnog doba s osvrtnom na određene probleme koji prate proces unaprjeđenja. Proces digitalizacije obrazovnih ustanova paralelno je pratio reformske procese, a sve u cilju promjene paradigme učenja i poučavanja sadašnjih i budućih generacija učenika. Iako se o digitalnim tehnologijama i njezinoj funkcionalnosti u obrazovanju govori s različitih gledišta, željeli smo potaknuti na razmišljanje o tome koliko njezina primjena može doprinijeti pozitivnim i negativnim rezultatima učenja.

Više nije revolucionarno istaknuti da uporaba elektroničkih uređaja i digitalnih sadržaja uzrokuju zdravstvene probleme, motoričke i kognitivne poteškoće, teškoće u komunikaciji (jezično-govorne teškoće), probleme s koncentracijom ili pak pojavu ovisnosti jer o tome postoje mnoga znanstvena istraživanja stručnjaka različitih profila. Rezultati istraživanja otvaraju mnoga pitanja o tome kako izbjeći takve posljedice, stoga je važno kako ćemo se postaviti prema navedenim problemima i osmisliti strategije njihova rješavanja ili barem umanjavanja štete koju uzrokuju. U tome su obrazovne institucije ključni čimbenici jer imaju mogućnost učenicima pružiti uvid u različite spoznaje i proširiti njihova znanja i vještine koje će im pomoći da se adekvatno odupiru svim preprekama i zamkama na koje mogu naići tijekom svojeg odrastanja i obrazovanja. Dakako, da bi se u tome uspjelo, potreban je visok stupanj motiviranosti učitelja/nastavnika za cjeloživotno obrazovanje i permanentno ovladavanje novim tehnološkim inovacijama, ali i učenika koji će uz odmjerenu i funkcionalnu uporabu digitalnih tehnologija kao nadopunu postojećih nastavnih pristupa zasigurno pronaći kreativna i učinkovita rješenja. Vjerujemo da informacijske i komunikacijske tehnologije mogu pružiti različite mogućnosti odgojno-obrazovnog rada koji će današnjim učenicima nepoznate i nerazumljive sadržaje učiniti pristupačnijim i zanimljivijim te da poučavanje temeljeno na neposrednoj komunikaciji učitelja/nastavnika i učenika uz povremenu uporabu digitalnih tehnologija može doprinijeti kvaliteti same nastave, ali jednako tako potrebno je učiniti dodatne pomake u znanstvenim istraživanjima koja će dati odgovore na to koliko su obrazovni uspjesi povezani s primjenom inovativnih pristupa temeljenih na

digitalnim tehnologijama, odnosno utječe li njihova uporaba na pozitivne ili negativne ishode učenja i poučavanja.

Literatura

- Bilić, V., Gjukić, D., Kirinić, G. (2010). Mogući učinci igranja računalnih igrica i videoigara na djecu i adolescente. *Napredak*, 151/2., 195-213.
- Carr, N. (2011). *Plitko – što Internet čini našem mozgu*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
- Čitajmo da ne ostanemo bez riječi! Nacionalna strategija poticanja čitanja 2017 – 2022.* (2017). URL: https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Nacionalna%20strategija%20poticanja%20%C4%8Ditanja_tekst.pdf [pristup: 16. 3. 2022.]
- Digital education. Action plan (2021 – 2027).* (2020). URL: https://education.ec.europa.eu/sites/default/files/document-library-docs/deap-communication-sept2020_en.pdf [pristup: 9. 3. 2022.]
- Europska komisija / EACEA / Eurydice. (2019). *Digitalno obrazovanje u školama u Europi*. Izvješće Eurydicea. Luxembourg: Ured za publikacije Europske unije. URL: https://www.eurydice.hr/cms_files/publications/hr-digital-education-at-school-in-europe-final.pdf [pristup: 7. 3. 2022.]
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje.* (2021). URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=68025> [pristup: 6. 3. 2022.]
- Integracija digitalne tehnologije u učenje i poučavanje i poslovanje škole.* (2018). URL: https://pilot.e-skole.hr/wp-content/uploads/2018/04/Prirucnik_Integracija-digitalne-tehnologije-u-ucenje-i-poucavanje-i-poslovanje-skole.pdf [pristup: 6. 3. 2022.]
- Izvješće o obrazovanju u digitalnom dobu: izazovi, prilike i pouke za osmišljavanje politika EU-a* (2018). URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2018-0400_HR.pdf
- Jokić, B. i Ristić Dedić, Z. (2018). *Metodološki priručnik za izradu kurikuluma*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
- Kolić-Vehovec, S., Vuković, A., Mehić, N. (2020). Uvođenje suvremenih tehnologija u učenje i poučavanje. U: Kolić-Vehovec, S. (ur.), *Uvođenje suvremenih tehnologija u učenje i poučavanje: Istraživanje učinaka pilot-projekta e-Škole* (str. 3-35). Rijeka: Filozofski fakultet
- Kotrla Topić, M. (2015). Digitalizacija suvremenog života i njezin utjecaj na neke aspekte socio-emocionalnog razvoja djece i mladih. U: Pavić, Ž. ; Žužul, I. ; Živić, T. i dr. (ur.), *Znanstvene, kulturne, obrazovne i umjetničke politike*

- *europski realiteti* (str. 236-253). Osijek: Odjel za kulturologiju Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku.
- Krelja Kurelović, E. (2007). Informacijsko – komunikacijska kultura nastavnika. U: Čičin-Šain, M ; Turčić Prstačić, I ; Sluganović, I. (ur.), *Proceedings of the 30th International Convention Computers in Education* (str. 27-31). Rijeka: MIPRO.
- Kurikulum međupredmetne teme Uporaba informacijske i komunikacijske tehnologije za osnovne i srednje škole. (2019). Zagreb: Ministarstvo znanosti i obrazovanja
- Livazović, G. (2009). Teorijsko-metodološke značajke utjecaja medija na adolescente. U: *Život i škola*, 21 (1/2009), 108-115.
- Markočić Dekanić, A., Gregurović, M., Batur, M., Fulgosi, S. (2019). *PISA 2018: Rezultati, odrednice i implikacije*. Zagreb: Nacionalni centar za vanjsko vrednovanje.
- Matijević, M. i Topolovčan, T. (2017). *Multimedijska didaktika*. Zagreb: Školska knjiga.
- Mezak, J. (2020). *Digitalna tehnologija u procesima učenja i poučavanja te u razvoju prirodoznanstvene pismenosti*. URL: <https://providit.uniri.hr/pozvana-predavanja/> [pristup: 6. 3. 2022.]
- Redecker, C. (2017). *Europski okvir digitalnih kompetencija za obrazovatelje: DigCompEdu*. Brussels: Zajednički istraživački centar Europske komisije.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond*. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond/> [pristup: 10. 3. 2022.]
- Small, G. W., Lee, J., Kaufman, A., Jalil, J., Siddarth, P., Gaddipati, H., Moody, T. D., Bookheimer, S. Y. (2020). Brain health consequences of digital technology use. U: *Dialogues in Clinical Neuroscience*, sv. 22 (2), 179-187.
- Spitzer, M. (2018). *Digitalna demencija*. Zagreb: Ljevak.
- Spitzer, M. (2021). *Epidemija pametnih telefona – prijjetnja zdravlju, obrazovanju i društvu*. Zagreb: Ljevak
- Strategija obrazovanja, znanosti i tehnologije*, Narodne novine, br. 124/2014
- Strateški okvir za digitalno sazrijevanje škola i školskog sustava u Republici Hrvatskoj (2030)* (2020). URL: <https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/PristupInformacijama/Strateski-digitalno2030/Strateski%20okvir%20za%20digitalno%20sazrijevanje%20škola%20i%20školskog%20sustava%20u%20Republici%20Hrvatskoj%20-%202030.pdf> [pristup: 7. 3. 2022.]
- Škola za život, URL: <https://skolazazivot.hr/o-projektu/eksperimentalne-skole/> [pristup: 4. 3. 2022.]

van der Vlies, R. (2020). Digital strategies in education across OECD countries: Exploring education policies on digital technologies, U: *OECD Education Working Papers*, No. 226. Paris: OECD Publishing. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/33dd4c26-en.pdf?expires=1647620474&id=id&accname=guest&checksum=8C4621FFAF0CB9AB2A53A0483E167AA4> [pristup: 6. 3. 2022.]

Znanstveno istraživanje učinaka provedbe projekta: e-Škole: Uspostava sustava razvoja digitalno zrelih škola (pilot-projekt) (2018). URL: https://pilot.e-skole.hr/wp-content/uploads/2019/01/e-Skole_CPP_Zakljuci_i_preporuke_cjelokupnog_istrazivanja2.pdf [pristup: 7. 3. 2022.]

EPIDEMIC OF (UN) KNOWLEDGE – EDUCATIONAL POLICY OF THE DIGITAL AGE

Abstract

When Croatian edition of Manfred Spitzer's *Digital Dementia* in 2018. was published, the positive reactions of the readership were mostly justified because it is a systematic presentation of the impact of digital media on the cognitive and emotional development of young people. Although the essence of that research can be reduced to the need for steady (and responsible) use of digital content, it is paradoxical that Croatian education reform at the same time offered rapid digitalization of learning and teaching at all levels of the system. Due to COVID-19 disease, this process has been further accelerated by emphasizing conflicting aspects – on the one hand the goal is to raise and educate generations who will be able to respond to modern challenges, digitally competent and critical, and on the other hand there are certain shortcomings which affect that process. Emphasizing the significant changes in the forms of teaching, the paper presumes that such an approach to education can significantly contribute to the epidemic of (un)knowledge, and it is very important to rationally evaluate the positive and negative effects of digital technology in education system. With reference to the conducted educational research and the process of the mentioned reform, the paper will analyze the impact of digitalization on primary and secondary education and present various aspects of its use in teaching.

Keywords: digital competencies, digital technologies, education, reform processes

*Jasna Šulentić Begić*⁵²*Amir Begić*⁵³*Ivana Pušić*⁵⁴

POPULARNA GLAZBA U KONTEKSTU RAZVIJANJA GLAZBENOG UKUSA UČENIKA

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/YMIV6798>

Sažetak

U nastavi Glazbene kulture učenici upoznaju glazbenu umjetnost putem kvalitetnih i reprezentativnih ostvarenja glazbe različita podrijetla te različitih stilova i vrsta. Zbog toga učenici u nastavi glazbe trebaju upoznati i kvalitetnu popularnu glazbu. Brojna su istraživanja pokazala da djeca i mladi najčešće u slobodno vrijeme slušaju popularnu glazbu koja se prezentira putem masovnih medija ili slušaju popularnu glazbu prema vlastitom izboru i upravo stoga popularna glazba treba biti prisutna i u nastavi glazbe. Učenike treba upoznati s kulturno-povijesnim kontekstom popularne glazbe, ali i s kvalitetnim ostvarenjima popularne glazbe koja se relativno rijetko prezentiraju putem medija i kao takva djeci i mladima su nepoznata. Jedan od ciljeva nastave glazbe jest razvijanje glazbenoga ukusa učenika. Stoga nastava glazbe treba poticati kritičko mišljenje učenika i u odnosu na popularnu glazbu. Tako bi učenici postali kompetentni slušatelji glazbe koji poznaju kvalitetnu popularnu glazbu i kritički se odnose prema onoj koja to nije. U okviru rada analizirat će se važeći Kurikulum (MZO, 2019) namijenjen nastavi Glazbene kulture odobren od Ministarstva znanosti i obrazovanja i udžbenici za nastavu Glazbene kulture od četvrtog do osmog razreda osnovne škole s obzirom na prisutnost popularne glazbe u aktivnostima i sadržajima nastave glazbe.

Ključne riječi: glazbeni ukus učenika, mediji, nastava Glazbene kulture, popularna glazba

52 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, jsulentic-begic@aukos.hr

53 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, abegic@aukos.hr

54 OŠ Ivana Kozarca, Županja, ivana.pusic@hotmail.com

Uvod

Umjetnički ukus stječe se estetskim odgojem koji je jedno od temeljnih odgojnih područja uz tjelesni, intelektualni, moralni i radni odgoj pomoću kojeg se sustavnim pedagoškim djelovanjem postiže skladnost i potpunost u razvoju ljudske osobnosti (LZMK, 2021). Estetski odgojena osoba trebala bi biti osposobljena estetski prosuditi odnosno prepoznati lijepo u umjetnosti, ali i u svakodnevnom životu. Različite umjetnosti imaju veliku i posebnu ulogu u estetskom odgoju jer na osnovi odgovarajućeg umjetničkog iskustva stječe se stav, tj. umjetnički ukus. Tako se i glazbeni ukus stječe opažanjem, doživljavanjem, vrednovanjem glazbe, ali i ostvarivanjem i sudjelovanjem u izvedbi glazbe.

Različiti čimbenici, kao što su obitelj, vršnjaci, masovni mediji i škola, utječu na formiranje glazbenog ukusa. Obitelj, tj. roditelji mogu utjecati na formiranje glazbenog ukusa djeteta sugerirajući vrijednost glazbe koju zajedno slušaju ili pjevaju s djetetom, vodeći ga na koncerte ili potičući ga na sviranje instrumenta. Tako će roditeljski glazbeni ukus utjecati na glazbeni ukus djeteta prema određenim glazbenim stilovima (ter Bogt i sur., 2011; Lamont i Crich, 2022). Vršnjaci također utječu na glazbeni ukus, posebice kod adolescenata. Naime, glazbeni ukus služi za predstavljanje, odabir prijatelja i izražavanje grupnog identiteta (Selfhout i sur., 2009). Svidanje određene glazbe služi kao društvena „značka„ (North i Hargreaves, 1999; Frith, 1983) i koristi se za pripadnost različitim društvenim skupinama. Adolescenti naročito teže pripadanjem i prihvaćanjem od vršnjaka u čemu im pomaže određeni glazbeni stil (Selfhout i sur., 2009) odnosno glazba im služi kao sredstvo koje ih povezuje s vršnjacima koji vole istu glazbu (Frith, 1981). Mediji imaju veliku moć u formiranju glazbenog ukusa iako je Crenshaw (2019) ustvrdio da 70% adolescenata misli kako sami utječu na odabir glazbe koju slušaju. Međutim, dokazano je da opetovano slušanje vodi svidanju (Meyers, 2012), a radijske i TV postaje često reproduciraju iste pjesme. Supičić (2006) smatra da je emitiranje određene vrste glazbe posljedica komercijalnih razloga. Stoga je medijski utjecaj na glazbeni ukus djece i mladih nemoguće izbjeći, pogotovo jer adolescenti nisu svjesni u kojoj mjeri je njihova kultura slušanja pod snažnim utjecajem medija (Crenshaw, 2019).

U nastavi Glazbene kulture učenici upoznaju glazbenu umjetnost putem kvalitetnih i reprezentativnih ostvarenja glazbe različita podrijetla te

različitih stilova i vrsta, a to znači da učenici u nastavi glazbe trebaju upoznati i kvalitetnu popularnu glazbu. Jedan od ciljeva nastave glazbe je „potaknuti razvijanje glazbenoga ukusa i kritičkoga mišljenja“ (MZO, 2019, 3) odnosno prema kulturno-estetskom načelu „izravnim ili neizravnim susretom s glazbenim ostvarenjima učenici razvijaju glazbeni ukus, stječu kriterije za vrednovanje glazbe i sposobnost izražavanja vlastitih stavova o glazbi“ (MZO, 2019, 2). Kurikulumom se ističe da domena *Slušanje i upoznavanje glazbe* pruža brojne mogućnosti za estetski odgoj učenika „kako bi se uspostavila vrijednosna mjerila za estetsko i kritičko doživljavanje glazbe i kod učenika razvio glazbeni ukus“ (MZO, 2019, 34). „U svrhu estetskog odgoja učenika i oblikovanja vrijednosnih kriterija od iznimne je važnosti naučiti vrednovati glazbeno djelo kao umjetnički proces (nastanak glazbenog djela / glazbenu izvedbu) i rezultat umjetničkog procesa (glazbeno djelo trajne umjetničke vrijednosti / snimljenu umjetničku glazbenu izvedbu)“ (MZO, 2019, 36). Rezultati mnogih istraživanja (May, 1985; Castell, 1982; Gardner, 1973) pokazali su da se na estetsku osjetljivost može utjecati već od najranijeg djetinjstva.

„Iako popularna glazba, kao uostalom ni tradicijska, ne mogu imati primat u nastavi glazbe da se ne bi umanjila važnost i prisutnost reprezentativnih glazbenih ostvarenja umjetničke glazbe kroz povijest, suvremena glazbena pedagogija ipak upozorava na potrebu uvođenja glazbe svih razdoblja, stilova, formi i kultura u nastavni program“ (Senjan, 2017, 39). Nastava glazbe treba poticati kritičko mišljenje učenika i u odnosu na popularnu glazbu te stoga u nastavu glazbe treba uvesti tzv. pedagogiju popularne glazbe koja se može okarakterizirati na sljedeći način: 1) zalaže se za primjenu popularne glazbe u odgoju i obrazovanju; 2) sve vrste glazbe (klasična, tradicijska, popularna) smatra jednako vrijednima; 3) promiče inkluziju i raznolikost u poučavanju i učenju glazbe; 4) bavi se psihološkim, sociološkim, glazbeno-teorijskim i izvođačkim aspektima popularne glazbe; 5) pronalazi strategije, metode i postupke primjene (aktivnog slušanja, analize, izvedbe) popularne glazbe u odgojno-obrazovnom procesu (Lebler, 2008). Šulentić Begić (2009) također navodi kako je potrebno uvrstiti kvalitetne popularne pjesme u nastavu kako bismo omogućili učenicima upoznavanje s raznovrsnim glazbenim stilovima te ih potaknuli na kreiranje vlastitog glazbenog ukusa. Senjan (2017, 32) također smatra da uz upoznavanje umjetničke glazbe, veći udio u nastavi glazbe trebalo bi „posvetiti upoznavanju reprezentativnih primjera popularne i tradicijske

glazbe u cilju razumijevanja i prihvaćanja kvalitetnih glazbenih izričaja te samostalnog otkrivanja i slušanja vrijedne glazbe u svakodnevnom životu“. „Glazba koja ispunjava slobodno vrijeme mladih uglavnom je popularna glazba. Stoga bi se i škola, kao institucija koja je povezana sa životom mladih i na određeni ga način reflektira, trebala odrediti prema tom glazbenom stilu“ (Dobrota, 2012, 10).

Brebrić (2020) smatra kako većina učitelja glazbe nije sustavno upoznata s obilježjima popularne glazbe i da su razvili nezainteresiranost za takvu vrstu glazbe i/ili negativne stavove o istoj. Međutim, to nikako ne znači da popularna glazba nema određenu kvalitetu zbog koje je obrazovani, profesionalni glazbenici ne bi slušali i analizirali – ili barem uvažavali. Isto potvrđuje istraživanje Hamilton i Vannatta-Hall (2020) koje su utvrdile da je zapadna umjetnička glazba temelj većine preddiplomskih studijskih programa glazbenih pedagoga i da navedeni studijski programi često zanemaruju upoznavanje popularne glazbe. Smatraju da bi uvrštavanje popularne glazbe u studijske programe pomoglo u pripremi učitelja kako bi popularnu glazbu vrednovali i uključili u nastavu glazbe. Brebrić (2020) ističe da popularna glazba pridonosi estetskom odgoju, razvoju glazbenog ukusa i kritičkog odnosa spram glazbe što će rezultirati širenjem svijesti kako o kvaliteti, tako i o prikladnosti glazbe bez obzira na stupanj njezine (trenutačne) popularnosti. Također, smatra da je potrebna svijest o činjenici da se putem „jednostavnije“, tj. popularne glazbe, postupno mogu odgojiti ljubitelji i štovatelji umjetničke glazbe ili, bolje rečeno, ljubitelji sve glazbe koju možemo okarakterizirati kao kvalitetnu.

Istraživanje

Cilj je istraživanja bio utvrditi jesu li važeći Kurikulum i odobreni udžbenici za nastavu Glazbene kulture usmjereni na razvijanje glazbenoga ukusa i kritičko mišljenje učenika od četvrtog do osmog razreda osnovne općebrazovne škole u odnosu na popularnu glazbu. Kao postupak istraživanja primijenjena je analiza pedagoške dokumentacije, tj. u okviru rada analizirani su važeći *Kurikulum nastavnog predmeta Glazbena kultura za osnovne škole i Glazbena umjetnost za gimnazije* (MZO, 2019) odobren od strane Ministarstva znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske i udžbenici za nastavu Glazbene kulture *Allegro* od četvrtog do osmog razreda

osnovne škole izdavača Školska knjiga s obzirom na prisutnost popularne glazbe u aktivnostima i sadržajima nastave glazbe.

Analiza Kurikuluma

U Kurikulumu (MZO, 2019) namijenjenom organiziranju nastave glazbe u općeobrazovnim školama navodi se će učenici upoznavati glazbu različitih vrsta, stilova, pravaca i žanrova, a to znači da će u okviru domene *Slušanje i upoznavanje glazbe* slušati i upoznavati i popularnu glazbu odnosno u okviru domene *Izražavanje glazbom i uz glazbu* uz nju plesati, svirati ju i pjevati popularne pjesme (evergreen). Također, takvim upoznavanjem glazbe i muziciranjem želi se potaknuti razvijanje glazbenoga ukusa i kritičkoga mišljenja u odnosu na sve vrste i stilove glazbe. Stoga možemo zaključiti da Kurikulum teži razvijanju glazbenoga ukusa i kritičkog mišljenja učenika u odnosu i na popularnu glazbu

Kao Prilog 2 u Kurikulumu (MZO, 2019) nalazi se preporučeni (neobvezni) popis glazbenih djela namijenjen slušanju, tj. upoznavanju. Njime su pokrivena sve vrste glazbi (klasična, popularna, filmska, jazz). Popis skladbi s obzirom na napomenu koja je navedena u dokumentu služi isključivo kao prijedlog, a ne kao obveza jer učitelji imaju autonomiju pri odabiru glazbenih djela odnosno izmjenama i nadopunama preporučenoga popisa. Predloženo je 858 skladbi, a od ukupnog broja skladbi 54 skladbe pripadaju popularnoj glazbi sljedećih žanrova: *rock 'n' roll, rock, funk rock, pop rock, folk rock, soul, r'n'b, boogie-woogie, pop, pop folk, country, guajira-son, šansona, kancona* (Tablica 1.). Iz analize smo izostavili skladbe koje su navedene pod popularnu glazbu, a pripadaju *jazz* glazbi. Također, za neke skladbe u Kurikulum navedeno je da pripadaju popularnoj glazbi, no ne i kojem žanru. S obzirom na to da smo željeli identificirati o kojem se žanru radi, njega smo odredili prema izvorima dostupnim na internetu. Također, u Kurikulum je za svaku skladbu predložen ciklus⁵⁵ kojem je skladba namijenjena.

55 Prema kurikulumima svih nastavnih predmeta koji su stupili na snagu 2019. godine, a to znači ne samo za nastavu Glazbene kulture i Glazbene umjetnosti, osam razreda osnovne škole i četiri razreda gimnazije razvrstani su u cikluse. Prvim ciklusom obuhvaćeni su prvi i drugi, drugim ciklusom treći, četvrti i peti, trećim ciklusom šesti, sedmi i osmi razred osnovne škole. Gimnazija je pokrivena četvrtim (prvi i drugi razred) i petim (treći i četvrti razred) ciklusom.

U tablici 1 nalazi se popis popularnih skladbi s obzirom na žanr i ciklus nastave koje smo izdvojili iz Kurikuluma (MZO, 2019).

Tablica 1. Preporučeni (neobvezni) abecedni popis popularnih skladbi s obzirom na žanr i ciklus nastave

Redni broj	Skladatelj i naziv skladbe	Žanr	Ciklus
1.	Aznavour, Charles: <i>Lei (She)</i>	šansona	svi ciklusi
2.	Bécaud, Gilbert: <i>Et Maintenant (What Now My Love)</i>	šansona	4. i 5.
3.	Bécaud, Gilbert: <i>Love on the Rocks</i>	šansona	4. i 5.
4.	Berry, Chuck: <i>Roll Over Beethoven</i>	rock'n'roll	3. 4. i 5.
5.	Berry, Chuck: <i>Johnny B. Goode</i>	rock'n'roll	3. 4. i 5.
6.	Biro Miroslav, Britvić Drago: <i>Mirno teku rijeke</i>	šansona	4. i 5.
7.	Bowie, David (Jones, David Robert): <i>Space Oddity</i>	rock	4. i 5.
8.	Bowie, David (Jones, David Robert): <i>Heroes</i>	rock	4. i 5.
9.	Bowie, David (Jones, David Robert): <i>Let's Dance</i>	funk rock	4. i 5.
10.	Brel, Jacques: <i>Mon enfance</i>	šansona	4. i 5.
11.	Brel, Jacques: <i>Le plat pays</i>	šansona	4. i 5.
12.	Brel, Jacques: <i>Ne me quitte pas</i>	šansona	4. i 5.
13.	Collins, Phil: Tarzan – <i>You'll Be in My Heart</i>	pop	2. i 3.
14.	Cook, Samuel: <i>Wonderful World</i>	soul	4. i 5.
15.	Crudup, Arthur: <i>That's All Right (Elvis Presley)</i>	rock'n'roll	3., 4. i 5.
16.	Darby, Ken: <i>Love Me Tender</i>	pop	3., 4. i 5.
17.	Dedić, Arsen: <i>Ono sve što znaš o meni</i> – preporuka: TBF (Nostalgična)	šansona	4. i 5.
18.	Domino, Antoine „Fats“: <i>Ain't That A Shame</i>	boogie-woogie	4. i 5.
19.	Dylan, Bob: <i>Pat Garrett and Billy the Kid</i>	country	3 i 4.
20.	Fernandez, Joseito: <i>Guantanamera (Kuba)</i>	guajira-son	1. i 2.
21.	Gaudio, Robert John: <i>Jersey Boys – Can't Take My Eyes Off You</i>	pop rock	3.
22.	Gaudio, Robert John: <i>The Sun Ain't Gonna Shine Anymore (The Walker Brothers)</i>	pop rock	4. i 5.
23.	Halley, Bill: <i>Rock around the clock</i>	rock'n'roll	1.
24.	Hewson, Paul David-Bono Vox: <i>Spiderman – Rise Above</i>	rock	3. i 4.
25.	Jusić, Đelo: <i>Jedan dan</i>	pop	3., 4. i 5.
26.	Jusić, Đelo: <i>La musica di notte</i>	pop	2. i 3.
27.	Kuntarić, Ljubo: <i>Autobus Calypso</i> , preporuka: Cubismo – verzija	pop	4. i 5.

28.	Lennon, John, McCartney, Paul: <i>Yellow Submarine</i>	rock	1. i 2.
29.	Lennon, John, McCartney, Paul: <i>All my loving</i>	rock	1. i 2.
30.	Lennon, John, McCartney, Paul: <i>Yesterday</i>	rock	1. i 2.
31.	Mayfield, Percy: <i>Hit the Road Jack</i>	r'n'b	4. i 5.
32.	Maršan Đani, Britvić Drago: <i>Bože, čuvaj Hrvatsku</i>	pop	svi ciklusi
33.	McLean, Donald: <i>American Pie</i>	folk rock	4. i 5.
34.	Merle, Travis: <i>Sixteen Tons</i>	country	4. i 5.
35.	Mercury, Freddie: <i>We Are the Champions</i>	pop rock	1. i 2.
36.	Modugno, Domenico: <i>Volare</i>	kancona	4. i 5.
37.	Paoli, Gino: <i>Sapore di sale (S okusom soli)</i>	kancona	4. i 5.
38.	Piaf, Edith: <i>Non, je ne regrette rien</i>	šansona	4. i 5.
39.	Piaf, Edith: <i>La Vie en rose</i>	šansona	4. i 5.
40.	Robić, Ivo: <i>Samo jednom se ljubi</i>	pop	4. i 5.
41.	Rundek, Darko: <i>Apokalipso</i>	rock	4. i 5.
42.	Runjić, Zdenko: <i>Galeb i ja</i>	pop	3., 4. i 5.
43.	Runjić, Zdenko: <i>Ne žuri, djevojčice</i>	pop	4. i 5.
44.	Santana, Carlos: <i>Europa</i>	rock	2. i 3.
45.	Stipišić, Zlatan: <i>Anđeo u tebi</i>	rock	4. i 5.
46.	Stipišić, Zlatan: <i>Cesarica</i>	pop	3.
47.	Stipišić, Zlatan: <i>Tempera</i>	pop	4. i 5.
48.	Stoller, Mike: <i>Hound Dog</i>	rock'n'roll	4. i 5.
49.	Stoller, Mike: <i>Stand by Me</i>	soul	3., 4. i 5.
50.	Špišić, Zvonko; Britvić Drago: <i>Milioner</i>	šansona	4. i 5.
51.	Špišić, Zvonko; Slamnig, Ivan: <i>Barbara</i>	šansona	4. i 5.
52.	Špišić, Zvonko: <i>Suza za zagorske brege</i>	pop folk	4. i 5.
53.	Wilson, Brian: <i>Good Vibrations</i>	pop	4. i 5.
54.	Wilson, Brian: <i>God Only Knows</i>	pop	4. i 5.

Od ukupno 54 popularne skladbe, za nastavu u gimnaziji (4. i 5. ciklus) predložene su 43 skladbe. Što se tiče žanra one pripadaju sljedećim žanrovima: šansona (12), *pop* (10), *rock'n'roll* (4), *rock* (5), *soul* (2), *country* (2), *kancona* (2), *funk rock* (1), *boogie-woogie* (1), *pop rock* (1), *r'n'b* (1), *folk rock* (1) i *pop folk* (1). Za učenike od prvog do osmog razreda (1., 2. i 3. ciklus) predložene su svega 22 skladbe: *pop* (7), *rock* (5), *rock'n'roll* (4), *pop rock* (2), *guajira-son* (1), *soul* (1), *šansonu* (1) i *country* (1). Od te 22 skladbe, za prvi i drugi razred (1. ciklus) predloženo je samo osam skladbi koje

pripadaju u sljedeće žanrove: *rock* (3), *rock'n'roll* (1), *pop rock* (1), *šansona* (1), *pop* (1) i *guajira-son* (1).

Možemo uočiti da je od ukupnog broja, tj. od 858 predloženih skladbi, mali broj skladbi (54) koje pripadaju popularnoj glazbi. Što se tiče prijedloga skladbi za prvi i drugi razred predloženo je svega šest skladbi, no s upoznavanjem kvalitetne popularne glazbe treba započeti što ranije. Kurikulum teži razvijanju glazbenoga ukusa i kritičkog mišljenja učenika u odnosu na popularnu glazbu, no bilo bi poželjno ponuditi više skladbi kao smjernice učiteljima.

Analiza udžbenika Glazbene kulture

Analizirani su udžbenici Glazbene kulture od četvrtog do osmog razreda osnovne škole sa svrhom uočavanja prisutnosti popularne glazbe u aktivnostima i sadržajima nastave glazbe (pjevanje, sviranje, ples i pokret uz glazbu, slušanje glazbe). Riječ je o udžbenicima *Allegro* nakladnika Školska knjiga koje je odobrilo Ministarstvo znanosti i obrazovanja, a oni su:

Banov, N., Brđanović, D., Frančišković, S., Ivančić, S., Kirchmayer Bilić, E., Martinović, A., Novosel, D. i Pehar, T. (2021a). *Allegro 4 – udžbenik glazbene kulture u četvrtom razredu osnovne škole*. Zagreb: Školska knjiga.

Banov, N., Dvořak V., Frančišković, S., Ivančić, S., Jeličić Špoljar, M., Kirchmayer Bilić, E., Martinović, A., Novosel, D. i Pehar, T. (2019). *Allegro 5 – udžbenik glazbene kulture u petom razredu osnovne škole*. Zagreb: Školska knjiga.

Banov, N., Brđanović, D., Frančišković, S., Ivančić, S., Kirchmayer Bilić, E., Martinović, A., Novosel, D. i Pehar, T. (2020a). *Allegro 6 – udžbenik glazbene kulture u šestom razredu osnovne škole*. Zagreb: Školska knjiga.

Banov, N., Brđanović, D., Frančišković, S., Ivančić, S., Kirchmayer Bilić, E., Martinović, A., Novosel, D. i Pehar, T. (2020b). *Allegro 7 – udžbenik glazbene kulture u sedmom razredu osnovne škole*. Zagreb: Školska knjiga.

Banov, N., Brđanović, D., Frančišković, S., Ivančić, S., Kirchmayer Bilić, E., Martinović, A., Novosel, D. i Pehar, T. (2021b). *Allegro 8 – udžbenik glazbene kulture u osmom razredu osnovne škole*. Zagreb: Školska knjiga.

U tablici 2 nalazi se popis popularnih skladbi u udžbenicima *Allegro* s obzirom na žanr, razred i aktivnost, tj. sadržaj nastave glazbe.

Tablica 2. Popis popularnih skladbi u udžbenicima *Allegro* s obzirom na žanr, razred i aktivnost/sadržaj nastave glazbe

Redni broj	Skladatelj i naziv skladbe	Žanr	Razred	Aktivnost/sadržaj
1.	Zenker, Ramon, Moreira, Airtó, Engels, Gottfried: <i>Samba de Janeiro</i> (Bellini)	dance	4.	slušanje
2.	Dimšić, Mia: <i>Život nije siv</i>	pop	4.	pjevanje sviranje slušanje
3.	Lennon, John, McCartney, Paul: <i>With A Little Help From My Friends</i> (The Beatles)	rock	4.	slušanje
4.	Jackson, Michael: <i>Heal the world</i>	pop	4.	slušanje
5.	Lennon, John, McCartney, Paul: <i>Yellow Submarine</i> (The Beatles)	rock	4.	pjevanje sviranje slušanje
6.	Jusić, Đelo: <i>La musica di notte</i>	pop	5.	pjevanje
7.	Thiele, Bob, Weiss, George David: <i>What a wonderful world</i> (Louis Armstrong)	pop	5.	slušanje
8.	Keys, Alicia: <i>If I ain't got you</i>	pop	5.	slušanje
9.	Horner, James: <i>My heart will go on</i> (Celine Dion)	pop	5.	slušanje
10.	Bacharach, Burt, David, Hal: <i>I say a little prayer</i> (Aretha Franklin)	soul	5.	slušanje
11.	Piaf, Edith: <i>La vie en rose</i>	šansona	5.	slušanje
12.	Adele, Epworth, Paul: <i>Rolling in the deep</i>	pop	5.	slušanje
13.	Mercury, Freddie: <i>We are the Champions</i> (Queen)	pop rock	5.	slušanje
14.	Badurina, Ivica: <i>Vilo moja</i> (Vinko Coce)	pop	5.	slušanje
15.	Rodgers, Richards, Hart, Lorenz: <i>Blue Moon</i> (Elvis Presley)	r'n'b	5.	slušanje
16.	Runjić, Zdenko: <i>Vjeruj u ljubav</i> (Oliver Dragojević)	pop	5.	slušanje
17.	White, Barry: <i>Can't get enough of your love, babe</i>	soul	5.	slušanje
18.	Cohen, Leonard: <i>Hallelujah</i> (Pentatonix)	folk rock	5.	slušanje
19.	Guetta, David: <i>Titanium</i> (Perpetuum Jazzile)	pop	5.	slušanje
20.	Berry, Chuck: <i>Johnny B. Goode</i>	rock'n'roll	5.	slušanje
21.	Roberts, Billy: <i>Hey Joe</i> (Jimi Hendrix)	rock	5.	slušanje

22.	Clapton, Eric, Jennings, Will: <i>Tears in Heaven</i> (Eric Clapton)	rock	5.	slušanje
23.	Knopfler, Mark.: <i>Sultans of Swing</i> (Dire Straits)	rock	5.	slušanje
24.	Satriani, Joe: <i>Starry Night</i>	rock	5.	slušanje
25.	Blackmore, Ritchie, Gillian, Ian, Glover, Roger, Lord, Jon, Paice, Ian: <i>Smoke on the Water</i> (Deep Purple)	rock	5.	slušanje
26.	Page, Jimmy, Plant, Robert: <i>Stairway to Heaven</i> (Led Zeppelin)	rock	5.	slušanje
27.	Gilmour, David, Waters, Roger: <i>Wish You Were Here</i> (Pink Floyd)	rock	5.	slušanje
28.	Sting: <i>Fields of Gold</i> (Edin Karamazov, Sting)	pop	5.	slušanje
29.	Knežević, Vjekoslav: <i>Si gremo za Opatiju</i> (Opatijski suvenir)	šansona	5.	slušanje
30.	Williams, Pharel: <i>Happy</i>	pop	5.	slušanje
31.	Lennon, John, McCartney, Paul: <i>The Yellow Submarine</i> (The Beatles)	rock	5.	slušanje
32.	Lennon, John, McCartney, Paul: <i>Let it be</i> (The Beatles)	rock	6.	pjevanje slušanje
33.	Lennon, John, McCartney, Paul: <i>Let it be</i> (Ferry Aid)	pop	6.	slušanje
34.	Runjić, Zdenko, Fiamengo, Jakša: <i>Sat klavira</i> (Oliver Dragojević)	pop	6.	pjevanje
35.	Alomía Robles, Daniel: <i>Kondorov let/El condor pasa</i> (Simon & Garfunkel)	pop folk	6.	pjevanje sviranje slušanje
36.	Knopfler, Mark: <i>Your latest trick</i> (Dire Straits)	rock	6.	slušanje
37.	Zenker, Ramon, Moreira, Airtó, Engels, Gottfried: <i>Samba de Janeiro</i> (Bellini)	dance	6.	slušanje
38.	Goffin, Gerry, King, Carole, Wexler, Jerry: <i>You Make Me Feel Like</i> (Aretha Franklin)	soul	6.	slušanje
39.	Mayfield, Percy: <i>Hit the Road Jack</i> (Ray Charles)	r'n'b	6.	slušanje
40.	Mercury, Freddie: <i>Bohemian Rhapsody</i> (Queen)	pop rock	6.	slušanje
41.	Brel, Jacques: <i>Le Bon Dieu</i>	šansona	6.	slušanje
42.	Furuholmen, Magne, Harket, Morten, Waaktaar, Pål: <i>Take on me</i> (A-ha)	pop	6.	slušanje

43.	Stewart, Dave, Lennox, Annie: <i>Sweet Dreams Are Made Of This</i> (Eurythmics)	pop	6.	slušanje
44.	Tolja, David: <i>Program tvog kompjutora</i> (Denis & Denis)	pop	6.	slušanje
45.	Jusić, Đelo: <i>Stare ljubavi</i> (Tereza Kesovija)	šansona	6.	slušanje
46.	Soncini, Marco, Alberini, Ingrid: <i>Tu es foutu</i> (In Grid)	pop	6.	slušanje
47.	Runjić, Zdenko: <i>Vjeruj u ljubav</i> (Oliver Dragojević)	pop	7.	pjevanje slušanje
48.	McFerrin, Bobby: <i>Don't worry, be happy</i>	reggae	7.	pjevanje sviranje slušanje
49.	Mann, Kall, Appell, Dave: <i>Let's twist again</i> (Chubby Checker)	rock'n'roll	7.	pjevanje ples/pokret uz glazbu slušanje
50.	Mlinarec, Drago: <i>Osmijeh</i> (Grupa 220)	rock	7.	pjevanje slušanje
51.	May, Brian: <i>We Will Rock You</i> (Queen)	rock	7.	pjevanje sviranje ples/pokret uz glazbu slušanje
52.	Tutić, Zrinko, Dujmić Rajko: <i>Moja domovina</i> (Hrvatski band Aid)	pop	7.	pjevanje slušanje
53.	Lennon, John, McCartney, Paul: <i>Yesterday</i> (The Beatles)	rock	7.	pjevanje slušanje
54.	Andersson, Benny, Ulvaeus, Björn, Anderson, Stig: <i>Mamma mia</i> (ABBA)	pop	7.	pjevanje sviranje ples/pokret uz glazbu slušanje
55.	Mayfield, Percy: <i>Hit the Road Jack</i> (Ray Charles)	r'n'b	7.	pjevanje sviranje slušanje

56.	Andersson, Benny, Ulvaeus, Björn, Anderson, Stig: <i>Dancing Queen</i> (ABBA)	pop	7.	slušanje
57.	Mercury, Freddie, May, Brian: <i>Show Must Go On</i> (Queen)	rock	7.	slušanje
58.	Kuntarić, Ljubo, Chuboda, Blanka: <i>Ta tvoja ruka mala</i> (Ivo Robić)	pop	7.	slušanje
59.	Monteno, Kemal: <i>Moja posljednja i prva ljubavi</i> (Tereza Kesovija)	pop	7.	slušanje
60.	Santana, Carlos: <i>Percussion Jam Live in Santiago 1992</i> (Santana)	rock	7.	slušanje
61.	Petrucci, John: <i>Panic Attack</i> (Dream Theater)	metal	7.	slušanje
62.	Andersson, Benny, Ulvaeus, Björn: <i>Thank You for the Music</i> (ABBA)	pop	8.	pjevanje slušanje
63.	Freedman, Max, DeKnight, Jimmy: <i>Rock around the clock</i> (Bill Haley & His Comets)	rock'n'roll	8.	pjevanje sviranje ples/pokret uz glazbu slušanje
64.	Weiss, George David, Creatore, Luigi, Peretti, Hugo: <i>Can't Help Falling in Love</i> (Elvis Presley)	rock'n'roll	8.	pjevanje slušanje
65.	Kilgore, Merle, Carter, June: <i>Ring of Fire</i> (Johnny Cash)	country	8.	pjevanje sviranje slušanje
66.	Dylan, Bob: <i>Blowing in the Wind</i>	folk rock	8.	pjevanje slušanje
67.	Jagger, Mick, Richards, Keith: <i>As Tears Go By</i> (The Rolling Stones)	rock	8.	pjevanje sviranje slušanje
68.	Deutscher, Draf, Bruhn, Christian, Loose, Gunter: <i>Mramor, kamen i željezo</i> (Roboti)	rock	8.	pjevanje slušanje
69.	Mihaljević, Branko, Britvić, Drago: <i>Golubovi</i> (Ivo Robić)	pop	8.	pjevanje sviranje slušanje
70.	Dedić, Arsen: <i>Otkako te ne volim</i>	šansona	8.	pjevanje slušanje

71.	Strummer, Joe, Jones, Mick: <i>Should I Stay or Should I Go</i> (The Clash)	punk	8.	pjevanje sviranje slušanje
72.	Jackson, Michael, Richie, Lionel: <i>We are the world</i>	pop	8.	pjevanje sviranje slušanje
73.	Hasanefendić-Hus, Husein: <i>Uhvati ritam</i> (Parni valjak)	pop rock	8.	pjevanje slušanje
74.	Kabiljo, Alfi, Britvić, Drago: <i>Tvoja zemlja</i> (Vice Vukov)	pop	8.	pjevanje slušanje
75.	Fernandez, Joseito, Marti, José: <i>Guantanamo</i>	pop	8.	pjevanje sviranje slušanje
76.	Dedić, Arsen: <i>Kuća pored mora</i>	šansona	8.	slušanje
77.	Dedić, Arsen: <i>Moderato cantabile</i>	šansona	8.	slušanje
78.	Paljetak, Vlaho, Šišić, Svetozar: <i>Marijana</i> (Vlaho Paljetak)	šansona	8.	slušanje
79.	Nardelli, Mario: <i>Tamo na rivi</i> (Ljiljana Budičin Manestar, Boris Nikolić)	šansona	8.	slušanje
80.	Brel, Jacques: <i>Ne me quitte pas</i>	šansona	8.	slušanje
81.	Piaf, Edith: <i>Je ne regrette rien</i>	šansona	8.	slušanje
82.	Visockij, Vladimir: <i>Divlji konji</i>	bard	8.	slušanje
83.	Aznavour, Charles: <i>La Bohème</i>	šansona	8.	slušanje
84.	Robić, Ivo, Reneta, Marija: <i>Stranci u noći</i> (Ivo Robić)	pop	8.	slušanje
85.	Jagger, Mick, Richards, Keith: <i>Satisfaction</i> (Rolling Stones)	rock	8.	slušanje
86.	Rundek, Darko, Sacher, Srđan: <i>Djevojke u ljetnim haljinama volim</i> (Haustor)	rock	8.	slušanje
87.	Temperton, Rod: <i>Thriller</i> (Michael Jackson)	pop	8.	slušanje
88.	Hasanefendić-Hus, Husein: <i>Jesen u meni</i> (Parni valjak)	pop rock	8.	slušanje
89.	Blackmore, Ritchie, Gillian, Ian, Glover, Roger, Lord, Jon, Paice, Ian: <i>Smoke on the Water</i> (Deep Purple)	rock	8.	slušanje
90.	Marley, Bob, Ford, Vincent: <i>No Woman, No Cry</i> (Bob Marley)	reggae	8.	slušanje

Iz tablice 2 može se vidjeti da je u udžbenicima *Allegro* predloženo 90 skladbi koje pripadaju popularnoj glazbi. S obzirom na to da se neke skladbe ponavljaju u više razreda, 85 je različitih skladbi. Skladbe koje se ponavljaju su:

Yellow Submarine (4. razred – pjevanje, sviranje, slušanje; 5. razred – slušanje)

Vjeruj u ljubav (5. razred – slušanje; 7. razred – pjevanje, slušanje)

Smoke on the Water (5. razred – slušanje; 8. razred – slušanje)

Hit the Road Jack (6. razred – slušanje; 7. razred – pjevanje, sviranje, slušanje)

Samba de Janeiro (4. razred – slušanje; 6. razred – slušanje)

Let it be (6. razred – slušanje dvije različite izvedbe – The Beatles i Hrvatski band Aid).

S obzirom na razred može se zamijetiti da je najviše skladbi popularne glazbe prisutno u osmom razredu (29), slijedi peti razred (26) te isti broj skladbi, tj. njih 15 je u udžbenicima za šesti i sedmi razred. Najmanje skladbi nalazi se u četvrtom razredu, tj. svega pet skladbi. S obzirom na to da je u prijedlogu Kurikuluma (MZO, 2019) najmanje skladbi predloženo baš za niže razrede osnovne škole ne začuđuje da se i u udžbenicima nalazi najmanji broj skladbi popularne glazbe baš u četvrtom razredu. Vjerojatno su se autori udžbenika, kao i kreatori popisa skladbi Kurikuluma, vodili istom mišlju, tj. da mlađe učenike ne treba upoznavati s popularnom glazbom što smatramo da je pogrešno jer veći se utjecaj na formiranje glazbenog ukusa može postići baš kod mlađe djece.

U odnosu na aktivnost najviše popularnih skladbi namijenjeno je slušanju glazbe (88). Slušanje se ne javlja za samo dvije skladbe, tj. u 5. razred za pjesmu *La musica di notte* i 6. razredu za pjesmu *Sat klavira*. Za pjevanje predloženo je 29 pjesama popularne glazbe, za sviranje 14, a za ples i pokret uz glazbu četiri skladbe.

Popularne skladbe, što se tiče žanrova, pripadaju sljedećem: *pop* (30), *rock* (20), **šanson**a (12), *pop rock* (4), *rock'n'roll* (4), *soul* (3), *r'n'b* (2), *folk rock* (2), *reggae* (2), *dance* (1), *pop folk* (1), *metal* (1), *country* (1), *punk* (1) i *bard* (1). Usporedivši Kurikulum i udžbenike *Allegro*, najviše preporučenih u Kurikulumu i prisutnih skladbi popularne glazbe u udžbenicima *Allegro* je što se tiče žanra u sljedećem redoslijedu. U Kurikulumu na prvom mjestu

je **šansona**, slijedi *pop* i **na trećem mjestu je rock'n'roll**. U udžbenicima na prvom mjestu je *pop*, na drugom **rock i na trećem šansona**.

Usporedimo li preporučene skladbe popularne glazbe u Kurikulumu (Tablica 1.) i udžbenicima *Allegro* (Tablica 2.) možemo zamijetiti da je u udžbenicima prisutno 11 popularnih skladbi preporučenih Kurikulumom. Od njih 11 tri se javljaju i u preporučenom ciklusu u Kurikulumu (*Yellow Submarine* – 2. ciklus, *La musica di notte* – 2. ciklus, *We are the Champions* – 2. ciklus), a one su:

- Lennon, John, McCartney, Paul: *Yellow Submarine* (2 puta-4. i 5. razred). GIK: 1. i 2. ciklus
- Jusić, Đelo: *La musica di notte* (5. razred). GIK: 2. i 3. ciklus
- Mercury, Freddie: *We are the Champions* (5. razred) GIK: 1. i 2. ciklus
- Berry, Chuck: *Johnny B. Goode* (5. razred). GIK: 3., 4. i 5. ciklus
- Piaf, Edith: *La vie en rose* (5. razred). GIK: 4. i 5. ciklus
- Mayfield, Percy: *Hit the Road Jack* (2 puta-6. i 7. razred). GIK: 4. i 5. ciklus
- Lennon, John, McCartney, Paul: *Yesterday* (7. razred). GIK: 1. i 2. ciklus
- Freedman, Max, DeKnight, Jimmy: *Rock around the clock* (8. razred). GIK: 1. ciklus
- Fernandez, Joseito, Marti, José: *Guantanamera* (8. razred). GIK: 1. i 2. ciklus
- Brel, Jacques: *Ne me quitte pas* (8. razred). GIK: 4. i 5. ciklus
- Piaf, Edith: *Je ne regrette rien* (8. razred). GIK: 4. i 5. ciklus.

Može se zaključiti da se autori udžbenika *Allegro* nisu vodili preporučenim skladbama u Kurikulumu već da su odabrali skladbe popularne glazbe prema svom izboru.

Zaključak

Cilj istraživanja provedenog u okviru ovoga rada bio je utvrditi jesu li važeći Kurikulum i odobreni udžbenici za nastavu Glazbene kulture usmjereni na razvijanje glazbenoga ukusa i kritičko mišljenje učenika od četvrtog do osmog razreda osnovne općeobrazovne škole u odnosu na

popularnu glazbu. Analizom pedagoške dokumentacije, tj. *Kurikuluma nastavnog predmeta Glazbena kultura za osnovne škole i Glazbena umjetnost za gimnazije* (MZO, 2019) i udžbenika za nastavu Glazbene kulture *Allegro* od četvrtog do osmog razreda osnovne škole izdavača Školska knjiga došli smo do sljedećih rezultata i zaključaka.

Iako se autori udžbenika *Allegro* u većini nisu vodili preporučenim skladbama u Kurikulumu (u udžbenicima je prisutno 11 popularnih skladbi preporučenih Kurikulumom), već su odabrali skladbe popularne glazbe prema svom izboru, i u prijedlogu Kurikuluma i u četvrtom razredu u udžbenicima *Allegro* nalazi se relativno mali broj skladbi popularne glazbe u odnosu na ostale vrste glazbe. Nije opravdano da se i u udžbenicima i u Kurikulumu za osnovnu školu, a pogotovo za niže razrede, nalazi manje predloženih skladbi popularne glazbe nego za gimnaziju. Naime, s upoznavanjem kvalitetne popularne glazbe treba započeti što ranije jer su mlađa djeca otvorena i na njihov glazbeni ukus može se djelovati u većoj mjeri nego na ukus starijih učenika. Glazbeni ukus starijih učenika često je već formiran i teže je utjecati i mijenjati stavove učenika, pa tako i glazbeni ukus, koji je već formiran pod utjecajem medija i vršnjaka. Bilo bi poželjno ponuditi više skladbi u Kurikulumu kao smjernice onim učiteljima, posebice učiteljima razredne nastave, koji su možda nesigurni što se tiče izbora repertoara popularne glazbe jer je većina učitelja glazbe školovana na umjetničkoj glazbi i možda ima bojazan pri odabiru popularne glazbe.

U odnosu na aktivnost, u udžbenicima *Allegro* najviše popularnih skladbi namijenjeno je slušanju glazbe. Navedeno je opravdano jer je slušanje glazbe najčešći oblik bavljenja glazbom današnje populacije te stoga i u nastavi glazbe ono treba biti dominantno prisutno. Slušanjem reprezentativnih primjera popularne glazbe učenici će razvijati kritički odnos prema glazbi koja nije kvalitetna.

Što se tiče žanra, i u Kurikulumu i u udžbenicima *Allegro*, po broju prednjače popularne skladbe koje pripadaju *popu*, *šansonu* i *rocku/rock'n'rollu*. Navedeni žanrovi, kao što su šansona i *rock/rock'n'roll*, u današnjim medijima su rijetko prisutni, odnosno što se tiče *popa* često su prisutne skladbe neprimjerene kvalitete te je nastava glazbe mjesto na kojem će se učenike upoznati s kvalitetnim ostvarenjima navedenih žanrova.

U konačnici možemo zaključiti da su važeći Kurikulum i odobreni udžbenici za nastavu Glazbene kulture usmjereni na razvijanje glazbenoga

ukusa i kritičko mišljenje učenika od četvrtog do osmog razreda osnovne općeobrazovne škole u odnosu na popularnu glazbu, no da postoji prostor za dodatna poboljšanja. Naime, djeca i mladi najčešće u slobodno vrijeme slušaju popularnu glazbu koja se prezentira putem masovnih medija ili slušaju popularnu glazbu prema vlastitom izboru. Upravo stoga popularna glazba treba biti prisutna i u nastavi glazbe. Učenike treba upoznati s kulturno-povijesnim kontekstom popularne glazbe, ali i s kvalitetnim ostvarenjima popularne glazbe koja se relativno rijetko prezentiraju putem medija i kao takva djeci i mladima su nepoznata. Green (2006) smatra da je osim uvrštavanja popularne glazbe u kurikulumu potrebna promjena i u nastavnim strategijama, tj. da je učenike potrebno upoznati na koji način popularna glazba nastaje i prenosi se. Kako je jedan od ciljeva nastave glazbe razvijanje glazbenoga ukusa učenika, nastava glazbe treba poticati kritičko mišljenje učenika i u odnosu na popularnu glazbu. Tako će učenici postati kompetentni poznavatelji kvalitetne popularne glazbe i kritički se odnositi prema onoj koja to nije.

Literatura

- Banov, N., Brđanović, D., Frančišković, S., Ivančić, S., Kirchmayer Bilić, E., Martinović, A., Novosel, D. i Pehar, T. (2021a). *Allegro 4 – udžbenik glazbene kulture u četvrtom razredu osnovne škole*. Zagreb: Školska knjiga.
- Banov, N., Brđanović, D., Frančišković, S., Ivančić, S., Kirchmayer Bilić, E., Martinović, A., Novosel, D. i Pehar, T. (2021b). *Allegro 8 – udžbenik glazbene kulture u osmom razredu osnovne škole*. Zagreb: Školska knjiga.
- Banov, N., Brđanović, D., Frančišković, S., Ivančić, S., Kirchmayer Bilić, E., Martinović, A., Novosel, D. i Pehar, T. (2020a). *Allegro 6 – udžbenik glazbene kulture u šestom razredu osnovne škole*. Zagreb: Školska knjiga.
- Banov, N., Brđanović, D., Frančišković, S., Ivančić, S., Kirchmayer Bilić, E., Martinović, A., Novosel, D. i Pehar, T. (2020b). *Allegro 7 – udžbenik glazbene kulture u sedmom razredu osnovne škole*. Zagreb: Školska knjiga.
- Banov, N., Dvořak V., Frančišković, S., Ivančić, S., Jeličić Špoljar, M., Kirchmayer Bilić, E., Martinović, A., Novosel, D. i Pehar, T. (2019). *Allegro 5 – udžbenik glazbene kulture u petom razredu osnovne škole*. Zagreb: Školska knjiga.
- Brebrić, T. (2020). *Obilježja „pedagogije popularne glazbe“ uz metodičku analizu glazbe sastava The Beatles*. Neobjavljen diplomski rad. Zagreb: Muzička akademija. URL: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:116:264610>

- Castell, K. C. (1982). Children's sensitivity to stylistic differences in 'classical' and 'popular' music. *Psychology of Music*, Special Issue, 22-25. URL: <https://psycnet.apa.org/record/1984-14635-001> [pristup: 4.6.2022.]
- Crenshaw, M. (2019). Critical literacy, engagement, and agency in popular music consumption by young adults. *Senior Honors Theses & Projects*, 661. URL: <https://commons.emich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1655&context=honors> [pristup: 4.6.2022.]
- Dobrota, S. (2012). *Popularna glazba i glazbena nastava*. WEB predavanje. URL: <http://marul.ffst.hr/dokumenti/izdavastvo/predavanja/SDobrota.Popularna.glazba.i.glazbena.nastava.pdf> [pristup: 4.6.2022.]
- Frith, S. (1981). *Sound effects: Youth, leisure and the politics of rock 'n' roll*. New York City: Pantheon Books.
- Gardner, H. (1973). Children's sensitivity to musical styles. *Merrill-Palmer Quarterly*, 19, 67-77. URL: <https://www.jstor.org/stable/23083794> [pristup: 4.6.2022.]
- Green, L. (2006). Popular music education in and for itself, and for „other“ music: current research in the classroom. *International Journal of Music Education*, 24(2), 101-118. URL: <https://sci-hub.se/10.1177/0255761406065471> [pristup: 4.6.2022.]
- Hamilton, S. i Vannatta-Hall, J. (2020). Popular music in preservice music education: Preparedness, confidence and implementation. *Journal of Popular Music Education*, 4(1), 41-60. URL: https://doi.org/10.1386/jpme_00013_1 [pristup: 4.6.2022.]
- Lamont, A. i Crich, J. (2022). Where do our music preferences come from? Family influences on music across childhood, adolescence and early adulthood. *Journal of Popular Music Education*, 6(1), 25-43. URL: https://doi.org/10.1386/jpme_00073_1 [pristup: 4.6.2022.]
- Lebler, D. (2008). Popular Music Pedagogy: Peer Learning in Practice. *Music Education Research*, 10(2), 193-213. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14613800802079056> [pristup: 4.6.2022.]
- LZMK (2021). *Hrvatska enciklopedija – mrežno izdanje*. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <https://www.enciklopedija.hr/> [pristup: 4.6.2022.]
- May, W. V. (1985). Musical style preference and aural discrimination skills of primary grade school children. *Journal of Research in Music Education*, 32, 7-22.
- Meyers, Ch. K. (2012). *Influences on Music Preference Formation*. PURE Insights, 1, 31-34. URL: <https://eric.ed.gov/?id=EJ321639> [pristup: 4.6.2022.]
- MZO (2019). *Kurikulum nastavnog predmeta glazbena kultura za osnovne škole i predmeta glazbena umjetnost za gimnazije*. Zagreb: Ministarstvo

- znanosti i obrazovanja. URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_01_7_151.html [pristup: 4.6.2022.]
- North, A. C., i Hargreaves, D. J. (1999). Music and adolescent identity. *Music Education Research*, 1, 75-92. URL: <https://doi.org/10.1080/1461380990010107> [pristup: 4.6.2022.]
- Selfhout, M. H. W., Branje, S. J. T., ter Bogt, T. F. M. i Meeus, W. H. J. (2009). The role of music preferences in early adolescents' friendship formation and stability. *Journal of Adolescence*, 32, 95-107. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18164756/> [pristup: 4.6.2022.]
- Senjan, I. (2017). Nastava glazbe u hrvatskim općeobrazovnim srednjim školama. *Metodički ogledi*, 24(1), 31-72. URL: <https://doi.org/10.21464/mo45.124.3172> [pristup: 4.6.2022.]
- Supičić, I. (2006). *Estetika europske glazbe*. Zagreb: Školska knjiga.
- Šulentić Begić, J. (2009). Glazbeni ukus učenika osnovnoškolske dobi. *Tonovi*, 53, 65-74. URL: <https://www.bib.irb.hr/468999> [pristup: 4.6.2022.]
- Ter Bogt, T., Delsing, M. J. M. H., Zalk van, M., Christenson, P. G. i Meeus, W. H. J. (2011). Intergenerational Continuity of Taste: Parental and Adolescent Music Preferences. *Social Forces*, 90(1) 297-319. URL: <http://dx.doi.org/10.1093/sf/90.1.297> [pristup: 4.6.2022.]

POPULAR MUSIC IN THE CONTEXT OF DEVELOPING STUDENTS' MUSICAL TASTE

Abstract

In the teaching of Music Culture, students get to know the art of music through the quality and representative achievements of music of different origins, styles, and types. For this reason, students in music teaching should get to know quality popular music. Numerous studies have shown that children and young people most often listen to popular music in their free time, which is presented through the mass media or listen to popular music of their choice, which is why popular music should be present in music lessons. Students should be introduced to the cultural and historical context of popular music, but also to the quality achievements of popular music that are relatively rarely presented through in media and as such, are unknown to children and young people. One of the goals of music teaching is to develop students' musical tastes. Therefore, music teaching should encourage students' critical thinking in relation to popular music as well. In this way, students would become competent music listeners who know quality popular music and are critical of non-popular music. The paper will analyze the current Curriculum (MZO, 2019) for music culture, approved by the Ministry of Science and Education, and textbooks for music culture from fourth to eighth grade, given the presence of popular music in the activities and contents of music teaching.

Keyword: musical taste students', media, popular music, music culture teaching

II. Moć u pravnom, ekonomskom i znanstvenom okruženju

*Katarina Marošević*⁵⁶

EKONOMSKE SLOBODE I EKONOMSKI RAZVOJ: OSVRT NA INSTITUCIONALNI OKVIR

Pregledni rad
<https://doi.org/10.59014/WABS7999>

Sažetak

Suvremeni trendovi određeni su brojnim nejednakostima, i to neovisno o razini razvijenosti nacionalnog gospodarstva. Ekonomski teoretičari, ali i teoretičari brojnih drugih znanosti, među ostalim, navode neoliberalne politike i globalizaciju jednim od uzroka nejednakosti. No, liberalizam se obično veže i uz više ekonomske slobode, a posljedično upućuju na razvijenija gospodarstva. S druge strane, niže razine ekonomskih sloboda upućuju na problem manje ekonomske razvijenosti, a popratno i društva koja „pate“ od brojnih neravnoteža. Pitanje djelovanja ekonomskih sloboda u zemljama srednje i istočne Europe vezan je uglavnom uz problematiku prihvatljivog institucionalnog djelovanja. Dakle, institucionalna (ne)razvijenost u zemljama srednje i istočne Europe nerijetko se pojavljuje kao mogući uzrok, ali i posljedica nerazvijenosti gospodarstava.

Stoga je cilj ovoga rada analizirati, rangirati i usporediti nejednakosti u izabranim zemljama EU27 prema grupi vladavine prava kao jedne od četiri grupe pokazatelja ekonomskih sloboda izraženog indeksom ekonomskih sloboda, imajući u vidu kako vladavina prava utječe na djelovanje institucija i institucionalnog okvira. Ujedno se daje uvid u odstupanja zemalja srednje i istočne Europe u pokazateljima kategorije vladavine prava i pokazatelja integriteta vlade u odnosu na razvijene zemlje sjeverne i zapadne Europe.

Ključne riječi: ekonomske razlike, ekonomske slobode, EU27, Hrvatska, institucije, nejednakosti

⁵⁶ Pravni fakultet Osijek Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, kmarosev@pravos.hr

Uvod

Svi dijelovi svijeta, u većoj ili manjoj mjeri, dotaknuti su globalizacijskim efektima. Brojne su pozitivne, ali i negativne strane navedenog procesa. Stvaranje nejednakosti, ili još gore od stvaranja, povećanje nejednakosti učestalo se izdvaja, kako u stručnoj literaturi i medijskom prostoru, tako i u akademskim krugovima kao jedan od gorućih problema. Brojni su autori (Cohen, Piketty i Saint-Paul, 2002; Brundenius, 2017; Samvel, Lazaryan i Chernotalova, 2017; Chancel, Hough i Voituriez, 2018) koji ističu problem nejednakosti i potreba rješavanja istoga. Vjerodostojan primjer povećanja razlika tj. nejednakosti pruža i uvid u Globalne ciljeve za održivi razvoj Rezolucije UN-a za razdoblje do 2030. godine, predstavljenih 2015. godine, nakon *Milenijskih ciljeva razvoja* iz 2008. godine. Naime, u Globalnim ciljevima za održivi razvoj navodi se: „*Povećala se razlika u dostupnosti zdravstvenih usluga i obrazovanja između bogatih i siromašnih. Ruralne sredine su i dalje zakinute za osnovne komunalne usluge i pitku vodu u odnosu na urbane sredine. Napredak, razvoj i profit i dalje degradiraju okoliš i bitno utječu na klimatske promjene, zbog čega najviše pate siromašni. A zbog ratova i njihovih razornih posljedica milijuni ljudi su prisiljeni na izbjeglištvo i migraciju.*“

Potrebno je naglasiti, a kako se ističe i u službenim dokumentima Europske komisije (2017), da se pitanje nejednakosti obično veže uz dvije ključne dimenzije problema nejednakosti u Europskoj uniji, osim dohodovne nejednakosti, i one za nejednake mogućnosti. Naime, Šućur (2021) ističe teškoće u izgradnji društva bez ekonomskih nejednakosti, no iznimno je, s druge strane, teško istaknuti prihvatljivu razinu ekonomskih nejednakosti. Zanimljiva je činjenica negativnih efekata dohodovnih nejednakosti na ekonomski rast koju navodi Šućur (2021, 134; prema Dabla-Norris et al., 2015): „...kada se poveća udio dohotka gornjih 20 % stanovništva za 1 %, ekonomski rast se smanji za 0,08 %, a kada se poveća udio dohotka donjih 20 % stanovništva za 1 %, ekonomski se rast poveća za 0,38 %. Stoga se žele stvoriti adekvatni preduvjeti za ekonomski rast, koje se osiguravaju ekonomskim slobodama i adekvatnim djelovanje institucija, koje kao dio ekonomskih sloboda mogu biti poticajni mehanizam ekonomskog rasta, a kako je to prikazano i u određenim radovima u kojima je isto potkrijepljeno i empirijski, npr. Ayal i Karras (1998). Sa stajalištem kako veća ekonomska sloboda potiče gospodarski rast slažu se i De Haan i Sturm

(2000). Ekonomske slobode se prema Miller i Kim (2011, 20) definiraju kroz mogućnost da su „... pojedinci u ekonomski slobodnom društvu slobodni te imaju pravo na rad, proizvodnju, potrošnju i investiranje na način koji odabiru prema pravilu zakona, pri čemu je njihova sloboda istovremeno i zaštićena i poštovana od strane države“, a kako navode Baletić i Budak (2007, 806; prema Schweickert i et al., 2007) indikatori ekonomske slobode mogu poslužiti u praćenju razvijenosti institucionalnog okvira – zajedno i među drugim pokazateljima institucionalnog razvitka – indikatorima kvalitete javnog upravljanja Svjetske banke, indeks percepcije korupcije Transparency International, indikatorima liberalizacije i napretka zemlje u tranziciji vidljive od strane Europske banke za obnovu i razvoj.

Osim istaknute definicije ekonomskih sloboda, svakako u obzir treba uzeti i sve segmente važne prilikom jedne od dvojake mogućnosti mjerenja ekonomskih sloboda – prema zakladi Heritage Foundation ili prema indeksu ekonomskih sloboda Gwartneya i Lawsona kojega objavljuje kanadski The Fraser Institute. Baletić i Budak (2007) ističu razlikovanje indeksa ekonomskih sloboda zaklade Heritage Foundation u odnosu na Gwartney i Lawson kanadskog The Fraser Institute-a. Naime, indeks ekonomskih sloboda prema Heritage Foundationu prvotno je bio definiran s deset pokazatelja ekonomskih sloboda, a danas, kroz dvanaest pokazatelja ekonomskih sloboda grupiranih u četiri područja. Indeks ekonomskih sloboda u svijetu prema Gwartneyu i Lawsonu definiran je kroz niz komponenti iz pet područja ekonomskih sloboda s ukupno više od 40, većinom makroekonomskih pokazatelja. U nastavku se detaljnije prikazuju pojedina područja ekonomskih sloboda prema zakladi Heritage Foundation. Prema službenom izvoru stranice zaklade Heritage Foundation (2022) dvanaest istaknutih pokazatelja grupirano je u četiri područja, od kojih se svaki pokazatelj i svako područje ocjenjuje na skali od 0 do 100:

1. Vladavinu prava (vlasnička prava, sudska učinkovitost i integritet vlade);
2. Veličinu države (državna potrošnja, porezna opterećenja, fiskalna sloboda);
3. Regulativnu učinkovitost (sloboda poslovanja, radna sloboda, monetarna sloboda);
4. Otvorenost tržišta (sloboda trgovine, sloboda ulaganja, financijska sloboda).

Već iz navedene kategorizacije je evidentna povezanost pojedinih područja ekonomskih sloboda i institucionalnog okvira. Naime, kako ističe North (2003, 147), uloga institucija u društvima iznimno je važna jer predstavlja ju osnovnu odrednicu dugoročne uspješnosti ekonomija. Nadalje, Dal Bo i Finan (2020) ističu ekonomsku prirodu nekih institucija te kako uključuju definirana društvena ograničenja. U velikoj mjeri su određene pravnim režimima, obzirom da utječu na odvijanje ekonomskih aktivnosti, način na koji se aktivnosti odvijaju te tko ih može poduzeti – ujedno određuju individualnu i poslovnu osobnost, sposobnost držanja i raspolaganja imovinom te sklapanja ugovora.

Osim toga, kako se navodi u istraživanju Buterin, Olgić Draženović i Jakovac (2018) kvaliteta institucija ima značajnu ulogu u ekonomskom rastu u suvremenim gospodarstvima te svako poticanje institucijske promjene dovodi do pozitivnih procesa ekonomskog rasta. Stoga je iznimno važno voditi računa o institucionalnom okviru nacionalnih gospodarstava, ali i drugim važnim elementima ekonomskih sloboda određenoga nacionalnog gospodarstva. Prema tomu, cilj ovoga rada jest analizirati i komparirati nejednakosti u izabranim zemljama EU27 prema pokazateljima vlasničkih prava, sudske učinkovitosti i integriteta vlade kao i agregiranog pokazatelja vladavine prava jer navedeni pokazatelji uvelike otkrivaju način djelovanja institucija i institucionalnog okvira. Ujedno će se provesti rangiranje zemalja EU27 prema agregiranom pokazatelju indeksa vladavine prava te utvrditi eventualno odstupanje zemalja srednje i istočne Europe u odnosu na razvijenije članice Europske unije. Od iznimne je koristi, nadalje, utvrditi postoji li značajnije odstupanje u istim ili sličnim kategorijama ekonomskih sloboda zemalja srednje i istočne Europe u odnosu na razvijenije zemlje zapadne i sjeverne Europe.

Ekonomske slobode i ekonomski razvoj u zemljama srednje i istočne Europe: teorijska perspektiva

Pitanje nejednakosti koje je prisutno u svim zemljama neovisno o stupnju njihove razvijenosti – i na regionalnoj, i na nacionalnoj i na međunarodnoj razini – ipak vrlo često propituje nejednakosti u svojim uzrocima i posljedicama u podjelama većih geografskih cjelina u kojima se u europskom prostoru govori o zemljama ekonomski uspješnije sjeverne i zapadne Europe

i manje ekonomski uspješne srednje i istočne Europe. Pitanje ostvarenog stupnja ekonomskih sloboda i njegova poveznica sa stupnjem ekonomskog razvoja samo je jedno od učestalih tematika. Naime, obzirom na složenost izračuna parametra ekonomskih sloboda, a koje u sebi sadržava i pitanja institucionalnog djelovanja – i u pitanjima fiskalne suverenosti i slobode, kao i u monetarnim pitanjima te pitanjima vlasničkih i inih prava – od iznimne je koristi i značaja propitati najprije teorijsku perspektivu, a zatim i jednako važan analitički dio pitanja ekonomskih sloboda. Kako je u ranijem poglavlju rada istaknuto, pravni režimi uvelike utječu na način odvijanja ekonomskih aktivnosti kao i tko ih poduzima, stoga je jasno da time uvelike utječe i na institucionalni karakter aktivnosti.

Problematične tranzicijske posljedice posebice su na europskom području vidljive u zemljama srednje i istočne Europe. Izražene regionalne razlike i nejednakosti unutar i između zemalja srednje i istočne Europe, ali i u odnosu na prosjek zemalja Europske unije, pojašnjava Marošević (2021). Kao odgovor na postojanje nejednakosti učestalo se ističe (ne)djelovanje institucija, pri čemu Torvik (2020, 104) navodi opasku kako se institucije učestalo mijenjaju kako najviše odgovara političkoj sceni, a ne u skladu s društvenim zahtjevima i potrebama društva. Kao najčešća posljedica javlja se gubitak povjerenja u institucije, o čijoj važnosti govore Jurlina Alibegović i Marošević (2020). Nadalje, Rozmahel, Kouba, Grochova i Najman (2013) ističu iznimnu heterogenost zemalja Europske unije u pojedinim indikatorima kojima se definira stupanj ostvarenog razvoja. Ipak, nekoliko je ključnih razlikovnih čimbenika između uspješnih i manje uspješnih zemalja srednje i istočne Europe prisutnih u vremenu proširenja Europske unije – politička stabilnost, kvaliteta institucionalnog okvira, zrelost i kompatibilnost neformalnih institucija te početni ekonomski stupanj ključnih determinanti važnih za uspjeh tranzicije i integracijski proces u zemljama srednje i istočne Europe. Zanimljivo je kako se homogenost zemalja srednje i istočne Europe u odnosu na preostale zemlje Europske unije pojavljuje samo u slučajevima pokazatelja stupnja razvijenosti institucija, pri čemu su navedene zemlje uslijed razloga niže razine kvalitete institucija uglavnom upravo one koje ostaju na nižem stupnju razvoja. Slukhai i Borschenko (2019) analizirajući utjecaj različitih čimbenika na ostvarenje društvenog blagostanja post-socijalističkih zemalja srednje i istočne Europe uz pozitivan utjecaj stupnja ekonomskih sloboda izdvajaju i sljedeće: intenziviranje ekonomskih reformi, poticanje razvoja ljudskog kapitala te

razina proizvodnje određenoga nacionalnoga gospodarstva. Peev i Mueller (2012), s druge strane, analiziraju međusobnu povezanost demokracije, ekonomskih sloboda i ekonomskog rasta za razdoblje 1990.-2007., ističući kako se veće ekonomske slobode povezuju s institucijama zastupljenog snažnog stupnja demokracije. Osim toga navodi slobodu trgovanja, monetarnu slobodu i slobodu od korupcije za najvažnije pokazatelje ekonomskog rasta u tranzicijskim zemljama u razdoblju 1994.-2007. godine.

Dabrowski (2020) dajući osvrt na stupanj kvalitete ekonomskih i političkih institucija i politika u zemljama srednje i istočne Europe, ali i drugih zemalja, primjerice Kine i zemalja nekadašnjeg sovjetskog bloka, ističe zapažene razlike, između ostaloga i u kvaliteti ekonomskih i političkih institucija – iako se vremenski promatrano, završetkom tranzicijskog prijelaza uglavnom smatraju rane dvije tisućite. S obzirom na izražene razlike, neminovno je u primjeni i različit sustav ili model željenog i implementiranog kapitalističkog sustava. Stoga Próchniak i Suska (2021), analizirajući institucionalni segment kompariran u zemljama srednje i istočne Europe u odnosu na zemlje zapadne Europe te stav o prevladavajućem najboljem modelu kapitalizma u odnosu na postojeća četiri modela – kontinentalni, mediteranski, skandinavski te anglo-saksonski, ističu najveću sličnost kapitalističkog modela zemalja srednje i istočne Europe s mediteranskim modelom kapitalizma. Uzelac, Davidovic i Mijatovic (2020) istražujući provedbu institucionalne tranzicije, ističu pitanje korupcije, demokracije, ljudskih prava među mnogim drugim područjima koje je potrebno poboljšati u zemljama srednje i istočne Europe, ali i stav kako su određena područja i uznapredovala uz potrebu dodatnog usavršavanja i poboljšanja.

Analiza nejednakosti prema pokazatelju ekonomskih sloboda

Ekonomске slobode daju mogućnost pojedincima da mogu raditi, proizvoditi, koristiti i investirati na način kako sami žele. *Heritage Foundation* mjeri ekonomske slobode temeljene na 12 kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja grupiranih u četiri kategorije ekonomskih sloboda: vladavinu prava, veličinu države, regulativnu učinkovitost i otvorenost tržišta, pri čemu se svaki od navedenih pokazatelja ocjenjuje na skali od 0 do 100, dok se ukupan rezultat zemlje izvodi uprosječivanjem navedenih dvanaest

ekonomskih sloboda uz dodjeljivanje svakom adekvatnog pondera. Indeks ekonomskih sloboda 2022 temelji se na podacima za razdoblje druge polovice 2020. godine te prvu polovicu 2021. godine (Heritage Foundation). Temeljem ostvarenog indeksa ekonomskih sloboda zemlja se kategorizira u jednu od ukupno pet kategorija ekonomskih sloboda (Heritage Foundation):

1. Slobodna (100-80)
2. Uglavnom slobodna (79,9-70)
3. Umjereno slobodna (69,9-60)
4. Uglavnom neslobodna (59,9-50)
5. Represivna (49,9-0).

S obzirom na iznimne razlike koje postoje u razvijenosti nacionalnih gospodarstava Europe i Europske unije, kao i međusobne povezanosti stupnja razvoja s ostvarenim stupnjem ekonomskih sloboda, tablicom 1 dostavljaju se rangirani podatci o rezultatima indeksa ekonomskih sloboda 2022 zemalja članica Europske unije, ali i dodatnih dvaju zemalja – Ukrajine i Rusije, obzirom na trenutačna ratna stanja u navedenim zemljama. Nadalje, ista tablica daje uvid i u ostvarene rezultate grupe vladavine prava – *vlasnička prava, sudske učinkovitosti i integriteta vlade*⁵⁷ – s obzirom na to da uvelike definiraju način (ne)djelovanja institucionalnog okvira (Tablica 1).

57 Prema Leksikografskom zavodu Miroslava Krlež: „integritet (latinski integritas: netaknutost, nepovrijeđenost, ispravnost, punoća).

1. Cjelovitost, potpunost, sveukupnost; stanje u kojem neka cjelina (tvarna, pravna, psihička) ima sve svoje dijelove, tj. nije funkcionalno oštećena (npr. teritorijalni, biološki, mentalni integritet).

2. Moralna neporočnost, čestitost, ispravnost, poštenje.“

U kontekstu pokazatelja integriteta vlade, podrazumijeva se ispravno i moralno postupanje u postupcima i djelovanju vlade.

Tablica 1. Rang indeksa ekonomskih sloboda 2022 te pokazatelja vlasničkih prava, sudske učinkovitosti i integriteta vlade

Zemlja	Svjetski rang	IES* 2022	Vlasnička prava	Sudska učinkovitost	Integritet vlade
Irska	3	82,0	92,6	93,0	80,7
Luksemburg	5	80,6	97,4	96,4	89,5
Estonija	7	80,0	91,5	92,3	83,9
Nizozemska	8	79,5	96,2	96,9	92,3
Finska	9	78,3	100,0	97,8	96,4
Danska	10	78,0	98,6	89,6	99,5
Švedska	11	77,9	97,3	97,1	95,7
Norveška	14	76,9	99,6	97,3	96,0
Njemačka	16	76,1	95,7	95,3	89,4
Litva	17	75,8	88,6	74,6	66,6
Latvija	18	74,8	88,5	75,1	61,1
Češka	21	74,4	88,8	81,8	59,6
Austrija	22	73,8	98,4	94,6	82,9
Malta	27	71,5	87,8	89,9	55,8
Bugarska	29	71,0	77,3	61,1	45,6
Portugal	31	70,8	89,9	92,1	67,8
Slovenija	32	70,5	89,7	91,6	66,7
Slovačka	36	69,7	83,2	71,9	53,7
Belgija	37	69,6	92,5	91,2	83,6
Poljska	39	68,7	72,3	54,7	60,6
Španjolska	41	68,2	87,7	74,3	67,2
Hrvatska	45	67,6	81,1	69,9	50,0
Rumunjska	47	67,1	81,0	64,8	45,4
Mađarska	48	66,9	75,8	62,2	44,4
Francuska	52	65,9	93,8	85,5	75,9
Italija	57	65,4	81,7	78,6	57,3
Grčka	77	61,5	76,0	69,9	52,3

Zemlje ne-članice EU					
Rusija	113	56,1	36,8	34,7	29,7
Ukrajina	130	54,1	39,7	31,4	33,8

Legenda: IES 2022 – Indeks ekonomskih sloboda 2022

Izvor: Izrada autora prema Economic Data and Statistics on World Economy and Economic Freedom (heritage.org), 18.3.2022.

Iako se većina ekonomski razvijenijih zemalja nalazi i na samom vrhu indeksa ekonomskih sloboda 2022 (npr. Nizozemska, Luksemburg, Finska, Danska,...), postoje i određene zemlje koje iako se smatraju najrazvijenijima unutar EU27, prema indeksu ekonomskih sloboda 2022 ostvarile su visoki rang (npr. Irska, Estonija, Litva, Latvija). Iznimno je pohvalan ostvareni visoki rang za izdvojene tri baltičke zemlje, obzirom kako su relativno kasnije u odnosu na komparirane zemlje preuzele trenutačni model gospodarskog sustava (Estonija-7.; Litva-17; Latvija-18. mjesto). Drugačiji je rang, znatno lošiji u odnosu na očekivani rang kompariranih zemalja EU27 i za određene već tradicionalne „stare“ zemlje članice Europske unije (npr. Francuska, Italija, Grčka). Naime, navedene zemlje se nalaze na samom dnu zemalja članica EU27 prema indeksu ekonomskih sloboda 2022, što bi se moglo dovesti u vezu i s institucionalnim segmentom kojega ističu Próchniak i Suska (2021), navodeći sličnost mediteranskog modela kapitalizma i kapitalističkog modela zemalja srednje i istočne Europe. Stoga ne čudi da se i Republika Hrvatska, prema ostvarenom rangu indeksa ekonomskih sloboda nalazi također pri dnu ranga, zajedno, s uglavnom mediteranskim zemljama (Španjolska, Italija, Grčka) te sa zemljama s kojima se i inače nalazi u sličnom rangu razvijenosti (npr. Rumunjska), mjereno primjerice BDP-om kao najčešće korištenim ekonomskim pokazateljem.

Prosjeak indeksa ekonomskih sloboda 2022 za zemlje EU27 iznosi 72,7 što upućuje na činjenicu kako je više od polovice (čak 14 zemalja članica EU27) ispod prosjeka ostvarenog ranga indeksa ekonomskih sloboda 2022 (Malta, Bugarska, Portugal, Slovenija, Slovačka, Belgija, Poljska, Španjolska, Hrvatska, Rumunjska, Mađarska, Francuska, Italija, Grčka). Nadalje, među pojedinim indikatorima vladavine prava najviše i najmanje vrijednosti ostvarene su kako slijedi:

1. vlasnička prava: najviša razina vlasničkih prava zabilježena je u Finskoj, dok su najmanje vrijednosti vlasničkih prava zabilježene u Poljskoj;
2. sudska učinkovitost: najviša razina sudske učinkovitosti zabilježena je u Finskoj, dok je najmanja razina sudske učinkovitosti zabilježena u Poljskoj;
3. integritet Vlade: najviša razina integriteta vlade zabilježena je u Danskoj, dok je najmanja razina integriteta vlade zabilježena u Mađarskoj.

Nadalje, važno je istaknuti kako zemlje EU27 među istaknutim pokazateljima vladavine prava – vlasničkih prava, sudske učinkovitosti i integriteta vlade – uglavnom najniži indeks ostvaruju prema pokazatelju integriteta vlade. Iznimke su samo dvije zemlje od promatranih zemalja EU27 – Danska, kod koje je indeks za navedenu kategoriju nešto viši te Poljska, kod koje se indeks integriteta vlade nalazi između indeksa vlasničkih prava i sudske učinkovitosti. Nadalje, obzirom na vrednovanje tj. bodovni prag indeksa ekonomskih sloboda, kao i svih pojedinačnih indeksa koji se u računici indeksa ekonomskih sloboda uzimaju u obzir, potrebno je naglasiti kako se prema indeksu integriteta vlade kao jednog od ukupno 12 pokazatelja indeksa ekonomskih sloboda, čak devet zemalja EU27 nalazi ispod indeksa od 60,0, a koji se s obzirom na navedenu vrijednost može okarakterizirati kao represivni i uglavnom neslobodni integritet vlade: Mađarska-44,4; Bugarska-45,6; Rumunjska-45,4; Hrvatska-50,0; Grčka-52,3; Slovačka-53,7; Malta-55,8; Italija-57,3; Češka-59,6. Evidentan je prevelik broj zemalja ocijenjenih nedopustivo loše prema pokazatelju integriteta vlade.

Kada je riječ o izabranim zemljama ne-članicama EU27, evidentni su i rezultati vlasničkih prava, sudske učinkovitosti i integriteta vlade za Rusiju i Ukrajinu, obzirom na ratna događanja u izabranim zemljama, prema kojima su evidentni iznimno poražavajući ostvareni indeksi prema sva tri pokazatelja koji čine vladavinu prava te su ocijenjeni kao represivna kategorija (Tablica 1). Na globalnoj razini, obje zemlje zauzimaju iznad 100. mjesta indeksa ekonomskih sloboda. Konkretno, Rusija se nalazi na 113. mjestu, dok je Ukrajina čak na 130. mjestu globalne liste prema indeksu ekonomskih sloboda.

Tablica 2. Rang zemalja Europske unije prema grupi vladavine prava

Rang zemalja prema grupi vladavine prava	Rang grupe indeksa vladavine prava
Finska	98,1
Norveška	97,6
Švedska	96,7
Danska	95,9
Nizozemska	95,1
Luksemburg	94,4
Njemačka	93,5
Austrija	92,0
Estonija	89,2
Belgija	89,1
Irska	88,8
Francuska	85,1
Portugal	83,3
Slovenija	82,7
Malta	77,8
Češka	76,7
Litva	76,6
Španjolska	76,4
Latvija	74,9
Italija	72,5
Slovačka	69,6
Hrvatska	67,0
Grčka	66,1
Rumunjska	63,7
Poljska	62,5
Bugarska	61,3
Mađarska	60,8

Izvor: Izrada autora prema Economic Data and Statistics on World Economy and Economic Freedom (heritage.org), 18.3.2022.

Rang evidentan u tablici 1 definiran je prema 12 pokazatelja ekonomskih sloboda, dok se u nastavku detaljnije izučava samo grupa vladavine prava. Kako bi se navedeno moglo provesti, napravljen je izračun prosjeka aritmetičke sredine triju pripadajućih indeksa pokazatelja grupe vladavine prava – vlasničkih prava, sudske učinkovitosti i integriteta vlade za sve zemlje EU27. Temeljem izračuna vidljive su i promjene prema rangu indeksa grupacije vladavine prava (Tablica 2) u odnosu na ukupnu ocjenu indeksa ekonomskih sloboda (Tablica 1).

Tablica 3. Komparacija zemalja EU27: BDP per capita (PPP) i indeks vladavine prava

Rangiranje zemalja EU27 prema BDP per capita (PPP)	BDP per capita (PPP) u američkim dolarima (\$)	Rangiranje zemalja EU27 prema grupaciji vladavine prava	Indeks vladavine prava
Luksemburg	118.001,6	Finska	98,1
Irska	94.391,5	Norveška	97,6
Norveška	65.800,1	Švedska	96,7
Danska	58.932,8	Danska	95,9
Nizozemska	57.534,2	Nizozemska	95,1
Austrija	55.218,4	Luksemburg	94,4
Švedska	54.146,1	Njemačka	93,5
Njemačka	54.075,7	Austrija	92,0
Belgija	51.096,1	Estonija	89,2
Finska	49.853,3	Belgija	89,1

Izvor: Izrada autora prema Economic Data and Statistics on World Economy and Economic Freedom (heritage.org), 18.3.2022.

Naime, zemlje sjeverne Europe (Finska, Norveška, Švedska, Danska) u ekonomskoj teoriji i znanosti prepoznate su kao zemlje visokog životnog standarda i visokog stupnja zadovoljstva kvalitetom i standardom života (vidi u: Martela, Greve, Rothstein i Saari, 2020; Frajman Ivković, 2012) te stoga ne iznenađuje generalno njihov iznimno visok rang indeksa ekonomskih sloboda, posebice ne kada je riječ o rangu grupacije vladavine prava⁵⁸

⁵⁸ O složenosti vladavine prava i odnosu spram ekonomskog rasta vidjeti u: Haggard, S., Tiede,

(Tablica 2). Evidentno je kako stupanj razvijenosti grupe vladavine prava, sastavljen od triju pokazatelja utječe na stupanj razvoja nacionalnog gospodarstva. Stoga se prikazuju rezultati usporedne analize BDP per capita (PPP) izraženih američkim dolarima i ranga vladavine prava (Tablica 3).

Razvidno je komparativnim uvidom kako se na prvih 10 mjesta – iako nešto drugačijim rasporedom nalaze gotovo identične zemlje. Iznimke su samo Estonija i Irska, uz pojašnjenja navedenih odstupanja na primjeru zemalja EU27:

- Iako Estonija ne ostvaruje BDP per capita (PPP) viši od prosjeka EU27 (46.645,2), ima iznimno visok rang vladavine prava – na devetom mjestu u ukupnom poretku EU27 (89,2);
- Irska, koja se prema pokazatelju BDP per capita (PPP) u ukupnom poretku EU27 nalazi na iznimno visokom drugom mjestu prilikom rangiranja EU27, nije u prvih deset mjesta prema rangu vladavine prava, ali je odmah iza – već na 11. mjestu – prema referentnoj grupaciji vladavine prava. Treba ipak napomenuti, kako se rezultat indeksa vladavine prava (88,8) nalazi značajno iznad prosjeka grupe vladavine prava (81).

Zaključak

Nacionalna gospodarstva nisu uvijek u mogućnosti birati razinu svoje otvorenosti spram drugih nacionalnih gospodarstava. Naime, obzirom na liberalističke trendove usvojene u velikom broju zemalja 90-ih godina 20. stoljeća i prelaskom na tržišni model gospodarstva, težnja za rješavanjem nekih od važnih makroekonomskih pitanja, već su unaprijed predodređena za „tržišnu bitku“ liberalizma. Stoga ostvarenje i integritet ekonomskih sloboda dobiva novu ulogu i mjesto. S obzirom na to da ekonomska teorija (a sve češće i praksa) govori u korist potrebe promjena u institucionalnom segmentu i svih prednosti takvoga postupanja u cilju unaprjeđenja ekonomske perspektive, središnje mjesto zauzima vladavina prava kao jedna od četiriju kategorija indeksa ekonomskih sloboda.

L. B. (2011). The rule of law and economic growth: where are we?. *World Development*, 39(5), 673-685. URL: <https://gsdrc.org/document-library/the-rule-of-law-and-economic-growth-where-are-we/> [pristup: 22.3.2022.]

Naime, vladavina prava kategorija je koja sadržava tri pokazatelja – vlasnička prava, sudska učinkovitost i integritet vlade. Indeks vladavine prava najviši je za zemlje sjeverne Europe (Finska, Norveška, Švedska, Danska), a koje slijede zemlje zapadne Europe (Nizozemska, Luksemburg, Njemačka, Austrija). Integritet vlade, kao jedan od pokazatelja vladavine prava, prema dostupnim rezultatima, upućuje na najniže razine rezultata u odnosu na preostala dva pokazatelja grupe integriteta vlade, i to u gotovo svim zemljama promatrane EU27. Integritet vlade, naime, podrazumijeva moralno, čestito, pošteno i funkcionalno postupanje te tako sudjeluje u izgradnji institucionalnog okvira kao i izgradnji povjerenja u institucije.

Pitanje institucionalnog okvira i kvalitete institucija u zemljama srednje i istočne Europe, pitanje je staro koliko i prihvaćeni novi sustav kapitalizma, na snazi jednako dugo koliko i suverenost navedenih zemalja. Ipak, od postojećih modela kapitalizma, kontinentalnog, mediteranskog, skandinavskog te anglo-saksonskog, najbliži model kapitalizma zemalja srednje i istočne Europe, odgovara mediteranskom modelu. Ujedno se ovime odgovara na hipotezu o sličnosti zabilježene razine indeksa ekonomskih sloboda većine zemalja srednje i istočne Europe s nekim mediteranskim zemljama. Iznimaka u poretku indeksa ekonomskih sloboda prema kapitalističkom mediteranskom modelu ima za baltičke zemlje, a što je zabilježeno i s obzirom na svjetski poredak i s obzirom na to da ostvaruju iznimno dobre rezultate indeksa ekonomskih sloboda (čak u rangu prvih 20 mjesta).

Sistematizirajući dosadašnja iznesena teorijska saznanja i izvršenu analizu te komparacijom ostvarenih rezultata grupe vladavine prava s dostupnim podacima ostvarenog BDP per capita (PPP), evidentno je kako se na prvim mjestima prilikom rangiranja oba pokazatelja uglavnom nalaze iste zemlje – zemlje sjeverne i zapadne Europe. Stoga je jednostavno i zaključiti o snažnom utjecaju pokazatelja grupe vladavine prava na ostvareni stupanj ekonomskog razvoja. Iznimke nekoliko zemalja potvrđuju pravilo kako su indekse ekonomskih sloboda, osim spram pokazatelja grupe vladavine prava, gradile i na, i drugim važnim pokazateljima i grupama indeksa ekonomskih sloboda (npr. Irska, Estonija). Stoga institucionalna perspektiva svih zemalja, a posebice zemalja srednje i istočne Europe, treba implementirati usvajanje politika kojima se promiču vlasnička prava, sudska učinkovitost i integritet vlade, kao područja od iznimne važnosti u ostvarenju viših ekonomskih standarda i standarda života.

Literatura

- Ayal, E. B., Karras, G. (1998). Components of Economic Freedom and Growth: An Empirical Study. *The Journal of Developing Areas*, 32(3), 327–338. URL: <http://www.jstor.org/stable/4192775> [pristup: 3.3.2022.]
- Baletić, Z., Budak, J. (2007). Indeksi ekonomskih sloboda kao mjerila institucionalne konvergencije Hrvatske prema EU, *Ekonomski pregled*, 58(12), 804–825. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/30385>, [pristup: 11.3.2022.]
- Brundenius, C. (2017). Challenges of Rising Inequalities and the Quest for Inclusive and Sustainable Development. U: C. Brundenius, B. Göransson, J. Carvalho de Mello (ur). *Universities, Inclusive Development and Social Innovation*. (str. 9.-48.). Cham: Springer. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-319-43700-2_2, [pristup: 1.3.2022.]
- Buterin, V., Olgić Draženović, B., Jakovac, P. (2018). Institucije kao determinanta ekonomskog rasta – primjer Hrvatske i odabranih članica EU-a. *Zbornik Sveučilišta u Rijeci*, Vol. 6 No. 1, 217-234. URL: <https://hrcak.srce.hr/199880> [pristup: 1.3.2022.]
- Chancel, L., Hough, A., Voituriez, T. (2018). Reducing Inequalities within Countries: Assessing the Potential of the Sustainable Development Goals. *Global Policy*, Vol. 9. Is. 1., 5-16. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1758-5899.12511>, [pristup: 1.3.2022.]
- Cohen, D., Piketty, T., Saint-Paul, G. (2002). *The Economics of Rising Inequalities*. Oxford-New York: Oxford University Press.
- Dabrowski, M. (2000). Transition to a market economy: A retrospective comparison of China with countries of the former Soviet block. *Acta Oeconomica*, 70, 15–45. URL: [AOECON-2020.00024_proof 15..45 \(hse.ru\)](https://doi.org/10.1007/s00148000024) [pristup: 15.3.2022.]
- dal Bo, F., Finan, F. (2020). At the Intersection: A Review of Institutions in Economic Development. U: J.-M. Baland, F. Bourguignon, J.-P. Platteau, T. Verdier (ur). *The Handbook of Economic Development and Institutions* (str. 23-84). Princeton i Oxford: Princeton University Press.
- Europska komisija (2017). Tematski informativni članak o Europskom semestru – Rješavanje problema nejednakosti. URL: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/file_import/european-semester_thematic-factsheet_addressing-inequalities_hr.pdf, [pristup: 7.2.2022.]
- Frajman Ivković, A. (2012). Progres društva vođen subjektivnim blagostanjem: Indeks sreće građana, Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku. URL: http://www.efos.unios.hr/afrajman/wp-content/uploads/sites/49/2013/04/Doktorska-disertacija_Frajman-Ivkovic.pdf [pristup: 22.3.2022.]
- Globalni ciljevi za održivi razvoj. URL: <http://lora.bioteka.hr/un-ciljevi-odrzivog-razvoja/>. [pristup: 7.2.2022.]

- Heritage Foundation*, <https://www.heritage.org/index/about>, 11.3.2022.
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža (2021). <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27591>, [pristup: 22.3.2022.]
- Jurlina Alibegović, D., Marošević, K. (2020). Institutional Trust in the Case of Croatian Regions. *Pravni vjesnik* Vol. 36 Is. 3-4, 25-42. URL: <https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/pravni-vjesnik/article/view/11551/6810>, [pristup: 23.3.2022.]
- Lazaryan, S. S., Chernotalova, M. A. (2017). Global Risk of Rising Inequality. *Finansovyy zhurnal — Financial Journal*, Is. 4, 34.-46. URL: <https://ideas.repec.org/a/fru/finjrn/170403p34-46.html>, [pristup: 1.3.2022.]
- Marošević, K. (2021). *Regionalni razvoj i neravnoteže u Republici Hrvatskoj*. Osijek: Pravni fakultet Osijek.
- Martela, F., Greve, B., Rothstein, B., Saari, J. (2020). The Nordic Exceptionalism: What Explains Why the Nordic Countries are Constantly Among the Happiest in the World. U: J. F. Helliwell, R. Layard, J. D. Sachs, J.-E. De Neve (ur). *World Happiness Report 2020*. (str. 129-147). URL: <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2020/WHR20.pdf> [pristup: 22.3.2022.]
- Miller, T., Kim, A. B. (2011). Defining Economic Freedom. 2011 Index of Economic Freedom. 19-27. URL: http://www.tusciasfisco.it/images/files/6_Chapter%202.pdf [pristup: 3.3.2022.]
- North, D. C. (2003). *Institucije, institucionalna promjena i ekonomska uspješnost*. Zagreb: Masmedia.
- Peev, E., Mueller, D. C. (2012). Democracy, Economic Freedom and Growth in Transition Economies. *Kyklos* 65 (3), 371-407. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.2012.00543.x> [pristup: 15.3.2022.]
- Próchniak, M., Suska, M. (2020). Diversity of Capitalism in Central-Eastern and Western European Countries: Robustness of Results Based on Different Coefficients of Similarity. *European Research Studies Journal* 24 (3), 584-595.
- Rozmahel, P., Kouba, L., Grochová, L., Najman, N. (2013). Integration of Central and Eastern European Countries: Increasing EU Heterogeneity?. *WWWforEurope Working Paper*, No. 9, WWWforEurope, Vienna. URL: https://www.econstor.eu/bitstream/10419/125664/1/WWWforEurope_WPS_no009_MS77.pdf [pristup: 12.3.2022.]
- Slukhai, S., Borshchenko, T. (2019). Social welfare dynamics in post-socialist countries: unveiling the secrets of success. *Public sector* 43 (2), 167-194. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/322431> [pristup: 15.3.2022.]

- Šućur, Z. (2021). Dohodovne nejednakosti i redistributivne preferencije u Hrvatskoj i zemljama EU-a: makroanaliza. *Revija za socijalnu politiku*, god. 28, br. 2, 33-162. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/380262>, [pristup: 7.2.2022.]
- Torvik, R. (2020). Formal Institutions and Development in Low-Income Countries: POSitive and Normative Theory. U: J.-M. Baland, F. Bourguignon, J.-P. Platteau, T. Verdier (ur). *The Handbook of Economic Development and Institutions* (str. 103-137). Princeton i Oxford: Princeton University Press.
- Uzelac, O., Davidovic, M., Dukic Mijatovic, M. (2020). Legal framework, political environment and economic freedom in central and eastern Europe: do they matter for economic growth?. *Post-Communist Economies* 32 (6), 697-725. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14631377.2020.1722583> [pristup: 15.3.2022.]

THE IMPORTANCE OF ECONOMIC FREEDOMS IN ECONOMIC DEVELOPMENT AND THE INFLUENCE OF INSTITUTIONS

Abstract

Modern trends are characterized by numerous inequalities, regardless of the level of development of the national economy. Economic theorists, but also theorists of many other sciences, among others, cite neoliberal policies and globalization as one of the causes of inequalities. But, liberalism is usually associated with more economic freedom, and consequently, points to more developed economies. On the other hand, lower levels of economic freedoms point to the problem of lower level of economic development, and accompanying societies that „suffer“ from numerous imbalances. The economic freedoms issue in the countries of Central and Eastern Europe is mainly related to the problem of acceptable institutional level action. Thus, institutional (under)development in the countries of Central and Eastern Europe often appears as a potential cause, but as well as a consequence of underdeveloped economies.

Therefore, the aim of this paper is to analyze, rank and compare inequalities in selected EU27 countries according to rule of law group as one of four indicator groups of economic freedom expressed by index of economic freedom, having in mind that the rule of law determines on institutions and institutional frame. At the same time, there is an insights of Central and Eastern European Countries deviations regarding the rule of law group and according to indicator of government integrity compared to more developed countries of North and Western Europe.

Keywords: economic differences, economic freedom, EU27, Croatia, institutions, inequalities

Matko Guštin⁵⁹

(NE)OGRANIČENA MOĆ BRAČNIH DRUGOVA U UREĐENJU OSOBNIH PRAVA I DUŽNOSTI U HRVATSKOM OBITELJSKOPRAVNOM ZAKONODAVSTVU⁶⁰

Prethodno priopćenje
<https://doi.org/10.59014/KVXZ2332>

Sažetak

Osobna prava i dužnosti bračnih drugova sadrže ovlaštenja koja dovode do određenih promjena, a dijele se na ona prisilne i dispozitivne naravi. Ovlaštenja bračnih drugova da uređuju svoje odnose kao i da odlučuju o njihovom prestanku, rezultat su moći bračnih drugova. Osobna prava i dužnosti bračnih drugova imaju dalekosežno značenje jer iz njih proizlazi moć (ovlaštenje) održavanja stabilnih i skladnih obiteljskih odnosa. S druge strane, kod uređenja bračnih odnosa, zakonodavci uzimaju u obzir činjenicu da je obitelj temeljna društvena zajednica u kojoj ne mogu uvijek prevladavati stroge norme, nego u određenom stupnju postoje i norme koje omogućuju slobodu uređenja određenih odnosa. Osim toga, nacionalni zakonodavci uzimaju u obzir i europske standarde zaštite tih prava i dužnosti. Rezultat je toga taj da je danas moguće postizanje sporazuma o izboru prezimena, mjestu stanovanja, rađanju i podizanju djece te obavljanju svakodnevnih kućanskih poslova. Međutim, mogućnost sporazumijevanja nije predviđena za prava i dužnosti poštivanja međusobne ravnopravnosti, vjernosti, pomaganja i poštovanja, uzdržavanja te održavanja skladnih obiteljskih odnosa. Uz prisilnost, navedena prava i dužnosti bračnih drugova karakterizira i određeni stupanj moralnosti. Neovisno o kojoj se vrsti osobnih prava i dužnosti bračnih drugova radi, nepoštivanje svake od njih može rezultirati pravnom posljedicom – razvodom braka. Cilj je ovog rada uputiti na važnost pravne normiranosti osobnih prava i dužnosti bračnih drugova radi uspostavljanja ravnopravnosti između bračnih drugova. U tom smislu, ne treba promatrati samo pravnu stranu regulacije već i njezinu socijalnu dimenziju. Stoga se u radu, uz analizu relevantnih odredbi Obiteljskog zakona, predstavljaju i dostupni statistički pokazatelji vezani uz

59 Pravni fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, mgustin@pravos.hr.

60 Ovaj je rad financirao Pravni fakultet Osijek Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku internim projektom br. IP-PRAVOS-2 „Pravna zaštita obitelji i ranjivih skupina društva“.

neka od osobnih prava i dužnosti bračnih drugova koji su, zasigurno, najrelevantniji pokazatelj učinkovitosti primjene zakonskih normi o uređenju osobnih prava i dužnosti. Isto tako, analizira se pravni značaj osobnih prava i dužnosti iz aspekta teorije prava te značaj preventivnog pristupa u suzbijanju njihovih povreda.

Ključne riječi: bračni drugovi, osobna prava i dužnosti, Obiteljski zakon, obitelj, razvod

Uvod

Osim što predstavljaju dio pravnog uređenja braka, osobna prava i dužnosti bračnih drugova potrebno je tumačiti i kao moralne smjernice za održavanje skladnih bračnih odnosa, što je preduvjet za održanje braka kao dugoročne zajednice s višestrukim učincima na društvo u cjelini. Hrvatskim Obiteljskim zakonom (Narodne novine br. 103/15, 98/19, u nastavku: ObZ) uređena su osobna prava i dužnosti bračnih drugova dispozitivne i kogentne naravi, odnosno ona o kojima se mogu i ne mogu sporazumijevati. Hrvatsko obiteljsko zakonodavstvo oduvijek je odlikovao suvremeni pristup pa je ravnopravnost bračnih drugova, kao jedno od osobnih prava i dužnosti, bilo regulirano i polovinom prošlog stoljeća Osnovnim zakonom o braku (Službeni list FNRJ, br. 29/46, 36/48, 44/51, 18/55, Službeni list SFRJ, br. 12/65, Narodne novine, br. 52/71, 11/78). Međutim, današnja rješenja usklađena su s europskim standardima te vode jačanju demokratizacije obitelji. Tako je hrvatski zakonodavac 2015. godine uveo određene promjene u ta prava i dužnosti. Pravo na stanovanje u obiteljskom domu postalo je detaljnije određeno osobno pravo i dužnost bračnih drugova s naglaskom na zaštiti djece. Zbog specifičnosti bračne zajednice, prije svega slobodnog stupanja u nju, zakonodavac je osobnim pravima i dužnostima dispozitivne naravi bračnim drugovima ostavio mogućnost da odnose u braku i obitelji uređuju prema njihovim vlastitim shvaćanjima braka i obitelji. Zajednička je karakteristika osobnih prava i dužnosti dispozitivne i kogentne naravi ta da za njihovu povredu nije predviđena sankcija, odnosno, bračni drugovi su ti koji odlučuju o pravnoj posljedici narušenosti bračnih odnosa razvodom braka.

Jedno je od pitanja u ovom radu, teorijsko pitanje pravne naravi osobnih prava i dužnosti bračnih drugova, u vezi s kojim se povezuje pojam moći. Moć dovodi do određenih promjena, no u pravnom smislu, moć je sadržana u (relativnom) pravnom ovlaštenju koje bračnim drugovima daje

mogućnost da nešto učine ili ne učine (Visković, 2001, 214). Primjerice, bračni se drugovi tako sporazumijevaju o izboru prezimena ili o rađanju i podizanju djece, dok su obvezni međusobno se poštovati. Međutim, postoji zakonodavni okvir koji „upućuje“ bračne drugove kako se trebaju ponašati u braku, a tu nema potpune prisilnosti pa je bračnim drugovima dana moć – pravno ovlaštenje, zahtijevati razvod braka ako brak ne ispunjava njihova očekivanja. Teorijski, svaki bračni drug ima „spособnost unutar sustava pravila promijeniti svoju pravnu situaciju ili situaciju nekog drugog“ (Tucak, 2016, 190).

Osobna prava i dužnosti bračnih drugova potrebno je tumačiti i kao odraz ravnopravnosti bračnih drugova s obzirom na to da svaki od njih ima (makar teorijski) jednak stupanj moći, na način kako je ranije pojašnjeno njezino značenje. Na pojedina prava i dužnosti bračni drugovi mogu izravno utjecati autonomijom svoje volje.

U ovom se radu prikazuju osobna prava i dužnosti bračnih drugova propisani hrvatskim ObZ-om. Osobna prava i dužnosti bračnih drugova, analiziraju se u pravno-teorijskom kontekstu i korištenjem dostupnih statističkih podataka koji upućuju na (ne)ravnopravnost muža i žene u braku. U radu se otvara pitanje pravnog „sankcioniranja“ nepoštivanja osobnih prava i dužnosti bračnih drugova, ali i razmišljanje o načinu na koji bi država mogla prevenirati loše bračne odnose koji rezultiraju povredama osobnih prava i dužnosti bračnih drugova, a u konačnici (najčešće) razvođom braka.

Teorijsko određenje osobnih prava i dužnosti bračnih

Brak, kao temeljni društveni odnos, predstavlja okosnicu razvoja obiteljskog života.⁶¹ Doprinos braka ne ogleda se samo u razvoju obiteljskog života, već i u širem društvenom kontekstu s obzirom na njegovu ekonomsku, prokreacijsku i emocionalnu komponentu (Hrabar, 2021, 41). Sklapanjem braka, za bračne drugove nastupaju određeni učinci, u teoriji i praksi obiteljskog prava poznati kao osobna prava i dužnosti bračnih drugova. Ta

61 Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u Hrvatskoj se od 2011. do 2021. godine sklopilo 194 693 brakova, najviše 2016. godine – 20 467, dok ih se najmanje sklopilo 2020. – svega 15 196. Prema navedenim podacima, proizlazi kako se prosječno godišnje sklopi oko 17 700 brakova (Statističke informacije, 2022.).

prava „dio su učinaka braka kojima je određen temelj pravnog statusa žene i muškarca kao osoba i subjekata u novonastalom obiteljsko-pravnom odnosu“ (Alinčić et al., 2001, 84). Prava i dužnosti bračnih drugova djeluju kao međusobni korelativ. Teoretičar prava Bentham ističe kako prava postoje samo temeljem postojanja pravnih dužnosti kojima se štite interesi nositelja prava. Isto tako, ističe da dužnosti imaju prednost u odnosu na prava jer „dužnosti proizlaze iz zakona, dok prava proizlaze iz dužnosti“ (Tucak, 2016, 32). S obzirom na to da se odnose na konkretne subjekte – bračne drugove, osobna prava i dužnosti čine subjektivna prava koja se odnose na „prava i dužnosti konkretnih subjekata povodom konkretnog objekta pravnog odnosa“ – braka (Tucak, 2016, 255). Prema općoj podjeli, osobna prava i dužnosti bračnih drugova mogu biti osobne ili imovinske naravi. U kontekstu osobnih prava i dužnosti bračnih drugova, potrebno je razlikovati prava i dužnosti dispozitivne naravi te ona kogentne naravi, odnosno ona o kojima se bračni drugovi mogu sporazumijevati u odnosu na one o kojima se ne mogu sporazumijevati (Hrabar, Korać Graovac, 2019, 52). Hrvatskim ObZ-om (čl. 30. – 33.) regulirane su obje vrste osobnih prava i dužnosti, pa tako u osobna prava i dužnosti dispozitivne naravi ulaze izbor prezimena, odabir mjesta stanovanja, sporazum o rađanju i podizanju djece te obavljanju kućanskih poslova. S druge pak strane, osobna prava i dužnosti bračnih drugova kogentne naravi čine ravnopravnost, vjernost, uzajamno pomaganje, uzdržavanje, međusobno poštovanje te održavanje skladnih bračnih odnosa između bračnih drugova (Hrabar, 2019, 70, 71). Pritom, važno je istaknuti uzdržavanje kao pravo i dužnost bračnih drugova koje je dijelom osobno, a dijelom imovinsko pravo (Erdelec, 2018, 15). Zbog kompleksnosti braka kao društvene zajednice, gotovo je nemoguće pravnim putem urediti sve njegove učinke (Alinčić, Bakarić-Mihanović, 1980, 67). Potrebno je istaknuti kako je sam čin sklapanja braka potaknut emocionalnim i voljnim aspektom, kao i aspektom povjerenja zbog čega o poštovanju ovih moralno-etičkih aspekata primarno brinu sami bračni drugovi. Osobna prava i dužnosti bračnih drugova karakteriziraju relativnost i apsolutnost, odnosno djelovanje samo prema bračnim drugovima uz mogućnost isključenja trećih iz tog odnosa⁶² (Prokop, 1969, 13). Zakonodavac ostavlja mogućnost bračnim drugovima da svojim djelovanjem dovedu do određenih promjena (npr. mogućnost

62 Iako se učinci braka primarno odnose na bračne drugove, učinci braka mogu se odnositi i na djecu bračnih drugova, a u što bi ulazilo ostvarivanje (zajedničke) roditeljske skrbi.

promjene prezimena prilikom sklapanja braka ili odluka o mjestu stanovanja). Međutim, za pojedina pitanja, i to ona moralne naravi, zakonodavac nije ostavio prostora za odlučivanje bračnim drugovima, već je ta pitanja odredio kao standard (vjernost, poštovanje drugog bračnog druga i slično).⁶³ Pojednim osobnim pravima i dužnostima, kao što su vjernost, uzajamno pomaganje i ravnopravnost, zakonodavac nastoji zaštititi brak kao važan društveni odnos koji utječe na stabilnost čitave društvene zajednice. No pitanja poput vjernosti i uzajamnog pomaganja, isključivi su odraz života pojedinaca i njihova poimanja uloge braka i obitelji.

Da bi se bolje razumjela njihova svrha, osobna prava i dužnosti bračnih drugova, potrebno je analizirati iz perspektive teorije prava. Ključno je pitanje: što su uopće pravo i pravna norma? Prema Vrbanu (2003, 236), pravo je normativna pojava čija je svrha regulacija društvenih sustava koja počiva na jamstvu državne prisile. Referirajući se na prethodnu definiciju, pravna norma sadrži određeni zahtjev ili traženje, a sastoji se od hipoteze (pretpostavke), dispozicije (zahtjeva) te delikta i sankcije (posljedice nepoštivanja norme) (Vrban, 2003, 242). Dakle, razvidno je kako osobnim pravima i dužnostima nedostaje sankcija, odnosno državna prisila kojom bi se kažnjavalo neželjeno ponašanje u braku, zbog čega su ova prava i dužnosti okarakterizirana kao *leges imperfectae* – nepravne pravne norme (Žganec-Brajša, 2016, 165). Osobna prava i dužnosti mogu se poimati i kao pravne i (djelomično) kao moralne norme što potkrjepljuje sljedeća argumentacija. Visković (2001, 124) kao zajedničko obilježje pravnih i moralnih normi ističe njihov značaj za opstanak društva. Brak je institucija važna za opstanak društva, no kriteriji razlikovanja ovih dviju vrsta normi više govore u prilog njihovu pravnom, nego moralnom elementu. Prema osobinama, osobna prava i dužnosti bračnih drugova bila bi moralne norme s obzirom na to da je riječ o odnosima i koji jesu i koji nisu vanjski kontrolabilni (Visković, 2001, 127). Međutim, tvorcima ovih normi lako su određivi, one se primjenjuju organizirano i sukladno određenoj proceduri (Visković, 2001, 127). Jednostavnije rečeno, osobna prava i dužnosti bračnih drugova, pravno su regulirana, no s obzirom na to da se odnose na brak kao osobni odnos dviju osoba, neposredno ih odlikuje i određena

63 Taj odnos pravne i moralne strane osobnih prava i dužnosti bračnih drugova najbolje se očituje u Habermasovom poimanju prava i morala. Prema njegovu stajalištu, društvo s jedne strane provodi prisilu i ograničavanje pojedinca, dok s druge strane omogućava vođenje vlastitog života pojedinca ovisno o njegovim vrijednostima i načelima (Kregar, 2014, 184).

razina moralnosti, osobito glede obveze međusobnog poštovanja, što je preduvjet opstojnosti braka.

Ako ne postoji mogućnost sankcioniranja povreda osobnih prava i dužnosti, trebaju li one uopće biti (nepravo) pravno regulirane? U tom smislu, pravni teoretičar Bentham ističe kako je društvu, koje dobro funkcionira, potreban „pravni sustav s precizno definiranim pravima“ (Tucak, 2016, 27). Ovo Benthamovo razmišljanje jasno upućuje na potrebu pravne regulacije osobnih prava i dužnosti jer je u interesu države opstojnost što većeg broja brakova zbog njihova pozitivnog učinka na društvo. Sama činjenica da zakonodavac regulira osobna prava i dužnosti odmiče od njih isključivu odliku moralnosti. Osobna prava i dužnosti pravno su regulirana što znači i da brak nije potpuno slobodan odnos s obzirom na to da je prema Salmond, „sloboda nešto što osoba čini bez pravnih ograničenja“ (Tucak, 2016, 41, 42). Premda ne postoji sankcija, zakonodavac je, ipak, postavio određeni pravni okvir kojim naglašava željeno ponašanje bračnih drugova ograničavajući njihovu potpunu slobodu. Teoretičari prava ističu da je za postojanje pravnosti kod nepravilnih pravnih normi nužno postojanje tijela koje može provesti pravnu posljedicu (Vrban, 2003, 251). Kod povrede osobnih prava i dužnosti, bračni drugovi iniciraju razvod braka, dok konačnu odluku o tome donosi nadležno državno tijelo (sud). U tom smislu, osobnim pravima i dužnostima jamči se određeni stupanj pravne sigurnosti koja omogućava bračnim drugovima da predvide svoja ovlaštenja, prava, obveze te sankcije, odnosno pravne posljedice određenih ponašanja (Visković, 2001, 147). Međutim, na koji način se osobnim pravima i dužnostima jamči pravna sigurnost ako za njihovu povredu nije predviđena sankcija? Najjednostavnije rečeno, brak je privatni odnos zbog čega država nema pravo zadirati u njega i određivati po kojim će pravilima osobe živjeti – ona samo postavlja okvir ponašanja za kojeg smatra da je poželjan i za dobrobit bračnih drugova, pri čemu su oni ti koji odlučuju o posljedici neželjenog ponašanja u braku (Žganec-Brajša, 2016, 163) – razvodu braka. Stoga, moć bračnih drugova može djelovati u pozitivnom smjeru, npr. izborom prezimena te u negativnom smjeru, u slučaju razvoda braka.⁶⁴ Ovakvom analizom osobnih prava i dužnosti bračnih drugova, razvidno

⁶⁴ Prema hrvatskom obiteljskom zakonodavstvu, postoji mogućnost razvoda braka temeljem sporazuma bračnih drugova ili tužbom (čl. 50. – 57. ObZ). Pritom, potrebno je razlikovati i razvod braka s maloljetnom djecom ili bez njih. ObZ-om je bračnim drugovima dana i mogućnost sporazumijevanja o pravnim posljedicama razvoda braka.

je kako njihova moć u uređenju međusobnih (bračnih) odnosa proizlazi iz kontradiktornih pojmova vlasti i otpornosti (Tucak, 2016, 90). S jedne strane, bračni drugovi imaju mogućnost urediti pojedine odnose u bračnoj zajednici, s druge strane, institutom razvoda braka daje im se mogućnost otpora prema neželjenim ponašanjima u toj zajednici. Dakle, zajednički nazivnik ovih dvaju pojmova jest moć kojom bračni drugovi mogu dovesti do određenih promjena.

Jednako kao što osobna prava i dužnosti (točnije, njihove učinke) uživaju bračni drugovi, uživaju ih i izvanbračni i životni (istospolni) partneri, uz određene iznimke (Lucić, 2020, 175; Lucić, 2017, 76). Premda osobna prava i dužnosti predstavljaju nepravne pravne norme, njima se sprječava prevlast jednog bračnog druga nad drugim, čime se postiže ravnoteža njihovih odnosa. U slučaju povrede osobnih prava i dužnosti, bračnim drugovima preostaje mogućnost razvoda braka.

Osobna prava i dužnosti kogentne naravi

Osobnim pravima i dužnostima bračnih drugova kogentne naravi, nastoji se osigurati skladnost bračnih odnosa i braka uopće. Kogentne su pravne norme one kojima se reguliraju važni i konfliktni odnosi te se njima nameće „obrazac“ ponašanja kojeg zakonodavac želi postići (Visković, 2001, 174). Stoga su osobna prava i dužnosti kogentne naravi ravnopravnost, vjernost, uzajamno pomaganje, uzdržavanje, međusobno poštovanje te održavanje skladnih bračnih odnosa (Hrabar, 2021, 79, 80; čl. 31. ObZ) kojima se promiču vrijednosti braka kao temeljnog društvenog odnosa. Kada bi zakonodavac dopustio sporazumijevanje bračnih drugova o ovim učincima, brak bi izgubio svaki smisao jer bi to, *de facto*, značilo da bi se bračni drugovi mogli sporazumjeti o tome da se međusobno ne poštuju. Takav pristup otklonio bi sve odlike braka kojeg zakonodavac zamišlja kao odnos međusobnog poštovanja kojim bračni drugovi ispunjavaju svoje osobne i emocionalne potrebe. Razvidno je kako je navedena skupina osobnih prava i dužnosti bračnih drugova uglavnom moralne naravi, ona su odraz životnih navika, odnosno kroz razdoblje prije sklapanja braka bračni drugovi uviđaju karakteristike ponašanja pa u konačnici i spremnost za sklapanje braka s određenom osobom. Važno je istaknuti i odredbu ObZ-a prema kojoj se brak u građanskom obliku sklapa u roku

između 30 i 45 dana od dana prijave namjere sklapanja braka (čl. 17. st. 1. ObZ), odnosno potvrda o ispunjenju pretpostavki za sklapanje braka u vjerskom obliku s građanskim učincima vrijedi tri mjeseca od dana izdavanja (čl. 20. st. 4. ObZ). Tako budući bračni drugovi mogu preispitati svoju odluku o namjeri sklapanja braka (Hrabar, Korać Graovac, 2019, 35) te prevenirati potencijalno neželjena ponašanja. U slučaju povrede nekog od ovih prava, moguć je razvod braka.

Ostvarivanje skladnih bračnih odnosa

Za održavanje skladnih bračnih odnosa, potrebno je uzeti u obzir skupno sva osobna prava i dužnosti bračnih drugova, kako ona dispozitivne, tako i ona kogentne naravi. Međutim, skladnost bračnih odnosa posebno se postiže ravnopravnošću, vjernošću, uzajamnim pomaganjem te međusobnim poštovanjem koji posljedično omogućavaju i ispunjavanje zakonske odredbe o dužnosti održavanja skladnih bračnih odnosa. Obveza održavanja potonjih odnosa povezana je s činjenicom da je bračna zajednica, u konačnici i životna zajednica, dinamična zajednica u kojoj bračni drugovi moraju uzimati u obzir međusobne različitosti i potrebe prilagođavanja na određene promjene (Alinčić, Bakarić-Mihanović, 1980, 70).

Uvrštavanje ravnopravnosti bračnih drugova u kategoriju osobnih prava i dužnosti bračnih drugova o kojima se ne mogu sporazumijevati, načinjen je značajan pomak u odnosu na patrijarhalno poimanje braka.⁶⁵ Ravnopravnost je jedno od ustavnih načela (čl. 3. Ustava Republike Hrvatske, Narodne novine, br. 56/90, 135/97, 08/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14), kao i načelo obiteljskog prava kojim se žena i muškarac međusobno izjednačavaju u svim obiteljsko-pravnim odnosima (čl. 3. ObZ). U kontekstu bračnih odnosa, važno je istaknuti i Zakon o ravnopravnosti spolova (Narodne novine, br. 82/08, 69/17, u nastavku: ZRS) prema kojemu su žene i muškarci (samim time i bračni drugovi) jednako zastupljeni u javnom i privatnom životu uz jednak status, mogućnosti i koristi od ostvarenih rezultata pri čemu je zabranjena svaka diskriminacija temeljem bračnog i obiteljskog statusa (čl. 5. i

⁶⁵ U hrvatskom obiteljsko-pravnom, odnosno bračnom zakonodavstvu, ravnopravnost je bila uvrštena kao jedno od načela u Osnovnom zakonu o braku iz 1946. godine.

6. ZRS). Ravnopravnost je dio i europskog zakonodavstva.⁶⁶ Potrebno je u tom smislu istaknuti i Rezoluciju Vijeća Europe o premošćivanju jaza ravnopravnosti (Sedma konferencija ministara Vijeća Europe odgovornih za ravnopravnost žena i muškaraca, Rezolucija „premošćivanje jaza između de jure i de facto ravnopravnosti u cilju postizanja stvarne ravnopravnosti spolova“, MEG 7(2010)) koja naglašava važnost ukidanja svakog oblika diskriminacije žena i muškaraca, kao i jednake raspodjele odgovornosti oko brige za djecu i kućanskih poslova.

Uzajamno pomaganje označava pravo i dužnost bračnih drugova pomagati jedno drugome kada je ta pomoć potrebna, bilo da je potreba za njezinim pružanjem uzrokovana imovinskim ili neimovinskim razlogom (Prokop, 1969, 17). To bi značilo pružanje pomoći u slučaju bolesti, nevolje, kao i davanje savjeta bračnom drugu, tješjenje, olakšavanje patnji i slično, ali i mogućnost zaštite pravnih interesa putem zastupanja (Hrabar, 2021, 81). Usko povezano osobno pravo i dužnost s uzajamnim pomaganjem su pravo i dužnost međusobnog poštovanja bračnih drugova. Navedeno pravo i dužnost podrazumijeva razumijevanje i uvažavanje potreba bračnih drugova te životnih svjetonazora, a to označava širi kontekst od ravnopravnosti (Alinčić, Bakarić-Mihanović, 1980, 70). U interesu je društva i zakonodavca da svi bračni odnosi budu skladni, no bračni drugovi određuju kvalitetu tih odnosa, zbog čega je jasno kako je razvod braka jedina moguća posljedica u slučaju neskladnih bračnih odnosa.

Izbor rada i zanimanja

Kako bi bračna i obiteljska zajednica mogle funkcionirati, uz emocionalne elemente, važno je osigurati i njezinu ekonomsku opstojnost. U vezi s tim, ističe se pravo na izbor rada i zanimanja kao jedno od osobnih prava i dužnosti bračnih drugova.⁶⁷ Prema karakteristikama, pravo na izbor

⁶⁶ Tako Konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnim sloboda (Narodne novine – Međunarodni ugovori, br. 18/97, 6/99, 14/02, 13/03, 9/05, 1/06, 2/10, 13/17) u Protokolu 7., čl. 5., ističe da su supružnici jednaki međusobno, kao i u odnosima prema djeci, te da uživaju jednaka prava i obveze privatnopravne naravi prilikom sklapanja braka, tijekom njegova trajanja te u slučaju razvoda. Također, Povelja Europske unije o temeljnim pravima (čl. 23., Službeni list Europske unije, C 202/389, 07.06.2016., u nastavku: PEU) u čl. 23. govori o ravnopravnosti žena i muškaraca u svim područjima, pri čemu se državama članicama dozvoljava usvajanje dodatnih mjera u korist slabije zastupljenog spola.

⁶⁷ Rad i zanimanje nisu sinonimi. Prema Prokop (1969), zanimanje je povezano s profesionalnim

rada i zanimanja strogo je osobno pravo, a ravnopravnost bračnih drugova apsolutna, što znači da svaki bračni drug o tom pitanju odlučuje potpuno samostalno (Prokop, 1969, 23). Slobodan izbor rada i zanimanja na međunarodnoj razini reguliran je Konvencijom o uklanjanju svih oblika diskriminacije žena (Službeni list SFRJ – Međunarodni ugovori, br. 11/81, Narodne novine – Međunarodni ugovori, br. 12/93, u nastavku: KUDŽ) prema kojoj je dužnost država (putem odgovarajućih mehanizama) osigurati muškarcima i ženama jednakost glede prava na slobodan izbor zvanja (zanimanja) i zaposlenja (rada) (čl. 11. KUDŽ). Sloboda izbora rada i zanimanja regulirana je i primarnim zakonodavstvom Europske unije pa tako PEU jamči da svatko ima pravo na rad, kao i obavljanje slobodno izabranog ili prihvaćenog zanimanja (čl. 15. PEU). Jednako kao što svaki bračni drug ima slobodu izbora rada i zanimanja, u tom smislu treba tumačiti i njegovu slobodu za promjenom rada i zanimanja.

Pravo i obveza međusobnog uzdržavanja

Uzdržavanje je specifično pravo i dužnost bračnih drugova. Uz to što ima odlike osobnog prava, obvezu međusobnog uzdržavanja odlikuje i imovinska komponenta (Erdelec, 2018, 15), pri čemu se ovim pravom i dužnošću manifestira načelo solidarnosti u obiteljskim odnosima uz osiguranje socijalne sigurnosti (Šimović, 2011, 259). Temeljni pravni argument zbog kojeg su pravo i dužnost međusobnog uzdržavanja i osobno, a ne samo imovinsko pravo, proizlazi iz činjenice što je riječ o strogo osobnom pravu koje je vezano uz određenu osobu ovlaštenika i obveznika čime je onemogućen prijenos navedenog prava na druge osobe (Prokop, 1969, 72). S obzirom na to da obiteljsko zakonodavstvo navodi uzdržavanje kao osobno pravo i dužnost, nedvojbeno je kako to pravo traje od trenutka sklapanja braka pa sve do njegova prestanka.⁶⁸ Pravo i obvezu uzdržavanja tijekom braka potrebno je tumačiti u kontekstu načela solidarnosti prema kojem članovi obitelji, uključujući i bračne drugove, uz obvezu uzajamnog poštovanja,

usmjerenjem, odnosno obrazovanjem i stručnošću bračnog druga, dok je rad isključivo ekonomska kategorija prema kojoj se stvara nova vrijednost pri čemu ne mora biti vezan uz zanimanje bračnog druga.

⁶⁸ Prema čl. 19. st. 4. ObZ-a, brak je sklopljen kada nevjesta i ženik izjave svoj pristanak, dok prema čl. 47. ObZ-a, brak prestaje smrću bračnog druga, proglašenjem nestalog bračnog druga umrlim, poništajem ili razvodom.

trebaju jedno drugome pomagati, samim time i međusobno se uzdržavati (čl. 4. ObZ). Uzdržavanje bračnih drugova moguće je i po prestanku braka, što je uvjetovano sljedećim pretpostavkama: *i*) da bračni drug nema dovoljno sredstava za uzdržavanje ili ista ne može ostvariti iz svoje imovine; *ii*) da nije sposoban za rad niti se može zaposliti. Uz navedeno, važna pretpostavka za uzdržavanje bračnog druga je i dostatnost sredstava te mogućnosti drugog bračnog druga za davanje uzdržavanja (Alinčić, Hrabar, Korać, 2006, 43; čl. 295. ObZ).

Dakle, uzdržavanje bračnih drugova jedno je od njihovih prava i dužnosti tijekom trajanja braka, no razvidno je kako se pravo na uzdržavanje ne nastavlja automatizmom po prestanku braka – ono je moguće ili temeljem sporazuma (čl. 302. ObZ), čime se očituje međusobna moć bračnih drugova u uređenju ovog pitanja ili odlukom suda uz uvjet ispunjenja potrebnih uvjeta i načela pravičnosti. Pravo uzdržavanja nakon prestanka braka ograničeno je na nekoliko načina: tužba za određivanjem uzdržavanja može se podnijeti u roku šest mjeseci po prestanku braka (čl. 297. ObZ), uzdržavanje može trajati do godine dana, duže (samo iznimno) (čl. 298. ObZ), a nepravedni odnos ili nedolično ponašanje uzdržavanog (bivšeg) bračnog druga rezultira prestankom ovog prava (čl. 300. st. 2. ObZ).⁶⁹ Obveza međusobnog uzdržavanja odnosi se i na izvanbračnu zajednicu te životno partnerstvo (uključujući i neformalno životno partnerstvo) čime je hrvatski zakonodavac postigao potpunu jednakost partnera svih oblika životnih zajednica (Lucić, 2017). Uvrštavanjem obveze uzdržavanja u red osobnih prava i dužnosti bračnih drugova, zakonodavac je nastojao uputiti na složenost bračnog odnosa ističući da brak uz emocionalne i druge moralne elemente, ima i ekonomsku komponentu kojom se održava egzistencijalna opstojnost bračnih drugova.

⁶⁹ Aktualno hrvatsko obiteljsko zakonodavstvo navodi „nedostojnost“ kao jedan od razloga za prestanak uzdržavanja bračnih drugova, dok je starije obiteljsko zakonodavstvo kao razloge navodilo „nepravedni odnos“ i „nedolično ponašanje.“ Tako bi prema Alinčić i Bakarić-Mihanović (1980), „nedolično ponašanje“ predstavljalo zapostavljanje obveza prema obitelji, nerad, prostituciju, a u skladu s načelom pravičnosti, „grubo ponašanje“ označavalo bi zlostavljanje, fizičko ili drugo nasilje uzdržavanog bračnog druga prema obvezniku uzdržavanja.

Osobna prava i dužnosti dispozitivne naravi

Osobna prava i dužnosti bračnih drugova dispozitivne su naravi prema ObZ-u: pravo na izbor prezimena, izbor mjesta stanovanja (obiteljski dom), sporazum o rađanju i podizanju djece te sporazum o obavljanju kućanskih poslova (Hrabar, 2019, 70). U teoriji prava, dispozitivne su norme one koje karakterizira autonomnost volje, odnosno koje daju veću slobodu pravnim subjektima, u ovom slučaju bračnim drugovima (Visković, 2001, 175). Upravo se kod osobnih prava i dužnosti bračnih drugova ističe središnji pojam moći, odnosno prema Wenaru – vlast, koja dovodi do „stvaranja, oblikovanja ili ukidanja pravnih odnosa“ (Tucak, 2016, 190). O navedenim pitanjima, bračni drugovi ne sklapaju poseban sporazum, već se ono očituje u usmenom sporazumijevanju.⁷⁰ U slučaju da se ne uspiju sporazumjeti o tim pravima i dužnostima, bračnim drugovima (u pravilu) preostaje mogućnost razvoda braka – pravna posljedica o kojoj odlučuju isključivo oni.

Izbor prezimena bračnih drugova

Odmicanjem od patrijarhalnog poimanja braka i obitelji, bračni drugovi, prvenstveno žene, nemaju obvezu preuzimanja prezimena supruga. Zabranu takvog, pomalo zastarjelog pristupa, potvrđena je i sudskom praksom Europskog suda za ljudska prava kojom je određeno da prezime supružnika ni na koji način ne ugrožava jedinstvenost obiteljske i bračne zajednice⁷¹ (Hrabar, 2010, 15, 16). Dakle, suvremenim pravnim uređenjem pitanja izbora prezimena bračnih drugova, oni su postali autonomniji, pri čemu se posebno ističe emancipiranost žena. Nekadašnja obveza žene na promjenu prezimena prilikom sklapanja braka, osim što je bila diskriminatorna glede slobode donošenja odluke, djelovala je diskriminatorno i glede ženinih obrazovnih postignuća, kao i njezinog karijernog napredovanja (Noack,

70 Odredbe o osobnim pravima i dužnostima bračnih drugova, odnosno sporazumijevanju o određenim bračnim učincima, u ObZ-u iz 2015. gotovo su neizmijenjene u odnosu na zakonodavstvo SFRJ, odnosno Zakon o braku i porodičnim odnosima iz 1978. godine. Vidi: Željko, 2014, 40.

71 O problematici promjene prezimena prilikom sklapanja braka, Europski sud za ljudska prava odlučivao je u predmetima Burghartz protiv Švicarske (16213/90, 22. veljače 1994.), Ünal Tekeli protiv Turske (29865/96, 16. studenoga 2004.) te Losonci Rose i Rose protiv Švicarske (664/06, 9. studenoga 2010.).

Aarskaug Wiik, 2008, 508, 509). Nevjesta i ženik prilikom sklapanja braka imaju četiri mogućnosti izbora prezimena (čl. 30. ObZ). Opće je poznato kako se u Hrvatskoj još uvijek uglavnom prakticira da žena preuzima suprugovo prezime prilikom sklapanja braka.⁷² Prva mogućnost je da nevjesta i ženik zadrže svatko svoje prezime. Isto tako, nevjesta i ženik imaju mogućnost uzeti zajedničko prezime jednog od njih, oba prezimena uzeti kao zajedničko ili pak uz svoje prezime dodati i prezime drugog bračnog druga.⁷³ Zbog neformalnosti izvanbračne zajednice, izvanbračni drugovi nemaju mogućnost izbora prezimena prema Obiteljskom zakonu kao što to imaju bračni drugovi (s obzirom na to da formalno ne sklapaju brak). Međutim, izvanbračni drugovi u tom smislu nisu diskriminirani s obzirom na to da promjenu prezimena mogu ostvariti temeljem (čl. 6. – 10.) Zakona o osobnom imenu.

Izbor mjesta stanovanja – obiteljski dom

Sklapanje braka podrazumijeva i namjeru bračnih drugova za zajedničkim životom. Imanentno je i da teže proširenju obitelji, odnosno potomstvu zbog čega zajednički život ostvaruju u obiteljskom domu. Bračni drugovi sporazumno određuju mjesto stanovanja – kuću ili stan, u kojem će stanovati s djecom nad kojom ostvaruju roditeljsku skrb i koji predstavlja obiteljski dom za njih i djecu (čl. 32. st. 1. ObZ). Sporazum o izboru mjesta stanovanja, odnosno sporazum o obiteljskom domu, uvjetovan je i životnim prilikama bračnih drugova (mogućnost zaposlenja, kao i financijske mogućnosti) (Alinčić et al., 2006, 40). Da bi se uopće moglo govoriti o obiteljskom domu, mora se raditi o stambenoj nekretnini, odnosno onoj koja služi isključivo svakodnevnom stanovanju, potreban je sporazum bračnih drugova, dok vlasnička struktura obiteljskog doma nije posebno istaknuta (Šimović, 2015, 35).

Još šezdesetih godina prošlog stoljeća Prokop (1969, 20) navodi kako bračni drugovi nerijetko započinju zajednički život i prije formaliziranja svoje

72 Službeni podatci o izboru prezimena prilikom sklapanja braka zatraženi su od Ministarstva pravosuđa i uprave, Ministarstva unutarnjih poslova te Državnog zavoda za statistiku. Sve su navedene institucije navele kako ne raspoložu traženim podatcima.

73 Izbor prezimena predstavlja jedan od osobnih učinaka braka, a osim na bračne drugove, taj učinak potrebno je razmotriti i u odnosu na dijete. Prema odredbi čl. 3. st. 1. Zakona o osobnom imenu (Narodne novine, br. 118/12, 70/17, 98/19), dijete može imati prezime jednog ili oba roditelja.

bračne zajednice pa bi se u tom slučaju moglo raditi i o obliku prešutnog sporazuma o obiteljskom domu. S druge strane, to bračne drugove ne sprječava u daljnjem dogovoru o obiteljskom domu zbog čega bi danas vrijedila konstatacija prema kojoj je „obiteljski dom tamo gdje je obitelj.“⁷⁴ Premda vlasnička struktura obiteljskog doma glede vlasništva ili najma nema utjecaj na određivanje obiteljskog doma, samo ona stambena nekretnina koja predstavlja obiteljski dom, ujedno i bračnu stečevinu, odnosno obiteljski dom u najmu bračnog/bračnih druga/drugova, može ostvariti pravnu zaštitu (Šimović, 2016, 75; Šimović, 2015, 35; čl. 32. st. 2. ObZ).⁷⁴

Stoga su ObZ-om regulirane dvije zaštitne situacije: *i*) opterećenje ili otuđenje obiteljskog doma; *ii*) položaj jednog bračnog druga kao najmoprimate. S obzirom na to da pravo na izbor mjesta stanovanja, odnosno obiteljskog doma predstavlja osobno pravo i dužnost bračnih drugova dispozitivne naravi, razvidno je kako nemaju uvijek potpunu slobodu raspolaganja obiteljskim domom. Tako bračni drug, za vrijeme trajanja braka, ne smije otuđiti ili opteretiti obiteljsku kuću ili stan koja predstavlja bračnu stečevinu te obiteljski dom u kojem stanuje drugi bračni drug i njegova djeca nad kojom se ostvaruje roditeljska skrb bez pisane suglasnosti drugog bračnog druga s ovjerom potpisa kod javnog bilježnika (čl. 32. st. 2. ObZ). Utjecaj na regulaciju ovakvog postupanja proizlazi iz Preporuke Vijeća Europe 81(15) o pravima bračnih drugova koja se odnose na obiteljski dom i korištenje sadržaja kućanstva (Recommendation No. R 81(15)) prema kojoj svaki čin jednog bračnog druga, kojim bi mogao ugroziti drugog bračnog druga glede korištenja obiteljskog doma, mora biti usuglašen s njime. Obiteljski se dom štiti i u slučaju kada je jedan bračni drug najmoprimatec, pa tako u slučaju kada je jedan bračni drug najmoprimatec stana u kojem bračni drugovi stanuju s djecom nad kojom ostvaruju pravo na roditeljsku skrb, bračni drug nema mogućnost otkaza ugovora o najmu stana bez pisane suglasnosti drugog bračnog druga s ovjerom potpisa kod javnog bilježnika (čl. 32. st. 3. ObZ). Navedenim odredbama ObZ-a u vezi obiteljskog doma štiti se jedan bračni drug od prevlasti drugog – njihova prava dovode se u ravnotežu činjenicom što bračni drug kojem je bez opravdanog razloga uskraćena suglasnost za otuđenje ili opterećenje

⁷⁴ Prema ObZ-u, bračnu stečevinu čini imovina koju su bračni drugovi stekli za vrijeme trajanja bračne zajednice ili pak potječe iz te imovine (čl. 36. st. 1. ObZ), dok je vlastita imovina ona imovina koju je bračni drug imao u trenutku sklapanja braka ili ju je stekao tijekom trajanja bračne zajednice na pravnom temelju različitom od temelja za stjecanja bračne stečevine (čl. 39. ObZ).

obiteljskog doma, odnosno za otkaz ugovora o najmu, može sudskim putem nadomjestiti neopravdano uskraćenu suglasnost. Međutim, postavlja se pitanje: može li se govoriti o (potpuno) ravnopravnom raspolaganju obiteljskim domom ako je u zemljišnim knjigama samo jedan bračni drug upisan kao vlasnik? Činjenica da jedan bračni drug jest, a drugi nije upisan kao vlasnik nekretnine – obiteljskog doma, ne utječe na njegovo ravnopravno raspolaganje istim, no uvjet bi bio da obiteljski dom predstavlja bračnu stečevinu s obzirom na to da su u tom slučaju bračni drugovi suvlasnici iste u jednakim dijelovima (čl. 36. ObZ; Šimović, 2016, 77-80). Zakonska odredba o zaštiti obiteljskog doma ima dalekosežni značaj s obzirom na to da naglasak stavlja ne samo na bračne drugove, već i na djecu kao najranjiviju društvenu skupinu.

Sporazum o rađanju i podizanju djece

Sporazum o rađanju i podizanju djece potrebno je promotriti iz dva aspekta. Prvo se bračni drugovi dogovaraju, žele li uopće djecu. Dakle, nema prisile, prvenstveno prema ženi, na rađanje djece što ponovno predstavlja odmak od patrijarhalnih i konzervativnih stavova usmjeravajući odlučivanja o ovom pitanju na same bračne drugove. Sporazum o rađanju i podizanju djece, u pravnom smislu, neformalnog je karaktera jer za njega nije predviđena pisana forma. Bračni drugovi *de facto* sklapanjem braka pristaju poštovati ovaj učinak braka. U pojedinim slučajevima ovo osobno pravo i dužnost neće se moći ispuniti zbog zdravstvenih razloga na strani supružnika (npr. neplodnost) (Hirsch, 1989). Pravna posljedica nepostizanja sporazuma o rađanju i podizanju djece je razvod braka. Prema istraživanjima, žene odbijaju rađanje djece najčešće zbog motivacije karijernog napredovanja, ali i straha od mogućeg razvoda i siromaštva (Giddens, 2007, 187, 188). Premda je svrstavanjem ovog prava u red dispozitivnih osobnih prava i dužnosti bračnih drugova istima dana mogućnost sporazumijevanja o ovom pitanju, razvidno je kako se za slučaj protivljenja nude i alternative, ali i dalje je dvojbeno može li se u tom slučaju govoriti o skladnoj bračnoj obiteljskoj zajednici i njezinoj dugotrajnosti.

No, osim o sporazumijevanju o rađanju djece, ovo osobno pravo i dužnost bračnih drugova odnosi se i na podizanje djece. Podizanje djece podrazumijeva izvršavanje sadržaja roditeljske skrbi (Hrabar, 2019, 71), a što

uključuje zaštitu djetetovih prava na zdravlje, razvoj, njegu, odgoj, obrazovanje, ostvarivanje osobnih odnosa, određivanje mjesta stanovanja kao i upravljanje djetetovom imovinom (čl. 92. ObZ). U slučaju neprovođenja sporazuma o podizanju djece, što je ujedno i nepoštivanje osobnog prava i dužnosti, bračnim drugovima preostaje mogućnost razvoda braka (Hrabar, 2021, 79). Teorijski, sporazum o rađanju i podizanju djece, čini se samo kao jedan u nizu formalnih zahtjeva za skladnu bračnu zajednicu, no rođenjem djeteta to načelo postaje znatno kompleksnije jer se više ne radi isključivo o interesima bračnih drugova, već i interesima djeteta. Može li se govoriti o učinkovitoj provedbi ovog osobnog učinka braka na ravnopravnoj osnovi? Generalno, u Hrvatskoj postoji poprilična ravnopravnost bračnih drugova kada je u pitanju svakodnevna skrb o djeci i njihovu obrazovanju – 79% žena u odnosu na 54% muškaraca svakodnevno skrbi o djeci zbog čega je blizu europskom standardu prema kojem 92% žena u odnosu na 68% muškaraca svakodnevno skrbi o djeci (Eurostat, 2022.). Premda se i ovim osobnim pravom i dužnošću nastoji postići ravnopravnost bračnih drugova, najvećim dijelom značaj ovog načela odnosi se na žene koje tako dobivaju mogućnost karijernog i profesionalnog razvoja, a ne isključivo ulogu majke prilikom sklapanja braka. Razvidno je i kako u Hrvatskoj postoji pozitivni pomak s obzirom na to da više od 50% muške populacije svakodnevno skrbi o djeci. U prilog tomu ističu se i novija istraživanja koja jasno upućuju da i očevi mogu na jednak način kao i majke skrbiti o djeci (Pahić, 2019).

Sporazum o obavljanju kućanskih poslova

Posljednje u nizu osobnih prava i dužnosti bračnih drugova dispozitivne je naravi sporazum o obavljanju kućanskih poslova. Život u bračnoj zajednici, odnosno obiteljskom domu, predstavlja i obvezu zajedničkog doprinosa njegovu razvoju. Pravo i dužnost obavljanja kućanskih poslova kao osobnog učinka braka općenite je naravi s obzirom na to da vrsta poslova, kao i njihova raspodjela unutar kućanstva ovisi o brojnim čimbenicima, kao što su poslovne obveze, navike, brojnost članova kućanstva i drugo (Hrabar, 2021, 79). Kućanski poslovi u najširem smislu obuhvaćaju formalno i neformalno plaćeni posao, neformalni neplaćeni rad, proizvodnju te usluge

za vlastite potrebe (Derado et al., 2020, 325).⁷⁵ Rezolucija Vijeća Europe o premošćivanju jaza ravnopravnosti spolova, posebno ističe kako je potrebno ukloniti sve oblike rodnih stereotipa, osobito stereotipno prikazivanje žena i muškaraca u javnom životu.

U slučaju neravnopravne raspodjele svakodnevnih kućanskih poslova u braku, osobito usmjeravanjem istih isključivo prema ženi, ono bi predstavljalo rodno uvjetovanu diskriminaciju. Prema statističkim pokazateljima, u Hrvatskoj uglavnom žene još uvijek obavljaju svakodnevne kućanske poslove, njih čak 62% u odnosu na svega 12% muškaraca. Na razini Europske unije, svakodnevne kućanske poslove obavlja 79% žena u odnosu na 34% muškaraca. Statistički pokazatelji ne idu u prilog hrvatskog pristupa ravnopravnosti s obzirom na to da je Hrvatska jedna od zemalja Europske unije s najnižim postotkom muškaraca koji obavljaju svakodnevne kućanske poslove (Eurostat, 2022.). Navedeni podatci, kao i provedena istraživanja, upućuju kako žene u Hrvatskoj i dalje uglavnom obavljaju tzv. ženske poslove zbog čega su opterećenije od muškaraca jer uz posao, dodatno brinu o obitelji i djeci, što dovodi do nejednakosti među bračnim drugovima (Vuković, 2016, 194 prema Topolčić, 2001 i Bartolac, Kamenov, 2013).

Prevenција i posljedice povreda osobnih prava i dužnosti bračnih drugova

Kao što je i ranije u radu navedeno, za povredu osobnih prava i dužnosti bračnih drugova nije predviđena sankcija, već se pravna posljedica narušenih bračnih odnosa temelji na mogućnosti razvoda braka.⁷⁶ S obzirom na to da osobna prava i dužnosti bračnih drugova prvenstveno predstavljaju načela i očekivanja ponašanja bračnih drugova, upitno je bi li neka konkretna sankcija bila djelotvorna, odnosno bi li mogla promijeniti ponašanje bračnih drugova (Žganec-Brajša, 2016, 168), a da se pritom ne

⁷⁵ U starijoj obiteljskopravnoj literaturi (vidi: Prokop, 1969), navodilo se kako je raspodjela kućanskih poslova i vođenje kućanstva ovisila o životu u urbanoj ili ruralnoj sredini razlikujući proizvodna i potrošačka kućanstva i obveze vezane uz tu podjelu.

⁷⁶ Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u Hrvatskoj je od 2011. do 2022. godine razvedeno 60 408 brakova, najviše 2016. godine – 7 036, dok ih se najmanje bilo 2020. – 5 153. Tijekom promatranog razdoblja, u odnosu na broj sklopljenih brakova, proizlazila da je svaki treći brak razveden (Statističke informacije, 2022.).

povrijedi pravo na privatnost obiteljskih odnosa. Učinkovitost sankcije zasigurno ne bi imala značajniji učinak na međusobni odnos bračnih drugova, no potreba za svojevrsnom sankcijom koja bi utjecala na poboljšanje međusobnih odnosa bračnih drugova očituje se u slučaju kada je riječ o obitelji s djecom jer su upravo djeca kolateralne žrtve narušenih bračnih odnosa. Razvod braka, u kontekstu narušenih osobnih prava i dužnosti bračnih drugova, moguće je promatrati iz psihološkog i pravnog aspekta (Rešetar, 2017). Gotovo je nemoguće promatrati razvod braka isključivo u pravnom smislu s obzirom na to da taj odnos odlikuju i osobni odnosi. U odnosu na osobna prava i dužnosti bračnih drugova, osobito ona kogentne naravi o kojima se bračni drugovi ne mogu sporazumijevati, već je svaki samostalan u donošenju odluke, kao npr. izbor rada i zanimanja, protivljenje jednog bračnog druga dovodi do stalnog sukoba, samim time i dokidanja skladnih odnosa (Prokop, 1969, 191), odnosno u ovom bi slučaju teška i trajna poremećenost bračnih odnosa bila uzrokom razvoda braka (Hrabar, 2019, 71). Teška i trajna poremećenost bračnih odnosa može proizlaziti iz brojnih razloga, kao što su preljub, zlostavljanje, svađe, nesuglasje i slično (Alinčić, Bakarić-Mihanović, 1980, 88; Hrabar, 2021, 80). Dakle, povreda osobnih prava i dužnosti bračnih drugova uglavnom je moralne naravi zbog čega posljedično i bračni odnosi postaju neskladni. Važno je naglasiti kako danas ne postoji načelo krivnje za razvod braka. Prema tome, mogu postojati razlozi zbog kojih bračni odnosi mogu biti narušeni, no to ne mora biti isključivi razlog zbog kojeg je moguć razvod braka pa bračni drug može zahtijevati razvod braka bez posebnog razloga (Rešetar, Berdica, 2013, 570). Prema ObZ-u, pravne osnove za razvod braka su *i*) sporazumni prijedlog bračnih drugova za razvod braka; *ii*) teška i trajna poremećenost bračnih odnosa; *iii*) ako je od prestanka bračne zajednice protekla godina dana (čl. 51. ObZ). Jednako kao što bračni drugovi slobodnom voljom stupaju u brak, isto tako imaju potpunu autonomiju tražiti i njegov razvod. Kao jedan od aspekata osobnih prava i dužnosti bračnih drugova, razvod braka najbolje oslikava slobodu kao oblik dopuštenja djelovanja na određeni način: *i*) bez odgovornosti za nanošenje štete ostalima; *ii*) bez pozivanja države (zakonodavca) da spriječi tu slobodu (Tucak, 2016, 75). Takav teorijski pristup potrebno je tumačiti tako da brojnim zakonodavnim intervencijama zakonodavac nastoji zaštititi brak, no bračni drugovi imaju apsolutnu slobodu odlučiti žele li biti u bračnoj zajednici, odnosno žele li razvod braka.

U vezi odgovornosti za narušenost osobnih prava i dužnosti, postavlja se pitanje jesu li bračni drugovi isključivo odgovorni za povredu osobnih prava i dužnosti, odnosno koja je uloga matičara ili vjerskog službenika pred kojim je brak sklopljen u vezi s informiranjem bračnih drugova o bračnim osobnim pravima i dužnostima? Naime, prilikom sklapanja građanskog braka, matičar preporučuje ženiku i nevjesti da posjete savjetovalište za obitelj (čl. 17. st. 3. ObZ), dok pri samom činu sklapanja braka prigodnim govorom upoznaje nevjestu i ženika o (osobnim) pravima i dužnostima u braku, ističe njegovo značenje, a osobito važnost skladnih odnosa (čl. 19. st. 2. ObZ). Prema tome, matičar ne bi trebao svoje dužnosti provoditi tek sa svrhom formalne provedbe zakonskih odredbi, već bi svojim postupcima trebao uputiti bračnim drugovima na kompleksnost braka i važnost osobnih prava i dužnosti. Matičar bi stoga bio stegovno odgovoran zbog povrede službene dužnosti, u ovom slučaju neprovođenja radnji (upravnog) postupka (Hrabar, Korać Graovac, 2019, 177, 178). U odnosu na vjerskog službenika ne bi se mogla primijeniti niti pravila o stegovnoj odgovornosti s obzirom na to da je riječ o vjerskom, a ne državnom službeniku, pa se njegova odgovornost određuje prema pravilima vjerske zajednice.

Zaštita osobnih prava i dužnosti bračnih drugova treba počivati na preventivnom pristupu pa je bračne drugove, u slučaju narušenih bračnih odnosa, nužno poticati na posjet bračnim savjetovalištim. To je savjetovanje psihološke naravi, a njime se potiče bračne drugove da se promijene sa svrhom jačanja njihova braka (Matošević, 2017, 308). Bračno savjetovanje karakterizira i interdisciplinarnost s obzirom na to da je ono usmjereno na analizu uzroka koji su doveli do problema, jačanje međusobnih odnosa, učenje načina rješavanja budućih sukoba te općenito, sprječavanju budućih problema koji narušavaju kvalitetu bračnih odnosa (Matošević, 2017, 309). Osnaživanju obiteljskih odnosa zasigurno bi doprinijelo i kada bi matičar izriječom, prilikom namjere sklapanja braka, kao i prilikom čina sklapanja braka, bračne drugove upoznao s prednostima bračnog savjetovanja.

Zaključak

Analizirajući osobna prava i dužnosti bračnih drugova u hrvatskom obiteljsko-pravnom zakonodavstvu, uočava se njihova važnost za održavanje skladnih i stabilnih bračnih odnosa. Prije svega, osobna prava i dužnosti bračnih drugova odraz su društvenog shvaćanja braka, a razvidno je i kako bračni drugovi koriste moć u uređenju osobnih prava i dužnosti, premda to ne odražava uvijek i njihovu ravnopravnost. Trenutačno hrvatsko zakonodavstvo, *de lege lata*, na suvremeni način pristupa uređenju ovih prava i dužnosti ističući pritom ravnopravnost bračnih drugova i protektivne mehanizme za pojedine aspekte bračnog odnosa. To se posebno odnosi na obiteljski dom što, pak, upućuje na važnost osobnih prava i dužnosti ne isključivo za bračne drugove, već i za ostale članove obitelji, prije svega djecu. Stoga je razumljiva intencija zakonodavca da pravno regulira osobna prava i dužnosti bračnih drugova jamčeći tako pravnu sigurnost i ostalim članovima obitelji, naročito djeci kao ranjivoj društvenoj skupini.

Osobna prava i dužnosti bračnih drugova, osobito ona dispozitivne naravi, uz pravnu sigurnost, jamče i njihovu moć da sporazumno urede pojedina pitanja iz bračnog odnosa. Prema dostupnim statističkim pokazateljima, osobito kod skrbi o djeci, razvidno je kako su bračni drugovi ravnopravni u nekim aspektima bračnih odnosa. Izbor prezimena supružnika ulazi u kategoriju osobnih prava i dužnosti, no iako se čini tehničkim pitanjem, upravo to je najbolji pokazatelj ravnopravnosti bračnih drugova i jednakosti među njima na zakonskoj razini. Tom pitanju u Hrvatskoj se pristupa poprilično tradicionalno pa se još uvijek prakticira da supruga preuzima suprugovo prezime. Svojevrсна neravnopravnost bračnih drugova, uzrokovana njihovim međusobnim sporazumom očituje se i kod brige o djeci te obavljanju kućanskih poslova. Iako bračni drugovi uglavnom ravnopravno skrbe o djeci, prema statističkim pokazateljima za Hrvatsku, obavljanje kućanskih poslova još uvijek je, uglavnom, prepušteno ženama, što predstavlja odmak od ravnopravnosti bračnih drugova. Unatoč željama zakonodavca da zakonski regulira idealan model braka koji se temelji na osobnim pravima i dužnostima bračnih drugova, izostanak ostvarivanja osobnih prava i dužnosti bračnih drugova u praksi rezultira poremećenim bračnim odnosima koji, u konačnici, dovode do razvoda braka.

Ako zakonodavac pravnim uređenjem osobnih prava i dužnosti bračnih drugova nastoji utjecati na dugotrajnost braka kao društvene zajednice,

ostaje nejasno i zašto se izbjegava osnažiti preventivni i sistemski pristup suzbijanju povreda osobnih prava i dužnosti bračnih drugova. Zakonodavac brak smatra važnim društvenim odnosom, no konačna odluka o razvodu braka zbog povrede osobnih prava i dužnosti, na bračnim je drugovima. Razvod braka koji djeluje represivno na poremećene bračne odnose ne daje mogućnost bračnim drugovima da uoče uzrok koji je doveo do nestabilnosti njihova odnosa pa je u tom smislu zapostavljen preventivni potencijal savjetovališta za brak i obitelj. Uređenjem osobnih prava i dužnosti bračnih drugova nastoje se osigurati trajnost i stabilnost bračne zajednice, a ona se ne postiže rješavanjem povrede osobnih prava i dužnosti isključivo razvodom. Upravo se u sistemskom i preventivnom pristupu rješavanja nastalih problema bračnih drugova treba očitovati njihova moć koja će spriječiti promjenu, u ovom slučaju, prestanak braka. Odgovornost za nesklad bračnih odnosa primarno je na bračnim drugovima, a koje je već u fazi koja prethodi sklapanju braka potrebno detaljno upoznati s njihovim pravima i dužnostima, ali i bračnom odnosu koji doživljava svoje uspone i padove. Bračne drugove trebalo bi osvijestiti o važnosti bračnih i obiteljskih savjetovališta čije su usluge kontinuirano i besplatno dostupne. Tako bi se problemi u bračnim odnosima prevenirali samom njihovom pojavom, a ne kada oni postanu nepovratno teško i trajno poremećeni. Stoga je od iznimne važnosti preventivni pristup zaštiti osobnih prava i dužnosti bračnih drugova kojim posljedično dolazi do jačanja braka kao temeljnog društvenog odnosa.

Dakle, zakonodavstvo ne predviđa mehanizme „sankcioniranja“ povreda osobnih prava i dužnosti bračnih drugova, već se pravna posljedice njihove povrede očituje u mogućnosti razvoda braka. S druge strane, kada bi zakonodavac i predvidio sankciju, posebno kada bi ojačale nadležnosti pojedinih tijela u procesuiranju ovih povreda, to bi predstavljalo povredu načela privatnosti obiteljskih odnosa, samim time i nerazmjerno uplitanje u obiteljske odnose. U kontekstu preventivnog pristupa osobnim pravima i dužnostima, kao jedino moguće rješenje preostaje bolje upoznati bračne drugove s navedenim pravima i dužnostima prilikom sklapanja braka te ih osvijestiti o važnosti bračnih i obiteljskih savjetovališta. Predmet budućih istraživanja u vezi osobnih prava i dužnosti potrebno je usmjeriti k dostupnosti i učinkovitosti preventivnih metoda njihove zaštite što bi potvrdilo ili opovrgnulo tezu o nastojanju države da zaštititi brak kao temeljni društveni odnos.

Literatura

Knjige i časopisi

- Alinčić, M.; Bakarić Abramović, A.; Hrabar, D.; Jakovac-Lozić, D.; Korać, A. (2001). *Obiteljsko pravo*. Zagreb: Narodne novine.
- Alinčić, M.; Bakarić-Mihanović, A. (1980). *Porodično pravo*. Zagreb: Pravni fakultet u Zagrebu.
- Alinčić, M.; Hrabar, D.; Korać, A. (2006). *Uvod u obiteljsko pravo*. Zagreb: Narodne novine.
- Derado, A.; Petrić, M.; Tomić-Koludrović, I. (2020). Relacijske rodne strategije u podjeli kućanskih poslova. *Revija za sociologiju*, 3, 321-351.
- Erdelec, M. (2018). Imovinskopravni odnosi u braku. *Paragraf*, 1, 9-35.
- Matošević, S. (2017). Osaživanje bračne ljubavi u obiteljskim savjetovalištima Đakovačko-osječke nadbiskupije sukladno smjernicama Amoris laetitia. *Diacovensia*, 2, 303-331.
- Giddens, A. (2007). *Sociologija*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
- Hirsch, A. M. (1989). The Effect of Infertility of Marriage and Self-Concept. *JO-GNN*, 1, 13-20.
- Hrabar, D. (2010). Marginalije uz proturječnosti i pravne praznine pojedinih obiteljskopравnih instituta. U: Hrabar, D. (ur.), *Hrestomatija hrvatskog obiteljskog prava* (9-40). Zagreb: Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Hrabar, D. (2019). *Obiteljsko pravo u sustavu socijalne skrbi*. Zagreb: Narodne novine.
- Hrabar, D. (2021). Bračno pravo. U: Hrabar, D. (ur.), *Obiteljsko pravo* (39-100). Zagreb: Narodne novine.
- Hrabar, D.; Korać Graovac, A. (2019). *Obiteljsko pravo i matičarstvo*. Zagreb: Narodne novine.
- Kregar, J.; Sekulić, D.; Ravlić, S.; Zrinščak, S.; Grubišić, K.; Petričušić, A. (2014). *Uvod u sociologiju*. Zagreb: Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Lucić, N. (2017). Pravno uređenje braka i drugih oblika životnih zajednica. U: Rešetar, B. (ur.), *Suvremeno obiteljsko pravo i postupak* (61-102). Osijek: Pravni fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
- Lucić, N. (2020). *Izvanbračna zajednica i pravna sigurnost*. Zagreb: Narodne novine.
- Noack, T.; Aarskaug Wiik, K. (2008). Women's Choice of Surname Upon Marriage in Norway. *Journal of Marriage and Family*, 70, 507-518.
- Pahić, T. (2019). Uključenost očeva u skrb o djeci u regiji sjeverozapadne Hrvatske. *Radovi Zavoda za znanstveni rad HAZU Varaždin*, 30, 425-451.

- Prokop, A. (1969). *Komentar Osnovnom zakonu o braku*. Zagreb: Školska knjiga.
- Rešetar, B. (2017). Novi razvod braka u Republici Hrvatskoj pod utjecajem psihologije, sociologije i međunarodnog prava. U: Rešetar, B. (ur.), *Suvremeno obiteljsko pravo i postupak* (33-60). Osijek: Pravni fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
- Rešetar, B.; Berdica, J. (2013). Divorce in Croatia: The Principles of No-Fault Divorce, Parental Responsibility, Parental Education, and Children's. *Family Court Review*, 4, 568-577.
- Šimović, I. (2011). Uzdržavanje bračnih i izvanbračnih drugova te istospolnih partnera – hrvatska rješenja i europski kontekst. *Revija za socijalnu politiku*, 3, 257-289.
- Šimović, I. (2015). Pravno uređenje obiteljskom doma u hrvatskom obiteljskom pravu – prijepori i dvojbe. *Hrvatska pravna revija*, 2, 33-45.
- Šimović, I. (2016). Obiteljski dom, novi Obiteljski zakon i Preporuka Vijeća Europe o pravu bračnih drugova na korištenje obiteljskog doma. U: Barbić, J. (ur.), *Bilten br. 124 – Tribina Pravnog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i Kluba pravnika grada Zagreb* (69-86). Zagreb: Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Tucak, I. (2016). *Hoffeldova analitička teorija prava*. Osijek: Pravni fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
- Visković, N. (2001). *Teorija države i prava*. Zagreb: Birotehnika.
- Vrban, D. (2003). *Država i pravo*. Zagreb: Golden marketing.
- Vuković, T. (2016). Dvostruka uloga žena u suvremenoj obitelji: stavovi studenata Sveučilišta u Zadru. *Acta Iadertina*, 2, 189-208.
- Željko, D. (2014). Obiteljskopравни položaj žena u Hrvatskoj u razdoblju od 1914. do 2014. godine. *Pravnik*, 48, 23-48.
- Žganec-Brajsa, L. (2016). Usporedba osobnih prava i dužnosti bračnih drugova i svrha ženidbe u hrvatskom Obiteljskom zakonu i Zakoniku kanonskog prava. *Pravnik*, 99, 153-169.

Izvori prava

- Ustav Republike Hrvatske, Narodne novine, br. 56/90, 135/97, 08/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14.
- (Europska) Konvencija za zaštitu ljudskih prava i temeljnim sloboda, Narodne novine – Međunarodni ugovori, br. 18/97, 6/99, 14/02, 13/03, 9/05, 1/06, 2/10, 13/17.
- Povelja Europske unije o temeljnim pravima od 7. lipnja 2016., Službeni list Europske unije, C 202/389

Konvencija o uklanjanju svih oblika diskriminacije žena, Narodne novine – Međunarodni ugovori, br. 3/01.

Obiteljski zakon, Narodne novine, br. 103/15, 98/19.

Zakon o ravnopravnosti spolova, Narodne novine, br. 82/08, 69/17.

Zakon o osobnom imenu, Narodne novine, br. 118/12, 70/17, 98/19.

Rezolucija o premošćivanju jaza između *de jure* i *de facto* ravnopravnosti u cilju postizanja stvarne ravnopravnosti spolova, MEG 7(2010) 1, 7. konferencija ministara Vijeća Europe odgovornih za ravnopravnost žena i muškaraca, Vijeće Europe.

Nevažeći izvori prava

Osnovni zakon o braku, Službeni list FNRJ, br. 29/46, 36/48, 44/51, 18/55, Službeni list SFRJ, br. 12/65, Narodne novine, br. 52/71, 11/78.

Mrežni izvori

Eurostat, URL: https://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/womenmen_2017/hr_hr/bloc-3d.html?lang=hr [pristup: 12.03.2022.]

Recommendation No. R 81(15), <https://rm.coe.int/rec-81-15e-on-the-rights-of-spouses-relating-to-the-occupation-of-the-/1680a3b3e4> [pristup: 10.03.2022]

Statističke informacije, URL: <https://web.dzs.hr/arhiva.htm> [pristup: 12.05.2022.]

(UN)LIMITED POWER OF SPOUSES IN THE REGULATION OF PERSONAL RIGHTS AND DUTIES IN CROATIAN FAMILY LEGISLATION

Abstract

The personal rights and duties of spouses contain powers that lead to certain changes and are divided into those of a coercive and dispositive nature. The authority of spouses to regulate their mutual relations, as well as to decide on their termination, are the result of the power of spouses. The personal rights and duties of spouses have a far-reaching meaning because they derive the power (authority) to maintain stable and harmonious family relationships. When regulating marital relations, legislators take into account the fact that the family is a fundamental social community in which strict norms cannot always prevail, but to a certain part, there must be norms that allow freedom to regulate certain relations. In addition, national legislators take into account European standards for the protection of these rights and duties. Spouses are thus allowed to reach an agreement on choosing a surname, and place of residence, giving birth and raising children, and performing daily household chores. However, the possibility of understanding is not provided for the rights and duties of respect for mutual equality, fidelity, helping and respecting, maintaining, and the obligation to maintain harmonious marital relations. In addition to coercion, the aforementioned rights and duties of spouses are characterized by a certain degree of morality. Regardless of the type of the personal rights and duties of the spouses, non-compliance with each of them can result in a legal consequence – divorce. The aim of this paper is to point out the importance of legal regulation of personal rights and duties of spouses to establish equality between spouses. In this sense, not only the legal side of regulation should be observed, but also its social dimension. Therefore, in addition to the analysis of relevant provisions of the Family Act, statistical indicators related to some of the personal rights and duties of spouses are presented, which are certainly the most relevant indicator of the effectiveness of legal norms on personal rights and duties. Also, the legal significance of personal rights and duties from the aspect of legal theory and the importance of a preventive approach in combating their violations are analyzed.

Keywords: spouses, personal rights and duties, Family Act, family, divorce

*Jelena Dujmović Bocka*⁷⁷
*Danijela Romić*⁷⁸

MOĆ PRILAGODBE VISOKOOBRAZOVNOG SUSTAVA IZVANREDNIM OKOLNOSTIMA – JE LI PANDEMIJA COVID-19 NARUŠILA KVALITETU VISOKOOBRAZOVNOG PROCESA?⁷⁹

Pregledni rad
<https://doi.org/10.59014/XPWC1617>

Sažetak

Prilagoditi se izvanrednim okolnostima nije nimalo lak ni jednostavan proces. Stoga je prilagodba visokoobrazovnog sustava u vrijeme pandemije COVID-19 postala prioritet svim ključnim akterima u području visokog obrazovanja. Cilj je rada prikazati na koji je način organizacija koja obavlja djelatnost visokog obrazovanja od birokratskog modela poprimila elemente mijenjajuće, odnosno adaptivne organizacije. S obzirom na to da visokoobrazovni sustav možemo promatrati kao otvoreni sustav na koji utječe niz relevantnih aktera, rad donosi i njihov pregled s njihovom ključnom zadaćom, učiniti visokoobrazovni sustav otvorenijim, transparentnijim, modernizirati ga te europeizirati. Reforma javne uprave s naglaskom na javne službe treba napraviti zaokret prema primijeni komponenti upravnih doktrina novog javnog menadžmenta te dobre vladavine, ne samo u teorijskom smislu već i u praktičnom dijelu. Neoweberijanski pristup prakticira temeljne podloge organizacije, počevši od poštivanja vlasti, moći, autoriteta, hijerarhije, pravila i strukture. Nužno je sagledati kako su se ti elementi primjenjivali u okolnostima trajanja pandemije COVID-19. U radu se u teorijskom dijelu analizira visokoobrazovni sustav s birokratskim karakterom, njegov put k adaptivnom obliku. Središnji dio rada tiče se analize odredbi pravnih propisa kojima se regulira područje visokog obrazovanja, a koji se oslanjaju na primjenu adaptivnih elemenata organizacije. Zaključni dio rada odnosi se na iznošenje zaključnih misli u pogledu poboljšanja visokoobrazovnog sustava kao i na iznalaženje prijedloga za povećanje učinkovitosti djelovanja sustava. Nalazi analize vežu

77 Pravni fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, jdujmovi@pravos.hr

78 Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru, dromic@vevu.hr

79 Ovaj je rad financirao Pravni fakultet Osijek Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku internim projektom br. IP-PRAVOS-16 „Novi izazovi u razvoju javnih službi na lokalnoj i regionalnoj razini“.

se uz odgovor na temeljno pitanje: je li moć prilagodbe visokoobrazovnog sustava u izvanrednoj situaciji utjecala na kvalitetu obrazovnog procesa i u kojoj mjeri te je li tako omogućila rast organizacije kao i usvajanje ključnih vrijednosti u javnoj upravi?

Ključne riječi: moć, visokoobrazovni sustav, pandemija COVID -19, otvorena organizacija, adaptivna organizacija

Uvod

Birokracija kao fenomen javlja se u vrijeme prosvijećenog apsolutizma. Kao vlast na temelju uprave, kako ju znakovito definira Pusić u hvalevrijednoj knjizi, temelju proučavanja nauke o upravi, pojavila se točnije u 17. odnosno 18. stoljeću. Svakodnevno sporazumijevanje ne donosi ništa neobično o ovom fenomenu. On i dalje asocira na nešto negativno. Prva asocijacija, oslanja se na poštovanje pravila, moći, autoriteta, vlasti, hijerarhije, na postojanje povećeg broja papirologije koja je potrebna za ostvarivanje bilo kakvih prava stranaka u različitim vrstama postupaka, odnosno ishoda bilo kakvih vrsta dozvola. Navedena obilježja predstavljala su podlogu tzv. koncepta birokratske organizacije vlasti iz čega proizlazi da se velikim dijelom organizacije u području visokoobrazovnog sustava (u daljnjem tekstu: VOS) mogu smatrati zatvorenim organizacijama. Novije upravne doktrine kojima se zagovara poboljšanje odnosa građana i uprave, kao što su novi javni menadžment, doktrina dobrog upravljanja kao i neo-weberijanska država popularizirale su postojanje otvorenih organizacija na koje u danim okolnostima djeluje više relevantnih čimbenika.

Cilj je rada prikazati na koji je način organizacija koja obavlja djelatnost visokog obrazovanja od birokratskog modela poprimila elemente mijenjajuće odnosno adaptivne organizacije. Prvi dio rada analizira birokratski koncept organizacije kao prevladavajućeg tipa, provodi se analiza sustava visokog obrazovanja. Središnji dio rada odnosi se na analizu odredbi pravnih propisa kojima se regulira područje visokog obrazovanja, a koji se oslanjaju na primjenu adaptivnih elemenata organizacije. Zaključni dio rada odnosi se na iznošenje zaključnih misli u pogledu poboljšanja visokoobrazovnog sustava kao i na iznalaženje prijedloga za povećanje učinkovitosti djelovanja sustava. Temeljna istraživačka pitanja su: 1. postoji li potreba za implementacijom trajnog oblika adaptivne organizacije, 2. je li adekvatan postojeći pravni okvir za implementaciju iste u sustav visokog obrazovanja, 3. je li i u kojoj mjeri pandemija COVID-19 utjecala na kvalitetu

visokoobrazovnog sustava? Prilikom istraživanja korištene su metode analize, sinteze te opisivanja. Znanstveni doprinos teksta rada ogleda se u trima analizama: analizi koncepta birokratskog tipa organizacije, analizi ključnih propisa kao i strateških dokumenata kojima se regulira područje visokog obrazovanja te analizi temeljnih prijedloga za poboljšanje učinkovitosti sustava.

Koncept birokratske organizacije

Pusić definira birokratsku vlast kao „različite patološke promjene normalnih odnosa između odlučujuće skupine i provedbene upravne organizacije“ (Pusić, 2002, 127). Prema njemu, osnovna značajka birokratske vlasti je da odlučujuća skupina nikada nije imala ili je izgubila vezu sa svojom političkom podlogom. Prema njemu, birokratizam je način provođenja vlasti, a patološka društvena situacija dovodi do različitih posljedica u pravnom aparatu. Tako možemo govoriti da se brojnost te utjecaj upravnih organizacija povećava usporedno s izolacijom uprave unutar društva i zatvaranjem u sebe njezina rukovodećeg sloja te da prisilna pasivizacija društva dovodi do otuđenja čovjeka od političke vlasti. Mogućnost pojave birokratske vlasti povećava se s razvojem upravnih organizacija odnosno njihove uloge u društvu (Pusić, 2002, 127).

Izraz birokracija proistječe od riječi *bureau* (franc. riječ *burel* – vunena tkanina kojom su se pokrivali uredski stolovi) i *kratein* (starogrčki – vladati putem sile). U današnjem smislu, prvi ju je upotrijebio Vincent de Gournay (1712-1759), fiziokrat te razlikujemo nekoliko značenja: birokracija kao određeni tip upravne organizacije – karakteristično za anglosaksonsku literaturu, drugo značenje odnosi se na skup negativnih pojava u svakodnevnom poslovanju upravnih organizacija, bez obzira koje se negativnosti posebno naglašavaju (Pusić, 2002, 128).

Blažević daje odgovor na pitanje kako spriječiti birokratizaciju vlasti. Navodi da je birokratizaciju moguće spriječiti uspostavljanjem pravne države i vladavine prava. Bitan element pravne države, kako navodi, je konzekventna podjela vlasti na zakonodavnu, izvršnu i sudbenu koje se međusobno kontroliraju i ograničavaju te se tako onemogućuje degeneracija i birokratizacija vlasti temeljena na mehanizmu „ustuka i ravnoteže“ (*checks and balances*). Tu naglašava i ulogu slobodnih medija koji stvaraju društvenu

klimu i ozračje u kojima se građane potiče na kritičko razmišljanje spram aktualnih vlastodržaca raskrinkavajući njihove zakulisne igre i sl. (Blažević, 2004, 63-64).

Razmatranje koncepta birokratske organizacije seže u analizu organizacijskih teorija koje se, prema najčešćoj podjeli dijele na prethodna proučavanja organizacije, klasičnu, neoklasičnu te modernu teoriju organizacije. Ta podjela pripada razvrstavanju organizacijskih teorija prema razdoblju u kojem se pojedina škola, teorija odnosno pravac razvila.

Znanstveno proučavanje fenomena organizacije, kako navode Bakota i Romić, pojavljuje se relativno kasno, krajem 19. i početkom 20. st. (Bakota, Romić, 2013, 15). Babac definira tri kriterija prema kojemu se sistematiziraju organizacijske teorije: organizacijski aspekt – struktura, funkcija i svrha, pojedini tip znanja – tehnički, ekonomični, sociološko-psihološki pristup i specifična problematika (Babac, 1985, 182-183).

U ovom dijelu rada spomenut ćemo jednu od najznačajnijih podjela organizacijskih teorija, istaknutu na samom početku ovoga poglavlja: riječ je o podjeli teorija u odnosu na razdoblje pojavljivanja te u odnosu na srodnost ideja (Vila, 1983, 42). Kako smo prethodno istaknuli, u odnosu na razdoblje pojavljivanja, teorije možemo razvrstati na prethodna proučavanja, klasičnu teoriju organizacije, neoklasičnu teoriju te moderne teorije organizacije. Prema srodnosti ideja, podjelu organizacijskih teorija možemo razmatrati kroz prizmu biheviorističke škole, empirijske škole, škole teorije odlučivanja te kvantitativne škole. Nastavak rada donosi pregled klasične/neoklasične organizacijske teorije s osvrtom na najznačajnije predstavnike.

Klasična teorija organizacije (od 1900.-1930.) stavlja naglasak na tehničku stranu organizacije, na postizanje same učinkovitosti te smatra kako radnici ne znaju raditi ili su nezainteresirani raditi bilo što drugo, osim onoga što im donosi plaću (Sikavica, Novak, 1999, 50). Navedena teorija temelji se na određenim postavkama tzv. birokratske organizacije, kao što su struktura organizacije, podjela rada, specijalizacija, hijerarhija. Te postavke možemo pripisati weberijanskom, birokratskom modelu. Kao najveći nedostatak takvog pristupa navodi se nehumani pristup prema službenicima, njihovim željama, potrebama i mogućnostima. Najznačajniji predstavnici klasične teorije su Frederick Winslow Taylor, Henry Fayol, Max Weber (Žugaj i sur., 2004, 63-65). Neoklasična škola (od 1930.-1950.) predstavlja kritiku klasičnoj teoriji organizacije te zagovara

psihološke metode povećanja radne učinkovitosti kao i zadovoljstvo samih radnika. Najznačajniji predstavnici su Elton Mayo i Fritz Jules Roethlisberger, Abraham Maslow, Rensis Likert, Frederick Herzberg. Pokazali su kako službenici pokazuju najveću učinkovitost u radu kada su uvjeti za njih povoljni te kada dobivaju različite pohvale, nagrade, stimulacije, bonuse, odnosno kada su motivirani, materijalno i nematerijalno. Moderne teorije se pojavljuju nakon 1950. godine, a zajedničko im je odstupanje od klasičnih i neoklasičnih teorija te usmjeravanje na sami rad, usavršavanje te posvećenost poslu. U odnosu na srodnost ideja, kao što smo prije istaknuli, biheviorizam, kako i sama riječ kaže, polazi od ljudskog ponašanja te je njezin predstavnik A. Maslow i njegova poznata hijerarhija ljudskih potreba – fiziološke potrebe, potrebe sigurnosti, društvenost, prestiž i samoostvarenje. Temeljne postavke ove škole su da je ljudsko ponašanje uzrokovano nekim fizičkim ili psihičkim utjecajima, da je usmjereno nekom cilju i motivirano nekom željom (Vila, 1983, 27).

Razmatrajući navedeno, mogućnosti primjene postavki odgovarajućih organizacijskih teorija na područje visokog obrazovanja u pandemijsko vrijeme, možemo zaključiti kako su se relevantni akteri u izvanrednoj situaciji pridržavali, u velikoj mjeri, istaknutih načela što je vrlo pozitivno i korisno u svim budućim izvanrednim stanjima. S obzirom na to da velik broj aktera nije bio unaprijed pripremljen na rad u ovako nepredvidivoj situaciji, možemo zaključiti da je poštivanje hijerarhije kao i podjela rada, ovlasti i odgovornosti bilo na visokoj razini. Također, u vođenje organizacija, bili su uključeni i različiti motivacijski čimbenici. Sva ova načela zahtijevaju svoj razvoj u budućnosti te bi se, prema mišljenju autora, na njih trebali u svim vremenima, pozivati vodeći akteri, od nadležnih ministarstava, agencija, preko nastavnika, nenastavnog osoblja, studenata i sl. Stvaranje adaptivne organizacije ne bi trebao biti problem ako ne izostane volja uprava da se na kreaciji takvog modela radi prije nego li nastupi izvanredna okolnost. U takvim će slučajevima svim akterima biti jednostavnije, lakše kao i brže uključiti se u proces prilagodbe te neće doći do kritiziranja različitih vodećih struktura. U nastavku teksta donosimo analizu organizacije kao sustava te same organizacijske strukture koja bi prvenstveno trebala biti, prema mišljenju autora, adaptivnog karaktera.

O mijenjajućoj/adaptivnoj organizaciji

Organizaciju najjednostavnije možemo definirati kao „skup međusobno povezanih i materijalno opremljenih osoba koje teže ostvarenju određenoga cilja“ (Pravni leksikon, 2007, 959). Ona predstavlja društvenu strukturu koja označava svako ponašanje koje stabilizira interakciju među ljudima (Pusić, 2005, 242) te ograničava primjenu sile na slučajeve u kojima se ne „sluša“ normativni sustav na kojem organizacija počiva (Cvitan, 2008, 30). Možemo se složiti, da je svijet u kojem živimo, zapravo svijet organizacija (Sikavica, 2011, 3). Samu organizaciju možemo razmatrati iz nekoliko različitih uglova: univerzalnoga – organizacija kao jedinstvo sređenih međusobno povezanih dijelova; institucionalni – organizacija kao institucija određene vrste; strukturalnoga – organizacija kao sustav formalnih pravila za upravljanje aktivnostima; funkcionalni – organizacija kao djelatnost orijentirana ka ciljevima (Žugaj i sur., 2004, 4-5). Za opstojnost bilo koje organizacije, pa tako i visokoobrazovne, nužni su određeni elementi kao što su: ostvarivanje cilja, ljudi u organizaciji te materijalna sredstva s time da bi svaka organizacija trebala odrediti svoju viziju odnosno misiju, napose u izvanrednim okolnostima. Vizija predstavlja „predodžbu nekog budućeg stanja koje se želi ostvariti, odnosno to je slika budućeg stanja organizacije koja je stvarna, vjerodostojna i privlačna“ (Buble, 2009, 123). S druge strane, misiju možemo doživjeti kao filozofiju poslovne politike, smjer vođenja subjekta (Horvat i sur., 2015, 47). Mišljenje je autora, kako u kreiranje vizije i misije visokoobrazovnih institucija, nije uključena mogućnost djelovanja istih u izvanrednim okolnostima, o čemu bi, potaknute dosadašnjim iskustvom, trebale voditi računa sve institucije na području visokog obrazovanja. Ne možemo zaboraviti, da je Republiku Hrvatsku, točnije, neka njezina područja, u kratko vrijeme zahvatilo više nepogoda, od poplava, potresa pa su ključni akteri, prilikom donošenja odluka, morali i trebali misliti na najranjivije skupine, stanovnike tih područja odnosno studente koji su dolazili s područja zahvaćenih određenom nepogodom.

Termin mijenjajuće organizacije postao je sve popularniji pa se tako njime koriste u što većoj mjeri svi relevantni autori koji se bave analizom organizacija u javnoj upravi. Upravo takav pristup predstavlja jedan od mogućih, budućih primjenjivih modela u upravnim organizacijama. Za ovaj rad važan je takav pristup visokoobrazovnim institucijama. Da bismo lakše okarakterizirali adaptivnu organizaciju, potrebno je provesti analizu

učee, adaptivne, moderne, prilagodljive organizacijske strukture. Kako uopće definiramo organizacijsku strukturu odnosno što podrazumijevamo pod pojmom organske odnosno adaptivne organizacijske strukture? Organizacijsku strukturu možemo definirati kao „relativno trajni plan rasporeda poslova i međusobnih veza među ljudima koji obavljaju te poslove u organizaciji“ (Pusić, 2002, 166). Sve organizacijske strukture možemo podijeliti na birokratske ili mehanicističke (krute organizacijske strukture sa strogo pripisanim pravilima i procedurama, visokim stupnjem hijerarhijske kontrole i usko definiranim zadacima, komuniciranje se odvija vertikalno – nadređeni prema podređenom, stil odlučivanja je autokratski – nadređeni odlučuje i zapovijeda podređenima, naglasak je stavljen na poštivanje hijerarhije) te na organske ili adaptivne koje su u srži teksta rada – one predstavljaju fleksibilne mreže talentiranih pojedinaca koji obavljaju raznolike zadatke, komuniciranje je horizontalno – suradnja radnih kolega, odlučivanje je demokratsko odnosno dogovorno, doprinos pojedinca jasno dolazi do izražaja (Sikavica, Novak, 1999, 223-225).

Kada je riječ o tipovima organizacijskih struktura, najčešće su: funkcionalne organizacijske strukture – za njih je karakteristično da se srodni i slični poslovi grupiraju i povezuju te se tako oblikuju organizacijske jedinice, divizijska organizacijska struktura – primjenjuje se u velikim organizacijama te nastaje kao posljedica samog razvoja organizacije, najčešće je usmjerena, ako razmatramo visokoobrazovni sustav, prema studentima kao korisnicima javne službe, projektna organizacijska struktura – privremena organizacijska struktura koja postoji dok se ne završi određeni projekt, T-oblik struktura – temelji se na otvorenim sustavima te uporabi informacijsko-komunikacijskih tehnologija, mrežasta organizacijska struktura – temelji se na mreži pojedinaca koji međusobno razmjenjuju informacije (Žugaj i sur., 2004, 222-232).

Pusić pak ističe razliku između formalne i neformalne organizacijske strukture. Pod formalnom organizacijskom strukturom podrazumijevamo unaprijed utvrđeni raspored poslova i sustava međusobnih veza u određenoj organizaciji, dok pod neformalnom podrazumijevamo skup svih relativno trajnih odnosa među ljudima u organizaciji koji su se razvili tijekom njihova zajedničkog rada, a koji djeluju na formalne ciljeve organizacije (Pusić, 2002, 185).

Relevantni akteri na području visokoobrazovnog sustava u vrijeme pandemije COVID – 19

Pandemijsko vrijeme utjecalo je pozitivno na pojavu različitih relevantnih aktera koji su različitim pristupima na manje ili više uspješan način doprinijeli učinkovitom djelovanju VOS-a u izvanrednoj situaciji. Počevši od resornog, središnjeg tijela državne uprave, Ministarstva znanosti i obrazovanja, preko agencija kojima je jedan od ključnih ciljeva, unaprjeđenje sustava pa sve do bitnih dionika, visokih učilišta, javnih veleučilišta, privatnih visokih škola, sveučilišta, nastavnika i asistenata, studenata, izvannastavnog osoblja itd.

Člankom 2. Zakona o ustrojstvu i djelokrugu tijela državne uprave (NN 85/20) propisuje se da su tijela državne uprave ministarstva i državne upravne organizacije. Člankom 11. navedenog propisa propisano je da Ministarstvo znanosti i obrazovanja obavlja upravne i druge poslove koji se odnose na sustav predškolskog odgoja, osnovnoškolskog i srednjoškolskog odgoja i obrazovanja u zemlji i inozemstvu; nacionalni kurikulum; udžbenike, normative i standarde te druge uvjete za odgojno-obrazovni rad; razvitak školstva; učenički standard; inspekcijski nadzor; osnivanje i nadzor nad zakonitošću rada ustanova te osiguravanje financijskih i materijalnih uvjeta za rad u odgoju i obrazovanju; osposobljavanje djece, mladih i odraslih za stjecanje tehničkih znanja i vještina te djelatnost udruga u ovom području.

Zakonom o sustavu državne uprave (NN 66/19), čl. 55., st. 1.-3. propisano je da se Ministarstva ustrojavaju za obavljanje poslova državne uprave u pravilu u više upravnih područja te da se u sastavu ministarstva ustrojavaju najmanje dvije upravne organizacije. Važno je i za istaknuti da se upravne organizacije u sastavu ministarstava ustrojavaju u pravilu kao: uprave, za jedno ili više upravnih područja u kojima se pretežito obavlja provedba državne politike, neposredna provedba zakona i upravni nadzor, s određenim stupnjem samostalnosti u radu, zavodi, za jedno ili više upravnih područja u kojima se pretežito obavljaju stručno-analitički poslovi koji zahtijevaju viši stupanj samostalnosti te posebne uvjete i načine rada unutar ministarstva, inspektorati, za inspekcijski nadzor u jednom ili više upravnih područja, s višim stupnjem samostalnosti u radu.

Jedan od posebnih ciljeva, kako navodi Nacionalni plan razvoja javne uprave za razdoblje od 2022. do 2027. godine, je i korisnički orijentirana javna uprava, što preneseno na područje visokoobrazovnog sustava, znači uprava orijentirana prema studentima kao korisnicima. Kako se navodi u istaknutom dokumentu, ostvarenje ovog cilja zahtjeva uspostavljanje učinkovitog sustava upravljanja kvalitetom u javnoj upravi. Upravljanje kvalitetom prvenstveno podrazumijeva ostvarivanje ciljeva kojim će se povećati razina kvalitete javnih usluga koje organizacije pružaju građanima i gospodarskim subjektima, zadovoljstvo korisnika javnim uslugama te djelotvornost i učinkovitost procesa u javnoj upravi. Između ostaloga, u dokumentu se navode i određene prednosti metodologije upravljanja kvalitetom u javnoj upravi kao što su: prilagođenost zahtjevima organizacija javnog sektora, razvijanje zajedničkog jezika u organizaciji koji omogućava njenim zaposlenicima i rukovodstvu konstruktivnu raspravu o organizacijskim pitanjima, čime se promiče i komparativno učenje među organizacijama javne uprave, povećanje uključenosti zaposlenika organizacije te omogućavanje odlučivanja o organizaciji i poboljšanja organizacije na temelju podataka, u okviru čega se potiče prikupljanje, analiziranje i vrednovanje podataka o organizaciji i njezinim učincima. Korisnički orijentirana javna uprava ostvarit će se kroz cjelovitu procesnu transformaciju javne uprave, prije svega digitalizacije.

Primjena informacijsko-komunikacijske tehnologije, pokazala se na vrlo zavidnoj razini, što su pokazali i rezultati provedbe empirijskog istraživanja na Pravnom fakultetu Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku. Cilj je istraživanja bio ispitati stavove studenata Pravnog fakulteta Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku o primjeni informacijsko – komunikacijskih tehnologija za vrijeme trajanja pandemije COVID-19. (utvrditi postojanje razlika u odgovorima među studentima četiri različita studijska programa vezano uz tvrdnje kako se visokoobrazovni sustav uspješno prilagodio izazovima primjene informacijsko-komunikacijske tehnologije u pandemijsko vrijeme). Iz navedenog cilja, proizašla je i ključna hipoteza rada koja je glasila: Visokoobrazovni sustav uspješno se prilagodio izazovima primjene informacijsko – komunikacijske tehnologije u pandemijsko vrijeme. Istraživanje je provedeno na Pravnom fakultetu Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, a bili su uključeni studenti Integriiranog preddiplomskog i diplomskog sveučilišnog studija Pravo, studenti Stručnog upravnog studija te studenti Preddiplomskog i diplomskog

sveučilišnog studija Socijalni rad (Dujmović Bocka, Karlović, 2022, 37). Rezultati su pokazali kako je dostupnost internetu u vrijeme trajanja pandemije COVID-19 imalo 207 (98.6%) studenata (Dujmović Bocka, Karlović, 2022, 41). Navedeni podatak ide u korist adekvatnoj primjeni relevantnih vrijednosti u visokoobrazovnim institucijama u izvanredno vrijeme. Ovdje je važno i za istaknuti kako se obavljanje javne službe može organizirati osnivanjem javne ustanove, osnivanjem trgovačkog društva, povjeravanjem udruzi građana, davanjem koncesije te ugovaranjem javno-privatnog partnerstva (Antić, 2014, 39). Zakon o ustanovama (NN 76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19), čl. 6., propisuje da se javna ustanova osniva za obavljanje djelatnosti ili dijela djelatnosti, ako je zakonom određeno da se ona obavlja kao javna služba. Javna ustanova može se osnovati i za obavljanje djelatnosti ili dijela djelatnosti koja nije određena kao javna služba, ako se one obavljaju na način i pod uvjetima koji su propisani za javnu službu.



*Prikaz 1. Relevantni akteri VOS-a u pandemijsko vrijeme
Izvor: obrada autora*

Čl. 7. istog propisa propisano je tko može osnovati javnu ustanovu: 1. Republika Hrvatska, 2. općina, grad, županija i Grad Zagreb u okviru svoga samoupravnog djelokruga, a sukladno zakonu, 3. druga fizička i pravna osoba ako je to zakonom izrijeком dopušteno, 4. jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave i fizička i pravna osoba, ako je to zakonom izrijeком dopušteno.

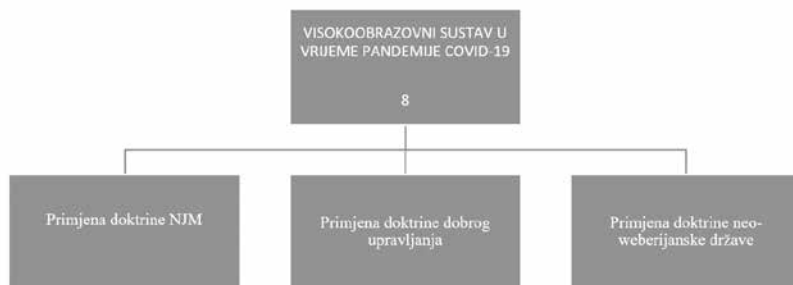
Zbog ograničenosti teksta rada, autori nisu proveli analizu svih relevantnih aktera (vidljivi su putem Prikaza 1). Ta spoznaja svakako može poslužiti samim autorima, kao i drugim interesentima, da se u skorijoj budućnosti, u znanstvenom smislu bave analizom ostalih aktera na području VOS-a.

Zakret prema primjeni komponenti novog javnog menadžmenta/dobrog upravljanja

Naslov poglavlja upućuje nas na potrebu terminološkog određivanja pojma novog javnog menadžmenta kao upravne doktrine. Novi javni menadžment (u daljnjem tekstu: NJM) samo je jedan primjer upravne doktrine čije su se temeljne komponente, u posljednje vrijeme, a tako i danas nastojale implementirati putem odgovarajućih pravnih propisa, pa tako i u samoj praksi. Očigledno, u nedovoljnoj mjeri. U domaćoj i stranoj literaturi mnogo se pisalo o NJM. Autori će se ovdje zadržati na bitnim odrednicama doktrine NJM, njezinim glavnim karakteristikama ta mogućnostima primjene u izvanrednim okolnostima. S obzirom na to da se navedena doktrina temelji na tzv. „3E“ vrijednostima, ekonomičnosti, efikasnosti i efektivnosti, postoji prijevika potreba da se vrijednosti iz privatnog sektora na jedinstveni način pretoče u javni sektor. No postavlja se ovdje ključno pitanje: je li to moguće i u kojoj mjeri? Mišljenja su ključnih aktera javnog upravljanja podijeljena. Mišljenja smo kako je velika većina komponenti odnosno elemenata NJM na uspješan način utkana u hrvatske pravne propise, no problem nastaje kod same primjene. O čemu se tu zapravo radi, odnosno gdje nastaje problem? Problem je uvijek na strani primjene komponenti odnosno na strani onih aktera koji bi trebali njegovati i primjenjivati vrijednosti koje se nastoje proklamirati putem vlastitog djelovanja. Tako su čelnici visokoobrazovnog sustava u izvanrednoj okolnosti izazvanoj pandemijom COVID-19, nastojali sve snage usmjeriti na zadržavanje

učinkovitosti te postizanju efikasnosti djelovanja svih dionika sustava, nastavnika i studenata, tijela državne uprave, visokih učilišta, agencija te drugih ključnih aktera. Izvanredne okolnosti zahtijevale su da se svi dionici u relativno kratko vrijeme prilagode novonastaloj situaciji koja je s vremena na vrijeme zahtijevala rad od kuće. Načelo ekonomičnosti u to je vrijeme bivalo prisutno, studenti nisu morali dolaziti na fakultet, nastavnici su uspijevali održavati nastavu putem Internet platformi, dostavljanje nastavnih materijala bilo je moguće putem elektroničke pošte te putem sustava za udaljeno učenje. Kako navodi Đulabić, podizanje kvalitete javne uprave koja se javlja kao pretpostavka zadovoljstva građana njezinim radom zahtijeva aktivno građanstvo koje će biti kadro koristiti se različitim, formalnim i neformalnim mehanizmima pritiska (Đulabić, 2006, 21). Za interesiranost društvene zajednice, kako ističe Dujmović, za upravljanjem javnim službama i njezin zaštitnički odnos spram nje, postaje sve izraženiji s obzirom na to da raste svijest ljudi da pasivizacija društvene zajednice vodi k nazadovanju javnih službi, kao i pospješivanju razvoja koruptivnog ponašanja (Dujmović, 2014, 2). Prilagodba europskim standardima usmjerena je, između ostaloga, i na utvrđivanju koncepcije i mjera reforme javnih službi (Koprić, 2003, 439).

Upravna doktrina predstavlja „sustav ideja o poželjnim načinima djelovanja i uputama o dobrim praksama organiziranja i upravljanja koji je utemeljen na poželjnim vrijednostima i sistematiziranom iskustvu o upravljanju“ (Koprić i sur., 2014, 11). Novi javni menadžment kao upravna doktrina nastao je 1980-ih, a njime se nastoje tehnike i vrijednosti iz privatnog sektora pretočiti u javni sektor na principima ekonomičnosti, efektivnosti i efikasnosti („3E“ vrijednosti). Neo-weberijanska država je upravna koncepcija koja naglašava potrebu da se ojača uloga upravnog prava, a javna uprava da se učini efikasnom pri funkcioniranju, a poželjnim smatra karakteristike klasičnog, birokratskog, weberijanskog modela uprave, kao što su: pisane komunikacije, zakonitost, profesionalizam službenika, edukacija službenika, neosobni odnosi i sl. (Koprić i sur., 2014, 11; 13).



*Prikaz 2. Primjena odabranih upravnih doktrina
u okviru VOS-a u pandemijsko vrijeme
Izvor: obrada autora*

Neoweberijanski pristup – moć prilagodbe visokoobrazovnog sustava

Kao što smo već naveli u prethodnom poglavlju teksta rada, neo-weberijanski pristup zadržava temeljne postavke weberijanske uprave. Te postavke prvenstveno proistječu iz tendencije prema profesionalizaciji službenika, podjeli rada, organizacijskoj strukturi, hijerarhiji, vlasti i autoritetu. Veliki broj autora zalaže se za primjenu kombinacije birokratskih i menadžerskih vrijednosti u javnoj upravi.

Upravni razvoj obilježava sve veća profesionalizacija uprave koja ima tri komponente. Prvu komponentu čini ustaljivanje skupine zadataka kao i položaja nositelja tih zadataka što rezultira uspostavljanjem niza različitih radnih mjesta sa specifičnim i unaprijed definiranim poslovima. Drugu komponentu čini trajnost upravnih zanimanja, u smislu prijelaza od laičkog obavljanja javnih poslova u upravi prema stručnim i obrazovanim upravnim službenicima. Treću komponentu čini promjena načina plaćanja službenika za njihov rad. Od prvotnog uzdržavanja na dvoru vladara, preko plaćanja u naturi, zatim dodjeljivanjem izvora prihoda došlo se do modernog plaćanja službenika, plaćanja u novcu u cilju da plaća mora osigurati egzistenciju službenika odnosno njegovu neovisnost o centrima ekonomske moći (Koprić i dr., 2014, 34-35). Pusić navodi nekoliko uvjeta

koje bi trebao osiguravati svaki platni sustav. Riječ je sljedećim uvjetima: plaća bi trebala biti dovoljna ekonomska osnova za egzistenciju službenika, razlike u plaći trebale bi odgovarati što boljoj razlici u vrijednosti službenika za službu, razlike u plaći trebale bi poticati službenike na veće zalaganje na radu i na dalje stručno usavršavanje, platni sustav javnih službenika ne bi trebao biti diskriminatoran u odnosu na neke druge platne sustave, prvenstveno se misli na sustav plaćanja u privatnoj sferi. Kada se govori o diskriminaciji između različitih platnih sustava, prvenstveno se misli na povoljnije plaće u privatnom sektoru, a nepovoljnije u javnim službama. Teoretski, kako navodi Pusić, diskriminacija je jednako štetna ako ide u prilog javnih službi, kao i onda kada ide na njihovu štetu. Kada uspoređujemo ta dva platna sustava, ne smijemo zanemariti niti neke druge prednosti službenika u javnoj službi kao što su radno vrijeme, dulji odmor, veća sigurnost i stabilnost na radnom mjestu (Pusić, 2002, 219; 222).

Analiza odabranih odredbi pravnih propisa na području visokog obrazovanja s naglaskom na primjenu adaptivnih elemenata u izvanrednim okolnostima

O samoj izradi pravnih propisa na području visokog obrazovanja u vrijeme pandemije COVID – 19 nema značajnijih objavljenih znanstvenih niti stručnih članaka. Ovdje ćemo istaknuti rad Šuška Ivica koji pod sličnim nazivom rada analizira izradu i donošenje pravnih propisa na području visokog obrazovanja kao javne službe u doba pandemije COVID – 19. Autor napominje u uvodnom razmatranju rada da javne službe u Republici Hrvatskoj nisu bile pripremljene za djelovanje u izvanrednim okolnostima (Šušak, 2021, 502). S tom ćemo se konstatacijom djelomično složiti, s obzirom na to da su visokoobrazovne institucije, u relativno kratkom vremenu, posegnule za primjenom adekvatnih tipova organizacijske strukture te su se nastojale na što učinkovitiji način prilagoditi novonastalim okolnostima. Reakcija akademskog osoblja, nastavnog i nenastavnog osoblja, studenata te ostalih zaposlenika visokoobrazovnih institucija, bila je, mišljenja smo, korektna i veoma su se dobro svi pridržavali danih uputa odnosno preporuka. Ustavne odredbe nužne, prema mišljenju autora, za razumijevanje važnosti djelovanja zaposlenika visokoobrazovnih institucija kao i samih korisnika, su prvenstveno ustavna odredba kojom se propisuje da su sloboda, jednakost, nacionalna ravnopravnost,

mirotvorstvo, socijalna pravda, poštivanje prava čovjeka, nepovredivost vlasništva, očuvanje prirode i čovjekova okoliša, vladavina prava i demokratski višestranački sustav najviše vrednote ustavnog poretka Republike Hrvatske (Ustav RH, NN 56/90, 135/97, 08/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14, članak 3.). Nadalje, istim propisom se naglašavaju temeljne slobode i prava čovjeka i građanina. Tako se čl. 14. propisuje da svaki čovjek i građanin u Republici Hrvatskoj ima sva prava i slobode, neovisno o njegovoj rasi, boji kože, spolu, jeziku, vjeri, političkom ili drugom uvjerenju, nacionalnom ili socijalnom podrijetlu, imovini, rođenju, naobrazbi, društvenom položaju ili drugim osobinama te da su svi pred zakonom jednaki. Čl. 16. pak se propisuje da se slobode i prava mogu ograničiti samo zakonom da bi se zaštitila sloboda i prava drugih ljudi te pravni poredak, javni moral i zdravlje. Članak 17. dotiče se stanja u kojima se pojedine slobode i prava zajamčena Ustavom mogu ograničiti. Tu se spominje doba ratnog stanja ili neposredne ugroženosti neovisnosti i jedinstvenosti države te velikih prirodnih nepogoda. O tome odlučuje Hrvatski državni sabor dvotrećinskom većinom svih zastupnika, a ako se Sabor ne može sastati, predsjednik Republike (Ustav RH, NN 56/90, 135/97, 08/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14, članak 17.). Čl. 58. propisuje se da se svakomu građaninu jamči pravo na zdravstvenu zaštitu. Čl. 65.-68. propisuje se da je svakomu dostupno, pod jednakim uvjetima, srednjoškolsko i visokoškolsko obrazovanje u skladu s njegovim sposobnostima (čl. 65.). Članak 66. propisuje da građani mogu osnivati privatne škole i učilišta. Članak 67. propisuje da se jamči autonomija sveučilišta, a Sveučilište samostalno odlučuje o svom ustrojstvu i djelovanju, u skladu sa zakonom. Člankom 68. propisano je da se jamči sloboda znanstvenoga, kulturnog i umjetničkog stvaralaštva, da država potiče i pomaže razvitak znanosti, kulture i umjetnosti, da država štiti znanstvena, kulturna i umjetnička dobra kao duhovne narodne vrednote te se jamči zaštita moralnih i materijalnih prava koja proistječu iz znanstvenoga, kulturnog, umjetničkog, intelektualnog i drugog stvaralaštva, država potiče i pomaže skrb o tjelesnoj kulturi i športu.

Zakon o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju (NN 119/22) propisuje da se visoko obrazovanje, između ostaloga, temelji na: europskoj humanističkoj i demokratskoj tradiciji te europskom sustavu visokog obrazovanja, otvorenosti visokih učilišta prema javnosti, građanima i lokalnoj zajednici, uzajamnosti i partnerstvu pripadnika akademske zajednice,

nedjeljivosti i visokoj kvaliteti nastavnog rada i znanstvenog istraživanja odnosno umjetničkog stvaralaštva na sveučilištima, jedinstvu stručnog i obrazovnog rada u svrhu osposobljavanja za specifična stručna znanja i vještine, konceptu cjeloživotnog obrazovanja, obvezi razvijanja društvene odgovornosti studenata i drugih članova akademske zajednice, interakciji s društvenom zajednicom (čl. 2.).

Zakonom o osiguravanju kvalitete u znanosti i visokom obrazovanju (NN 45/09) definira se pojam kvalitete u znanosti i visokom obrazovanju kao „višedimenzionalan i dinamičan koncept u kojem se naglasak stavlja na udovoljavanje općeprihvaćenim standardima i očekivanjima društva u cjelini uz težnju ka stalnom unaprjeđenju svih procesa i njihovih ishoda“ (čl. 2.).

Navedene odredbe odabranih propisa imaju za cilj istaknuti važnost temeljnih sloboda i prava svakog građanina, važnost načela na koja bi se trebao oslanjati sustav visokog obrazovanja, važnost osiguravanja kvalitete samog sustava kao i omogućiti primjenu adaptivnih elemenata organizacije. Daljnja analiza propisa nije bila moguća zbog ograničenja teksta rada, tako da su se autori odlučili za odabir onih na kojima, prema njihovu mišljenju, treba počivati hrvatski sustav visokog obrazovanja te se prilagođavati, u što većoj mjeri, europskim trendovima. Put prilagođavanja nikada nije lagan, ali pravovremenim reagiranjem na danu okolnost, donošenjem jasnih propisa, strategija, sama prilagodba bit će brža i lakša, naravno, ako se na vrijeme usvoje bitne smjernice djelovanja visokoobrazovnih institucija u izvanrednim stanjima.

Zaključak

Analizom ključnih elemenata koji na vrlo osebujan način utječu na mijenjanje VOS-a, autori rada predlažu određene mjere koje bi u skorijoj budućnosti, prema njihovu mišljenju, trebale rezultirati poboljšanjem učinkovitosti samog sustava. Te promjene odnose se prvenstveno na:

a) donošenje adekvatnog zakonskog okvira kao i strateških dokumenata – svi važeći propisi kao i doneseni strateški dokumenti usmjereni su na reguliranje područja VOS – na nedovoljno preciziran te odgovarajući način. Naime, funkcioniranje sustava u izvanrednim situacijama ne bi smjelo biti

djelatnost koja će zaustaviti razvoj samog sustava, nužno je uključiti sve aktere te ih pravovremeno educirati za takve situacije;

b) participativnu ulogu te uključivanje svih relevantnih aktera – detekcijom svih relevantnih aktera treba doći do rješenja kako sustav učiniti efikasnijim i ekonomičnijim. Jedino će takav pristup uroditi primjenom optimalnih vrijednosti u javnoj upravi – pravnih, demokratskih i socijalnih;

c) postavljanje optimalne podloge za poboljšanje položaja korisnika sustava, konkretno studenata te nastavnika – donošenjem odgovarajućih strategija, kao i njihovom provedbom, moguće je u javnoj upravi osigurati temelj za razvoj adaptivne organizacije kojom će biti zadovoljna uprava, zaposlenici te sami korisnici;

d) kombiniranje tradicionalnih vrijednosti u javnoj upravi s modernim, menadžerskim vrijednostima – tradicionalni naspram menadžerskog pristupa vječita je tema rasprave koji od ta dva modela češće upotrebljavati kada je u pitanju način funkcioniranja i djelovanja javne uprave. U praksi se najčešće poseže, što predstavlja i pravi put, kombinacija navedenih dva modela, u izvanrednim situacijama svakako se preporučuje korištenje kombiniranog (mješovitog) modela; preporuka je iskoristiti najbolje elementa oba modela;

e) primjenu adekvatne organizacijske strukture – optimalnom organizacijske strukture doći će se do nesmetanog djelovanja sustava u izvanrednim okolnostima. Pandemija koja je zadesila sami sustav ne smije biti pokretač promjena; pokretač trebaju biti ideje za već neke druge buduće izvanredne okolnosti kako bi se sustav najlakše prilagodio novonastaloj situaciji.

Navedeni prijedlozi imaju za cilj poslužiti kreiranju ideja za poboljšanjem sustava, potaknuti sve aktere da se njima pokušaju baviti svakodnevno razmišljajući o tome je su li trenutačno donesene odluke sukladno istaknutim prijedlozima. S obzirom na to da je nekada promjena postojećeg stanja teža, nego li je to „rađanje“ nekog novog oblika, odnosno strukture organizacije, potrebno je čim prije razmisliti jesu li svi akteri u dovoljnoj mjeri educirani za djelovanje sustava u izvanrednim okolnostima, jer budućnost je nepredvidiva, a vremena za promjene kao i prilagodbu istima, sve manje.

Je li moć prilagodbe VOS-a izvanrednim okolnostima utjecala na kvalitetu visokoobrazovnog procesa i u kojoj mjeri? Je li omogućila rast organizacije kao i usvajanje ključnih vrijednosti u javnoj upravi? Autori su

nastojali kroz temeljna poglavlja teksta rada ponuditi odgovore na postavljena pitanja. Svjesni važnosti primjene adekvatnih vrijednosti u javnoj upravi kao i važnosti uključivanja svih relevantnih dionika u poboljšanje djelovanja VOS-a u izvanrednim situacijama, smatramo da je za razvoj jednog ovako bitnog sustava prije svega, važna politička volja, kontinuitet u provedbi odgovarajućih propisa i donesenih strategija kao i iskorištavanje svih mogućnosti za participiranje onih skupina kojima je to najvažnije, a to su sami studenti.

Literatura

- Antić, T. (2014). *Ustrojstvo i djelovanje javnog sektora*. Pravni fakultet Sveučilišta u Rijeci: Rijeka
- Babac, B. (1985). Organizacija i socijalna argumentacija, *Pravni vjesnik*, 1 (2-3), Pravni fakultet Osijek, 3-24.
- Bakota, B., Romić, D. (2013). *Organizacija i metode rada u upravi*. Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru, Pravni fakultet Osijek: Vukovar
- Blažević, R. (2004). *Upravna znanost – kompendij*, Pravni fakultet Sveučilišta u Rijeci: Rijeka
- Buble, M. (2009). *Menadžment*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu: Split
- Cvitan, O. (2008). *Upravna organizacija*, Veleučilište u Šibeniku: Šibenik
- Dujmović, J. (2014). *Visoko obrazovanje kao javna služba*. Neobjavljen doktorski rad. Zagreb: Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Dujmović Bocka, J., Karlović, M. (2022). Digitalizacija visokoobrazovnog sustava u vrijeme pandemije COVID-19. U: Sanja Gongeta, Mirjana Nedović, Slobodan Stojanović (ur.), Zbornik radova sa VII Međunarodne znanstveno-stručne konferencije „Visoko obrazovanje u vrijeme pandemije“, SKEI 2022, 36-45, Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru: Vukovar
- Đulabić, V. (2006). Povelje javnih službi: pokušaj podizanja kvalitete javne uprave i jačanja uloge građana. U: Ivan Koprić, *Javna uprava – nastavni materijali*, 327-343, Društveno veleučilište, Pravni fakultet: Zagreb
- Horvat, Đ., Perkov, D., Kovačić, M., Trojak, N., Krajnović, A. (2007). *Temeljne funkcije upravljanja*, Visoko učilište Effectus – visoka škola za financije i pravo: Zagreb
- Koprić, I., Marčetić, G., Musa, A., Đulabić, V., Lalić Novak, G. (2021). *Upravna znanost – javna uprava u suvremenom europskom kontekstu*, Pravni fakultet

- Sveučilišta u Zagrebu, Studijski centar za javnu upravu i javne financije, Su-
vremena javna uprava: Zagreb
- Koprić, I. (2003). Modernizacija hrvatske uprave; pitanja, prijedlozi i perspektive. U:
Ivan Koprić (ur.), *Moderrnizacija hrvatske uprave*, 439-452, Suvremena javna
uprava: Zagreb
- Ministarstvo pravosuđa i uprave (2022). Nacionalni plan razvoja javne uprave za raz-
doblje od 2022. do 2027. godine, URL: [https://mpu.gov.hr/UserDocsImages/
dokumenti/Strategije,%20planovi,%20izvje%C5%A1%C4%87a/Nacional-
ni%20plan%20razvoja%20javne%20uprave%20za%20razdoblje%20od%20
2022_2027.pdf](https://mpu.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Strategije,%20planovi,%20izvje%C5%A1%C4%87a/Nacionalni%20plan%20razvoja%20javne%20uprave%20za%20razdoblje%20od%202022_2027.pdf), [pristup: 20.08.2022].
- Pravni leksikon (2007). Leksikografski zavod Miroslav Krleža: Zagreb
- Pusić, E. (2005). *Upravne organizacije, interakcija – struktura – interes*, Suvremena
javna uprava: Zagreb
- Pusić, E. (2002). *Nauka o upravi*, Školska knjiga: Zagreb
- Sikavica, P. (2011). *Organizacija*, Školska knjiga: Zagreb
- Sikavica, P., Novak, M. (1999). *Poslovna organizacija*, Informator: Zagreb
- Šušak, I. (2021). Izrada pravnih propisa u sustavu visokog obrazovanja u vrijeme
pandemije COVID-19, *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, god. 58, 2,
501-524, URL: <https://hrcak.srce.hr/file/374020> [29.08.2022]
- Ustav Republike Hrvatske, Narodne novine, br. 56/90, 135/97, 08/98, 113/00,
124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14
- Vila, A. (1983). *Teorija i praksa funkcioniranja organizacije*, Informator: Zagreb
- Zakon o osiguravanju kvalitete u znanosti i visokom obrazovanju, Narodne novine,
br. 45/09
- Zakon o ustanovama, Narodne novine, br. 76/93, 29/97, 47/99, 35/08, 127/19
- Zakon o ustrojstvu i djelokrugu tijela državne uprave, Narodne novine, br. 85/20
- Zakon o sustavu državne uprave, Narodne novine, br. 66/19
- Zakon o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, Narodne novine, br. 119/22
- Žugaj, M., Šehanović, J., Cingula, M. (2004). *Organizacija*, TIVA Tiskara Varaždin:
Varaždin

THE POWER OF ADJUSTMENT OF THE HIGHER EDUCATION SYSTEM TO EXTRAORDINARY CIRCUMSTANCES – HAS THE COVID-19 PANDEMIC DAMAGED THE QUALITY OF THE HIGHER EDUCATION PROCESS?

Abstract

Adapting to extraordinary circumstances is by no means an easy or simple process. Therefore, the adaptation of the higher education system during the COVID-19 pandemic has become a priority for all key actors in the field of higher education. The aim of the paper is to show in what way the organization that carries out the activities of higher education took on the elements of a changing or adaptive organization from the bureaucratic model. Given that the higher education system can be viewed as an open system influenced by a number of relevant actors, the paper provides an overview of them with their key task, to make the higher education system more open, transparent, modernize and Europeanize it. The reform of public administration with an emphasis on public services should make a turn towards the application of the components of the administrative doctrines of the new public management and good governance, not only in the theoretical sense but also in the practical part. The Neo-Weberian approach practices the fundamental underpinnings of organization, starting with respect for authority, power, authority, hierarchy, rules and structure. It is necessary to see how these elements were applied in the circumstances of the duration of the COVID-19 pandemic. In the theoretical part, the paper analyzes the higher education system with a bureaucratic character, its path to an adaptive form. The central part of the work concerns the analysis of the provisions of legal regulations regulating the field of higher education, which rely on the application of adaptive elements of the organization. The final part of the paper refers to the presentation of concluding thoughts regarding the improvement of the higher education system, as well as to finding proposals for increasing the effectiveness of the system. The findings of the analysis are linked to the answer to the fundamental question: did the power of adaptation of the higher education system in an emergency situation affect the quality of the educational process and to what extent, and did it thereby enable the growth of the organization as well as the adoption of key values in public administration?

Keywords: power, higher education system, COVID-19 pandemic, open organization, adaptive organization

Sanja Gongeta⁸⁰

REFORME PRAVA DRUŠTAVA – „RACE TO THE TOP“ ILI „RACE TO THE BOTTOM“ U REGULATIVNOM NATJECANJU

Pregledni rad
<https://doi.org/10.59014/AIOJ3782>

Sažetak

Adekvatan i suvremen zakonodavni okvir kojim se olakšavaju uvjeti za osnivanje poslovnih subjekata te osigurava sloboda poslovnog nastana ključan je element za povećanje konkurentnosti među državama. Proteklo desetljeće brojne države realizirale su reformu nacionalnih zakona o trgovačkim društvima te se time pomicala na svjetskoj ljestvici konkurentnosti. Digitalna revolucija dodatno je utjecala na te zakonodavne reformske procese. Znatno su se pojednostavili procesi osnivanja poslovnih subjekata smanjenjem administrativnih zahtjeva te njihovom online prijavom. U radu se analiziraju pojam i teorije regulativnog natjecanja te njegov utjecaj na konkurentnost država s obzirom na posljednje izmjene zakonodavnog okvira iz područja prava društava. Analizom kretanja država na svjetskoj ljestvici konkurentnosti, a nakon izvršenih reformi daje se odgovor na pitanje u kojoj mjeri i kako reforme prava društava utječu na konkurentnost države, odnosno je li takva vrsta regulativnog natjecanja „race to the top“ ili „race to the bottom“ na globalnoj razini.

Ključne riječi: digitalizacija; konkurentnost; reforme prava društava; regulativno natjecanje;

Uvodno

Gospodarske aktivnosti i zakonodavni okvir kojim se stvaraju temelji za njihovo obavljanje nemoguće je promatrati odvojeno. Osnivanje poduzeća, financiranje i potpora, pravo intelektualnog vlasništva i tržišnog natjecanja, društveno odgovorno poslovanje, pravila o ugovorima te zapošljavanje samo su dio pravnog okvira, koji s pravom trgovačkih društava u

80 Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru, Vukovar, sanja.gongeta@vevu.hr

konačnici čini potpuni mozaik pravnog okvira za pokretanje i obavljanje gospodarskih djelatnosti.

Osnovni cilj svakog zakonodavca u području prava društava je osigurati adekvatne uvjete za osnivanje i djelovanje gospodarskih subjekata u nacionalnim okvirima te tako potaknuti poduzetnike na djelovanje i povećati konkurentnost ne samo na europskoj, nego i na globalnoj razini.

Pravo trgovačkih društava je grana prava koja proučava društva kao privatnopravne zajednice osoba udružene temeljem pravnog posla radi postizanja nekog zajedničkog cilja. (Barbić, 2008) Za obavljanje gospodarske aktivnosti poduzetnici mogu birati između jednog od pravnih oblika predviđenog nacionalnim ili europskim zakonodavnim okvirom. (Musić i Gongeta, 2022; Ringe, 2007; Gorriz, 2019) Temeljne karakteristike svakog od trgovačkih društava svrstavaju ih u kategoriju društva osoba ili društva kapitala. Osim minimalnog broja osoba potrebnih za osnivanje gospodarskog subjekta, zakonom određenog temeljnog kapitala, ovlaštenosti za vođenje poslova i zastupanje društva, ključan element pri odabiru oblika pravne osobe kojom će se ostvarivati željeni gospodarski cilj i stjecati dobit je odgovornost za obveze društva. Zakonske odredbe o (ne)odgovornosti članova društva za obveze društva najčešći je razlog zbog kojega su društva kapitala najbrojniji oblik registriranih trgovačkih društava na tržištu. Također, fleksibilni uvjeti za pokretanje poslovanja, odnosno brza i jednostavna procedura pri osnivanju te minimalni financijski troškovi vrlo često su odlučan element zbog kojega poduzetnici odabiru određeno mjesto za sjedište trgovačkog društva.

Neujednačena nacionalna zakonska rješenja nerijetko dovode do pravne nesigurnosti i negativno utječu na prekogranično poslovanje te mogu uzrokovati nepravedno tržišno natjecanje među gospodarstvenicima. Upravo to su razlozi koje strani ulagači navode kao ključne zbog kojih ne žele poslovati na određenom području.

Suvremen pravni okvir ključan je element za razvoj u svim poslovnim segmentima, a trend globalizacije i digitalna revolucija dodatno su utjecali na ubrzano donošenje inovativnih zakonodavnih rješenja.

Kao suvremeni izazovi za zakonodavce sve se češće prepoznaje „postojanje dva različita socioekonomska i upravljačka modela koji prevladavaju u državama (posebno članicama Europske unije), razliku pravnog okvira

za pravo društava i financijska tržišta kao ključnih za usklađivanje ciljeva gospodarske politike te regulatorno natjecanje.“ (Tsagas, 2020)

Upravo je regulativna konkurentnost, odnosno reforme prava društava koje se provode u tu svrhu, predmet istraživanja ovog rada.

Nakon uvodnih razmatranja u radu se definira regulativno natjecanje i objašnjava stajalište pravnih teoretičara o njegovoj opravdanosti i utjecaju na pravne standarde. Također, u radu se detaljno analizira poredak država na svjetskoj ljestvici konkurentnosti nastao uslijed reformi u području prava društava.

Zaključno se iznose prijedlozi za buduća istraživanja kojima su temelj utjecaj digitalizacije na suvremene zakonodavne okvire te njezin utjecaj na konkurentnost država.

Regulativno natjecanje i „race to the top“ ili „race to the bottom“ teorije

Regulativno natjecanje (engl. *regulatory competition*) jedno je od oblika kojim nacionalni zakonodavci žele istaknuti svoje prednosti u odnosu na druge. Premda su nam iz svakodnevnog života puno poznatiji pojmovi sportsko natjecanje, natjecanje u znanosti ili na primjer natjecanje u vojnoj opremljenosti država, regulativno natjecanje iznimno je važan element poduzetničke prepoznatljivosti i gospodarske uloge na globalnoj razini tržišne konkurentnosti pojedine države. Jako nacionalno gospodarstvo te mogućnost praćenja suvremenih tržišnih kretanja i sudjelovanja u međunarodnoj trgovini oduvijek su bili izazov zakonodavcima za stvaranje inovativnih pravnih rješenja i izravno utjecanje na stupanj konkurentnosti u širem poslovnom kontekstu. Kako je uvodno istaknuto, suvremen pravni okvir ključan je element za razvoj u svim poslovnim segmentima, a trend globalizacije i digitalna revolucija dodatno su utjecali na ubrzano donošenje inovativnih zakonodavnih rješenja.

Prema Sachdeva (2010, 137,138) prve naznake regulativnog natjecanja zabilježene su u Sjedinjenim Američkim Državama od sredine sedamdesetih godina prošlog stoljeća gdje su države pojednostavljenim načinom osnivanja trgovačkog društva utjecale na do tada postavljene pravne standarde. Kao što brojna prethodna istraživanja potvrđuju „poduzetnici se

pri započinjanju svoje gospodarske aktivnosti za sjedište svog poslovnog subjekta najčešće odlučuju za ona mjesta gdje je procedura osnivanja trgovačkog društva jednostavna, brza i s minimalnim troškovima.“ (Micheler, 2000; Becht, 2008; Hornuf, 2010, 20) Slijedom navedenoga, nacionalni zakonodavci željeli su svoj pravni okvir učiniti što privlačnijim poduzetnicima te su novi, pojednostavljeni administrativni zahtjevi i vrlo često sniženi financijski troškovi potrebni za osnivanje trgovačkog društva doveli do razlika u pravnim standardima pojedinih država.

Upravo takvo namjerno stvaranje pravnih različitosti u uređenju istoga područja uzrokovano željom zakonodavca za stvaranjem određene prednosti i stvaranjem konkretne koristi za svoje nacionalno gospodarstvo možemo smatrati regulativnim natjecanjem. Međutim, možda je najjednostavnije regulativno natjecanje definirati kao „natjecanje među državama u okviru zakonodavnih ovlasti radi privlačenja novih ulaganja i proizvodnje pružajući potencijalnim poslovnim subjektima bolje definiran pravni oblik za obavljanje njihove djelatnosti.“ (Gongeta, 2014, 822 i Sachdeva, 2010)

Ipak, bez obzira na brojne prednosti koje regulativno natjecanje za sobom donosi, do danas nisu usuglašeni stavovi pravnih teoretičara u pogledu opravdanosti suvremenih intervencija u nacionalne pravne standarde. Iz takvog neujednačenog stava razvile su se dvije teorije kojima se tumači regulativno natjecanje. Prva teorija, nazvana „race to the top“ ili u doslovnom i slobodnom prijevodu s engleskog jezika „utrka prema vrhu“, okuplja pravne stručnjake, koji u ovakvim zakonodavnim intervencijama vide prednosti u smislu suvremenih i inovativnih pravnih rješenja do kojih se dolazi osluškujući poduzetnički puls i s druge strane, teorija „race to the bottom“ odnosno u slobodnom prijevodu „srozavanje“ kojoj su skloni pravници stava kako se regulativnim natjecanjem srozavaju pravni standardi te da se pravni okviri ne trebaju mijenjati na svaki zahtjev poduzetnika.

U korist regulativnog natjecanja, zagovornici „race to the top“ teorije vrlo često ističu pravnu učinkovitost kojom se ona postiže prije svega kroz slobodu poduzetnika koju će zemlju izabrati za svoje poslovno djelovanje. Upravo mogućnost izbora, odnosno sloboda kojom se omogućuje registrirati trgovačko društvo u državi koja nije matična, dovodi do ostvarenja tržišne slobode i pravednog tržišnog natjecanja. Nadalje, kontinuiranim usavršavanjem pravnog okvira koji prati suvremena tržišna kretanja i stvara prednosti u odnosu na pravno okruženje, dovodi do nemogućnosti

stvaranja monopola i koncentracija na tržištu. (The Single Market Programme 2021-2027)

Kako je navedeno, zagovornici „race to the bottom“ teorije osim što kao jedan od razloga za svoje tumačenje navode srozavanje pravnih standarda, vrlo često ističu kako ovakvo postupanje i proglašavanje pravnog okvira svojevrstnim „javnim dobrom“ dovodi do mogućnosti kopiranja postojećih rješenja bez ikakvih sankcija. (Heine, 2003; Hopt, 2000) Uvažavajući i rezultate istraživanja iz kojih je jasno vidljivo kako su najpoželjnije države s niskim financijskim troškovima za pokretanje poslovne djelatnosti, zagovornici potonje teorije izražavaju sumnju u izbor najkvalitetnijeg pravnog okvira odnosno, mišljenja su kako pri izboru države sjedišta u tom slučaju kvaliteta i pravna inovativnost nemaju nikakvu ulogu.

Američka Savezna Država Delaware, vrlo često je primjer na koji se pozivaju pobornici obje teorije kako bi dokazali opravdanost svojih stavova. Naime, polovica aktivnih trgovačkih društava na burzi u New Yorku registrirano je upravo u Delaware-u.

„Race to the top“ teoretičari ističu državu Delaware kao državu bogate sudske prakse te slijedom toga države koja jamči veću pravnu sigurnost za prava vjerovnika i odredbe vlasničkih prava. (Ringe, 2013; Roe, 2003)

Pravna nesigurnost u području vlasničkih prava i prava vjerovnika osnovni su razlog izostanka stranih ulaganja čime se posredno negativno utječe i na tržište kapitala.

Regulativno natjecanje na jedinstvenom Europskom tržištu zajamčeno je temeljnim slobodama iz Ugovora o funkcioniranju Europske unije, posebno slobodom poslovnog nastana (čl. 49. – 55.). Sloboda poslovnog nastana u praksi se očituje ili u obliku a) primarnog poslovnog nastana osnivanjem novoga trgovačkog društva ili prenošenjem mjesta s kojeg se upravlja društvom u drugu državu članicu ili b) sekundarnog poslovnog nastana, koje podrazumijeva osnivanje društva kćeri, podružnice ili zastupstva u drugoj državi članici. (Petrović i Ceronja, 2018)

Europske države članice aktivno su se uključile u regulativno natjecanje reformama prava društava i to tako da su mijenjale odredbe za osnivanje društva s ograničenom odgovornošću, najčešće biranim pravnim oblikom za obavljanje gospodarske djelatnosti. Intervenciju u odredbe osnivanja i djelovanja društva s ograničenom odgovornošću Španjolska i Francuska su učinile 2003. godine, Mađarska i Poljska 2007. godine, Njemačka

2008. izmjenama svog Zakona o društvu s ograničenom odgovornošću, a Austrija i Hrvatska 2012. godine. (Gongeta, 2014; Hommelhoff, 2015; Siems, 2002)

Reforme prava društava i konkurentnost

Regulativne reforme su područje u kojemu se može napraviti veliki napredak u povećanju globalne konkurentnosti uz minimalne troškove. (Kennedy, 2015; Winter, 2004)

Zakonodavci su skloni provoditi regulativne reforme u vrijeme financijske nestabilnosti odnosno uslijed pogođenosti financijskom krizom. Tako je najveći postotak reformi u području prava društava proveden poslije posljednje svjetske financijske krize što je vidljivo i u podacima iz prethodnog poglavlja. Većina reformi prava društava na globalnoj razini, ali i razini Europske unije te njenih država članica posljednjih dvadesetak godina najčešće se odnosila na pojednostavljivanje i ubrzavanje procedure osnivanja gospodarskih subjekata te sve češće i na tragu usklađivanja održivosti i uporabe obnovljivih izvora energije (Sjåfjell, 2021; Europski zeleni plan Europske komisije).

Osim financijske krize, suvremeni društveni razvoj uvjetovan digitalnom transformacijom postavio je nove standarde i izazove u kreiranju zakonodavnih okvira država kao konkurenata na globalnom tržištu. Reforme prava društava koji su u skladu s održivim razvojem i zelenim gospodarstvom predstavljaju novi standard kojega u svojim nacionalnim zakonodavstvima formiraju države članice Europske unije.

Elementi koji su se pokazali ključnima za sprječavanje poduzetnika da se odluče na prekogranično poslovanje su spora i komplicirana administracija. (Vujčić i Gongeta, 2018)

Posljednje reforme prava društava u Europskoj uniji išle su u tom smjeru i to smanjenjem administracije i registracijom društva na daljinu, odnosno digitalizacijom elemenata prava trgovačkih društava. Isto je učinio i hrvatski zakonodavac izmjenama i dopunama Zakona o trgovačkim društvima 2019. i 2022. godine.

U smislu reformi prava društava jedan od važnih elemenata koji je u brojnim zakonodavstvima doživio niz izmjena je dakle, kategorija pokretanja

poslovanja, koja obuhvaća broj procedura, vrijeme i administrativne troškove za pokretanje poslovanja te minimalni temeljni kapital potreban za osnivanje društva kapitala (dioničkog društva ili društva s ograničenom odgovornošću).

Prema posljednjim podacima Svjetske banke, dostupnima u pokazateljima konkurentnosti „Doing Business“, od svih europskih država članica najjednostavnije je započeti poslovanje u Grčkoj koja je u ovoj kategoriji rangirana na 11. mjestu. Slijede ju Estonija na 14. mjestu, Irska na 24., Latvija na 26., Finska na 31., Litva na 34., Francuska na 37., Švedska na 39., Slovenija na 41., Danska na 45., Cipar na 50., Portugal na 63., Luksemburg na 76., Malta na 86., Mađarska na 87., Rumunjska na 91., Španjolska na 97., Italija na 98., Bugarska na 113., Hrvatska na 114., Slovačka na 118., Njemačka na 125., Austrija na 127., Poljska na 128. i Češka na 134. mjestu.

Usporedimo li globalnu konkurentnost s konkurentnošću u kategoriji pokretanja poslovanja pojedinih država članica, vidljiv je nerazmjer.

Na primjer, Hrvatska je 2020. u globalnom smislu zauzela 51. mjesto u konkurentnosti dok je u potkategoriji pokretanja poslovanja i jednostavnih procedura tek na 114. mjestu. Također, premda je Danska na globalnoj razini 2020. zauzela visoko mjesto (što je uspjela i zadržati dugi niz godina), u smislu jednostavnosti pokretanja poslovanja zauzima 45. mjesto. Detaljnija analiza konkurentnosti Njemačke, kao jedne od gospodarskih sila Europske unije i kao jedne od prvih država koja je napravila veliku reformu svog Zakona o društvu s ograničenom odgovornošću već 2008. godine također pokazuje nerazmjer u smislu globalne rangiranosti i rangiranosti na ljestvici jednostavnosti pokretanja poslovanja. Dok u globalnom smislu među 190 država svijeta zauzima visoko 22. mjesto, u potkategoriji pokretanja poslovanja ipak je na znatno nižem, 125. mjestu.

Ovakva razlika mogla bi se komentirati u svjetlu digitalne revolucije i novih izazova koje pred zakonodavce donose tehnološki napredak i inovacije. Naime, kako je uvodno istaknuto zakonodavci se nalaze pred višestrukim izazovima. Pandemija COVID-19 virusom koja je u tijeku, također nije bila olakšavajući čimbenik.

Tablica 1. Države članice EU na svjetskoj ljestvici konkurentnosti

Država EU	2020	2018	2017	2015	2014	2010	2009
Austrija	27	22	19	21	30	28	26
Belgija	46	52	42	42	36	20	20
Bugarska	61	50	39	38	58	44	42
Cipar	54	53	45	64	39	40	36
Češka	41	30	27	44	75	74	66
Danska	4	3	3	4	5	6	5
Estonija	18	12	12	17	22	24	22
Finska	20	13	13	9	12	16	14
Francuska	32	31	29	31	38	31	31
Grčka	79	67	61	61	72	109	100
Hrvatska	51	51	43	65	89	103	110
Irska	24	17	18	13	15	7	7
Italija	58	46	50	56	65	78	74
Latvija	19	19	14	23	24	27	30
Litva	11	16	21	24	17	26	25
Luksemburg	72	63	59	59	60	64	53
Mađarska	52	48	41	54	54	47	41
Malta	88	84	76	94	103	-	-
Nizozemska	42	32	28	27	28	30	28
Njemačka	22	20	17	14	21	25	27
Poljska	40	27	24	32	45	72	72
Portugal	39	29	25	25	31	48	48
Rumunjska	55	45	36	48	73	55	45
Slovačka	45	39	33	37	49	42	35
Slovenija	37	37	30	51	33	53	58
Španjolska	30	28	32	33	52	62	51
Švedska	10	10	9	11	14	18	17

Izvor: Musić i Gongeta (2022) prema Doing business godišnji izvješćima Svjetske banke

Tablica jedan daje uvid u kretanje država članica Europske unije na ljestvici globalne konkurentnosti, između 190 svjetskih gospodarstava u razdoblju od 2009. – 2020. godine za koju su i posljednje dostupni podatci. Podatci iz Tablice jedan rezultat su analize dostupnih podataka i prethodnih istraživanja te su temeljeni na mjerenju konkurentnosti koje je na godišnjoj razini objavljivala Svjetska banka u publikaciji „Doing business“ pri čemu je potrebno naglasiti da je posljednja objavljena 2021. za 2020. godinu.⁸¹ Sukladno reformama koje su se donosile iz određenih područja i gospodarskim kretanjima, vidljivi su pozitivni pomaci u većini država. Između europskih država članica Danska je jedina država koja je zadržala visoko mjesto konkurentnosti. Hrvatska kao najmlađa država članica Europske unije bilježi najveći skok, koja je svojim zakonodavnim reformama sa 110 mjesta dospjela na 51. Za to je vjerojatno zaslužno praćenje europskog zakonodavnog okvira, odnosno prilagođavanje nacionalnog zakonodavnog okvira pravnoj stečevini Europske unije.

Prema podacima Doing Business, od 2005. godine ukupno je izvršeno gotovo četiri tisuće zakonodavnih reformi na svjetskoj razini, koje su se najčešće provodile s razlogom povećanja konkurentnosti. Navedene suprotnosti u provedenim reformama (posebno u području prava društava, odnosno pokretanja gospodarske djelatnosti) i mjesta na ljestvici konkurentnosti dovodi do dva smjera za zaključivanje. Prvo da su metode izračuna u tom segmentu možda bile neadekvatne i drugo da pojednostavljivanje procedure za osnivanje trgovačkog društva nije uvijek nužno pozitivna reforma prava društava.

Naime, Doing Business je na godišnjoj razini prikazivao samo novoosnovana društva s ograničenom odgovornošću kao najbrojnija registrirana, a ne sva novoosnovana trgovačka društva. Samim time, izostavljen je učinak reforme na druge pravne oblike za obavljanje gospodarske djelatnosti. Tako Pereira (2021) ističe kako pojednostavljivanje procedure nije nužno poticaj za pokretanje gospodarske djelatnosti u određenoj državi, ali da reforme prava društava mogu izravno utjecati na poduzetnika pri izboru pravnog oblika.

81 Zbog osporavanja metodologije i kategorija koje su se koristile za izradu poretka konkurentnosti (pokretanje poslovanja, izdavanje građevinskih dozvola, dobivanje kredita, rješavanje insolventnosti, uknjižbu imovine, plaćanja poreza, zaštite prava manjinskih dioničara, izvršenja ugovora i prekogranične trgovine) Svjetska banka je nakon dvadeset godina odlučila zaustaviti taj projekt koji je započela 2002. godine te je u izradi novi, radno nazvan Business Enabling Environment (BEE).

Digitalno gospodarstvo i reforme prava društava u Europskoj uniji

Digitalizacija gospodarstva posebno utječe na mala i srednja poduzeća koja su generator gospodarstva na nacionalnoj, ali i globalnoj razini. Na značaj digitalnih alata kao ključnih za nesmetano djelovanje u svim segmentima, a posebno gospodarstvu ukazala je i pandemija COVID-19 bolesti. Europska unija je učinila prve korake u osiguravanju pravne sigurnosti i unaprjeđenjem digitalnih alata u pravu društava već donošenjem Direktiva (EU) 2019/1151 o upotrebi digitalnih alata i postupaka u pravu društava (poznata kao Direktiva o digitalizaciji). Direktiva o digitalizaciji omogućila je osnivanje trgovačkih društava na daljinu kao i upis podružnica trgovačkog društva i podnošenja podataka u registar u potpunosti *online*. Ipak, digitalna revolucija traje i dalje te su potrebne nove intervencije u ovom području. Europska komisija provela je javno savjetovanje na temu digitalizacije poslovanja i predstavila rezultate i očekivanja poduzetnika. Od ukupnog broja sudionika, 25 % ih je bilo iz poslovnih udruženja, 21 % građani Europske unije, 16 % iz tijela javne vlasti, 12 % iz trgovačkih društava, 12 % javni bilježnici, 5 % iz akademske zajednice, 4 % iz nevladinih udruga i 1 % sindikati i 1 % građani izvan Europske unije.

U javnom savjetovanju najviše sudionika je bilo iz Njemačke, zatim Španjolske, Belgije, Austrije i Nizozemske. U konačnim rezultatima jasno je vidljivo kako većina želi transparentne i ujednačene podatke o trgovačkim društvima u državama članica Europske unije – 87%. Gotovo jednak postotak, 80% sudionika izjasnilo se kako je nužno da su podatci o trgovačkim društvima iz nacionalnih sudskih registara dostupni u slučaju prekograničnih sporova. Mogućnost korištenja podataka iz nacionalnih sudskih registara u slučaju širenja na prekogranično poslovanje važno je za 30% ispitanika. I konačno, 70% sudionika javne rasprave smatra iznimno važnim potpunu digitalizaciju procedure osnivanja svakog oblika trgovačkog društva, a ne samo društva s ograničenom odgovornošću. (Unaprjeđenje digitalnog prava trgovačkih društava, 2022)

Zaključna razmatranja

Digitalizacija, društveno odgovorno poslovanje i nedavne pandemijske okolnosti tek su dio izazova koje pred zakonodavce donosi suvremeno gospodarstvo. Osim u svrhu osiguravanja pravne sigurnosti i stabilnosti u slučaju negativnih kretanja financijskog tržišta, zakonodavne reforme vrlo često se provode izravno u cilju povećanja konkurentnosti u pravnom okruženju. Adekvatan okvir prava društava jedan je od ključnih elemenata osiguravanja konkurentnosti države na globalnoj razini.

Republika Hrvatska kao najmlađa država članica regulativnu je konkurentnost povećala i prije pristupanja Europskoj uniji, 2012. godine uvođenjem jednostavnog društva s ograničenom odgovornošću sa sniženim temeljnim kapitalom potrebnim za osnivanje društva te posljednjim izmjenama i dopunama Zakona o trgovačkim društvima uvjetovanih upotrebom digitalnih alata i postupaka i omogućavanjem osnivanja društva s ograničenom odgovornošću i jednostavnog društva s ograničenom odgovornošću na daljinu i uz sudjelovanje javnog bilježnika.

Kako je vidljivo iz podataka analiziranih u radu, najveći broj zakonodavnih intervencija u smislu reformi prava trgovačkih društava odnosile su se upravo na odredbe u području zahtjeva za pokretanje gospodarske djelatnosti i osnivanje trgovačkog društva, odnosno pojednostavljenu mogućnost osnivanja gospodarskog subjekta te su u konačnici imale pozitivan ishod na poredak pojedine države na globalnoj ljestvici konkurentnosti. Države koje su tradicionalno pri samom vrhu ljestvice globalne konkurentnosti svoj su zakonodavni okvir prava trgovačkih društava reformirale upravo u tim segmentima.

Navedeno nas dovodi do zaključka kako provedene reforme u smislu regulativnog natjecanja idu u korist teoriji „race to the top“ regulativnog natjecanja.

Ipak, za potpuni učinak reformi ne smije se djelovati parcijalno, odnosno potrebno je reformama obuhvatiti sve oblike trgovačkih društava, a ne samo najčešće birano društvo s ograničenom odgovornošću te dodatno regulirati pravila o objavljivanju podataka i povezivanju središnjih registara, trgovačkih registara te registara trgovačkih društava država članica.

Usavršavanje postojećeg prava trgovačkih društava u skladu sa zahtjevima digitalne revolucije i digitalne tranzicije gospodarstva ostavlja prostor za

buduća istraživanja i analizu utjecaja potpune digitalizacije prava društava na konkurentnost pojedine države.

Literatura

- Barbić, J. (2008). *Pravo društava, Knjiga prva, Opći dio*. Zagreb: Organizator.
- Direktiva (EU) 2019/1151 Europskog parlamenta i Vijeća od 20. lipnja 2019. o izmjeni Direktive (EU) 2017/1132 u pogledu upotrebe digitalnih alata i postupaka u pravu društava PE/25/2019/REV/1. SL L 186, 11.7.2019., 80–104.
- Doing Business u Europskoj uniji 2018.: Češka, Hrvatska, Portugal i Slovačka. Washington, DC: (2018) Svjetska banka. Licenca: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO. URL: <https://subnational.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Special-Reports/DB18-EU2-Report-Croatian.pdf> [pristup: 10.04.2022.]
- Europski zeleni plan Europske komisije COM(2019) 640 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019DC0640&from=ET> [pristup: 10.04.2022.]
- Gongeta, S. (2016). Regulatory framework as the primary reason for (no) internationalization of SMEs. *International Entrepreneurship Review*, 2 (2). 247-256.
- Gongeta, S. (2014). Promjene regulatornog okvira njemačkog društva s ograničenom odgovornošću kao posljedica regulatorne konkurencije u području prava društava među državama članicama Europske unije. *Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci*, 35 (2), 819 – 849.
- Gorriz, C. (2019). EU Company Law: Past, Present and ... Future?. *Global Jurist*, 19 (1). URL: <https://doi.org/10.1515/gj-2017-0029> [pristup: 18.07.2022.]
- Hommelhoff, P. (2015). Die SUP-Ferngründung. *Zeitschrift für Unternehmens- und Gesellschaftsrecht/ZGR*, 69–88.
- Hopt, A. (2000). *Modern Company Law Problems – A European Perspective*. Hamburg: Max Planck Institute for Foreign Private and Private International Law.
- Micheler, E. (2000) The Impact of the Centros Case on Europe's Company Laws. *Company Lawyer*, 21 (6), 179–182.
- Musić, A. i Gongeta, S. (2022). Suvremene reforme prava društava u državama članicama EU, U: S. Gongeta, M. Nedović i S. Stojanović (ur.), *Zbornik radova VII. Međunarodne znanstveno-stručne studentske konferencije SKEI 2022 – Visoko obrazovanje u vrijeme pandemije* (str. 239-248). Vukovar: Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru.
- Pereira, A. (2021). Company Law Reform in a Post-'Doing Business' World, *Oxford Business Law Blog*. URL: <https://www.law.ox.ac.uk/business-law-blog/>

- blog/2021/10/company-law-reform-post-doing-business-world [pristup: 16.09.2022.]
- Petrović, S. i Ceronja, P. (2018). *Osnove prava društava*. Zagreb: Školska knjiga.
- Ringe, W.-G. (2013). Corporate Mobility in the European Union – A Flash in the Pan. *European Company and Financial Law Review*, 10, 230–267.
- Ringe, W. G. (2007). The European Company Statute in the Context of Freedom of Establishment. *Journal of Corporate Law Studies*, 7, 185–212.
- Roe, M. J. (2003). Delaware's Competition. *Harvard Law Review*, 117, 588–646.
- Siems, M. M. (2002). Convergence, Competition, Centros and Conflicts of Law: European Company Law in the twenty-first Century. *European Law Review*, 27 (1), 47–59.
- Sjåfjell, B. (2021). Reforming EU Company Law to Secure the Future of European Business. *European Company and Financial Law Review*, 18 (2) 190-217. URL: <https://doi.org/10.1515/ecfr-2021-0009> [pristup: 16.09.2022.]
- The Single Market Programme (2021 – 2027). URL: https://eisma.ec.europa.eu/programmes/single-market-programme_en [pristup: 10.05.2022.]
- Tsagas, G. (2020). A Proposal for Reform of EU Member States' Corporate Governance Codes in Support of Sustainability. *Sustainability*, 12 (10), URL: <https://doi.org/10.3390/su1210432> [pristup: 12.06.2022.]
- Unaprjedenje digitalnog prava trgovačkih društava: (2022). URL: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13055-Upgrading-digital-company-law/public-consultation_hr [pristup: 17.08.2022.]
- Vujčić, B. i Gongeta, S. (2018). Removing regulatory burdens and boosting competitiveness. U: V. Kandžija i A. Kumar (ur.), *Economic Integrations, Theory, Cooperation and Perspectives*, (str. 295-305.) Mostar, Zagreb: Libertas Međunarodno sveučilište; Association for European Community Studies in BiH.
- Winter, J. (2004). EU Company law on the move. *Legal Issues Econ. Integr.* 31, 97-114.
- World Bank. (2021). Doing Business 2020. Washington, DC: World Bank. DOI:10.1596/978-1-4648-1440-2. URL:<https://documents1.worldbank.org/curated/en/688761571934946384/pdf/Doing-Business-2020-Comparing-Business-Regulation-in-190-Economies.pdf> [pristup: 10.04.2022.]
- Zakon o trgovačkim društvima, Narodne novine, br. 111/93, 34/99, 121/99, 52/00, 118/03, 107/07, 146/08, 137/09, 125/11, 152/11, 111/12, 68/3, 110/15, 40/19, 34/22

COMPANY LAW REFORMS – „RACE TO THE TOP“ OR „RACE TO THE BOTTOM“ IN REGULATORY COMPETITION

Abstract

Adequate and modern legislative framework that facilitates the conditions for the establishment of business entities and ensures the freedom of establishment is a key element for increasing competitiveness between countries. Over the past decade, a number of countries have reformed their national company laws, moving up on the global competitiveness ladder. The digital revolution has further affected these legislative reform processes. The process of establishing business entities has been significantly simplified by reducing administrative requirements and through their online application. The paper analyzes the concept and theories of regulatory competition and its impact on the competitiveness of states with regard to recent changes in the legislative framework in the field of company law. The analysis of the movement of countries on the world competitiveness scale, and after the reforms, answers the question to what extent and how reforms of company law affect the competitiveness of the state, or whether this type of regulatory competition is race to the top or race to the bottom globally.

Keywords: digitalization; competitiveness; company law reforms; regulatory competition

Ana Danić Čeko⁸²
 Marina Jambrešić⁸³

PROCEDURALNE POGREŠKE U PRAKSI UPRAVNIH SUDOVA REPUBLIKE HRVATSKE U PRIMJENI EUROPSKIH I MEĐUNARODNIH STANDARDA ZAŠTITE SLOBODE KRETANJA TRAZITELJA AZILA⁸⁴

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/XDKB6481>

Sažetak

Dodjela međunarodne zaštite u državama članicama podrazumijeva brojna prava koja pripadaju tražitelju azila, poput prava na slobodu kretanja, a temelji se na međunarodnim i europskim standardima zaštite, dok se procesno oslanja na nacionalna pravna rješenja. Izazov koji je pred države članice postavila migracijska i izbjeglička kriza često je završavao kršenjem temeljnih ljudskih prava i sloboda tražitelja azila primjenom nacionalnih odredbi umjesto međunarodnih i europskih, posebno u području izricanja mjere zadržavanja. U radu se analizira institut slobode kretanja tražitelja azila kao i pojedine proceduralne pogreške u postupcima hrvatskih prvostupajskih upravnih sudova i Visokog upravnog suda Republike Hrvatske. Cilj je rada utvrditi je li postupanje hrvatskih upravnih sudova u skladu s međunarodnim i europskim standardima zaštite slobode kretanja tražitelja azila i načelom ultima ratio.

Ključne riječi: međunarodna zaštita, sloboda kretanja tražitelja azila, upravno-sudska praksa, zadržavanje.

82 Pravni fakultet Osijek Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku, adjanic@pravos.hr

83 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, mcepo@uaos.hr

84 Ovaj je rad djelomično financirao Pravni fakultet Osijek Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku internim projektom br. IP-PRAVOS-12 „Utjecaj europskog upravno procesnog prava na nacionalne upravne postupke“.

Uvod

Ovaj rad se bavi pravom na slobodu kretanja tražitelja azila (u daljnjem tekstu: TA) u državi u kojoj se vodi postupak povodom zahtjeva za azil i primjenu mjere zadržavanja u praksi nacionalnih sudova Republike Hrvatske (u daljnjem tekstu: RH). Nikome se ne smije ograničiti sloboda kretanja unutar države u kojoj se vodi postupak povodom zahtjeva za azil samo jer je TA, a u slučaju ograničenja, mjera zadržavanja u objektima zatvorenog tipa mora biti *ultima ratio*. Sloboda kretanja TA unutar države u kojoj se vodi postupak povodom zahtjeva za azil je zajamčena na međunarodnoj, europskoj i nacionalnoj razini, a razlozi za ograničavanje su konkretno određeni i taksativno navedeni. Pretpostavljanje slobode kretanja u državi u kojoj se vodi postupak povodom zahtjeva za azil, temelj je za uživanje mnogih drugih prava koja pripadaju TA. Cilj rada je ispitivanje i analiza sudskih presuda vezanih za izricanja mjera zadržavanja u praksi upravnih sudova RH od 2015.-2019. kako bi se utvrdilo postoje li određene proceduralne pogreške u postupanju. U ovome radu će se stoga sustavno analizirati odluke upravnog suda u Zagrebu, Splitu, Rijeci i Osijeku, kao i praksa Visokog upravnog suda (dalje: VUS) kao drugostupanjskog suda u postupanju, a vezano za izricanje mjere zadržavanja TA kako bi se utvrdilo koriste li sudovi mjeru zadržavanja u skladu s postavljenim načelima zaštite u međunarodnom i europskom pravu ili postoje određeni propusti u primjeni koji dovode do povrede prava TA, uz primjenu metode analize, sinteze i statističke metode.

Sloboda kretanja tražitelja azila i razlozi za zadržavanje u međunarodnom pravu

Kada se govori o međunarodnom pravu, može se reći da se sva prava temelje na ugovorima, općim načelima prava ili običajima koji se, primjenjujući ta prava, razvijaju u državama. Prava izbjeglica, jasno, pripadaju međunarodnom pravu, ali u onoj mjeri u kojoj proizlaze iz triju izvora međunarodnog prava – ugovora, općih načela prava ili običaja (Statut Međunarodnog suda pravde, čl. 38. st. 1.). Suvremeno je ugovorno međunarodno pravo ipak najvažniji izvor prava izbjeglica, na čemu će i biti naglasak u ovome radu. Hathaway (2005) smatra kako je najveći problem

širenja učinka međunarodnog prava što države odbijaju priznati njegovu snagu i različito tumače odredbe međunarodnog prava. Također uočava i raskorak između međunarodnog prava i prakse država potpisnica te to vidi kao problem eksplicitnog tumačenja odredbi vezanih za ljudska prava, što po njemu dovodi do razvodnjavanja odredbi međunarodnog prava koje moraju biti shvaćene kroz prizmu ljudskih prava i onako kako su navedene u ugovorima. Time dolazi do velike razlike između određenih prava i politika država potpisnica. Konvencija je o statusu izbjeglica (Generalna skupština 429(V), 1951.) (u daljnjem tekstu: Konvencija iz 1951.) u svojim odredbama dala širok spektar prava i obveza država potpisnica, kao i izbjeglica. Bez obzira na generalne odredbe sadržane u takvoj konvenciji, države članice, kako to smatra Goodwin-Gill (2007) moraju odrediti širinu svojih obveza samostalno jer nijedna država ne može donositi zakonske propise za drugu državu. Različitosti migracijskih pravnih režima država članica i implementacije međunarodnih i europskih normi, ponekad dovede do poteškoća, poput situacije koja se događala u kriznom razdoblju migracijske i izbjegličke krize u Europskoj uniji (u daljnjem tekstu: EU) koje su, između ostalog, rezultirale povećanjem nezakonitih migracija.⁸⁵ Međunarodno se i europsko pravo međusobno dopunjuju tako da pravo EU raščlanjuje generalna prava osigurana na međunarodnoj razini. Preplitanje je ovih izvora prava, kako to ističe Goldner Lang (2017) potrebno kako bi se osiguralo najučinkovitije funkcioniranje tih prava u praksi. EU nije potpisnica Konvencije iz 1951., ali države članice jesu, svaka zasebno i vezano samo za svoj državni prostor (ESLJP, C-646/16, 2017). Odstupanje se od uvjeta za ulazak predviđa *inter alia* zbog humanitarnih razloga i međunarodnih obveza (Zakonik o schengenskim granicama, čl. 6 (5) (c). Kako Hailbronner i Thym (2016) ističu, pravila za ulazak i graničnu kontrolu moraju uvijek biti usklađena prvenstveno s pravima izbjeglica i ljudskim pravima, kao prioritetom za postupanje. Vrlo je bitno da države osiguraju pristup državnom teritoriju svoje države svakome tko izrazi namjeru traženja azila u toj državi. Kako Pollet (2016) navodi, uz mnoge korake koji čekaju Zajedničku europsku politiku azila u budućnosti, kao najveći problem ističe ulaganje velikih napora u osiguravanje sigurnih i zakonitih načina za pristup teritoriju i samim tim međunarodnoj zaštiti, jer upravo

85 O nezakonitim migracijama vidi više: Čepo, M. Irregular migration through the practice of the court of justice of the European union and the consequences for the Republic of Croatia, *EU and comparative law issues and challenges series*, 3 (2019), 197-213.

to vidi kao ključni izazov u eventualnim ponovnim izbjegličkim i migracijskim valovima i temu mnogih rasprava na europskoj razini. Ono što je također bitno naglasiti jest da države članice ne smiju donositi posebne odredbe o ograničavanjima kretanja samo za TA i izbjeglice, već se trebaju promatrati kroz prizmu stranaca i prava koja im pripadaju prema pravu određene države. Pravo na slobodu i sigurnost, kao i sloboda kretanja, pripadaju svakoj osobi, neovisno o njihovu migracijskom, izbjegličkom, statusu TA ili bilo kojem drugom statusu (UN Human Rights Committee, 1989). Pravo na slobodu i sigurnost, propisano člankom 5. EKLJP, pripada svakom čovjeku, neovisno o njegovu statusu migranta, izbjeglice ili TA, jednako kao i zabrana protupravnog lišavanja slobode i nikakav osobni status i uvjeti ne bi smjeli imati utjecaja na pravo na slobodu svakog čovjeka (Di Filippo, 2019:241). Kako navodi Macovei (2004) svako ograničavanje slobode stavlja osobu u vrlo ranjiv i nepovoljan položaj, stoga bi trebalo uvijek imati na umu da je svako takvo ograničavanje iznimka, a ne pravilo i da je odluka o takvoj mjeri objektivno donesena i da traje samo onoliko koliko je zaista potrebna. Kako bi zadržavanje TA bilo zakonito, s obzirom na to da je opće pravilo da se TA ne smiju zadržavati, potrebno je provesti test proporcionalnosti i nužnosti u svakom pojedinom slučaju. Prema Nollu (2011) zadržavanje se potencijalno može povezati sa svim ograničavanjima slobode kretanja TA ili izbjeglica, bilo ono manjeg obima i ograničavanja kruga kretanja TA na određeno područje grada ili naselja, obveze javljanja nadležnim tijelima u određenim vremenskim intervalima ili puko oduzimanje slobode kretanja najstrožom mjerom – zadržavanjem. Smatra kako je ograničavanje slobode kretanja u bilo kojem obliku zapravo jednako oduzimanju slobode kretanja, odnosno zadržavanju. Odluka o ograničavanju slobode ne smije biti arbitrarna i smatrat će se nerazumno ako nije razmjerna legitimnom cilju, što je utvrđeno u slučaju Toonen v. Australia (1994). Stoga Noll (2011) smatra da ograničavanje slobode kretanja treba imati tri temelja kako bi se smatralo zakonitim. Prvi je da je svrha ograničavanja slobode kretanja zakonita prema međunarodnom pravu, uključujući ljudska prava. Drugi nalaže da mjera predviđena nacionalnim zakonodavstvom mora biti uključena u odluke o ograničavanju slobode te da postoji veza između ograničavanja slobode i svrhe koju se time želi postići. Treći je poštivanje načela proporcionalnosti. Konvencija iz 1951. u čl. 31 (1) (2) propisuje zabranu kažnjavanja izbjeglica zbog nezakonitog

ulaska i zabranu ograničavanja slobode kretanja zbog nezakonitog ulaska na državni prostor određene države potpisnice.

Ustav Republike Hrvatske (NN 56/90, 135/97, 08/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14) u članku 32. navodi kako se svatko tko se zakonito nalazi na prostoru RH ima pravo slobodno kretati i birati svoje boravište. TA prema članku 8. Zakona o međunarodnoj i privremenoj zaštiti (NN 70/15, 127/17) (u daljnjem tekstu: ZMPZ) imaju pravo na boravak, slobodu kretanja u RH, osiguranje odgovarajućih materijalnih uvjeta prihvata, zdravstvenu zaštitu, osnovno i srednje obrazovanje, informacije, pravno savjetovanje, besplatnu pravnu pomoć, slobodu vjeroispovijesti, rad i isprave. Sloboda je kretanja u RH zajamčena čl. 54 (1) ZMPZ koji propisuje da TA i stranac u transferu imaju slobodu kretanja u RH. ZMPZ nema druge odredbe vezane uz jamčenje slobode kretanja osim te i vrlo jasno i precizno prenosi međunarodni i europski standard o slobodi kretanja TA. Sloboda se kretanja TA prema čl. 54 (2) ZMPZ može ograničiti ako se ocjeni da je to potrebno zbog utvrđivanja činjenica i okolnosti na kojima se zahtjev za međunarodnu zaštitu temelji, a koji se ne mogu utvrditi bez mjere ograničavanja slobode kretanja, posebice ako postoji bojazan od bijega, utvrđivanja i provjere identiteta ili državljanstva zaštite nacionalne sigurnosti ili javnog poretka RH ili sprječavanja zlouporabe postupka, ako se osnovano sumnja da je namjera izražena u postupku prisilnog udaljenja izražena radi onemogućavanja daljnjeg postupanja. Osim tih razloga, zakonito zadržavanje je moguće kako bi se osigurao postupak vraćanja, odnosno udaljenja. Đanić Čeko i Held (2019) su primjenom normativne metode analizirale zakonski okvir i odabranu upravno-sudsku praksu i praksu Europskog suda za ljudska prava te utvrdili da se poštuju standardi hitnosti postupanja i odlučivanja (brza sudska kontrola) od strane upravnih i pravosudnih tijela te da se standardi zajamčeni čl. 15-18 Direktive o vraćanju (OJ L 348, 2008), a vezani za zadržavanje u svrhu udaljenja, u RH osiguravaju.

U RH odluku o ograničavanju slobode kretanja donosi MUP preko policijske uprave, odnosno policijske postaje u kojoj se obvezno mora navesti rok trajanja takve mjere. Nakon donošenja takve odluke, budući da žalba nije dopuštena, TA može pokrenuti upravni spor u roku od osam dana od dana dostave odluke. U roku će od osam dana policijska postaja dostaviti spis upravnom sudu, a odluku će upravni sud donijeti nakon održane usmene rasprave, a u roku 15 dana (ZMPZ, čl. 54 st. 11 i 12.). TA, ako

ne postoji razlog za ograničavanje slobode kretanja, može boraviti na bilo kojoj adresi u RH uz prethodnu suglasnost MUP-a. Kada je riječ o ograničavanju slobode kretanja maloljetnika, državljana treće zemlje, postoji obveza provođenja usmene rasprave u sudskim predmetima te vrste.⁸⁶

Zadržavanje tražitelja azila u praksi hrvatskih upravnih sudova od 2015.-2019. – proceduralne pogreške

Izricanje mjere zadržavanja u praksi Upravnog suda u Zagrebu

Upravni je sud u Zagrebu, u skladu sa svojom stvarnom i mjesnom nadležnosti (Zakon o područjima i sjedištima sudova, čl. 8. st. 1. t. 4.) odlučivao u pitanjima ograničavanja slobode kretanja TA temeljem tužbi za ocjenu zakonitosti odluka MUP-a (Zakona o upravnim sporovima, čl. 3. st. 1. t. 1., čl. 12. st. 2. t. 1), a analiza provedena u svrhu ovog istraživanja odnosi se na razdoblje od 2015. do 2019.

Tablica 1. Odluke Upravnog suda u Zagrebu o ograničavanju slobode kretanja tražitelja azila mjerom zadržavanja u razdoblju od 2015. do 2019.

NAZIV I VRSTA SPORA	ODLUKA SUDA	BROJ ODLUKA
Ograničavanje slobode kretanja TA (zadržavanje)	Odbačen tužbeni zahtjev	4
	Obustavljen postupak	16
	Odbijen tužbeni zahtjev i potvrđena odluka MUP-a	169
	Djelomično usvojen tužbeni zahtjev	1
	Usvojen tužbeni zahtjev	27
UKUPNO:		217

Izvor: obrada autorica rada prema podacima Upravnog suda u Zagrebu

⁸⁶ O obvezi usmene rasprave u sudskim predmetima maloljetnika vidi više: Đanić Čeko, A. (2020). Ograničenje slobode kretanja i obveza usmene rasprave u sudskim predmetima maloljetnika državljana treće zemlje, *Hrvatska i komparativna javna uprava*, 20, Posebni prilog uz broj 2, 25-37.

Iz Tablice br. 1. proizlazi da je Upravni sud u Zagrebu u razdoblju od 2015. do 2019. donio ukupno 217 odluka vezanih za ograničavanje slobode kretanja TA. Od ukupnog je broja od 217 odluka u 169 slučajeva tužbeni zahtjev odbijen i potvrđena je odluka MUP-a o zadržavanju TA, što predstavlja 77,88 % od ukupnog broja zaprimljenih predmeta vezanih za zadržavanje. Usvojenih je tužbenih zahtjeva bilo 27, što čini 12,44 % od ukupnog broja odluka suda. Odbačenih je tužbenih zahtjeva bilo 4, odnosno 1,84 %, dok je obustavljenih postupaka bilo 16, odnosno 7,37 % od ukupnog broja odluka. Djelomično se usvajanje tužbenog zahtjeva dogodilo u samo jednom slučaju, što predstavlja 0,46 % od ukupnog broja odluka. Iz ovakve je analize jasno da je upravni sud potvrdio odluke MUP-a u 77,88 % slučajeva, što predstavlja visok postotak u odnosu na usvojene tužbene zahtjeve kada nije potvrdio odluku MUP-a koji iznosi samo 12,44 %. Sustavna analiza presuda Upravnog suda u Zagrebu, na temelju 43 presude koje su dostavljene od strane suda za potrebe ovog istraživanja, pokazuju najčešće razloge na kojima je sud temeljio svoje odluke o zadržavanju TA. Kada je riječ o odbijenim tužbenim razlozima, najčešće se kao razlog takve odluke navodi sprječavanje zlorabe postupka međunarodne zaštite i onemogućavanje daljnjeg postupanja (presude Upravnog suda u Zagrebu br. 9UsI-706/19-7, UsI-1928/17-7, UsI-2898/19-11, UsI-384/19-8, UsI-495/19-15, 32UsI-496/19-15, 32UsI-506/19-13, UsI-766/16-8, UsI-798/16-9, UsI-927/16-8, UsI-1663/19-9, UsI-2479/19-9, UsI-3512/16-8, UsI-3537/18-8, UsI-3550/16-9, UsI-4180/15-7, UsI-2003/19-8). Sljedeći je razlog na kojem se temeljio velik broj presuda o zadržavanju TA bio zaštita nacionalne sigurnosti i javnog reda (presude Upravnog suda u Zagrebu br. UsI-3095/17-7, 9 UsI-4565/18-8, UsI-365/19-11, UsI-441/19-10, UsI-228/19-9, UsI-3550/16-9, 18.UsI-464/19-15, UsI-929/17-11, 32 UsI-3136/19-9, UsI-4404/18-7). Osim toga, vrijeđanje je i neprimjereno ponašanje u prihvatnom centru i tijekom postupka nerijetko završavalo odlukom o izricanju mjere zadržavanja (presude Upravnog suda u Zagrebu br. 9 UsI-439/19-11, UsI-411/17-11, UsI-2272/17-8). Neodređenost pojma nacionalne sigurnosti i javnoga reda kao razloga zadržavanja u Zakonu o međunarodnoj i privremenoj zaštiti (NN 70/15, 127/17) (u daljnjem tekstu: ZMPZ) dovodi do toga da se svako ponašanje koje je protivno određenim ustaljenim pravilima i obrascima ponašanja kažnjava izricanjem mjere zadržavanja, odnosno oduzimanjem slobode kretanja, a time i prava na slobodu. Ne može se kršenje kućnog reda kategorizirati kao utjecaj

na nacionalnu sigurnost jer bi to značilo da u obzir ulaze i brojni drugi pozitivni propisi u RH, poput Zakona o sustavu domovinske sigurnosti (Zakon o sustavu domovinske sigurnosti, Narodne novine br. 108/2017). Zadržavanje je u svrhu osiguranja prisilnog udaljenja i povratka nešto rjeđe bio razlog zadržavanja, ali se svakako pojavljuje u praksi Upravnog suda u Zagrebu (presude Upravnog suda u Zagrebu br. UsI-4319/18-13, UsI-105/16-16, 18.UsI-850/19-19, 32 UsI-1127/19-5), jednako kao i odluke temeljene na riziku od bijega te potrebi utvrđivanja činjenica i okolnosti na kojima se zahtjev temelji (presude Upravnog suda u Zagrebu br. 9 UsI-1635/19-8, 32 UsI-374/19-11, UsI-1637/19-7). U pozadini se svih presuda temeljenih na riziku od bijega spominju raniji pokušaji nezakonitog ulaska u EU te se upravo taj podatak koristi kao temelj i opravdanje za izricanje mjere zadržavanja na temelju prošlih postupanja te se smatrao dovoljnim za takvu mjeru, bez razmatranja manje restriktivnih mjera koje bi imale učinka u takvim slučajevima. Nezakonit se ulazak ne smije kažnjavati, a pristup se postupku azila mora omogućiti te se nezakonit ulazak sa svrhom traženja azila ne smije smatrati razlogom za zadržavanje. Mnoge presude Upravnog suda u Zagrebu spominju nezakonit ulazak u RH kao temelj za zadržavanje TA. U određenom je broju presuda sud poništio odluke MUP-a i to najčešće na temelju nerazmatranja mogućnosti primjene blažih mjera ograničavanja slobode kretanja TA iz čl. 54. st. 5. ZMPZ-a, kao i nepravilnosti u postupku (presude Upravnog suda u Zagrebu br. UsI-3720/17-6, UsI-267/19-7, UsI-3749/18-6, UsI-3538/17-7, UsI-3537/17-8). Budući da sud posjeduje podatke samo o mjerama zadržavanja, nepoznato je na čemu se temelje odluke o primjeni alternativnih mjera ograničavanja slobode kretanja TA od strane MUP-a. Osim toga, ono što se pojavilo kao razlog poništenja odluke MUP-a još je bilo nepostojanje jasne svrhe izricanja mjere zadržavanja (presuda Upravnog suda u Zagrebu br. UsI-3309/16-7) kao i prestanak postojanja razloga za izricanje mjere zadržavanja (presuda Upravnog suda u Zagrebu br. UsI-1918/19-11). Dakle, sud je uočio i brojne nedostatke u postupanju MUP-a, kao i nepostojanje jasne svrhe izricanja mjere zadržavanja, što može dovesti do zaključka da MUP nije pristupao s dovoljnom pozornosti u svakom individualnom slučaju, što oduzimanje temeljne ljudske slobode zaista pretpostavlja.

Izricanje mjere zadržavanja u praksi Upravnog suda u Rijeci

U nastavku se analiziraju statistički podatci Upravnog suda u Rijeci vezani za ograničavanje slobode kretanja TA i izricanje mjere zadržavanja za razdoblje od 2015. do 2019.

Tablica 2. Odluke Upravnog suda u Rijeci o ograničavanju slobode kretanja tražitelja azila mjerom zadržavanja u razdoblju od 2015. do 2019.

NAZIV I VRSTA SPORA	ODLUKA SUDA	BROJ ODLUKA
Ograničavanje slobode kretanja TA (zadržavanje)	Odbijen tužbeni zahtjev i potvrđena odluka MUP-a	1
UKUPNO:		1

Izvor: obrada autorica rada prema podacima Upravnog suda u Rijeci.

Iz Tablice je br. 2. vidljivo kako je Upravni sud u Rijeci u razdoblju od 2015. do 2019. imao samo jedan slučaj vezan za ograničavanje slobode kretanja TA i to primjenu mjere zadržavanja. Upravo zbog svoje pozicije i činjenice da na području nadležnosti Upravnog suda u Rijeci ne postoji niti jedan centar za strance jasno je da nije bilo ni mnogo postupaka vezanih za ta i srodna pitanja. U navedenom se predmetu radilo o TA koji je u razdoblju nakon predavanja zahtjeva za međunarodnu zaštitu dva puta zatečen u pokušaju ilegalnog prelaska državne granice između Republike Slovenije i RH, čime je postupio suprotno čl. 52. st. 3. t. 1. i 8. ZMPZ-a. Nakon što je TA pokrenuo upravni spor zbog odluke o ograničavanju slobode kretanja, odnosno mjere zadržavanja, pokrenut je postupak pred Upravnim sudom u Rijeci. Prema MUP-u, TA je svoju tužbu temeljio na pogrešno i nepotpuno utvrđenom činjeničnom stanju i pogrešnoj primjeni materijalnog prava. U vezi je s tim MUP naveo da je kod procjenjivanja za t. 1. čl. 54. ZMPZ-a tuženik naveo činjenicu da je tužitelj dva put pokušao nezakonito napustiti RH za vrijeme trajanja postupka odobrenja međunarodne zaštite, dok je za t. 4. razumno pretpostavio kako je s obzirom na to da je postupak vraćanja u matičnu zemlju započeo u jednoj od europskih zemalja krajem studenoga 2016., tužitelj 22. studenoga 2016. zatražio azil u RH, ne iz razloga ostanka u njoj, već samo kako bi

privremeno zaustavio daljnji proces njegova vraćanja. Ovakva se presuda donesena od strane Upravnog suda u Rijeci može smatrati ispravnom jer su bili ispunjeni svi uvjeti potrebni da bi se mjera zadržavanja izrekla.

Izricanje mjere zadržavanja u praksi Upravnog suda u Osijeku

U nastavku se prikazuju i analiziraju statistički podatci sudske prakse Upravnog suda u Osijeku, a koji se odnose na ograničavanje slobode kretanja TA i izricanje mjere zadržavanja u razdoblju od 2015. do 2019.

Tablica 3. Odluke Upravnog suda u Osijeku o ograničavanju slobode kretanja tražitelja azila mjerom zadržavanja u razdoblju od 2015. do 2019.

NAZIV I VRSTA SPORA	ODLUKA SUDA	BROJ ODLUKA
Ograničavanje slobode kretanja TA (zadržavanje)	Odbačen tužbeni zahtjev	0
	Obustavljen postupak	7
	Odbijen tužbeni zahtjev i potvrđena odluka MUP-a	300
	Djelomično usvojen tužbeni zahtjev	1
	Usvojen tužbeni zahtjev	9
UKUPNO:		317

Izvor: obrada autorica rada prema podacima Upravnog suda u Osijeku

Iz Tablice je br. 3. vidljivo da je Upravni sud u Osijeku u razdoblju od 2015. do 2019. imao 317 slučajeva vezanih za ograničavanje slobode kretanja TA izricanjem mjere zadržavanja. Ono što je vrlo zabrinjavajuće jest činjenica da je u 300 predmeta bio odbijen tužbeni zahtjev i potvrđena odluka MUP-a, što čini 94,63 % od ukupnog broja predmeta vezanih za slobodu kretanja TA. Postupak je bio obustavljen u 7 slučajeva, što čini 2,20 % od ukupnog broja predmeta vezanih za zadržavanje TA. Tužbeni je zahtjev bio usvojen u 9 predmeta, što čini 2,83 %, dok je u jednom slučaju tužbeni zahtjev bio djelomično usvojen, što čini 0,31 % ukupnog broja predmeta. Prema podacima je Upravni sud u Osijeku 2017. godine zaprimljeno 10 predmeta vezanih za ograničavanje slobode kretanja TA

mjerom zadržavanja, 2018. godine zaprimljeno je 69 takvih predmeta, dok je 2019. godine zaprimljeno 238 predmeta. Jasno je da je 75,07 % od ukupnog broja predmeta zaprimljeno tek 2019. godine. Činjenica da je Upravni sud u Osijeku prvi predmet vezan za ograničavanje slobode kretanja TA i zadržavanje dobio tek 2017. godine, potvrđuje da je 2015. i 2016. godine u najvećem migracijskom i izbjegličkom valu RH bila samo tranzitna zemlja i da je jako malen broj državljana treće zemlje zatražilo uopće azil na hrvatskom državnom prostoru. U skladu s tim nije bilo niti sporova oko ograničavanja slobode kretanja TA na najbližem mjesnom nadležnom upravnom sudu koji je bio nadležan za najopterećenije državne granice RH na istoku zemlje. Upravni je sud u Osijeku dostavio podatke za svaku godinu posebno pa je tako prema njihovu izvješću 2017. godine zaprimljeno 10 predmeta od kojih je u 6 (60 %) predmeta rješenjem obustavljen spor, dok je u 4 (40 %) predmeta rješenjem potvrđeno rješenje MUP-a. Takav se postotak mijenja 2018. godine kada je zaprimljeno 69 predmeta od kojih je u 3 (4,34 %) predmeta rješenjem ukinuto rješenje MUP-a, dok je u 56 (81,15 %) predmeta rješenjem potvrđeno rješenje MUP-a. Iste je godine u 1 (1,44 %) predmetu presudom djelomično usvojen tužbeni zahtjev te je u 9 (13,04 %) predmeta presudom odbijen tužbeni zahtjev. Potvrđivanje je odluka MUP-a doseglo svoj vrhunac 2019. godine kada je zaprimljeno 238 predmeta od kojih je u 1 (0,42 %) predmetu rješenjem obustavljen spor, u 6 (2,52 %) predmeta rješenjem je ukinuto rješenje MUP-a te je u 231 (97,05 %) predmetu rješenjem potvrđeno rješenje MUP-a.

Sustavna analiza rješenja i presuda koje je Upravni sud u Osijeku dostavio pokazuje najčešće razloge za potvrđivanje odluka MUP-a i odbijanje tužbenih zahtjeva TA po pitanju mjere zadržavanja. Kada je riječ o ocjeni zakonitosti donesenih mjera zadržavanja od strane MUP-a, Upravni je sud u Osijeku donio niz rješenja kojima potvrđuje takve odluke, a najčešći je razlog za donošenje takvih odluka bio rizik od izbjegavanja obveze napuštanja EGP, odnosno i RH, drugim riječima, prisilno udaljenje i povratak (rješenja Upravnog suda u Osijeku br. Usl-168/18-4; 4Usl-174/2019-3; 3Usl-1266/18-2; 3Usl-25/18-4; 3Usl-1390/18-4; 1Usl-1437/18-2; 2Usl-1331/18-5; 4Usl-1390/17-4; 2Usl-158/2019-4, 2Usl-123/18-4). Ono što se može smatrati problematično kada se uđe u analizu samog sadržaja rješenja jest činjenica da su u svim predmetima koji su dostavljeni za potrebe istraživanja državljanima trećih zemalja imali izdan nalog za protjerivanje zbog nezakonitog ulaska u RH te im je određen rok da napuste državu.

U takvim im se slučajevima najčešće izricala mjera zadržavanja u svrhu deportacije i povratka, ali analiza pokazuje da u rješenjima nije navedeno točno zbog čega se smatra da bi državljani trećih zemalja izbjegavali obvezu izlaska iz zemlje, niti je objašnjen individualni pristup svakom pojedinom državljaninu treće zemlje, a ništa se nije poduzelo ni da se ispita bi li se mogle primijeniti alternativne mjere, već se samo navodi u svim predmetima kako alternativne mjere nisu primjenjive.⁸⁷ Gotovo šablonski izgledaju takva rješenja, sintakse koje se jednako koriste i uvriježene fraze dio su svakog takvog rješenja. Ono što se u svima navodi jest i činjenica da se rješenje o protjerivanju donosi zbog utvrđivanja nezakonitog ulaska i boravka na području RH. U određenim se rješenjima zadržavaju i djeca i maloljetnici bez pratnje na istim razlozima (rješenja Upravnog suda u Osijeku br. 2Usl-1331/18-5 i br. 4Usl-1390/17-4).

Kada je riječ o odbijenim tužbenim zahtjevima i potvrdama odluka MUP-a, kao najčešći se razlog donošenja takvih mjera pojavljuje utvrđivanje i provjera identiteta ili državljanstva, a u kojima je MUP smatrao da se alternativne mjere ne mogu primijeniti, što je sud potvrdio, također bez posebnog objašnjenja zašto je to tako te bez naglašavanja detalja o provedbi individualizirane procjene i pristupa svakom pojedinom slučaju (presude Upravnog suda u Osijeku br. 4Usl-675/18-10; 2Usl-640/18-17; 1Usl-647/18-23; 1Usl-641/18-15; 1Usl-627/18-16; 3Usl-623/18-16.). Među takvim presudama ima i presuda koje se odnose na maloljetnu djecu koja su zadržavana s njihovim obiteljima, a gdje također nedostaje podataka o mogućnosti primjene alternativnih mjera i podataka o individualnom pristupu i procjeni (presude Upravnog suda u Osijeku br. 4Usl-675/18-10; 1Usl-627/18-16; 3Usl-623/18-16). S druge strane, Upravni je sud u Osijeku kada je postupao radi sudske kontrole zakonitosti ograničenja slobode kretanja i mjere zadržavanja donio određena rješenja u kojima je ukinuo rješenja MUP-a te je naveo niz razloga zbog kojih smatra da takva odluka nije zakonita i donesena u skladu s međunarodnim i europskim standardima zaštite TA. Ono na čemu je sud temeljio takva rješenja manjak je dostavljenih spisa sudu na temelju kojih se procjena provodi, nepostojanje

87 Alternativne mjere mogu biti široko postavljene i razlikuju se od države do države. To mogu biti određeni oblici kućnog pritvora, javljanja i praćenja preko mobilnih uređaja, odabrano boravište u kojem će biti TA dok traje mjera i slično. Bitno je da se kod izricanja svih mjera vodi računa o dostojanstvu TA, informiranju o njegovim pravima i situaciji u kojoj se nalazi, omogućavanje pravnog savjetovanja, osiguravanje određenih materijalnih prihoda i slično.

stvarnog rizika od izbjegavanja postupka vraćanja, upozorava da nije dovoljno da osoba nema identifikacijski dokument, već je potrebno dokazati da je namjerno odbacila dokumente u cilju manipulacije postupka, krivo upisana imena na nekoliko dokumenata, što dovodi do zaključka da se utvrđivanju identiteta nije pristupilo s dovoljnom pozornošću. Osim toga, sud navodi i nedostatak individualne procjene i razmatranje korištenja alternativne mjere, krivo navedeni podatci, procesni nedostaci i kriva činjenična stanja, a kada je riječ o maloljetnicima bez pratnje, sud ne vidi razloga za utvrđivanje postojanja rizika za izbjegavanje postupka vraćanja ili napuštanja RH, a čak se u jednom rješenju napominje kako se MUP nije odazvao na raspravu koja je zakazana bez obzira na nedostatke u spisu i nedovoljno materijala za procjenu, a osim toga je u jednom predmetu sud upozorio na predugo razdoblje zadržavanja u odnosu na druge slučajeve u kojima su gotovo iste činjenice, a različito razdoblje zadržavanja (rješenja Upravnog suda u Osijeku br. 6Usl-77/2019-5; 6Usl-169/18-4; 3Usl-185/2019-2; Usl-30/2019-2; 4Usl-167/18-4, 6Usl-147/18-5). Jednako je tako i u upravnom sporu pokrenutom od strane TA po pitanju mjere zadržavanja sud poništio presudom odluku MUP-a o zadržavanju jer nije našao dovoljno dokaza koji upućuju na nužnost izricanja mjere zadržavanja, a u kojem su sudjelovala mnogobrojna djeca mlađa od 18 godina (presuda Upravnog suda u Osijeku br. 6Usl-625/18-21).

Provedena analiza pokazuje da Upravni sud u Osijeku u 94,63 % u upravnim sporovima pokrenutim od strane TA po pitanju mjere zadržavanja odbija takav tužbeni zahtjev i potvrđuje odluku MUP-a. Takav postotak dovodi do pitanja je li u svakom slučaju provedena individualna procjena prema načelu nužnosti i proporcionalnosti i je li zaista u svim tim slučajevima bilo nemoguće primijeniti alternativne mjere. Upravo je takve razloge sud navodio kada je poništavao odluke MUP-a, navodeći da ne postoje činjenice koje upućuju na individualnu procjenu ili na nemogućnost primjene alternativne mjere bez ikakvih navođenja razloga, već se samo navodi kako nije moguće primijeniti alternativne mjere. Sud je smatrao da to nisu dovoljni razlozi, odnosno da nisu dovoljno potkrijepljeni i dokazani kako bi se izrekla najteža mjera ograničavanja slobode kretanja, odnosno zadržavanje. Sud je u istim rješenjima, između ostalog, ukazao i na druge nedostatke u postupanju MUP-a u smislu nedostavljanja dovoljnih spisa predmeta, neodazivanja na zakazane rasprave, neprovođenje individualnih procjena i alternativnih mjera, različitim trajanjima mjera zadržavanja u

istim ili sličnim predmetima, kao i brojne druge nedostatke. Takvi bi se propusti izbjegli kada bi odluke o zadržavanju bile u isključivoj nadležnosti sudova, a u tom bi se slučaju u nadležnosti MUP-a trebalo ostaviti izricanje alternativnih mjera.

Izricanje mjere zadržavanja u praksi Upravnog suda u Splitu

Upravni je sud u Splitu na temelju zahtjeva o dostavi podataka vezanih za ocjenu zakonitosti i upravnih sporova po pitanju mjere zadržavanja, dostavio podatke vezane za ocjenu zakonitosti takvih rješenja donesenih od strane MUP-a kojoj takve odluke podliježu.

Tablica 4. Odluke Upravnog suda u Splitu o ograničavanju slobode kretanja tražitelja azila mjerom zadržavanja u razdoblju od 2015. do 2019.

OCJENA ZAKONITOSTI	ODLUKA SUDA	BROJ ODLUKA
Ograničavanje slobode kretanja TA (zadržavanje)	Potvrđeno rješenje MUP-a	447
	Ukinuto rješenje MUP-a	36
UKUPNO:		483

Izvor: obrada autorica rada prema podacima Upravnog suda u Splitu

Iz Tablice je br. 4. vidljivo kako je Upravni sud u Splitu imao ukupno 483 predmeta sudske kontrole zakonitosti ograničenja kretanja smještajem u prihvatni centar za strance. Od toga je u 447 predmeta potvrđeno rješenje MUP-a o smještaju u centar, što čini 92,54 %, dok je u 36 predmeta ukinuto rješenje o smještaju u centar, što čini 7,45 % od ukupnog broja predmeta. Takav postotak upućuje na činjenicu da se prvotno mjera zadržavanja koristi u prekomjernom broju, a potom upućuje i na činjenicu da je Upravni sud u Splitu potvrdio 92,54 % rješenja MUP-a i utvrdio da u svim tim slučajevima postoji temelj za zadržavanje. Sustavna analiza rješenja suda pokazuje da su sva dostavljena rješenja suda kojima se potvrđuje zadržavanje temeljena na istom razlogu, odnosno na potrebi zadržavanja zbog prisilnog udaljenja (rješenje Upravnog suda u Splitu br. 5 Usl-401/17-5; 5Usl-28/18-5; 5 Usl-92/18-6; 5Usl-110/18-6; 5Usl-427/17-7;

5Usl-440/17-6; 5Usl-445/17-6; Usl-528/19-2; 5Usl-28/19-2; 5Usl-88/19-2). U svim se rješenjima također navodi da je odluka o prisilnom udaljenju donesena na temelju ranijeg rješenja o protjerivanju jer je stranac nezakonito ušao na područje RH, odnosno EGP-a te stoga predstavljaju opasnost za javni poredak jer nemaju dozvolu za ulazak, vizu ili drugi dokument kojim bi zakonito boravili u RH. Osim toga, kao opravdanje se korištenja zadržavanja zbog izbjegavanja obveze napuštanja EGP-a koriste razlozi nepostojanja osobnih dokumenata, adrese, odnosno smještaja gdje bi boravili, financijskih sredstava i ostalih materijalnih uvjeta.

Upravni je sud u Splitu kada je temeljio potvrdu rješenja MUP-a na postojanju rizika o obvezi napuštanja EGP-a koristio često pojam „nezakonitog ulaska“ kao temelj za takvu odluku i uvijek to veže s nepostojanjem osobnih dokumenata kojima bi se potvrdio identitet osobe. Naime, ponovno se dolazi do korištenja nezakonitog ulaska kao razloga za donošenje rješenja o protjerivanju iz RH, a potom se zbog obveze napuštanja EGP-a izriče mjera zadržavanja jer je u velikoj većini slučajeva utvrđeno da se alternativne mjere ne mogu primijeniti. Kao što je ranije upozorio i Upravni sud u Osijeku, nije dovoljno da osoba nema osobne dokumente kako bi se na tom temelju izrekla mjera zadržavanja, potrebno je dokazati da je imao osobne dokumente koje je namjerno odbacio ili uništio kako bi manipulirao postupkom. Takve se činjenice nisu dokazale niti u jednom dostavljenom predmetu u ocjeni zakonitosti odluka MUP-a u Splitu. Nadalje, Sud je EU ukazao na činjenicu da nepostojanje financijskih sredstava nikako ne može biti razlog da se izrekne mjera zadržavanja, a Upravni je sud u Splitu potvrđivao takve mjere i temeljio ih *inter alia* i na tome što stranci nemaju smještaj gdje bi boravili te financijska sredstava za uzdržavanje sebe i svoje obitelji. Ono što najviše zabrinjava jest činjenica da se u svim tim rješenjima spominju samo stranci, TA se ne spominju, niti je naznačeno u rješenju jesu li te osobe tražile azil ili nisu. Prema njima se postupa kao prema strancima, a ne kao TA koji imaju prava koja nadilaze Zakon o strancima, a imaju temelje u međunarodnom i europskom izbjegličkom pravu. Zabrinjava i činjenica da je svim strancima, kako se navodi u rješenjima MUP-a, mjera zadržavanja izrečena na temelju rješenja o protjerivanju donesenom zbog nezakonitog ulaska. Dakle, ne samo da se mjera zadržavanja izriče kao kazna, već se učestalo donose i rješenja o protjerivanju. Osim toga, navodi se u svim dostavljenim presudama kako stranci nemaju vizu

ili drugi dokument za zakonit boravak u RH, a ako su te osobe zatražile azil, postaju TA i ne moraju imati vize i druge dokumente istoga značenja.

Kada je riječ o ukinutim rješenjima MUP-a od strane Upravnog suda u Splitu, kao jedan se od razloga za ukidanje rješenja navodi izostanak obrazloženja nadležnog tijela u pogledu razloga određivanja mjere ograničenja kretanja smještajem u tranzitni prihvatni centar u smislu citirane odredbe čl. 131. st. 1. Zakona o strancima, kao i izostanak obrazloženja zašto se alternativne mjere ne mogu primijeniti. Takve su odredbe samo općenito navedene i sud je to s pravom primijetio i ukazao na potrebne ispravke (rješenja Upravnog suda u Splitu br. 5 Usl-10/18-9 i 5 Usl-246/18-5). Kao drugi se i najčešći razlog ukidanja rješenja MUP-a ističe određivanje predugog razdoblja zadržavanja u prihvatnom centru, odnosno, sva se rješenja donose na razdoblje od 6 mjeseci, što predstavlja najduže razdoblje određenja takve mjere, bez posebne osnove i razloga (rješenja Upravnog suda u Splitu br. 5 Usl- 128/18-5; 1Usl-151/19-2; 19 Usl- 421/19-4; 5 Usl-482/18-2; 5 Usl- 148/19-3). Među takvim rješenjima postoje i rješenja koja se odnose na maloljetnike bez pratnje, kojima se također izricalo maksimalno trajanje mjere zadržavanja, odnosno najteži oblik te mjere (rješenje Upravnog suda u Splitu br. 5 Usl – 246/18-5). Takvo donošenje rješenja maloljetnicima bez pratnje zasigurno nije odluka u najboljem interesu djeteta i ne bi se trebala donositi na maksimalno razdoblje od 6 mjeseci. Osim toga, postoje rješenja u kojima nije naveden rok na koji se ograničava sloboda kretanja, a taj rok mora biti određen jer se po isteku takvog roka može odlučivati o eventualnom produljenju, zbog čega je nedopustivo da se u rješenju samo odredi mjera zadržavanja bez određivanja roka u kojima se navodi da ne postoji razlog za misliti da stranac neće napustiti EGP te da ima čak i valjanu putovnicu (rješenje Upravnog suda u Splitu br. 5 Usl – 336/18-2 i 1 Usl- 424/19-3).

Analiza sudske prakse Visokog upravnog suda Republike Hrvatske

VUS je u skladu sa svojom stvarnom nadležnosti odlučivao u drugostupanjskim postupcima po pitanjima ograničavanja slobode kretanja TA na osnovi podnesenih žalbi na prvostupanjske odluke upravnih sudova. Analiza provedena u svrhu ovog istraživanja odnosi se na razdoblje od 2015. do 2019.

Tablica 5. Odluke VUS-a u drugostupanjskom postupku vezane za ograničavanje slobode kretanja tražitelja azila mjerom zadržavanja (u razdoblju od 2015. do 2019.)

GODINA	PONIŠTENA ODLUKA PRVOSTUPANJSKOG SUDA	ŽALBA ODBIJENA I POTVRĐENA ODLUKA MUP-a
2015.	2	2
2016.	0	4
2017.	1	4
2018.	2	16
2019.	1	10
UKUPNO:	6	36

Izvor: obrada autorica prema podacima Visokog upravnog suda Republike Hrvatske

Iz Tablice je br. 5. vidljivo kako je VUS u pet godina riješio 42 predmeta koje je zaprimio i jedan je predmet bio neriješen još uvijek u trenutku dostave podataka za potrebe ovoga rada. Od 42 je zaprimljene žalbe na odluke prvostupanjskih upravnih sudova VUS u 36 predmeta žalbu odbio i potvrdio odluku MUP-a, što čini 85,71 % od ukupnog broja predmeta u pet godina (presude VUS-a br. Usž-159/18-2; Usž-3963/17-2; Usž-3963/17-2; Usž-3660/18-2; Usž-3203/18-3). U 6 je predmeta poništena odluka prvostupanjskog suda, što čini 14,28 % od ukupnog broja predmeta u pet godina. Stoga slijedi da su 2015. bile 2 (50 %) poništene odluke prvostupanjskog suda te 2 (50 %) odbijene žalbe i potvrđene odluke MUP-a. U 2016. nije bila niti jedna (0 %) poništena prvostupanjska odluka, dok su bile 4 (100 %) odbijene žalbe i potvrđene odluke MUP-a. Na završetku se 2017. evidentirala 1 (25 %) poništena prvostupanjska odluka te 4 (75 %) odbijene žalbe i potvrđene odluke MUP-a.

U 2018. taj se razmjer značajno promijenio pa su bile samo 2 (12,5 %) poništene prvostupanjske odluke, dok je u 16 (87,5 %) predmeta odbijena žalba i potvrđena odluka MUP-a. U 2019. zabilježen je samo 1 (10 %) predmet u kojem je poništena prvostupanjska odluka, dok je u 10 (90 %) predmeta odbijena žalba i potvrđena je odluka MUP-a. To u konačnici dovodi do već navedenog postotka od 85,71 % kada je riječ o odbijenim žalbama te potvrđama odluka MUP-a, kao i do postotka od 14,28 %

kada je riječ o poništenju prvostupajnske odluke. Analiza dostavljene četiri presude pokazuje slaganje sa svim navodima prvostupajnskih sudova, čime VUS utvrđuje dobru primjenu materijalnog prava i ostalih proceduralnih postupaka. Potvrđuje i dijelove vezane za protjerivanje stranaca zbog nezakonitog ulaska, što znači da niti VUS ne uočava da se TA ne smije kažnjavati za nezakonit ulazak s obzirom na međunarodno izbjegličko pravo, kao i pravo EU. Ako te osobe nisu zatražile azil, tada ne bi smjele ulaziti u statistiku vezanu za TA i ograničavanje slobode kretanja. Ako su tražile azil, nikako ih se ne smije protjerati s obzirom na nezakonit ulazak.

Zaključak

Cilj rada bio je ispitivanje i analiza odluka upravnih sudova RH od 2015.-2019. po pitanju mjere zadržavanja kako bi se utvrdilo jesu li u skladu s međunarodnim i europskim normama prava. U tu svrhu se analizirala praksa upravnog suda u Zagrebu, Splitu, Rijeci i Osijeku, kao i praksa VUS-a kao drugostupajnskog suda u postupanju, a vezano za izricanje mjere zadržavanja TA, a rezultati su se prikazali i korištenjem statističke metode. Rezultati istraživanja ukazali su da postoje proceduralni nedostaci u presudama upravnih sudova, kao i VUS-a koja, opravdano se može zaključiti, upućuju na neusklađenost takve prakse s međunarodnim i europskim standardima zaštite slobode kretanja TA u velikoj većini presuda i rješenja upravo zbog razloga na kojima se temelje, primjene nacionalnih propisa za strance na TA umjesto međunarodnih te same učestalosti donošenja mjere zadržavanja koja u određenim godinama koje su ušle u analizu prelaze i preko 90%. Upravni sudovi najčešće donose odluke o protjerivanju TA na temelju Zakona o strancima zbog nezakonitog ulaska što je u suprotnosti s Konvencijom iz 1951. koja zabranjuje kažnjavanje TA zbog nezakonitog ulaska, a time i u suprotnosti s europskim normama prava koje su usklađene s međunarodnim. Takve i druge utvrđene nepravilnosti, kao i učestalost donošenja odluka o zadržavanju TA u suprotnosti su s načelom *ultima ratio* te međunarodnim i europskim standardima zaštite TA. VUS je kao drugostupajnski upravni sud trebao reagirati na takve proceduralne pogreške, posebice ako je riječ o protjerivanju koje je prema TA zabranjeno ili pogrešnoj primjeni najteže mjere zadržavanja, što predstavlja pritvaranje TA koje je opravdano i primjenjivo samo u iznimnim situacijama, kada alternativne mjere nisu moguće. Podatak o alternativnim

mjerama nije bio dostupan u trenutku istraživanja za niti jedan sud i ne postoji podatak zašto alternativne mjere nisu bile moguće ili jesu li uopće uzete u razmatranje. Sustavna analiza odluka upravnih sudova koje su bile predmet istraživanja i statistika u radu pokazuju da se takva mjera u RH koristila kao *prima ratio*, ali i kada se koristila temeljila se na krivim temeljima, primjenjujući nacionalno pravo umjesto međunarodnog i europskog prava. Zaključno, rezultati istraživanja upućuju na to da izricanje mjere zadržavanja u hrvatskom sustavu u praksi svih upravnih sudova, osim Upravnog suda u Rijeci zbog manjka takvih predmeta, uz druge uočene proceduralne pogreške ranije navedene, nije u skladu s načelom *ultima ratio* koje proklamiraju međunarodni i europski izvori prava. U VUS-u je potrebno povećati napore prilikom ocjene zakonitosti odluka i odlučivanja prvostupanijskih sudova kako bi se osigurala adekvatna međunarodna zaštita izbjeglica i TA u RH, posebice u području slobode kretanja TA.

Literatura

- Čepo, M. (2019). Irregular migration through the practice of the court of justice of the European union and the consequences for the Republic of Croatia, *EU and comparative law issues and challenges series*, 3, 197-213.
- Di Filippo, M. (2019). The human right to liberty in the context of migration governance: some critical remarks on the recent practice in the light of the applicable legal framework. U: Battisti, G. i Beruto, G. L. (eds). *Deprivation of Liberty and Armed Conflicts: Exploring Realities and Remedies*. FrancoAngeli.
- Đanić Čeko, A., Held, M. (2019). Judicial control of administrative acts and measures regarding unlawful residence of foreigners in Croatia in the European context. U: Duić, Dunja ; Petrašević, Tunjica (ur.). *EU and Member States – Legal and Economic Issues: EU and Comparative Law Issues and Challenges Series*, Faculty of Law Osijek, 175-196.
- Đanić Čeko, A. (2020). Ograničenje slobode kretanja i obveza usmene rasprave u sudskim predmetima maloljetnika državljana treće zemlje. *Hrvatska i komparativna javna uprava*, 20, Posebni prilog uz broj 2, 25-37.
- Goldner Lang, I. (2017). The European Union and Migration: An Interplay of National, Regional, and International Law, *American journal of international law*, 111, 509-513.
- Goodwin -Gill, G. S., McAdam, J. (2007). *The Refugee in International Law*. 3rd ed. Oxford: Oxford University Press.

- Hailbronner, K.; Thym, D. (2016). Legal Framework for EU Asylum Policy. U: Hailbronner, K. i Thym, D. (eds.). *EU Immigration and Asylum Law. A Commentary*. 2nd edition. C.H.Beck/Hart/Nomos.
- Hathaway, J. (2005). *The Rights of Refugees under International Law*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Macovei, M. (2004). *The right to liberty and security of the person: A guide to the implementation of Article 5 of the European Convention on Human Rights*, Human rights handbooks, No. 5. Bruxelles: Council of Europe.
- Noll, G. (2011). Article 31 (Refugees Unlawfully in the Country of Refugee). U: Zimmermann, A. (ed.). *The 1951. Convention Relating to the Status of Refugees and its 1967 Protocol*. A Commentary. Oxford: Oxford University Press.
- Pollet, K. (2016). A Common European Asylum System under Construction: Remaining Gaps, Challenges and Next Steps. U: Chetail, V., De Bruycker, P., Maiani, F. (ed.). *Reforming the Common European Asylum System. The New European Refugee Law*. Boston: Brill Nijhoff, Leiden.
- Direktiva 2008/115/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 16. prosinca 2008. o zajedničkim standardima i postupcima država članica za vraćanje državljana trećih zemalja s nezakonitim boravkom, OJ L 348, 2008.
- Human Rights Committee (HRC), General Comment No. 18: Non-discrimination, 1989.
- Konvencija o statusu izbjeglica, usvojena 28. srpnja 1951. Rezolucijom Generalne skupštine 429(V) od 14. listopada 1950., stupila na snagu 22. travnja 1954.
- Office of the United Nations High Commissioner for refugees, Geneva, UNHCR, Revised Guidelines on applicable criteria and standards relating to the detention of asylum seekers, Guideline 1., 1999.
- Predmet C-646/16 Khadija Jafari and Zainab Jafari v. Bundesamt für Fremdenwesen und Asyl [2017] ECR-586, Predmet C-490/16 A. S. vs. Republic of Slovenia [2017], ECR-585.
- Predmet Toonen v. Australia [1994] Komunikacija br. 488/1992, U.N. Doc CCPR/C/50/D/488/1992., par. 8.3-8.6.
- Presuda Upravnog suda u Rijeci br. 3 UsI-242/17-11
- Presude Upravnog suda u Osijeku br. 4UsI-675/18-10; 2UsI-640/18-17; 1UsI-647/18-23; 1UsI-641/18-15; 1UsI-627/18-16; 3UsI-623/18-16, 4UsI-675/18-10; 1UsI-627/18-16; 3UsI-623/18-16,
- Presude Upravnog suda u Zagrebu: 9UsI-706/19-7, UsI-1928/17-7, UsI-2898/19-11, UsI-384/19-8, UsI-495/19-15, 32UsI-496/19-15, 32UsI-506/19-13, UsI-766/16-8, UsI-798/16-9, UsI-927/16-8, UsI-1663/19-9, UsI-2479/19-9, UsI-3512/16-8, UsI-3537/18-8, UsI-3550/16-9, UsI-4180/15-7, UsI-2003/19-8, UsI-3095/17-7, 9 UsI-4565/18-8, UsI-365/19-11, UsI-441/19-10,

UsI-228/19-9, UsI-3550/16-9, 18.UsI-464/19-15, UsI-929/17-11,32 UsI-3136/19-9, UsI-4404/18-7, 9 UsI-439/19-11, UsI-411/17-11, UsI-2272/17-8, UsI-4319/18-13, UsI-105/16-16, 18.UsI-850/19-19, 32 UsI-1127/19-5, 9 UsI-1635/19-8, 32 UsI-374/19-11, UsI-1637/19-7, UsI-3720/17-6, UsI-267/19-7, UsI-3749/18-6, UsI-3538/17-7, UsI-3537/17-8, UsI-3309/16-7, UsI-1918/19-11.

Presude Visokog upravnog suda br. Usž-159/18-2; Usž-3963/17-2; Usž-3963/17-2; Usž-3660/18-2; Usž-3203/18-3

Rješenja Upravnog suda u Osijeku br. Usl-168/18-4; 4Usl-174/2019-3; 3Usl-1266/18-2; 3Usl-25/18-4; 3Usl-1390/18-4; 1Usl-1437/18-2; 2Usl-1331/18-5; 4Usl-1390/17-4; 2Usl-158/2019-4, 2Usl-123/18-4, 2Usl-1331/18-5 i br. 4Usl-1390/17-4, 6Usl-77/2019-5; 6Usl-169/18-4; 3Usl-185/2019-2; Usl-30/2019-2; 4Usl-167/18-4, 6Usl-147/18-5

Rješenje Upravnog suda u Splitu br. 5 Usl-401/17-5; 5Usl-28/18-5; 5 Usl-92/18-6; 5Usl-110/18-6; 5Usl-427/17-7; 5Usl-440/17-6; 5Usl-445/17-6; Usl-528/19-2; 5Usl-28/19-2; 5Usl-88/19-2, 5 Usl-10/18-9 i 5 Usl-246/18-5.

Statut Međunarodnog suda pravde, usvojen 26. lipnja 1945, stupio na snagu 24. listopada 1945., 59 Stat. 1055

Uredba (EU) 2016/399 Europskog parlamenta i Vijeća od 9. ožujka 2016. o Zakoniku Unije o pravilima kojima se uređuje kretanje osoba preko granica (Zakonik o schengenskim granicama) (kodificirani tekst) OJ L 77UN

Ustav Republike Hrvatske, pročišćeni tekst, NN 56/90, 135/97, 08/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14

Zakon o međunarodnoj i privremenoj zaštiti, Narodne Novine br. 70/15, 127/17

Zakon o međunarodnoj i privremenoj zaštiti, Narodne novine, 70/15, 127/17

Zakon o područjima i sjedištima sudova, Narodne novine, br. 67/18, 21/22.

Zakon o područjima i sjedištima sudova, Narodne novine, br. 67/18, 21/22.

Zakon o sustavu domovinske sigurnosti, Narodne novine br. 108/2017

Zakon o upravnim sporovima, Narodne novine, br. 20/10, 143/12, 152/14, 94/16, 29/17, 110/21.

DEFICIENCIES IN PROCEDURES IN THE PRACTICE OF ADMINISTRATIVE COURTS OF THE REPUBLIC OF CROATIA IN THE APPLICATION OF EUROPEAN AND INTERNATIONAL STANDARDS FOR THE PROTECTION OF FREEDOM OF MOVEMENT OF ASYLUM SEEKERS

Abstract

The procedure for granting international protection in the member states implies numerous rights that belong to the asylum seeker, such as the right to freedom of movement, and is based on international and European protection standards, while procedurally relying on national legal solutions. The challenge posed by the migration and refugee crisis to the member states often resulted in the violation of fundamental human rights and freedoms of asylum seekers by applying national provisions instead of international and European ones, especially in the area of imposing detention measures. The paper analyzes the institute of freedom of movement of asylum seekers, as well as certain procedural errors in the proceedings of Croatian first-instance administrative courts, as well as the High Administrative Court of the Republic of Croatia. The aim of the paper is to determine whether the actions of the Croatian administrative courts are in accordance with international and European standards for the protection of the freedom of movement of asylum seekers.

Keywords: international protection, freedom of movement of asylum seekers, administrative-judicial practice, detention.

Anamarija Lukić⁸⁸
Ivana Jurčević⁸⁹

HRVATSKI LIST: LOKALNO GLASILO KAO KLJUČ POLITIČKE MOĆI

Pregledni rad
<https://doi.org/10.59014/RFFJ4054>

Sažetak

Rad istražuje ulogu koju su novine Hrvatski list odigrale tijekom 1927. te 1928. godine na osječkoj političkoj sceni. Hrvatski list, lokalni politički organ stranke Hrvatska zajednica, do 1927. godine razvio se u daleko najčitaniji osječki informativni list. U isto je vrijeme bio glavni kanal putem kojega je osječka Hrvatska zajednica držala na okupu svoje birače i uvelike pomagala da ova stranka zadrži vodstvo u politički heterogenoj gradskoj samoupravi. Politička moć Hrvatskog lista najviše se pokazala tijekom 1927. i 1928. godine. Tada je središnja vlast, prema političkom predznaku glavni oponent Hrvatske zajednice, nedemokratskim potezom ukinula osječku gradsku samoupravu te na čelo grada postavila namjesnika, osobu iz svojih redova. Cilj ovoga poteza bio je upravljanje novcem osječkih poreznih obveznika. Gradski je namjesnik, uz podršku iz Beograda, osječke gradske prihode silom htio usmjeriti prema plaćanju izrazito nepovoljnoga kredita. Uvjete toga kredita nastojao je što više držati u tajnosti jer nije imao drugu svrhu osim isisavanja gradskoga novca. Kako su informacije o dogovaranju kredita ipak procurile, svrgnuti gradonačelnik i njegovi stranački kolege plasirali su ih u javnost preko Hrvatskog lista i uporno nastojali uzbuniti osječko stanovništvo. Na taj su način provodili pritisak na namjesnika i pregovore o kreditu što je rezultiralo njegovim povlačenjem. Tako je Osijek izbjegao veliku materijalnu štetu, a prohrvatske političke snage uspješno su se afirmirale.

Glavninu gradiva ovoga istraživanja čine Hrvatski list te arhivski izvori koji potječu iz fonda Gradskog poglavarstva, ali i osobnoga fonda bivšega gradonačelnika (V. Hengl), koji su analizirani i uspoređeni. Rad je koncipiran tako da prvenstveno prati seriju novinskih tekstova o vladavini namjesnika u osječkom samoupravnom interregnumu. Tako pruža predodžbu što je osječki porezni obveznik mogao doznati iz Hrvatskog lista o tome kako se troši njegov novac i koja politička opcija stoji iza toga.

Ključne riječi: Hrvatski list, Osijek, 1920-e, politički pritisak, gradski kredit

88 Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Područni centar Osijek, anamarija.lukic@pilar.hr

89 Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Područni centar Osijek, ivana.jurcevic@pilar.hr

Osijek u međuratnom razdoblju: političke prilike

Osnatak nove državne zajednice, koja se prvotno zvala Kraljevstvo Srba, Hrvata i Slovenaca, 1. prosinca 1918. godine, stanovnici grada Osijeka dočekali su s određenom dozom nade, ali i opreza pred novim političkim, gospodarskim te urbanističkim izazovima. Pojam *narodne vlasti*, vlasti obitelji Karađorđević kao kraljevske kuće iz slavenskih redova te parlamentarni sustav na temelju općega prava glasa Osječanima se na prvu mogao doimati kao situacija pogodna za administrativni te gospodarski uspon njihova grada, kao i više sluha središnje vlasti za pomoć u rješavanju krupnih urbanističkih problema s kojima se lokalna vlast prije prevrata nije usuđivala uhvatiti u koštac (Živaković-Kerže, 2010). To se ponajprije odnosilo na problem gradskoga prijevoza, odnosno komunikaciju među osječkim gradskim četvrtima, dislociranim te dodatno odijeljenim obrambenim bedemima. Te bedeme, iako su davno bili izgubili svoju obrambenu svrhu, vojne vlasti u Beču do kraja trajanja Austro-Ugarske Monarhije nisu dopuštale srušiti, niti su doprinosile njihovu održavanju. Osječke gradske četvrti, Gornji grad, Nutarnji grad, Donji grad i Novi grad, zapravo su bile četiri zasebne gradske cjeline, varoši, kako su ih građani tada običavali nazivati. Njihovi su stanovnici u većoj mjeri bili orijentirani prema razvijanju vlastite cjeline, varoša, a kada su bili upućeni na koju instituciju u drugom dijelu grada, poput škole, bolnice, kazališta i sl., bile su im teže dostupne (Živaković-Kerže, 1996; Davidović, 1982/83; Pelz, 1991). To nije bilo samo zbog veće udaljenosti uslijed dislociranosti te longitudinalnoga geografskog razmještaja varoša, već i zbog nedostatka ceste koja bi ih povezivala, odnosno zbog premalog kapaciteta jedinoga postojećeg (od 1883. godine) javnog prijevoza, konjske željeznice (Banjeglav, 2010).

Godine 1920. u Osijeku se već oblikovala nova politička scena prema potrebama tadašnje političke situacije. U njoj su se suprotstavljale tri strane. Prva je bila velikosrpskoga ideološkog predznaka, a zastupale su je Demokratska stranka (DS) (Gligorijević, 1970; Janjatović, 2002) te Narodna radikalna stranka (NRS) (Horvat, 1991; Popović, 2008). Obje stranke zastupale su stajalište da grad Osijek treba biti pod upravom Srba, i to radikala (dominirali su državnom političkom scenom, u Osijeku su imali puno veću izbornu bazu nego demokrati) (Radikalsko-židovski izborni poslovi, 1920), što se kroz njihovo međudjelovanje očitovalo tijekom cijeloga

parlamentarnoga razdoblja. Velikosrpsku političku opciju na lokalnoj su razini podržavali i osječki Židovi organizirani u vlastitu interesnu skupinu. Ipak, svi oni zajedno nisu imali ni približno dovoljnu izbornu bazu da bi legitimno i demokratskim putem mogli zadobiti vlast u Osijeku, tj. imati većinu u gradskom zastupstvu (Stanković, 2002).

Druga politička strana bila je ona s hrvatskim političkim predznakom. Nju su prvotno činile dvije stranke, Hrvatska zajednica (HZ) (Matković, 2004) i Hrvatska pučka stranka (HPS) (Matijević, 1998), da bi im se od 1923. godine pridružili i radićevci (Hrvatska republikanska seljačka stranka, HRSS) (Matković, 1999-2000). Na području lokalne politike ove su se tri stranke držale zajedno ili je bolje reći da su podržavale program dominantne hrvatske stranke, Hrvatske zajednice. Taj je program bio isključivo program komunalnoga razvoja čije su ključne točke bile rušenje i uklanjanje gradskih bedema, elektrifikacija, povezivanje svih gradskih četvrti električnim tramvajem, izgradnja vodovodne mreže i nove gradske klaonice. Gradonačelnik, dr. Vjekoslav Hengl (HZ), bio je glavni promotor ovoga programa i osoba koja je znala okupiti dovoljno pristaša oko svoje ideje da bi bila potvrđena kao radni program osječkoga gradskog zastupstva. Također, bio je osoba koja je pridobila vrlo velike simpatije birača na području grada Osijeka, što je ujedno značilo da je postao trn u oku velikosrpskoj političkoj grupaciji, od lokalne do državne razine. Realizacija Henglova programa, naime, značila je tektonske pomake u razvoju grada te je, gledano s velikosrpske strane, nosila i opasnost da Hengl i njegove pristaše steknu takvu popularnost koja se demokratskim putevima više nikako ne bi dala nadmašiti. Naime, već na početku Henglova prvoga mandata dalo se naslutiti da je on jedan od onih „velikih gradonačelnika”, popularnih upravo zbog komunalne politike kojom uspješno pridobivaju ‘obične ljude’ jer su posrijedi projekti korisni ne samo uskoj eliti nego svim stanovnicima“ (Iveljić, 2018, 137).

Treću političku opciju u gradu Osijeku predstavljao je radnički pokret, a zastupala ga je Komunistička partija Jugoslavije (KPJ). Iako su komunisti 1920. godine, zahvaljujući što dobroj organiziranosti, što uvođenju općega prava glasa, apsolutno dominirali brojem predstavnika u lokalnoj vlasti, njihovo je djelovanje ubrzo, vladinim dekretom (*Obznana*, 29. prosinca 1920.), bilo stavljeno izvan zakona. Radnički pokret je u osječkoj lokalnoj vlasti i nakon toga bio zastupljen putem manjih skupina zastupnika, koje su od izbora do izbora uzimale različita imena. Te su skupine odbijale

suradivati s drugim političkim strankama iako su sudjelovale u radu gradskoga zastupstva. (Rajković, 2020; Gunčević, 1920).

Do početka 1927. godine osječka je lokalna vlast, s prohrvatskom većinom, uspjela ostvariti velik dio predviđenoga i obećanoga programa gradskoga razvoja. Najveće prepreke, poput dobivanja dozvole za rušenje i uklanjanje gradskih bedema od Ministarstva vojske i mornarice, ishoda inozemnoga kredita za izvođenje radova oko elektrifikacije i uvođenja električnoga tramvaja te borbe s Beogradom koji je kočio početak radova putem različitih ministarstava (prometa i trgovine, unutarnjih poslova, financija i graditeljstva), bile su riješene do 1926. godine. Nakon toga je otpočela neviđena urbanistička transformacija grada Osijeka. Bedemske barijere između gradskih cjelina, varoša, bile su uklonjene te su se povezale tramvajem. S nestrpljenjem se čekao trenutak puštanja električne rasvjete u pogon, kao i prva vožnja tramvajem, što se trebalo dogoditi baš prije novih izbora za gradsku vlast. No, sjajan završetak mandata osječke vladajuće garniture bio je naprasno prekinut brzojavom iz Ministarstva unutarnjih poslova 22. listopada 1926. godine kojim je osječko gradsko zastupstvo bilo obaviješteno o svom raspuštanju, i to tek tako, bez navedenog razloga, bez objašnjenja, bez ikakvoga zakonskog uporišta (Lukić, 2021). Vladajućima u Beogradu je, uoči novih gradskih izbora, postalo bjelodano da su radikali dalje nego ikad od osvajanja vlasti u Osijeku. Zbog toga su se odlučili na ovaj nedemokratski, a i nezakonit čin. U pitanju nije bilo puko osvajanje vlasti, već kontroliranje velikih građevinskih projekata u kojima se okretao i velik novac. Mada se tu radilo o novcu osječkih poreznih obveznika, radikalna ili velikosrpska politika bila je protiv toga da se taj novac ulaže u Osijek, u jedan prečanski grad, koji je trebao poslužiti samo kao ratni plijen. Taj se novac, prema radikalima, trebao slijevati prema Beogradu, poglavito prema privatnim osobama, određenim pojedincima koji su upravljali državom, kako se uskoro nepobitno i pokazalo (Bjelica, 2008). Za početak, Ministarstvo unutarnjih poslova postavilo je na čelo grada Osijeka svoga namjesnika, komesara Stanka Strupija, da upravlja gradom te da organizira nove demokratske izbore za gradsku vlast. Osječani su odmah shvatili da će komesarijat postati trajna vlast u gradu i da neće dopustiti da volja birača ponovo oblikuje gradsko zastupstvo po svojoj volji (Uoči gradskih izbora, 1927).

Položaj *Hrvatskog lista* na osječkoj informativno-političkoj pozornici

Svaka je osječka politička stranka imala i svoj organ ili glasilo, informativni list koji je prenosio i komentirao prvenstveno političke događaje, interpretirajući ih ovisno o ideologiji stranke te korespondirajući ili se referirajući oko određene teme s glasilima drugih stranaka. Osječki radikali imali su glasilo *Stráža*, osječki demokrati *Jug*, dok je informativni list na njemačkom jeziku *Die Drau* odražavao političke stavove osječkih Židova. Svaki od ova tri lista imao je malenu nakladu, od 500 do 1000 primjeraka, te se svojim utjecajem nisu mogli mjeriti s osječkim hrvatskim glasilima, prvo s *Hrvatskom obranom*, a još više s *Hrvatskim listom*. *Hrvatska obrana*, prvi osječki dnevni list na hrvatskome jeziku koji je zaživio, počeo je izlaziti 1902. godine u odvažnoj nakladi od 5000 primjeraka (tada se zvao *Narodna obrana*, sve do 1914. godine). Taj je list od početka bio dobro prihvaćen među osječkim čitateljima te ih je idućih 20 godina revno informirao o dnevnoj politici i zastupao prohrvatski stav (Vinaj, 1998). Upravo oko toga lista oblikovala se lokalna, slavonska jezgra političara koji su se tijekom listopada 1918. udružili u Kolo povjerenika Hrvatske obrane ili Hrvatsko kolo, ne bi li spremnije dočekali novu državnu organizaciju i novu političku postavu te pritom u najvećoj mogućoj mjeri zaštitili hrvatske interese (Jović, 1982). Hrvatsko kolo se ubrzo podijelilo na dva krila od kojih je jedno naginjalo klerikalizmu i uskoro oblikovalo jezgru lokalnoga ogranka Hrvatske pučke stranke. List *Hrvatska obrana* postalo je njihovo glasilo. Drugo, građansko-liberalno, krilo postalo je jezgra osječkoga ogranka Hrvatske zajednice. Zajedničarima je, također, trebalo lokalno glasilo te su ga pokrenuli 4. siječnja 1920. godine. „Kako bi samostalno i neovisno tiskali svoje glasilo osječki Hrvati, zajedničari, osnivaju Građansku tiskaru u Kapucinskoj ulici na broju 7, u kući udovice Kaiser, a svom stranačkom glasilu daju ime *Hrvatski list: glasilo Hrvatske zajednice*“ (Kretić Nađ, 2012, 79).

„Međutim, iako politički i stranački pokrenut kako bi širio političke ideje i programe stranke koja ga tiska, *Hrvatski* će se *list* vrlo brzo okrenuti tržištu, te nastojati povećati broj pretplatnika i vlastitu tržišnu opstojnost. Povećanje je broja pretplatnika, nesumnjivo značilo i povećanje broja konzumenata političkih ideja i zasada stranke Hrvatske zajednice, no da to nije bio jedini cilj izdavača i

uredništva svjedoči poziv ‘našim prijateljima’ da šalju obavijesti o važnim događanjima, kulturnom i humanitarnom radu, čitaonici, školi, zabavama, predstavama, koncertima, sudskim presudama, patriotskom radu, obrađivanju polja, iseljavanju u Ameriku, vaša-rima i čitavom nizu drugih događanja...“ (Kretić Nađ, 2012, 81).

Hrvatski list, koji se od početka izlaženja nametnuo kao informativni rival *Hrvatskoj obrani*, već je svojim izgledom (preglednost teksta, raspored u četiri novinska stupca, moderan font) sugerirao promjenu, nov informativni zamah i hvatanje koraka s kretanjem urbane kulture, što je Osječani-ma bilo važno jer su i te kako bili svjesni da njihov grad zaostaje u razvoju i „gubi bitku“ s gradovima na koje su se rado ugledali, Zagrebom i Bečom. *Hrvatski list* je 1920. godine krenuo s nakladom od 1700 primjeraka, no već je 1923. godine dosegao nakladu od 7000 primjeraka, dijelom zahvaljujući i tome što se *Hrvatska obrana* ugasila 1922. godine. *Hrvatski list* tu nije stao jer mu se naklada idućih godina povećala na 10 000 primjeraka te nastavila rasti. Zahvaljujući kvalitetnom uredničkom kadru (Lujo Vice, Tomislav Diklić, Kerubin Šegvić, Josip Pavišić, Ivan Brkić, Ivan Grubiša, Dragutin Hoffbauer, Matija Kovačić) (Kretić Nađ, 2012) te mnoštvu stalnih rubrika koje su uvedene od početka izlaženja (*Najnovije vijesti*, *Izborni glasnik*, *Iz Hrvatske zajednice*, *Gradske vijesti*, *Književnost i umjetnost*, *Gospodarstvo*, *Mali oglasnik Hrvatskog lista*) (Jošavac, 2011, 86), *Hrvatski list* je kao informativni medij bio sjajno prihvaćen ne samo među Osječanima, nego je bio rado čitan diljem Slavonije. List je u svoje čitate-lje postupno uključivao i žene uz pomoć priloga o odijevanju, kozmetici, higijeni i stanovanju, a počeo je uključivati i djecu objavljivanjem dječjih priloga, poput priča u stripu. Na taj se način nametnuo kao glavni osječki dnevni list, onaj koji svi čitaju. To je i za list i za stranku bilo od izuzetno velike koristi, poglavito uzevši u obzir činjenicu da u to vrijeme drugih informativnih medija gotovo da i nije bilo.

Od 10. siječnja 1926. godine stranka Hrvatska zajednica nestala je s poli-tičke pozornice. Njezini su članovi s disidentima Radićeve stranke (koja se tada nazivala Hrvatska seljačka stranka, HSS) sklopili sporazum o udruživanju i osnivanju Hrvatske federalističke seljačke stranke (HFSS) (Antić, 1982; Jelaska Marijan, 2013). *Hrvatski list* je, shodno tome, postao glasilo osječkoga HFSS-a, no i dalje je ostao vodećim osječkim informativnim glasilom.

Hrvatski list u razotkrivanju politike „iza zatvorenih vrata“

Godina 1927. za Osječane je počela kao nikad: uz brzo i moderno gradsko prometalo, električni tramvaj te uz električnu rasvjetu u kućanstvima i na ulicama, dok se bedemsko zemljište i dalje raščišćavalo od opeka. No, grad više nije imao svoju samoupravu jer je gradska vlast i dalje bila raspuštena, a nova još nije bila izabrana. Umjesto legitimne vlasti gradom je već nekoliko mjeseci upravljao komesar Stanko Strupi, radikal, inače inspektor u Ministarstvu unutarnjih poslova. Komesarijat je bilo stanje zamjenske uprave te je po svojoj namjeni trebao biti kratkotrajan, prolazan i ograničenih ovlasti, tek da se premosti sedisvakancija gradskoga zastupstva. Osječki je komesarijat počeo odugovlačiti, prvo radi pripreme oblasnih izbora (28. siječnja 1927.), zatim radi pada Vlade (Raspis osječkih gradskih izbora određen i – obustavljen!, 1927) te, na kraju, zbog nemogućnosti izbora gradonačelnika. Osječki su radikali, naime, priječili kandidaturu bivšega gradonačelnika Vjekoslava Hengla da se ponovo kandidira pa su njegovi pristaše, koji su imali većinu u zastupstvu, bojkotirali izbor (Osijek ima radnu većinu u gradskom zastupstvu, 1927; Izbor gradskog zastupnika – khuenovština u rđavom izdanju, 1927). Ministarstvo unutarnjih poslova raspustilo je i ovo, novoizabrano gradsko zastupstvo, te ponovo postavilo radikala Strupija za komesara (Novi komesarijat u gradu Osijeku, 1927; HR-DAOS-871 Vjekoslav Hengl, kut. 19, 1927). Dok su se redale ove političke smicalice, proteklo je više od pola godine. Kada se polovinom srpnja 1927. godine Strupi potvrdio kao komesar i upravitelj grada Osijeka kojega se nemoguće riješiti (jer ga je izravno podržavao Ministar unutarnjih poslova koji je ujedno bio i premijer, Velimir Vukićević), do Osječana je dopro prvi glas o tome da komesar uime grada namjerava podići veliki investicijski kredit (Na adresu g. komesara za grad Osijek, 1927). Fokus novinskoga članka objavljenoga u *Hrvatskom listu* „Na adresu g. komesara za grad Osijek“, sredinom kolovoza 1927. godine, bio je na nezakonitim postupcima komesara u dotadašnjem razdoblju (obračun i priprema sudske parnice s investitorom i izvođačem elektrifikacije, poduzetom Charles B. McDaniel; namještanje potrebnog i nepotrebnog osoblja na poslovima u električnoj centrali i tramvaju; izrada gradskoga proračuna za 1927. godinu; razrješavanje i sklapanje pogodaba s poduzećima za proizvodnju i distribuciju električne struje) te na tome kako je sve to učinio iza zatvorenih vrata, nikome ne polažući račune. Sve nabrojane radnje bile

su daleko izvan ovlasti komesara kao privremenoga upravitelja, no ovaj tekst je bio napisan *post festum*. Tendencija mu je bila upozoriti građane na počinjenu štetu koju će oni morati podmiriti te izazvati što veći revolt jer se na kraju teksta najavljuje prosvjedni zbor.

Komesar je na ovaj novinski tekst reagirao istoga dana, no nije isključeno ni da se radilo o koincidenciji: pisanim je putem (istog dana kada je bio objavljen tekst) pozvao predsjednika Trgovačko-obrtničke komore (Vladoje Aksmanović), predsjednika Društva trgovaca i industrijalaca (Albert Rupp) i predsjednika podružnice Saveza hrvatskih obrtnika (Ivan Aničić) na konferenciju informativnoga tipa, na kojoj im je planirao priopćiti da će u ime grada sklopiti veliki amortizacijski kredit. Do konferencije je već postavio upit različitim domaćim bankama kako bi posredovale u ishođenju inozemnoga kredita jer je na financijskom tržištu u tom trenutku to bilo moguće. Izvjesno je bilo da je komesar Strupi shvatio da informacije neka-ko izlaze iz njegova ureda i da mu više nije moguće skrivati svoje poteze jer će se za njih prije ili poslije saznati i prezentirati javnosti putem *Hrvatskog lista*. Na ovaj je način sam pokušao objaviti osječkoj javnosti svoje namjere, ne bi li smanjio medijsku štetu i prikazao svoju namjeru o zaduživanju kao brigu za grad (Progovorio je, 1927). Na dan konferencije, 22. kolovoza 1927., *Hrvatski list* objavio je tekst znakovitoga naslova: „Osječki građani, pripravite kese“ (1927). U njemu je iznio osnovne podatke o komesarovim planovima zaduživanja. Namjeravao je podići dugoročni inozemni kredit, otprilike u dvostrukoj visini iznosa kredita koji je grad podigao za elektrifikaciju i tramvaj (450.000 engleskih funti ili 2.070.000 američkih dolara prema 1.120.000 američkih dolara (HR-DAOS-871 Hengl Vjekoslav, kut. 25, 1924)). Polovinom iznosa namjeravao je amortizirati postojeći gradski kredit dok je druga polovina trebala poslužiti za investiranje u gradnju vodovoda, nove klaonice, nove gradske vijećnice, gradske tržnice i nešto novca za izgradnju kuća; upravo onoga što je stajalo u zaključcima prethodne, legitimne gradske vlasti, no ranije za ta ulaganja nije bilo financijskih mogućnosti. Komesar je kao motiv za podizanje tako velikoga iznosa baš u datom trenutku naveo rasterećenje građana od povećanoga gradskog poreza nametnutoga kratkoročnim kreditom za elektrifikaciju i tramvaj (kakav se u svoje vrijeme jedino mogao i ishoditi). *Hrvatski list* je u naslovu članka dao naslutiti da bi podizanje komesarova kredita bilo novo opterećenje, a ne rasterećenje građana. No, u samome se članku nije bavio financijskom analizom, već je isticao nelegitimnost institucije komesara da

u ime grada donosi krucijalne odluke o razvoju grada i sklapa ugovore koje će grad obvezivati još desetljećima.

Sljedeći članak *Hrvatskog lista* o kreditu, „Komesarski sovjet i osječki zajam“ (1927), objavljen nakon komesarove konferencije, otkrio je da je jedan od razloga traženja kredita (otkrio ga je sam Strupi) to što je u gradskoj blagajni već nedostajalo novca za uplatu idućega obroka postojećega kredita (poduzeću McDaniel). Strupi, naime, planirajući gradski proračun nije predvidio izdvajanje za otplatu kredita.

Idući članak *Hrvatskog lista* o komesarovu amortizacijskom kreditu bio je odgovor listu *Die Drau*. Taj je list objavio tekst dr. Mosina Kleina, osječkog odvjetnika i slobodnog zidara, a u kojem autor hvali komesarov potez glede ishoda kredita. Članak *Hrvatskog lista* „Prosvjedi protiv komesarijata i dizanja gradskog zajma“ (1927) naglasio je da su sve osječke stranke, osim radikalne, protiv podizanja kredita, kao i ukupno građanstvo. Tekst dr. Julija Kaisera, osječkoga odvjetnika s izborne liste HFSS-a, „Komesarijat i džepovi osječkih građana“ (1927), iznio je analizu ugovora kojeg je komesar u tajnosti sklopio s „Blokcentralom“, osječkim distributerom električne energije nekoliko mjeseci ranije. Tim je ugovorom grad Osijek unaprijed oštećen za više od 400.000 dinara godišnje. Autor ovoga teksta iznio je činjenice (priloživši i izračun) o tome koliko komesar Strupi upravlja gradskim novcem na štetu grada Osijeka, u jeku predizborne kampanje (parlamentarni izbori) te u svjetlu najavljenih ponovljenih izbora za gradsku vlast. Zato nije zaboravio spomenuti i to da komesar, koji tako postupa s gradskim novcem, namjerava još i podignuti milijunski kredit.

Do kraja rujna 1927. godine *Hrvatski list* se više nije osvrtao na komesarov kredit jer novih informacija nije bilo. Komesar Strupi, pritisnut budnim okom pristaša HFSS-a te *Hrvatskog lista*, počeo je pažljivije skrivati svoje poteze oko upravljanja gradskim novcem. Da je tomu tako pokazuje idući članak *Hrvatskog lista* koji se osvrnuo na kredit, „Komesarov gradski zajam – nije odobren“ (1927). Neslužbeno se doznalo da je Strupi otputovao u Beograd kako bi od Ministarstva financija dobio odobrenje za sklapanje dvomilijunskoga dolarskog kredita u ime gradske općine, i to po nepovoljnim uvjetima, s dobrojnim tečajem od 85 % (od ukupnog iznosa kredita korisniku se isplaćuje 85 %, a vraća se cijeli iznos uz dogovorenu kamatnu stopu od 7 %) (Svršeno je..., 1927). Odobrenje je prethodno dao i oblasni

župan (točnije, njegov zamjenik Deanović), a informacija je, čini se, „iscurila“ upravo iz njegova ureda. Ona je odmah podigla na noge bivšega gradonačelnika, dr. Hengla, koji se obratio dr. Ivanu Ribaru, narodnom zastupniku iz Demokratske stranke, kojoj je pripadao i župan (HR-DA-OS-871 Hengl Vjekoslav, kut. 14, 1927). Dr. Alfonsa Muža, istaknuti osječki demokrat, odmah je u Beograd poveo deputaciju osječkih građana kako bi pri Ministarstvu financija te MUP-u intervenirali protiv odobrenja kredita. Sve je rezultiralo time da je ministar financija, dr. Bogdan Marković, uskratilo komesaru odobrenje za kredit. No, za tjedan dana se predomislio i ipak dao svoje odobrenje. *Hrvatski list* je vijest o odobrenju kredita dobio neslužbeno, „od osobe, koja blizu stoji osječkim radikalima“ (Dva udarca gradu Osijeku – jedan za drugim, 1927, 6), no objavljena je jer je bilo poznato da se svaka vladina odluka koja se ticala grada Osijeka prvo dojavila radikalima, a tek je onda bivala priopćena službenim kanalima.

Kako su propali pokušaji osječke intervencije protiv kredita i kod Vlade i kod demokrata, realizaciji komesarova kredita više ništa nije stajalo na putu. Ostala je još samo mogućnost da komesar ili kreditor odustanu od ugovora, ili da doista nastane nepovratna šteta za grad. Kako je u međuvremenu komesar u ime grada sklopio još jedan izuzetno štetan ugovor s gradskom Plinarom, osječki se HFSS, u obrani interesa grada Osijeka (i u predizbornoj kampanji za gradske izbore), mogao osloniti još jedino na medijsku snagu i prodornost *Hrvatskog lista*.

***Hrvatski list* kao adut osječčkog HFSS-a**

Koliko je osječki komesar Stanko Strupi skrivao svoje komesarske poteze, poput ishođenja dvomilijunskoga dolarskog kredita, od osječke javnosti, jasno govori činjenica da je kredit već ušao u obradu, a i dalje se nije znalo tko je kreditor, već samo da je kredit „zaključio u ime gradske općine s nekom američkom novčanom grupom“ (Osječki komesarski zajam pred Trgovačkom i obrt. komorom, 1927a, 3). *Hrvatski list*, baš na stranici na kojoj je pratio i predizbornu kampanju, počeo voditi i „protukreditnu kampanju“. Riječ je o nizu tekstova u kojima su različite gospodarske ili građanske grupacije analizirale kredit i konstatirale njegovu štetnost.

Prvi članak, „Osječki komesarski zajam pred Trgovačkom i obrt. komorom“, objavljen 21. listopada 1927., popratio je izvanrednu sjednicu TOK-a, sazvanu kako bi Komora, kao legalan predstavnik svih privrednika, zauzela stav o komesarovu kreditu. Za tu je prigodu od komesara bio pribavljen uvid u spis o kreditu pa se pokazalo da je iznos kredita nedefiniran (1.650.000 do 2.000.000 dolara), kamatna stopa 7,5 %, rok otplate 25 godina. Mada članovi komore tada nisu donijeli zaključak, već su odlučili da će prije toga sa stručnjacima izraditi amortizacijski elaborat, *Hrvatski list* je u članku istakao ono što je govorilo o beskorisnosti kredita: „PREMA TOME NEMA IZGLEDA DA BI GRADSKI NAMET PAO“ (Osječki komesarski zajam pred Trgovačkom i obrt. komorom, 1927b, 3).

I u samoj Komori bilo je pobornika kredita kojima nije bilo drago što *Hrvatski list* izvješćuje javnost o ovoj temi. Zato je *Hrvatski list* objavio i to, prvo demanti koji im je uputio Dragurtin Eisner, potpredsjednik TOK-a, a zatim i svoj komentar na demanti, u kojem list potvrđuje što je ranije obavljeno, budući da je izvješće bilo dobiveno od nepristranog sudionika (Osječki komesarski zajam pred Trgovačkom i obrt. komorom, 1927a).

Nekoliko je dana nakon toga bio objavljen i zaključak TOK-a o komesarovu kreditu: veliki naslov „Trgovačka i obrtnička komora jednoglasno je zauzela stanovište, da je komesarski dolarski zajam štetan za interese općine grada Osijeka“ (1927). U tijeku sjednice TOK-a o kojoj se izvijestilo bili su podastrti rezultati analize rješenja ministra financija o uvjetima kredita, a u prijelomu teksta bile su istaknute ove stavke: da u ministrovu rješenju stoji neka zabuna u izračunu, ili nije imao dobre podatke za izračun; da za osječke građane nema govora o smanjenju nameta kad se podigne komesarov kredit; da će grad Osijek početi otplaćivati kredit odmah po sklapanju ugovora, a da nije definirano kad će primiti novac od kreditora; da je iznos preostale svote kredita, nakon amortizacije postojećega kredita (McDanielu) oko 18.450.000 dinara, što je nedovoljno za bilo kakvu ozbiljnu investiciju, a grad bi u nemogućnosti investiranja bio do 1952. godine. U istom broju *Hrvatski list* je donio i procjenu osječkih malih privrednika o kreditu, koja je, također, bila nepovoljna (Komesarski zajam i mali privrednici, 1927).

Već u sljedećem broju, *Hrvatski list* ukazao na odnos između postojećega kredita, koji je grad već počeo otplaćivati, i onog komesarova, služeći se grafičkim prikazom, počevši od sljedeće, 1928. godine. Graf se sastojao

od dva para stupaca od kojih je prvi pokazivao vremenski tijek (1928. do 1933. godina nasuprot 1928. do 1952. godina), dok je drugi izražavao visinu kreditnih obroka; kod tekućega se kredita sa svakom godinom smanjivao, pa je i font prema dnu grafa postajao sve manji, dok je u drugom paru stupaca bio identične veličine od 1928. do 1952. godine. Graf je izražavao dvije moguće varijante financijske budućnosti grada Osijeka, odnosno visine i vremenske odrednice plaćanja gradskoga poreza za sve građane Osijeka (Brojke govore, 1927). U istom je broju, za svaki slučaj, još jednom objašnjeno što sve nije u redu s komesarovim kreditom (Još nešto o gradskom zajmu, 1927).

Sljedeći članak *Hrvatskog lista* o komesarovu kreditu bio je predstavljen trostrukim, impresivnim naslovom preko cijele novinske stranice: „Komesarski zajam je ubitačan za grad Osijek. Dobivamo 1 i pol milijuna, a vraćamo 4 i pol milijuna dolara, dakle trostruko (Porazno mišljenje o komesarskom gradskom zajmu iz stručnjačkih bankovnih krugova)“ (1927). U ovome je tekstu konstatirano da još uvijek nisu sa sigurnošću poznati uvjeti ugovora o kreditu, već se i dalje drže u tajnosti, no ono što je do tada bilo poznato sugerira da interes za ovakav kredit može imati jedino banka koja ga nudi. Članak je završavao karikaturom na kojoj je prikazana sva sila radikalskih političara koji umjesto konja vuku zaprežna kola na kojima ćirilicom piše VREDNOST 200.000.000 DIN. SPEDITERAJ BEOGRAD. Kola pokušavaju ući u grad Osijek, ali tu je brklja na kojoj sjedi bivši gradonačelnik Osijeka Vjekoslav Hengl te prijeći ulaz takve „robe“.

Možda upravo zbog predstojećih izbora, kao i kampanje koju je protiv kredita vodio *Hrvatski list*, komesar Strupi odlučio je ponovo pregovarati o uvjetima kredita te ih učiniti manje štetnima za gradske financije, no još nije bilo naznaka da bi od kredita odustao (Obrat u gradskom dolarskom zajmu, 1927).

„Ovaj je zajam sramota za grad Osijek, jer je to kajišarski⁹⁰ zajam, a kajišarske zajmove sklapa samo onaj koji se nalazi na rubu gospodarske propasti.“ (Govor g. dra Hengla na velikoj izbornoj skupštini hrvatskog građanstva i radništva, 1927, 3), *Hrvatski list* je, izvještavajući o vrhuncu predizborne kampanje za ponovljene gradske izbore, na prve četiri stranice objavio govor svrgnutoga gradonačelnika Vjekoslava Hengla, svoga kandidata, *in extenso*. U tome je govoru cijelo jedno poglavlje razmatralo kome-

90 kajišariti – nametati previsoku kamatu, kamatariti

sarov kredit. Uredništvo je boldiranim slovima istaknulo rečenicu kojom se čitatelje nastojalo potaknuti da razmisle o vlastitom interesu kada budu izašli na izbore, tj. zastrašiti ih radikalskom vlašću nad gradom, koja može samo povisiti namete.

Već u sljedećem broju *Hrvatskog lista* tema komesarova kredita bila je objavljena na naslovnici, u opširnom članku na dvije stranice „Nova porazna otkrića o dolarskom zajmu“ (1927). U članku je naglašeno više alarmantnih činjenica, od nesigurnosti odobrenoga iznosa, nesigurnosti isplate (prava bankara da odustane od kreditiranja), dodatnih troškova koji nisu bili navedeni u ranije pogledanom spisu o kreditu, kamatnoj stopi koja bi se mogla popeti na 9 %, hipotekarnoj uknjižbi na ukupno sve postojeće i buduće nekretnine u posjedu gradske općine. Najgore vezano uz nova saznanja o komesarovu kreditu bilo je to što izgradnja vodovoda ipak nije bila navedena kao investicija koja bi se realizirala ovim kreditom.

U istom je broju *Hrvatskog lista* objavljen i govor osječkog odvjetnika dr. Kamila Firingera iz Hrvatske pučke stranke (Govor g. dra Kamila Firingera na velikoj izbornoj skupštini hrvatskog građanstva i radništva, 1927). U svojem se predizbornom govoru spomenuo štetnosti komesarova kredita. Objasnio je kako je i sam bio član osječke deputacije koja je kod ministra financija prosvjedovala protiv podizanja kredita, ponovio kako se ministar složio s tim da je kredit štetan te pozvao javnost da promisli koliki je pritisak nakon toga bio izvršen na ministra kako bi odobrio kredit za koji je i sam znao da je štetan.

Već sljedećega dana *Hrvatski list* objavio je vijest o tome kako je Osijek posjetio i Charles B. McDaniel, kako bi osobno prigovorio sklapanju komesarova kredita, jer je gradska imovina djelomično već bila vezana kreditom kojim su se financirali elektrifikacija i električni tramvaj (Charles B. MacDaniel u Osijeku, 1927).

U idućem je broju *Hrvatskog lista* objavljeno da je Trgovačko-obrtnička komora (TOK), nakon održane nove sjednice na temu komesarova kredita, podnijela prijavu protiv odobrenja kredita koje je izdao ministar financija. Prijava je bila podnesena na Državni savjet (državno tijelo koje je imalo funkciju upravnog suda), pozivajući se na činjenicu da komesar takvim potezom izlazi izvan okvira svojih zakonom propisanih ovlasti (Tužba Trgovačko-obrtničke komore na državni savjet, 1927).

Ni sljedeći, predizborni broj *Hrvatskog lista*, u posljednjim uputstvima svojim čitateljima za izbore, nije zaboravio spomenuti komesarov kredit kao opomenu protiv radikalne politike i Narodne radikalne stranke, protiv koje su se gotovo sve druge stranke (na lokalnoj razini) ujedinile u blok. Članak je nosio znakovit naslov „Radikalno pašovanje u Osijeku“ (1927), a komesarov kredit je zbog svoje štetnosti poslužio kao dobar predizborni argument.

Na dan izbora *Hrvatski list* objavio je vijest kako narodni zastupnici iz opozicije nalaze vrlo zanimljivim pitanje osječkoga kredita te ga namjeravaju potegnuti u Skupštini. U vezanoj vijesti bilo je objavljeno i to da je Svetozar Pribičević, vođa samostalnih demokrata, najavio protiv premijera Vukićevića optužnicu, a *Hrvatski list* je nagađao da je sadržaj optužnice bio vezan upravo za osječki kredit. Pričalo se, naime, i objavljivalo u tisku, da su upravo premijer Vukićević i njegov sin provodili pritisak na ministra financija kako bi odobrio osječki kredit (Komesarski zajam pred skupštinom, 1927).

Idućih je dana tema kredita bila zapostavljena. *Hrvatski list* bavio se postizbornim vijestima i kalkulacijama jer je zbog usklađivanja zakona postalo izvjesno da će se uskoro moći oblikovati legitimna gradska vlast. Stoga je iduća vijest o komesarovu kreditu bila objavljena tek nakon 6 dana. *Hrvatski list* prenio je iz beogradskih *Novosti* priopćenje u kojem se Ministarstvo financija ograđuje od toga da se povodom osječkoga kredita na ministra Markovića provodio pritisak te da je ishodenje kredita upravno valjano, a financijski opravdano. Uredništvo *Hrvatskog lista* na ovo je priopćenje dodalo i svoj komentar: „Gornja ispravka ne odgovara istinskom stanju stvari.“ (Ministar financija o zajmu grada Osijeka, 1927, 4). U ostatku teksta demantirali su i kompetentnost komesara da odlučuje o ovoj stvari (na temelju postojećih zakonskih propisa, koje je Vlada zaobišla), kao i opravdanost kredita, koji ne bi mogao poslužiti za najavljene investicije. Naposljetku, uredništvo uspoređuje osječki kredit sa splitskim, koji je bio ponuđen po povoljnijim uvjetima pa ga je splitska općina ipak odbila „jer je štetan i ubitačan za gradsku općinu Splitsku“ (Ministar financija o zajmu grada Osijeka, 1927, 4).

Idućega je dana konačno bio zabilježen pomak. Komesar Strupi počeo se kolebati oko potpisivanja definitivnoga ugovora o kreditu jer u njega nisu bile unesene promjene koje je tražio kad se, pred gradske izbore, počeo

predomišljati. *Hrvatski list* je ovu vijest prokomentirao izrekom „Kiselo grožđe“, aludirajući na to da se komesar želi izvući iz kredita jer je ta situacija za njega postajala sve neugodnija (Vladin komesar neće da potpiše ugovor o gradskom zajmu, 1927, 6). Situacija je rezultirala time da se na kraju povukao kreditor (Foreign Trade Securities Ltd. iz New Yorka) (Dolarski zajam grada Osijeka, 1927). Službeno priopćenje o tome stiglo je tek početkom ožujka 1928. godine, a kao razlog odustajanja bilo je navedeno to što zajmoprimac, grad Osijek, zastupan po komesaru Strupiju, nije u zadanom roku potpisao ugovor (Komesarsko-radikalni zajam konačno propao, 1927). Zbog toga je potencijalni kreditor gradu Osijeku ispostavio račun od 25.000 dolara, i grad je taj novac odista morao i platiti.

Zaključak

Narodna radikalna stranka bila je poluga za realizaciju velikosrpske ideje, a trajni komesarijat bio je poluga radikala na području lokalnih samouprava, ondje gdje radikali nisu drugačije mogli osvojiti vlast. Trajnim komesarijatom bio je obuhvaćen i grad Osijek, a što je to značilo u praksi, iz dana u dan prenosio je *Hrvatski list*. Ovo glasilo, koje je u svega nekoliko godina izlaženja osvojilo osječki medijski prostor, postalo je glas ušutkane opozicije koju je, zapravo, bilo nemoguće ušutkati. U mjesecima do tada neviđene pljačke gradske imovine koju je provodio radikalni komesar Stanko Strupi, u dosluhu s beogradskim političarima na najistaknutijim položajima, *Hrvatski list* preostao je jedino oružje koje je imao glavni osječki radikalni rival, HFSS. Uz pomoć *Hrvatskog lista*, vještog uredništva i motiviranih lokalnih prohrvatskih političara, svi su pokušaji komesara Strupija da u tajnosti sklopljenim ugovorima s različitim privrednim subjektima ostvari vlastitu materijalnu korist na štetu grada, bili izneseni pred osječku javnost. Mada je nemoguće utvrditi koliko je takvo izvještavanje ograničilo osječke radikale u njihovu naumu, činjenica je da se u slučaju pokušaja ugovaranja milijunskoga dolarskog kredita *Hrvatski list* borio protiv komesara i pobijedio, igrajući na transparentnost, upornost i osjećaje svojih čitatelja.

Literatura

- Antić, Lj. (1982). Hrvatska federalistička seljačka stranka. *Radovi Zavoda za hrvatsku povijest Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu*, Vol. 15 No. 1, str. 136 – 222.
- Banjeglav, S. (2010). Povijesna fotografija: osječki konjski tramvaj (1915.). *Essehist*, Vol. 2, No. 2, str. 106 – 0.
- Bjelica, S. (2008). *Politički razvoj Novoga Sada između dva svetska rata*. Novi Sad: Filozofski fakultet – Novi Sad, Odsek za istoriju.
- Cipek, T. (2010). Imperijalni imaginarij 1918. – 2008. Velikosrpstvo radikalne stranke. U: Z. Matijević (ur.), *Godina 1918. Prethodnice, zbivanja, posljedice. Zbornik radova s međunarodnoga znanstvenoga skupa održanog u Zagrebu 4. i 5. prosinca 2008.* (str. 319-326). Zagreb: Hrvatski institut za povijest.
- Davidović, M. (1982/83). Gradnja saobraćajnica i gradski saobraćaj u Osijeku do 1940. godine. *Analiz Zavoda za znanstveni rad u Osijeku* 2, 309-360.
- Gligorijević, B. (1970). *Demokratska stranka i politički odnosi u Kraljevini Srba, Hrvata i Slovenaca*. Beograd: Institut za savremenu istoriju.
- Gunčević, J. (1920). *Komunizam. Što je? Što nosi?*. Osijek: Prva hrvatska dionička tiskara.
- Horvat, R. (1991). *Hrvatska na mučilištu, pretisak*. Zagreb: Školska knjiga.
- Iveljić, I. (2018). Prezrena elita. Plemstvo Hrvatske i Slavonije nakon 1918. godine. *Radovi Zavoda za hrvatsku povijest Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu*, Vol. 50, No. 1, 135-152.
- Janjatović, B. (2002). *Politički teror u Hrvatskoj 1918. – 1935*. Zagreb: Hrvatski institut za povijest; Dom i svijet.
- Jelaska Marijan, Z. (2013). Utjecaj državne vlasti na lokalnu vlast u Splitu 1918. –1941. *ČSP*, br. 1., 35. – 63.
- Jošavac, M. (2011). *Strukturiranje sadržaja osječkih novina od sredine 19. do sredine 20. stoljeća*. Neobjavljeni diplomski rad. Osijek: Odsjek za informacijske znanosti Filozofskog fakulteta u Osijeku.
- Jović, D. (1982). Hrvatsko kolo. *Zbornik Historijskog instituta Slavonije i Baranje*, 1, 21-31.
- Kretić Nađ, M. (2012). *Od Čaruge do Grete Garbo. Popularna kultura u osječkome Hrvatskom listu (1920. – 1945.)*. Osijek: Svjetla grada.
- Lukić, A. (2021). *Osijek gradonačelnika Vjekoslava Hengla (1920. – 1934.)*. Osijek: Njemačka narodnosna zajednica – Zemaljska udruga Podunavskih Švaba; Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.

- Matijević, Z. (1998). *Slom politike katoličkog jugoslavenstva. Hrvatska pučka stranka u političkom životu Kraljevine SHS (1919. – 1929.)*. Zagreb: Hrvatski institut za povijest; Dom i svijet.
- Matković, H. (2004). *Studije iz novije hrvatske povijesti*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
- Matković, H. (1999.-2000.). Stjepan Radić i Hrvatski blok. *Radovi Zavoda za hrvatsku povijest*, br. 32-33, 267-276.
- Pelz, I. (1991). Novi grad u Osijeku. Građa za povijest. *Osječki zbornik XXI*, 245-260.
- Popović, N. A. (2008). Srpske parlamentarne stranke u Kraljevini SHS 1918 – 1929. *Istorija 20. veka*, br. 2, 84-108.
- Rajković, A. (2020). *Ideološki prijevori u radničkom pokretu u Osijeku (1918.-1939.)*. Doktorski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet.
- Stanković, Đ. (2002). Srbi u Slavoniji na izborima za Ustavotvornu skupštinu 1920. godine. *Tokovi istorije*, br. 1-2, 45-66.
- Vinaj, M. (1998). *Povijest osječkih novina 1848. – 1945*. Osijek: Muzej Slavonije.
- Živaković-Kerže, Z. (2010). *Prilagodba osječkih gospodarskih krugova na novonastale (ne)prilike (osvrt na dva desetljeća nakon 1918.)*. U: Z. Matijević (ur.), *Godina 1918. Prethodnice, zbivanja, posljedice. Zbornik radova s međunarodnoga znanstvenoga skupa održanog u Zagrebu 4. i 5. prosinca 2008.* (str. 257-267). Zagreb: Hrvatski institut za povijest.
- Živaković-Kerže, Z. (1996). *Urbanizacija i promet grada Osijeka na prijelazu stoljeća (1868.-1918.)*. Osijek: Društvo za hrvatsku povjesnicu.

Izvori

- Brojke govore. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 297 (2323), 26. X. 1927., 3.
- Charles B. MacDaniel u Osijeku. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 305 (2331), 3. XI. 1927., 3.
- Dolarski zajam grada Osijeka. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 344 (2370), 11. XII. 1927., 2.
- Dva udarca gradu Osijeku – jedan za drugim (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 287 (231), 16. X. 1927., 6.
- Govor g. dra Hengla na velikoj izborničkoj skupštini hrvatskog građanstva i radništva. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 303 (2329), 1. XI. 1927., 1-4.
- Govor g. dra Kamila Firingera na velikoj izborničkoj skupštini hrvatskog građanstva i radništva. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 304 (2330), 2. XI. 1927., 3.
- Izbor gradskog zastupnika – khuenovština u rđavom izdanju. (1927). *Radikalski glasnik* (Osijek), br. 12, 16. IV. 1927., 1.

- Još nešto o gradskom zajmu. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 297 (2323), 26. X. 1927., 5.
- Komesarijat i džepovi osječkih građana. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 250 (2276), 11. IX. 1927., 5-6.
- Komesarov gradski zajam – nije odobren. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 278/2302, 7. X. 1927., 5.
- Komesarski sovjet i osječki zajam. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 231 (2257), 23. VIII. 1927., 5-6.
- Komesarski zajam i mali privrednici. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 296 (2322), 25. X. 1927., 6.
- Komesarski zajam je ubitačan za grad Osijek. Dobivamo 1 i pol milijuna, a vraćamo 4 i pol milijuna dolara, dakle trostruko (Porazno mišljenje o komesarskom gradskom zajmu iz stručnjačkih bankovnih krugova). (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 300 (2326), 29. X. 1927., 3-4.
- Komesarski zajam pred skupštinom. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 308 (2334), 6. XI. 1927., 2.
- Komesarski zajam pred Trgovačkom i obrtničkom komorom. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 292 (2318), 21. X. 1927., 3.
- Komesarsko-radikalni zajam konačno propao. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 335 (2361), 2. XII. 1927., 3.
- Ministar financija o zajmu grada Osijeka. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 315 (2341), 12. XI. 1927., 4.
- Na adresu g. komesara za grad Osijek. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 226 (2252), 18. VIII. 1927., 5.
- Nova porazna otkrića o dolarskom zajmu. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 304 (2330), 2. XI. 1927., 1-2.
- Novi komesarijat u gradu Osijeku. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 181 (2207), 3. VII. 1927., 5.
- Obrat u gradskom dolarskom zajmu. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 301 (2327), 30. X. 1927., 6.
- Osijek ima radnu većinu u gradskom zastupstvu. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 104 (2130), 13. IV. 1927., 2.
- Osječki građani, priprave keše. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 228 (2254), 20. VIII. 1927., 5.
- Osječki komesarski zajam pred Trgovačkom i obrt. Komorom. (1927a). *Hrvatski list* (Osijek), br. 292 (2318), 21. X. 1927., 3.
- Osječki komesarski zajam pred Trgovačkom i obrt. Komorom. (1927b). *Hrvatski list* (Osijek), br. 294 (2320), 23. X. 1927., 3.

- Progovorio je. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 228 (2254), 21. VIII. 1927., 6.
- Prosvjedi protiv komesarijata i dizanja gradskog zajma. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 241 (2267), 2. IX. 1927., 5.
- Radikalsko pašovanje u Osijeku. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 307 (2333), 5. XI. 1927., 3.
- Radikalsko-židovski izborni poslovi. (1920). *Hrvatska obrana* (Osijek), br. 151, 7. VII. 1920., 1.
- Raspis osječkih gradskih izbora određen i – obustavljen! (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 30 (2056), 30. I. 1927., 5.
- Svršeno je... (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 290 (2316), 19. X. 1927., 5.
- Trgovačka i obrtnička komora jednoglasno je zauzela stanovište, da je komesarski dolarski zajam štetan za interese općine grada Osijeka. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 296 (2322), 25. X. 1927., 3-4.
- Tužba Trgovačko-obrtničke komore na državni savjet. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 306 (2332), 4. XI. 1927., 6.
- Uoči gradskih izbora. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 35 (2061), 4. II. 1927., 1.
- Vladin komesar neće da potpiše ugovor o gradskom zajmu. (1927). *Hrvatski list* (Osijek), br. 316 (2342), 13. XI. 1927., 6.
- HR-DAOS-871 Hengl Vjekoslav, kut. 25, Ponuda tt McDaniel 16. veljače 1924.
- HR-DAOS-871 Hengl Vjekoslav, kut. 19, Ministarstvo unutrašnjih djela, H.S. br. 3537, prijepis rješenja o raspuštanju osječkoga gradskog zastupstva i vraćanju na dužnost vladinog povjerenika Stanka Strupija, 14. srpnja 1927.
- HR-DAOS-871 Hengl Vjekoslav, kut. 14, (pismo) Hengl dr. Ivanu Ribaru, Osijek, 3. listopada 1927.

HRVATSKI LIST: A LOCAL NEWSPAPER AS A KEY TO POLITICAL POWER

Abstract

This article explores the role played by the Hrvatski list newspaper during 1927 and 1928 in the political landscape of Osijek. Hrvatski list, the local political mouthpiece of the Croatian Union party, had by the year 1927 already become the most widely read and informativenewspaper in Osijek. It was simultaneously the main channel used by the Croatian Union party in Osijek to rally its voters, and a tool used by the party to keep its lead in a politically heterogenous city self-government. The political influence of the Hrvatski list newspaper was at its peak during 1927 and 1928. At that time the central government, whose political affiliation was entirely opposed to the Croatian Union party, abolished the city self-government in Osijek in one fell undemocratic swoop, and installed a person from their ranks as the head and governor of the city of Osijek. The aim of this move was the management of Osijek taxpayers' money. The city's governor, supported by Belgrade, intended to direct the city revenue towards the payment of an extremely unfavourable loan. The terms of this loan were to be kept as secret as possible, since its only purpose was to syphon the city's money. However, the information on loan negotiations was leaked, and the overthrown mayor alongside his colleagues from the party made them public through the pages of Hrvatski list newspaper and persisted in alerting the citizens of Osijek. This way they exerted pressure on the governor and his loan negotiations, which eventually resulted in his withdrawal. Consequently, Osijek avoided gross material damage and pro-Croatian political forces asserted their positions successfully.

The bulk of the material for this research consists of the Hrvatski list newspaper and archival sources from the City Government's fund as well as the personal fund of the former mayor (V. Hengl), which were analysed and compared. The research is, however, conceived to primarily follow a series of newspaper articles on the reign of the governor during the self-governing interregnum in Osijek. Thus, it provides an idea of what an Osijek taxpayer could find in the Hrvatski list newspaper on how their money was being spent and which political option was behind it.

Keywords: Hrvatski list newspaper, Osijek, 1920's, political pressure, city loan

Marita Grubišić-Čabo⁹¹
Filip Fila⁹²
Marko Kovačić⁹³

PREMOĆNI U (NE)MOĆNIMA: ANALIZA DISPERZIJE MOĆI PREMA RAZLIČITIM GRUPAMA MLADIH

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/VHAB4055>

Sažetak

Empirijska istraživanja mladih u Hrvatskoj provode se od sredine 20. stoljeća te se od tada u brojnim publikacijama navodi da su mladi marginalna društvena skupina s obzirom na količinu društvene, ekonomske i političke moći. Zajednički nazivnik svih navedenih istraživanja jest zaključak da društveni i politički sustav hrvatskog društva ne stvara poticajno okruženje za kvalitetan razvoj mladih, to jest da postoje strukturne prepreke za ostvarenje osobnog, društvenog i političkog potencijala te dobne kohorte. Gotovo je aksiomska tvrdnja sociologije mladih da su mladi heterogena društvena skupina koja se razlikuje ne samo po svojim demografskim već i socijalnim karakteristikama. No ako je tomu tako, potrebno je vidjeti koje društvene skupine mladih imaju više ili manje moći, u cilju minucioznijeg uvida u socio-politički portret hrvatske omladine.

Međutim, predmetna istraživanja ne analiziraju u dovoljnoj mjeri razlike između skupina mladih s obzirom na percepciju vlastitog utjecaja. Temeljni je cilj ovog rada dekonstruirati mlade kao monolitnu društvenu skupinu te ih pokušati kategorizirati u relevantne socijalne kategorije. Za potrebe istraživanja odabrane su različite varijable radi utvrđivanja razlika između grupa s obzirom na zavisnu varijablu percepcije moći vlastite grupe koju su mladi iskazali u upitniku provedenom 2018. godine. Uzorak mladih obuhvatio je 1500 ispitanika u dobi od 14 do 29 godina iz Hrvatske. Korištenjem linearne regresije utvrđeno je koje varijable imaju statističku povezanost s percepcijom moći vlastite grupe: rizična ponašanja, alternativna politička participacija, povjerenje u političku sferu, zainteresiranost za politiku i autoritarnost. Uz to, u

91 Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, maritagc@idi.hr

92 Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, filip@idi.hr

93 Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Veleučilište Bernays, marko@idi.hr

regresijsku analizu uvrštene su i sociodemografske varijable koje se nisu pokazale kao povezane, uz iznimku spola. Uz linearnu regresiju, korišteni su t-testovi i ANOVA-e u cilju uvida u razlike u grupama na statistički povezanim varijablama.

Ključne riječi: mladi i politika, mladi u Hrvatskoj, moć, stavovi mladih

Uvod

Struktura, dinamika, vrijednosti, stavovi i ponašanja mladih u Hrvatskoj relativno su dobro istraženi. Za razliku od brojnih drugih država u kojima istraživanja mladih uglavnom bivaju uokvirena u obrazovne teme ili one koje se bave tržištem rada, začeci empirijskih istraživanja mladih kao zasebne sociološke kategorije u Hrvatskoj datiraju u sredinu 20. stoljeća (Ilišin, 2014). U okviru Instituta za društvena istraživanja u Zagrebu moguće je identificirati tri razvojne faze (Ilišin, 2014). Kao što piše Ilišin (2014) prva se odnosi na razdoblje od 60-ih do sredine 80-ih godina dvadesetoga stoljeća, a teme koje dominiraju vezane su za školovanje, obrazovanje mladih i različite aspekte seoske omladine (na primjer, društveni položaj, profesionalne te životne orijentacije). Drugo razdoblje, koje se okvirno može smjestiti od sredine 80-ih do kraja 90-ih godina, karakterizira pojačana interdisciplinarnost u istraživanjima mladih. U tom razdoblju ispitivani su problemi mladih (nezaposlenost, rizična ponašanja), vrijednosti (individualne, društvene, religijske), politička kultura, osobni i društveni optimizam te pesimizam i slično. U trećem razdoblju, koje počinje krajem 1990-ih i traje do sada, nastavlja se interdisciplinarna logika istraživanja, no veći naglasak stavlja se na posebne skupine mladih (mlade žene, studente i druge skupine). U ovom se razdoblju bilježi porast primijenjenih istraživanja, koja služe kao podloga za javne politike, uz osnaživanje međunarodne suradnje s drugim znanstvenoistraživačkim timovima. Također, istraživanja mladih na empirijskoj razini počinju se provoditi u nešto snažnijem obujmu i izvan Instituta. Proučava se politička kompetencija mladih, rad s mladima, odnos mladih i medija, posebice društvenih mreža, odnos prema prošlosti, a dominantno kvantitativnim pristupima dodaje se i kvalitativna dimenzija istraživanja (ibid.).

Mladi su danas u Hrvatskoj definirani jednim zakonskim rješenjem – Zakonom o savjetima mladih (2014) – kao društvena kategorija starosti od 15 do navršениh 30 godina. Oni se, sukladno uvriježenim sociološkim

uvidima, opisuju kao heterogena društvena skupina (Bessant, 2020) koja se nalazi između djetinjstva i odraslosti te ulazi u društvo istovremenim procesima integracije i konflikta, u cilju preuzimanja ili kreiranja najvažnijih društvenih uloga (Ilišin i Spajić-Vrkaš, 2017). Analizirajući živote mladih u specifičnom kontekstu, treba biti svjestan da su „društveno uvjetovane okolnosti često te koje određuju tempo i kvalitetu uključivanja u svijet odraslih“ (Gvozdanić i sur. 2019, 3), dok postoji „...društvena struktura i socioekonomski, kao i sociokulturni zadaci koji određuju mogućnosti i resurse koji su dostupni mladima“ (Ilišin i Spajić Vrkaš 2017, prema Gvozdanić i sur., 2019, 3). Posljedično, hrvatsku omladinu obilježavaju dva istovremena procesa. S jedne strane, unatoč činjenici da se prije tri desetljeća dogodio prijelaz iz socijalizma u demokraciju, društvo se još uvijek prilagođava demokratskim normama i vrijednostima (Ilišin i Spajić-Vrkaš, 2017), pa se mladi ljudi, kao barometar društva, snalaze u često neurednoj i složenoj društvenoj te političkoj stvarnosti. S druge strane, hrvatsko je društvo uvelike pod utjecajem EU politika, smjernica, preporuka i vrijednosti, kao svojevrsnom antipodu koruptivnih praksi, slabih institucija, kronizma i etnocentrizma – obilježja kojima se često opisuje hrvatsko društvo (Zakošek, 2002; Kasapović, 2001). Levitirajući između društvenih i političkih izazova te vrlo eksplicitnog diskursa vladavine prava i ljudskih prava mladi ljudi prelaze iz djetinjstva u odraslu dob. Stoga je taj proces, nazvan dvostrukom tranzicijom (Ilišin i Spajić-Vrkaš, 2017), prizma koju je dobro imati na umu pri istraživanju ove dobne skupine.

Međutim, da bismo bolje razumjeli mlade u Hrvatskoj, potrebno je učiniti korak dalje i diferencirati ih s obzirom na karakteristike koje posjeduju. Proklamiranu heterogenost mladih potrebno je detaljnije opisati s namjerom shvaćanja njihova položaja. Upravo je to cilj i doprinos ovog rada – dekonstruirati mlade kao monolitnu skupinu, kategorizirajući ih s obzirom na strukturne karakteristike te uvidjeti koje kategorije percipiraju vlastitu grupu moćnijom.

Članak je stoga podijeljen u tri dijela. U prvom dijelu donosimo rudimentarni socio-politički portret hrvatskih mladih i isti povezujemo s konceptom moći. U drugom dijelu koristeći nalaze kvantitativnog istraživanja provedenog 2018. godine na nacionalno reprezentativnom uzorku mladih analiziramo razlike među grupama s obzirom na zavisnu varijablu percepcije moći, nakon čega slijedi rasprava.

Socio-politički portret mladih u Hrvatskoj u kontekstu njihove političke moći

Tranzicijska društva, kojima pripada i hrvatsko, obilježena su brojnim strukturnim izazovima koji se odražavaju na različite društvene skupine – pa tako i mlade. Međutim, relevantna istraživanja u području mladih (Gvozdanović i sur., 2019; Ilišin i Spajić-Vrkaš, 2017; Ilišin i sur., 2013) nedvojbeno upućuju na „ukupno pogoršanje društvenog položaja mladih u usporedbi s položajem generacija s kraja 20. stoljeća pri čemu većina mladih na takve nepovoljne položaje reagira povlačenjem u privatnost i daljnjim distanciranjem od društveno-političke i javne sfere“ (Gvozdanović i sur., 2019, 3). Skicu za portret mladih u Hrvatskoj možda je najbolje započeti podatkom da je prema popisu stanovništva 2021. godine u Republici Hrvatskoj živjelo oko 15,9 % osoba u kohorti od 15 do navršenih 30 godina. Europska unija kontinuirano prati statistike vezane za mlade. Prema podacima s Eurostata, mladi u Hrvatskoj se tako osamostaljuju relativno kasno, jer iz roditeljskog doma odlaze u prosjeku s 32 godine, što je najviša dob u usporedbi sa svim državama u Europskoj uniji (Eurostat, 2021). Nadalje, stopa nezaposlenosti mladih u Hrvatskoj iznosila je 16,3 % za travanj 2022. godine (Eurostat, 2022), a 2020. godine oko 17 % mladih u rasponu od 20 do 30 godina bilo je u NEET statusu (Eurostat, 2020a). Od pozitivnih trendova valja istaknuti da tek manje od 3 % mladih Hrvata pati od ozbiljne ekonomske i društvene deprivacije (Eurostat, 2020b), dok je 2021. godine tek 2,4 % mladih odustalo od školovanja prije službenog završetka istog (Eurostat, 2021).

Osim europskih pokazatelja, rađena su i brojna empirijska istraživanja na temu mladih na nacionalnoj razini. Tekstovi nastali na temelju tih istraživanja tako često opisuju mlade u Hrvatskoj kao depolitizirane (Vrcan, 2002), demokratski deficitarne (Ilišin i dr., 2013), politički nepismene, razočarane, pasivne i neinformirane (Ćulum, Gvozdanović i Baketa, 2016; Šalaj, 2011), osujećene (Ilišin i Spajić-Vrkaš, 2017), korozivno apatične (Bovan, Kovačić i Vučković, 2018), s niskom razinom institucionalnog povjerenja i ekskluzivističkih stavova prema određenim manjinskim skupinama (Baketa, Bovan i Matić-Bojić, 2021). Navedena istraživanja portretiraju određene aspekte mladih iz perspektive društvenog problema te implicitno ili eksplicitno pozivaju na promjenu u cilju smanjivanja demokratskog deficita. Politička participacija mladih kontinuirano opada,

a uz institucionalnu participaciju naglasak u istraživanjima stavlja se i na alternativne oblike sudjelovanja (poput protesta), često orijentirane na specifičnu svrhu, a kojima su mladi skloniji (Ilišin i Spajić-Vrkaš, 2017). S druge strane, gotovo 80 % mladih zadovoljno je vlastitim životom (IDIZ, 2020), a isti postotak mladih ne pokazuje stavove karakteristične za socijalnu distancu prema drugim etničkim skupinama (Baketa, Bovan i Matić-Bojić, 2021). Mladi u Hrvatskoj smatraju da je članstvo Hrvatske u EU-u donijelo više pozitivnih nego negativnih aspekata u političkom i ekonomskom smislu te se osjećaju Europljanima (Gvozdanović i sur., 2019).

Moć u kontekstu mladih i mladosti varijabla je u društvenim znanostima koja zaokuplja brojne sociologe, politologe i antropologe. Tako Bradley (1997), kada objašnjava položaj mladih u 20. stoljeću, piše o tome da je moć zanemarena varijabla nejednakosti. Serido i suradnici (2011) empirijski pokazuju da je percepcija kvalitetnog odnosa između mladih i odraslih kauzalno vezana za percepciju utjecaja mladih. Pruitt (2017, 511) u svom eseju utemeljenom na kritičkoj analizi tekstova o mladima zaključuje da „mladi ljudi često žele poboljšati socijalne uvjete, oni obično ne vide politiku kao učinkovit način za to“. Arcidiacono i suradnici (2017) na temelju uvida u razmišljanje mladih u talijanskom Napulju zaključuju da osjećaj nemoći vodi do distanciranja mladih od konteksta u kojem djeluju, a Kitanova (2019) pokazuje da postoji statistički značajna razlika u utjecaju kvalitete demokracije i političkog aktivizma mladih, to jest, da su mladi aktivniji u razvijenijim demokracijama. Međutim, što je zapravo moć i kako je definiramo u ovome radu?

Pođemo li od gotovo kanonske Weberove (1925) definicije moći, koja kaže da je riječ o vjerojatnosti da će neka skupina ljudi uspjeti nametnuti svoju volju drugoj usprkos njihovu otporu, sasvim je jasno da je moć relacijska kategorija, to jest, da se nalazi u prostoru odnosa između entiteta A i entiteta B. Kao što je Dahl (1957, 202) napisao u knjizi *Concept of Power*, ne postoji konsenzus oko univerzalne definicije moći zbog složenosti i sveprisutnosti ovoga termina. Drugim riječima, pozivajući se na Foucaultovu ideju dispozitiva, moć ovisi o načinu na koji je interpretiraju akteri uključeni u konkretnu društvenu ili političku situaciju. Za potrebe ove analize fokusiramo se na njihovu percepciju utjecaja vlastite skupine, što koristimo kao posrednu varijablu za moć.

Takav pristup komplementaran je i suvremenim shvaćanjima utjecaja mladih. Tako Bessant (2021) odbacuje tradicionalnu koncepciju da su mladi marginalna skupina jer imaju manju količinu društvene i kulturne moći (Ilišin i dr., 2013) te argumentira da mladi imaju diskurzivnu moć, jer korištenjem suvremenih tehnoloških dosega (poput društvenih medija) mogu postaviti temu na dnevni red; pri čemu daje primjer pokreta *Fridays for Future* koji je postavio temu klimatskih promjena na društvenu pa i političku agendu. Pickard i Bessant (2018) isto tako pokazuju da je nizak stupanj participacije mladih zapravo mit te da oni sudjeluju u društvu i politici jer žele mijenjati situacije u kojima se društvo nalazi, a pritom koriste inovativni repertoar alata koji nisu u potpunosti shvatljivi odraslima.

Kako ne bismo upali u zamku procjene mladih izvana, odnosno kako ne bismo nametali postojeće koncepcije „objektivne“ procjene moći mladih, a u isto vrijeme analitički unaprijedili literaturu o mladima specificirajući ranije proklamiranju heterogenost, kao zavisna varijabla korištena je percepcija utjecaja vlastite grupe te je ista povezana s pripadnošću određenoj podskupini mladih, utemeljenoj na empirijskim pokazateljima.

Metodološke napomene

Za potrebe rada korišteni su podatci dobiveni upitnikom ‘Youth Study Croatia 2018/2019’, koji je financiran sredstvima zaklade Friedrich Ebert Stiftung (FES). Anketni upitnik proveden je 2018. godine, dok je u uzorku sudjelovalo 1500 ispitanika starosti između 14 i 30 godina. Uzorak je reprezentativan s obzirom na spol, dob, regionalnu raspodjelu i vrstu naselja. Postotak ispitanica u uzorku bio je 51 %, dok je ispitanika bilo 49 %. Što se tiče regionalne raspodjele, 23 % ispitanika dolazi iz Sjeverne Hrvatske, 20 % iz Dalmacije, 20 % iz Slavonije, 18 % iz Zagreba, 11 % iz Istre, Gorskog Kotara i Priobalja, 8 % iz Like, Korduna i Banije. (Još uvijek) nezavršenu osnovnu školu imalo je 2,9 % ispitanika u uzorku, 19,7 % završilo je primarno obrazovanje, 60 % srednju školu i 17 % neki oblik visokog obrazovanja. Vrsta naselja u uzorku podijeljena je u 7 kategorija: 39,1 % ispitanika dolazi iz naselja s populacijom manjom od 2000 stanovnika, 7,1 % iz naselja s 2000 do 5000, 8,4 % veličine od 5000 do 10 000, 8,2 % od 10 000 do 20 000, 7,8 % od 20 000 do 50 000, 6,9 % od 50 000 do 100 000, i 22,5 % ispitanika dolazi iz većih gradova čiju

populaciju čini preko 100 000 stanovnika. U svrhu korekcije uzorkovanja, korišteno je otežanje podataka putem *weight* varijable.

Analize upotrebljene za potrebe rada bivarijatne su statističke metode; konkretno, t-test i ANOVA te regresijska analiza kao multivarijatna metoda. Najprije je regresijom ustanovljeno koje su varijable statistički značajno povezane sa zavisnom, nakon čega se na temelju bivarijatnih testova pokušao dobiti uvid u konkretne grupe između kojih postoji razlika s obzirom na njihovu percepciju moći mladih. Tim uvidom htjela se i dodatno ilustrirati razlika u prosječnom poimanju moći svake grupe.

Što se tiče korištenih varijabli, zavisna varijabla glasila je: „Prema vašem mišljenju, koliko su dobro interesi mladih zastupljeni u nacionalnoj politici?“ s opcijama odgovora od 1 (nimalo) do 5 (jako dobro). U cilju razlaganja skupine mladih u podskupine, koristili smo niže opisane nezavisne varijable. Rizično ponašanje mjerili smo korištenjem pet varijabli: učestalost odlaska u školu pod utjecajem alkohola ili droge; učestalost namjernog oštećivanja ili uništavanja tuđeg vlasništva; učestalost uzimanja ‘teških’ droga, poput cracka, kokaina ili heroina; učestalost krađe u dućanima; učestalost prijetnje nasiljem ili nasilja. Ove varijable testom su pouzdanosti (Cronbach’s Alpha) pokazale visoku pouzdanost skale na razini ,909, a faktorskom analizom pokazalo se da je riječ o jednom čimbeniku, koji objašnjava 73,39 % varijance. Politička participacija operacionalizirana je korištenjem triju varijabli: dvaju pojedinačnih koje se odnose na institucionalni oblik participacije i jedne kompozitne varijable koja obuhvaća alternativne oblike participacije. Varijable koje su uvrštene u potonju odražavaju participaciju usmjerenu na određenu svrhu (Quéniart, 2008) i protestne su prirode. Konkretno, radi se o potpisivanju liste s političkim zahtjevima ili *online* peticije, sudjelovanju u prosvjedu te prestanku kupnje artikala zbog političkih ili ekoloških razloga. Kompozitna skala tih varijabli ima Alphu od ,759, dok varijable tvore jedan čimbenik s objašnjenih 67,52 % varijance. Drugi, institucionalni, oblik participacije obuhvaćao je rad u političkoj stranci ili grupi. Ispitanici su opcijom 1 iskazali kako nisu sudjelovali u pojedinoj aktivnosti, odgovorom 2 da nisu još, ali da bi, i odgovorom 3 da jesu. Kao još jedan oblik institucionalne participacije, u analizu smo dodali i pitanje o tome bi li ili ne ispitanici izašli na parlamentarne izbore, ako bi u tom trenutku imali pravo glasa. Povjerenje u političke institucije također je mjereno kao kompozit više varijabli. Radilo se o povjerenju u: predsjednika, nacionalni parlament, nacionalnu vladu

i političke stranke. Ova skala ima koeficijent pouzdanosti ,895 i radi se o jednofaktorskoj soluciji koja objašnjava 70,50 % varijance. Diskriminiranost je mjerena kao suma više oblika diskriminacije i to na temelju: roda, ekonomske pozadine, dobi, vjerskih uvjerenja, porijekla, obrazovne razine, političkih uvjerenja, pripadanja regiji, seksualne orijentacije ($\alpha = ,841$; jedan čimbenik koji objašnjava 45,47 % varijance). Informiranost, kao i sve naredne varijable, istraživane su putem zasebnih varijabli. Pitanje u anketi glasilo je: „Znam puno o politici“, s mogućim odgovorima koji se kreću od raspona 1 – u potpunosti se ne slažem, do 5 – u potpunosti se slažem. Varijabla koju smo iskoristili za operacionalizaciju autoritarnosti glasi „U određenim okolnostima, diktatura je bolji oblik vladavine od demokracije“, s jednakom skalom odgovora kao i na prijašnjoj varijabli. Zainteresiranost smo istražili putem pitanja „Koliko ste osobno zainteresirani za politiku općenito?“ Odgovori su varirali u rasponu od 1 – nimalo zainteresiran, do 5 – izrazito zainteresiran.

Rezultati i rasprava

Prosječan odgovor na zavisnoj varijabli svih ispitanika je 2,42, što je relativno niska razina procjene moći mladih. Kao što je vidljivo u Tablici 1, većina ispitanika (30,6 %) odabrala je srednju opciju (3), dok je sličan postotak (29,9 %) mladih ispitanika odabrao opciju 2. Čak njih 19,7 % smatra da interesi mladih uopće nisu dobro zastupljeni u nacionalnoj politici, dok je relativno zadovoljnih 10,4 %, a izrazito zadovoljnih samo 1,2 %. Nezanemariv postotak, njih 8,9 %, izjasnilo se da ne zna procijeniti zastupljenost interesa mladih kao populacije.

Tablica 1. Zastupljenost interesa mladih u nacionalnoj politici

	Frekvencije	Postotak
Uopće nisu zastupljeni	266	19,7 %
2	448	29,9 %
3	459	30,6 %
4	156	10,4 %
Izrazito dobro zastupljeni	18	1,2 %
Ne znam	133	8,9 %

Iz navedenih postotaka vidljivo je kako procjena zastupljenosti interesa, odnosno percepcija moći mladih, nije optimistična – mladi sami sebe procjenjuju kao skupinu koja ima nisku razinu moći (barem u kontekstu utjecaja na nacionalnu politiku).

Kako bismo istražili koji su to čimbenici koji potencijalno utječu na procjenu osjećaja moći vlastite grupe, koristili smo linearnu regresijsku analizu. Uz prethodno opisane varijable, u regresijsku analizu uvrštene su i sociodemografske, kontrolne varijable (važnost Boga u životu, veličina naselja, financijska situacija kućanstva, dob, spol i zaposlenost). U Tablici 2 donosimo pregled rezultata regresijske analize.

Tablica 2. Rezultati regresijske analize

Nezavisne varijable	I		II	
	β	SE	β	SE
Rizična ponašanja	,061	,008	,064*	,008
Rad u političkoj stranci	,031	,104	,031	,105
Alternativna politička participacija	-,166***	,025	-,171***	,026
Namjera glasanja na parlamentarnim izborima	,019	,061	,015	,064
Političko povjerenje	,232***	,008	,226***	,009
Informiranost o politici	-,028	,030	-,024	,031
Zainteresiranost za politiku	,159***	,029	,163***	,029
Autoritarnost	,153***	,026	,158***	,026
Diskriminacija	-,012	,016	-,015	,016
Kontrolne varijable				
Bog			-,003	,011
Veličina naselja	,033		,102	
Financijska situacija kućanstva	,015		,039	
Dob	,013		,009	
Spol	-,059*		,059	
Zaposlenost	,024		,011	
Prilagođeni R2	,187		,187	
F-promjena	26,273***		1,059	

*** $p < ,001$; ** $p < ,01$; * $p < ,05$

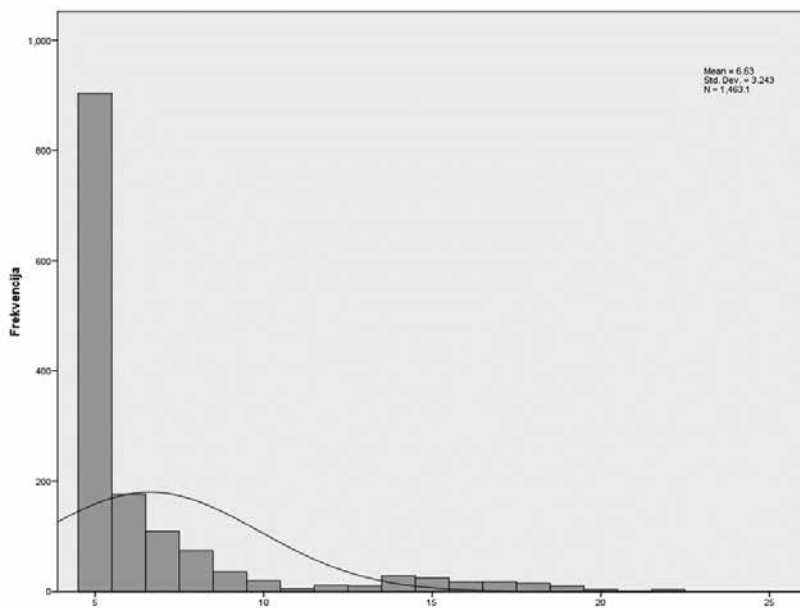
Varijable koje smo odabrali objasnile su 18,7 % varijance zavisne varijable (prilagođeni R^2). Prvi je korak značajno doprinio prediktivnoj moći modela, s F-promjenom 26,273, koja je statistički značajna ($p < ,001$), dok se drugi korak nije pokazao statistički značajnim. Najviši VIF u modelu je 1,858. Kada se pogleda koje su varijable statistički značajni prediktori u prvom koraku, najveći prediktor je političko (ne)povjerenje. Očekivano, oni koji imaju manju razinu političkog povjerenja imaju i manju procjenu moći mladih. Što je veća zainteresiranost ispitanika za politiku, to je veća i procjena moći. Također, što su ispitanici autoritarniji, to su skloniji mišljenju da mladi imaju veću moć. S druge strane, što su ispitanici imali više iskustva s alternativnim oblicima političke participacije, to im je manja procjena moći. Varijable koje reprezentiraju institucionalnu participaciju nisu se pokazale kao prediktori. Slabim se prediktorom pokazao utjecaj prakticiranja rizičnih ponašanja. Kontrolne varijable iznimno su slabo pridonijele modelu; jedino se spol pokazao kao statistički značajno povezan u negativnom smjeru, upućujući na to da ispitanice iskazuju veću procjenu moći od ispitanika.

U sljedećem koraku analize (Tablice 3. i 4.) pokušali smo otkriti jasno razdijeljene grupe mladih na varijablama na kojima smo utvrdili statistički značajnu povezanost.

Tablica 3. Rezultati *t*-testova

	M1 (SD)	M2 (SD)	t	p
Rizična ponašanja	Practicirali su rizična ponašanja: 2,46 (1,045)	Nisu practicirali rizična ponašanja: 2,41 (,932)	,817	> ,05
Alternativna politička participacija	Participirali su ili iskazuju namjeru participiranja: 2,22 (,927)	Nisu participirali, niti imaju namjeru: 2,55 (,984)	-5,991	< ,001
Političko (ne) povjerenje	Povjerenje ispod prosjeka grupe: 2,13 (,906)	Povjerenje iznad prosjeka grupe: 2,72 (,963)	11,318	< ,001
Spol	Muški: 2,39 (,979)	Ženski: 2,44 (,972)	1,112	> ,05

Rezultati t-testa za varijablu rizična ponašanja rađeni su s točkom razdjeljenja između onih koji nisu prakticirali niti jedno od odabranih rizičnih ponašanja i onih koji su prakticirali barem jedno od takvih ponašanja. Odlučili smo se za ovu podjelu s obzirom na prirodu rizičnih ponašanja koja čine skalu, a koja su sva procijenjena kao rizičnija ponašanja od mogućih varijabli u anketnom upitniku. U regresijskoj analizi rizična su ponašanja izdvojena kao slabiji prediktor od ostalih, dok se t-testom utvrdilo kako između ovih grupa nema razlike s obzirom na percipiranu moć vlastite skupine. S obzirom na ovakav oprečan rezultat, napravljen je uvid u distribuciju mladih s obzirom na iskazana rizična ponašanja. Tako je 61,8 % ispitanika odabralo opciju ‘nikada’ na svih 5 varijabli, a ostali ispitanici raspršeni su do maksimalnog rezultata 22. Za većinu viših rezultata na skali broj ispitanika bio je zanemariv (Slika 1.) Uklanjanjem *outlier*-rezultata zaključak je, međutim, ostao isti.



Slika 1. Distribucija ispitanika s obzirom na kompozitnu varijablu 'rizična ponašanja'

Uz to, t-test je pokazao da ne postoji razlika procjene moći mladih s obzirom na spol, upućujući na potencijalno pojačavanje te kontrolne varijable

s obzirom na utjecaje drugih prediktora, pogotovo kada se uzme u obzir da direktna korelacija između zavisne varijable i varijable spola ne pokazuje statistički značajnu povezanost.

Kada je riječ o alternativnim oblicima političke participacije, postoji statistički značajna razlika između onih koji nisu participirali niti iskazali kako imaju namjeru participirati i onih koji imaju iskustvo participacije ili namjeru sudjelovanja: veću procjenu moći ima prva skupina. Jednako tako, mladi koji iskazuju manje povjerenje u nacionalnu političku sferu s obzirom na prosječni rezultat kompozitne varijable, iskazuju i znatno manji utjecaj vlastite grupe.

Tablica 4. Rezultati ANOVA-e

	F	p	Post-hoc
Zainteresiranost za politiku	34,306*	< ,001	Nezainteresirani ≠ ambivalentni Nezainteresirani ≠ zainteresirani
Autoritarnost	31,446*	< ,001	Demokratski ≠ ambivalentni Demokratski ≠ autoritarni

* *Brown-Forsythe*

Rezultati ANOVA-e (Tablica 4.) pokazuju da postoji statistički značajna razlika između grupa koje možemo razlučiti unutar varijabli zainteresiranost za politiku i autoritarnost. U slučaju zainteresiranosti za politiku, razlike postoje između mladih koji su nezainteresirani i ambivalentni, kao i mladih koji su nezainteresirani i zainteresirani. Oni koji iskazuju najveću razinu demokratsnosti razlikuju se od onih koji iskazuju ambivalentnost i autoritarnost, to jest, kao što je vidljivo i u regresijskoj analizi, iskazuju manju razinu moći mladih.

Prema zaključku

Polazeći od početne pretpostavke da mladi nisu homogena skupina, u ovom smo ih radu pokušali razlučiti na temelju odabranih obilježja koja su se pokazala povezanima s procjenom moći koju imaju za svoju skupinu u kontekstu politike. Od odabranih varijabli značajnim prediktorima pokazali su se: političko (ne)povjerenje, zainteresiranost za politiku,

sklonost autoritarnosti ili demokratičnosti, razina alternativne političke participacije, prakticiranje pojedinih rizičnih ponašanja, i spol. Na samoj zavisnoj varijabli, mladi u prosjeku pokazuju sklonost slabijoj procjeni zastupljenosti svojih interesa u nacionalnoj politici. Zanimljiv je nalaz da se sociodemografska obilježja, osim ambivalentnog nalaza na varijabli spol, nisu pokazala povezanima. Čini se da je (ne)zadovoljstvo procjenom moći mladih ipak podjednako zastupljeno među različitim grupama mladih, barem što se tiče podjela kao što su dob, religija, veličina naselja, zaposlenost i prihodi kućanstva, varijablama koje najčešće stvaraju znatne razlike u društvenim istraživanjima.

Mladi koji sudjeluju u alternativnim načinima različiti su od onih korozivno apatičnih (Bovan, Kovačić i Vučković, 2018), koji nisu sudjelovali niti iskazali namjeru da sudjeluju. Smjer povezanosti i rezultat t-testa upućuje na to da mladi koji imaju iskustva u alternativnim oblicima sudjelovanja procjenjuju svoju moć kao manje utjecajnu. Jedno od mogućih objašnjenja je da im je iskustvo participacije pojačalo pesimizam spram toga koliko nacionalna politika zastupa interese mladih. Međutim, nije samo po sebi razumljivo da su mladi koji procjenjuju moć vlastite grupe manjom isti oni koji su spremni na participaciju ili participiraju, zbog čega bi bilo uputno dodatno istražiti motivaciju i stavove ove podskupine. Mladi koji sudjeluju u alternativnim oblicima participacije i izvan su ovoga nalaza relevantna podskupina za fokus istraživanja, jer se u inozemnoj literaturi pokazuje da su mladi iskusniji u neformalnim oblicima političke participacije (Pickard i Bessant, 2018). Isto tako, mladi koji aktivno sudjeluju pokazuju potencijal za promjenu sustava, što donekle odgovara teorijskom konceptu aktivističkog građanstva (Isin, 2009), te ih je u kontekstu sve izraženijeg opadanja sudjelovanja mladih u političkoj sferi neophodno razumjeti.

Zainteresiranost, s druge strane, pokazuje pozitivnu povezanost s osjećajem moći vlastite skupine. Iako su varijable zainteresiranosti i informiranosti zasebno statistički povezane ($r = ,502$, $p < ,01$), ne pokazuju podjednak utjecaj na zavisnu varijablu. Valja imati na umu kako regresijska analiza ne pokazuje smjer utjecaja između varijabli, dakle postoji mogućnost da neki mladi koji imaju manji osjećaj zastupljenosti interesa vlastite skupine posljedično i gube interes za tu sferu. Zanimljivo je da informiranost nije pokazala statistički značajan utjecaj na percepciju moći vlastite skupine, to jest, nije potvrđena pretpostavka da postoji negativna ili pozitivna

korelacija, ovisno o tome jesu li informacije koji mladi imaju o političkoj sferi (i konkretnije o političkoj sferi koja ih se izravno tiče) zadovoljavajuće ili ne.

Spol se pokazao kao diferencirajuća varijabla u regresijskoj analizi, međutim, t-testom je utvrđeno kako ne postoji značajna razlika između ispitanika i ispitanica. Uzimajući u obzir niski iznos β u regresijskom modelu, zaključujemo kako mladići i djevojke podjednako procjenjuju moć vlastite grupe.

Nalaze vezane za rizična ponašanja možemo tumačiti na isti način. Nalaz izgled povezan sa zavisnom varijablom, rizična ponašanja također imaju nizak iznos β u regresiji, pri čemu bivarijatno nismo uspjeli razlučiti između onih koji su prakticirali odabrana rizična ponašanja i onih koji jesu.

Povjerenje u političke aktere očekivano pokazuje povezanost s percepcijom moći vlastite skupine – oni koji iskazuju veće povjerenje smatraju i svoju grupu moćnijom. T-testom utvrđena je razlika između grupa tako da je napravljena razlika između onih koji su ispod prosjeka na kompozitnoj varijabli i onih koji su iznad. Budući da se pojedinačni prosječni rezultati na varijablama koje čine kompozitnu kreću u rasponu između 2 i 3, kada govorimo o mladima koji su se pozicionirali ispod prosjeka kompozitne varijable, trebamo uzeti u obzir da je to grupa koja iskazuje izrazito nisko povjerenje. S obzirom na dosadašnje uvide u trend opadanja povjerenja mladih u političku sferu, ovakav nalaz još je jedan u nizu pokazatelja o štetnosti niskih razina povjerenja u kontekstu mladih i njihova sudjelovanja u društvu.

U slučaju autoritarnosti, nalazi upućuju da mladi koji izražavaju veću autoritarnost procjenjuju većom i moć vlastite grupe. Nadalje, dodatnim ispitivanjem razlika između specifičnih grupa, vidljivo je da su demokratski oni koji se značajno razlikuju od ostalih – i ambivalentnih i autoritarnih. Iz ovih rezultata nije razvidno koji je uzrok ovakvom nalazu, a istovremeno ne postoje prethodna istraživanja koja povezuju demokratski ili autoritarnost i percepciju moći u političkoj sferi.

Vraćajući se na razumijevanje moći kao zanemarene varijable nejednakosti, nalazi ovog rada upućuju na potrebu daljnjih istraživanja koja bi usporedila kohortu mladih s drugim dobnim kohortama. Jednako tako, dobivene podatke bilo bi zanimljivo staviti u kontekst građanske kompetencije mladih te provjeriti u kojoj mjeri viša razina političke kompetencije

utječe na stupanj političke participacije, odnosno istražiti može li se u Hrvatskoj govoriti o Dunning-Krugerovu efektu.

Uzevši u obzir okvir dvostruke tranzicije kroz koju mladi u Hrvatskoj još uvijek prolaze, ovaj rad upućuje na održavanje obrazaca u kojima se mladi kasnije i manje učinkovito uključuju u društvo. S druge strane, sociodemografske značajke nisu se pokazale kao utjecajne u ovoj analizi, što je rijetkost u društvenim istraživanjima. Zbog toga se posebno važnim čini proniknuti u strukturu i uzorke skupina mladih koji su, unatoč osjećaju kako kao dobna skupina nemaju veliku količinu moći, odlučili aktivno sudjelovati u političkoj sferi. Isto tako, iako je ovaj članak detaljnije opisao mlade u Hrvatskoj 2019. godine, postavlja se pitanje je li situacija ista nakon izloženosti mladih (i ostatka društva) pandemiji koronavirusa. Nadalje, članak se koristio podacima dobivenim kvantitativnim metodama, a za još dublje razumijevanje pojedinih fenomena bio bi poželjan kvalitativan pristup. Primjerice, još je uvijek nejasna veza između percipirane moći i autoritarnosti, a jedno od potencijalnih rješenja leži u dubljem shvaćanju različitih koncepcija autoritarnosti ili demokracije u postojećoj literaturi. Iz tog razloga, uputno bi bilo dubinskim razgovorima proniknuti u razumijevanje autoritarnosti i demokracije kod mladih, kako bi se mogao donijeti valjan zaključak. Mladi su se još jednom pokazali kao društvena skupina vrijedna istraživanja, a njihove karakteristike su i dalje zanimljivost koju društveni znanstvenici moraju analizirati i interpretirati uzimajući u obzir heterogenost populacije i kompleksnost čimbenika utjecaja društvene, ekonomske i posebno političke situacije na njihov položaj u suvremenom hrvatskom društvu.

Literatura

- Arcidiacono, D. i Reale, G. (2017). The open data movement: Young activists between data disclosure and digital reputation. *Partecipazione e Conflitto*, 9(3), 918-948.
- Baketa, N., Bovan, K. i Matić Bojić, J. (2021). *Istraživanje političke pismenosti učenika završnih razreda srednjih škola u Republici Hrvatskoj: istraživački izvještaj za 2021. Godinu*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu
- Bessant, J. (2021). *Making-up people: Youth, truth and politics*. London: Routledge.

- Bovan, K., Kovačić, M. i Vučković, M. (2018). Being mainstream, being radical: how do young people understand radicalism in Croatia. *Šolsko polje*, 29(5-6), 59-83.
- Bradley, J. (1997). *Runaway youth: Stress, social support, and adjustment*. Taylor & Francis.
- Ćulum, B., Gvozdanović, A. i Baketa, N. (2016). Politička znanja hrvatskih maturanata i značajnosti odrednica koje ih oblikuju. u Kovačić, M., Horvat (ur.), M. *Od podanika do građana: razvoj građanske kompetencije mladih*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, 31-51.
- Dahl, R. A. (1957). The concept of power. *Behavioral science*, 2(3), 201-215.
- Eurostat (2021). *Age of young people leaving their parental household*. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?oldid=494351> (pristup: 19. lipnja 2022)
- Eurostat (2020a). *Statistics on young people neither in employment nor in education or training*. URL https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_young_people_neither_in_employment_nor_in_education_or_training (pristup: 19. lipnja 2022)
- Eurostat (2020b). *Severe material and social deprivation rate*. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Young_people_-_social_inclusion&oldid=554076 (pristup: 19. lipnja 2022)
- Eurostat (2021). *Early leavers from education and training*. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Early_leavers_from_education_and_training (pristup: 19. lipnja 2022)
- Eurostat (2022). *Unemployment statistics*. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Unemployment_statistics (pristup: 19. lipnja 2022)
- Friedrich-Ebert-Stiftung. (2019). *FES Youth Studies SEE 2018/2019* [baza podataka]. <https://www.fes.de/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=39771&token=-76ce4f8329b0a5fe54140c8f1d59a52ff8296e30>
- Gvozdanović, A., Ilišin, V., Adamović, M., Potočnik, D., Baketa, N. i Kovačić, M. (2019). *Istraživanje mladih u Hrvatskoj 2018./2019*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
- Ilišin, V., Bouillet, D., Gvozdanović, A. i Potočnik, D. (2013). *Mladi u vremenu krize: prvo istraživanje IDIZ-a i Zaklade Friedrich Ebert o mladima= Youth in a time of crisis: first IDIZ-Friedrich-Ebert-Stiftung Youth Survey*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
- Ilišin, V. (2014). *Institut za društvena istraživanja u Zagrebu: 1964.-2014*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.

- Ilišin, V. i Spajić Vrkaš, V. (2017). *Generacija osujećenih: mladi u Hrvatskoj na početku 21. stoljeća*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja.
- IDIZ – Institut za društvena istraživanja u Zagrebu (2020). Supporting Evidence-based Education of Youth Workers (SEEW). Istraživanje o radu s mladima <https://www.idi.hr/hr/projekti/znanstveno-kompetitivni-projekti/supporting-evidence-based-education-of-youth-workers-seew> (pristup: 13. srpnja 2022.)
- Isin, E. F. (2009). Citizenship in flux: The figure of the activist citizen. *Subjectivity*, 29(1), 367-388.
- Kasapović, M. (2001). *Hrvatska politika 1990.-2000*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.
- Kitanova, M. (2019). Youth political engagement in the EU: the age of a democracy accounts for variations in levels of youth participation. *Democratic Audit Blog*.
- Pickard, S. i Bessant, J. (Eds.). (2018). *Young people re-generating politics in times of crises*. London: Springer International Publishing.
- Pruitt, L. (2017). Youth, politics, and participation in a changing world. *Journal of sociology*, 53(2), 507-513.
- Quéniart, A. (2008). The Form and Meaning of Young People's Involvement in Community and Political Work. *Youth & Society* 40(2), 203-223.
- Serido, J., Borden, L. M. i Perkins, D. F. (2011). Moving beyond youth voice. *Youth & society*, 43(1), 44-63.
- Šalaj, B. (2011). Politička pismenost mladih u Hrvatskoj: teorija i istraživanje u Bačić, D. i Šalaj, B. *Odgaja li škola dobre građane? Studija o političkoj socijalizaciji hrvatskih srednjoškolaca*. Zagreb: GONG
- Vrcan, S. (2002). „Youth Politics, sub-politics and anti-politics: The case of Croatia since mid-eighties, In *Flying Over or Falling Through the Cracks?: young people in risk society*, Tivadar, M. i Polona, M. (ur.), Ljubljana: Ured za mlade Republike Slovenije
- Weber, M. (1925). *Wirtschaft und gesellschaft*. Tübingen: JCB Mohr (P. Siebeck).
- Zakošek, N. (2002). *Politički sustav Hrvatske*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

POWER AMONG THE YOUTH: ANALYSIS OF THE DISPERSION OF POWER AMONG DIFFERENT GROUPS OF YOUNG PEOPLE

Abstract

Empirical research of young people in Croatia has been conducted since the mid 20th century, and since then many publications stated that young people are a marginal social group considering the amount of social, economic and political power. The common denominator of all of the above-mentioned research is that the social and political system of Croatian society does not create an enabling environment for the quality development of young people, that is, that there are structural obstacles to the realization of the personal, social and political potential of this age cohort. It is almost an axiomatic claim of sociology of youth that young people are a heterogeneous social group that differs not only by their demographic but also by their social characteristics. However, if so, it is necessary to see which social groups of young people have more or less power in order to gain a more detailed insight into the socio-political portrait of the Croatian youth.

However, what existing research does not sufficiently analyse are the differences between groups of young people in view of their perception of their own impact. The main objective of this paper is to deconstruct young people as a monolithic social group and to try to categorise them into relevant social categories. Various variables were selected for research purposes with the aim of determining the differences between groups in relation to the dependent variable that measured perception of power of their own group, which young people expressed in the 2018 questionnaire. The sample included 1,500 respondents aged 14 to 29 from Croatia. By using linear regression, it has been established which variables have shown to be statistically connected: risky behaviours, alternative political participation, trust in the political sphere, interest in politics and authoritarianism. In addition, the regression analysis includes socio-demographic variables, which have not been shown to be connected, with the exception of gender. In addition to the linear regression, t-tests and ANOVA were used to establish differences in groups on statistically related variables.

Keywords: attitudes of young people, power, young people and politics, youth in Croatia

Miriam Mary Brgles⁹⁴
 Suzana Vrhovski Peran⁹⁵

VRLINE I MOĆ ISTRAŽIVAČA U ARTS-BASED ISTRAŽIVANJU⁹⁶

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/AKME8380>

Sažetak

Arts-based research (ABR) pripada kvalitativnoj istraživačkoj paradigmi i označava skup metodoloških alata koji se koriste u različitim fazama istraživanja i podrazumijevaju kreiranje umjetničkih podataka / sadržaja / djela. S obzirom na to da se ABR „utemeljuje“ u umjetničkoj formi (primjerice: poeziji, plesu, kazališnoj predstavi, fotografiji itd.) te da uključuje participaciju sudionika, koji su često pripadnici ranjivih društvenih skupina, kojima se želi dati „glas“, istraživačeva je uloga ključna i zahtjevna. Ovisno o metodama, sudionicima i okruženju, istraživač treba neprestano reflektirati o vlastitoj ulozi (koja može biti višestruka jer u ABR-u i istraživač može biti umjetnik!) i etičkim aspektima istraživanja (posebno o anonimnosti sudionika i autorstvu) te očekivati nepredvidive situacije koje se javljaju kroz umjetnički proces. Istraživaču su zato potrebne vrline posvećenosti, objektivnosti i neutralnosti koje ćemo u ovom radu analizirati s dvama glavnim ciljevima: afirmacije ABR istraživanja u hrvatskoj akademskoj zajednici i propitivanju moći istraživača u ABR. Zaključujemo da moć istraživača varira jer ju različiti čimbenici, koje smo podijelili u četiri skupine (osobni, unutarnji, vanjski i relacijski), neutraliziraju ili ojačavaju. Primjerice, moć ovisi o dijalogu i dogovoru, ponekad i potpisanom ugovoru, sa sudionicima istraživanja, ali i o institucijskim procedurama i tradicionalnim oblicima generiranja podataka i diseminacije rezultata istraživanja što rezultira „pomicanjem granica“ ABR istraživača.

Ključne riječi: istraživač, ABR, etički zahtjevi, vrline, generiranje podataka, diseminacija rezultata

94 Hrvatsko katoličko sveučilište, miriam.brgles@unicath.hr

95 Hrvatsko katoličko sveučilište, suzana.peran@unicath.hr

96 Rad je napisan u sklopu projekta *Creation and Care: Application of New Lifestyles and Interaction of Young People With Vulnerable Social Groups/Groups of People in Need* (voditeljica: dr. sc. Miriam Mary Brgles) i istraživačke stipendije CREATE Laudato Si Fakulteta za društvene znanosti Pontifikalnoga sveučilišta sv. Tome Akvinskoga (Angelicum) u Rimu.

Uvodno o *arts-based* istraživanju

Arts-based istraživanja (ABR⁹⁷) do sada nisu bila prepoznata u znanstvenoj i akademskoj zajednici u Hrvatskoj, izuzevši umjetničke terapije, no afirmirala su se u širokom spektru znanstvenih disciplina u zapadnim zemljama. Primjenjuju se najčešće u društvenim i bihevioralnim istraživanjima vezanim uz javno zdravstvo, zdravstvenu njegu i terapije, obrazovanje, ranjive i marginalizirane skupine, probleme lokalnih zajednica (najčešće u urbanom kontekstu) itd. Leavy (2015, 10) definira ABR kao „skup metodoloških alata koje koriste istraživači različitih disciplina tijekom svih faza istraživanja, uključujući generiranje podataka, analizu, interpretaciju i reprezentaciju“ te tvrdi da je zadaća ABR usvojiti „načela kreativnih umjetnosti kako bi se istraživačka pitanja postavila holistički i na angažiran način“. ABR se predstavlja i podrazumijeva kao zaseban pristup u kvalitativnoj istraživačkoj paradigmi ili kao njezin dio jer je „ontologija i znanje u ABR-u slično drugim kvalitativnim pristupima“ te se ABR metodologija „često kombinira s mnogim drugim metodama, poput etnografije, autoetnografije, narativnim metodama, studijama slučaja, participatornim akcijskim istraživanjima, diskurzivnom analizom ili intervjuima“ (Souminen, Kallio-Tavin i Hernández-Hernández, 2018, 104). Također, ABR karakterizira i interdisciplinarnost i metodološki pluralizam, stoga ona „potiču kompleksnija i zanimljivija istraživačka okruženja, metode, analizu, znanje“ (Souminen *et al.*, 2018, 104). Termin je prvi puta upotrijebio istraživač iz područja obrazovnih znanosti, Elliot Eisner, godine 1993. na konferenciji na Sveučilištu Stanford, što je izazvalo entuzijizam kod prisutnih znanstvenika i doprinijelo razvoju ABR-a (Wang *et al.*, 2017). Eisner je osnivač Arts-based research instituta na Sveučilištu Stanford te autor i koautor pionirskih znanstvenih članaka i udžbenika u kojima afirmira i propituju arts-based istraživanja⁹⁸.

Prema podjeli koju donose Wang *et al.* (2017) ABR dijele se na

- istraživanje o umjetnosti (*research about art*),
- umjetnost kao istraživanje (*art as research*) i
- umjetnost u istraživanju (*art in research*).

97 U literaturi na engleskom jeziku često se koristi skraćenica ABR, koja podrazumijeva sintagmu *arts-based research* te ćemo ju i mi koristiti u ovome radu.

98 Vidi: Eisner (2006) i Barone i Eisner (2011).

U radu nećemo zasebno razlagati oblike, no valja spomenuti klasifikaciju ABR, koja podrazumijeva pet glavnih oblika:

1. vizualna umjetnost,
2. slušna (audio) umjetnost,
3. literarna umjetnost,
4. izvedbena umjetnost i
5. novi mediji. (Wang *et al.* 2017)

Iako autori navode samo neke primjere, vrijedi se zapitati je li umjetnost kao istraživanje najzastupljenije u sociološkim istraživanjima? Takvo istraživanje podrazumijeva zahtjevan angažman istraživača te ćemo se u razlaganju u sljedećim poglavljima usmjeriti upravo na ovaj tip istraživanja. U prvom ćemo se poglavlju ukratko iznijeti karakteristike odnosa između istraživača i sudionika u ABR istraživanju. Govoreći o budućnosti ABR, Eisner zaključuje kako će „trebati ljude koji znaju kako stvarati filmove, video zapise, narative, književne tekstove, kao i tekstove druge vrste“ (Eisner, 2006, 17). „Razumijevanje, procesuiranje i komuniciranje umjetnosti i znanja o umjetnosti je prisutno u osnovi i značenju svih aspekata i faza istraživačkoga procesa“ (Souminen *et al.*, 2018, 108), što za istraživača može biti zahtjevno. Zbog aktivnije uloge sudionika i publike, etički aspekti ABR-u iznimno su važni i o njima istraživač neprestano treba reflektirati. Stoga ćemo u drugome poglavlju, kako bismo preispitali moć istraživača, razmotriti tri intrinzične vrline istraživača prema Hammesley i Traianou (2012): posvećenost, objektivnost i neutralnost. Kroz vrline iščitava se uloga istraživača u ABR-u, iako za njen kompleksan opis i dubinsko razumijevanje je potrebna mnogo šira rasprava, osobito zbog diferenciranosti ABR metoda te kritičkih glasova koji se javljaju govoreći kako je ABR „dobronamjerno, ali naivno“ te kako „postavlja pitanja, a ne daje odgovore“ (Konrad, 2017, 4), kao i onih koji upozoravaju na opasnosti diseminacije rezultata istraživanja putem masovnih medija (Nisker i Daar, 2006.). U trećem ćemo dijelu rada ukratko razmotriti moć istraživača u fazama generiranja podataka i diseminacije rezultata, koji su u ABR-u specifični zbog umjetničkih metoda kako bismo naznačili nove glasove u akademskoj zajednici koji svoju istraživačku moć povećavaju upravo izlaskom iz iste.

Osnovne karakteristike odnosa istraživača i sudionika u ABR

ABR često su društveno angažirana (*socially engaged research*), participativna (*participatory*) i provode se u nekoj (lokalnoj) zajednici (*community based practice*). Metode se mogu fleksibilno primijeniti u različitim kontekstima i mogu poslužiti kao učinkovit most između generacija, kultura, socioekonomskih klasa i ljudi koji se razlikuju po svom habitusu (van den Vaart, Hoven i Huigen, 2018). Često se koriste i za istraživanja ranjivih skupina društva (djece, mladih, bolesnih, socijalno ugroženih, osoba s poteškoćama) jer se tim skupinama lakše i opuštenije pristupa te se dobivaju dublji podatci koji se ne mogu dobiti tradicionalnim metodama istraživanja. Naime, tradicionalne istraživačke metode nisu se uvijek mogle u potpunosti uključiti u istraživanje ranjivih skupina, poput onih s ograničenim jezičnim sposobnostima ili onih koji su pretrpjeli velike traume ili teške životne okolnosti (Coemans *et al.*, 2015).

ABR podrazumijeva aktivnu participaciju sudionika u kojoj su sudionici ravnopravni s istraživačem, odnosno istražuju s njim (Wang *et al.*, 2017) te se uspostavlja odnos povjerenja. Također, ABR olakšava refleksiju i dijalog kako bi omogućio sudionicima da bolje artikuliraju vlastita, jedinstvena iskustva (Wang *et al.*, 2017). ABR ujedno promiču dijalog, koji je ključan za usvajanje razumijevanja (Leavy, 2020, 53). Iz navedenog je vidljivo da je za ABR, kao i za druge kvalitativne pristupe, uloga istraživača od iznimne važnosti. Njegova refleksivnost, fleksibilnost, senzibilitet i kreativnost te neutralizacija moći prema sudionicima ključna je svim fazama istraživačkoga procesa. Finley (2008, 75, preuzeto iz Leavy, 2015, 36) sugerira moralno odgovoran i osjetljiv pristup istraživača ABR-u, koji ABR predstavlja kao „javan i moralan“ te promatra istraživače, sudionike i članove publike kao jednake suradnike.

Intrinzične vrline istraživača

U Aristotelovoj *Nikomahovoj etici* (1982), koja je izvor za našu raspravu o intrinzičnim vrlinama istraživača, raspravljaju se sljedeće vrline: pravednost, jakost, hrabrost i umjerenost. „Macfarlane je primijenio Aristotelov pristup na istraživačku etiku identificirajući više vrlina – osobito hrabrost,

poštovanje, odlučnost, iskrenost, poniznost i refleksivnost – iako iznad svega ističe ideal integriteta koji definira kao integraciju istinskog ja osobe i povezivanje njezinih vrijednosti i identiteta kao osobe sa svojom praksom istraživača' (Macfarlane 2009, 45, preuzeto iz Hammesley i Traianou, 2012, 29). Također, za Aristotela (1982, XXIV) etička teorija pretpostavlja etičku praksu jer „tko sam nije dobar čovjek i prikladno se ne ponaša nikada neće moći razumjeti ni naučiti ništa iz etike“. Za ABR je također važna i relacijska etika (*relational ethics*), odnosno etika brige/skrbi (*ethics of care*), koja se temelji u djelima Martina Bubera i Emanuela Levinasa i podrazumijeva angažiranje Drugoga (Hammesley i Traianou, 2012).

Leavy (2015, 36) tvrdi da se ABR istraživači u potpunosti unose u svoje projekte, uključujući vlastiti sustav vrijednosti, osjećaj za pravdu, osobne motivacije i nade za društvo. Također, u istraživanje unose i vlastito obrazovanje te karijeru (akademska ili neku drugu), a razlog istraživanja, kao i svrha istraživačkoga projekta, vremenski okvir te financijska potpora i drugi oblici podrške (pa i one socijalne!) bitno će se odraziti na motivaciju istraživača i opseg istraživanja. Umjetnici-istraživači mogu biti: kvalitativni istraživači, koji koriste umjetnički nadahnete metode ili pristupe, umjetnici koji integriraju istraživačke komponente u svoje procese stvaranja, ili se može raditi o profilu istraživača u kojem su uloga kvalitativnog istraživača i umjetnika potpuno pomiješane (Wang *et al.*, 2017, 10). Ipak, kao i za druge istraživačke pristupe, u ABR-u, zbog etičkih zahtjeva i ograničenja, presudne su intrinzične vrline istraživača. Prema Hammesley i Traianou (2012), intrinzične vrline istraživača, koji traži istinu i znanje u društvenim znanostima, jesu posvećenost, objektivnost i neovisnost. Vidjet ćemo da su sve vrline usko povezane s refleksivnošću istraživača koja je jedna od najbitnijih odrednica kvalitativnih istraživanja. „Holloway i Galvin (2016) opisuju refleksivnost kao uključivanje istraživačeve svijesti o njihovoj ulozi u istraživanju i kako bi to moglo utjecati na odnos i dinamiku moći između njih i sudionika“ (prema: Water *et al.*, 2020, 34).

Posvećenost

Posvećenost se prema Lewisu Coseru navodi kao „živjeti istraživanje“, a ne biti samo zainteresiran za stjecanje materijalnih dobara, statusa, moći itd. (Hammersley i Traianou, 2012, 47). Primjerice, projektna istraživanja financirana iz grantova ili istraživanja u kojima istraživač ima *insidersku*

poziciju mogu povećati posvećenost jer će se istraživač nužno morati držati projektnoga plana istraživanja ili će, zbog *insiderske* pozicije, osjećati odgovornost i dužnost prema zajednici kojoj i pripada. U projektnim istraživanjima postoji veća mogućnost da istraživač „živi“ istraživanje jer posjeduje financijska sredstva kojima su mu dostupna literatura, programi, tehnološke inovacije, odlasci na istraživačke boravke na teren, kao i na znanstvene skupove na kojima se umrežava s drugim znanstvenicima. Istraživački projekti u kojima je istraživač *insider* pretpostavljaju dodatnu motivaciju i fleksibilnost. Potreba za fleksibilnošću znači da istraživači moraju reagirati na okruženje i sudionike. (Water *et al.*, 2020, 34) Ipak, baš zbog financijskih sredstava ili statusa koji pojedinac dobiva zbog *insiderske* pozicije postoji mogućnost da se istraživačeva moć povećava i ima negativne učinke na vrline koje ćemo sljedeće razložiti. Tvrđimo da posvećenost u ABR istraživanju zahtjeva ponajprije istraživačevu refleksivnost u svim fazama istraživačkoga procesa, na terenu i izvan terena, a posebno pri generiranju i diseminaciji podataka. Specifična posvećenost u ABR istraživanju podrazumijeva da se istraživač upozna s umjetnošću koju koristi za istraživanje te uvidi njezine mogućnosti, ali i ograničenja. On „se mora upoznati s kontekstom i kulturom unutar koje se umjetnost stvara (Konrad, 2017,4).

Istraživač koji se koristi ABR nema određeno radno vrijeme jer se podrazumijeva spontanost i „hvatanje“ posebne atmosfere potrebne za kreiranje umjetničkih radova, djela i(li) podataka kojima se otkriva novo znanje koje je do sada bilo nepoznato, neprepoznato, skriveno...No, istraživač prije izlaska na teren treba tražiti dozvole etičkih povjerenstava (prvenstveno akademske institucije u kojoj je zaposlen), a zatim treba pristupiti zajednici (sudionicima) koje istražuje, otvoreno i iskreno objasniti svrhu i cilj istraživanja i tražiti ih dozvolu za provođenje istraživanja te pripremiti informirani pristanak, koji će sudionici potpisati prije sudjelovanja. Posebno treba biti pažljiv s fotografiranjem i snimanjem jer se tijekom istraživanja mogu pojaviti nove situacije u kojima je potrebno donijeti etički prihvatljive odluke. Također, za rad s djecom potrebni su pristanci roditelja/skrbnika. Primjere koji zahtijevaju posebnu posvećenost istraživača pri suradivanju s djecom u ABR vizualnom istraživanju daju Holm, Sahlström i Zilliacus (2018), pri čemu naglašavaju ulogu istraživača u interveniranju i obvezama koje treba poduzeti. Također, autori tvrde da primjerice tražitelji azila neće biti voljni dati potpis, a pitaju se mogu li i zbog jezične barijere

u potpunosti i razumjeti svrhu i ciljeve istraživanja, zbog čega stavljaju naglasak na refleksivnost istraživača koja, kako smo već naglasili, mora stalno biti prisutna (Holm *et al.* 2018).

Objektivnost

Objektivnost u istraživačkom procesu prikupljanja i analiziranja podataka podrazumijeva da „istraživač mora pokušati uzeti u obzir sve što je potrebno za djelotvornom potragom za pravim odgovorima na istraživačka pitanja i izbjegavanje irelevantnih promišljanja za ovaj zadatak“, kojih, zbog svojih drugih društvenih zadataka i uloga, istraživači ponekad nisu svjesni. (Hammersley i Traianou, 2012, 48). Također, uvijek treba uzeti u obzir i vlastiti svjetonazor istraživača, kao i motivaciju za istraživanje, osobito ako je istraživač *insider* u skupini/instituciji/fenomenu koji istražuje. U nekim će slučajevima istraživač možda vjerovati da već posjeduje ili zna odgovore na postavljena istraživačka pitanja, što može umanjiti objektivnost. Također, zbog vlastitog položaja kojega istraživač percipira kao moćnog ili zbog karijere te zbog prethodno izgrađenih stavova o ljudima, mjestima ili situacijama može „postojati tendencija odlučivanja za ili protiv određene mogućnosti“ (Hammersley i Traianou, 2012, 48).

U ABR-u objektivnost je prijeko potrebna pri sagledavanju etičkih aspekata istraživanja. Zbog „udaljenosti“ ili pak „uronjenosti“ istraživača u kreativni proces stvaranja umjetničkih podataka/sadržaja/djela postoji opasnost od nepredvidljivih situacija koje mogu izroniti na terenu te izazvati neugodnosti ili stres kod istraživača i(li) sudionika. „Emocionalni stres može nastati kada se sudionici osjećaju ranjivima unutar neizvjesnoga konteksta ili zbog teme istraživanja, također mogu doživjeti strah od svojevrsne osude, iskusiti osjećaj nekompetentnosti s umjetničkom formom ili se baviti teškim emocionalnim materijalom kao dijelom procesa“ (Kapitan, Lyon i Carbelli, 2016; Mason, 2018 prema Kuri, 2020, 205). Strogi etički protokoli institucija, iskustvo i dobro poznavanje etičkih principa istraživanja mogu pomoći pri ublažavanju i(li) rješavanju nepredvidivih etičkih problema i(li) dilema nastalih tijekom kreativnoga procesa istraživanja. Također, refleksivnost istraživača je nužna za osnaživanje vrline objektivnosti jer istraživač mora imati objektivnu sliku o sebi i svojim mogućnostima, snagama, talentima.

Neovisnost

I neovisnost je nužno povezana s prethodne dvije vrline, posebno s posvećenošću, unutar koje smo se dotaknuli problematike financiranja istraživanja. Hammesley i Traianou (2012) smatraju da upravo ovom vrlinom istraživač treba ojačati svoju moć jer istraživačeva slaba (ranjiva) pozicija nije vezana samo uz resurse uz pomoć kojih obavlja svoj posao, već i uz sudionike koje angažira u istraživanje ili ih susreće na terenu, kao i *gate-keepere* te druge vanjske aktere, poput fondacija, koje financiraju projekte, privatnih interesa, ali i vladinih itd. „Ako je to odgovornost istraživača da na učinkovit način traže znanje, tada moraju nastojati

koristiti moć potrebnu za to, unutar odgovarajućih ograničenja“, što se protivi ideji da se u kvalitativnom istraživanju, zbog etičkih principa treba forsirati participatorno istraživanje (Hammesley i Traianou, 2012, 51).

Za ABR je potrebno uspostaviti i održavati dinamiku odnosa i stvoriti opuštenu atmosferu kako bi se potaknula kreativnost. Postkvalitativni istraživači će pri generiranju podataka biti skloni koristiti fluidni pristup „metodologiji bez metodologije“ koji zastupa Koro Ljugenberg (2016) i propituje „smrt“ podataka, odnosno njihovu definiciju, svrhu i oblikovanje (Koro-Ljugenberg i MacLure, 2013). Ipak, pokazalo se da je većina kvalitativnih istraživača nije sklona propitivati tako podatke te narativ o podacima (Koro-Ljugenberg i MacLure, 2013, 221). Koristeći pristup „umjetnost kao istraživanje“ (*art as research*) istraživači najčešće planiraju metode koje će koristiti za generiranje podataka te odlučuju hoće li biti participatorno ili ne. Ward i Short (2020) stavljajući ABR u kontekst istraživanja poslovanja i organizacije, govore o hijerarhiji metoda u ABR.

Nairin *et al.* (2020) drže da institucijske regulacije etičke prakse istraživanja jačaju tradicionalne odnose moći između istraživača i sudionika te se autori zalažu za fleksibilnost u proceduri oko prijave istraživanja etičkim povjerenstvima, smatrajući da se prvo treba uspostaviti odnos povjerenja sa sudionicima, a tek zatim ih tražiti potpisivanje informiranoga pristanka. Također, smatraju da mogućnosti dobivanja pristanka variraju ovisno o kontekstu i vremenu, što se svakako može primijeniti na ABR imajući u vidu da umjetnost nastaje spontano i da umjetnički proces nema vremenske okvire. Dakako, ako je riječ o projektu sa zadanim rokovima, kontekst se mijenja. Nairin *et al.* (2020, 6) zagovaraju korištenje „afirmativnog“ pristanka (*affirmative consent*) koji podrazumijeva oblik eksplicitnog, trajnog

pristanka, a cilj je fokusiranje na potrebe i želje onih u ‘manje moćnom’ položaju (sudionika). Druga važna stavka je anonimnost. Istraživač dogovara sa sudionicima hoće li u istraživanju sudjelovati anonimno ili ne, no, on treba objektivno sagledati cjelokupni proces istraživanja te donijeti procjenu i prema potrebi preporučiti sudionicima anonimno sudjelovanje. Također, ako procijeni da se sudionicima može nanijeti šteta, istraživač treba donijeti čvrstu odluku da se oni angažiraju isključivo anonimno u istraživanje. Ipak, u ABR to može biti problem zbog vlasništva nad podacima/sadržajem/djelom, stoga je važno detaljno razraditi sve aspekte ABR-a i dogovoriti ih sa sudionicima. O vlasništvu podataka/sadržaja/djela, raspravljaju Hodgins i Boydell (2014), pitajući se također, razumiju li sudionici dalekosežne posljedice koje može izazvati njihova neanonimnost te predlažu da se odluka donese sukladno identitetu kreatora umjetničkih podataka/sadržaja/djela, ovisno o tome radi li se o sudioniku, umjetniku ili samom istraživaču. Autori također drže da je važno unaprijed potpisati i ugovore o suradnji, no autorstvo se može regulirati i unutar informirana pristanka uz formulaciju o anonimnosti te se prema dogovoru može koristiti i suautorstvo.

Moć istraživača u fazama generiranja podataka i diseminacije rezultata istraživanja

Istraživač može biti istovremeno imati uvid u istraživanje s neposrednom blizinom i namjerno se udaljavati i usvajati izvanjsku perspektivu (Souminen *et al.*, 2018, 109), što ovisi o cilju i svrsi istraživanja, istraživačkom pitanju, odabiru uzorka, situaciji na terenu, uspostavljenom povjerenju i dr. Postoji stroga prisutnost istraživačevih profesionalnih i osobnih sklonosti, preferencija, orijentacija i praksi u definiranju istraživačkoga procesa, metoda, prezentacije i komunikacije (Souminen *et al.*, 2018, 109). Istraživač nikada ne može u potpunosti „biti svjestan“ težine svoga „tereta“ koji unosi u projekt, no reflektiranjem može doći do spoznaja koje mu mogu pomoći pri donošenju odluka vezanih uz generiranje i prezentaciju ABR istraživanja. Brgles i Swift (2022) zastupaju pristup kreativnom generiranju podataka, koje podrazumijeva korištenje postojećih podataka (*use every-thing*), traženje podataka svugdje (*every-where*) i sa svima (*every-one*). Sukladno odluci istraživača koji će pristup koristiti, ovisi i njegova moć.

Faza generiranja podataka

U mnogim ABR projektima sudionici su pozvani da imaju kontrolu, tako da ABR mogu potaknuti proces kritičkog promišljanja, gdje članovi zajednice stvaraju ideje za svoje živote i zajednicu, što potiče djelovanje zajednice i promjenu zajednice (Coemans *et al.*, 2015). Zato se istraživač, nakon inicijalnih sastanaka i boravka na terenu te uspostavljanja povjerenja, može odmaknuti i prepustiti generiranje podataka / sadržaja / djela sudionicima, odnosno „dati im glas“ što je jedna od glavnih odlika kvalitativne istraživačke paradigme osobito u projektima kojima je cilj osnaživanje lokalne zajednice ili isticanje nekoga problema, odnosno zagovaranje pravednosti i promjena na bolje. Uz davanje glasa, na taj se način dobiva osjećaj sudionika za realnost, što dovodi do jačanja povjerenja i društvene kohezije (Coemans *et al.*, 2015). S druge je strane, važno je i redovito „uranjanje“ istraživača kako bi razgovarao sa sudionicima o njihovom radu i po potrebi riješio sva pitanja ili nedoumice koje se mogu pojaviti (Wang *et al.*, 2017). ABR istraživačka pitanja su uglavnom induktivna, pojavna i generativna (Leavy, 2017 prema Leavy, 2020) i istraživač treba biti svjestan da na terenu mogu izroniti nova pitanja, koja se mogu nametnuti kao važnija od onih koje je postavio u nacrtu istraživanja i predstavio etičkom povjerenstvu. Tu je vidljivo kako moć istraživača potpuno opada jer fleksibilnost ABR-a izmiče kontroli i stvara nesigurnost. Zato i pri analizi podataka, istraživač treba „posvetiti pozornost kompleksnosti, postavljajući više pitanja, nego dajući odgovore te također proizvesti više nesigurnosti, nego sigurnosti (Wang *et al.*, 2017, 11). Ovo se može činiti kao „propadanje kroz rupe“ u kojima istraživač nailazi na podatke koji su začudni i otvaraju nove perspektive ili pak podatci „nestaju“ (Koro-Ljugnberg, 2013, 211). Također, možemo se složiti s Konrad (2017) kako za neke discipline postavljanje pitanja a ne davanje odgovora može predstavljati rizik, no ne može se osporiti vrijednost uranjanja u „rupe“, uz pridržavanje svih etičkih principa i uputa te generiranja dubokih podataka, koji se ne mogu dosegnuti tradicionalnim istraživačkim metodama.

Faza diseminacije podataka

Leavy (2015) se pita o smislu objavljivanja znanstvenih članaka, u koji se ulažu godine truda i rada, a nakon objavljivanja ih čita samo manji broj ljudi iz struke te njihov odjek u javnosti ne postoji. Kombinirajući

istraživanje i predavanja studentima na sveučilištu te slušajući njihove priče izvan predavaonice, Leavy (2015, 20) je prikupila kumulativno znanje koje je željela podijeliti bez cenzure i izvan tradicionalnih okvira akademske zajednice. Stoga je, zastupajući korištenje ABR, postala spisateljicom romana s fiktivnom radnjom. Može se zaključiti kako je Leavy izlaskom iz akademije ojačala svoju moć jer je postala neovisna i ima potpuno slobodu diseminacije i prezentacije rezultata istraživanja. Ipak, većina se ABR istraživača neće odlučiti na tako odvažan korak, ali će „pomicati“ granice tradicionalnih oblika diseminacije i prezentacije rezultata istraživanja. Oni koriste „umjetnički inspirirane oblike diseminacije kao što su izložbe dvodimenzionalnih i trodimenzionalnih umjetničkih djela, performansi, objavljivanje i/ili izvođenje književnih djela kao što su fikcija i poezija, uz ili kao zamjenu za čisto akademski pisani tekst“ (Wang *et al.*, 2017, 12). Postoji nebrojeno mnogo inovativnih načina koje mogu koristiti istraživači kako bi dosegli različitu publiku, ali postoji pritisak na akademske istraživače da se radovi objavljuju u znanstvenim časopisima (Holm *et al.* 2018, 328) i na taj se način umanjuje moć akademskoga istraživača. Uvažavajući etičke aspekte istraživanja, pravo autorstva i tijekom prethodnih faza istraživanja, istraživač treba sa sudionicima dogovoriti oblik i način diseminacije rezultata, što može izazvati i neugodnost kod istraživača, o čemu svjedoče Hodgins i Boydell (2014), no smatraju da zajednička razmatranja dilema oko reprezentacije ABR u suradnjama otvara prostor dijaloga i partnerstvu. Kako bi nadvladali „rupe“ koje postoje u akademskoj zajednici pri diseminaciji ABR istraživanja, istraživači trebaju uložiti više truda te osmisliti „dvostruki“ plan diseminacije. Uz objavu znanstvenoga članka, forme koje ne mogu predstaviti pisanim putem istraživači mogu predstaviti/objaviti na mreži ili uživo organizirajući izložbu, predstavu, plesnu izvedbu ili multi-umjetnički javni događaj.

Zaključak

ABR se koristi u različitim znanstvenim disciplinama, a često se primjenjuje u istraživanjima ranjivih i marginaliziranih skupina društva te je usmjerena na davanje glasa pojedincima, grupama ili zajednici u cilju osvještavanja njezinih vrijednosti ili pak problema. Iako prati etičke zahtjeve kvalitativne paradigme, zbog specifičnih metoda utemeljenih u umjetničkoj formi, uloga istraživača u ABR vrlo je zahtjevna i složena.

Njegova uloga u ABR-u može biti višestruka jer može sam stvarati umjetnost te istovremeno biti istraživač. Ovisno o metodama, sudionicima i okruženju, istraživač treba u svim fazama reflektirati o vlastitoj ulozi i etičkim aspektima istraživanja, posebno o anonimnosti sudionika i autorstvu, te očekivati nepredvidive situacije koje se javljaju kroz umjetnički proces ili zbog ranjivosti sudionika. Istraživaču su u ABR-u potrebne vrline posvećenosti, objektivnosti i neutralnosti koje će sve obuhvaćati reflektiranje, ali uz pomoć koji se otkriva slabljenje, neutralizacija ili jačanje moći istraživača, što je posebno vidljivo u fazama generiranja podataka i diseminaciji rezultata istraživanja. Zaključujemo da moć istraživača varira jer ju neutraliziraju ili ojačavaju različiti čimbenici koje možemo razvrstati u četiri skupine:

1. osobni čimbenici, koji se odnose na samoga istraživača, njegovo iskustvo i već razvijene vrline i senzibilnost za problem koji istražuje, kao i mogućnost reflektiranja o vlastitoj ulozi kroz sve faze ABR-a te vještinu komunikacije koju prakticira s vanjskim, unutarnjim i relacijskim čimbenicima.
2. vanjski čimbenici, koji podrazumijevaju pružatelje financijske potpore, vlade i sl.,
3. unutarnji čimbenici, odnosno akademska zajednicu i njezin propisani *modus operandi* izgradnje istraživačke karijere, institucionalne procedure te sklonost tradicionalnim oblicima generiranja podataka i diseminacije rezultata istraživanja
4. relacijski čimbenici, koji se odnose na *gatekeepere* na terenu i sudionike s kojima je potrebna bliska suradnja, jasna komunikacija i kvalitetan dijalog koji vodi dogovoru oko važnih etičkih zahtjeva ABR-a kao što su anonimnost i autorstvo. Moć istraživača ponekad se regulira i u potpisanom ugovoru sa sudionicima istraživanja, no najveće učinke ima informirani pristanak.

O spomenutim čimbenicima ovisne su sve faze istraživanja, a posebno faza generiranja podataka i diseminacije rezultata istraživanja, koja u ABR-u pokazuje tendenciju „pomicanja granica“, a u nekim slučajevima (Leavy) i odmicanja od akademije. Generiranjem podataka u ABR-u doseže se znanje i spoznaje do kojih se tradicionalnim metodama ne bi moglo doći, posebno u istraživanjima koja se odnose na djecu, mlade, bolesne i dr.

ranjive skupine. Također, kreativnim oblicima diseminacije podataka, kojima se doseže šira publika izvan akademske zajednice, znanstvene spoznaje i „glas“ sudionika postižu relevantnije učinke i opravdavaju svoju svrhu i ciljeve te znanost prikazuju kao dinamično, kreativno i društveno odgovorno polje djelovanja.

Literatura

- Aristotel (1982). *Nikomahova etika*. Zagreb: Fakultet političkih nauka Sveučilišta u Zagrebu, Sveučilišna naklada Liber.
- Barone, T. i Eisner, E. W. (2011). *Arts based research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Brgles, M. M. i Swift, A. (2022). Being Creative with Resources in Qualitative Research. U: U. Flick (ur.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research Design* (str. 290-306) 55 City Road: SAGE Publications Ltd.
- Creswell, J. (2014). *Research Design: qualitative, quantitative, and mixed methods approach*. London: Sage.
- Coemans, S., Wang, Q., Leysen, J. i Hannes, K. (2015). The use of arts based methods in community based research with vulnerable populations: Protocol for a scoping review, *International Journal of Educational Research*, 71, 33 – 39.
- Eisner, E. (2006). Does Arts-Based Research Have a Future? Inaugural Lecture for the First European Conference on Arts-Based Research: Belfast, Northern Ireland, June 2005. *Studies in Art Education*, 48(1), 9–18.
- Finley, S. (2008). Arts-based research. U: J. G. Knowles i A. L. Cole (ur.), *Handbook of the arts in qualitative research: Perspectives, methodologies, examples, and issues* (str. 71–81). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hammersley, M., i Traianou, A. (2012). *Ethics in qualitative research: Controversies and contexts*. SAGE Publications Ltd, <https://dx.doi.org/10.4135/9781473957619>
- Holm, G., Sahlström, F. i Zilliacus, H. (2018). Arts-Based Visual Research. U: P. Leavy (ur.), *Handbook of arts-based research* (str. 311-335). New York: Guilford Press.
- Hodgins, M. J. i Boydell, K. (2013). Interrogating Ourselves: Reflections on Arts-Based Health Research. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 15(1).
- Konrad, S. C. (2017). Art in Social Work. *Research on Social Work Practice*, 29 (6), 1-5.
- Koro-Ljungberg, M. i MacLure, M. (2013). Provocations, Re-Un-Visions, Death, and Other Possibilities of „Data“. *Cultural Studies ↔ Critical Methodologies*, 13, 219 – 222.

- Koro-Ljugnberg, M. (2015). *Reconceptualizing Qualitative Research: Methodologies without Methodology*. London: Sage.
- Kuri, E. L. (2020). Ethics in Arts-Based Research: Drawing on the Strengths of Creative Arts Therapists. *Canadian Journal of Counselling and Psychotherapy*, 54(3), 197–219.
- Leavy, P. (2015). *Method meets art: Arts-based research practice* (2nd ed.). New York: Guilford.
- Leavy P. (2018). (ur.), *Handbook of arts-based research*. New York: Guilford Press.
- Leavy, P. (2018). Introduction to artsbased research. U: P. Leavy (ur.), *Handbook of arts-based research* (str. 3–21). New York: Guilford Press.
- Leavy, P. (2020). *Method Meets Art*, Third Edition. LaVergne: Guilford Publications.
- Nairn, K., Showden, C. R., Sligo, J., Matthews, K. R. i Kidman, J. (2020): Consent requires a relationship: rethinking group consent and its timing in ethnographic research, *International Journal of Social Research Methodology*. URL: <https://doi.org/10.1080/13645579.2020.1760562> [pristup: 21.03.20021.]
- Nisker, J., & Daar, A. S. (2006). Moral presentation of genetics-based narratives for public understanding of genetic science and its implications. *Public Understanding of Science*, 15(1), 113–123.
- Souminen, A., Kallio-Tavin, M. i Hernández-Hernández, F. (2018). Arts-Based Traditions and Orientations in Europe: Perspectives from Finland and Spain. U: P. Leavy (ur.), *Handbook of arts-based research* (str. 101-120). New York: Guilford Press.
- van der Vaart, G., van Hoven, B., i Huigen, P. P. (2018). Creative and Arts-Based Research Methods in Academic Research. Lessons from a Participatory Research Project in the Netherlands. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 19(2)
- Wang, Q., Coemans, S, Sigismund R., Hannes, K. (2018). Arts-based Methods in socially engaged research practice: a classification framework. *Art/Research International: A Transdisciplinary Journal* 2(2), 5-39.
- Ward, J. i Shortt, H. (2020). (ur.) *Using Arts-based Research Methods. Creative Approaches for Researching Business, Organisation and Humanities*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Water, T., Payam, S., Tokolahi, E., Reay, S. D. i Wrapson, J. (2018). Ethical and practical challenges of conducting art-based research with children/young people in the public space of a children's outpatient department. *Journal of Child Health Care*, 24, 33 – 45.

THE VIRTUES AND POWER OF RESEARCHERS IN ARTS-BASED RESEARCH

Abstract

Arts-based research (ABR) belongs to a qualitative research paradigm and usually is defined as methodological tools, used by researchers during different stages of research and imply the creation of artistic data/content/works. Given that ABR is „founded“ in artistic form (for example: poetry, dance, theatre performance, photography, etc.) and that it involves the participation of participants, who are often members of vulnerable social groups, who want to be given a „voice“, the researcher’s role is crucial and demanding. Depending on the methods, participants and the environment, the researcher should constantly reflect on his/her own role (which can be multiple because in ABR the researcher can also be an artist!) and the ethical aspects of the research (especially the anonymity of the participants and authorship) and expect unpredictable situations that can occur during the artistic process. Therefore, the researcher needs the virtues of commitment, objectivity and neutrality, which we will analyze in this paper with two main goals: affirmation of ABR research in the Croatian academic community and questioning the power of researchers in ABR. We conclude that the power of researchers varies because different factors, which we have divided into four groups (personal, internal, external and relational) neutralize or strengthen it. For example, power depends on dialogue and agreement, sometimes even a signed contract, with research participants, but also on institutional procedures and traditional forms of data generation and dissemination of research results, resulting in „pushing the boundaries“ by ABR researchers.

Keywords: researcher, ABR, ethical requirements, virtues, data generation, dissemination of results

Ivica Šola⁹⁹

ETIKA ARTIFICIJELNOGA. BIOMOĆ I UMJETNA PROKREACIJA S KATOLIČKOG GLEDIŠTA

Prethodno priopćenje
<https://doi.org/10.59014/JTRZ9798>

Sažetak

Cilj je ovog rada propitivanje odnosa etičkoga i tehničkoga u kontekstu biomoći, odnosno zahvata tehnike u ljudski biološki život u kontekstu prokreacije, ali i drugih upliva tehničkoga/artificijelnoga u ljudskost u kontekstu prihvatljivoga ili dvojbenoga. Služeći se komparativnom metodom, sučeljavajući tehnički i znanstveno moguće te etički prihvatljivo, te metodom analize sadržaja dokumenata Učiteljstva Katoličke crkve, u radu nastojimo odgovoriti na pitanje o granicama biomoći u kontekstu antropotehnike. Rad razmatra promijenjenu narav etike u doba eksplozije tehnike te upućuje na aposteriornost i inferiornost etičkoga u odnosu na tehničko. Moralnu neutralnost tehnike teško je opravdati jer se, kada je u pitanju odnos čovjeka, prirode i tehnike, taj odnos promijenio u smislu zamjene svrhe i sredstva – Heideggerova dilema: „Je li hidrocentrala na Rajni ili je Rajna na hidrocentrali? Problem biomoći vrednuje se na primjeru prokreacije pri čemu se to vrednovanje provodi sa stajališta dokumenata Katoličke crkve koji se bave bioetičkom problematikom. U zaključku se razmatra prinos dokumenata Učiteljstva tim prijedorima u etičkom smislu reguliranja biotehničke znanstvene moći te njezinih zloraba suprotnih etici i dostojanstvu ljudske osobe.

Ključne riječi: etika, tehnika, biomoć, Učiteljstvo, prokreacija

⁹⁹ Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera, ivica.sola68@gmail.com

Uvod

Znanstveni i tehnološki napredak nedvojbeno su pridonijeli podizanju razine kvalitete života. No, posebno se danas, nakon početnog zanosa tim napretkom, uočavaju i njegove ambivalentnosti, pa i štetnosti za čovjeka i ekosustav (klimatske promjene), koje će se uvećavati ako se znanstveno-tehnološki napredak ne stavi pod kontrolu u kontekstu održivosti i podizanja svijesti u kontekstu odnosa prirodnoga i umjetničkoga/tehničkoga. Biomoć, shvaćena kao niz strategija i praksa interveniranja u život i smrt ljudi (Rabinow i Rose, 2006, 195 – 217) upravo je proizvod takve vrste napretka koji zahtijeva etičko propitivanje (pravno propitivanje i regulativa nisu teme ovoga rada).

Cilj ovog rada je propitati taj odnos tematizirajući ljudsku prokreaciju s katoličkog gledišta metodom analize sadržaja ključnih dokumenata Učiteljstva Katoličke crkve koji se bave tom problematikom i sučeliti ih s temeljnim problemom odnosa etičkoga i tehničkoga.¹⁰⁰

Stoga u prvom dijelu razmatramo odnos etičkoga i tehničkoga s ključnim problemom inferiornosti etičkoga u odnosu na tehničko, pa je ono što tehnički ostvarivo samim tim i etički dopustivo. U tom kontekstu propitujemo odnos svrhe i sredstava, oslanjajući se na pionire te problematike poput Heideggera i zastupnika tranzicijske antropologije.

U drugom dijelu bavimo se problematikom dopuštene i nedopuštene umjetničnosti s obzirom na zahvate u ljudski život, onako kako to Učiteljstvo Katoličke crkve smatra.

U zaključku donosimo, na temelju dokumenta *Donum vitae*, dva ključna problema: problem korištenja embrija dobivenih *in vitro* oplodnjom u istraživačke svrhe te problem manipulacije zametcima u kontekstu ljudske reprodukcije s tendencijom dehumanizacije.

100 U radu se oslanjamo na četiri dokumenta: *Humanae vitae* (dalje: HV), *Evangelium vitae* (dalje: EV), *Veritatis splendor* (dalje: VS) i *Donum vitae* (dalje: DV). Citiramo ih u tekstu po njihovim kraticama, navodeći članak u kojem se spomenuti citat ili referencija u određenom dokumentu nalaze.

Etika i tehnika

Od mnogih novovjernih mitova zasigurno je najopasniji onaj o tobožnjoj neutralnosti tehnike. „Najgore smo, međutim, izloženi tehnici ako na nju gledamo kao na nešto neutralno, jer ta nas predodžba, kojoj se danas osobito rado priklanjaju, čini potpunoma slijepima za bit tehnike“ (Heidegger, 1996, 221). Tehnika nije samo (moralno) neutralna nego je riječ o obliku prisile snažnijim od bilo kakva rigidnog religijskog moralnog sustava (Galimberti, 2002, 164). Galimberti na Heideggerovu tragu upozorava na naivno mišljenje kako je zbog antropocentričkog definiranja tehnike njezina dobrota ili zloća vezana uz čovjekovu (zlo)porabu, dok je sama tehnika moralno neutralna te je samo puki instrument u čovjekovim rukama. No ipak, samo postojanje tehnike ne pita čovjeka hoće li se njome služiti ili ne, već je čovjek prisiljen, ako ne želi biti isključen iz podjele rada i zajednice ljudi, uključiti se u njezino funkcioniranje tako da više nema smisla izvan kriterija učinkovitosti vlastitog tehnici, kriterija kojem se čovjek mora podložiti jer se tehnika od sredstva preobrazila u svrhu kao oblik hegelovske loše beskonačnosti (Galimberti, 2022, 166).

Prema autorima tranzicijske antropologije koji su pokušali spojiti filozofsko mišljenje i prirodoznanstvena dostignuća tehnika je esencija čovjeka (Plessner, 1994, Gehlen 1986, Scheler, 1996). Za razliku od životinje koja na svijet dolazi s dovršenim instinktivnim aparatom koji joj omogućava opstanak u prirodi, čovjekova je narav plastična, pa je „bestemeljnost stigma čovjeka“ (Plessner, 1994, 185). Dakle, čovjekova je struktura za razliku od životinjske plastična. On je invalid svojih viših snaga pa mu je za bivanje u svijetu tehnika nužnost kao neka vrsta proteze jer mu „nedostaje zaštitno vodstvo instinkata“ (Plessner, 1994, 185). Tehnika, stoga, nije ništa izvana pridodano čovjeku, već njegova esencija uslijed instinktivne inferiornosti. Heidegger, pak, odbijajući instrumentalno i antropološko određenje tehnike, smatra kako bit tehnike nije ništa tehničko (Heidegger, 1996, 222), nego je ona prije svega određen način otkrivanja (*aletheia*), dovođenja na vidjelo nečega što prije nije bilo. No, isto dovođenje na vidjelo kao bit tehnike prijeti da se izmakne vladavini čovjeka nad tehnikom. Teško je, naime, reći je li hidrocentrala na Rajni ili je Rajna na hidrocentrali. Red svrhe i sredstava tehnika stubokom izokreće. Prema Heideggeru to otkrivanje vlastito tehnici nosi sa sobom i opasnosti:

„Čim ono neskriveno čovjeka više ne susreće čak ni kao predmet, nego isključivo kao ‘ostava’, a čovjek je unutar toga bespredmetnoga još samo postav/naručilac ‘ostave’, ide on samim rubom (ponora), onamo, naime, gdje on sam ima biti uzet još samo kao ‘ostava’. Međutim, upravo se tako ugrožen čovjek kočoperi kao gospodar Zemlje. Time se širi jav, da sve što (su)sreće postoji samo ako je njegova (čovjekova) napravina. Taj jav proizvodi krajnje varljiv privid. Po njemu izgleda da čovjek posvuda susreće samo još samog sebe. Heisenberg je s punim pravom ukazao na to da se današnjem čovjeku to zbiljsko mora takvim prikazati. Čovjek, međutim, ne sreće danas uistinu baš nigdje više sebe sama, tj. svoju bit. Čovjek tako odlučno ide na ruku iziskivanju po-stavi, da je ne razabire kao nagovor, da sama sebe previđa kao nagovorenog, a time prečuje i svaki način na koji on i koliko, po svojoj biti ek-sistira u području nekog pririjeka, te zato *nikada ne može* sretati samo sebe sama. [...] Tako, dakle, iziskujući po-stav prikriva ne samo neki prijašnji način otkrivanja, pro-iz-vođenja, nego prikriva otkrivanje kao takvo, a s njim i ono u čemu se stječe otkrivenost, tj. istina“ (Heidegger, 1996, 239 – 240).

Dakle, prema Heideggeru, vladavina tehnike kao po-stava, kao gomilanje, u zamračenju neke prvotnije istine i izvornijeg otkrivanja može skončati kao put otuđenja.

To gomilanje tehnike i po-stava već je obrnulo neke fundamentalne strukture. Naime, dok je u vrijeme grčkog polisa bilo enklava unutar prirode, danas je priroda enklava unutar (globalnog) polisa. Park prirode ili nacionalni park tako su sintagme i fenomeni koji, uzimajući ih nepropitano, zorno prikazuju kako smo prirodu stavili u enklave, rezervate, kako bismo ih zaštitili od napredovanje i razvijanja tehničkoga.

Unutar takvog tehničkog svijeta samo jedan imperativ ima karakter kategoričnosti – tehnički imperativ. Njegova se bezuvjetna valjanost očituje u apsolutnom prioritetu zahtjeva da se svaka tehnička mogućnost ostvari upravo zbog toga što je tehnička. Svakoj mogućnosti koja ima tehnički karakter već je samim time osigurana legitimnost koja se ne može dovesti u pitanje, jer ne postoji stajalište kojem bi se priznalo pravo da relativizira vrijednost nečega što je u tehničkom smislu napredak. Taj bi se imperativ mogao formulirati kao zahtjev da se ostvari sve ono što je tehnički savršenije na ljestvici tehnički mogućega (Bubalo, 1984, 37 – 38).

U takvoj je paradigmi zbog tehničkog imperativa, prema Michelu Serresu, svaka etika aposteriorna i čini se besmislenom: „Problem etike je u tome što ona ne može unaprijed diktirati znanost, jer se sloboda znanstvenika ne smije ograničavati i jer su rezultati istraživanja nepredvidivi. Zato naknadno pokušavamo formulirati neku strogosti, no nju svaki dobiveni rezultat odbacuje, jer čim znanost otkrije neku novu mogućnost, tehnika je nastoji ostvariti, a ljudi dobivaju opravdanu želju da taj izum prisvoje. Što nam je onda činiti kad etika nije primjenjiva *a priori*, a beskorisna je *a posteriori*?“ (Serres, 2009, 479). Na etičkoj razini, doduše, došlo je do zamjene Kantove etike dužnosti, koja je u eri tehničke dominacije postala jednim dijelom neprikladna (problem kolektivnog čina) i zamijenjena je etikom odgovornosti (Jonas, 1984, 29). Ona izvire iz heuristike straha, iz svijesti o mogućnosti samouništenja uslijed tehničke ekspanzije. No, ni prijelaz s etike dužnosti na etiku odgovornosti ne mijenja Serresovu tvrdnju o inferiornosti etike u odnosu na tehniku i njezin imperativ.

Posljednjih je desetljeća razvoj novih tehnika i tehnologija na području medicine i ljudskog života i s katoličkog gledišta poseban objekt promatranja i etičkog vrednovanja. Za razliku od ekologije, koja je relativno mlada znanost i grana etike, na razini medicine odnos etike i tehnike, etičkoga i artifičijelnoga pri zahvaćanju u ljudski život te pitanja koja se tiču kemije i biokemije, postavljala su se već u staroj Grčkoj. U to se doba anatomija razvijala pozitivno, pa je medicina, zahvaljujući Hipokratovoj školi, zabilježila nekoliko velikih uspjeha. Hipokrat je odmah shvatio da je liječnik, takoreći, gospodar života i smrti svojih pacijenata pa je stoga svojim znanstvenim radovima pridodao i čuveni kodeks pod nazivom „Hipokratova zakletva“. Ta je glasovita prisega dokaz da se etika može sačuvati i primjenjivati, pri čemu je nezaobilazna savjest znanstvenika/liječnika (Serres, 2009, 479).

Danas, pak, kada polis nije više enklava unutar prirode, već obrnuto, kada je tehnika proširila područje artifičijelnoga, problemi su nesumjerljivi u odnosu na Hipokratovo doba. Stoga ćemo, s katoličkog gledišta, pokušati naznačiti osnovne postulate etike artifičijelnoga na području prokreacije, koji su česti objekti osporavanja u raznim bioetičkim prijedporima, a polazeći od dokumenata Učiteljstva Katoličke crkve.

Etika artificijelnoga i problem prokreacije

Nove tehnologije koje se mahnito razvijaju posljednjih desetljeća omogućavaju ne samo vladanje nad prirodom i njezinim fenomenima nego i zahvaćanje u intrinzičnu strukturu samih tih fenomena i prirodnih objekata. Tehnički pak interventi na području ljudskog života, od prokreacije preko kloniranja do eutanazije, izazivaju istodobno velike entuzijazme, ali i suzdržanosti. Dovoljno je spomenuti biotehnologije koje mogu prenijeti somatske karakteristike s jedne vrste na drugu ili pak tehnike reanimacije i vitalne potpore koje omogućavaju da se osobe i subjekti održavaju na umjetnom životu bez ikakvih mogućnosti relacijskog života koji osobu čini osobom, bez uporabe drugih vitalnih funkcija (hranjenje), gdje je glavni akter života stroj. Iste perpleksnosti izaziva i potpomognuta, tj. umjetna oplodnja, gdje tehničko sredstvo zamjenjuje supružnike i roditelje u prokreativnom činu. Upravo takva invazivnost artificijelnoga u ljudski život, bez obzira kako da je prosuđujemo, jest velik izazov etičkoj refleksiji, koja se neprestano mora sučeljavati s kontinuiranim transformacijama tehničkog svijeta sa stalno novim urgentnostima i problemima u kontekstu etike i etičnosti artificijelnoga, kako je to definirao Hans Jonas (Jonas, 1991, 48).

Razumijevanje binoma prirodno/umjetno, tj. artificijelno, u katoličkom diskursu ne može se reducirati na pojednostavljivanja tipa slogana „prirodno da, umjetno ne“, kako tom diskursu predbacuju neki laički bioetičari u cilju natražnjačkog denunciranja (Bellino, 1993, 134). Maurizio Mori, naprimjer, smatra kako različite pozicije glede odnosa prirodno/umjetno mogu biti svedene na dvije struje: one koje stavljaju naglasak na svetost života, kao što je slučaj s katoličkom (bio)etikom, te na one koje stavljaju naglasak na kvalitetu života, kao u slučaju laičkih etika (Mori, 1989). U prvom slučaju stavlja se naglasak na etičku važnost sakralizirane prirode utoliko ako ju je stvorio Bog, s intrinzičnim redom koji se prema tome mora poštovati. U tom smislu čovjekovi zahvati u život trebaju se ograničiti na ono što pomaže, promiče ili korigira život. Artificijelno u tom smislu čini dio, nikada cjelinu života i odnosa prema njemu. U drugom slučaju, na tragu tranzicijske antropologije briše se razlika između prirodnoga i umjetnoga te se legitimira *in toto* dopuštenost zahvat u ljudski život. Zapravo teži se podređivanju prirode ljudskim željama bez osvrtnja na neko više načelo i izvor dostojanstva života pa cjelokupan ljudski život

biva isključivo pod etičkim kompetencijama čovjeka bez ikakvih heteronomnih datosti ili participirane autonomije katoličkog tipa.

Što se prve pozicije tiče, treba odmah otkloniti neke nesporazume. Kada se govori o načelu svetosti života, ne želi se sakralizirati priroda. To bi bila poganska regresija, dočim biblijska slika svijeta jest slika svijeta kao stvorenoga – svijet je stvoren kao svjetovan. Upravo je prva konzekvencija vjerovanja u stvorenost svijeta od Boga stvoritelja čin demitologiziranja kozmosa i desakraliziranja prirode, žive i nežive, što je već klasična i dobrim dijelom prihvaćena teza Maxa Webera o raščaravanju svijeta (prema: Triggiani, 2008). Jedini svet je Bog, apsolutno transcendentan i apsolutno *Aliud* s obzirom na svijet. Dočim je svijet, utoliko ako Bog nije njegov dio, kao u raznim oblicima poganskih religija, od animizma do panteizma, samim tim „laiciziran“. U biblijskoj viziji, k tomu, ljudsko biće ima posebnu zadaću s obzirom na stvoreno, to jest da, kao stvoren na sliku Stvoritelja, participira na božjem gospodstvu. Riječ je o *dominiumu* koji se ne suprotstavlja, već pretpostavlja *dominium altum* Stvoritelja. Enciklika *Evangelium vitae* takvo stanje naziva čovjekovim participiranim gospodstvom: „Braniti, promicati, častiti i ljubiti život zadaća je koju Bog povjerava svakom čovjeku, pozivajući ga, kao svoju krhku sliku, da sudjeluje u vlasti koju on ima nad svijetom: ‘I blagoslovi ih Bog i reče im: Plodite se i množite i napunite zemlju i sebi je podložite. Vladajte ribama u moru i pticama u zraku i svim živim stvorovima, što puze po zemlji. (Post 1, 28.)’“ (EV, 42).

Enciklika tako, slijedeći biblijski tekst, stavlja naglasak na širinu i dubinu Božjeg gospodstva, koje Bog daruje čovjeku te, polazeći od gospodstva nad zemljom i svim živućim, zaustavlja se na najvažnijem izričaju participiranoga gospodstva, gospodstva nad ljudskim životom, koji se nalazi, jer je stvoren na sliku i priliku Sina, u konstitutivnoj i osobnoj relaciji s Bogom, pa je život stoga svet te, u katoličkom smislu, ne u poganskom, govorimo o svetosti života. Tako u *Evangelium vitae* piše: „Jedno određeno sudjelovanje čovjeka u gospodstvu Božjem pokazuje se i u posebnoj odgovornosti koja mu se povjerava u odnosu upravo na ljudski život. To je odgovornost koja dodiruje svoj vrhunac darivanjem života putem rađanja sa strane muža i žene u braku... Ali osim specifičnog poslanja roditelja, zadaća prihvaćanja i služenja životu tiče se svih i mora se iznad svega pokazati u korist života u uvjetima veće slabosti (EV, 43).

Upravo spomenuta odgovornost prema životu, na poseban način prema životu u „uvjetima veće slabosti“, napose bolesti i raznih oblika trpljenja i nezaštićenosti, čini bit kršćanskog poziva na polju znanosti o životu i zdravlju te legitimira upliv tehničkih intervenata usmjerenih prema poboljšanju situacije bolesnika zbog čega možemo govoriti o *nužnosti artifičijelnoga*. Već se u enciklici *Humanae vitae* govori o kurativnom i usavršujućem karakteru artifičijelnoga za ljudski život: „Crkva je prva koja će preporučiti i pohvaliti zahvat ljudske inteligencije u djelu koje tako izbliza združuje razumno stvorenje s njegovim Stvoriteljem, no istodobno tvrdi kako se takvi zahvati trebaju činiti poštujući red stvoren od Boga“ (HV, 15). Dakle, ako je *téchne* odraz čovjekova razumnog djelovanja koje participira na Božjoj mudrosti – pri čemu čovjek svoje želje i projekcije ne suprotstavlja Božjim, koje su upisane u ljudsku narav – nije samo dopuštena nego i nužna.

S druge strane, scijentizam na paradigmi biomoći – shvaćen u nekim svojim inačicama kao dualizam koji razdvaja somatsku dimenziju čovjeka od spiritualne te ljudsko tijelo promatra mehanicistički kao stroj na kojem se mogu bezgranično nadograđivati artifičijelnosti u svrhu njegova poboljšanja – nije prihvatljiv. Danas se, naime, na toj paradigmi razvija disciplina pod nazivom *antropotehnika* (Sloterdijk, 2010.), koja, plešući na granici nacističke eugenetike, negira bilo kakve prirodne zadanosti u konstrukciji čovjeka. Takav stav, osim što ispražnjuje smislom somatsku dimenziju čovjeka, počiva na opasnoj i krivoj antropologiji. U krajnjoj liniji, od genetike do estetske kirurgije, riječ je o čovjeku *à la carte*. Tako enciklika *Veritatis splendor* upozorava: „Sloboda koja tvrdi da je apsolutna završava tretiranjem ljudskog tijela kao golog podatka, lišenog značenja i moralnih vrijednosti sve dok u to ne uloži svoj projekt. Posljedično, ljudska priroda i tijelo pojavljuju se kao pretpostavke [...] materijalno nužne za izbor slobode, ali izvanjske osobi, subjektu i ljudskom činu. Njihovi dinamizmi ne bi mogli predstavljati referentne točke za moralni izbor, budući da bi svrha tih sklonosti bila samo fizička dobra, koje neki nazivaju predmoralnim“ (VS, 48).

Nasuprot tomu u kršćanskoj viziji čovjek je shvaćen kao *corpore et anima unus*, koji je kao osoba, unatoč svojoj multidimenzionalnosti, jedinstvena stvarnost. Samim tim tijelo nije tek biološki objekt, jer čovjek ne posjeduje tijelo, već je on inkarnirani duh u vremenu i mnogostrukosti relacija. „Prirodne sklonosti (*naturales motus*) dobivaju moralnu relevantnost samo

utoliko ako se odnose na ljudsku osobu i na njezino autentično ostvarenje, koje se s druge strane uvijek i jedino može dogoditi u ljudskoj naravi. Odbacujući manipulacije tjelesnosti koje mijenjaju njezino ljudsko značenje, Crkva služi čovjeku i pokazuje mu put istinske ljubavi u kojoj može pronaći pravoga Boga“ (VS, 50).

Tako u svjetlu kršćanske antropologije postaje jasna i izjava *Donum vitae*, kojoj je svrha upravo „pojasniti i razriješiti moralne probleme koji proizlaze iz artifičijelnih zahvata u život rađajućeg i proces prokreacije“ (DV, 1). Opći kriterij za dopuštenost određene tehnike koji nalazimo u *Donum vitae* kaže kako tehničko sredstvo ne može zamijeniti bračni čin, već se treba prihvatiti samo kao pomoć kako bi taj čin dostigao svoju naravnu svrhu. Stoga se moralna norma temelji na ljudskoj osobi jer je i dobro koje se želi postići *bonum humanum*, u otvorenosti i na putu prema njezinu cjelovitu ostvarenju. Na području prenošenja života esencijalni i neporecivi *bonum humanum* je poštovanje jedinstva između prokreacije i inkarnirane ljubavi supružnika, jedini kontekst dostojan nastanka nove ljudske osobe. Artifičijelne tehnike zamračuju smisao i dostojanstvo prokreacije jer zamjenjuju roditelje/supružnike u tom uzvišenom ljudskom činu, koji se tjelesno izražava tako da se, premda učinkovite pod tehničkim vidom, pod etičkim vidom pokazuju kao dehumanizirajuće. Još je Pio XII. 1949. godine naglašavao kako negativan sud o umjetnoj oplodnji ne isključuje da je „poraba umjetnih sredstava (*moyens artificiels*) namijenjena isključivo za olakšavanje prirodnog čina“ (prema: DV, II. 6).

Tu su pak potrebna neka terminološka pojašnjenja. U znanstvenom jeziku kao i u općem govoru *artifičijelnim*, odnosno *umjetnim*, naziva se svaka ljudska intervencija u ljudsku prokreaciju u jednoj ili više njezinih faza, od uzimanja sjemena preko fertilizacije do prijenosa oplođenog „materijala“. Izraz *artifičijelno* tako je upotrijebljen u širokom značenju kao nevrjednosni sud koji označava ljudski zahvat u normalnom odvijanju prirodnih procesa, pomažući ih ili zamjenjujući, jer se oni pokazuju, zbog nekog motiva, neadekvatnima. S druge strane, u dokumentima Učiteljstva i u mnogim katoličkim manualima i literaturi taj je izraz shvaćen mnogo preciznije: *artifičijelno*, odnosno *umjetno*, označava sve, s nekim tipom tehnike ili tehnologije, konvencionalne ili inovativne, što je supstitucija za prirodno). Pritom se prirodno ne uzima u fizikalističkom ili biologističkom smislu, već personalističkom, kao cjelina stvarnosti i dinamizama koji suutječu pri strukturiranju osobe u njezinoj tjelesnoj i duhovnoj višedimenzionalnosti.

Kada se Crkva u tom smislu suprotstavlja tehnikama umjetne oplodnje, ne propisuje nikakvu tehniku koja olakšava ili dopušta aktualiziranje plodnosti, nego se tek referira na one tehnike koje odvajaju prokreaciju od cjelovita ljudskog konteksta i bračnog čina. Dakle, kriterij za (ne)prihvatljivost bilo kojeg tehničkog sredstva u tom procesu formuliran je već u svojoj biti, kako spomenusmo, 1949. godine, kada je Pio XII. na Četvrtom kongresu katoličkih liječnika ustvrdio, a kasnije je to preuzeto i u *Donum vitae*, kako tehničko sredstvo ne može zamijeniti bračni čin, nego se treba uporabiti kao olakšanje ili pomoć kako bi bračni čin postigao svoju naravnu svrhu.

U tom smislu korisno je upozoriti na sljedeće veoma važno terminološko razlikovanje, na koje upozorava Adriano Bompiani, koji predlaže da se govori o „tehnički potpomognutoj reprodukciji, gdje se poduzimaju radnje za provedbu prirodnih događaja, i tehnikama umjetne reprodukcije, gdje ljudsko djelovanje zamjenjuju vremena(koja se ne mogu pojaviti u prirodnom procesu ili se dobrovoljno prihvaća postupak umjetne oplodnje, čak i ako klinički nije potreban“ (Bompiani, 1995, 147).

Ta semantička diskrepancija uzrokovala je mnogo konfuzija oko stvarnih pozicija Katoličke crkve na temu prokreacije. Stoga, nadilazeći rečenu diskrepanciju i konfuzije, možemo reći kako je, u kontekstu katoličke etike artifičijelnoga, nužno razlikovati *dopuštenu artifičijelnost* i sukladne tehničke zahvate koji poštuju istinu, onako kako je Crkva shvaća, i dostojanstvo čovjeka, te *nedopuštenu artifičijelnost*, koja, prema katoličkom stajalištu, manipulira i otuđuje čovjeka. Kada se, naime, raskine linija koja spaja prokreaciju i inkarniranu ljubav supružnika, kada tehnika stane između tih poveznica, zalazi se, prema crkvenom Učiteljstvu, u područje nedopuštene artifičijelnosti, gdje gola biomoć ide protiv cjelovite istine o čovjeku.

ZAKLJUČAK: Sinteza odnosa etičkoga i tehničkoga u kontekstu prokreacije na temelju dokumenta *Donum vitae* (DV I. 5 – 6)

Dva su ključna problema prema kojima je Učiteljstvo u kontekstu umjetne prokreacije zauzelo jasan stav. Prvi je problem korištenja embrija dobivenih *in vitro* oplodnjom u istraživačke svrhe. Drugi je problem manipulacije zamećima u kontekstu ljudske reprodukcije s tendencijom dehumanizacije.

Što se prvog problema tiče, Učiteljstvo smatra da su ljudski embriji dobiveni *in vitro* ljudska bića i subjekti prava: njihovo dostojanstvo i pravo na život moraju se poštovati od prvog trenutka njihova postojanja. Nemoralno je proizvoditi ljudske embrije namijenjene iskorištavanju kao raspoloživom „biološkom materijalu“. U uobičajenoj praksi *in vitro* oplodnje ne prenose se svi embriji u tijelo žene, nego se neki uništavaju. Osim što osuđuje nametnuti pobačaj, Crkva također zabranjuje pokušaje ubojstva tih ljudskih bića. Neophodno je osuditi posebnu težinu dobrovoljnog uništavanja ljudskih embrija dobivenih *in vitro* jedino u svrhu istraživanja i za umjetnu oplodnju. Čineći to, znanstvenik zauzima mjesto Boga, on se čini gospodarom sudbine drugih jer samovoljno bira koga će pustiti u životu, a koga poslati u smrt i potiskuje ljudska bića bez obrane. Metode promatranja ili eksperimentiranja, koje uzrokuju štetu ili nameću ozbiljne i nerazmjerne rizike embrijima dobivenim *in vitro*, moralno su nedopuštene iz istih razloga. Svako ljudsko biće mora biti poštovano samo za sebe i ne može se svesti na čistu i jednostavnu instrumentalnu vrijednost za dobrobit drugih. Stoga nije moralno ljudske embrije dobivene *in vitro* namjerno izlagati smrti. Kao posljedica činjenice da su proizvedeni *in vitro*, oni embriji koji nisu preneseni u majčino tijelo i nazvani „prekobrojnim“, ostaju izloženi apsurdnoj sudbini (DV, I. 5).

Što se drugoga problema tiče, prema Učiteljstvu, tehnike *in vitro* oplodnje mogu otvoriti mogućnost ostalim oblicima biološke ili genetske manipulacije ljudskim embrijima, kao što su pokušaji ili projekti oplodnje između ljudskih i životinjskih gameta i gestacija ljudskih embrija u maternici životinja kao i izgradnja umjetne maternice za ljudski embrij. Ti su postupci protivni dostojanstvu ljudskog bića svojstvenom zametku i ujedno štete pravu svake osobe da bude začeta i rođena u braku i iz braka, smatra Učiteljstvo. Čak i pokušaje ili hipoteze usmjerene na dobivanje ljudskog bića bez ikakve veze sa spolnošću pomoću raznih tehnika kloniranja ili partenogeneze treba smatrati protivnima moralu jer su u suprotnosti s dostojanstvom ljudskog rađanja i bračne zajednice. I zamrzavanje embrija, čak i ako se provodi kako bi se osiguralo očuvanje embrija u životu, predstavlja prekršaj poštovanja ljudskog bića. Također su izloženi ozbiljnim rizicima oštećenja njihova tjelesnog integriteta, lišava ih se, barem i privremeno, majčinskog prihvaćanja i trudnoće te ih se stavlja u situaciju podložnu daljnjim manipulacijama (DV, I. 6) Neki pokušaji interveniranja na kromosomsko ili genetsko naslijeđe nisu terapijski, već im je

cilj proizvodnja ljudskih bića odabranih prema spolu ili drugim unaprijed utvrđenim kvalitetama. Te su manipulacije protivne osobnom dostojanstvu čovjeka, pravu na vlastiti integritet i identitet. Stoga se, bez obzira na bilo kakve korisne posljedice za buduće čovječanstvo, ni na koji način ne mogu opravdati.

Bez obzira na sve perpleksnosti koje nosi napredak biomedicinskih znanosti, nastale su i nedvojbene dobrobiti u podizanju kvalitete ljudskog života od začeca do smrti. Unatoč tomu, kao i svaka moć, tako i biomoć treba imati ograničenja kako od čovjeka ne bi napravila sredstvo, već svrhu. U tom smislu etički stavovi Katoličke crkve o toj temi mogu pridonijeti ne zauzdavanju znanstvenih istraživanja, već njihovu usmjeravanju na dobro integralno shvaćene ljudske osobe, posebno u procesu prokreacije, gdje su moguće razne manipulacije ljudskim životom od samog njegova začeca.

Literatura

Izvori (dokumenti Učiteljstva)

CONGREGAZIONE PER LA DOTTRINA DELLA FEDE (1987): *Donum vitae*; Città del Vaticano.

GIOVANNI PAOLO II (1995): *Evangelium vitae*; Città del Vaticano.

GIOVANNI PAOLO II (1993): *Veritatis splendor*; Città del Vaticano.

PAOLO VI (1968): *Humanae vitae*; Città del Vaticano.

Pomoćna literatura

Bellino, F. (1993). *I fondamenti della bioetica. Aspetti antropologici, ontologici e morali*. Roma: Città Nuova.

Bompiani, A. (1995). *Bioetica dalla parte dei deboli*. Bologna: Dehoniane.

Bubalo, I. (1984). *Kantova etika i odgovornost za svijet*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost.

Galimberti, U. (2002). *La lampada di psiche*. Milano: Feltrinelli.

Gehlen, A. (1986). *Urmensch und Spätkultur*. Wiesbaden: AULA-Verlag.

Heidegger, M. (1996). Pitanje o tehnici, u: *Kraj filozofije i zadaća mišljenja*. Zagreb: Naprijed.

- Jonas, H. (1984). *Das Prinzip Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Jonas, H. (1991). *Dalla fede antica all'uomo tecnologico*. Bologna: Il Mulino.
- Mori, M. (1989). Il filosofo e l'etica della vita, u: di Meo, A. – Mancina C. (ur.), *Bioetica (96 – 134)*. Roma – Bari: Laterza.
- Plessner, H. (1994). *Conditio humana*. Zagreb: Globus.
- Rabinow, P. – Rose, N. (2006). „Biopower Today“, u: *BioSocieties*, 1(6), 195-(217).
- Scheler, M. (1996). *Ideja čovjeka i antropologija*. Zagreb: Globus.
- Serres, M. (2009). Samo nas ljubav spašava, u: Barloewen, C (ur.), *Knjiga znanja (471 – 482)*. Zagreb: Meandar Media.
- Sloterdijk, P. (2010). *Devi cambiare la tua vita. Sull'antropotecnica*. Milano: Raffaello Cortina.
- Triggiano, D. (2008). *Introduzione a Max Weber*. Roma: Meltemi.

ETHICS OF THE ARTIFICIAL. BIOPOWER AND ARTIFICIAL PROCREATION FROM THE CATHOLIC POINT OF VIEW

Abstract

The purpose of this article is assessment of relations between the ethical and the technical in the context of bio-power. More specifically, the article addresses influence of the technical on human biological life in the context of procreation, and even other ways of impact of the technical and the artificial on humanity, with the emphasis on what is acceptable and what is dubious. Based on comparative methodology, encountering that which is technologically and scientifically possible with that which is ethically acceptable, all based on the Catholic Church Magisterium, the question of bio-power's limits in the context of Anthropotechnic has been addressed. Furthermore, this paper addressed a changing nature of ethics in an age of immense technological advancement. Also discussed is aposteriority and inferiority of the ethical compared to the technical, inasmuch as it is difficult to justify moral neutrality of the technical since, in the questions of man, nature and technics, that relation changed in the sense of altering purpose and means (Heidegger's dilemma: is hydroelectric power-plant on the Rhine river, or is the Rhine river on the hydroelectric power-plant?). The issue of bio-power has been evaluated based on the example of procreation, with the same evaluation observed from the aspect of the Catholic Church documents regarding the bioethical themes. In the concluding remarks, contribution of the Magistrate's documents has been applied to the dispute of regulating bio-ethical scientific power and its misuse incompatible with ethics and human dignity.

Keywords: ethics, technique, biopower, Magisterium, procreation

*Marta Borić Cvenić*¹⁰¹*Igor Mavrin*¹⁰²*Matea Mamuzić*¹⁰³

MOĆ MRAČNOG TURIZMA U DESTINACIJSKOM MENADŽMENTU – NACIONALNE, EUROPSKE I GLOBALNE PERSPEKTIVE

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/BUWY2628>

Sažetak

Mračni turizam kao specifična niša kulturnog turizma postavlja izazove pred donositeljima odluka o upravljanju destinacijom te zahtijeva uspješno balansiranje između komercijalnih i komemorativnih aspekata, uz snažno uvažavanje etičke perspektive. S druge strane, mračni je turizam snažan i moćan alat za privlačenje specijaliziranih grupa posjetitelja, s raznolikom motivacijom za posjećivanje tog tipa lokaliteta. Razvoj digitalnih platformi i društvenih medija u velikoj je mjeri izmijenio način komunikacije turističkih lokaliteta što se odrazilo i na destinacije mračnog turizma. Posjetitelji su postali (su)kreatori slike o destinacijama mračnog turizma u javnosti, često i uz zanemarivanje etičkog aspekta samih lokaliteta. Promjene perspektive i razvoj specifične turističke niše, koja svoju atraktivnost crpi iz mračnih aspekata povijesti, primarno ratova i prirodnih katastrofa, dale su alat za bolje destinacijsko pozicioniranje gradova i regija kojima turizam donedavno nije bio primaran fokus. Rad donosi teorijski pregled aspekata mračnog turizma te analizira u kojoj su mjeri ispitanici upoznati s fenomenom mračnog turizma, uz naglasak na komunikacijske aspekte. Metode koje su upotrijebljene pri pisanju rada jesu: analiza, sinteza, desk-istraživanje, analiza sadržaja, komparacija, analize studija slučaja te anketni upitnik. Rezultati istraživanja primijenit će se na kreiranje teorijskog modela uspješne destinacije mračnog turizma u digitalnoj eri, kao potencijal za preporuke za daljnja istraživanja i interpretacije u cilju ekonomske održivosti destinacija mračnog turizma.

Ključne riječi: destinacijski menadžment i marketing, digitalne platforme, ekonomija slobodnog vremena, etika, mračni turizam

101 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, marta.boric5@gmail.com

102 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, imavrin@gmail.com

103 Diplomantica Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku mamuzicmatea@gmail.com

Uvod

Kroz povijest su se mijenjali razni oblici selektivnog turizma poput agroturizma, kulturnog turizma, sportskog turizma i slično, a posljednjih godina sve više do izražaja dolazi mračni turizam. Iako potječe još iz srednjeg vijeka kada su ljudi dolazili gledati borbe gladijatora u Rimskom Carstvu, hodočašća na svetištima, kao i javne smrtne kazne, poznat je postao tek tijekom 21. stoljeća. Smatra se da su John Lennon i Malcolm Foley u knjizi *Mračni turizam: Atrakcija smrti i katastrofa* (Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster) bili prvi koji su definirali pojam mračni turizam kroz fascinaciju za ubojstvom američkog predsjednika J. F. Kennedyja. „Pod pojmom mračni turizam podrazumijevamo putovanje ili privremeni boravak osoba u destinaciji ili na nekom lokalitetu koji su obilježeni ljudskim stradavanjima u povijesti, na kojima su se odvijali ratni sukobi, dogodile prirodne ili ljudskom greškom nastale katastrofe, odnosno na kojima su stradale poznate ličnosti.“ (Jaman, 2020, 24) Europa se zbog brojnih ratova iz prošlosti, kao i slavljenja mrtvih, smatra modelom mračnog turizma. Prvi izlet s vodičem za ovakvu vrstu turizma bilo je putovanje vlakom u Cornwallu 1838. godine, u kojem se išlo gledati vješanje dvojice ubojica. Samo vješanje moglo se promatrati sa željezničke stanice iz otvorenih vagona. Zvuči nevjerojatno da je ljudska potreba za odmorom od briga i posla dovela do potraženje za obilaskom mjesta gdje su se dogodili ratovi ili katastrofe, odnosno mjesta na kojima su se ugasili mnogi životi.

Teorijski okvir o mračnom turizmu

U ovo moderno vrijeme, moderni turisti su više znatiželjni i više žele učiti o povijesti. Zapravo, oni žele vidjeti da bi mogli shvatiti što se dogodilo i na kraju krajeva i povjerovati u to. „Mračni turizam“ u raznim literaturama označava se različitim terminima kao što su: „Turizam crnih točaka“ (black spots tourism), „tanatoturizam“ (thanatourism), „morbidni turizam“ (morbid tourism), „turizam žalosti“ (grief tourism) i „mračni turizam“ (dark tourism).“ (Bažulić, 2015, 3) Važno je napomenuti da se proučavanje ovoga pojma nije zadržalo samo na istraživanjima ili analizama, već je 2005. godine potaknulo osnivanje znanstvenog Instituta za istraživanje mračnog turizma na Sveučilištu Središnjeg Lanchashirea (University

of Central Lancashire) u Ujedinjenom Kraljevstvu (UK). Lennon i Foley su prvi upotrijebili pojam mračnoga turizma koji su ga opisali kao fenomen koji uključuje posjet mjestima kao što su mjesta ubojstava i mjesta prirodnih katastrofa, smrti i ljudske katastrofe. (Lennon, Foley, 1996) Cohen (2011) ističe da je mračni turizam često povezan s identitetom ili nasljeđem turista; primjerice, afro-američki turizam obuhvaća sva mjesta gdje se trgovalo robovima, ili pak turizam na bojištima koji obuhvaća i ratne spomenike koji podsjećaju na mjesta gdje su se nečiji rođaci borili. Tarlow (2005) definira mračni turizam kao posjete mjestima gdje su se dogodila određena povijesna razaranja, a koja na neki način i dan danas imaju utjecaj na naše živote. Dok Seaton (1999) sugerira da posjećivanje destinacija mračnoga turizma nije samo rubni oblik te vrste turizma, već je to raširena i staro utvrđena motivacija kod ljudi iako se tijekom povijesti o ovoj vrsti motivacije nije pridavala tolika pozornost.

Mračni turizam može se podijeliti u tzv. „četiri nijanse“. Prva nijansa nosi naziv „crni turizam“ koji predstavlja najmorbidniji oblik turizma, u kojem su ljudi fascinirani smrću i katastrofama, a na njihovu fascinaciju reagira ponuda koja je posebno kreirana da bi zadovoljila njihove potrebe i ostvarila profit. Druga nijansa nosi naziv „blijedi turizam“ koji predstavlja oblik turizma u kojem su turisti minimalno zainteresirani za temu smrti i stradanja, nego posjećuju slučajna mjesta mračnoga turizma, poput groba slavne osobe. Treća nijansa nosi naziv „siva turistička potražnja“ u kojoj su turisti fascinirani temom smrti, ali posjećuju slučajna mjesta mračnoga turizma. Četvrta nijansa nosi naziv „siva turistička ponuda“ koja podrazumijeva mjesta koja eksploatiraju temu smrti, ali privlače turiste s minimalnim zanimanjem za tu temu, poput muzeja. Prema ovakvom nijansiranju mračnog turističkog proizvoda može se oblikovati sedam izvora ponude mračnih turističkih atrakcija, od najsvjetlijih do najtamnijih tematika. Prvi izvor ponude predstavljaju mračni tematski parkovi u kojima se na zabavan način pokušavaju utjeloviti mistične priče velikih gradova. Drugi izvor ponude predstavljaju izložbe mračne tematike koje nude ozbiljniju tematiku prikaza smrti ili tragedija na eksplicitan način, uglavnom izvan autentičnog mjesta događaja. Treći izvor ponude predstavljaju tamnice i kaznionice koje predstavljaju jezovita mjesta u kojima posjetitelji na neposredan način mogu vidjeti načine egzekucije i mučenja raznih prijestupnika. Četvrti izvor ponude predstavljaju groblja i počivališta koja zahtijevaju poštovanje i mir, a turiste privlače svojom arhitekturom, znamenitošću

i poviješću. Peti izvor ponude predstavljaju posvećena mjesta pod koja spadaju lokaliteti i objekti vjerskog odnosa prema mrtvima. Šesti izvor ponude predstavljaju poprišta velikih sukoba u koja spadaju lokaliteti koji su obilježeni ratnim stradanjima, a izgrađeni su za veliki broj posjetitelja. Posljednji, sedmi izvor ponude, predstavljaju koncentracijski logori pod koje spadaju povijesna mjesta i objekti građeni za svrhu masovnog ubijanja ljudi, a prikazuju interpretacije smrti kroz izložbe „Peter Tarlow istaknuo je da postoje četiri osnovne emocije koje su usko povezane s „mračnim turizmom“, a to su: nesigurnost, zahvalnost, poniznost i superiornost. Posjeta određene „mračne“ atrakcije može izazvati više osjećaja i doživjeti se na različite načine.“ (Bažulić, 2015, 6) Dakle, dok neki mogu kontrolirati svoje emocije prilikom posjeta ovakve vrste turizma, neki ih posjećuju vidno potreseni. S obzirom na to da se smrt smatra dijelom života, njeno pretvaranje u turističke ponude je istovremeno prihvatljivo i kontroverzno. Mračni je turizam vrlo emocionalan, kompleksan i smatra se moralnim fenomenom, a korist od njegova istraživanja leži u onome što on može otkriti. „Komercijalizacija u mračnom turizmu ima tri dimenzije. Prva dimenzija se odnosi na to treba li dozvoliti bilo kakve financijske transakcije ili takva mjesta moraju ostati ne komercijalizirana. Druga dimenzija postavlja pitanje tko bi zapravo trebao steći korist ako je određeni stupanj komercijalizacije dozvoljen, dok treća dimenzija postavlja pitanje na koji način se mogu postići određeni profiti, a da se pritom ne narušava dignitet svega što takva mjesta predstavljaju.“ (Jaman, 2020, 36) Zanimljiva informacija je da se u skorije vrijeme javlja interes i za grobnim turizmom koji spada pod jednu od kategorija mračnog turizma. Smatra se da su tri najpopularnija grobna mjesta na svijetu ona gdje su sahranjeni pjevači Elvis Presley i Marilyn Monroe te princeza Diana.

Destinacijski menadžment i marketing mračnog turizma

Fenomen mračnog turizma privukao je značajnu pozornost medija čestim novinarskim izvještajima usredotočenim uglavnom na etička i moralna pitanja. Mediji mogu dosegnuti različite segmente publike i mogu utjecati na vrstu posjetitelja koje web mjesto može naknadno privući, ali to je izvan kontrole upravitelja web mjesta kada njihovu web lokaciju i temu prikazuju vanjska tijela. Marketing se definira kao proces upravljanja odgovoran za identifikaciju, predviđanje i zadovoljavanje zahtjeva kupaca

na profitabilan način. Vrlo se malo zna o odnosu između marketinga i mračnog turizma, odnosno, vrstama poduzetih marketinških aktivnosti i izazova povezanih s marketingom i promocijom mračnih turističkih mjesta i atrakcija. Inovacije se u kontekstu mračnoga turizma smatraju vrlo spornim u usporedbi s drugim turističkim podsektorima jer se smatra kako nužno imaju veće rizike zbog etičkih i moralnih tjeskoba koje okružuju prirodu mračnog turizma. Ovo se posebno odnosi na tumačenja osjetljivog usred zabrinutosti oko komercijalnog „pakiranja“ smrti. Mračni turizam, kao zapakirani proizvod za komercijalno okruženje, također se može promatrati kao značajna inovacija. Korisnici nisu pasivni primatelji, nego su često ispred tržišta u smislu potreba za inovacijama. To postavlja pitanje u vezi s inovacijskim potrebama za mračni turizam. Na primjer, trebaju li se menadžeri pozabaviti zabavom kao motivom mračnog turizma, u usporedbi sa memorijalizacijom? Štoviše, treba razmotriti mogu li se i kako te potrebe postaviti za inovacije mračnog turizma. Kada se stavi u mračni kontekst turizma, marketing se smatra posebno spornim jer komercijalni pothvati poput maloprodaje izazivaju snažne reakcije, osobito u medijima. Na primjer, Muzej 11. rujna kritiziran je zbog prodaje suvenira na mjestu gdje žrtve još uvijek leže. Vidljivo je da predmeti poput šalica, kapa i majica banaliziraju teroristički napad pa su obitelji žrtava suvenirnicu teretili za „grubi komercijalizam“. Zbog toga je Muzej tada bio prisiljen ukloniti predmete iz suvenirnice. Dapače, turizam kao oblik potrošnje može biti kulturno smislen dopuštajući angažman u vizualnoj i materijalnoj kulturi tragičnih događaja. Kao što je prethodno istaknuto, zaposlenici i menadžment igraju bitnu ulogu, posebno tijekom iskustva, gdje vodiči mogu pomoći u upitima i pomoći u odvratanju posjetitelja od potencijalnih negativnih odgovora pružanjem informacija i obrazloženjem odluka o prikazivanju osjetljivih materijala. Dizajn je važan čimbenik unutar tamnih turističkih mjesta i atrakcija, a aspekti dizajna se stoga koriste za pomoć pri utvrđivanju i jačanju robne marke gdje se može koristiti za povećanje vrijednosti iskustva. Ovaj aspekt dizajna u mračnoj turističkoj organizaciji ima sličnosti s „dizajnerskim hotelima“, gdje se atmosfera koristila kao alat za poboljšanje organizacije. Materijali koji se koriste za unutarnja izlaganja, uglavnom se sastoje od stakla i posebne rasvjete, kako bi poboljšali eksponate i artefakte. Širok raspon komunikacijskih alata i tehnika koje se koriste za prijenos poruka i sadržaja obuhvatio je sve mračne turističke prostore uključujući: izložbe i artefakte, galerije,

događaje i izložbe i slično, kako u stvarnom vremenu, tako i u virtualnim postavkama. Većina menadžera na mogućnost ponovnog prepričavanja i ponovnog stvaranja značajnih povijesnih događaja ili priča gleda kao na ključnu marketinšku priliku. Stoga vode računa o izbjegavanju cenzuriranja detalja ili razrjeđivanja poruka, prepoznajući tako afektivnu komponentu mračnog turizma. Uglavnom se odabiru digitalne platforme kao preferirani komunikacijski kanal za prijenos poruka između dobavljača i potrošača. Konkretno, platforme društvenih medija uvelike su korištene za poticanje različitih razina angažmana s posjetiteljima. Velika je prednost digitalnih tehnologija u tome što mogu djelovati i kao prijenosnici drugih vrsta inovacija, poput inovacija proizvoda. Menadžeri koji zagovaraju digitalnu tehnologiju smatraju virtualna iskustva značajnim budućim trendom u marketingu vezanim uz turizam. Priznaju činjenicu da ne mogu svi doći pa pokušavaju stvoriti iskustvo za ljude koji su iz drugih zemalja, a žele posjetiti određenu atrakciju. S druge strane, neki menadžeri upućuju na marketinške aktivnosti poduzete na radijskim postajama ili tiskovinama te važnost osobnog predstavljanja robne marke. Smatraju da su tradicionalne aktivnosti odnosa s javnošću i medijima učinkovita komponenta marketinga i marketinškog miksa te da su još uvijek relevantne u današnjem digitalnom okruženju.

Nacionalne, europske i globalne perspektive mračnog turizma – analize odabranih studija slučaja

U narednim potpoglavljima će se predstaviti odabrane studije slučaja i to nacionalne, europske i globalne perspektive mračnog turizma. Primjera mračnoga turizma ima relativno puno, no ovdje su odabrani samo oni za koje su autori smatrali da su najposjećeniji i najpoznatiji.

Nacionalna perspektiva mračnog turizma – Vukovar i vukovarski nokturmo

Kada se spomene mračni turizam u Republici Hrvatskoj, obično je prva asocijacija Vukovar zbog Domovinskog rata koji je predstavljao obrambeni rat za neovisnost hrvatske države protiv agresije udruženih velikosrpskih snaga iz Hrvatske, Srbije i Crne Gore. Često se uz spomen Vukovara veže

i pojam „Vukovarski noćturno“ koji obuhvaća niz lokaliteta povezanih upravo s mračnim turizmom odnosno ostavštinom Domovinskog rata.

„Vukovarski noćturno“ sastoji se od sedam lokaliteta: Memorijalno groblje žrtava iz Domovinskog rata, Memorijalni centar u vojarni, Spomen dom Ovčara i masovne grobnice, Spomen dom na Trpinjskoj cesti, Spomen-mjesto ratne bolnice, Kameni križ na ušću Vuke u Dunav te Vodotoranj.

Memorijalno groblje žrtava iz Domovinskog rata nastalo je 1998. godine otkrićem najveće masovne grobnice, a završetkom mirne reintegracije odande je ekshumirano 938 tijela. Podijeljeno je na aleje u kojima su vječni pokoj pronašli brojni branitelji i žrtve, a na mjestu masovne grobnice nalazi se 938 bijelih mramornih križeva. Svaki označava jednu žrtvu, a dva su križa posebno izdvojena i predstavljaju najmlađu (od svega šest mjeseci) i najstariju žrtvu (ženu od 82 godine). U središnjem dijelu groblja od 5. kolovoza 2000. godine postavljen je spomenik autorice Đurđe Ostoje. Izrađen je od bronce u visini od četiri metra, a u njegovoj se sredini nalazi zračni križ i vječni plamen.

Memorijalni centar u vojarni je javna ustanova koja povezuje sve memorijalne objekte u Vukovaru i njegovoj okolici. Sama ustanova upravlja objektima, skuplja artefakte i održava ih. Smješten je u prostorima bivše vojarne 204. vukovarske brigade.

Spomen dom Ovčara i masovne grobnice nalaze se udaljeni nekoliko kilometara od Vukovara. Nekadašnji hangar koji je služio za poljoprivredne mehanizacije, pretvoren je u logor za nesrpsko stanovništvo, a dovedeno ih je preko 250 iz vukovarske bolnice. Nakon što su dovedeni u hangar, bile bi im oduzete stvari i krenule bi torture, a oni koji bi to preživjeli u noćnim su satima vođeni kilometar od hangara gdje bi ih čekala iskopana jama. Tamo bi bili upucani i zakopani bez ikakvih obilježja. Danas hangar sadrži slike, imena i stvari civila i branitelja koji su tamo bili zatočeni i ubijeni, a mogu se kupiti i brojni suveniri poput Vodotoranja, Vučedolske golubice, križeva i slično.

Spomen dom na Trpinjskoj cesti nalazi se u Borovu naselju, a zgrada je napravljena u obliku stisnute šake koja simbolizira snagu Vukovara. U sredini je ponor s kupolom uništenog tenka bivše JNA, a oko kupole su ispisana imena poginulih pripadnika 204. vukovarske brigade. U zidove je ugrađeno 12 ekrana koji prikazuju videosnimke i fotografije ratnih

događanja. Ispred doma nalazi se tenk kao znak sile te bista Blage Zadre, junaka grada Vukovara koji se borio i vodio branitelje upravo u ovom dijelu Vukovara.

Spomen-mjesto ratne bolnice gradska je bolnica koja je tijekom rata pretvorena u vojnu bolnicu, a nakon njega obnovljena i rekonstruirana živote medicinskog osoblja i ranjenika. Figure ljudi izgrađene su od gipsa, a posjetitelji mogu vidjeti i multimedijalni prikaz ratnih zbivanja unutar bolnice tijekom 1991. godine

Kameni križ na ušću Vuke u Dunav podignut je 1998. godine od strane pulskog kipara Šime Vidulina u čast svim poginulim braniteljima za slobodu Hrvatske. Visine je 9.5 metara i težine čak 40 tona, a na njemu su glagoljicom uklesani stihovi Frana Krste Frankopana: „Navik on živi ki zgine pošteno“.

Vukovarski vodotoranj izgrađen je 1968. godine, a predstavlja simbol neovisnosti, otpora i pobjede. Krajem listopada 2020. godine, obnovljen je za posjetitelje, ali ostavljen je originalni izgled iz 1991. godine. „Posjet obnovljenom i preuređenom Vodotoranju oko kojega se nalazi memorijalno područje, započinje memorijalnim stubama kojima se penje do memorijalne sobe iz koje se memorijalnom stazom uspinje do vidikovca, a sama staza simbolizira teški uspon Republike Hrvatske u borbi za slobodu i neovisnost. Na vidikovcu, pokraj jarbola s hrvatskim državnim stijegom postavljene su stope pokojnih vukovarskih branitelja s Mitnice Ivana Ivanike i Hrvoja Đalte koji su podizali zastavu na Vodotoranju svaki put kada bi ona za vrijeme napada na Vukovar bila srušena.“ (Slobodna Dalmacija – Završena obnova vukovarskog Vodotoranja, zbog koronavirusa večerašnje svečano otvorenje bez prisutnosti građana). Ratni turizam se u gradu Vukovaru znatno povećao 2019. godine na preko 150 000 posjetitelja, no opao je tijekom 2020. godine zbog pojave Covid-19 virusa. Povoljno poslovno okruženje može se stvoriti suradnjom državnih institucija, privatnog sektora i visokoškolskog sustava prema principu trostrukog spiralnog modela koji bi pomogao županijskom turizmu da stekne konkurentsku prednost.

Drvenkar, Banožić i Živić (2015) smatraju kako je mračni turizam relativno nov pojam u hrvatskim akademskim krugovima, vjerojatno i zbog činjenice jer se ratna priča osjeti i u hrvatskoj stvarnosti. Istoimeni autori

su postavili tri strateška izazova kada se govori o mračnom turizmu u Hrvatskoj, s posebnim naglaskom na Vukovar:

„Izazov 1.: razviti skup standarda memorijalnog turizma kako bi se povećala svijest javnosti o važnosti ovoga tipa turizma za regionalni razvoj.

Izazov 2.: razviti teoriju mračnog turizma za regionalne marketinške primjene.

Izazov 3.: razviti sinergijski pristup triple helix modelu s naglaskom na regionalne društvene, političke, i ekonomske promjene.“ (Drvenkar, Banožić, Živić, 2015, 72)

Europska perspektiva mračnog turizma – Auschwitz

Auschwitz je najveći sabirni i radni logor Trećeg Carstva. On se nalazi u Poljskoj, blizu grada Oświęcimima, koji na njemačkom znači Auschwitz. Kako se rat počeo širiti, krenula je i gradnja koncentracijskog logora. Sami kompleks logora sastojao se od tri dijela, a to su: Auschwitz I. (predstavljao je administrativni kamp), Auschwitz II. (predstavljao je kamp za istrebljivanje) i Auschwitz III. (predstavljao je radnički kamp). Uz to, tu je bilo još 45 satelitskih logora. Ulaz u Auschwitz I i dan danas je označen znakom „Arbeit macht frei“ (“Rad oslobađa“).

Logori su prvobitno bili namijenjeni za utamničenje Poljaka, a kasnije se krenulo sa „pročišćivanjem arijevske rase“ pa su utamničili Židove i Rome. Na popisu žrtava našli su se i: Poljaci, Česi, Jugoslaveni, Francuzi, politički zatvorenici, homoseksualci, invalidi, mentalno zaostali itd. Prvo su zatvorenike ubijali strijeljanjem, a onda su smislili „humaniji“ način za istrebljivanje i pokrenuli plinske komore s Ciklonom B. S obzirom na dobru prometnu povezanost, dovodili su zatvorenike u teretnim i stočnim vlakovima iz cijele Europe. „Često su putovali danima u prenapučenim vagonima bez vode, hrane ili toaleta. Preživjeli logoraši pričaju kako su ponekad u vagonima bile kante za nuždu koje su se na ponekim stajalištima praznile i onda se u njima donosila voda za piće.“ (Bažulić, 2015, 27)

Neki od poljskih časnika i kurira su dostavljali izvještaje iz logora i informirali tadašnjeg američkog predsjednika Franklina D. Roosevelta o tome što se događa, ali svi su izvještaji ostali bez reakcija. Zatvorenici su oslobođenje doživjeli 27.01.1945. godine, a 1947. je zapovjednik muškog logora Rudolf Höß obješen ispred ulaza u Auschwitz I., odnosno

administrativnog kampa. Godine 1990. doktor Franciszek Piper procijenio je da je pod vodstvom Hößla u okviru tzv. „Intelligenzaktion“ ubijeno oko 1,1 milijun ljudi. Zbog toga je ovo mjesto postalo simbol genocida, terora i Holokausta, a svake godine se povećava broj turista i preživjelih logoraša iz cijeloga svijeta koji dolaze odati počast nevinim žrtvama. Unatoč tome, najveća posvećenost je ipak u nekadašnjim kampovima, odnosno logorima, koji su pokrenuli i modernizirali „smrtnu industriju“. Stoga, može se zaključiti da Auschwitz s pravom spada u najmračniji spektar mračnog turizma. Pristup je moguć u čitavom kompleksu pa tako i unutrašnjosti koliba, a posjetitelje najviše šokiraju mase kose i noktiju žrtava koje se još uvijek tamo nalaze. „Rijetko koje mjesto na svijetu može u čovjeku pobuditi toliku emociju kao što to može Auschwitz, najveći koncentracijski logor nacističke Njemačke. Ljudi vam govore o svojim iskustvima koja steknu prilikom posjeta tom koncentracijskom logoru, no sve što vam ljudi prenesu pomnožite sa sto, piše Saša Vugrinec o svojem iskustvu u Auschwitzu, podsjetniku na sve zločine počinjene prije i za vrijeme Drugog svjetskog rata.“ (Pun kufer – Mračni turizam: Jezive atrakcije diljem svijeta koje lede krv u žilama).

Globalna perspektiva mračnog turizma – Alcatraz

Alcatraz je otok koji se nalazi u zaljevu San Francisca u Kaliforniji, a poznat je i po nadimku „The Rock“, odnosno kamen, stijena. Ovaj je otok otkriven 1775. godine od strane španjolskih istraživača i od tada je imao mnoge primjene, no ipak je najpoznatiji po tome što je na njemu izgrađen „najčuvaniji i najstroži“ zatvor u Americi. Godine 1898., Alcatraz je postao vojni zatvor u koji se smještalo brojne ubojice, kradljivce i silovatelje, a od 1. srpnja 1934. godine službeno je otvoren i počelo se dovoditi i civilne zatvorenike. Imali su samo osnovne stvari potrebne za život, poput hrane, vode i tuša, ali i to im je često bilo uskraćivano. O tome koliko je Alcatraz predstavljao najveći nemir za zatvorenike svjedoči citat koji glasi: „Ukoliko prekršite pravila idete u zatvor, a ukoliko prekršite pravila zatvora idete u Alcatraz.“ (Putuj sigurno – Mračni turizam – šta, zašto, kako i gdje?). „Nakon što bi se osjetilo da zatvorenik više ne predstavlja prijetnju i da bi mogao slijediti pravila (obično nakon 5 godina na Alcatrazu), mogao bi biti prebačen u drugi savezni zatvor kako bi okončao svoju kaznu i bio oslobođen.“ (Šerić, 2017, 32) „Najpoznatiji zatvorenici koji su izdržavali svoje kazne u Alcatrazu bili su svakako: George „Machine Gun“ Kelly,

Robert Stroud poznat po nadimku *The Birdman of Alcatraz* prema kojemu je snimljen i film, Alvin Karpis te svakako najpoznatiji američki gangster Al Capone koji je u Alcatrazu proveo četiri i pol godine tijekom 1930-ih. Al Capone je prebačen iz zatvora u Atlanti jer mu je zatočenje u ondašnjem zatvoru omogućilo da bude u kontaktu s vanjskim svijetom te tako nastavi voditi svoje kriminalne operacije u Chicagu.“ (Jaman, 2020, 49) Neki od zatvorenika pokušali su pobjeći, točnije njih 36, ali uvijek bi bili uhvaćeni ili bi se utopili. Jedini značajan bijeg zabilježen je 11. lipnja 1962. godine, a u njemu su sudjelovali braća John i Clarence Anglin te njihov prijatelj Frank Lee Morris. Smatra se da su pobjegli iz zatvora tako da su prokopali tunel pomoću žlica, napravili glave s pravom kosom koju su skupljali nakon šišanja i namjestili ih kao da spavaju, a splav izradili od kabanica. Neki smatraju da su se utopili, a neki smatraju da su uspješno pobjegli i slali majci Božićne čestitke i fotografije koje su bile autentične.

Godine 1972. ovaj je otok s utvrdom stavljen pod upravu Nacionalnoga parka, točnije pod upravu odjela Golden Gate, nacionalnog rekreativnog centra i postao je jedno od omiljenih turističkih destinacija mračnoga turizma. Područje je zaštićeno i ima vrlo zanimljivu povijest koja postavlja brojna pitanja i intrige jer postoje mitovi o tome da je ukleto mjesto u kojem su ljudi svjedočili paranormalnim aktivnostima. Zbog raznih mitova, kao i filmova i knjiga, Alcatraz ljudima predstavlja turističku atrakciju u čiju se autentičnost turisti žele uvjeriti. Otok Alcatraz godišnje posjeti oko 1.5 milijuna posjetitelja. Osigurane su brojne noćne ture (koje koštaju 38 USD) ili dnevne ture (koje koštaju 31 USD), kao i prijevoz trajektom, vodiči i prezentacije, a ako se želi posjetiti tijekom sezone (koja je uglavnom po ljetu ili jeseni) mora se rezervirati karta čak nekoliko mjeseci ranije zbog velike zainteresiranosti. O razvijenosti mračnoga turizma na Alcatrazu svjedoči i činjenica da se tu nalazi Muzej s eksponatima koji su zatvorenici koristili (ključevi u bijegu tijekom „Bitke za Alcatraz“, lisice, okovi, planovi bijega, suveniri) i triatlon „Escape from Alcatraz“ koji svake godine okuplja na stotine sportaša koji plivaju s Alcatraza na kopno, a prvi službeni triatlon održan je već 1980. godine.

Empirijsko istraživanje

Empirijsko istraživanje obuhvaća problem istraživanja, ciljeve istraživanja te postavljanje hipoteza koje će se testirati na temelju provedenoga istraživanja.

Istraživanje se provelo putem anonimnog anketnog upitnika izrađenog kroz Google obrasce. Odabrana je ova vrsta upitnika kako bi se uključila šira populacija iz različitih županija i dobili bolji i konkretniji rezultati. Iako je tema osjetljive (ili za neke čak i uvredljive) prirode, pitanja su uglavnom bila općenita i nisu trebala emocionalno pogoditi sudionike. Istraživanje se provelo tijekom srpnja i kolovoza 2021. godine na uzorku od 174 ispitanika.

Problem istraživanja

Glavni problem istraživanja je koliko su emocije i (ne)znanje ljudi o tematici mračnoga turizma zapravo utjecali na motivaciju za ovom vrstom putovanja. Pritom je uzeto u obzir da su turisti različito motivirani za ovu vrstu turizma. Kod nekih je motivacija za boljim upoznavanjem prošlosti i iz znatiželje, dok je kod većeg broja ljudi motivacija ipak osjećajnost. Svatko ponaosob shvaća ljudsku patnju. Dok neki mogu kontrolirati emocije prilikom posjeta na mjestima gdje su se nekada dogodile tragedije, drugi ih doživljavaju vrlo osobno i budu potreseni.

Cilj istraživanja i hipoteze

Ovim se istraživanjem želi ispitati koliko su ljudi uopće upoznati s terminom „mračni turizam“ i njegovim djelovanjem, analizirati njihove stavove o istome te jesu li zainteresirani za posjećivanje takvih mjesta i to kroz tri hipoteze:

Hipoteza 1: Mračni turizam ima tržište i potencijal daljnjeg razvitka kod građana Republike Hrvatske.

Hipoteza 1a: Građani Republike Hrvatske imaju interes za destinacije mračnog turizma u zemlji i inozemstvu.

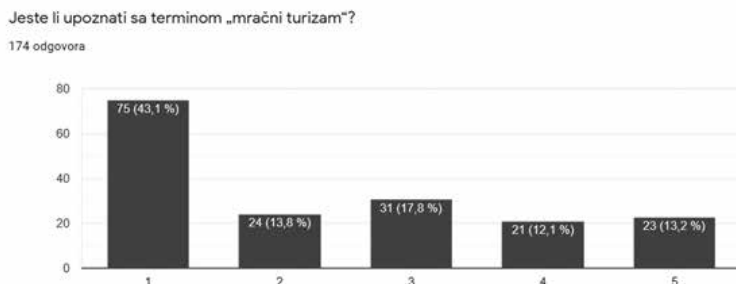
Hipoteza 2: Destinacije mračnog turizma u Hrvatskoj (i svijetu) imaju prostora za inovacije i proširenje ponude.

Rezultati istraživanja i rasprava

Na temelju odgovora ispitanika dobili su se konkretniji rezultati pomoću kojih se došlo do podataka o zainteresiranosti ljudi za mračni turizam i

njegove destinacije, koje su posljednjih nekoliko desetljeća u sve većem usponu.

Hipoteza 1: Mračni turizam ima tržište i potencijal daljnjeg razvitka kod građana Republike Hrvatske.



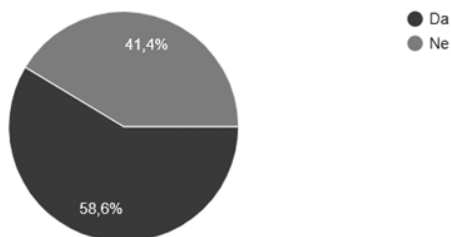
Grafikon 1. Rezultati ispitanika o poznavanju termina „mračni turizam“

Izvor: Osobno istraživanje autora

Iz grafikona 1 se može vidjeti da skoro polovica ispitanika (točnije njih 75) uopće nije bila upoznata s terminom mračni turizam. Njih 24 je vrlo malo upoznato s ovim terminom. Njih 31 je djelomično upoznato s ovim terminom. Njih 21 je mnogo upoznato s ovim terminom, dok ih je 23 u potpunosti upoznato.

Jeste li zainteresirani za ovakvu vrstu putovanja?

174 odgovora



Grafikon 2. Rezultati ispitanika za zainteresiranost za ovakvu vrstu putovanja

Izvor: Osobno istraživanje autora

Na temelju pitanja „Jeste li upoznati s terminom „mračni turizam“?“ može se vidjeti da gotovo polovica ispitanika do sada nije bila upoznata s ovim terminom, ali na temelju pitanja „Jeste li zainteresirani za ovakvu vrstu putovanja?“ može se vidjeti da više od polovice ispitanika je zainteresirano za ovakvu vrstu putovanja jer smatraju kako ova vrsta turizma privlači mnoge turiste i pomaže u boljem upoznavanju povijesti. Dakle, hipoteza se prihvaća jer mračni turizam doista ima već svoje tržište, ali ima i potencijal za daljnji razvoj kod građana Republike Hrvatske.

Hipoteza 1a: Građani Republike Hrvatske imaju interes za destinacije mračnog turizma u zemlji i inozemstvu.

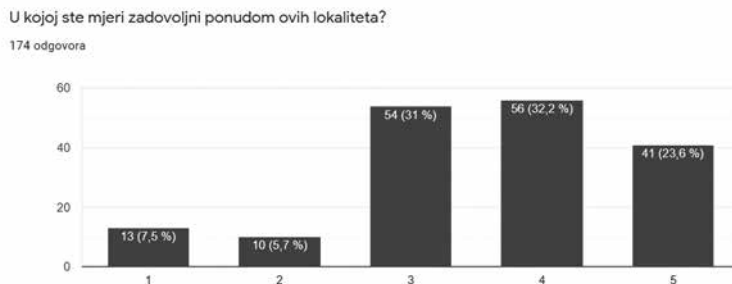


Grafikon 3. Rezultati ispitanika koju su od navedenih destinacija već posjetili
Izvor: Osobno istraživanje autora

Na temelju pitanja „Koju ste od navedenih destinacija već posjetili?“ može se vidjeti da je velika većina ispitanika već posjetila neke od ponuđenih destinacija mračnoga turizma. Kako se i očekivalo, uglavnom se tu radilo o posjeti Vukovara. S druge strane, ugodno iznenađenje je bilo što su ispitanici posjetili dosta destinacija mračnog turizma i izvan zemlje, ponajviše Auschwitz. Također, na temelju pitanja „Koju od navedenih destinacija bi željeli posjetiti?“ može se vidjeti da mnogo ispitanika ima interes za posjet brojnim destinacijama mračnog turizma izvan zemlje, ponajviše Černobil, a na temelju pitanja „Koji bi bio razlog posjete?“ može se zaključiti kako njihov interes za ovim destinacijama najviše budi znatiželja i upoznavanje

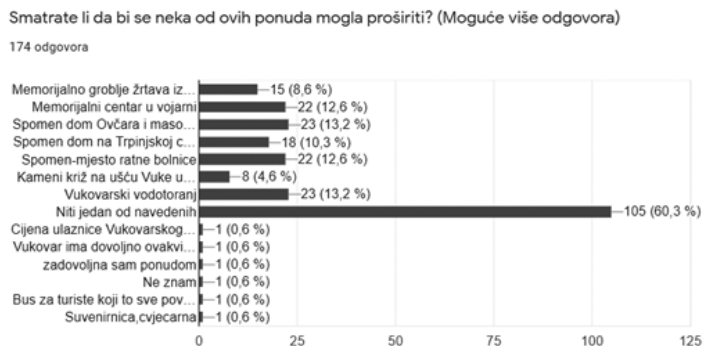
povijesti. Dakle, hipoteza se prihvaća jer građani Republike Hrvatske imaju veliki interes za destinacije mračnog turizma u zemlji i izvan nje.

Hipoteza 2: Destinacije mračnog turizma u Hrvatskoj imaju prostora za inovacije i proširenje ponude.



*Grafikon 4. Rezultati ispitanika o zadovoljstvu ponudom lokaliteta mračnoga turizma u Vukovaru
Izvor: Osobno istraživanje autora*

Iz grafikona 4 se može vidjeti da 13 ispitanika uopće nije zadovoljno ponudom ovih lokaliteta. 10 ispitanika je vrlo malo zadovoljno ponudom ovih lokaliteta. 54 ispitanika su djelomično zadovoljna ponudom ovih lokaliteta, dok ih je 45 u potpunosti zadovoljno ponudom ovih lokaliteta. Najveći broj ispitanika, točnije njih 56, najviše je zadovoljno ponudom ovih lokaliteta.



Grafikon 5. Rezultati ispitanika o mogućem proširenju ponuda ovih lokaliteta. Izvor: Osobno istraživanje autora

Iz grafikona 5 se može vidjeti da najveći broj ispitanika, točnije njih 105, smatra da nema potrebe za proširenjem ovih ponuda. 23 ispitanika smatra kako bi se mogle proširiti ponude Spomen doma Ovčara i masovnih grobnica te Vukovarskog vodotoranja. 22 ispitanika smatra kako bi se mogle proširiti ponude Memorijalnog centra u vojarni te Spomen-mjesta ratne bolnice. 18 ispitanika smatra kako bi se mogla proširiti ponuda Spomen doma na Trpinjskoj cesti. 15 ispitanika smatra kako bi se mogla proširiti ponuda Memorijalnog groblja žrtava iz Domovinskog rata, dok ih 8 smatra kako bi se mogla proširiti ponuda Kamenoga križa na ušću Vuke u Dunav. Po 1 ispitanik je dodao kako bi se mogle sniziti cijene ulaznica na Vukovarski vodotoranj, dodati još suvenirnica i cvjećara te uvesti autobus za turiste koji bi obilazio svih sedam lokaliteta. Važno je napomenuti kako je za ovo pitanje ponuđena mogućnost više odgovora.

U pitanju koje se odnosilo na predložene inovacije vezane za Vukovar lokalitete vezane za mračni turizam, ispitanici su predložili sljedeće: dodavanje suvenirnica, cvjećara i kafića, novija infrastruktura, kronologija zbivanja i psihološki pristup, dodavanje edukacijskih ploča, slika i videozapisa na kojima bi bili opisani događaji, smanjenje cijena ulaznica za Vukovarski vodotoranj, uvođenje gastronomske ponude, snimanje igranog filma o Spomen-mjestu ratne bolnice, uvođenje novih tehnologija za prikaz kulturnih dobara, uvođenje VR (virtual reality) prikaza, veći fokus na prikaz predratnog stanja u Vukovaru, a manje na ratni te osnivanje agencije koja će se u Vukovaru baviti konkretno mračnim turizmom.

Dakle, hipoteza se prihvaća jer destinacije mračnog turizma u Hrvatskoj i svijetu imaju prostora za neke inovacije, kao i proširenje ponuda, a sve su te prijedloge ispitanici i naveli.

Zaključak

Mračni se turizam pozicionira kao snažan inovativni proizvod u turističkom sektoru, s posebnom temom i pripadajućom naracijom. Iako se smatra moralnim fenomenom i budi etička i moralna pitanja, korist od njegova istraživanja leži u onome što on može otkriti. Vrlo se malo zna o odnosu između marketinga, menadžmenta i mračnog turizma pa zaposlenici u ovom sektoru igraju bitnu ulogu u prenošenju poruke i vode računa o izbjegavanju cenzuriranja detalja. S obzirom na to da korisnici

nisu pasivni primatelji, nego su često ispred tržišta u smislu potreba za inovacijama, dolazi do sve veće potrebe za korištenjem platformi društvenih medija u angažmanu s posjetiteljima. Na društvenim mrežama mjesta genocida i zločina dijele prostor sa slikama slavnih osoba, kućnih ljubimaca, rođendana i obitelji. Na ovaj se način istovremeno slavi dubina popularne kulture i privlačnost posjetitelja s nepomirljivim užasom takvih stranica. Smrt se smatra dijelom života pa je njeno pretvaranje u turističke ponude istovremeno prihvatljivo i kontroverzno jer ljude jednako privlači npr. nuklearna eksplozija i prometna nesreća. Glavni problem u sektoru mračnog turizma u Hrvatskoj je što je ekonomija opterećena brojnim ratnim i poslijeratnim problemima poput oštećenja velikih industrija, lošeg poslijeratnog modela privatizacije, financijske i ekonomske krize, gubitka izvoznih tržišta itd. Sadašnje destinacije mračnog turizma imaju dobre pristupe i ponude, ali isto tako imaju i mnogo prostora za razvoj pa se u sljedećim godinama može očekivati kako će mračni turizam sve više rasti na popularnosti. Sukladno navedenim činjenicama i rezultatima istraživanja mračnoga turizma predlaže se sljedeći model koji bi pomogao boljoj percepciji ove zaista specifične vrste turizma, ali i marketingu i menadžmentu koji također moraju biti specijalizirani za ovu vrstu turizma.



Slika 1. Prijedlog modela za unaprjeđenje mračnoga turizma

Izvor: izradili autori

Na slici 1. vidljiv je model za unaprjeđenje mračnoga turizma koji prikazuje sinergijsku vezu ključnih elemenata mračnoga turizma, a to su: specijaliziran turistički proizvod tj. destinacija koja je na neki način obilježena tragedijom ili katastrofom bilo koje vrste i prema kojoj i marketing i menadžment moraju vrlo oprezno postupati jer je riječ o osjetljivoj tematici. U svemu tome itekako mogu pomoći određene digitalne platforme koje na neki način mogu približiti tematiku mračnoga turizma određenoj

zainteresiranoj tržišnoj niši, ali i približiti određenu destinaciju mračnoga turizma i potencijalnim budućim turistima na jedan novi virtualni način. Pri svemu tome mora se voditi računa o etici, moralnoj odgovornosti, emocijama ljudi i empatiji baš zato što su tematike mračnoga turizma vrlo osjetljive naravi. Preporuke za buduća istraživanja leže u tome da bi se trebala napraviti komparativna analiza o poznavanju termina mračnoga turizma i to među različitim populacijama te osmisliti model na koji način pratiti razvoj mračnoga turizma, koristiti marketing te na koji način upravljati destinacijama mračnoga turizma, a sve u skladu s etikom, moralnom odgovornošću, emocijama i empatijom ljudi.

Literatura

- Bažulić, M. (2015). *Mračni turizam na primjeru Auschwitza*. Završni rad. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu
- Cohen, E. H. (2011), Educational dark tourism at an in populo site: The Holocaust Museum in Jerusalem, *Annals of Tourism Research*, Vol.38., No.1., 193-209
- Dark tourism. URL: <https://www.dark-tourism.com/index.php> [pristup 17.06.2021.]
- Drvenkar, N.; Banožić, M.; Živić, D. (2015). Development of memorial tourism as a new concept-possibilities and restrictions. *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 21, No. 1., 63-77
- Jaman, L. (2020). *Mračni turizam na primjeru Alcatraza*. Diplomski rad. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
- Lennon, J., Foley, M. (1996). *Dark Tourism*. London: Continuum
- Washington, D. C. and Dark Tourism. *Journal of Travel Research* 38. 46-50.
- Šerić, N. (2017). *Usporedba stanja i mogućnosti mračnog turizma u Hrvatskoj i svijetu*. Završni rad. Split: Sveučilište u Splitu
- Pun kufer. URL: <https://punkufer.dnevnik.hr/clanak/zanimljivosti/mracni-turizam-jezive-atrakcije-diljem-svijeta-koje-lede-krv-u-zilama---632790.html> [pristup 17.06.2021.]
- Putuj sigurno. URL: <https://putujsigurno.rs/magazin/mracni-turizam/> [pristup 17.06.2021.]
- Seaton, A. V. (1999). „War and Thanatourism: Waterloo 1815-1914“, *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, No.1, 130-158.
- Slobodna Dalmacija. URL: <https://slobodnadalmacija.hr/vijesti/hrvatska/zavrse-na-obnova-vukovarskog-vodotornja-zbog-koronavirusa-vecerasnje-svecano-otvorenje-bez-prisutnosti-gradana-1054314> [pristup 17.06.2021.]
- Tarlow, P. (2005). „Dark Tourism: The appealing „dark“ side of tourism and more“, in: *Niche Tourism*, Marina Novelli, (ed.), Elsevier Butterworth – Heineman. Oxford

THE POWER OF DARK TOURISM IN DESTINATION MANAGEMENT – NATIONAL, EUROPEAN AND GLOBAL PERSPECTIVES

Abstract

Dark tourism, as a specific niche of cultural tourism, poses challenges for decision makers on destination management and requires successful balancing between commercial and commemorative aspects, with a strong appreciation of the ethical perspective. On the other hand, dark tourism is a strong and powerful tool for attracting specialized groups of visitors, with diverse motivations for visiting this type of site. The development of digital platforms and social media has largely changed the way tourist locations communicate, which has also affected dark tourism destinations. Visitors have become (co)creators of the image of dark tourism destinations in the public, often while neglecting the ethical aspect of the localities themselves. Changes in perspective and the development of a specific tourist niche, which derives its attractiveness from the dark aspects of history, primarily wars and natural disasters, provided a tool for better destination positioning of cities and regions, for which tourism was not the primary focus until recently. The paper provides a theoretical overview of aspects of dark tourism and analyzes the extent to which respondents are familiar with the phenomenon of dark tourism, with an emphasis on communication aspects. The methods used in writing the paper are analysis, synthesis, desk research, content analysis, comparison, case study analysis and survey questionnaire. The research results will be applied to the creation of a theoretical model of a successful dark tourism destination in the digital era, as a potential for recommendations for further research and interpretation with the aim of economic sustainability of dark tourism destinations.

Keywords: dark tourism, destination management and marketing, digital platforms, economy of leisure time, ethics

Marija Tolušić¹⁰⁴
Maja Haršanji¹⁰⁵
Dora Kujek¹⁰⁶

MOĆ SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA U NAPRETKU DRUŠTVA

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/XLUC3220>

Sažetak

Cilj je ovoga rada prikazati ulogu i utjecaj socijalnog poduzetništva u razvoju zemalja Afrike te ujedno otkriti može li ono biti jedan od ključnih čimbenika za razvoj siromašnih država, društava i zajednica. U radu su obuhvaćeni teorijski aspekti socijalnog poduzetništva, a dodane su povijesno važne činjenice kako bi se prepoznalo što je dovelo do trendova danas i što će dovesti do potencijalnih trendova u budućnosti. Metodologija rada temelji se na pregledu relevantne i recentne literature, a empirijski dio na prikazu rezultata provedenog dubinskog intervjua s dvoje ispitanika. Ovim se radom otkriva važnost fenomena socijalnog poduzetništva, socijalnih poduzeća i socijalnih poduzetnika u državama Afrike. U empirijskom istraživanju potvrđuje se da je socijalno poduzetništvo jedan od ključnih čimbenika za razvoj i napredak država na afričkom kontinentu te da ključna uloga u pokretanju socijalnih promjena i rješavanju društvenih problema pripada lokalnom stanovništvu iz kojega se onda prelijeva na sve razine društva i države.

Ključne riječi: Afrika, Republika Benin, socijalno poduzetništvo, socijalno poduzeće, socijalni poduzetnik

104 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, tolusicmarija@gmail.com

105 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, mharsanji@aukos.hr

106 Diplomantica Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, dkujek7@gmail.com

Uvod

Afričke države većim dijelom uvijek su bile one države koje je ostatak svijeta objektivno promatrao kao manje razvijene, a i dalje su nadahnuće mnogim osobama koji izvor svojeg djelovanja pronalaze u pružanju pomoći onima na margini društva. No, temeljno i važnije pitanje koje se u ovom radu postavlja jest kako si ljudi u Africi mogu međusobno pomoći, dok cijeli svijet predugo promatra kako može pomoći Africi. Istraživanje uloge i utjecaja socijalnog poduzetništva za napredak društva u državama Afrike, pokušaj je pronalaženja odgovora. Dakle, važnost ovog istraživanja proizlazi iz prepoznavanja mogućnosti u kojoj bi pojedinac pošao od samoga sebe i samoinicijativno unaprijedio sve oko sebe, s nižih razina na više. Prije svega, u ovome se istraživanju nastoji otkriti što koncept socijalnog poduzetništva znači za određeno društvo, regiju i državu, a onda se stavlja naglasak na Afriku, koja je kao i svaki kontinent uvjetovana povijesnim razvojem, klimom i kulturnim čimbenicima. Odnosno, u ovome se radu istražuje ima li socijalno poduzetništvo perspektivu biti jedan od ključnih čimbenika za razvoj afričkih država. U empirijsko istraživanje uključeni su ispitanici iz jedne od zapadne afričke države, Republike Benin. Teorijske implikacije upućuju na općenitu terminološku složenost pojma socijalnog poduzetništva koje se nadovezuje na dodatnu konceptualnu složenost i razlike među kontinentima. Razlika je iskazana kroz kulturološke, povijesne i lokalne specifičnosti mjesta, no može se potvrditi da su karakterne crte socijalnih poduzetnika univerzalno identične. Nadalje, praktične implikacije pokazuju da socijalno poduzetništvo može biti jedno od rješenja u poticanju razvoja afričkih država. Osim toga, potvrđeno je da ključnu ulogu u pronalaženju takvih rješenja ima upravo lokalno stanovništvo.

Fenomen socijalnog poduzetništva

Socijalno poduzetništvo smatra se jednim od fenomena 21. stoljeća (Škrtić i Mikić, 2007; Zrilić i Širola, 2014; Šimunić Rod, Bursać i Vreš, 2021), no ono ima puno uži i širi kontekst terminološkog definiranja. Povijesno gledano, ono je postojalo od početka postojanja čovječanstva, no terminološki se konkretiziralo tek u 20. stoljeću. Ususret razumijevanju značenja termina u teoriji i praksi, postavlja se pitanje zašto većinski procvat

doživljava tijekom tehnološkog napretka čovječanstva. Socijalno poduzetništvo ne negira važnost istog, nego postaje izvor postavljanja većeg pitanja, odnosno koja je uloga čovjeka nakon što strojevi profunkcioniraju. Je li potrebno unaprjeđivati tehnologiju na izvanredan način i pritom zaboraviti na ljudskost ili imati izvanrednu ljudskost koje će postati temelj za izgradnju poslovanja, unaprjeđenje ekonomije i pravovaljan doprinos napretku svijeta? Pitanje moći u ovom radu primarno je iskazano u navedenim perspektivama.

Osim važnosti socijalnih poduzetnika kao teoretičara i socijalnih poduzetnika u praksi, prethodili su modeli. Još u 19. stoljeću javlja se The Carnegie model koji donosi „filantropiju dužine ruke“ ili „znanstvenu filantropiju“ u cilju maksimiziranja financijske koristi. Kasnije, početkom 20. stoljeća dolazi The Rosenwald model u cilju dugoročnog razvoja tržišta, a troškovi su se smatrali „potopljenim troškovima“. Sve dok se 60-ih godina pojavio The Norris model kao oblik kontrole podataka korporacije čiji troškovi smatrali su se „ulaganjima“ (The Institute for Social Entrepreneurs, 2008:4-5). No, jedni od predvodnika u svijetu socijalnog poduzetništva bili su Bill Drayton i Gregory Dees. Dees (2001) promatra socijalno poduzetništvo kroz one bez kojih ovaj fenomen ne bi ni postojao, a to je kroz ljudski element i pokretače društvenih promjena, socijalne poduzetnike. Vidović (2014) prema Zrilić i Širola (2012:23) objašnjava njegove uvide i naglašava kako je to oblik poduzetništva s etičkim integritetom, a ima cilj maksimiziranja društvene vrijednosti dok u istom kontekstu privatne vrijednosti ili profit nisu toliko značajni. Osim njih, Muhammad Yunus 1976. godine otvara banku za siromašne pod nazivom *Grameen Bank* čiji je cilj bio smanjenje siromaštva kroz specifičan model financiranja poslovnih pothvata i poticanja socijalnog poduzetništva. Ubrzo nakon njega, Drayton u zemljama Sjeverne Amerike i Velike Britanije osmišljava inicijativu kojom se razvija pojam i oblik socijalnog poduzetništva. Doprinos je bio u osnivanju zaklade „Ashoka: Inovatori za javnost“, što je služilo kao platforma za pružanje potpore socijalnim poduzetnicima (Škrtić i Mikić, 2007).

Unatoč izlasku iz komunističkog režima, novi oblici sloboda donijeli su sa sobom nove probleme među kojima su i posljedice urbanizacije. Ubrzano iseljavanje iz ruralnih područja u gradove dovelo je do pretrpanosti gradova i velikog postotka siromašnih. Posljedice svega navedenog bila je pojava i razvoj socijalnog poduzetništva. Ono je postalo sjecište „svjetski“

kompleksnih problema. Nove vrste organizacija i modela prepoznati su kao potencijal za rješavanje takvih problema. Povijesne promjene dramatično su povećale kapacitet individualaca i grupa ljudi za rješavanje istih (Bornstein i Davis, 2010). Još jedan čimbenik, preko kojega socijalno poduzetništvo dobiva na važnosti i postaje oblik poduzetništva u kojem se prepoznaje mogućnost pronalaženja rješenja, došao je preko akademskih zajednica u Sjevernoj Americi gdje se prepoznavanjem značenja socijalnog poduzetništva unutar akademskih krugova počelo sve više govoriti o socijalnom obliku poduzetništva. Dees (2001) je smatrao kako su socijalni poduzetnici geniji svoje vrste i kako treba poticati mlade na ovu posebnu vrstu poduzetništva, a osobito one koji imaju temperament i kapacitet za vodstvo kakvo ono zahtijeva. Takvi pojedinci potrebni su kako bi doprinijeli društvenom napretku u 21. stoljeću. Razvoj fenomena socijalnog poduzetništva pokazuje kako ono ima vrlo važnu ulogu danas, a potencijalno i važniju u budućnosti. Drayton (2015) prema (Škrtić i Mikić, 2007:154) na domišljat je način izrazio rijetkost i potrebitost socijalnih poduzetnika rekavši kako „postoji mnogo kreativnih, altruističnih, etičnih ljudi s inovativnim idejama, no samo jedan od tisuću posjeduje i poduzetničku kvalitetu“ za najveće društvene promjene. U ovome se očituje posebnost socijalnih poduzetnika, a odraz toga je koliko su ljudi spremni pokušavati i ustrajati kako bi izvršili ulogu koja im je povjerena i imaju potreban kapacitet odgovornosti (Kedmenec, Rebernik i Perić, 2015). Drugi autori, kao što su Peredo i Mclean (2006), tvrde kako je ono multidimenzionalni konstrukt nastao presijecanjem određenih karakteristika koje uvjetuju socijalni poduzetnici jer su oni glavni pokretači inicijativa. Primarno, ovdje pripada njihova uravnotežena prosudba, koherentno jedinstvo svrhe i djelovanje bez obzira na složenost zadatka. Sekundarno, ističu se prepoznavanjem i iskorištavanjem prilika kako bi preko vrhunskog rezultata prikazali društvenu vrijednost koju žele pružiti. I konačno, u društvenom se okruženju izlažu riziku, inovativnosti i proaktivnosti. Drayton (2015) prema (Škrtić i Mikić, 2007:157) tvrdi da su ključne osobine socijalnog poduzetnika domišljatost s idejama kojima je cilj mijenjati sustav, kreativnost, suosjećanje, revolucionarski potencijal, visok moral, poduzetnička kvaliteta i vizija s kojom su povezani, a koja sugerira potrebnu tvrdoglavost u ostvarivanju misije. U sličnostima u temperamentu i karakteru, socijalni poduzetnici od tradicionalnih poduzetnika razlikuju u primarnim ciljevima, a kod socijalnih poduzetnika ključan je društveni utjecaj

koje tradicionalni poduzetnici nastoje izbjeći (Bornstein i Davis, 2010). Nadalje, Gusman (2017) smatra da „socijalni poduzetnici čine razliku u životima najpotrebitijih pojedinaca i zajednica u nepovoljnom položaju u Africi“. Također, oni pomažu u provođenju promjena u zajednicama kojima služe pronalazeći inovativna rješenja za mnoge izazove koji postoje u zemljama u razvoju.

Konceptualna razlika značenja socijalnog poduzetništva u Africi

Koncept socijalnog poduzeća sve je više prepoznat i dovodi do promjena u cijelom svijetu, a osobito u Europi. Europska socijalna poduzeća, prema Baturina (2013), imaju probleme i izazove, a među njima je uzak raspon usluga koje socijalno poduzetništvo podupire pa se zato ono koristilo kao strategija za potporu drugim neprofitnim aktivnostima. Uspón u trendovima koji cijene humanost i etiku preplavljen je u cijelom aspektu socijalnog poduzetništva, no je li u socijalnom poduzetništvu budućnost razvoja ekonomije i rješavanje problema u društvu? Defourny (2008) prepoznaje kako Europska istraživačka mreža (EMES) u jednom od svojih istraživanja postavlja identično pitanje. Točnije, pitaju se je li razvoj socijalnog poduzetništva znak smanjenja blagostanja država ili upravo suprotno, može li ono doprinijeti tomu. Spear i Bide (2003), kako je navedeno u Defourny (2008:11), sugeriraju da će odgovor na to dati regulacije određene države. Oni tvrde da ako „javne vlasti ograniče svoje djelovanje na razvijanje kvazi-tržišnih politika i postave sve pružatelje usluga na jednakim ugovornim osnovama, ne uzimajući u obzir kolektivne beneficije koje pružatelji usluga stvaraju, postoji rizik da će se uloga socijalnih inovacija umanjiti kao i sposobnost pružanja odgovora na konkretne probleme“. Ako se dogodi suprotno i budu njegovali doprinos socijalnih poduzeća i poticali njegov razvoj, ono će doprinijeti javnom dobru. Europska komisija (ny) prema Klijn (2021) ističe kako u Europi postoji oko dva milijuna poduzeća socijalne ekonomije što predstavlja 10 % svih poduzeća i čiji je temeljni cilj maksimizirati socijalni, društveni i okolišni utjecaj, a ne povrat ulaganja. Nadalje, ističe se da je socijalno poduzetništvo budućnost, a socijalni poduzetnici imaju ključnu ulogu u tome jer bez njih nema pravih i dalekosežnih inicijativa. To vrijedi za Europljane, stoga je potrebno ispitati može li se na takav način gledati i na ostale kontinente, posebice

Afriku. Općenito, konceptualna razlika značenja socijalnog poduzetništva u Africi je drugačija, uključujući pritom i ostale preduvjete za razvoj takve vrste poduzetništva.

Na tragu prepoznavanja takvih problema i poticanja žena usmjeravanju u poduzetničke vode bio je Muhammad Yunus. Yunus (2009) je pomagao milijunima žena omogućivši im mikro-kredite te se tako borio protiv siromaštva u Bangladešu. To su bili počeci njegovih socijalnih inicijativa koje su kasnije dovele do socijalnih poduzeća, a u svojoj knjizi „Za svijet bez siromaštva – društvena poduzeća i budućnost kapitalizma“, uvjeren je da u socijalnim poduzećima postoji potencijal kojim se borba protiv siromaštva povećava na jednu novu i višu razinu. Oni su uvidjeli na koji bi način zamisli o socijalnim poduzećima u budućnosti mogle izgledati kao plod mašte ili nekakav san, naglasivši da novac ne može biti jedini ljudski motiv i pitali su se kako želja za činidbom velikih stvari za dobrobit svijeta ne može biti jednako snažan pokretač ljudskog ponašanja i djelovanja, odnosno da je važnije otkriti što socijalno poduzetništvo znači u kontekstu života u državama Afrike. Primarno značenje pretpostavlja nacionalnu povijest i lokalne specifičnosti kroz koje se socijalne inicijative mogu oblikovati. Kao što se može vidjeti u radu Baturine (2013:138), polazeći od tradicije SAD-a i Europe, uočava se različito oblikovanje socijalnog poduzetništva, a isto je prepoznato u varijabilnosti oblika organizacija koje se smatraju socijalnim poduzećima. Jednako tako, uočljiv je značaj kulturnih okolnosti kontinenta, regije ili države te kako oni uvjetuju način na koji će se razvijati socijalno poduzetništvo i iz kakvih će problema i pitanja nastati koncept socijalnih poduzeća. Iz tih primarnih postavki valja istaknuti kako Daka (2019) smatra da socijalnog poduzetništva u Africi nema bez principa „*ubuntu*“. To je bio princip ili temeljna vrijednost Afrikanaca u pred-kolonijalnom dobu, a kad je u pitanju poslovni svijet ostala je pretpostavka kako bi i taj svijet trebalo temeljiti na istim principima. U suštini ono ima značenje humanosti, a kao vrijednost nestala je procesom globalizacije. Koncept socijalnog poduzetništva važno je definirati i otkriti zbog prisutne dinamike moći. Kao države s brojnim društvenim problemima, među kojima je siromaštvo, afričke zemlje uvijek su bile one koje prihvaćaju znanje ili financijsku pomoć ostalih država. Jedan od najvećih afričkih problema jest nezaposlenost koja dovodi do sve većeg „odljeva mozgova“ (DeLuca i Nakato, 2015). Isto tako, obrazovni sustav ne proizvodi kvalificirane stručnjake za afričko tržište rada, a pri definiranju prikladne

definicije socijalnog poduzeća morat će se uzeti u obzir pitanja samosvijesti, kompleksa inferiornosti, kulture, baštine i identiteta. Tako će, ako ne bude mogla definirati što socijalno poduzetništvo znači u afričkom (vlastitom) kontekstu, biti primorana odreći se moći odlučivanja i rezultata projekata socijalnog utjecaja koji podržavaju identitetske vrijednosti. Jedan od jedinstvenih društvenih problema svojstvenog kontinentu Afrike je erozija afričke kulture i vrijednosti od kolonijalnih vremena do globalizacije pa bi tako afrički dugoročni povrat ulaganja bio neistinit ako temeljna pretpostavka nije afrička renesansa (Daka, 2019). Dobar primjer suradnje i nastojanja pružanja pomoći afričkom stanovništvu dolazi iz SAD-a i europskih zemalja što će kasnije biti prikazano kroz njihovo ulaganje u educiranje socijalnih poduzetnika. Prevladavajuće je poslovno razmišljanje u Africi koje navodno kategorizira socijalno poduzetništvo kao neobičan sklop razmišljanja ili poslovni čovjek ili socijalni radnik jer ne možete biti oboje, a to je društveni problem globalno (Casimir i Samuel, 2015). Iz takvog polazišta potrebno je utvrditi ostale probleme i poglede na socijalno poduzetništvo i socijalne poduzetnike u državama Afrike. Daka (2019) tvrdi da socijalno poduzetništvo i razvoj ne bi trebalo tako olako povezivati i smatrati rješenjem kad su u pitanju društveni problemi zemalja Afrike. Tvrdi kako razvojna teorija ima nedostataka u rješavanju socijalnih problema pa je potrebno oprezno prezentirati socijalno poduzetništvo kao rješenje afričkih problema, a razlog tome je što dolazi sa Zapada. S gledišta Južne Afrike, ali moglo bi se reći i cijelog kontinenta, potrebno se suočiti s izazovima ublažavanja siromaštva, problemima u obrazovanju i zdravlju, otvaranju novih radnih mjesta, pismenosti, itd. Jedna od mogućnosti povećanja razvoja socijalnog poduzetništva u Africi mogla bi biti uvođenjem u sveučilišta na većoj razini te pružanjem obuka na tom području, a onda i mentorstvima na koji način upotrijebiti stečene vještine u društvene svrhe (Visser, 2011). Neki od najvećih problema afričkih zemalja već su spomenuta nezaposlenost i rast populacije. Prema podacima iz 2017. godine (Chakravorti i Chaturvedi, 2019), Afrika je jedan od najmlađih kontinenata na svijetu s velikim porastom mlađe populacije što daleko nadmašuje Latinsku Ameriku i Aziju. Istovremeno u odnosu na Europu ima dvostruko veći postotak mlađe populacije, a uz nju stoje Oceanija i Sjeverna Amerika. Osim toga, pretpostavke su da će biti glavno tržište sljedeća tri desetljeća jer digitalni razvoj postaje iznimno važan u čemu pomaže pristup pametnim telefonima te tako poboljšava informacije o

potrošačima, resurse koji stvaraju nova radna mjesta i slično. Međutim, postoje negativne naznake stagniranja Afrike što nisu dobre naznake ni za gospodarski rast u budućnosti. Siromaštvo se povećalo, a prema nekim podacima (Wadhwa, 2018), 437 milijuna ekstremno siromašnih na svijetu živi u sub-saharskom području. Svjetska banka (2013) smatra kako će, ako se ne smanji broj siromašnih, i gospodarski rast ostati usporen sve do 2030. godine. Afrika će biti dom 90 % siromašnih, a iako se na globalnoj razini broj siromašnih smanjuje, to se ne odnosi na afričke zemlje. Osim toga, sub-saharsko područje u Africi broji najveći broj socijalnih poduzetnika izvan SAD-a i Australije. To su dobri pokazatelji o rastu socijalnog poduzetništva u Africi i ono se odnosi većinom na mlade ljude od 18 do 34 godina. No, istraživanje Global Entrepreneur Monitor (GEM, 2016:22) pokazuje da su afrički socijalni poduzetnici najmanje educirani u odnosu na ostatak svijeta. Pomoć u educiranju dolazi od strane sveučilišta i korporacija koje surađuju s afričkim institucijama i doprinose educiranju i mentorstvima budućih poduzetnika. Zbog birokracije i korupcije skoro 20 sub-saharskih država u Africi imaju najniži rezultat „lakoće poslovanja“ prema Svjetskoj banci. Siromaštvo, ograničen pristup financijama i nedostatak infrastrukture čini održivost i rast poduzeća teško ostvarivim. Studija na 384 socijalnih poduzeća u 19 sub-saharskih država u Africi pokazuje kako ekonomski i sociopolitički uvjeti utječu na definiranje socijalnih poduzeća u nekoj regiji (Rivera-Santos, Holt, Littlewood i Kolk, 2015). Istraživanje koje su proveli Mirvis i Googins (2018) pokazalo je snažnu povezanost između siromaštva zemlje i definiranja organizacije kao socijalnog poduzeća i usmjeravanja svojih proizvoda prema siromašnima. Osobito je važno istaknuti da je studija otkrila snažnu povezanost između plemenskog etničkog identiteta, usmjerenost na siromašne i uključivanje lokalne zajednice u odlučivanja vezana uz poduzeća. Može li uistinu otvaranje novih radnih mjesta dovesti do ekonomskog razvoja koji je više nego potreban u afričkim zemljama? Naime, socijalno poduzetništvo može biti rješenje za oba prisutna problema upravo zbog intrinzične međuovisnosti između socijalnog i ekonomskog razvoja. Čini se kao nevjerojatno rješenje stvoreno upravo za afrički kontinent. No, nije toliko jednostavno i previše je idealistično. Victoria (2017) navodi primjer kojim se dovodi u pitanje tvrdnja kojom se mnogi afrički poduzetnici prozivaju „socijalnim“ zato što stvaraju radna mjesta i profitiraju, a u suštini im to omogućuje imati za osnovne potrebe. Iako imaju pozitivan učinak, to je drugačiji način

utjecaja koji je potrebno razumjeti i definirati kad se govori o socijalnim poduzećima u Africi. Sve to govori da „*social*“ i „*business*“ imaju drugačije značenje u Africi od onog u Europi ili Americi. Inovativnost i preuzimanje rizika vrlo je visoka prepreka u siromašnim državama što za posljedicu ima teško uključivanje mladih u poduzetništvo i spremnost za rizik koje ono zahtijeva. Jednako tako ne postoji socijalna sigurnost pa je rizik puno veći u odnosu na druge kontinente gdje je u društvima prisutna određena razina sigurnosti. Neuspjeh tada znači da pojedinac nema mogućnost oporavka i to može dovesti u još dublje siromaštvo. Potrebno je istaknuti kako su mnogi koji žele graditi inovativna socijalna poduzeća u Africi vrlo vjerojatno još početnici. Još jedna negativna strana je što ovakav tip poduzetništva nije za više od 90 % populacije, a oni koji se počinju baviti time moraju imati potpuno drugačiji princip razmišljanja. Treba biti oprezan s poticanjem socijalnog poduzetništva bez pretpostavke što ono znači u lokalnom kontekstu. Uspješnije će biti ako ono bude potaknuto od strane nekoliko lokalnih pionira koji se lako adaptiraju u lokalni kontekst, a na čemu većina kvalitetnih inicijativa izvorno postoji i opstaje (Victoria, 2017). Među ostale probleme ubrajaju se otežan pristup struji, što uključuje otežan pristup internetu. Prema Ndegwa (2014) u Africi postoji potencijal za razvoj poduzetništva (a tako i socijalnog), no ono mora biti poticano od vlade. Kao jedna od najbrže rastućih ekonomija posljednjih godina, Afrika bi trebala imati ubranu strukturnu transformaciju koja će zahtijevati ulaganja koja bi dovela do promjena, a onda do potrebnog rasta i razvoja. Mnoge bi afričke zemlje trebale razumjeti potrebu za širenjem vlastitih izvora ekonomskog rasta dok održavaju aktivnosti koje stvaraju nove mogućnosti za ljude u njihovoj zemlji. Vladajući u državama Afrike trebali bi pružiti neku vrstu jamstva koja će promicati povoljno poslovno okruženje za poduzetnike provodeći konkretne politike. Uz prave politike i propise, poduzetnici u Africi moći će preuzimati proaktivniju ulogu u rješavanju izazova koja će onda dovesti do inovacija i konkurentnosti. Uz to, vlada će morati naučiti zadržati ljudski kapital i naučiti ići u korak s novim tehnologijama na tržištu jer u suprotnom ništa neće biti održivo, što su neke od pretpostavki. Uzrok nepoznavanja lokalne zajednice vidljiv je na sljedećem primjeru koji se dogodio u Keniji, a samo je jedna od mnogih posljedica koje učine stranci na tom području (DeLuca i Nakato, 2015). Naime, u Keniji je izgrađena škola koja stoji prazna i uopće se ne koristi u svrhe zbog kojih je izgrađena. No ne zato što učenika nema, nego je takva

škola višak. Izgradili su je ljudi koji ne poznaju lokalnu sredinu i probleme te tako nepotrebno uložili u izgradnju škole, a kasnije će biti srušena ili će je koristiti oni koji su je izgradili. Ovakvi primjeri prisutni su diljem Afrike. Rješenje za ovakve greške je prvotno poznavanje lokalnog konteksta i stanja stvari, a kad se uzme u obzir složenost afričkog kulturnog konteksta treba doći do ostvarivanja ideja ako se to ukaže potrebnim.

Vrlo se često u literaturi o afričkom poduzetništvu može doći do jednog zaključka, a to je da nastoje uputiti na razliku između socijalnog poduzetništva i dobrotvorne ustanove. Naime, Krige (2019) je objasnila zašto je tomu tako. Ona ta dva pogleda stavlja u dva suprotna spektra, odnosno dvije krajnosti, a to su oslanjanje na ekonomski razvoj koji potiče poduzetništvo i na socijalni koji demonstrira dobrotvorne ustanove i funkcionira preko dobročinstava. S pogledom u središte takva dva spektra, objašnjava kako je prostor između tih dviju krajnosti onaj u kojemu djeluje i razvija se socijalno poduzetništvo. Zato ono ne može stati u određenu definiciju već se proteže kroz središte objašnjavajući zašto su određeni socijalni poduzetnici orijentirani više društvenoj dimenziji ili profitabilnosti. Još jedno slično istraživanje (Elliot, 2019) provedeno je u Južnoj Africi te su se njime nastojali otkriti motivi bavljenja socijalnim poduzetništvom studenata na fakultetima u Južnoj Africi. Također, razlog zašto je provedeno prvotno jest u činjenici što obrazovne institucije u Africi nemaju programe kojima potiču studente da postanu socijalni poduzetnici. Svrha istraživanja bila je otkriti utjecaj spola, kulture, obiteljske pozadine bavljenja poduzetništvom o poticaju bavljenja socijalnim poduzetništvom, a uzorak se sastojao od 200 studenata Sveučilišta u Južnoj Africi. Studija je pokazala snažan utjecaj spola i kulture studenta u namjeri da postane socijalnim poduzetnikom, ali i istaknula važnost karakteristike koju bi socijalni poduzetnik trebao imati, a to je biti inovativan što je u tradicionalnom poduzetništvu manje važno. Osim toga, osjećaj za socijalni problem jednako je važan u želji da netko postane socijalni poduzetnik. Jednako tako da trenutačni modeli nisu dostatni u otkrivanju namjera ima li želju netko postati socijalni poduzetnik jer isključuju dva važna čimbenika, a to su vanjski čimbenici, osobni i okolišni. Unatoč tome što studija zahtijeva kritičniju interpretaciju, pokazalo je da ima vrijedan doprinos razumijevanju čimbenika koji pokreću namjeru da mladež Južne Afrike preuzme inicijativu i važnu ulogu bavljenjem socijalnim poduzetništvom. Iako afričke države neprestano rastu u populaciji, one zaostaju za tehnološkim napretkom.

Unatoč tome što podatci pokazuju da imaju ljude koji su spremni odgovoriti na važna tehnološka pitanja suvremenog doba, ne pronalaze rješenja za primarne probleme društva. Kao što je McGurn (1996) u Barić Đurđević (2022) rekao, umjesto razmišljanja o tome da je populacija prevelika za ekonomiju, bolje je reći da je stupanj razvoja ekonomije prenikak za populaciju, što je osobito neosporno za afričke zemlje i ujedno perspektiva iz koje treba polaziti, a onda izgrađivati.

Rezultati istraživanja i rasprava

Elliot (2019:1) smatra da je poduzetništvo jedna od mogućnosti utjecanja na gospodarski razvoj Afrike zbog stvaranja bogatstva i smanjenja nezaposlenosti. Prema istraživanju provedenom 2021. godine (Kujek, 2021), nastojala se otkriti razina zastupljenosti i važnosti socijalnog poduzetništva u zemljama Afrike i to na primjeru Republike Benin. Jednako tako, postavlja se pitanje mogu li civilni sektor i građani biti pokretači društvenog razvoja reagiranjem na probleme i osnaživanjem na području socijalnog poduzetništva, ali čije djelovanje treba biti podržano od strane vladajućih. Jedan od ciljeva istraživanja bilo je nastojanje otkrivanja stupnja ulaganja u obrazovanje na tom području u odnosu na SAD i Europu. Nakon svega toga, ispituje se je li socijalno poduzetništvo djelomično rješenje za osnaživanje i razvijanje zemalja Afrike, na primjeru Republike Benin. Svrha ovoga istraživanja jest otkriti može li „novo-rastući fenomen“ socijalnog poduzetništva biti jedan od ključnih čimbenika u razvoju neke države, a osobito onih koje nisu dovoljno razvijene i većinski se izbjegavaju ako ih pojedinac iz dobrotvornih razloga ili turistički (ako je to moguće) ne posjeti. Na primjeru Republike Benin, kao jedne od država u zapadnoj Africi, nastojalo se otkriti realnost i pretpostavke socijalnog poduzetništva u lokalnom i državnom kontekstu. Nadalje, istražuje se koliko se stanje na društvenoj razini mijenja i razvija te utječe li socijalno poduzetništvo na pozitivne promjene i ishode te koliko na taj način afričke zemlje mogu izravno ili neizravno doprinijeti razvoju ostatka svijeta – ako se o tome može govoriti na globalnoj razini. Istraživanje je provedeno dubinskim intervjuima s dvoje ispitanika iz Republike Benin. Naglasak je bio na državi u kojoj su ispitanici rođeni i o kojoj imaju saznanja te su svojim radom identificirani kao nositelji socijalnog poduzetništva u okruženju. S obzirom na to, ispitivanjem se nastojalo doći do informacija koje bi prikazale

pokazatelje zastupljenosti socijalnog poduzetništva u spomenutoj državi. Intervju se sastojao od deskriptivnih pitanja otvorenog tipa koja su omogućavala sudionicima slobodan odgovor, a potpitanja su služila za pojašnjavaње, navođenje ili vraćanje na temu. Potrebno je naglasiti da, koliko je poznato, ne postoje slično provedena istraživanja.

Dakle, istraživanjem se najprije ispitalo je li upravo socijalno poduzetništvo jedan od ključnih čimbenika za razvoj i napredak zemalja afričkog kontinenta, posebice Republike Benin. Naime, afričke države imaju najviše društvenih problema i nedovoljno razvijene ekonomije. Prema nekim od suvremenijih razmišljanja, Klijin (2021) tvrdi da je socijalno poduzetništvo budućnost Afrike. Također, Sithole (2021) tvrdi kako je socijalno poduzetništvo presudno za razvoj Afrike, ali s potrebnim ulaganjem u educiranje i mentoriranje mladih. Ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju dali su svoje odgovore u kojima potvrđuju pretpostavku da je socijalno poduzetništvo presudno za razvoj zemalja Afrike, no naglašava se kako je mogućnost za to veća u bivšim engleskim kolonijama kao što su Gana i Nigerija, u odnosu na bivše francuske kolonije među kojima je Benin. U vezi s tim, jedan od ispitanika smatra da napredak ovisi o državi i njezinom razvoju kroz povijest pa se ne može potvrditi da se taj učinak odnosi na cijeli kontinent. Različitim rječnikom, ali sugerirajući isto, drugi ispitanik potvrđuje da o povijesnom razvoju države ovisi i razvoj socijalnog poduzetništva unutar te države. Ispitanici govore da je Benin država u kojoj je najizraženije siromaštvo i u kojoj postoje obitelji koje dnevno preživljavaju na dolaru ili manje i iz toga proizlaze svi ostali problemi. Isto tako ne ide u susret što je ono bivša francuska kolonija čime se društveni razvoj odvija puno sporije. Maji i Adejoh (2016) proveli su studiju koja je potvrdila isto, odnosno istraživanjem stope siromaštva afričke populacije uvidjela se mogućnost rješavanja tog problema upravo kroz socijalno poduzetništvo. Zanimljivo je da je kod mladih ljudi u Africi prisutan porast poduzetničke kulture koji se unatoč poteškoćama biraju baviti socijalnim poduzetništvom kao svojim karijernim odabirom (Mastercard Foundation, 2018).

Nadalje, većina afričkih zemalja pripada najsiromašnijim zemljama svijeta (Proleksis enciklopedija, 2017). U mnogim afričkim zemljama prevladava siromaštvo, nezaposlenost i općenito negativne društvene klime te nemogućnost vlada i institucija u pružanju odgovora na razna društvena pitanja i probleme, ali i dovoljno educiranja mladeži. S tim u vezi, iz aspekta

rješavanja društvenog problema, u istraživanju se ispituje je li preduvjet za izgradnju socijalnih poduzeća i poticanje socijalnog poduzetništva upravo educiranje mladih. Naime, visoku razinu mlade populacije potrebno je usmjeriti pravim edukacijama, a afričkim zemljama u tome pomažu europske i američke institucije, odnosno međunarodne organizacije, osobito dobrotvorne. Visser (2011) je uvidio važnost takvog stava, pružanjem obuka u navedenim državama na tom području, a onda i mentorstvima kako bi se stečene vještine upotrijebile u društvene svrhe. Osim toga postoje fondacije kao što je *Youth of Technology Foundation* koja mladima i ženama omogućuje edukacije praktičnih životnih i poslovnih vještina kako bi se zaposlili u lokalnim tvrtkama. Dakle, postoji svijest, što je neupitno, no ispitanici iz Benina naglasili su da nije problem nedostatka obrazovanja (iako se u razdoblju nakon što je država postala neovisna 70-ih godina 20. stoljeća djeca nisu mogla obrazovati) jer vlada ulaže u obrazovanje mladih, no na nacionalnoj je razini prisutna loša politika planiranja poslovnih i razvojnih potreba država, odnosno loših strategija za razvoj. Kao posljedice, mnogi mladi ljudi završe studije, ali nisu potrebni državi te je prisutan „odljev mozgova“ (DeLuca i Nakato, 2015). Jedan od ispitanika pripada etničkoj skupini Joruba, najvećoj etničkoj skupini u Africi. To je etnička skupina koja među prioritetima ima obrazovanje djece, bez obzira na to što nemaju dovoljno sredstava za tu svrhu unatoč boljim životnim uvjetima koji uključuju pristup vodi i električnoj energiji. Ispitanici tvrde da Vlada u Beninu posljednjih godina radi na poticanju bavljenja socijalnim poduzetništvom. Osim toga, nevladine udruge upravljaju socijalnim problemima, a na općinskim razinama postoje Centri za socijalnu promidžbu koji se bave socijalnim pitanjima i na temelju socijalnih pitanja odlučuje se o službi stanovništva. Na primjeru Benina može se reći da postoje vanjski poticaji mladima za bavljenje socijalnim poduzetništvom u onoj koncepciji koja je razumljiva za kontekst života, kulture i sl., a edukacije su prisutne u određenoj mjeri, međutim jedna manjkavost je što ovakav tip poduzetništva nije za više od 90 % populacije, a oni koji se počinju baviti time moraju imati drugačiji princip razmišljanja. U vezi s navedenim, pretpostavka da se educiranjem mladih pridonosi izgradnji socijalnih poduzeća i potiče socijalno poduzetništvo ipak se ne može potvrditi budući da se educiranjem ne može izgraditi ništa ako ne postoje unutarnji motivi i određene karakteristike svojstvene socijalnim poduzetnicima.

Nerazvijenost afričkih država i posljedice takvih stanja dovode do mnogih dobrotvornih inicijativa iz ostalih razvijenih država svijeta. U vezi s tim, potrebno je otkriti postoje li pojedinci, kao što su socijalni poduzetnici, spremni odgovoriti na probleme i u kojoj mjeri treba poticati njihove inicijative za rješavanje društvenih pitanja u lokalnim sredinama pa onda i državama, a ako nisu prepoznati unutar svojih država trebaju li takvi poticaji doći izvana. Važno je i koliko su oni prepoznati u društvu i od strane nadležnih u vladama i institucijama, a onda i od strane građana. Prema tome, u istraživanju se ispituje je li prepoznata je važnost socijalnih poduzetnika, odnosno ima li lokalno stanovništvo Benina važnu ulogu u pokretanju socijalnih promjena i rješavanju društvenih problema. Ispitanici iskazuju da su lokalni ljudi poduzetni kroz razne aktivnosti. U vezi s tim, može se reći da na nesvjesnoj razini ostvaruju socijalno poduzetništvo, ali najviše u duhu financijskih prihoda potaknutih zbog preživljavanja. S druge strane, navode se identične aktivnosti što govori o određenom nedostatku spremnosti na rizik. U tom smislu prepoznaju se lokalni problemi, ali očekuje se od država da odgovori na njih. Nedostaje duh altruizma pojedinaca čija bi djelovanja imala nacionalni utjecaj, a upravo taj altruizam je suština socijalnih poduzetnika. Ovo se lako može povezati s Yunus (2009), odnosno svijesti o ograničenim koncepcijama, a ističu se koncepcija zaposlenja koja u ljudskim bićima pronalazi samo pasivne izvršitelje, a ne aktivne stvaratelje i koncepcija poduzetništva koja ignorira kreativnost većine ljudi. To je stvarnost u Beninu. Postoji zadovoljstvo vlastitim interesima, a proces globalizacije je negativno utjecao na ljude koji su izgubili temeljne vrijednosti kao što su zajedništvo, obiteljski duh, briga za druge, poštivnost. Sve to poznato je kao „*ubuntu*“ bez kojega socijalno poduzetništvo ne postoji, govorilo se pritom o Africi ili bilo kojem drugom kontinentu. Ovo potvrđuje pretpostavku da lokalno stanovništvo treba biti ono prvo koje će tražiti rješenja za vlastite društvene probleme (pritom vodilo to onda nečem većem kao što je poduzetništvo ili ne) jer stranac može promatrati mjesto samo kroz nedostatnu perspektivu zbog nepoznavanja načina odvijanja života na tom području i uz vlastite pretpostavke koje mogu biti pogrešne, poput već spomenutog primjera iz Kenije, gdje je izgrađena škola, ali nije nikada korištena jer nije bila potrebna gradnja škole na tom području. Jednako tako, mnogi afrički poduzetnici tvrde da su „socijalni“ zato što stvaraju radna mjesta i profitiraju, a to im zapravo

omogućuje imati samo za osnovne potrebe. I to je drugačiji način utjecaja koji je potrebno razumjeti kad se govori o socijalnim poduzećima u Africi. Konačno, ispitanici su potvrdili kako nije prepoznata važnost socijalnih poduzetnika na lokalnoj i državnoj razini. Tako su pretpostavili i prisjetili se pojedinaca koji jesu prepoznati (no, ne imenujući ih), ali to ovisi o političkoj klimi. Kao takvi, nisu dovoljno istaknuti i ne pridaje im se prevelik značaj. Socijalna poduzeća podržana su od strane vlade, bilo jesu li iz javnosti ili na području nevladinih organizacija, međutim podrška je ograničena. Odnosno, podrška ostaje isključivo administrativna i proračunska za javne organizacije kao što su centri za socijalnu promidžbu i usluge ili gradske socijalne usluge. U Beninu postoje dvije vrste socijalnih poduzeća: javna kategorija koja pruža javne usluge i ona privatna, kao što su nacionalne i međunarodne udruge i nevladine organizacije. Postoji međunarodna organizacija priznata diljem svijeta i to je *Terre des hommes Educo*, a djeluju i udruge Ujedinjenih Naroda koje su također međunarodne. Dakle, budući da je na nacionalnoj razini javni sektor važniji od privatnog ili građanskog sektora, Benin nije država u kojoj je socijalno poduzetništvo dovoljno razvijeno te se više promatra kroz djelovanja razmjerna lokalnim područjima.

Zaključak

Istraživanje je potvrdilo da je socijalno poduzetništvo dugoročno održiv trend koji može pomoći razvoju država u Africi te da pomoć u razvoju dolazi od strane lokalnog stanovništva. Utvrđeno je da važnu ulogu u razumijevanju koncepta socijalnog poduzetništva ima nacionalna povijest, lokalne specifičnosti, kultura, geografska i klimatska obilježja mjesta, regije ili države. Naime, lokalno stanovništvo ima najtočniju percepciju na ono što socijalno poduzetništvo jest i što socijalna poduzeća jesu s obzirom na navedene datosti, a iz toga proizlaze mogućnosti za razvoj afričkih država upravo kroz taj oblik poduzetništva. To je prvo i najvažnije saznanje iz kojeg se može razmišljati o napretku i razvoju te biti poticaj za poduzetnost. Stoga, moć socijalnog poduzetništva proizlazi iz prepoznavanja važnosti lokalnog stanovništva, iz mogućnosti samozapošljavanja i zapošljavanja drugih, a može se reći da su socijalni poduzetnici oni koji „rađaju“ nove socijalne poduzetnike i tako to postaje trend koji može pomoći ostatku

društva i konačno državama u Africi. Dakako, istinska moć socijalnog poduzetništva proizlazi iz evanđeoskog stava Muhammada Yunusa prema kojemu temelj poslovanja proizlazi iz altruizma; davanje novca društvu kroz milostinju treba transformirati u poslovne modele kako bi se novac vraćao i ponovno ulagao u nove poslovne modele za rješavanje društvenih problema.

Međutim, zaključci na razini cijelog kontinenta zahtijevaju veći broj ispitanika jer se ne mogu donositi samo na temelju jedne promatrane države na kojoj je istraživanje provedeno pa se navedeno ujedno smatra ograničenjem ovoga istraživanja. Stoga bi buduća istraživanja trebala, prije svega, obuhvatiti veći broj ispitanika iz različitih afričkih zemalja kako bi se dodatno ispitalo socijalno poduzetništvo te tako uočile sličnosti i razlike društvenih inovacija i poduzetništva u zemljama Afrike. Također, bilo bi zanimljivo istražiti i ograničenja razvoja socijalnog poduzetništva, kao i istražiti poduzetničku kulturu mladih u Africi.

Literatura

- Barić Đurđević, M. (2022). Kontrola populacije – očekivanja i realnost, URL: <https://szz-hr.org/index.php/2022/04/11/kontrola-populacije-ocekivanja-i-realnost/> [pristup: 10.7.2021.]
- Baturina, D. (2013). Konceptualiziranje socijalnog poduzetništva i izazovi razvoja područja, *Ekonomski misao i praksa*, 22(1), 123-142.
- Bornstein, D., Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs To Know*, New York: Oxford University Press.
- Casimir, A., Samuel E. (2015). Social work and the Challenge of Entrepreneurship in Africa, *Open Journal of Political Science*, 5, 155-165.
- Chakravorti, B., Chaturvedi, R.S., (2019). Research: How Technology Could Promote Growth in 6 African Countries URL: <https://hbr.org/2019/12/research-how-technology-could-promote-growth-in-6-african-countries> [pristup: 2.7.2021]
- Daka, E., (2019). URL: www.shineafrican.com/2019/03/defining-socialentrepreneurship.html [pristup: 25.6.2021.]
- Dees, G. (2001). The Meaning of Social Entrepreneurship, 1-5, URL: https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deas_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf [pristup: 30.6.2021]

- DeLuca, L., Nakato B. (2015). Social Entrepreneurship in Africa: What works, what doesn't – and why. URL: <https://www.seechangemagazine.com/social-entrepreneurship-africa-works-doesnt/> [pristup: 30.6.2021]
- Elliott, R. M. (2019). Social entrepreneurship as a catalyst to break the poverty trap: An analysis of the motivational factors in South Africa, *Acta Commercii*, 19(2).
- Global Entrepreneur Monitor (GEM) (2016). Special topic report Social entrepreneurship. Niels Bosma, N., Schøtt, T., Terjesen, S., Kew, P. URL: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=49542> [pristup: 30.6.2021.]
- Gusman, D. (2017). Social Entrepreneurs Are Changing Africa for the Better, URL: <https://riseint.org/social-entrepreneurs-changing-africa> [pristup: 30.6.2021.]
- Kedmenec, I., Rebernik, M., Perić, J. (2015). The impact of individual characteristics on intentions to pursue social entrepreneurship, *Ekonomski pregled*, 66(2), 119-137.
- Klijn, V. (2021). Social enterprises are the future: why we cannot afford to waste this crisis, URL: <https://euclidnetwork.eu/2021/01/social-enterprises-are-the-future-why-we-cannot-afford-to-waste-this-crisis/> [pristup: 26.6.2021.]
- Krige, K., (2019). The future is social entrepreneurship, URL: <https://www.socialenterprisebsr.net/2019/01/the-future-is-social-entrepreneurship-by-kerry-krige-tedx/>, [pristup: 20.8.2021.]
- Kujek, D. (2021). Socijalno poduzetništvo kao preduvjet napretka i razvoja zemalja Afrike, Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, diplomski rad. URL: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/aukos%3A834> [pristup: 20.5.2022.]
- Maji, A., Adejoh, D. (2016). Exploring the Potentials of Soacial Enterprises for Poverty Alleviation in Nigeria and Cameroon in the 21st Century, *European Journal of Business and Management*, 8(28), 10-14.
- Mastercard Foundation (2018). Shaping the Future of Their Continent: Supporting Africa's Social Entrepreneurs. URL: <https://mastercardfdn.org/shaping-the-future-of-their-continent-supporting-africas-social-entrepreneurs/> [pristup: 26.6.2021.]
- Mirvis, P., Googins, B., (2018). Catalyzing Social Entrepreneurship in Africa: Roles for Western Universities, Ngos and Corporations, *Africa Journal of Management*, 4(1), 57-83.
- Ndegwa, H. K. (2014), Ways to Promote Entrepreneurship in Africa. URL: https://www.academia.edu/8778977/Ways_to_Promote_Entrepreneurship_in_Africa [pristup: 26.6.2021.]
- Peredo A.M., McLean M. (2006). Social entrepreneurship: critical review of the concept, *Journal of World Business*, 41, 56-65.

- Proleksis enciklopedija (2017). Afrika, Leksikografski zavod Miroslava Krležje. URL: <https://proleksis.lzmk.hr/7053/> [pristup: 26.6.2021.]
- Rivera-Santos, M., Holt, D., Littlewood, D., Kolk, A. (2015). Social Entrepreneurship in Sub-Saharan Africa. *Academy of Management Perspectives*, 29(1), 72-91.
- Sithole, B. (2021). Social Entrepreneurship – the key to Africa's growth?, The Africa Matters Podcast, URL: https://www.listennotes.com/podcasts/the-africa-matters/social-entrepreneurship-the-S0he3KTmf_p/ [pristup: 26.6.2021.]
- Svjetska banka (2013). Africa Continues to Grow Strongly but Poverty and Inequality Remain Persistently High. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2013/10/07/africa-continues-grow-strongly-poverty-inequality-persistently-high> [pristup: 26.6.2021.]
- Šimunić Rod, V., Bursać, B., Vreš, K. (2021). Socijalno poduzetništvo kao izazov društvenih promjena: analiza socijalnog poduzetništva na primjerima iz prakse, *Obrazovanje za poduzetništvo / Education for entrepreneurship*, 11(1), 94-109.
- Škrčić, M., Mikić, M. (2007). O socijalnom poduzetništvu u svijetu i u Republici Hrvatskoj, *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 5(1), 153-163.
- The Institute for Social Entrepreneurs (2008). Evolution of the social enterprise industry: A chronology of key events. URL: <https://socialent.org/documents/EVOLUTIONOFTHESOCIALENTERPRISEINDUSTRY--ACHRONOLOGYOFKEYEVENTS.pdf> [pristup: 26.6.2021.]
- Victoria (2017). Social Business in Africa: A reality check, URL: <https://makesenseorg.medium.com/social-business-in-africa-a-reality-check-b2ad478ba10f> [pristup: 26.6.2021.]
- Visser, K. (2011). Social entrepreneurship in South Africa: context, relevance and extent, *Industry and Higher Education*, 5(24), 233-247. URL: <https://www.socialchangeinnovators.com/site/templates/files/e09c5a226760f8faa-84132654bc92f50.pdf> [pristup: 26.6.2021.]
- Zrilić N., Širola D. (2014). Socijalno poduzetništvo – nova mogućnost zapošljavanja mladih u Hrvatskoj, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 2(1), 59-76.
- Wadhwa, D. (2018). The number of extremely poor people continues to rise in Sub-Saharan Africa. URL: <https://blogs.worldbank.org/opendata/number-extremely-poor-people-continues-rise-sub-saharan-africa> [pristup: 26.6.2021.]
- Yunus, M. (2009). Za svijet bez siromaštva: društvena poduzeća i budućnost kapitalizma, Zagreb: V.B.Z.

THE POWER OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN PROGRESS OF SOCIETY

Abstract

The aim of this paper is to show the role and influence of social entrepreneurship in the development of African countries and at the same time to find out whether it can be one of the key factors for the development of poor countries, societies and communities. The paper covers the theoretical aspects of social entrepreneurship, and historically important facts are added to recognize what has led to trends today and what will lead to potential trends in the future. The methodology of the work is based on a review of relevant and recent literature, and the empirical part is based on the presentation of the results of an in-depth interview with two respondents. This work reveals the importance of the phenomenon of social entrepreneurship, social enterprises and social entrepreneurs in African countries. Empirical research confirms that social entrepreneurship is one of the key factors for the development and progress of countries on the African continent and that the key role in initiating social changes and solving social problems belongs to the local population, from which it then spills over to all levels of society and the state.

Keywords: Africa, social entrepreneurship, social enterprise, social entrepreneurs, The Republic of Benin

Antonija Matić¹⁰⁷
 Antonio Šabić¹⁰⁸

NACIONALNI PLAN OPORAVKA I OTPORNOSTI 2021. – 2026.: BUDUĆNOST I TRENDVI RAZVOJA KULTURNIH I KREATIVNIH INDUSTRIJA KROZ JAČANJE KAPACITETA I KONKURENTNOSTI

Pregledni rad
<https://doi.org/10.59014/TDLB8472>

Sažetak

Pandemija uzrokovana koronavirusom koja je 2020. pogodila Europu izazvala je veliku gospodarsku krizu. Kao odgovor na krizu, Europska komisija osmislila je Mehanizam za oporavak i otpornost. Kako bi iskoristile dio sredstava osiguranih Mehanizmom za oporavak i otpornost, države članice trebaju pripremiti vlastiti Plan za oporavak i otpornost koji čine plan projekata, mjera i reformi. Sektor kulturne i kreativne industrije nalazi se među najteže pogođenima u pandemijskoj krizi. Uzimajući navedeno u obzir, u Nacionalnom planu oporavka i otpornosti osigurano je 250 milijuna kuna za kulturne i kreativne industrije. Cilj je rada prikazati mogućnosti koje će sektoru biti na raspolaganju kroz korištenje bespovratnih sredstava Europske unije namijenjenih brzem oporavku sektora, razvoju konkurentnosti, a time i multipliciranju moći u kulturnom i kreativnom sektoru. U tu svrhu, u ovom radu analiziran je dokument Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. – 2026. kako bi se vidjelo pomoću kojih provedbenih mjera će se realizirati korištenje predviđenih sredstava. Na temelju analize dokumenta donesen je zaključak o mogućnostima koje će sektoru biti na raspolaganju u cilju kvalitetnije pripreme sektora za javne pozive i programe dodjele državnih potpora. Korištenje bespovratnih sredstava omogućit će razvoj digitalnih kompetencija i novih inovativnih proizvoda i usluga, što će doprinijeti jačanju kulturnog i kreativnog sektora na tržištu. Za potrebe izrade rada korištena je metoda istraživanja za stolom (engl. *desk research*) relevantne literature – znanstvenih članaka na engleskom, i hrvatskom jeziku te dokumenata Vlade Republike Hrvatske.

Ključne riječi: jačanje kapaciteta, konkurentnost, kulturne i kreativne industrije, Nacionalni plan oporavka i otpornosti

107 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, antonijamatic5@gmail.com

108 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, antoniosabicl@gmail.com

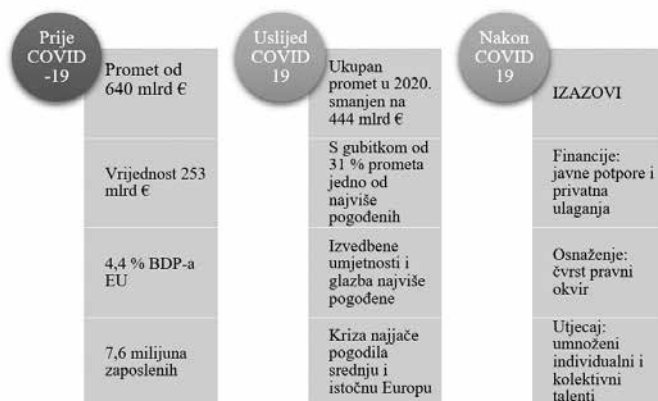
Uvod

Kulturne i kreativne industrije (KKI) su sektor koji je izvor značajnog broja zaposlenja te samim time ima bitno mjesto u društveno-ekonomskim zbivanjima u društvu. U svijetu u kojem su znanje i ideje pokretači stvaranja bogatstva i modernizacije društva, upravo kreativnost, inovacije i spremnost na rizik postaju nužnost, kako u kulturnom tako i u gospodarskom sektoru (Hartley, 2005). Svijest o važnosti kulturnih i kreativnih industrija kao jednog od najdinamičnijih sektora gospodarstva na području Europske unije (EU) sve više raste u posljednjih dvadeset godina (Rašić i sur., 2015). Tako početkom 2000-ih kreativni potencijali koje posjeduje svaki pojedinac dolaze u prvi plan i razmatraju se kao posebno istraživačko područje. Samim time kreativna industrija postaje bitan čimbenik nacionalnih ekonomija razvijenih društava jer doprinosi razvoju gospodarstva u cijelosti, izvoznog je potencijala te je temeljena na znanju, kao i znanstvenoj, tehnološkoj i umjetničkoj inovativnosti (Horvat i sur., 2018). U pozadini kreativne industrije, i svakog od njezinih modela, nalaze se ekonomske i pravne zakonitosti te pitanja (kreativne) radne snage, njihovih poduzetničkih sposobnosti, autorskih prava i poslovanja na globalnom tržištu (Horvat i sur., 2021). Spona između kulture i gospodarstva vidljiva je i u Nacionalnoj razvojnoj strategiji 2030, gdje se u Strateškom cilju 1. – Konkurentno i inovativno gospodarstvo među prioritetnim područjima javnih politika nalazi i poticanje razvoja kulture i medija. U spomenutoj Strategiji stoji kako kulturne i kreativne industrije imaju značajan razvojni i izvozni potencijal, čime predstavljaju generator rasta i daju snažan poticaj inovativnosti kao važnom elementu jačanja svih sektora (industrija, turizam, poduzetništvo i digitalne tehnologije). Kako bi još više potaknula rast u KKI, Hrvatska je u pojedinim područjima već uvela specifične poticajne mjere, a slični modeli planiraju se uvesti i za ostala područja kulturne i kreativne industrije s obzirom na njihov udio u BDP-u i potencijal rasta. Bez obzira na uvođenje mjera, evidentno je kako same mjere nisu dovoljne, nego je potrebno osigurati razvoj novih obrazovnih programa uključujući potrebnu infrastrukturu, adekvatnu zaštitu autorskih i srodnih prava u digitalnom okruženju, kao i izravne i neizravne potpore za autore, umjetnike, male i srednje poduzetnike (Nacionalna razvojna strategija 2030). Za navedeno su potrebna značajna sredstva, a jedan od izvora sredstava zasigurno mogu biti fondovi i programi Europske unije. S obzirom na

novonastalu situaciju uzrokovanu epidemijom COVID-19 te pad prihoda koji su doživjele KKI, nužno je prepoznati prilike koje nude EU fondovi (mnoštvo njih leži u mehanizmu oporavka) kao i ostale važne informacije vezane za novo programsko razdoblje. Svi dionici KKI koji se upoznaju s navedenim već su napravili prvi značajan korak prema korištenju sredstava iz programa i fondova EU, koje pruža niz mogućnosti za jačanje kapaciteta na digitalnom tržištu kao i otvaranja novih radnih mjesta.

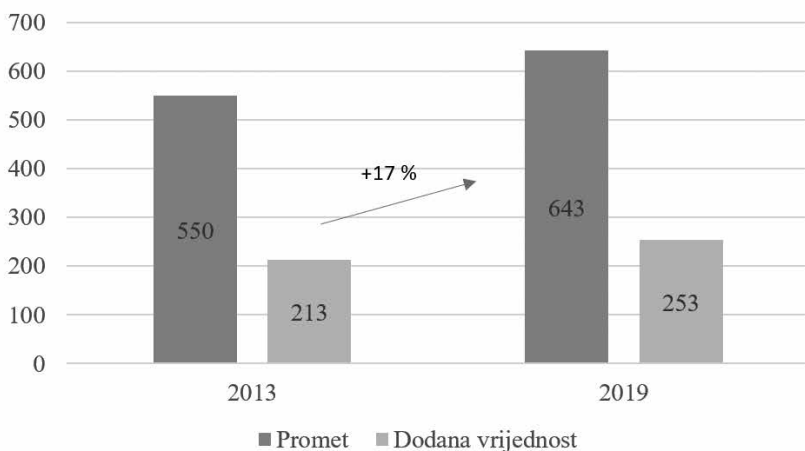
Kreativne i kulturne industrije u ekonomijama EU prije i nakon COVID – 19

Kulturne i kreativne industrije među sektorima su koji su najviše osjetili posljedice krize uzrokovane epidemijom COVID-19. Nagli pad prihoda doveo je u opasnost financijsku održivost kulturnih i kreativnih industrija i drastično utjecao na pad proizvodnih aktivnosti te daljnja ulaganja u nove modele poslovanja i stvaranje novih sadržaja i usluga (Vlada RH, 2021). Slika 1. prikazuje situaciju u KKI prije i nakon COVID – 19.



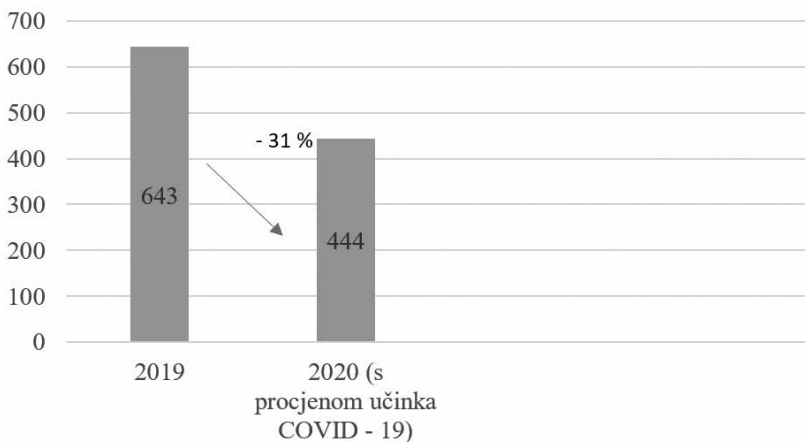
Slika 1. Kulturno i kreativno gospodarstvo prije i nakon COVID – 19
Izvor: izrada autora prema EY (2021).

Iz navedenog je vidljivo kako je došlo do snažnog pada prometa, a posebice kada su u pitanju izvedbene umjetnosti i glazba. Kako bi se stekao uvid o kolikom padu se radi, u grafikonu 1 prikazana je situacija između 2013. i 2019. godine.



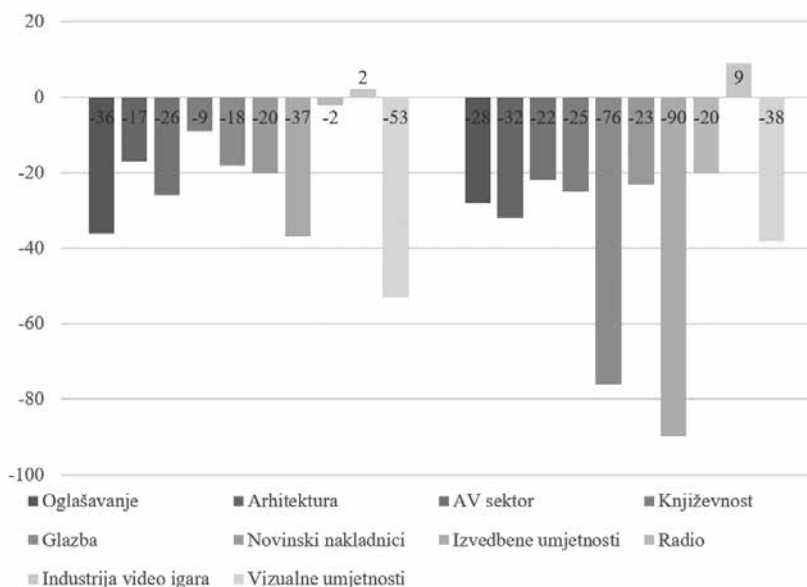
*Grafikon 1. Promet i dodana vrijednost u 2013. i 2019. godini te udio u BDP-u (u mlrd. € i u %), EU-28
Izvor: izrada autora prema EY (2021).*

Iz podataka je vidljiv rast koji su KKI imale od 2013. do 2019. godine, kako u prometu tako i u dodanoj vrijednosti. Međutim, situacija se značajno mijenja u 2020. godini, što se može vidjeti u grafikonu 2.



*Grafikon 2. Ukupan promet koji stvaraju KKI u EU-28 (u mlrd €)
Izvor: izrada autora prema EY (2021).*

U 2020. godini kulturno i kreativno gospodarstvo izgubilo je oko 31 % svojih prihoda. Posljedice COVID-19 osjećaju se u svim područjima, što je vidljivo u grafikonu 3.



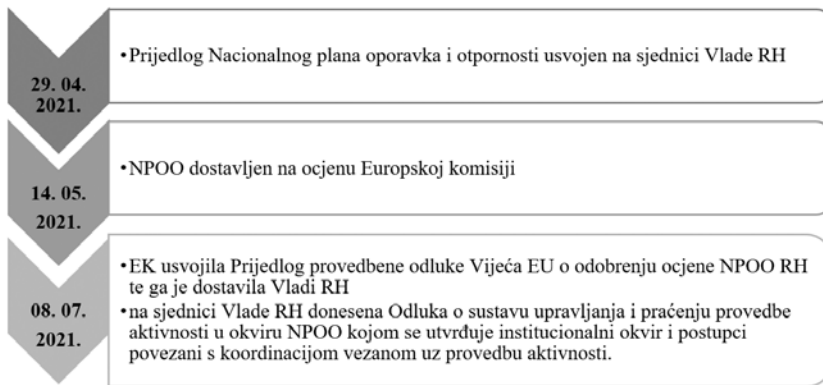
*Grafikon 3. Procijenjena promjena prometa u 2020. u odnosu na 2019. u sektoru KKI (u % ukupnog prometa u mlrd. €, EU – 28)
Izvor: izrada autora prema EY (2021).*

Najviše su pogođene izvedbene umjetnosti (-90% u 2020. u odnosu na 2019.) i glazba (-76%). Vizualne umjetnosti, arhitektura, oglašavanje, književnost, novinski nakladnici i audiovizualni sektor pali su za 20% do 40% u odnosu na 2019. godinu. Jedina koja se održava unatoč COVID – 19 je industrija videoigara. Kako bi se ublažile posljedice krize te stekla otpornost, ne samo ovog sektora nego i drugih, Europska komisija predložila je plan oporavka za zemlje članice Europske unije.

Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. – 2026.

Pandemija uzrokovana koronavirusom, koja je 2020. pogodila svijet, uzrokovala je pad gospodarske aktivnosti na svim kontinentima te izazvala veliku gospodarsku krizu. Kako bi ublažile posljedice krize, države su reagirale nacionalnim mjerama potpore za pojedina poduzeća ili gospodarske sektore, sukladno odluci Europske Komisije o privremenom ublažavanju pravila o državnim potporama. Veliki dodatni rashodi koje su imale države članice zahtijevali su njihovo dodatno zaduživanje na financijskim tržištima. Osim olakšavanja nacionalnih planova oporavka, EU je usmjerila dio vlastitih, relativno skromnih, financijskih sredstava u svrhu odgovora na koronavirus. Tako je omogućeno preusmjeravanje nepotrošenih sredstava iz strukturnih fondova na rashode povezane s koronom te je aktiviran Instrument za hitnu potporu koji je uspostavljen tek nekoliko godina ranije. Najvažnija mjera usvojena od strane EU u toj ranoj fazi odnosila se na instrument za sufinanciranje nacionalnih mehanizama potpore zapošljavanju, koji su usmjereni u velikim razmjerima kako bi se suprotstavili pandemijskoj krizi. Iznos svih navedenih sredstava premašio je granice proračunskog kapaciteta EU-a te je trebalo pronaći pravnu konstrukciju za prikupljanje sredstava (De Witte, 2021).

U tu svrhu, Europska komisija je u svibnju 2020. predložila plan oporavka za zemlje članice EU. U srpnju iste godine čelnici država članica EU-a postigli su dogovor o instrumentu pod nazivom „EU sljedeće generacije“, kao i o Višegodišnjem financijskom okviru za razdoblje 2021. – 2027. (VFO). Na ovaj način je državama članicama omogućeno korištenje 1.824 milijarde eura za oporavak i jačanje otpornosti europskog gospodarstva (750 milijardi eura iz instrumenta „EU sljedeće generacije“ i 1.074 milijarde eura iz VFO-a). U okviru instrumenta „EU sljedeće generacije“ uveden je Mehanizam za oporavak i otpornost (engl. Recovery and Resilience Facility (RRF)), iz kojeg će se državama članicama, kroz vlastite nacionalne planove za oporavak i otpornost, omogućiti korištenje bespovratnih sredstava i zajmova u ukupnom iznosu od 672 milijarde eura za financiranje reformi i povezanih investicija kojima se ubrzava oporavak te povećava otpornost gospodarstva i društva na buduće krize (Vlada Republike Hrvatske, 2021). Preduvjet za korištenje sredstava iz RRF-a je izrada Nacionalnog plana oporavka i otpornosti (NPOO). Nastavno na navedeno na slici 2. prikazan je tijekom donošenja NPOO u RH.



*Slika 2. Usvajanje NPOO 2021. – 2026. u Republici Hrvatskoj
Izvor: izrada autora prema Vladi Republike Hrvatske (2021).*

U skladu s ciljevima RRF-a, Nacionalni plan obuhvaća reforme i investicije koje će se provesti najkasnije do 31. 08. 2026. te sadrži prijedloge projekata ukupne vrijednosti 48,2 milijarde kuna. Jedan od glavnih ciljeva mu je pridonijeti ubrzanom gospodarskom rastu. Sastoji se od pet komponenti (s pripadajućim potkomponentama) i jedne inicijative koje su prikazane u tablici 1.

Tablica 1. Komponente i potkomponente NPOO-a

C1. GOSPODARSTVO
C1.1. Otporno, zeleno i digitalno gospodarstvo
C1.2. Energetska tranzicija za održivo gospodarstvo
C1.3. Unaprjeđenje vodnog gospodarstva i gospodarenja otpadom
C1.4. Razvoj konkurentnog, energetske održivog i učinkovitog prometnog sustava
C1.5. Unaprjeđenje korištenja prirodnih resursa i jačanje lanca opskrbe hranom
C1.6. Razvoj održivog, inovativnog i otpornog turizma
C.2. JAVNA UPRAVA, PRAVOSUĐE I DRŽAVNA IMOVINA
C2.1. Jačanje kapaciteta za izradu i provedbu javnih politika i projekata
C2.2. Daljnje unaprjeđenje učinkovitosti javne uprave
C2.3. Digitalna transformacija društva i javne uprave
C2.4. Unaprjeđenje upravljanja državnom imovinom
C2.5. Moderno pravosuđe spremno za buduće izazove

C2.6. Sprječavanje i suzbijanje korupcije
C2.7. Jačanje fiskalnog okvira
C2.8. Jačanje okvira za sprječavanje pranja novca
C2.9. Jačanje okvira za javnu nabavu
C.3. OBRAZOVANJE, ZNANOST I ISTRAŽIVANJE
C3.1. Reforma obrazovnog sustava
C3.2. Podizanje istraživačkog i inovacijskog kapaciteta
C4. TRŽIŠTE RADA I SOCIJALNA ZAŠTITA
C4.1. Unaprjeđenje mjera zapošlj. i pravnog okvira za moderno tržište rada i gospodarstvo budućnosti
C4.2. Unaprjeđenje mirovinskog sustava kroz povećanje adekvatnosti mirovina
C4.3. Unaprjeđenje sustava socijalne skrbi
C5. ZDRAVSTVO
C5.1. Jačanje otpornosti zdravstvenog sustava
C6. INICIJATIVA: OBNOVA ZGRADA
C6.1. Obnova zgrada

Izvor: izrada autora prema Vlada Republike Hrvatske (2021).

Usvajanjem ovog i sličnih instrumenata, uloga Europskog parlamenta u Ekonomskoj i monetarnoj uniji značajno je porasla, čime jača i međuparlamentarna suradnja u Europskoj uniji (Fromage, Markakis, 2022).

Razvoj otpornog kulturnog i kreativnog sektora

S više od 50 % ulaganja Gospodarstvo je najznačajnija komponenta od navedenih, točnije 53 % ulaganja odnosi se na tu komponentu. U cilju jačanja konkurentnosti i održivog razvoja gospodarstva potrebno je razvijati nove mjere i politike koje će za glavni cilj imati privlačenje i poticanje privatnih investicija i korištenje prednosti koje proizlaze iz njih. Cilj je reformi i investicija iz komponente Gospodarstva sustavno integrirati održivi razvoj, zelenu i digitalnu tranziciju gospodarstva i operacionalizirati ih u konkretne mjere i mehanizme na nacionalnoj i regionalnoj razini (Vlada Republike Hrvatske, 2021). Komponenta Gospodarstvo podijeljena je na šest potkomponenti, od kojih je za ovaj rad značajna prva, odnosno *CI.1. Otporno, zeleno i digitalno gospodarstvo*. U smislu uspješnosti realizacije

reformi i investicija detektirani su izazovi, ali i ciljevi komponente C1.1. koji su prikazani na slici 3.



Slika 3. Izazovi i ciljevi komponente C1.1.

Otporno, zeleno i digitalno gospodarstvo

Izvor: izrada autora prema Vladi Republike Hrvatske (2021).

Iz navedenog je više nego jasno da su glavne teme NPOO-a nedostatne inovacije, složenost administrativnog sustava, poticanje investicija, alternativni izvori financiranja i stalno prisutna tema prilagodbe digitalnoj tranziciji.

Potkomponenta C1.1. također je dalje raščlanjena na potkomponente, a u ovom radu bit će obrađena potkomponenta C1.1.1. *Jačanje konkurentnosti i zelena tranzicija gospodarstva* koja se sastoji od reformskih mjera i investicija u kojoj je upravo Transformacija i jačanje konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija jedna od investicija.

Tablica 2. *Reformske mjere i investicije potkomponente C1.1.1. Jačanje konkurentnosti i zelena tranzicija gospodarstva*

Reformske mjere	Investicije
C1.1.1. R1 Nastavak reforme poslovnog i regulativnog okruženja	C1.1.1. R1-I1 Digitalizacija usluga državne i javne administracija prema poslovnom sektoru (G2B)
C1.1.1. R2 Nastavak reforme reguliranih profesija	C1.1.1. R1-I2 Nastavak administrativnog i fiskalnog rasterećenja
C1.1.1. R3 Unaprijeđenje strateškog okvira za promociju privatnih ulaganja	C1.1.1.R4-I1 Potpora poduzećima za tranziciju na energetski i resursno učinkovito gospodarstvo
C1.1.1. R4 Povećanje strukturne održivosti gospodarstva i poticanje zelene tranzicije	C1.1.1. R4-I2 Financijski instrumenti za mikro, mala i srednja poduzeća
C1.1.1. R5 Diversifikacija tržišta kapitala i poboljšanje pristupa alternativnom financiranju	C1.1.1. R4-I3 Financijski instrumenti za srednje kapitalizirana poduzeća i velike subjekte
C1.1.1. R6 Razvoj otpornog kulturnog i kreativnog sektora	C1.1.1. R4-I4 Financijski instrumenti za subjekte javnog sektora
	C1.1.1. R5-I1 Ulaganje u instrumente vlasničkog i kvazivlasničkog financiranja (PE)
	C1.1.1. R6-I1 Transformacija i jačanje konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija
	C1.1.1. R6-I2 Uspostava provjere medijskih činjenica i sustava javne objave podataka

Izvor: izrada autora prema Vlada Republike Hrvatske (2021).

Kao što je vidljivo iz tablice 2., potkomponenta C1.1.1. ima šest reformskih mjera, od kojih se jedna odnosi na razvoj otpornog kulturnog i kreativnog sektora, te devet investicija od kojih je za ovaj rad značajna C1.1.1. *R6-I1 Transformacija i jačanje konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija* jer je upravo ona investicija koja će dovesti do osnaživanja KKI. Kako bi se pojednostavilo prethodno napisano, u nastavku se nalazi shematski prikaz koji pokazuje položaj investicija koje se u NPOO odnose na kulturne i kreativne industrije (Slika 4.).



Slika 4. Kulturni i kreativni sektor u NPOO

Izvor: izrada autora

Glavni izazovi s kojima se susreće kulturni i kreativni sektor u Hrvatskoj su:

- ubrzavanje reforme regulativnog i zakonodavnog okvira Hrvatske u skladu s EU strategijom
- ugroženost financijske održivosti i opstanka kulturnog i kreativnog sektora
- prilagodba digitalnoj produkciji i distribuciji
- nedostatna kapacitiranost poduzetnika za puno iskorištavanje potencijala jedinstvenog digitalnog tržišta
- rast prisutnosti dezinformacija i manipulacija u medijima koje ugrožavaju medijsku industriju
- nemogućnost transparentnog uvida u vlasničke strukture i u financiranje medija.

Ciljevi reforme su:

- uspostavljanje odgovarajućeg pravnog okvira za poslovanje na jedinstvenom digitalnom tržištu
- omogućavanje poduzetnicima u području kulturnih i kreativnih industrija brze prilagodbe novom pravnom okviru
- razvijanje vlastitih kulturnih i kreativnih proizvoda i usluga na jedinstvenom digitalnom tržištu čime se postiže kulturna, jezična i medijska raznolikost.

Provođenje će se investicija odvijati tako da će se pravnim i fizičkim osobama koje djeluju u području kulturnog i kreativnog sektora dodjeljivati bespovratne potpore za jačanje kapaciteta za prilagodbu poslovanja novom regulativnom i zakonodavnom okviru jedinstvenog digitalnog tržišta. Nositelj ove provedbe je Ministarstvo kulture i medija, a ciljane skupine su mikro, mala i srednja poduzeća te ostale pravne i fizičke osobe koje djeluju u području kulture, umjetnosti i medija. Procijenjeni trošak iznosi 300 milijuna kn, a planirano vrijeme provede je 2021. – 2026.

Transformacija i jačanje konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija Nacionalnog plana oporavka i otpornosti – opis i provedbene mjere

Kulturne i kreativne industrije u Hrvatskoj susreću se s izazovima koji se pretežno odnose na nedostatnu kapacitiranost dionika. Tablica 3. prikazuje izazove i ciljeve detektirane u NPOO.

Tablica 3. Izazovi i ciljevi KKI

Izazov	nedostatna kapacitiranost poduzetnika za iskorištavanje potencijala digitalnog tržišta razvoj kulturne raznolikosti i jačanje medijskog pluralizma razvijanje inovativnih poslovnih modela i industrijskih standarda, platformi, aplikacija
Cilj	jačanje kapaciteta kulturnih i kreativnih industrija za poslovanje na jedinstvenom digitalnom tržištu razvoj novih inovativnih proizvoda i usluga

Izvor: izrada autora prema Vlada Republike Hrvatske (2021).

Kako se pokazalo tijekom krize, digitalno okruženje postalo je centralno mjesto stvaranja, produkcije, dijeljenja i konzumiranja kulturnih sadržaja. Upravo zbog navedenog, prilagodba digitalnom okruženju jedan je od glavnih preduvjeta za razvoj kulturnih i kreativnih industrija. Osim jačanja kapaciteta, od država članica zahtijeva se prilagodba zakonodavnog okvira vezanog za ostvarenje prihoda i zaštitu autorskih prava u digitalnom okruženju. Zbog specifičnosti sektora, ali i iznimnog doprinosa kulturnih i kreativnih industrija cjelokupnom gospodarstvu te poticanju inovativnosti svih sektora, Europski parlament je državama članicama

preporučio da 2% ukupne alokacije fonda za oporavak i otpornost usmjere na oporavak kulturnih i kreativnih industrija i osiguraju nastavak poslovne aktivnosti. Nužno je poduzetnicima u području kulturnih i kreativnih industrija osigurati financijska sredstva za prilagodbu poslovanja jedinstvenom digitalnom tržištu i novom regulativnom okviru EU i Hrvatske, jačanje kapaciteta za prilagodbu i brzu transformaciju na nove uvjete poslovanja, postizanje konkurentnosti te iskorištavanje potencijala tržišta kao i razvijanje inovativnih poslovnih modela i industrijskih standarda, platformi, aplikacija te drugih proizvoda i usluga koji su atraktivni publici na digitalnom tržištu. Mjera će se provoditi putem javnih poziva kojima će se poslovnim subjektima u području kulturnih i kreativnih industrija omogućiti jačanje kapaciteta za prilagodbu poslovanja novom regulativnom i zakonodavnom okviru jedinstvenog digitalnog tržišta u cilju održivog razvoja. U provedbi mjere, prilikom procjene prihvatljivosti projekata, bit će podržana isključivo ulaganja čije aktivnosti doprinose navedenom cilju i jasno definiraju digitalni doprinos i napredak u segmentu poslovnih procesa, proizvodnje, distribucije i dostupnosti sadržaja i usluga. Nositelj provedbe je Ministarstvo kulture i medija (MKM). Ministarstvo kulture i medija, u suradnji s Hrvatskom gospodarskom komorom i Zajednicom kreativnih i kulturnih industrija HGK, 27. 01. 2022. predstavilo je investiciju Transformacija i jačanje konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija Nacionalnog plana oporavka i otpornosti. U nastavku teksta nalaze se detalji vezani za plan provedbe (Ministarstvo kulture i medija 2021):

- za provedbu investicije C1.1.1.R6-II: 250.000.000,00 kuna bespovratnih sredstava
- investicije će se provoditi putem javnog poziva
- u provedbi investicije prilikom procjene prihvatljivosti projekata bit će podržana isključivo ulaganja čije aktivnosti doprinose navedenom cilju i jasno definiraju digitalni doprinos i napredak u segmentu poslovnih procesa, proizvodnje, distribucije i dostupnosti sadržaja i usluga
- planirano razdoblje trajanja provedbe projekata je od 6 do 36 mjeseci, najkasnije do 31. 12. 2025.
- svaki projekt mora doprinositi ciljevima poziva i pokazateljima neposrednih rezultata, npr.: broj poslovnih procesa, proizvoda i/ili usluga unaprijeđenih za poslovanje na digitalnom tržištu; broj novouvedenih tehnoloških rješenja koja doprinose zelenim i/ili

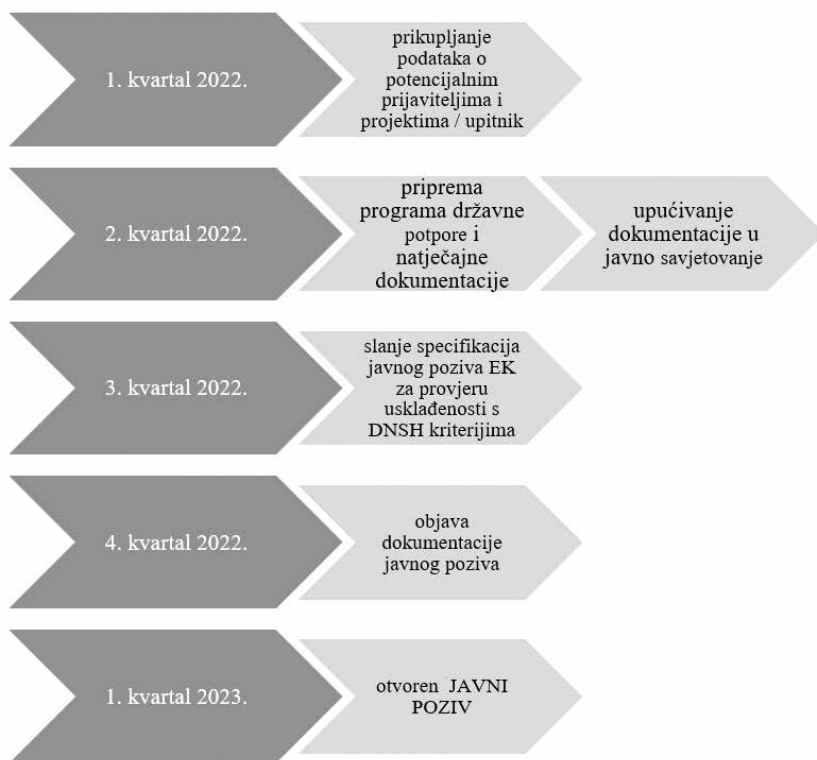
digitalnim ciljevima; porast broja zaposlenih; broj zaposlenika educiranih za rad novim/unaprijeđenim poslovnim procesima u skladu s digitalnim tržištem.

Prihvatljive aktivnosti:

- unaprjeđenje organizacije poslovanja kulturnih i kreativnih industrija u svrhu komercijalizacije novih proizvoda i usluga
- unaprjeđenje procesa kulturnih i kreativnih industrija u svrhu prilagodbe jedinstvenom digitalnom tržištu
- aktivnosti ulaganja u materijalnu i nematerijalnu imovinu u cilju jačanja kapaciteta i stvaranja novih inovativnih proizvoda i usluga u cilju reformiranja poslovanja
- plasman i distribucija novih proizvoda i usluga uključujući promociju i promidžbu.

Prihvatljivi prijavitelji:

- mikro, mala i srednja poduzeća te ostale pravne i fizičke osobe koje djeluju u području kulturnih i kreativnih industrija (arhitekture, audiovizualnih djelatnosti uključujući videoigre, medija, baštine, dizajna, izvedbene umjetnosti, knjige i nakladništva, primijenjenih i vizualnih umjetnosti):
- trgovačko društvo (kojem nije osnivač tijelo javne vlasti)
- obrt
- ustanova (kojoj nije osnivač tijelo javne vlasti)
- umjetnička organizacija
- djelatnosti slobodnih zanimanja
- Ministarstvo kulture i medija, u sklopu prezentacije, izradilo je i Indikativni plan ključnih etapa koji je po kvartalima prikazan na slici 5. u nastavku teksta.



Slika 5. Indikativni plan ključnih etapa
Izvor: izrada autora prema Ministarstvo kulture i medija (2021).

Nakon predstavljanja nacrta provedbenih mjera MKM je realiziralo plan za prvi kvartal te je u skladu s tim objavljen Poziv na prikupljanje podataka o potencijalnim prijaviteljima i projektima u sklopu NPOO „Transformacija i jačanje konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija“. Cilj poziva je što bolja priprema javnosti te uvid u količinu i pripremljenost projekata kulturnog i kreativnog sektora. Upitnik sadržava opće informacije o potencijalnim prijaviteljima i projektima. Rok za ispunjavanje upitnika bio je 27. veljače 2022., a anketa sadrži 30 pitanja podijeljenih u tri kategorije: opći podatci o potencijalnom prijavitelju (naziv, sjedište, veličina poduzeća, NKD), detalji o projektu (kratak opis, ciljevi, aktivnosti, troškovi, vrijednost projekta) te kapaciteti za provedbu projekta (broj zaposlenih, provedeni projekti).

Izazovi provedbe Nacionalnog plana oporavka i otpornosti

Višestruka je uloga Nacionalnog plana oporavka i otpornosti vidljiva kroz planirane reforme i investicije koje su njime obuhvaćene, a koje za cilj imaju ublažavanje posljedica pandemije koronavirusa na gospodarstvo. Osim toga, spomenutim investicijama i reformama nastoji se ojačati gospodarstvo, ali i društvo u cjelini kako bi bilo spremno prihvatiti sve izazove i prilike koje donose zelena i digitalna tranzicija. U tom kontekstu, NPOO imat će veliku ulogu u jačanju kapaciteta i povećanju konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija te njihove prilagodbe na digitalizaciju.

U osvrtu Instituta za javne financije vezanom za funkcionalnu i održivu lokalnu samoupravu u Nacionalnom planu oporavka i otpornosti 2021. – 2026., Ott (2021, 5) navodi kako je „sam Plan vrlo opsežan dokument (1273 stranice), a vjerojatno će ga pratiti barem još toliko stranica pratećih dokumenata, pa je teško očekivati da će se neki veći broj ljudi lako u tome svemu snalaziti, čak i ako budu pokušali pratiti samo pojedine dijelove Plana.“ Ista autorica kao pozitivnu stranu provedbe Plana ističe planirana terenska ispitivanja, edukacije, osnivanje međuresornih skupina i slično. No, navedeno nije dovoljno kako bi se ciljane skupine i krajnji korisnici informirali i educirali nego je potrebno angažirati i druge čimbenike vezane za lokalnu samoupravu kao što su, primjerice Hrvatska zajednica županija (HZŽ), Udruga gradova (UG) i Hrvatska zajednica općina (HZO), koji dobro poznaju probleme i mogućnosti ciljanih skupina. Autorica kao rješenje vidi hitnu izradu vodiča o Planu i mogućnostima. Primjena takvog vodiča značila bi informiranje i uključivanje ciljanih skupina (kako izvršnih, tako i predstavničkih tijela vlasti županija, gradova i općina), krajnjih korisnika (građana, njihovih udruga, poslovnih subjekata), ali i medija (posebice lokalnih). Prijedlozi autorice mogli bi se preslikati i na dio Plana posvećen kulturnim i kreativnim industrijama. Zahvaljujući Ministarstvu kulture i medija kao nositelju provedbe za kulturne i kreativne industrije, određeni koraci su već učinjeni te je na mrežnim stranicama postavljena prezentacija provedbenih mjera. S obzirom na to da je objavljen poziv za prikupljanje podataka o potencijalnim prijaviteljima i projektima, svakako bi bila poželjna izrada vodiča, priručnika i uputa za korištenje sredstava, ali i angažman predstavnika kulturnih djelatnosti kao što su muzejske, galerijske, knjižničarske, arhivske, kazališne, glazbene i glazbeno-scenske, nakladničke, likovne i audiovizualne, ali i akademske zajednice te medija

koji bi svi zajedničkim snagama s nositeljem provedbe na što bolji način povukli i iskoristili predviđena financijska sredstava.

Koliko je važna ova tema, govori činjenica da već postoje akademske analize iste. Tako je Fabbrini (2022) izradio prvu akademsku analizu talijanskog NPOO-a, gdje navodi kako postoji nedostatak literature na navedenu temu. U radu je istaknuto kako se provedba talijanskog NPOO-a suočava se velikim izazovima. S jedne strane kao prepreku za pravodobno izvršenje postavljenih ciljeva navodi administrativnu neučinkovitost talijanske birokracije, osobito u Južnoj Italiji, a s druge strane vremenski okvir NPOO-a koji je u suprotnosti s talijanskim političkim ciklusom.

Osiguravanje uspjeha RRF-a veliki je izazov za Europsku uniju, a kako bi se ostvarili ciljevi zacrtani RRF-om nužan je dijalog sa svakom državom članicom o sektorskoj raspodjeli sredstava kao i o cjelokupnoj arhitekturi planova oporavka i otpornosti. Također je bitno, kada je to relevantno, naglasiti prekograničnu dimenziju investicijskih planova te poticati države članice, putem financijskih poticaja, na suradnju prilikom provedbu svojih planova (Pisani-Ferry, 2020).

Zaključak

Kriza je pokazala nedostatnu kapacitiranost poduzetnika za iskorištavanje potencijala digitalnog tržišta, što za posljedicu ima strukturnu slabost kulturnih i kreativnih industrija u Hrvatskoj, čime negativno utječe na gospodarski potencijal. KKI u Hrvatskoj imat će širok raspon mogućnosti korištenja sredstava kroz Transformaciju i jačanje konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija Nacionalnog plana oporavka i otpornosti. NPOO omogućuje jačanje kapaciteta kroz sljedeće aktivnosti:

- unaprjeđenje organizacije poslovanja u svrhu komercijalizacije novih proizvoda i usluga
- unaprjeđenje procesa u svrhu prilagodbe jedinstvenom digitalnom tržištu
- aktivnosti ulaganja u materijalnu i nematerijalnu imovinu u cilju jačanja kapaciteta i stvaranja novih inovativnih proizvoda i usluga
- plasman i distribucija novih proizvoda i usluga uključujući promociju i promidžbu.

Pritom se prihvatljivi troškovi odnose na ulaganja u materijalnu imovinu, ulaganje u nematerijalnu imovinu, unaprjeđenje procesa i organizacije poslovanja, savjetodavne usluge – vanjski konzultanti, sudjelovanje na sajmovima i usavršavanje djelatnika.

Ako se navedene aktivnosti budu realizirale i prihvatljivi troškovi financirali, evidentno je da će doći do jačanja kapaciteta kroz NPOO, što će pridonijeti razvijanju inovativnih proizvoda, poslovnih modela i industrijskih standarda, platformi, aplikacija te drugih proizvoda i usluga koji su atraktivni publici na digitalnom tržištu.

Sada preostaje poduzeti sve nužne korake u smislu podizanja svijesti dionika KKI te informiranja i educiranja kako bi se povukla sredstva predviđena Planom te tako ojačali kapaciteti KKI, kao i spremnost na buduće krize. Za navedeno nisu dovoljne samo aktivnosti Ministarstva kulture i medija kao nositelja provedbe nego sinergija svih dionika kulturnih i kreativnih industrija.

Literatura

- De Witte, B. ‘The European Union’s COVID-19 recovery plan: The legal engineering of an economic policy shift’, (2021). 58, *Common Market Law Review*, Issue 3, pp. 635-682
- EY (2021). *Rebuilding Europe – the cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis*
- Fabbrini F. (2022).: Italy’s national recovery and resilience plan: context, content and challenges, *Journal of Modern Italian Studies*
- Fromage D.,Markakis M. (2022). The European Parliament in the Economic and Monetary Union after COVID: towards a slow empowerment?, *The Journal of Legislative Studies*, 28:3, 385-401
- Hartley, John (Ed.) (2005). *Creative Industries*. Blackwell, United Kingdom.
- Horvat, Jasna, Mijoč, Josipa i Zrnić, Ana (2018).: *Ars Andizetum*. Urednici: Sanda Katavić-Čaušić i Dora Radl Čučić. Andizet – Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji: Osijek.
- Horvat, J., Krstić, D. & Mlinarević, K. (2021). Ključna određenja kreativne industrije – nazivi, pojmovi i modeli u: Đukić, M. & Ileš, T. (ur.) *Kretanja -Europski realiteti*, str. 324.

- Ministarstvo kulture i medija (2021). *Nacionalni plan oporavka i otpornosti, Transformacija i jačanje konkurentnosti kulturnih i kreativnih industrija*. URL: <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/predstavljen-nacrt-provedbenih-mjera-za-investiciju-transformacija-i-jačanje-konkurentnosti-kulturnih-i-kreativnih-industrija-nacionalnog-plana-oporavka-i-otpornosti/21841>, [pristup: 18.03.2021.]
- Nacionalna razvojna strategija 2030*, Narodne novine br 13/2021
- Ott, K. (2021). Funkcionalna i održiva lokalna samouprava u Nacionalnom planu oporavka i otpornosti 2021. – 2026.. *Osvrti Instituta za javne financije*, 14 (121), 1-11 doi:10.3326/ao.2021.121.
- Pisani-Ferry (2020). European Union recovery funds: Strings attached, but not tied up in knots, *Bruegel Policy Contribution, Policy Contribution, Issue n°19*
- Rašić Bakarić, I., Bačić, K. i Božić, Lj. (2015). *Mapiranje kreativnih i kulturnih industrija u Republici Hrvatskoj*. Zagreb: Ekonomski institut Zagreb.
- Vlada Republike Hrvatske (2021). *Nacionalni plan oporavka i otpornosti 2021. – 2026.*
- Vlada Republike Hrvatske 2 (2021). *Sjednice*. URL: <https://vlada.gov.hr/sjednice/9>, [pristup: 16.03.2022.]

NATIONAL RECOVERY AND RESILIENCE PLAN 2021 – 2026: THE FUTURE AND DEVELOPMENT TRENDS OF THE CULTURE AND CREATIVE INDUSTRIES THROUGH CAPACITIES AND COMPETITIVENESS STRENGTHENING

Abstract

The pandemic caused by the coronavirus resulted in a major economic crisis. In response to the crisis, the European Commission established the Recovery and Resilience Facility. In order to use funds provided by the Recovery and Resilience Facility, Member States have to submit their recovery and resilience plans to the European Commission, which sets out the reforms and investments to be implemented. The cultural and creative sector is one of the most affected sectors by the COVID-19 crisis. Taking that into consideration, in the National Recovery and Resilience Plan, 250 million kunas have been provided for culture and creative industries. The aim of the work is to present the opportunities that will be available to the sector through the use of EU grants. The purpose of those grants is the faster recovery of the sector, the development of competitiveness, and thus the multiplication of power in the cultural and creative sector. For this purpose, this paper analyzes the document National Recovery and Resilience Plan 2021-2026, in order to detect which implementation measures will be used in the sector. Based on the analysis of the document, a conclusion about the opportunities that will be available to the sector with the aim of better preparing the sector for public calls is provided. The use of grants will enable the development of digital competencies and new innovative products and services, which will contribute to the strengthening of the cultural and creative sector on the market.

Keywords: capacity building, competitiveness, culture and creative industries, National Recovery and Resilience Plan

III. Moć u kulturnom i umjetničkom prostoru i produkciji

Mirela Ramljak Purgar¹⁰⁹

MOĆ POGLEDA. KONSTRUIRANJE PROMATRAČKOG SUBJEKTA U SUVREMENOJ UMJETNOSTI

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/XMVC1113>

Sažetak

U ovom članku istražujemo neke od načina kojima suvremena umjetnost upućuje na sadržaje koji izmiču pogledu. Jedno od polazišta je dio istraživanja koje je već izvedeno 2019. god. pod nazivom „Raz/otkrivanje“; tada je nekoliko suvremenih hrvatskih umjetnika izvelo urbane intervencije kojima su, stvarajući radove koje je teško izdvojiti od okolnog prostora, uputili i na tešku vidljivost ideoloških fenomena kakvi su nasilje i manipulacija. Ovdje predstavljeno istraživanje temelji se, s jedne strane, na tumačenju tekstova Terryja Eagletona iz perspektive instrumentalizacije ideologije, odnosno Slavoja Žižeka iz pozicije definiranja nasilja. S druge strane, kontekstualizirat ćemo fenomenološki pristup percepciji slika Lamberta Wiesinga u kojem on pozornost prenosi s objekta na promatrača preispitujući poziciju subjekta. Time želimo na drugačiji način interpretirati odabrane radove suvremenih umjetnika, Vlaste Žanić, Kate Mijatović i Ivana Faktora, a čija djela upućuju na problem prikrivanja, odnosno razotkrivanja pozicije moći i manipulacije. U članku se referiramo i na psihoanalitičku teoriju, onaj njezin dio koji se bavi pozicijom moći pogleda u odnosu na tijelo, kako to interpretira Kaja Silverman, te na teoriju imerzivnosti, kako je definira Oliver Grau. Ovdje nastojimo sagledati ranije teorijske pozicije kroz još kompleksniji odnos tijela i pogleda promatrača. Rezultat istraživanja prepoznaje se u novim, složenim odnosima između umjetničkog djela s jedne i pozicije moći s druge strane. Zaključujemo da postoji subjekt opažanja ovdje i subjekt kao objekt tamo, ali i ono između koje znači poveznicu ovih dviju krajnosti. One se odnose spram pojma granice, a navedene oprečne pozicije upućuju na moć pogleda spram granice, odnosno, na granici. U članku izvodimo tipologiju pogleda prema poziciji promatrača u tako definiranom odnosu.

Ključne riječi: teška vidljivost, suvremena hrvatska umjetnost, nasilje, zlo, pogled

109 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, ramljakpurgar@gmail.com

Uvod

U ovom članku krećemo od premise da je u radovima nekih hrvatskih suvremenih umjetnica i umjetnika moguće zamijetiti transformacijsku moć suvremene umjetnosti da reagira na fenomene kao što su zlo, nasilje i zloupotreba moći. Te smo pojmove povezali sa sintagmom *promatračkog subjekta*, koji se problematizira kod odabranih autora: Vlaste Žanić, Kate Mijatović i Ivana Faktora. Ukazivanjem na definiranje zla kod Terryja Eagletona, odnosno nasilja kod Slavoja Žižeka i ponovo Eagletona, potom uvođenjem sintagmi kao što je *teška vidljivost*, odnosno pojmova poput *imerzivnosti* (prema teoriji Olivera Graua), raspravljat ćemo o karakteru zla, nasilja i manipulacije te njihovoj (ne)vidljivosti.

U analizu uvodimo pojam granice, a pomoću tog pojma određujemo i pojam pogleda na tri temeljna načina: 1. onako kako ga, također kao granicu, vidi teoretičarka Kaja Silverman kada povezuje pogled sa psihoanalitičkim kontekstom. Ovdje ćemo razmatrati tu granicu kao mjesto pohrane i umjetničke transformacije okoliša i u njemu zatečenog zla (u radovima Vlaste Žanić), odnosno pozivamo se na definiranje zla od strane britanskog teoretičara književnosti i kulture Terryja Eagletona. 2. analizom radova Kate Mijatović dotičemo teoriju nasilja Slavoja Žižeka, ali podsjećamo i na ishodišni problem pogleda kojim se bavio umjetnički projekt *Raz/otkrivanje* s temom teške vidljivosti, a bio je realiziran u obliku urbanih intervencija 2019. u Zagrebu. Pogled u ovom slučaju analiziramo s obzirom na jedan od najnovijih radova Kate Mijatović, *Bijeli šum za crne snove*, koji nam nudi temelj za raspravu o raspršivanju ideje pogleda u odnosu na granicu spram svjesnoga – u nesvjesnome. 3. u radu Ivana Faktora nasilje je transformirano u intermedijalnom evociranju problema identiteta i tehnologije montaže. Referirat ćemo se na teorijsku analizu Leonide Kovač koja se bavila autorovim opusom nastalim od 1994. do 2004. god. Pogled je u ovom trećem primjeru posredovan osvještavanjem kategorija vremena i prostora s jedne strane, odnosno povijesti i stvarnosti s druge.

Konačno, u završnom poglavlju „Prvenstvo subjekta ili prvenstvo opažanja“ nastojat ćemo promotriti sve tri pozicije u odnosu na filozofiju percepcije suvremenoga njemačkog fenomenologa Lamberta Wiesinga, što će nam poslužiti za izvođenje jedne moguće tipologije pogleda koja kreće od pojma subjekta prema fenomenu opažanja (pogledom). Pritom, bitnim nam se čini osvještavanje odnosa pogleda spram prethodno definiranog pojma granice: ona, granica, ili čini subjektovu poziciju pojačanom, ili

je zamagljena u procesu percepcije rada (zvukom i mogućnošću čitanja teksta) ili je u potpunosti posredovana medijskom transformacijom i kompleksnom montažom vizualnih fenomena u fotografijama i video-radovima. Tako se i pogled seli, premda uvijek ostaje na mjestu s kojega gleda samoga sebe. U tako usložnjenom odnosu promatranja u ovom radu osvjetšavamo moć koja je poput imerzije skrivena u stvarnosti, a potom i nju samu – moć – također teškom vidljivošću, gledamo pogledom koji valja otkriti i vizualno misliti iz pozicije teorije.

Vlasta Žanić i granica kao artikulacija zla

U Galeriji No Muzeja suvremene umjetnosti u Zagrebu 2011. godine održana je izložba „Pogled otpora“ (kustosica: Mirela Ramljak Purgar). Na izložbi su sudjelovale Vlasta Žanić radom *Pomične trake* i Kata Mijatović radom *Vožnje* (sl. 1). Kao jedan od središnjih modela tumačenja radova ove dvije umjetnice tada nam je poslužila knjiga *Threshold of the Visible World* autorice Kaje Silverman (1996). U knjizi se *pogled* tumači kao „mogući otpor društvenoj normativnosti“. Pristupimo li radu Vlaste Žanić *Pomične trake* u tom teorijskom kontekstu, tada postaje razvidnim problem identiteta kao granice.



Slika 1. Kata Mijatović (*Vožnje*) i Vlasta Žanić (*Pomične trake*),
Muzej suvremene umjetnosti, Zagreb, 2011.
Kustosica Mirela Ramljak Purgar

Kaja Silverman, pozivajući se na Jacquesa Lacana, razdvaja zor od subjektova pogleda, odnosno „vizualni autoritet“ ne pridaje pogledu nego „kulturalnom zoru“: „Time [Lacan] sugerira da ono što je određujuće za svakoga od nas nije kako mi vidimo ili bismo se željeli vidjeti, nego kako smo viđeni kulturalnim zorom“ (Silverman, 1996, 19). Ova autorica pak konstatira da je moguće na kolektivnoj razini zalagati se za promjenu postojećeg stanja ali, na onoj individualnoj, normativnu sliku moguće je ili deformirati ili resemantizirati (ibid.). No, „prelaženje“, kako smo nazvali fenomen granice ili identiteta u katalogu spomenute izložbe (Ramljak Purgar, 2011), kod Vlaste Žanić znači uspostavu nekog novog stanja u odnosu na ono prvobitno – u trenutku kada na jednoj od dviju kinetičkih interaktivnih objekata-traka, posuđenih iz kazališta, „vožnjom“ stižemo do zrcala postavljenog na kraj trake, kada dolazi do prisile da se siđe. To novo stanje jest stanje izbora u „prelaženju“ prema doživljaju vlastitog tijela kao istovremeno senzacijskog i vizualnog. „Senzacijski ego“, prema Silverman, jest odnos nevizualnog i vizualnog, tj. istovremenosti psihičkog i tjelesnog, jer uključuje i aspekt simultanosti fizičkog i mentalnog (Silverman, 1996: 17).

“Granica vidljivog svijeta“, u eseju o zrcalnom stadiju, za Lacana je, prema istom tekstu Silverman, tzv. *Urbild*, viđenje djeteta sebe u zrcalu i kao identifikacija s onime što ono nije i kao identifikacija s vlastitom slikom; za Lacana subjektov tjelesni odraz time „konstituiru rub ili granicu (*limit or boundary*) unutar koje se može pojaviti identifikacija“ (ibid.: 11) Ako bismo pokušali prepoznati tu granicu kao mjesto stvaranja identiteta, kao što je to učinila Silverman, pozivajući se na Jeana Laplanchea (Laplanche, prema Silverman, 1996.), prepoznali bismo u njoj „spremište“ (*container*), a ne samo granicu između sebe i svijeta. Spremište pritom ima oblik koji određuje slikovne „sadržaje“ koji bi se u njega stavili, s obzirom na to da se ego može prilagoditi samo onim identifikacijama koje slijede njegov oblik (Silverman, prema Ramljak Purgar, 2011). Drugim riječima, Žanić dopušta susret s vlastitim odrazom, kao proces bliženja svojoj slici, ali odmah potom prisiljava na odustajanje od nje i susret s vlastitim prisjećanjem na tu sliku, kao prisjećanje na prepoznavanje sebe i kao subjekta i kao objekta. Granica je stoga istovremeno i prepoznavanje (u odrazu) i pomak prema sebi kao promatraču. Pogled, prvobitno zarobljen u širinu i visinu zrcala i kretanje pomičnom trakom, sada se nalazi u promatraču – subjektu i publici.

Granica ili spremište kod Žanić doista predstavlja fizički zalog kao investiciju u mentalno stanje: u osobnome putu od „dezorijentiranosti“ u radu *Ravnoteža* (2006.) do prisile na vlastitu sliku kao odraz i prisjećanje (sliku slike) u *Pokretnim trakama*, ova umjetnica tvrdi da „fizički doživljaj može biti osobito snažan ako je obojen određenim konceptom ili umjetničkom namjerom“ (Žanić i Turković, 2011: 115). Takvo mišljenje slike kroz tijelo prepoznajemo u jednom drugom radu ove umjetnice, u *Autorskome otisku* (2009.) (sl. 2), a koji se rad sastoji od video performansa i gipsanih odljeva tijela umjetnice s odjećom (Šimunović, 2016: 363).



Slika 2. Vlasta Žanić, *Autorski otisak*, kadar iz videoperformansa, 2009. Fragment gipsanog odljeva tijela umjetnice s odjećom

U pitanju postavljenom jednoj od dvadeset umjetnica s kojima je razgovarala na temu odnosa tijela i performativnosti, Ružica Šimunović piše o prepoznavanju specifičnog medijskog promišljanja skulpture, izvornog načina izražavanja ove umjetnice, u obliku „probijanja“ „granice medija (i) kroz živo, izvedbeno tijelo“ (Šimunović, 2016: 363). U svome odgovoru, Žanić će primijetiti da se i dalje služi klasičnom kiparskom formom, ali će je transformirati u „dodavanje ili oduzimanje forme“, „odnos pozitivna i negativna“, „razmišljanje o monolitnoj ili raspršenoj formi, vanjskom i unutarnjem prostoru...“ (ibid.: 364). Taj je odnos posebno vidljiv u spomenutom *Autorskom otisku*, gdje se autorica bavi granicom između punog i praznog, unutarnjeg i izvanjskog, odnosno tragovima granice kao

ostacima nakon pukotina nastalih u interakciji tijela i stvarnosti. Između eksperimentalnog postupka (ibid.: 362) i fizičkog zaloga, kada se umjetnica svodi na „nepostojanja pravila i zadatosti te pomisao da je sve moguće postaviti ispočetka“, zanimanje za iluziju „postojanja nulte točke“ postaje „esencija“ „kreativnog potencijala“ (ibid.: 360), kako u istom razgovoru s Ružicom Šimunović odgovara Vlasta Žanić. Doista, i silaženje s jedne od dviju pokretnih traka iz 2011. god. vraća nas na nultu točku – ili smo ipak nešto naučili? Je li sve što nam je dopušteno samo ponavljanje ili je ponavljanje sada kompleksnija tvorba stvarnosti uz dodatak spoznaje o vlastitom odnosu spram tog ponavljanja? Umjetnica zapravo nudi izlaz iz nelagode izazvane susretom s vlastitim bićem ili zbog prisile da se taj susret zaustavi i pretvori u takt, u ritam, gotovo u apstrakciju. Takav izlaz načini-la je, prema vlastitom svjedočenju, u radu *Metamorfoza* (2011.), kada je, zbog „zasićenosti“ „vlastitim likom“ našla sebe u situaciji ili u stanju koje nije moguće konstruktivno izmijeniti; izlaz se zbio „potpuno neočekivano. Želja da se u toj pat poziciji ‘učinim nevidljivom’, transformirala se u ideju za rad“ (ibid.: 356). Audio zapis zapravo je iskaz o novonastaloj situaciji i pušten je kao „audio dokumentacija performansa“, ranije izvedenog na toj istoj izložbi pod nazivom *Od kipa do ispovijedi: autoportret – autobiografija*. Autorica, čini nam se, bilježi nužno spuštanje s trake pred zrcalom i nastavak u nešto drugačijem smjeru: „Na kraju sam, naravno, prihvatila paradoks cijele situacije. Moj izraz je ostao autoreferencijalan, i dalje sam se nastavila baviti sama sa sobom, ali je moja odluka da se ‘ukinem’, to jest da prekinem sa svojom dotadašnjom umjetničkom praksom, u tom trenutku zapravo bila jedini način da napravim novi rad“ (Ibid.: 357).

Zaključujemo, i granica na kojoj se gradi identitet i „spremište“ za eksperiment i autobiografske elemente, mogu se vidjeti kao mogućnost ote-rećenja matrice odnosa puno/prazno, odnosno, izvanjskog i nutarnjeg zrenja od nastalih taloga uslijed osvještavanja odnosa spram stvarnosti. S pogledom, transformiranim od objekta prema subjektu i obratno. Možda je zalaženjem s onu stranu vlastite prakse bavljenja sobom već ovdje, „na kraju“, u *Metamorfozi*, pa potom u *Pomičnim trakama*, autorica primijetila moć svojeg pogleda na samu sebe i preokrenula se iznutra prema van, prema, kako ćemo kasnije primijetiti, neporecivom „prvenstvu subjekta“, jer ostaje u zoni promatrača.

Terry Eagleton: pojmovi zla i manipulacije

Kako, međutim, vidimo ovo razrješenje u odnosu na stvarnost koja za rezultat ima „zlo“? Inspiraciju smo našli, osim u samoj stvarnosti koja je u ovom trenutku neizvjesna zbog rata koji je izazvan zlom, u knjizi Terryja Eagletona *O zlu* (Eagleton, 2011a). Pišući o „romanima o zlu“, autor se zadržava na definiciji zla kao „oblika transcendencije“ u Mannovu romanu *Doktor Faustus*: fizički je zalog kod glavnog lika u namjernoj zarazi sifilisom u svrhu „glazbenih vizija“ „zbog postupne degeneracije njegova mozga“ (Eagleton, 2011a: 67). Eagleton objašnjava:

Adrian je dionizijski umjetnik koji istražuje dubine ljudske opakosti kako bi izvukao red iz kaosa. Njegova umjetnost nastoji silom istrgnuti duh od mesa, cjelovitost iz nesreće, anđeosko iz demonškoga. Ako umjetnik nastoji iskupiti korumpirani svijet snagom svoje transfigurativne umjetnosti, tada on ili ona mora biti u intimnoj vezi sa zlom. To je razlog zašto je moderni umjetnik sekularna inačica Krista, koji silazi u pakao očaja i bijede kako bi ih sjedinio u vječnom životu“ (Ibid.).

U daljnjoj razradi problema odnosa umjetnika spram vlastitog fizičkog zaloga za vlastitu umjetnost Eagleton će povezati zlo s uništenjem u analogiji spram Božjeg čina stvaranja, jer se stvaranje od Boga može izvesti samo uništenjem (Eagleton, 2011a). Taj se odnos uništenja nužno stoga sastoji u uništenju stvari koje postoje: „Što je bujnija egzistencija, to je više vrijednosti na ovom svijetu. Jednostavna činjenica da postoje satovi, telekomunikacije i osjećaji uzbuđenog očekivanja dobra je stvar“ (Ibid.). Drugim riječima, poput čina stvaranja na temelju Knjige Postanka, postoji analogon u apsolutu uništenja, podjednako su neponovljivi (Eagleton, 2011a). Ono što nastaje, „izokrenuta transcendencija“ u zlu, primjećuje Eagleton, odgovara jedinom izlazu u tzv. postreligijskom svijetu, obilježenom iskustvom holokausta (2011a). Prisjetimo li se radova Vlaste Žanić, osobito *Metamorfoze*, jedino što je još preostalo, nakon odustajanja od materijalnosti i konvencije umjetničkog rada, jest zvuk. Ovdje možemo izvesti analogiju s Eagletonovom analizom zla kod lika kompozitora Leverkühna iz romana *Dr. Faust* Thomasa Manna. Leverkühn, dakle,

ne uživa u onom vizualnom, a kad je već odabrao glazbu kao svoje područje, to je samo zato što je ona najčišći oblik od svih

umjetnosti. Modernistička ili eksperimentalna umjetnost koju Leverkühn stvara predstavlja točku u kojoj umjetnost više ne dobiva svoj sadržaj iz svijeta koji je okružuje. Umjesto toga, ona se okreće sama sebi i razvija vlastite oblike, čineći sebe vlastitim predmetom. Leverkühn je formalist jer se boji sadržaja, koji bi zbog svog destruktivnog utjecaja mogao spriječiti njegov nagon za beskonačnim. U *Pojmu strepnje* Søren Kierkegaard govori o «strahotnoj praznini i besadržajnosti zla.» Praznina je najčišća forma, u potpunosti lišena sadržaja. (...) Ništa nije toliko neranjivo ili otporno poput ništavila. Zbog toga su oni koji su alergični na materijalnu stvarnost tako duboko zaljubljeni u prazninu. Konačna pobjeda slobodnog duha bilo bi uništenje cijeloga svijeta. Tada se svijet ne bi mogao ugurati između vas i vaše želje (ibid.: 75-76).

Osuđujući opasnost od uništenja u ime razumijevanja teologije, Eagleton će povezati kršćanstvo i „izmučeno ljudsko tijelo“ kao „najviše samoostvarenje“ Boga. (ibid.: 76). Vlasta Žanić ne dopušta uništenje, daje mogućnost misli da izvede čin mišljenja i spoznaje, izbor hoće li u interakciji s kretanjem i zrcalom „promatrač“ i „kretač“ naći novi izlaz, kreativni i konstruktivni doživljaj svijeta preko vlastita tijela i uma. Slično je i s radom *Autorski otisak*: u „granici“ između izvanjskog i nutarnjeg, praznog i punog, nalazi se sav onaj inventar odnosa dobra i zla koji može stati u onu granicu koja prima oblike nalik tijelu. Žanić posuđuje od tehnike otiska, ali je pretvara u depo, koji istovremeno ukida njegovim lomljenjem u dijelove i postavljanjem poput krhotina na postament.

U opisu zla Eagleton dolazi i do nacizma, kada postoji „ili previše ili premalo smisla – ili pak oboje istodobno“; ono se u ovom slučaju sastoji u istovremenosti „žrtvovanja, junaštva i čistoće krvi“, ali i „opscenom užitku“ (Freud), ljubavi prema smrti i „nebivanju“: „Nacizam je oblik ludog idealizma koji se užasava ljudske tjelesnosti. Ali on je i snažno zadirkivanje i ismijavanje upravo takvih ideala. Podjednako je uzvišen kao i zajedljiv, (...) ciničan do same srži“ (ibid.: 85).

Demistifikaciju zla Eagleton konačno povezuje i s pojmom manipulacije: razdvajanje razuma od osjetila ima za posljedicu da razum, zbog svoje složenosti i apstraktnosti, gubi vezu s bićem i njemu prisposodivom stvarnosti; život se zauzvrat pretvara u „besciljnu materiju“ „kojom se može manipulirati“. Taj proces obuhvaća i osjetilnost, koju više ne oblikuje razum,

koji, pretvorivši se u racionalizam, prerasta u beživotnu „formu“. Osjetilnost, pretvorena u senzacionalizam, s druge strane, predstavlja egzistenciju tijela, transformiranu u „život lišen smisla“ (Eagleton, 2011a). No, kao što ćemo vidjeti u nastavku, nasuprot tako postojećeg besmisla postoji terapeutska misija umjetnosti.

Kata Mijatović: granica je u frekvenciji zvuka i nemogućnosti čitanja

Vizualna umjetnica Kata Mijatović sudjelovala je u projektu „Raz/otkrivanje“ u travnju 2019. godine intervencijom pod nazivom *Ugljen iz nesvjesnog: prijenos* u neposrednoj blizini prometnog raskrižja istočno od gradskog centra. Budući da se u njegovoj konceptualnoj i materijalnoj osnovi nalaze snovi, odnosno metaforički motiv hrpe ugljena, razvidno je da je taj rad izveden iz već spomenute *Vožnje* (sl. 1), pokazane na izložbi „Pogled otpora“ 2011. Oba projekta su u svojem bitnom dijelu bila naslonjena na *Arhiv snova*, raniji projekt Kate Mijatović utemeljen 2013. na Venecijanskom Bijenalu, čime je autorica usustavila niz pojmova i postupaka s temom sna te materijaliziranih u nakupinama ugljena. Projekt urbanih intervencija imao je za cilj djelovati u užem urbanom tkivu Zagreba teško vidljivim umjetničkim intervencijama. Namjera projekta bila je osvjestiti tešku vidljivost destruktivnih ideja što postoje u ljudskoj svijesti i ponašanju – nasilje i manipulaciju. Nastojali smo pokazati da je *imerzivnost* – inače tehničko-fenomenološki pojam podjednako prikladan za opisivanje tradicionalnog slikovnog uživljavanja kao i za vizualnost u doba virtualne stvarnosti – postao i formalni, teško razaznatljiv zahvat u samu stvarnost. Drugim riječima, pojam smo tada koristili u njegovu širem značenju nevidljivosti, ili teške prepoznatljivosti, zla i manipulacije. No, prije nego se vratimo na analizu za našu temu ključnog doprinosa Kate Mijatović, nužno je ponuditi širu kontekstualizaciju njezina rada u kulturološkoj interpretaciji poriva za nasiljem Terryja Eagletona te pojma imerzivnosti kod Olivera Graua.

Povodom izložbe Sanje Iveković u MOMA-i 2011. godine, u tekstu pod naslovom „Culture and Violence“ Terry Eagleton piše o pojmu ideologije koji se razvija iz ideja, što je jedan od razlog nastanka nasilja. S druge je strane kapitalistička proizvodnja besmisla i nestanak vjere (Eagleton,

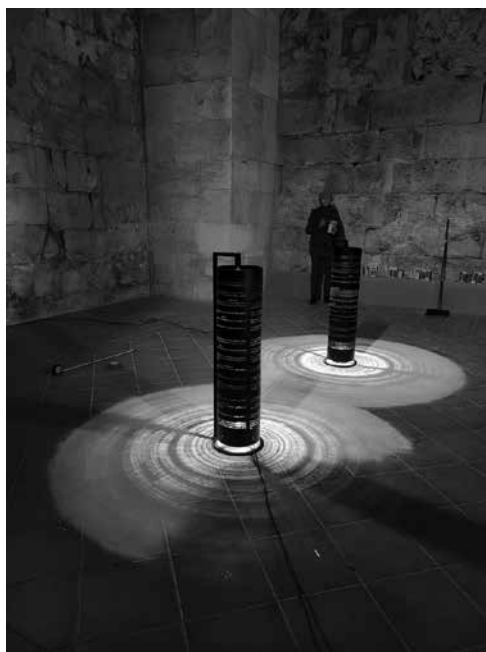
2011: 43). Ideje su, piše Eagleton, apstrakcije, ali imaju vezu s nečim što postoji u našoj stvarnosti. Nasilje počinje strahom, koji rađa mržnju, a mržnja – nasilje. „Nasilje nastaje kada se čini da je jedini način da se poništi prijetnja nametnuta prisutnošću zastrašujućeg drugog (*terrifying other*) tako da ga se iskorijeni“ (Eagleton, 2011: 42). Postoji racionalni i iracionalni strah: „iracionalni strah nastaje kada drugoga doživljavamo kao prijetnju ne zbog toga što on doista čini ili što doista jest, nego zbog nekog svojstva koje nismo mi sami“ (*by virtue of not being you*) (Eagleton, 2011, 42). Drugim riječima, i „najosjetljiviji“ među ljudima mogu pristati na ideološki poziv da se drugog doživi kao prijetnju i osjeti poriv da ga se uništi (ibid.). Definirajući nasilje kao svojevrsnu apstrakciju, Eagleton ga uspoređuje s neosobnošću i anonimnošću želje u psihoanalitičkom smislu u kojoj manjka osjetljivost za posebnost nekog objekta. Međutim, nasuprot nasilju i tako definiranoj želji nalazi se umjetnost, kojoj objekt ne služi kao sredstvo u službi nečeg drugog, nego nešto sebi dostatno, cilj ispunjen samo u umjetničkosti umjetnosti (ibid.).

Ta teška vidljivost kao zadatost umjetničke intervencije u urbano tkivo analogna je onoj o kojoj piše Oliver Grau, kada piše o imerzivnosti (Grau, 2003); taj fenomen, premda sagledan iz povijesnoumjetničke vizure, kod njega je tumačen prije svega s medijskog aspekta i to tako što umanjuje sposobnost kritičkog odnosa spram stvarnosti. Premda predstavlja svojevrsno intelektualno stimuliranje (Grau, 2003: 13), radi se o pretvaranju stvarnog prostora u „prostor iluzije“, sliku *nalik* stvarnom jedinstvu prostora i vremena. Tako nastali prostori, imerzivni i virtualni, u koje se pretvaraju *slikovni mediji*, postižu dojam sveobuhvatnosti, što ga postiže sam umjetnik, ali i mogućnost spajanja s medijem slike, koji pak utječe na osjetilnost i svijest promatrača (Grau, 2003).

Zato nam je bio zanimljiv rad Kate Mijatović *Ugljen iz nesvjesnog: prijenos* (2019). Intervencija naslovljena *Resumé iz 2007. godine*, sastavljena od realne radnje i one snimljene, naime, prijenosa hrpe ugljena s jedne strane na drugu, sada je zaustavljena u dvjema hrpama ugljena, koje se bitno ne zamjećuju u svojem okolišu – na križanju Vukovarske i Heinzelove ulice u Zagrebu, premda se razlikuju po svojem obujmu. Jedna pored druge, na travnjaku uz cestu, prije se doimaju poput krtičnjaka (što je asocijacija same umjetnice). Premda nitko nije ispitivao prolaznike jesu li taj rad primijetili, svjesni smo činjenice da takve umjetničke intervencije, zabilježene na fotografijama (Borisa Cvjetanovića) te objavljene u katalogu i knjizi

(Ramljak Purgar, 2019, 2022) traju u pogledu onoga koga takva umjetnička intervencija kao koncept zanima. Neprimjetnost umjetnosti unutar okoliša (izvanumjetničke) stvarnosti te uspostavljanje kritičke perspektive umjetnosti spram te stvarnosti, doima se nezaobilaznom u vrijeme proliferacije slika svake vrste i teorijske refleksije o njima.

Kada je Kata Mijatović 2011. godine na izložbi „Pogled otpora“ u zagrebačkom Muzeju suvremene umjetnosti projicirala *Vožnje*, spojila je nijemu vizualnost s programom evokacije snova, što će postati njezinom glavnom inspiracijom u godinama što slijede. U autobusu na relaciji Zagreb–Osijek, kamera postavljena s unutarnje strane stakla snimala je eksterijer – kontinuiranu izmjenu vizualnih dojmova što se izmjenjuju pred očima putnika. Tri različite projekcije, jedna do druge u izložbenome prostoru, imale su, međutim, za rezultat diskontinuitet percepcije, jer su počinjale od druge točke u vremenu. Više od deset godina kasnije, Mijatović će u Splitu 2022. god. postaviti rad *Bijeli šum za crne snove* (sl. 3).



Slika 3. Kata Mijatović, Bijeli šum za crne snove, 2022. Kinetička svjetlosna instalacija sastavljena od dvaju cilindara u vrtnji s urezanim tekstovima iz Arhiva snova; white noise zvuk (s izložbe u Galeriji Kula, Split)

Izložba *Bijeli šum za crne snove* predstavlja moguću interpretaciju umjetnice njezine vlastite invencije – *Arhiva snova* iz 2013. god. (www.arhivsnova.hr/). Čini je kinetička svjetlosna instalacija, sastavljena od dvaju cilindara u vrtnji, s urezanim tekstovima iz *Arhiva*, koje, međutim, zbog vrtnje nije moguće čitati, a kroz koje prolazi svjetlost, projicirajući ih na tlo posuto solju. Vizualnu senzaciju nadopunjuje i *white noise* zvuk, alfa valova koji služe uspavljivanju.

Rad je inspiriran *Strojem za snove*, što ga je 1959. god. osmislio Brion Gysin, britanski umjetnik, a smisao je u oponašanju tzv. alfa valova u mozgu, onih koji se pojavljuju u mozgu u vrijeme prije sna, na frekvenciji od 8 do 13 herca (tako osmišljen cilindar sluša se s gramofona, uz istovremeno stroboskopsko treperenje). Promatrač je pod utjecajem tog stroja za naše buduće snove. Promatrač, naime, nesvjesno reagira na vizualno-auditivnu senzaciju i još ne zna kako će se njegova podsvijest referirati na viđeno i slušano. Ako se zbila imerzija na ovome mjestu, onda to nije zacijelo jer se stroj „povezao“ s prostorom u kojemu funkcionira, nego zbog toga što je podsvijest zauvijek ostala ovisna o proizvedenoj kompleksnoj senzaciji. Umjetnost doista u tom smislu spašava od stvarnosti. Ali, u stvarnosti je doživljaj povezan s ostatkom stvarnosti koje je dijelom, pa promatrač zauvijek postaje inficiran izazovom za svijest i podsvijest. Podsvijest je, znamo, terapijski iskazana u snovima, tako se „zahvaljujemo“ stvarnosti i našoj podsvijesti na disperziranoj stvarnosti u našem tijelu, u našem mozgu. I zlo se taloži i razlaže u toj podsvijesti, ovisno o našem superegu. Ako je kod Vlaste Žanić granica bila u ljušturi tijela, između punog i praznog, kod Kate Mijatović ona je u frekvenciji zvuka i nemogućnosti čitanja, u stanju između budnosti i sna, između svijesti i podsvijesti. Gdje je, međutim, pogled u radu *Bijeli šum za crne snove*? Pogled je osporen, raspršen, nesvodiv na zaustavljanje i čitanje. Stroj u vrtnji sili na uspavljivanje, stvara gubitak koncentracije, navodi na podsvijest, a ne svijest. Moramo se othrvati hipnotičkoj osobini rada i zadržati pozornost i kritičku distancu. Umjetnica sluti da ona nije uvijek moguća, da pogled strepi od zavodjenja.

Slavoj Žižek: subjektivno i objektivno nasilje i forma

Slavoj Žižek razlikuje subjektivno i objektivno nasilje; subjektivno je ono određivo utvrđivanjem počinitelja, a objektivno je ono skriveno, i kao „simboličko“ smješteno u jezičnim i formalnim načinima izražavanja, ali

i ono „sistemsko“, utjelovljeno u funkcioniranju ekonomije i politike (Žižek, 2008) Poput ideologije, spominjući pojam *nevidljivosti*, sličan našoj sintagmi *teške vidljivosti*, i Žižek vidi tzv. objektivno nasilje kao inherentno „normalnom“ poretku stvari. Objektivno je nasilje nevidljivo stoga što podržava takvo stanje nulte točke naspram kojega – kad se ono naruši – nasilje doživljavamo kao subjektivno: da bismo ga uočili, potreban nam je ukošeni pogled, paralaksa. Sistemsko nasilje je stoga nešto poput ozloglašene „crne tvari“ u fizici, protuteža suviše vidljivom subjektivnom nasilju. Ono je možda nevidljivo, ali ga treba uzeti u obzir da bi se shvatio smisao onoga što se doima ‘iracionalnim’ izljevom subjektivnog nasilja (Isto, 8).

Ako bismo povukli paralelu s navedenim radovima dviju umjetnica, učinilo bi nam se da je tzv. granica tijela, kao mjesto deponiranja zla kod Žanić određena u odnosu na objektivno nasilje, jer u radu *Autorski otisak* ljušti tijelo od opne koju potom razlaže na komade, ustvari dekonstruira nešto što je nastalo uslijed spajanja s tijelom samim, poopćujući ga podjednako kao što poopćuje i samu granicu, čineći od supstance kompleksno tkivo univerzalnih konotacija. Zašto nam se čini da je kod Mijatović u radu *Bijeli šum za crne snove* drugačije? Tekstovi odabranih snova kroz čija se slova lomi svjetlo i pada na tlo vrlo su osobni, zna se tko im je autor i poznat je tekst samog sna; no, granica o kojoj je bilo riječi, između svijesti i podsvijesti također zalazi u univerzalno pojmljene stvarnosti i pojmovnik, odnosno izranja u obliku kolektivnog nesvjesnog, jer, prisjetimo se riječi same umjetnice, projicirani snovi služe kao izvor i poticaj još „neodsanjanih“ snova. Paradoksalno, poput Eagletona, i Žižek vidi izlaz iz nasilja u „opisu“ situacije, ne nekom „realističkom“, nego umjetničkom: to nije opis smještanja u vrijeme i prostor unutar povijesti, nego novostvoreni, „virtualni“, u kojemu ono što se „pojavljuje nije pojava koju podržava dubina realnosti koja stoji iza njega, nego pojava bez konteksta koja se u cijelosti podudara sa stvarnim bivanjem“ (ibid, 10). Žižek misli na „formu“ koja, baš kao i kod Eagletona, ima veze s ništavilom, jer „umjetnički opis“ „svoju vlastitu unutarnju formu izvodi iz konfuzne stvarnosti“ (ibid, 11).

Ivan Faktor: granica između aroprijacije i intervencije

U katalogu izložbe „Fritz Lang und Ich, 1994–2004“, Leonida Kovač piše o vezi psihoanalitičkog „nagonsko-nesvjesnog“ i onog „optičkog-nesvjesnog“ u instrumentu kamere u radovima osječkog umjetnika Ivana

Faktora: kamera, naime, intervenira „svojim vožnjama, svojim rezovima i statičnom slikom, svojim usporavanjem i ubrzavanjem toka, svojim uvećanjem i smanjenjem“, odnosno, povezuje naše opažanje s metodama Freudove teorije (Kovač, 2004). Kako nas podsjeća ova autorica, kamera je u podlozi „aparturnih“ ishoda u tekstu Waltera Benjamina „Umjetničko djelo u doba tehničke reprodukcije“ iz 1936., čime upućuje na dva elementa važna i za radove Ivana Faktora: koincidencije i montaže. Koincidencija se tiče riječi i godina što su u temelju inspiracije ovog umjetnika Fritzom Langom, prije svega u brojevima: tako će 1994. biti ona godina od koje će se ovaj umjetnik referirati na Langa u svojim radovima, kao i godina čiji će posljednji broj ujedno biti broj iz godine 1934., kada Lang stiže u Sjedinjene Američke Države, bježeći od nacizma; odnosno 1936. će biti godina kada Benjamin piše spomenuti tekst, a iste godine Lang snima film *Fury* (*Zakon linča*). Umjesto da postane osobom koji će snimiti „nacionalsocijalistički film“ – kako je, prema Kovač, izjavio Hitler, nakon što je vidio Langov film *Metropolis* – Lang odlazi u Sjedinjene Američke Države. Evo što Leonida Kovač piše o imenovanju Faktorovih radova analogno Lango-vu preimenovanju svoga filma iz 1931. godine:

Paradoksalno, film *Oporuka Dr. Mabusea* u kojemu fiktivni lik patološkog zločinca izgovara nacističke parole, zabranjen je odmah po dolasku nacista na vlast, a naslov filma iz 1931. *Mörder unter uns* (*Ubojica među nama*) morao je biti promijenjen. Lang ga je tada preimenovao u *M* i dodao mu podnaslov *Eine Stadt sucht einen Mörder* (*Grad traži ubojicu*). Od 1994. do danas (2004. op. M.R.P.) tim će Langovim podnaslovom Ivan Faktor nasloviti nekoliko svojih radova. Kao prvi u nizu pojavit će se devet video-stilova koji bilježe prizore praznih osječkih ulica, snimljenih noću, u kasnu jesen 1991., za vrijeme bombardiranja grada. Na tim su se fotografijama, u funkciji titlova po prvi put pojavili dijalozi iz *M*-a. kasnije su iste fotografije postavljene u Berlinu kao strukturalni element rada naslovljenog *Berlin – Osijek: eine Stadt sucht einen Mörder*.“ I dodaje: „U zadnjem desetljeću dvadesetog stoljeća Faktorov grad Osijek postaje žrtvom urbicida inspiriranog jednim drugim nacionalsocijalizmom. I taj će urbicid postati motivom gotovo svih radova predstavljenih izložbom „Fritz Lang und Ich“ (Kovač, 2004., 5).

Nama se u ovom kontekstu čini nezaobilaznom činjenica intermedijalnosti, a na nju podsjeća i citirana autorica, odnosno, propusnost svjetla

posredovanjem medija, u novom kontekstu odnosa jednog medija spram drugog. Rad Ivana Faktora *Der müde Tod (Umorna smrt)* (1996) ujedno je Langov film iz 1921. god. Rad *Umorna smrt* sastoji se od fotografija ekrana video monitora, sa snimkama nadgrobnih portreta s osječkog i vinkovačkog groblja. No, imena i podatci što stoje uz portrete pokojnika i pokojnica u sliku su upisani na filmski način – filmskim titlom. Faktor videom dokumentira izbljedjele i tijekom rata oštećene fotografske portrete ili pak one oštećene u granatiranju groblja te se ovi doimaju gotovo izbrisanim (Kovač, *ibid.*). „Postupkom prijenosa slike iz medija u medij koji je u strukturi ovoga rada ključan, apostrofirana je vremenska dimenzija. Dimenzija unutar koje mogućom postaje reprezentacija procesa nestajanja“ (Kovač: 10).

Je li u radovima Ivana Faktora – *M. Grad traži ubojicu*, odnosno u filmu *Mörder unter uns (Ubojica među nama)* (sl. 4) i *Umorna smrt* – posrijedi naglasak na formalnom? Jest: u prvom slučaju montirane su replike iz jednog filma drugog autora i iz drugog vremena na slike iz tada (riječ je o 2004. godini) nedavne prošlosti, dok su u drugome načinjene fotografije video monitora i dodani podatci o pokojnicima u obliku titla. Fotografija i film temelj su montaže kao procesa spajanja prostora i vremena, svjesnih intervencija umjetnika u snimljenu i tako interpretiranu stvarnost. Ideologija i nasilje u podlozi su umjetničke intervencije u tijek vremena/prostora i njihovu proživljenost. Nešto što je doslovno, snimke opustjelog grada za vrijeme granatiranja i portreti mrtvih i poginulih na groblju, transformirano je i učinjeno propusnim za daljnje razmišljanje.



Slika 4. Ivan Faktor, *Mörder unter uns (Ubojica među nama)*, 2004; eksperimentalni film, BETA SP, 12 mon., 30 sek., kadar iz filma

Naime, i Kovač piše o problemu identiteta u radovima Ivana Faktora; radi li se ovdje o granici, kod Faktora između aproprijacije i intervencije, između kamere i montaže, između koincidencije i osobnoga? Parafrazirajući Jacquesa Lacana, u tekstu uz izložbu „Fritz Lang und Ich“ iz 2004. god., Leonida Kovač govori o istim fenomenima, koje s jedne strane opisuje Eagleton, pišući o ideologiji i zlu, a s druge, Slavoj Žižek, kada piše o „objektivnom“ nasilju: u oba slučaja zlo se čini „prirodnim“, gotovo nužnim, poput snopa svjetlosti koji vodi naš pogled „toliko da nam izgleda poput mliječnog stošca, i priječi nas da vidimo ono što osvjetljava“; mali ekran i njegovo uvođenje u to „polje“ izdvaja ono što je osvjetljeno, „stavlja u sjenu, ako se tako može reći, mliječnu svjetlost i ističe predmet koji je ona skrivala“ (Kovač, isto, 9). Umjetnost, složit će se Eagleton i Žižek, spašava, odnosno uvodi ekran, posredovanje spram stvarnosti i osvjetljava ono što se prilikom „prirodnog“ gledanja ne vidi. Stoga i „imerzivnost koja se suprotstavlja imerzivnosti“ (Ramljak Purgar, 2021) – u obliku nezamjetnih intervencija u urbano tkivo, zatim raskomadani odljev od gipsa i *white noise*, ali i svjetlo, snimljeno kamerom i pretvoreno u statičan kadar – postoje kao načini umjetničkog spašavanja svijeta, kao „učenje“ o kojemu kao o jedinom spasu piše Žižek.

Pozicija subjekta: prvenstvo subjekta ili prvenstvo opažanja

Gdje je onda subjekt, odnosno objekt u subjektivnom ili objektivnom nasilju? Pokušajmo razumjeti sustav percepcije što ga sugerira Lambert Wiesing (2009). On pokušava subjekt shvatiti na dvostruk način: onaj u kojemu je subjekt ujedno i kao „primat“ (*Primat*) (prvenstvo) subjekta i kao primat opažanja. U slučaju „prvenstva subjekta“ (*Primat des Subjekts*) subjekt je za opažanje „prethodeći, djelatni subjekt, koji opažanje što slijeđi proizvodi kao svoj produkt, kao od opažanja načinjen objekt“ (Wiesing, 2009: 120). Kao „prvenstvo opažanja“, međutim, subjekt postaje objektom, jer je „od opažanja prizvan kao subjekt opažanja“ (ibid.). Iz toga proizlazi pitanje, piše Wiesing: kakav je to subjekt potican opažanjem? Radi se dakle o filozofiji koja priznaje „prvenstvo opažanja“: „Ja nisam prvo ja i potom opažam, nego moje Jastvo je Jastvo kao subjekt mojega opažanja. Subjekt postaje naknadnim i ovisnim objektom opažanja; na tom mjestu

‘objekta opažanja’ ne stoji opaženi predmet, nego subjekt koji opaža, ali je opisan kao objekt opažanja“ (ibid.).

Mogli bismo se, dakle, referirati spram „granice“ između tijela i prostora, kao mjesta pohranjivanja ostataka miješanja tijela s prostorom, pa stoga i zla i nasilja; u tom slučaju radi se o objektu percepcije, nazovimo to pogledom zla s vanjske strane granice. Umjetnica Vlasta Žanić stavlja se u središte zbivanja i nastoji performansom i videom koji iz njega nastaje proizvesti, otjeloviti granicu i ostatke izmiješanosti vanjskosti i nutarnosti. Ona, poput funkcioniranja pogleda u radu o kojemu je bilo riječi na početku teksta, *Pokretnim trakama*, slijedi putanju prijelaza pogleda „na stranu promatrača“, kako smo to napisali, premda iz prvobitnog identificiranja s objektom, ali potom i subjektom. Radom *Autorski otisak* definitivno zalazi u zonu „prvenstva subjekta“. Subjekt je opažanjem nastali objekt.

U slučaju Kate Mijatović, radi se o raspršivanju subjekta u zvuk za odlazak iz svijesti u podsvjesno, o tzv. alfa zvukovima; tu se već radi o graničnom stanju između „prvenstva subjekta“ i „prvenstva opažanja“. Na fotografiji, umjetnica promatra svoj objekt i sluša zvukove, no oni su preseljeni iz predmeta u prostor, time i u njezino vlastito biće. Tijelo svakog promatrača/slušaća pojačava svojom prisutnošću učinak dekoncentriranosti zbog nemoći praćenja tekstova, širi se prostor između subjekta kao prvenstva subjekta i subjekta kao prvenstva opažanja.

Konačno, radovi Ivana Faktora u potpunosti se pretvaraju u učinak subjekta u smislu prvenstva opažanja. Subjekt nije u radu, on je u prostoru i uspostavlja vezu s predmetom, postavši subjektom u smislu u kojemu je „jastvo subjekta opažanja određeno uvjetima opažanja“ (Wiesing, 2009: 121). Uvjeti opažanja su u ovom slučaju smješteni s druge strane medijski opredmećenog „objekta“ (mi smo ga tako nazvali), bilo kadrovima iz filma *M. Grad traži ubojicu*, bilo fotografijama ekrana video-monitora u *Umornoj smrti*. Leonida Kovač ističe dimenziju temporalnosti u slučaju drugog umjetničkog rada, *Umorna smrt*, s podacima o pokojnicima načinjenima poput titlova u filmu (mi dodajemo i dimenziju prostora); naime, radi se o „reprezentaciji procesa nestajanja“, dakle, o činjenju u potpunosti iz perspektive subjekta određenog opažanjem. Opažanjem čega? Činjenica jest da je umjetnik u velikoj mjeri bio zaokupljen ratom u Osijeku, s jedne strane, te da je eksperimentalni karakter svojeg uratka načinio intenzivnom intermedijalnošću. On je čak dvostruko udaljen od objekta – kao

subjekt koji funkcionira kao „prvenstvo opažanja“ jer je, najprije, prisutan u medijski posredovanom jastvu, a potom i kroz tematski i egzistencijalno proživljeno iskustvo rata (doslovnim snimanjem osječkih ulica dok je grad granatiran u *M. Grad traži ubojicu*).

Zaključak

Upravo smo opisali kretanje pogleda s pozicije subjekta – od onoga koji je u funkciji objekta, do onoga koji djeluje u službi opažanja. Pogled koji s pozicije umjetnika, odnosno umjetnice, kreće put svojega rada, potom pogled svakog promatrača/slušaća, kreće se od usredištenosti u jastvu, sebstvu ili biću prema van, s onu stranu granice, uspostavljene postojanjem odnosa umjetnika/ce spram svojeg umjetničkog rada. To mjesto – vani – s ovu stranu granice, usuđujemo se nazvati subjektom kao opažanjem *ovdje*, na točki na kojoj promatrač stoji, dok je subjekt usredišten s onu stranu granice subjektom kao objektom *tamo*. Pozicija *između* jest pogled koji je ujedno u sebi poput spoja ovih dviju krajnosti; on je uvijek istovremeno i ovdje i tamo, jer svijest još nije prestala biti sviješću, a podsvijest još nije postala podsviješću. Ta moć pogleda koju skladištimo na granici i potom tu granicu gledamo iz dviju oprečnih pozicija jest ono što osvješčujemo prateći radove Vlaste Žanić, Kate Mijatović i Ivana Faktora. Time se pogled uspostavlja kao pozicija moći ne samo spram umjetničkog rada, nego spram stvarnosti kao manifestaciji druge vrste moći, one koja postoji kao zlo, kao manipulacija, kao nasilje. Mjesto pohrane kod umjetnica i umjetnika jest neka vrsta granice koju potom podvrgavamo analizi pozicije pogleda.

Čitajući esej Susan Sontag, „Regarding the Pain of Others“ (Sontag, 2003), susrećemo se s problemom promatranja smrti ili umiranja kao uzroka nesklada u našem biću: medij fotografije najviše, više od televizijske snimke, zadržava prisjećanje – ovaj puta – na neko zlo. To znači, drugim riječima, *promatranje* zla: ne samo da se svatko suočen s nasiljem pretvara u stvar (Weil kod Sontag, 2003: 12), nego je tzv. moderni život realizirao strategije za promatranje boli drugih „s distance“, piše Sontag (Isto, 13). Na stranicama koje toj vrsti zaključka prethode, autorica je analizirala fotografije građanskog rata u Španjolskoj (preko teksta Virginije Woolf (Isto, 3 – 7)), rata u bivšoj Jugoslaviji (Isto, 10), odnosa između

Palestinaca i Židova (Isto), rušenja Twinsa 2001. i dr.; ono što nam se pritom čini značajnim, jest naglašavanje neutralne, ali opasne pozicije *mi*: nijedna takva pozicija nije dopuštena „kada subjekt promata bol drugih ljudi“. Dakle, u obzir smo uzeli i psihoanalitičku poziciju i preko nje odredili moguće značenje „opne“ između tijela i svijeta. Freud se, primjerice, prije Lacana i Silverman, bavio represivnošću moderne kulture, koja za posljedicu ima „jaku osobnu tugu“ (Elliott, 2012: 76), unutar ambivalencije između svjesnog i nesvjesnog, iz koje, međutim izrasta „psihički otpor“ (isto)). Odnos između promatrača i promatranog ovdje je zacijelo određeno zlom; zlo smo odredili kao uglavnom ili posve vidljivo (rat) ili teško nevidljivo (manipulacija, nasilje). Jedino što preostaje jest čitati, dalje čitati, možda ponovno i Platona i u njegovu učenju temeljnu ideju dobra. Hoće li s nastankom dominacije tehnologije i postepenim nestajanjem humanosti ljudi ponovno postati novi kršćani ili će potpuno nestati; je li digitalizacija svih disciplina put prema pomoćnim alatima ljudima ili početak njihova nestajanja i bez ratova. Je li u nama trunka dobra u stanju to spriječiti?

Literatura

- Eagleton, Terry (2011), „Culture and Violence“, u: „Sanja Iveković: Sweet Violence“. Katalog izložbe, New York: MOMA, 18. 12. 2011. – 26. 3. 2012., str. 35 – 43.
- Eagleton, Terry (2011a), *O zlu* (prijevod: Tonči Valentić); Zagreb: Naklada Ljevak.
- Elliott, Anthony (2012), *Uvod u psihoanalitičku teoriju*; Zagreb: AGM.
- Grau, Oliver (2003), *Virtual Art. From Illusion to Immersion*. Cambridge, MA: MIT press.
- Kovač, Leonida (2004), „Nepoznat netko“, u: „Ivan Faktor. Fritz Lang und Ich. 1994 – 2004.“. Katalog izložbe, Zagreb: Gliptoteka HAZU, veljača/ožujak 2004.
- Laplanche, Jacques (1976), *Life and Death in Psychoanalysis*. John Hopkins University Press.
- Mijatović, Kata (2022) Bijeli šum za crne snove: <https://visitsplit.com/hr/5535/izlozba-kata-mijatovic-bijeli-sum-za-crne-snove> [Pristup: 25. lipnja 2022.]
- Mijatović, Kata. (2013) Arhiv snova www.arhivsnova.hr [Pristup: 25. lipnja 2022.]
- Ramljak Purgar (2022), *Umjetnost kao ideja. Konceptualne prakse u Hrvatskoj*. Zagreb: Centar za vizualne studije.

- Ramljak Purgar (2019), „Raz/otkrivanje“. Katalog urbanih intervencija. Zagreb, 23. – 30. travnja 2019.; Zagreb: Centar za vizualne studije.
- Ramljak Purgar (2011), „Prelaženje i razlika“, u: „Pogled otpora“, izložba Kate Mijatović i Vlaste Žanić. Zagreb: Muzej suvremene umjetnosti, 24. 11. – 2. 12. 2011.
- Silverman, Kaja (1996), *The Treshold of the Visible World*. New York: Routledge.
- Sontag, Susan (2003), *Regarding the Pain of Others*; New York: Farrar, Strauss i Giroux.
- Šimunović, Ružica (ur.) (2016), *Tijelo u dijalogu. Ženske performativne prakse u Hrvatskoj*. Zagreb: Durieux.
- Turković, Evelina, Žanić, Vlasta (2011), *Naći se sa sobom. Razgovor Eveline Turković s Vlastom Žanić*. Zagreb: Meta.
- Wiesing, Lambert (2009), *Das Mich der Wahrnehmung. Eine Autopsie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

THE POWER OF THE GAZE. CONSTRUCTING THE SUBJECT OF LOOKING IN CONTEMPORARY ART

Abstract

In this article, we explore some of the ways in which contemporary art refers to the content that eludes sight. One of the starting points is part of the research, which was already conducted in 2019, entitled *Uncovering/Discovering*“; in that project several Croatian contemporary artists performed urban interventions in which, creating works that are difficult to separate from the surrounding area, they pointed to the difficult visibility of ideological phenomena, such as violence and manipulation. The research presented here is based, on the one hand, on the interpretation of Terry Eagleton’s texts from the perspective of instrumentalization of ideology, and the theses by Slavoj Žižek from the position of defining violence. On the other hand, we will contextualize the phenomenological approach to the perception of images of Lambert Wiesing in which he turns attention from the object to the observer, that is, he re-examines the position of the subject. In this way, we want to interpret in a different way the selected works of contemporary artists, Vlasta Žanić, Kata Mijatović and Ivan Faktor, whose works point to the problem of concealing and revealing the position of power and manipulation. The article also refers to psychoanalytic theory, the part of it that deals with the position of the power of gaze in relation to the body, as interpreted by Kaja Silverman, and the theory of immersion, as defined by Oliver Grau. Here we seek to look at earlier theoretical positions through an even more complex relationship between the body and the gaze of the observer. The result of the research should be recognized in the new, complex relationship between the work of art on the one hand and the position of power on the other. We conclude that there is a subject of perception here and a subject as an object there, but also there is a between which connects the two extremes. These topics refer to the notion of the border and the mentioned opposite positions uncover the power of the gaze: both towards the border and on the border. In this paper, we derive a typology of gazes according to the position of the observer in such a defined relationship.

Keywords: difficult visibility, contemporary Croatian art, violence, evil, gaze

Karmela Puljiz¹¹⁰

KRIPTOUMJETNOST I NJEZIN NASTANAK U KONTEKSTU NOVE PRERASPODJELE MOĆI U SUVREMENOM DRUŠTVU

Pregledni rad
<https://doi.org/10.59014/UXNR8177>

Sažetak

Živimo u globalnom, kulturološki različitom i tehnološki naprednom svijetu gdje se ›high-tech‹ implementirao u gotovo svaku poru ljudskog djelovanja, a što je potencirala i dvogodišnja pandemija Covid-19 koja je „fizičke“ međuljudske odnose svela na minimum. U isto pak vrijeme, kao posljedica velikih socioloških, političkih i ekonomskih promjena vezanih uz postojeće i novonastale centre moći, nastaje jedna nova podvrsta, odnosno manifestacija digitalne umjetnosti nazvana kriptoumjetnost. U navedenom radu će se istražiti i pokazati kontekstualne veze između kriptoumjetnosti i kriptotržišta, glavnih pokretača i nositelja tih novih brzorastućih pojava mlađe generacije poduzetnika većinom IT industrije. Oni, ne prihvaćajući sustav vrijednosti „starih“ interesnih skupina čije se bogatstvo odnosno moć temelji na „starim“ prirodnim resursima (uglavnom naftnim), stvaraju svoj novi sustav vrijednosti baziran na manipulacijama vlastito stvorenih kriptovaluta stvarajući kriptotržište koje onda postaje njihov vlastiti centar moći baziran na subjektivnim manipulacijama, a unutar čega će se na raznim virtualnim platformama, odnosno Web 3.0 granama, istim tehnologijama kao i kod kriptovaluta (›blockchain‹) trgovati, odnosno posjedovati kriptoumjetnička djela, tj. NFT-jevi (›Non-Fungible-Token‹). S tim u vezi posebno će se istaknuti jedinstvenost vlasništva nad radovima kriptoumjetnosti, odnosno tehnologiji koja pojedino umjetničko djelo čini unikatom te pridati pozornost ›otvorenom› virtualnom tržištu, relativno jednostavno dostupnom svim zainteresiranim konzumentima, autorima ili kupcima.

Cilj rada je identificirati pojam kriptoumjetnost, definirati njezine dijelove, odnosno analizirati pojedine segmente vizualnog NFT projekta, metodom komparacije naznačiti sličnosti i razlike unutar šire grupe digitalne umjetnosti kojoj pripada, dati uvid odnosno znanstveni prikaz raznovrsnih vizualnih NFT projekata i njihovih naj-

110 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, karmela.puljiz@gmail.com

značajnijih autora NFT scene te, na kraju, hipotetski zaključiti postoji li, u sada već, mogli bismo reći, hiperprodukciji umjetničkih NFT radova međusobnih (estetskih) poveznica. Odnosno, možemo li govoriti o kolektivnoj estetici NFT radova unutar područja kriptoumjetnosti, odnosno uopće o (kripto)umjetnosti.

U radu će se također istaknuti načini izlaganja te prihvaćanja NFT umjetničkih djela od strane institucija koje su tradicionalno mjerodavne u potvrđivanju valjanosti, odnosno vrijednosti umjetničkog djela kao što su muzeji, galerije, aukcijske kuće, kolekcionari, teoretičari i kritičari i sl.

Ključne riječi: kriptoumjetnost, ‘NFT’, tokenizacija, kriptotržište, moć

Vrli novi svijet

Živimo u vremenu opće digitalizacije i internetizacije društva gdje se *hi-tech* implementirao u gotovo svaku poru ljudskog djelovanja, a samim time se proširilo i naše razumijevanje i prihvaćanje novih medija. To je u velikoj mjeri potpomogla i pandemija bolesti *Covid-19* koja je, u širem smislu, pokazala kako nam je *World Wide Web*, uz ostala tehnička pomagala, postao gotovo jedini komunikacijski kanal pri čemu su se „fizički“ međuljudski odnosi sveli na minimum, što je najuočljivije posebno kod mlađe populacije. Naučili smo naše živote sve više živjeti kao digitalni simulakrum: oko 2,6 milijardi djece i mladih svoje su školovanje nastavili *online*, a preko 3 milijarde ljudi radilo je od kuće. Svjedočili smo poremećajima koje nikakve statistike nisu mogle predvidjeti, a posljedica su *lockdowna* koji je 2020. godine zahvatio čitav svijet. U povijesti modernog kapitalizma nije se dogodilo da je istovremeno 95% svjetskog gospodarstva pretrpjelo golemo smanjenje BDP-a (Tooze, 2021). Svjetska tržišta, odnosno sustavi su kolabirali. Jedini izuzet iz tih nepovoljnih statistika, osim farmaceutske industrije, bio je sektor vezan za digitalnu tehnologiju, odnosno IT industrija.

U isto vrijeme, s jedne strane, ova pandemija nam je pokazala svu krhkost (kulturnog) sustava, a s druge, ubrzala je procese koji bi, u „normalnim“ okolnostima trajali puno duže. Osim velikih ljudskih gubitaka i naglog porasta mentalnih bolesti, ekonomske implikacije koronavirusa osjećat ćemo još dugo.

Internetska komunikacija je, u velikoj mjeri, nadomjestila neposredno ljudsko iskustvo što će imati dalekosežne posljedice. Jedna od njih je nagli nastanak i brzo širenje jedne nove podvrste digitalne umjetnosti, koja je

kao dio vizualne kulture posljedica velikih socioloških, političkih i ekonomskih promjena vezanih uz centre moći, a nazivamo ju kriptoumjetnost. Već u samom nazivu naslućuje neraskidivu vezu s kriptotržištem, odnosno tržištem kriptovalutama koje postaje sve popularnije zbog vrlo vjerojatne šanse za dobitkom lake, ali legalne zarade. Otkada se prije petnaestak godina pojavio *bitcoin*, prva i najpoznatija kriptovaluta, pokrenute su sada već na tisuće kriptovaluta raznih namjena. *Bitcoin* je „decentralizirana alternativa središnjem bankarskom sustavu“ (Ammous, 2018, 3). Nastaje kao posljedica ‘bankocentričnog’ globalnog poretka, odnosno moderne globalne ekonomije kojoj je financijski aspekt ekonomije prestao biti nadogradnja realne ekonomije i postao sredstvo za postizanje geopolitičkih ciljeva, čemu smo svjedočili 2008. godine kada se bankrotom Lehmann Brothers banke lančanom reakcijom urušio ne samo američki već i globalni bankarski (financijski) sustav. Velika ekonomska kriza (i dugogodišnja recesija koja je uslijedila) otkrila nam je da je u svojoj biti međunarodni monetarni i financijski sistem duboko ovisan o američkom dolaru, odnosno jasno smo uvidjeli koliko je svjetski bankarski sustav ovisan o američkom centralnom bankarskom sistemu i njevoj valuti (Tooze, 2018). Pojednostavljeno, pokazala je potpunu zavisnost svjetskih (europskih) banaka o američkom FED-u koji je tijesno surađivao s američkim ministarstvom vanjskih poslova što je pak bio nedvosmislen pokazatelj uplitanja države u (nacionalnu i internacionalnu) ekonomiju, a čiji su detalji tek naknadno, nakon tužbe, dospjeli u medijski prostor. U tom će smislu *bitcoin*, potpuno suprotno, odolijevati bilo kakvoj kontroli bankarskog, monetarnog, financijskog sustava, odnosno državnog establišmenta. *Bitcoin* je potpuno neovisna valuta bez države čijem se monopolu odupire. Taj novi izum digitalnog doba kao „novi sustav elektroničke gotovine koji se u potpunosti temelji na interakciji korisnik-korisnik, bez treće strane od povjerenja“ (Službena stranica Satoshi Nakamoto instituta, 2022) osmislio je programer pod pseudonimom Satoshi Nakamoto. On će u početku biti tek zabava programera i zainteresiranih *kriptofreakova* koji su počeli objavljivati transakcije i rudariti, no osim početnog eksperimentiranja sa softverom, dovoljno je bilo da se samo osigura rastuća potražnja što se u sljedećih nekoliko godina dogodilo i transakcijskim manipulacijama mnogih moćnika Silicijske doline. Formiralo se jako neovisno tržište, kriptotržište.

„Stari i mladi“, iskazivanje moći

Promišljajući, dakle, o skrivenim socio-političkim potezima naše novije povijesti i sadašnjosti, kontekstualizirajući i uspoređujući, kako bi se objasnio taj veliki interes tržišta za kriptovalutama, a s tim u neraskidivoj vezi *hype* oko ogromnog interesa za nastankom i trgovanjem kriptoumjetnosti, za zaključiti je da postoji skrivena zajednička nit koja spaja te dvije brzorastuće pojave. Nositelji su jedna mlađa generacija poduzetnika, mahom IT-industrije koji se ne mire tradicionalnim vodećim krugovima moći baziranim na sustavu u kojima moć pripada isključivo onima koji kontroliraju (prirodno) bogatstvo, šačici „starih“ interesnih skupina, predstavnicima velikih banaka, divovskih multinacionalnih (uglavnom naftnih) korporacija. Tehnološki milijarder i Silicijske doline su, zahvaljujući radikalnoj liberalnoj ideologiji tržišta (dobrim dijelom nereguliranim odnosno nejasno reguliranim) kao i monopolističkim profitima čak i desetljeće prije pandemije, svojim vodećim pozicijama na ljestvici najuspješnijih svjetskih kompanija, označili naše vrijeme dobom (digitalne) tehnologije (Barbrook, 2015; Barbrook i Cameron, 1996).

Njihov golemi utjecaj nedvosmisleno je pokazan u otvorenom nepodržavanju Trumpove administracije i politike (Jacobs-Stanton, 2016) te njegovu već izvjesnu pobjedu na izborima krajem 2020. mijenjaju elektronski glasovi Savezne države Kalifornije.

U tom jazu između „starih i mladih“, baš kao i mnogo puta u povijesti, rađa se jedan novi fenomen (vizualne) kulture za koji se pitamo radi li se o revolucionarnom pomaku, o novom shvaćanju (interpretaciji) umjetnosti ili o prevari; o značajnoj novini ili ‘prenapuhanom balonu’; o umjetničkom djelu ili o igri kriptoinvestitora. Bilo je samo pitanje vremena kada će velika koncentracija bogatstva u tehnološkoj industriji, odnosno digitalnoj ekonomiji, pokazati interes za svijet umjetnosti. Odnosno kada će tehnolita ovim tzv. tehnoliberalizmom kalifornijskog tipa (Barbrook, 2006), koja je već pokazala svoj direktan politički utjecaj koncentrirajući moć u svojim vlastitim kompanijama koje su lišene bilo kakve društvene odgovornosti (Precht, 2018), komercijalizirati većinu aspekata našega života pružajući nam mogućnost monetiziranja svih resursa koje posjedujemo uključujući umjetnost.

Kriptoumjetnost, terminologija i tehnologija

Kriptoumjetnost pripada, dakle, široj grupi digitalne umjetnosti „koja u prirodi svojih umjetničkih praksi sadrži digitalnu obradu slike i zvuka generirajući nove slike/zvukove ili digitalne transfere“ (Šuvaković, 2005, 144). Terminologija koja se veže uz široki pojam digitalne umjetnosti i brojne oblike umjetničke prakse propituje se, utvrđuje, prihvaća i osporava godinama, otkad su se ranih šezdesetih počela upotrebljavati računala za kreaciju umjetničkog djela; novi mediji, elektronička umjetnost, *cyber art*, internet umjetnost, *net.art*, *postinternet* ili *after art* i sl. Danas bi se mogli nadodati i pojmovi kriptoumjetnost ili NFT umjetnost odnosno *NFT-art* (Reichert, 2021). Međutim, važna je razlika od ostalih praksi digitalne umjetnosti da ona počiva upravo na tehnologiji kriptovaluta, odnosno najvećim dijelom vezana je za *ethereum* tehnologije (druga najveća kriptovaluta) te koristi NFT model tokeniziranja na tzv. *blockchain* identičan onome kod kriptovaluta, „ (...) funkcionira kao ‘peer to peer’ mreža procesora koji bilježe i verificiraju transakcije kao niz blokova koji pak tvore reverzibilne sekvence zvane blockchain“ (Kirkwood, 2022, 364).

Blockchain tehnologija je podatkovna lančana struktura, pojednostavljeno, elektronska računovodstvena knjiga distribuirana milijunima kompjutera koja bez posrednika potvrđuje autentičnost odnosno postavlja transakciju bilježeći baš svaku informaciju. Zasnovana je na trima ključnim odrednicama; decentralizaciji, nezamjenjivosti i transparentnosti pružajući mogućnost svim korisnicima kontrolu protokola. Tokeniziranjem digitalno umjetničko djelo, odnosno imovina unutar *blockchain* tehnologije, postaje nezamjenjivi token (žeton), NFT (*Non Fungible Token*), odnosno digitalno zaštićena jedinica čime se postiže jedinstvenost odnosno unikatnost. Međutim, jedinstvenost se ne veže uz digitalni objekt (sliku, video, *gif*, *mp3*), već uz sami certifikat jer se digitalna slika, odnosno *jpeg* datoteka može bezbroj puta umnažati i reproducirati. Certifikat vrijednosti digitalnu datoteku, tj. digitalno umjetničko djelo, čini jedinstvenim, ne može se zamijeniti nikakvim ekvivalentom, ne postoje dva identična. Vlasnička struktura se decentralizirano bilježi u blok lanca i vidljiva je svakome. Tako datoteka postaje nezamjenjivo umjetničko djelo koje dobiva svojevrsnu autentičnu „auru“, iako vlasnik nema niti *copyright* niti ekskluzivni pristup umjetničkom djelu. Primjena je brojna i širi se na mnoga područja, od vizualne i glazbene umjetnosti, sporta, zabavne (*gaming*) industrije itd.

Kriptoumjetnost, dakle, može postojati jedino kao NFT ukodiran u *block-chain* koji mu naznačuje unikatnost i daje mjesto u otvorenom virtualnom tržištu, odnosno na *Web 3.0 granama*. Ova je tehnologija omogućila ne samo autentikaciju umjetničkog djela, odnosno trajnu povezanost digitalnog umjetničkog djela s njezinim autorom, već je omogućila i umjetnicima važnu činjenicu da unovče svoja umjetnička djela i da, na kraju krajeva, mogu živjeti od svog rada. Naime, „digitalni sadržaji su dosad bili uglavnom demonetizirani: glazba je besplatna, pisanje je besplatno, video se gleda besplatno, čak i slike koje se stavljaju na FB i Instagram su besplatni i ljudi ih jednostavno mogu uzeti i koristiti“ (Deresziewicz, 2020, 7).

NFT scena

Današnji procvat NFT-ja je, posebno za digitalne umjetnike, neka vrsta otkrića jer se njihov kreativni rad mora moći na neki način potvrditi, što dosad nije bilo moguće, ne samo u smislu validacije i monetizacije nego nije postojala niti mogućnost da se kopija razlikuje od originalnog umjetničkog djela. Razvojem digitalnih platformi i pojavom *Web 2.0 grane* početkom 2000-ih godina dogodio se značajan pomak, od povezivanja, umrežavanja i izmjenjivanja isključivo podatkovnih datoteka prema umrežavanju individualnih korisnika i njihovih osobnih mrežnih stranica. Odnosno društvenih stranica i aplikacija s mogućnošću individualnog uređivanja i objavljivanja informacija. Korisnicima je tako omogućena manipulacija informacija, odnosno sadržaja, bilo da je riječ o slici odnosno fotografiji, videu, glazbenom *mp3* i sl. Na taj se način i pojavio problem autorstva i čuvanja tih informacija, odnosno sadržaja. Jedno od rješenja tog problema mogao bi biti NFT kojeg posebno ističe digitalni umjetnik Kevin McCoy čiji digitalni uradak „Quantum“ smatramo prvim NFT-jem. Iskovan (*mintan*), odnosno kodiran je 2014. na Nemecoin lancu. Radi se o softveru koji stalno generira nove pikselizirane prikaze apstraktnih geometrijskih oblika, obojenih pravilnih osmerokuta upisanih u pulsirajuću kružnicu, predstavljenom na američkom ‘Rhizomu’, organizaciji, odnosno platformi koja podržava novomedijsku i digitalnu umjetnost. McCoy će, u suradnji s IT poduzetnikom Anilom Dashom, predstaviti platformu „Monegraph“ (skraćeno od monetizirana grafika) za *mintanje* (kovanje) prodaju i distribuciju NFT-ja, odnosno softver koji aukcijskim

kućama, galerijama, autorima i vlasnicima umjetničkih djela nudi *online* alate za manipuliranje na kriptoumjetničkim tržištima. Iako je, dakle, tehnologija NFT-ja upoznata ranije, tek sa Beeplom i prodajom njegova NFT rada „Everydays – The First 5000 Days“, mnogi autori, ilustratori, video i grafički umjetnici *mintat* (kovati) će i prodavati svoje radove po vrlo visokim cijenama zahvaljujući spomenutim kriptoinvestitorima. Oni će ujedno postati jedna nova vrsta, odnosno generacija kolekcionara koju vežemo za popularnu *celebrity* kulturu, a koji će manipulirati, odnosno trgovati NFT radovima na mrežnim stranicama kao što su MakersPlace, SuperRare, Rarible, OpenSea, Nifty Gateway i druge.

Analizirajući današnje tržište suvremene umjetnosti (Službena stranica *Artprice by Artmarket*, 2022.), pokazuje se porast prodaje (‘fizičkih’) umjetničkih djela autora *street art* i *manga* estetike, Kawsa, Murakamija i Banksyja. Stoga ne iznenađuje niti činjenica da je, ne samo tržište NFT-ja doživjelo procvat, nego ujedno i NFT estetika, odnosno, jasno je uočljiva promjena ukusa prema navedenim radovima.

NFT scena u posljednjih nekoliko godina bilježi nagli rast. Pozorno prateći i analizirajući pojedine NFT projekte objavljene na različitim platformama za čuvanje, sakupljanje, razmjenu, prodaju i kupovinu, koji su samo u prošloj godini od 30-ak projekata tjedno prerasli u danas gotovo 400-tinjak, za zaključiti je kako baš kao i u ‘fizičkoj’ suvremenoj umjetnosti postoji hiperprodukcija radova i svođenje na kolektivnu estetiku bilo bi nezahvalno i proizvoljno. Usprkos tome, unutar brojnih NFT radova mogli bismo izdvojiti međusobne estetske poveznice. Prije svega treba istaknuti činjenicu da razlikujemo NFT kolekcije i samostalna NFT umjetnička djela, a čiji će autori često biti poznati javnosti isključivo pod pseudonimom, odnosno svoje će radove potpisivati kao kolektiv. Ostavivši postrance novčane iznose za koje su prodani i njihovu tržišnu vrijednost, vjerojatno najpoznatiji NFT samostalni rad je spomenuti „Everydays – The First 5000 Days“ Mikea Winkelmana, grafičkog dizajnera koji će nakon *mintanja* navedenog NFT-ja uzeti nadimak Beeple. Radi se o *jpeg* datoteci, 21000 x 21000 piksela, pravokutnom digitalnom mozaiku sastavljenom od serije pojedinačnih sličica koje odgovaraju svakome od 5000 dana, odnosno svojevrsnom vizualnom dnevniku. Sama se slika, zbog svoje veličine, ni na koji način ne može vidjeti u cjelini na računalo, koliko god se puta povećavala. Niti je možemo razdvojiti na pojedinačne dijelove a da se ne promijeni. Potrebno je posjetiti autorovu mrežnu

stranicu odnosno ‘B.20 Museum’, digitalni muzej smješten u kvart Frankfurt/Origin City platforme CryptoVoxels u jednom od digitalnih svjetova, Metaverzumu. Pregledavši većinu navedenih digitalnih sličica za zaključiti je da nam Beeple otkriva vlastiti pogled na svakodnevicu, satirički komentirajući društveno-političku situaciju i popularnu konzumerističku kulturu. U mnoštvu prikaza popularne, znanstveno-fantastične i komercijalne strip estetike pronalazimo razne motive; od snovitih, nadrealističkih, jezovitih i apokaliptičkih prikaza do karikatura *celebrityja* i osoba iz javnog i političkog života. Od bezvremenskih, često i grubih, seksističkih metafora do rasističkih, od nasilja do humora. Kada bismo ih pokušali sagledati u jednom širem povijesno-umjetničkom kontekstu, lako bismo na ikonološkoj razini mogli uspostaviti sličnosti s primjerice kaotičnim scenama niže klase i seoskog života Pietera Breuglea starijeg, bezvremenskih metafora licemjera i lažova njegova sina Pietera Breuglea mlađeg, Durerovih apokaliptičkih motiva, Goyinih strahota rata, metafora zla, laži i slatkorječivosti, seksističkih, ekstatičnih i eksplicitnih scena Salvadora Dalija, odnosno pop art estetike Andyja Warhola i mnogih drugih. Jednako tako NFT radove autorice umjetničkog imena Grimes, njezinu seriju digitalnih ilustracija i video radova pod nazivom „WarNymph Collection“ *mintanoj* na NiftyGateway platformi po senzibilitetu, atmosferi pa čak i tematici, mogli bismo vezati uz sve one prikaze povijesnih mitoloških scena, raznih andeoskih prikaza i kerubina od Rafaela pa do devetnaestostoljetnoga slikarstva koje je voljelo te eterične, nježne, nevine fantastične prikaze. Grimes kombinira elemente znanstvene fantastike, osebnog futurističkog stila karakterističnog za *gejmersku* industriju i mitološku podsvijest koja neminovno priziva prethodnike klasičnog slikarstva.

Jednu veliku grupu NFT-ja mogli bismo nazvati portretima, odnosno prikazima ljudskih, ali i životinjskih glava. Uglavnom je riječ o kolekcijama, odnosno serijama od 5000 do 10000 digitalnih ilustracija. Jedna od prvih serija je set od 10000 komada NFT-ja objavljenih 2017. godine pod nazivom „CryptoPunks“ kolektiva Larva Labs. To su pikselizirani portreti *punkera*, odnosno 8-bitne grafike u boji. Međusobno se razlikuju po boji podloge, boji kože, određenim atributima (naočale, lula, frizura itd.), spolu i slično, a što određuje unaprijed programirani softver. 8-bitna estetika karakteristična je za osobna računala iz 80-ih godina, računalne igre i igraće konzole (budući da su se sastojali od 8-bitnih mikroprocesora), odnosno početke masovnog korištenja računala za osobne potrebe. Danas bi

se mogla smatrati *retrom* što je, čini se, posebno privlačno, a što potvrđuju i druge NFT kolekcije 8-bitne estetike kao što je „CyberKongz“ ili Murakamijevi cvjetovi. Od početka uzleta NFT-ja mnoge kolekcije slijedile su vizualnu kulturu japanskih animacija i *mangi*. Jedna od najpoznatijih je 3D NFT kolekcija „Clone X“ jednog od najznačajnijih suvremenih umjetnika Takashija Murakamija (u suradnji s kompanijom RTFKT) čiji se *superflat* stil mogao upoznati prije dvadesetak godina u slikama i skulpturama kojima je ne samo približio japansku kulturu *anima* i *mangi* odnosno *kawaija*, već je, poput mnogih slavni prethodnika, izbrisao granicu između popularne, komercijalne i tzv. „visoke“ umjetnosti. Kolekcija, koja je već i prije *mintanja* izazvala veliko zanimanje javnosti, sadrži 20000 različitih 3D fantastičnih portreta, digitalnih klonova. Odnosno razne kombinacije ljudi, robota, anđela, demona, reptila i vanzemaljca koji po svojim različitim pojavnim karakteristikama prizivaju mješavinu humora i horora, dijaboličnog i infantilnog, odbojnosti i ljepote. Ove je godine u samo nekoliko mjeseci *mintana* kolekcija naziva „Azuki“ i otkad se pojavila izazvala je ogromni interes. To su profilno prikazani ljudski portreti, avatari, dolaze u 13 kompjuterski generiranih tipova te atributa, a vizualim je kombinacija *anima* i zapadnjačke strip estetike. Bez obzira na uspješnu kolekciju „World of Women“ serije različitih tipova ženskih portreta autorice Yam Karkai, čini se da je kriptoscena prilično muškocentrična (Službene stranice aukcijske kuće Christie’s, 2022.). No, za jednu od najupečatljivijih i široj javnosti najpoznatijih NFT kolekcija zaslužna je Seneca, umjetnica i vodeća grafička dizajnerica u timu Yuga Labs. Radi se o 10000 NFT-jeva imena „Bored Ape Yacht Club“ anonimnih *developer*a i grafičkih dizajnera okupljenih u kolektiv Yuga Labs, a koji prikazuju $\frac{3}{4}$ portrete raznobojnih majmuna humoristično i sarkastično prikazanih, stripovske estetike i ikonografije. Svaki je jedinstven po odjeći, različitim atributima, raspoloženjima i različitom bojom podloge koje je kreirao algoritam. Po svojoj strukturi i ‘rijetkosti’ mogu se povezati s CryptoPunksima i Azukijem, a zbog činjenice da su pojedinačni portreti majmuna koji se dosađuju postali profilne fotografije na društvenim mrežama slavni osoba koji ih posjeduju, u javnosti su postali najprepoznatljivijima. No, zajednička im je još jedna vrlo važna karakteristika, a to je da njihovi vlasnici, a i njihovi sljedbenici i potencijalni kupci koji su se ‘ukrcali na brod’ (*Yacht Club*) čine posebnu i jako homogenu globalnu zajednicu i koja, osim mrežnih aktivnosti, organizirajući se u razne grupe i pogodnosti na svojim društvenim

stranicama koju karakterizira vrlo prijateljski i suradnički diskurs, nudi i organizira i u fizičkom svijetu međusobne susrete, događanja, festivale.

Nadalje, detaljnim istraživanjem i analiziranjem pojedinih NFT radova i kolekcija, može se uočiti osnovne međusobne razlike, a koje ovise o činjenici tko je umjetnik/grafički dizajner, radi li se o već etabliranom autoru, je li radio u kolaboraciji s nekim drugim poznatim autorom, odnosno o cijelom timu koji stoji iza projekta (programeri, marketinški stručnjaci i sl.), ali i njihovu kredibilitetu budući da ima dosta prijevara tzv. *rug-pull*. U NFT svijetu, baš kao i u ‘fizičkoj’ umjetnosti, postoji mnogo krivotvorina, odnosno kopija (npr. samo se putem mrežne stranice ‘Aliexpress’ može kupiti stotinjak BA). Također, postoji već mnoštvo suvremenih umjetnika koji su prihvatili NFT kao još jedan od načina umjetničkog izričaja *mintajući* vlastite NFT projekte: od spomenutog Takashija Murakamija, Damiana Hirsta, Refika Anadola, Jefa Koonsa, Olafura Eliassona, Caia Guo-Quinga pa nadalje, odnosno mnogi suvremeni umjetnici počinju tokenizirati svoje ‘fizičke’ radove, tzv. *digital twins*.

Zajednica, socijalni aspekt

Jedna od najvažnijih komponenti svakog uspješnog NFT projekta, koja mu ujedno jamči dugovječnost, je jaka zajednica (*community*) koja ga prati. Na neki način posjedovanje NFT-ja, osim financijske koristi, prvenstveno uvodi u vezu, odnosno zajednicu istomišljenika, naglašavajući potencijal pojedinca (pa i financijski) i njegovu afirmaciju u zajednici koji u stvarnom svijetu možda ne bi bila moguća. Na neki način te su sličice alter ego vlasnika kojima oni zapravo na društvenim mrežama postaju netko drugi, članovi određene zajednice istomišljenika, odnosno to im postaje jedna alternativna stvarnost. Mnogi NFT-jeve smatraju tričarijama, sakupljačkim sličicama-igricama čijim se manipulacijama ostvaruje velika dobit, odnosno ‘bijeg od stvarnosti’, međutim na takav bi se način moglo percipirati i puko gledanje filma ili čitanje knjige. Skupljanje sličica, njihovo posjedovanje, pokazivanje i komentiranje na dobro dizajniranim stranicama pojedinih NFT projekata kao i ostalim društvenim stranicama, najčešće Discordu ili Twitteru, odnosno mnogoljudnim ‘fizičkim’ skupovima kao što je na primjer „Ape Fest“ u New Yorku, važan su dio NFT projekta. To odavno nisu ‘samo sličice’. Naprotiv, NFT nose snažnu

i nedvosmisleni poruku. Oni su u svojoj biti „vanjski modeli unutarnjeg psihološkog života“ pojedinaca i djeluju kao „produžeci naših unutarnjih života“ (McLuhan, 2008, 212), pisao je McLuhan, naglašavajući važnost igara i umjetnosti. Potrebno je posvetiti više pažnje, fokusirano i slojevito promatrati, istražiti medij bez namjere o kupovini/prodaji, duže vrijeme pratiti pojedini NFT projekt, ući u zajednicu kako bi se dobila cjelovita slika, i kako bi se shvatila njihova važnost u životima pojedinaca i zajednice. Osim toga, ‘zajednica’ služi umjetnicima i da neki način promoviraju svoje radove, rečeno kriptozargonom *shill-aju* ih. Odnosno, umjetnik ima mogućnost da bez posrednika, „uberizacija umjetnosti“ (Lotti, 2016, 103), a što se najčešće ističe kao prednost NFT-ja, očekuje i traži podršku i potvrdu svoga rada, odnosno ono što se u ‘fizičkoj’ suvremenoj umjetnosti odnosi na djelovanje niza čimbenika jer nam je danas sasvim jasno da suvremeno umjetničko djelo nije samo rezultat rada pojedinog umjetnika, već u nastanku umjetničkog djela, uz njegova autora sudjeluju i kritičari, teoretičari, kustosi, trgovci umjetninama itd. Na neki bismo način također ‘zajednicom’ mogli nazvati poklonike, poznavatelje i navedene podupiratelje ‘fizičke’ umjetnosti, odnosno ‘umjetnički svijet’ (Danto, 1997) budući da dijele, odnosno da ih okuplja isti zajednički interes te se danas svjedoči da je umjetničko djelo često samo izlika za međusobna druženja i povezivanja (na otvorenjima izložbi, umjetničkim sajmovima, pri posjetima umjetničkim ateljeima i sl.).

Je li to umjetnost?

Sasvim je jasno, a što im se često predbacuje, da se NFT-jevi ne kupuju/prodaju, odnosno posjeduju samo zbog njihove estetske (ili umjetničke) vrijednosti. Na isti bi se način moglo konstatirati da kupovanje i posjedovanje ‘fizičkog’ umjetničkog djela određuje status njegova vlasnika. Posjedovanje umjetničkog djela daje kupcu/vlasniku određeni ekskluzivitet, posebno u posljednje vrijeme kada i ‘fizička’ suvremena umjetnička djela postižu visoke tržišne vrijednosti, odnosno kada su postala elitistička i luksuzna roba te, na neki način, „postaju idealan medij za iskazivanje moći. Što su cijene postajale više, to su bile manje opravdane te su bolje čak i inscenirane kao samovoljne radnje. Protagonisti tada ne troše više svoj novac vjerujući u transcendentnu snagu ili posebnu vrijednost umjetnosti,

nego zato što nigdje drugdje ne mogu bolje pokazati svoje statusne moći“ (Ullrich, 2022, 35).

Zahvaćajući jedan širi povijesno umjetnički kontekst uočljiva je činjenica da su gotovo svaki novi stil, struja, tendencija, odnosno svaki novi medij ili tehnologija naišli na neodobravanje kritičara, teoretičara, institucija tradicionalno mjerodavnih u potvrđivanju valjanosti, odnosno vrijednosti umjetničkog djela, odnosno ‘umjetničkog svijeta’. Muzeji i slične tradicionalne institucije uvijek su si davali vremena za prihvaćanje novih tehnologija, a galerije, aukcijske kuće i sajmovi, posebno u velikim internacionalnim umjetničkim centrima, a ne na lokalnoj razini, budući da ona zapravo nikad nije razvila istinsko umjetničko tržište, su većinom izlagali umjetnička djela filtrirana kritičarima, kustosima, kolekcionarima kako bi selektirali umjetnike i umjetnička djela za što bolji plasman na tržištu umjetnina te ih tako vrednovala. Odnosno imale su ulogu medijatora između gledatelja/kolekcionara/kupca i umjetničkog djela i/ili njegova autora. Novine, dakle, nisu uvijek dobro prihvaćane, stoga ne čudi da danas postoje mnoge nesuglasice i polemike oko prepoznavanja i prihvaćanja kriptoumjetnosti.

Je li to uopće umjetnost, postavlja se pitanje, ili precijenjeni trend, novo shvaćanje umjetnosti ili obmana kriptoinvestitora kojom se na brzi i lagani način dolazi do velike zarade, ujedno zagađuje okoliš, a da s ‘pravom’ umjetnošću nema veze. Svima nama „koji se bavimo suvremenom umjetnošću jasno je da se tu više ne radi samo o slikama, fotografijama, instalacijama i performansima. Mnogo više, u međuvremenu, mogu namještaj, make-up, protestni skupovi ili ženske torbice biti vrste umjetnosti... I tenisice bi mogle biti umjetničko djelo, a u isto se vrijeme prodavati kao modna obuća“ (Ullrich, 2022, 9). Zašto to ne bi mogle biti i digitalne sličice? Također, odavno smo se sporazumjeli da svaki predmet, namjera, koncept, pojava ili ponašanje može u određenim okolnostima i određenim uvjetima imati funkciju umjetničkog djela, tj. biti umjetničko djelo; od pisoara, limenki juhe do banane. Jednako tako, niti bi ono uopće trebalo biti predmet estetskog promišljanja, kako nam je još prije četrdesetak godina tumačio Arthur C. Danto (Danto, 1997) navodeći k tome da se ‘umjetničkost’, to jedinstveno svojstvo umjetničkog djela, odnosno ono što ga odvaja od ostalih predmeta, može sastojati od niza „nezamjedbenih svojstava“ te ovisi o kontekstu, namjeri autora, gledatelja/konzumenta, o „umjetničkom svijetu“ koji ga potvrđuje, odnosno „umjetnička djela su to

što jesu zato što su kao takvi protumačeni“ (Danto 1997, 192). Danas je umjetničko djelo heterogeno i bezuvjetno te ga je besmisleno ograničavati. Ne postoji čvrsti razlog zašto bi nešto trebalo ili ne biti umjetničko djelo. Odnosno, da bismo nešto imenovali umjetničkim djelom, potreban je, prije svega, „otvoreni um“ (Danto, 2013, 35).

Budući da je riječ o sličicama koji se mogu bezbroj puta reproducirati i kopirati, neminovno se nameće prisjećanje na kulturni tekst Waltera Benjamina „Umjetničko djelo u doba tehničke reprodukcije“ (Benjamin, 2006) u kojem Benjamin ističe značaj ‘aure’ u tradicionalnom umjetničkom djelu te posebno podvlači kako njezinim gubitkom, a što je povezano s umazažanjem, nestaje i jedinstvenosti i autentičnost umjetničkog djela. Autentičnost umjetničkog djela, odnosno njegovo „ovdje i sada“ (Benjamin, 2006,2), smatra ključnom karakteristikom umjetničkog djela. S tim u vezi, zaključuje se kako NFT posjeduje ‘auru’ umjetničkog djela, potvrđujući svoju jedinstvenost tokeniziranjem na blockchain, no ona nije vezana za sam digitalni objekt, odnosno sliku, već se ona nalazi upravo u tom kodiranom zapisu vlasništva i posjedovanja istodobno ističući i njezin društveni karakter odnosno potencijal povezujući autora, bivšeg/ sadašnjeg/budućeg vlasnika i robu. Jer „mjesto fizičkog objekta zauzima društveni odnos: sporazum o vrijednosti između robe i njenog vlasnika“ (Reichert 2021, 51).

Povrh svega, ako je suvremeno umjetničko djelo, ovdje i sada, ogledalo suvremenog društva, a i nas samih, onda NFT, odnosno kriptoumjetnost, pokazuje više nego ikad kakvi mi uistinu jesmo: površni, pohlepni, samodopadni te ovisni o tržištu koje je vođeno logikom *celebrity* kulture u kojemu smo i mi, baš kao i umjetnička djela, roba.

Literatura

- Ammous S. (2018). *Bitcoin Standard. The Decentralized Alternative to Central Banking*. Hoboken, New Jersey: John Wiley&Sons, Inc.
- Barbrook R. (2006). *Class of the New*. London: Mute Publishing Ltd
- Barbrook R. i Cammeron A. (1996). *The Californian Ideology*. U: Barbrook R. (2015). *The Internet Revolution. From Dot-com Capitalism to Cybernetic Communism*. Amsterdam: Institut of Network Culture
- Benjamin W. (2006). *Umjetničko djelo u doba tehničke reprodukcije*. Život umjetnosti: časopis o modernoj i suvremenoj umjetnosti i arhitekturi, Vol. 78/79 No. 2, 2006.
- Danto A. (1997). *Preobražaj svakidašnjeg. Filozofija umjetnosti*. Zagreb: Kruzak
- Danto A. (2013). *What art is*. New Heaven & London: Yale University Press
- Deresiewicz W. (2020). *The death of the artist. How creators are struggling to survive in the age of billionaires and big tech*. New York: Henry Holt and Company
- Jacobs-Stanton C. (2016). *An Open Letter From Tech Leaders on Donald Trump's Presidential Bid. Today, a broad coalition of tech leaders signed an open letter standing against Donald Trump's candidacy for president*. URL: <https://www.wired.com/2016/07/open-letter-tech-leaders-donald-trumps-presidential-bid/> [pristup 13.09.2022.]
- Kirkwood J.W. (2022). *From Work to Proof of Work: Meaning and Value after Blockchain*. U: Critical Inquiry/Winter 2022 (360-380)
- Lotti L. (2016). *Contemporary art, capitalization and the blockchain: On the autonomy and automation of art's value*. Finance and Society 2016, 2(2): 96-110
- McLuhan M. (2008). *Razumijevanje medija. Mediji kao čovjekovi proizvođači*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga
- Precht R.D. (2018). *Jäger, Hirten, Kritiker. Eine Utopie für die digitale Gesellschaft*. München: Goldmann Verlag
- Reichert K. (2021). *Kryptokunst*. Berlin: Verlag Klaus Wagenbach
- Šuvaković M. (2005). *Pojmovník suvremene umjetnosti*, Zagreb: Horetzky
- Tooze A. (2018). *Crashed. How a Decade of Financial Crises Changed the World*. London: Penguin Books
- Tooze A. (2021). *Shutdown. How Covid Shook the World's Economy*. London: Allen Lane/Penguin
- Ullrich W. (2022). *Die Kunst nach dem Ende ihrer Autonomie*. Berlin: Verlag Klaus Wagenbach

Izvori na internetu:

Službene stranice aukcijske kuće Christie's, URL: https://www.christies.com/features/world-of-women--bringing-diversity-to-the-nft-market-12111-1.aspx?sc_lang=en [pristup 13.09.2022.]

Službene stranice Instituta Satoshi Nakamoto, URL: <https://nakamotoinstitute.org/bitcoin/> [pristup 13.09.2022.]

Službene stranice tržišta umjetnina Artprice, URL: <https://www.artprice.com/artprice-reports/the-contemporary-art-market-report-2021>

CRYPTO ART IN THE CONTEXT OF THE NEW REDISTRIBUTION OF POWER IN CONTEMPORARY SOCIETY

Abstract

We live in a global, culturally diverse and technologically advanced world where 'high-tech' has been implemented in almost every pore of human activity, also enhanced by the two-year Covid-19 pandemic, in that way reducing „physical“ and interpersonal relations to a minimum. At the same time, as a result of major sociological, political and economic changes related to the existing and emerging centers of power, a new subspecies or manifestation of digital art called Crypto Art is evolving. In this paper, I will research and show the contextual connections between Crypto Art and the Crypto Market, the main drivers and bearers of these new fast-growing phenomena of the younger generation of entrepreneurs, mostly in the IT industry. They create their new value system based on the manipulation of self-created crypto-currencies, not accepting the value system of the „old“ interest groups whose wealth or power is based on „old“ natural resources (mainly oil), creating a Crypto-Market which becomes their own center of power based on subjective manipulations. Furthermore, this Crypto-Market is used to trade or own crypto works of art on various Virtual Platforms art, i.e. NFTs ('Non-Fungible-Tokens') or Web 3 branches, using the same technologies as with cryptocurrencies ('blockchain'). In this regard, the uniqueness of the ownership of works of Crypto Art, i.e. the technology that makes each work of art unique, will be highlighted, and attention will be paid to the 'open' virtual market, relatively easily accessible to all interested consumers, authors or buyers. The aim of the paper is to identify the term Crypto Art, define its constituent parts, i.e. analyze individual segments of a visual NFT project, use the method of comparison to indicate similarities and differences within the wider group of digital art to which it belongs, to provide insight or a scientific presentation of various visual NFT projects and their most significant authors of NFT scenes. Finally, the aim is to hypothetically conclude whether there are, we could already say, mutual (aesthetic) links in the hyperproduction of artistic NFT works. That is, can we talk about the collective aesthetics of NFT works within the field of Crypto Art, i.e. about (crypto) art in general. The paper will also highlight the ways of exhibiting and accepting NFT works of art by institutions that are traditionally authoritative in confirming the validity or value of a work of art, such as museums, galleries, auction houses, collectors, theorists and critics, etc.

Keywords: crypto art, NFT, „tokenization, crypto market, power

Lucija Periš¹¹¹

MOĆ KULTURNOGA KONTEKSTA: MARASOVA ADAPTACIJA DRAME VESELE ŽENE WINDSORKE ILI ČITANJE SHAKESPEAREA KROZ IMOTSKÉ NAOČALE

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/EDLI4155>

Sažetak

Rad proučava postupak adaptacije dramskoga izvornika u novi dramski tekst na primjeru zavičajnih igrokaza *Vesele žene windsorske* (1602) Williama Shakespearea i *Vesele žene imotske* (2010) Mate Marasa. Budući da su dvije drame napisane na dva političko, društveno i kulturno drugačija područja, jedna u elizabetinskoj Engleskoj, a druga u Hrvatskoj u dvadeset i prvome stoljeću, rad promatra način na koji milje u kojemu autor stvara utječe na oblikovanje teksta. Premda je smjestio radnju svoje drame u Hrvatsku u osvit suvremenoga doba, Maras je zadržao osnovnu ideju Shakespeareaova predložka, ali i prilagodio brojne elemente drame novome kontekstu. Likovi u drami regionalno su obojeni, pričaju dijalektom karakterističnim za imotsko podneblje, a drama obiluje prikazima imotskih kulturnih običaja. Oslanjajući se na teorijska promišljanja Linde Hutcheon, radom se nastoji dokazati da je svaka adaptacija određena kontekstom stvaranja i stoga pruža uvid u povijest određene države, društvene odnose i običaje nekoga naroda. Radom se dolazi do zaključka da, iako se Maras poziva na Shakespearea kao inspiraciju za pisanje svojega djela, dvije drame predstavljaju dva različita umjetnička djela s obzirom na društveno-političko-kulturni kontekst, likove i jezik.

Ključne riječi: adaptacija, Mate Maras, *Vesele žene imotske*, *Vesele žene windsorske*, William Shakespeare

111 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, lucija.peris@aukos.hr

Uvod

Vesele žene windsorske (1602) komedija je Williama Shakespearea o osiromašenome vitezu Johnu Falstaffu koji se nastoji domoći novca zavode-
njem supruga imućnih windsorskih građana Franka Forda i Georgea Pa-
gea. Međutim, drama donosi preokret pa naposljetku windsorske supruge
provode svoj plan u kojemu raskrinkavaju ozloglašena elizabetinskog
viteza. „Taj slavni komediografski tekst Shakespeare je napisao na izričitu
želju kraljice Elizabete koja je velikog pisca, nakon što je njegova Falstaffa
vidjela u *Henriku IV*, zamolila da samo za nju napiše dramu u kojoj će se
debeli vitez još i zaljubiti“ (Prosperov Novak, 2007, 91). Četiri stoljeća
kasnije, nadahnut predloškom iz elizabetinskoga doba, poznati prevo-
ditelj Shakespeareova dramskoga opusa Mate Maras objavio je dramski
tekst *Vesele žene imotske* (2010). Radnja navedene adaptacije smještena je
u Imotski uoči Prvoga svjetskog rata te govori o Matanu, povratniku iz
Amerike koji uslijed nepovoljnih materijalnih okolnosti nastoji zavesti
supruge uglednih Imočana, zbog čega biva izvrgnut ruglu kada imotske
gospođe prozru njegovu spletku. Premda je razvidno da je Shakespeareova
komedija poslužila Marasu kao intertekstualni predložak, važnost stranih
utjecaja na stvaralaštvo Williama Shakespearea nerijetko se zanemaruje. U
hrvatskome izdanju drame *Vesele žene windsorske* iz 2007. navodi se znač-
ajan podatak o utjecajima izvršenim na Shakespearea tijekom pisanja ovoga
dramskog komada. Tako u uvodu komedije koji je također napisao Mate
Maras saznajemo da Shakespeareova priča o Falstaffu nema točno odre-
đen izvor, ali pretpostavlja se da je nadahnuće za dramu autor pronašao u
noveli *Il Pecorone* (14. st.) Giovannija Fiorentina ili u komediji *Endimion*
(1588) Johna Lylyja (2007, 658). Unatoč navedenim pretpostavkama, Slo-
bodan Prosperov Novak donosi drugačije objašnjenje o građi koja je utje-
cala na Shakespeareovu komediju *Vesele žene windsorske*. Naime, poznato
je da je Shakespeare ovu komediju napisao na zahtjev kraljice Elizabete,
a Prosperov Novak tvrdi da je slavni elizabetinski pisac inspiraciju za lik
Falstaffa pronašao u komediji *Il Fedele* koja je 1575. izvedena u Hrvatskoj.
Dakle, „engleski dramatičar sigurno je poznao komediju *Il Fedele* koja
je prvi put izvedena 1575. u Zadru za vrijeme karnevala“, a „Shakespeare
je po jednom od likova iz te drame stvorio lik viteza Falstaffa koji se po-
javljuje u historijskim kronikama o *Henriku IV*. i *Henriku V*., a koji je i
središnji lik u komediji *Vesele žene windsorske*“ (Prosperov Novak, 2007,

89). Premda šekspirolozi često donose drugačije podatke o podrijetlu Shakespeareovih djela, slažu se u tome da je ovaj dramski pisac nadahnuće za svoja djela pronalazio u pričama drugih autora i pribjegavao procesu adaptacije. Jednako su tako Shakespeareova djela poslužila kao inspiracija drugim autorima, što će u sljedećim poglavljima dokazati paralelna analiza komedije *Vesele žene windsorske* Williama Shakespearea i *Vesele žene imotske* Mate Marasa.

Adaptacija dramskoga teksta

Pojam adaptacija podrazumijeva prenošenje temeljne ideje i značajki jednoga umjetničkog djela u neko drugo, pri čemu se najčešće misli na ekranizaciju književnoga predloška, odnosno prenošenje književnoga izvornika u filmski medij, premda adaptacija može uključivati mnoštvo drugih medija i žanrova. Prema Lindi Hutcheon, adaptacija implicira proces transkodiranja koji se događa promjenom medija, žanra ili tek promjenom okvira ili konteksta izvornika (2006, 7-8). Tako je primjerice Marasova drama *Vesele žene imotske* nastala prenošenjem izvornoga teksta u kontekst novoga zavičaja, dok je djelo žanrovski ostalo nepromijenjeno u odnosu na Shakespeareov predložak. Budući da je i u izvorniku i u adaptaciji naglasak stavljen na tradiciju zavičaja iz kojega autor potječe, ova dva djela mogu se žanrovski odrediti kao zavičajni igrokazi.¹¹² Riječ je o dramskoj vrsti „koja svojim semantičkim sastavnicama upućuje na izvjesnu didaktičnost svoga sadržaja, naime kazivanja ili pokazivanja kroz igru nekih (u zagradi možemo dosta slobodno nabrajati – političkih, socijalnih, karakteroloških, nacionalnih ili pak sasvim prizemno-životnih) društvenih ili ljudskih obilježja“ (Batušić, 1973, 10). S obzirom na vrstu emocije koju izazivaju, dvije analizirane drame mogu se nadalje svrstati unutar žanra komedije koja, prema Solaru, „prenosi takve poruke kojima se napetost izazvana smiješnim razrješava u općem ironičnom stavu prema nekim ljudskim osobinama ili težnjama, prema tobožnjim idealima ili tobože velikim strastima, ili prema životu i svijetu u cjelini“ (1977, 192). Komika u dvama igrokazima proizlazi iz hipertrofiranih tjelesnih i karakternih

112 Više o etimologiji riječi igrokaz i o tome kako se ova dramska vrsta razvijala na području Hrvatske u: Batušić, N. (1973). Pučki igrokazi XIX. stoljeća. U: N. Batušić (ur.), *Pet stoljeća hrvatske književnosti*, knjiga 36 (str. 5-31). Zagreb: Matica hrvatska – Zora.

obilježja dramskih osoba, odnosno karikiranja likova kojim autori nastoje razotkriti društvene mane svojega vremena. Naime, piscima je zajedničko da koriste humor kako bi ukazali na aktualne društvene probleme, međutim upućuju komentar na različite društvene pojave zbog razlike u ideologiji elizabetinske Engleske i Hrvatske u dvadesetome stoljeću. Shakespeare svoj tekst obogaćuje komičnim elementima kako bi pokazao svoje mišljenje o pripadnicima srednjega sloja koji su postajali plemićima¹¹³ na primjeru viteza Johna Falstaffa, dok Maras to čini kako bi pokazao svoj stav prema brzome bogaćenju i napretku na društvenoj ljestvici uslijed ratova u dvadesetome stoljeću.

Hutcheon adaptacije definira i kao „namjerne, najavljene i produžene prerade prethodnih djela“ (2006, xiv)¹¹⁴, a činjenica da je Marasova drama adaptacija očituje se u podnaslovu djela u kojemu autor određuje svoje djelo kao „zavičajni igrokaz u dva dijela napisan prema komediji Williama Shakespearea *Vesele žene windsorske*“ (Maras, 2007, 3). Međutim, autor se ne oslanja u potpunosti na izvornik, što se može uočiti analizom likova, jezika i društveno-političkoga konteksta drame. „Svi adaptatori povezuju priče na različite načine. Koriste se istim alatima kojima su se pripovjedači uvijek koristili: aktualiziraju ili konkretiziraju ideje; oni čine pojednostavljujuće odabire, ali također pojačavaju i ekstrapoliraju; prave analogije; kritiziraju ili pokazuju poštovanje, itd.“ (Hutcheon, 2006, 3). Činjenica da adaptacija ne mora nužno slijediti obilježja izvornika očituje se u obliku, odnosno strukturi dviju drama. Prema teoretičarki Kamilli Elliot, posebnost adaptacije je u tome što može preuzeti ideju iz izvornoga teksta i oblikovati ju na posve drugačiji način. „Adaptacija čini herezu pokazujući da se oblik (izraz) može odvojiti od sadržaja (ideje) – što su estetičke i semiotičke teorije glavne struje odbijale ili odbacivale“ (Elliot, 2003, prema Hutcheon, 2006, 9). Tako je Shakespeareova drama podijeljena na pet činova koji se dijele na manje prizore, dok se Marasova sastoji od dva dijela, premda obje drame obrađuju jednaku temu. Naime, „kao stvaralački proces, čin adaptacije uvijek uključuje (re-)interpretaciju, a zatim (re-)kreaciju“ (Hutcheon, 2006, 8) zato što je svaka adaptacija namijenjena novoj publici. Adaptiranjem Shakespeareove drame Maras uspijeva sačuvati naslijeđe elizabetinskoga kazališta, ali u kontekstu koji

113 Više u: Hunt, M. (2008). 'Gentleness' and Social Class in *The Merry Wives of Windsor*. *Comparative Drama*, 42(4), 409–432.

114 Sve citate u radu koji su preuzeti iz literature na engleskome jeziku prevela je autorica rada.

je prilagođen hrvatskoj publici. Analiza koja će uslijediti dokazuje kako je tematika Shakespeareove drame bila pogodna za adaptaciju u kontekstu Imotskoga jer događaji i međuljudski odnosi u komediji nalikuju onima u Imotskoj krajini, međutim autor prilagođava izvornik tradiciji svojega krajolika tako što mijenja dramske osobe, jezik kojim se likovi koriste te društveno-političko ozračje drame. Iz navedenoga proizlazi da vjernost izvornome tekstu nije uvjet za uspješnu adaptaciju, dapače, „možda jedan od načina razmišljanja o neuspješnim adaptacijama nije onaj u pogledu nevjernosti prethodnome tekstu, nego u smislu nedostatka kreativnosti i vještine da se učini vlastitim, a time i autonomnim“ (Hutcheon, 2006, 20). Unatoč tome što se u tekstovima oba autora može prepoznati utjecaj drugih književnih predložaka, u sljedećim se odlomcima nastoji ispitati zašto je drama *Vesele žene imotske* originalno književno djelo, pritom se osvrćući na jezik, likove i društveno-politički kontekst Shakespeareova izvornika i Marasove adaptacije.

Regionalni identitet likova

Teoretičari adaptacije nerijetko ističu utjecaj prostorno-vremenskoga okvira u kojemu tvorca adaptacije stvara na novonastali proizvod pa tako i Robert Stam tvrdi da su sve „adaptacije neizbježno upisane u nacionalna okruženja“ (2005, 44). Shakespeareova drama *Vesele žene windsorske* smještena je u engleski gradić Windsor kojega su, pored lokalnoga stanovništva, u vrijeme Elizabetine vladavine u sve većem broju činili doseljenici. „Priljev stranaca tijekom druge polovice šesnaestoga stoljeća opteretio je domaće gospodarstvo i spojio rastuću nacionalnu svijest sa snažnim oblikom ksenofobije“ (Hoenselaars, 1992, 27). Premda su protagonisti Shakespeareove drame pripadnici uglednih windsorskih obitelji, brojni likovi stranaca u tekstu odražavaju odnose koje je Engleska u elizabetinskome dobu gajila s drugim zemljama. Velški likovi u Shakespeareovim dramama primjerice oslikavaju engleske predrasude prema Velšanima te upućuju na nestabilne odnose između dviju susjednih država u šesnaestome stoljeću. Tijekom vladavine dinastije Tudor, Engleska i Wales ujedinili su se Zakonom o Uniji (1536.) koji je umjesto zajedništva zagovarao potiskivanje velškoga nacionalnog identiteta nametanjem engleskoga načina vladavine, uvođenjem engleskoga jezika u pravosuđe i ukidanjem tradicionalnoga velškog sustava nasljeđivanja zemlje (Owen i Cahill, 2017, 217). Uvid u

neravnotežan status saveznika novonastale zajednice u Shakespeareovoj se drami stječe proučavanjem interakcije likova velškoga i engleskoga podrijetla poput župnika Evansa i mještana Windsora. Premda velečasni Hugo Evans podučava windsorsku djecu, građani Windsora često kritiziraju njegov govor pa tako u četvrtome prizoru petoga čina vitez Falstaff ističe kako župnik Evans „peče lepinje od engleskoga jezika“ (Shakespeare, 2007, 785). Francuski se likovi u renesansnoj drami također tretiraju kao inferiorni u usporedbi s likovima engleske nacionalnosti, a poput ostalih dramskih osoba stranoga podrijetla u Shakespeareovu predlošku, prikazani su na granici karikature. Francuski doktor Cajus oslikan je stoga kao nadriliječnik i neznanica koji nije ovladao ni materinskim ni stranim jezikom, zbog čega se u fusnoti hrvatskoga prijevoda komedije *Vesele žene windsorske* navodi: „Cajus je Francuz, njegov engleski je iskvaren; ali ni francuski mu (...) nije ispravan“ (Shakespeare, 2007, 683). Naime, političko neprijateljstvo između Francuske i Engleske koje datira u srednji vijek prouzrokovalo je netrpeljivost između zemalja i tijekom Elizabetine vladavine. Gillian E. Brennan sukladno tome zaključuje da „unatoč rastućem *detantu* s francuskom vladom nakon 1570., postoje dokazi o nadalje prisutnoj nesklonosti prema tradicionalnome neprijatelju“ (1994, 40), što potvrđuje lik francuskoga liječnika koji je u Shakespeareovu tekstu pogrdno oslovljavan imenom Francisco čime se nastoji istaknuti njegovo nepripadanje engleskome teritoriju.

Na početku komada *Vesele žene imotske* navedeno je da je radnja drame smještena u osvit Prvoga svjetskog rata na prostoru Imotskoga i njegove okolice, stoga iščitavanje ove hrvatske adaptacije elizabetinskoga klasika daje uvid u suvremenu povijest Dalmatinske zagore. Paralelno s naznakom mjesta i vremena radnje uočava se da je na samome vrhu popisa dramskih osoba naveden lik imenom Matan, hrvatski dramski ekvivalent Shakespeareova Falstaffa, „rodom iz Zagvozda, povratnik iz Amerike“ (Maras, 2010, 3). Nacionalni identitet dramskoga lika otkriva širi društveno-politički kontekst prve polovice dvadesetoga stoljeća Dalmatinske zagore kao što je fenomen preoceanske migracije koji je zahvatio ovo područje. Lik migranta ilustrira rješenja kojima su hrvatski državljani s osiromašenoga područja Imotske krajine pribjegavali neposredno prije Prvoga svjetskog rata poput migracije u Ameriku: „Jedan dio zagvoškoga stanovništva (ekonomski migranti) priključuju se polu organiziranom valu migracija u preoceanske zemlje, prvenstveno u Južnu Ameriku (Argentinu), a manjih

razmjera u Sjevernu Ameriku. Zagvozd napušta u tom razdoblju oko 60-tak stanovnika, muškaraca-momaka u dobi od 20-30 godina. Manji dio njih (oko 10%) vratio se natrag“ (Matković, 2017, 42). Brojni su likovi u Marasovoj drami pak talijanskoga i turskoga podrijetla, što svjedoči o dugogodišnjem utjecaju ovih naroda na području Imotske krajine. Početak turske vladavine u Imotskome datira u petnaesto stoljeće; točnije, „Turci dopiru do Imotskog i plijene mjesto i njegovu okolicu već 1463., ali ga konačno osvajaju tek 30 godina kasnije, 1493. g.“ (Ujević, 1956, 4). Osmanlijska okupacija Imotskoga praćena je nestabilnošću, previranja i borbom domaćega stanovništva protiv turskoga utjecaja, a nakon prvobitnoga razdoblja nemira, turska se vlast u Imotskome stabilizirala i trajala više od dva stoljeća: „Poslije prvog perioda nesigurnosti, život se normalizira. Turci nastoje urediti veze s primorjem, gdje kupuju različitu robu, a obalnom su kraju potrebni proizvodi zaleđa. U Imotskom se organiziraju važni i dobro posjećeni pazari. Ova razmjena donosi begovima velike prihode i udoban život“ (Ujević, 1956, 74). U dramskoj se adaptaciji sukladno povijesnim okolnostima pojavljuju likovi turskoga podrijetla koji utjelovljuju ostavštinu Osmanskoga Carstva na području Imotskoga, kao što su supružnici Mile i Nadija Hadum te njihova kći Jasmina. Podrijetlo likova nerijetko se iščitava iz nadimaka kojima su oslovljavani pa se tako i Hadumovo ogleda u nazivima „efendija“ (Maras, 2010, 33) i „beže“ (Maras, 2010, 38) koje mu dodjeljuju stanovnici Imotskoga. Nadalje, nakon višestoljetne osmanlijske vladavine na području Imotskoga uslijedilo je razdoblje mletačke dominacije na ovome teritoriju. Imotski je pak nakon Drugoga morejskog rata (1714.-1718.) koji je vođen između Osmanlija i Mlečana potpao pod mletački utjecaj, pod kojim je ostao sve do kraja osamnaestoga stoljeća. Tijekom ovoga razdoblja „Mlečani su popravljali vojne objekte (tvrđavu, kasarne, konjušnice) i podigli neke državne zgrade; privatnici počinju pomalo popravljati i širiti ratom opustošeni Imotski. Turske su begove zamijenili mletački feudalci, koji će dugo imati glavnu riječ“ (Ujević, 1956, 74-75). Maras u svoju dramsku adaptaciju posljedično uvodi obitelj Kolumbo, imotske građane talijanskoga podrijetla, koji uz Hadumove čine nositelje dramske radnje. Poput likova turskoga podrijetla, dramskim osobama talijanskih korijena Imočani dodjeljuju nadimke koji nose odrednicu njihova nacionalnoga identiteta, stoga je Mario Kolumbo oslovljavan imenima „potomče dužda mletačkoga“ (Maras, 2010, 24) i „diko mletačka“ (Maras, 2010, 24).

Jezična obilježja dramskih tekstova

Promjena jezika u procesu adaptiranja podrazumijeva i promjene na značenjskoj razini teksta zato što jezik inherentno sadrži kulturne specifičnosti jednoga naroda.¹¹⁵ „Mijenjanjem kultura, a time ponekad i mijenjanjem jezika, adaptacije čine izmjene koje otkrivaju puno o širem kontekstu recepcije i produkcije“ (Hutcheon, 2006, 28). Maras u drami *Vesele žene imotske* vjerodostojno oslikava govor Imotske krajine, naizmjenično koristeći jezične značajke štokavskoga i čakavskoga narječja hrvatskoga jezika, zbog čega se njegova drama izdvaja kao vrijedan izvor podataka za istraživanje govora Dalmatinske zagore:

Govor je Imotske krajine po svojoj strukturi nedvojbeno štokavski budući da su u njemu zastupljene jezične značajke koje su po suvremenim dijalektološkim kriterijima narječne općeštokavske, zajedničke svim hrvatskim štokavskim dijalektima, ili štokavske, ali svojstvene samo nekim, a ne svima hrvatskim štokavskim dijalektima, ili lokalne štokavske, svojstvene samo nekim skupinama govora unutar kojega štokavskoga dijalekta, ili štokavsko-čakavske jezične značajke svojstvene nekim hrvatskim štokavskim i nekim čakavskim dijalektima. U tom su govoru, nešto više na njegovu zapadnome dijelu, uočene i neke samo čakavske jezične crte koje se pripisuju jezičnome supstratu zaostalome od vremena prije unakrsnih preseljavanja i raseljavanja od 15. do 18. stoljeća. (Lukežić, 2003, 6)

Analiza govora dramskih osoba u Marasovoj adaptaciji ujedno donosi uvid u političke utjecaje i jezične dodire ostvarene na prostoru Hrvatske tijekom dvadesetoga stoljeća jer se u tekstu pojavljuju posuđenice poput turcizama i talijanizama koje su u imotski govor ušle dok je područje Imotske krajine bilo pod vlašću Mletačke Republike i Osmanskoga Carstva. Posuđenice u proučavanoj dramskoj adaptaciji najčešće upotrebljavaju stanovnici Imotskoga koji nisu hrvatske nacionalnosti, stoga su talijanizmi u najvećem broju prisutni u govoru likova talijanskoga podrijetla poput obitelji Kolumbo. Primjerice, Anita Kolumbo upotrebljava riječ „kvarat“

115 Budući da je u radu analiziran hrvatski prijevod Shakespeareove drame *Vesele žene windsorske*, a ne izvornik koji je pisan na engleskome jeziku, u ovome će se poglavlju analizirati samo jezična obilježja Marasove adaptacije navedene komedije kako bi se pružio vjeran prikaz jezičnih značajki teksta.

(Maras, 2010, 20) za četvrt, „grez“ (Maras, 2010, 20) za sirov, „beštimate“ (Maras, 2010, 20) za psovati, „šporko“ (Maras, 2010, 20) za prljavo, „išen-pjavati“ (Maras, 2010, 20) za izluđivati, „bjankarija“ (Maras, 2010, 43) za posteljina, „vižitavati“ (Maras, 2010, 63) za posjetiti, „štufati se“ (Maras, 2010, 41) za zasititi se, „lapis“ (Maras, 2010, 56) za olovku, dok njezin suprug Mario Kolumbo koristi riječi kao što su „frontin“ (Maras, 2010, 23) za štitnik protiv sunca, „šakretno“ (Maras, 2010, 24) za povjerljivo, „baul“ (Maras, 2010, 31) za kovčeg, „bukara“ (Maras, 2010, 39) za drvenu čašu, „lancun“ (Maras, 2010, 53) za plahtu, „grdelin“ (Maras, 2010, 58) za češljuga i „šoldi“ (Maras, 2010, 74) za novac. Talijanizme uvelike koriste i dramske osobe podrijetlom iz Primorja poput fra Celestina, što potvrđuje da se tradicija jezičnoga posuđivanja iz talijanskoga jezika ukorijenila na prostoru cijele hrvatske obale. Shodno tome, u vokabularu primorskoga svećenika uočava se riječ „šjor“ (Maras, 2010, 4) za gospodina, „šinjora“ (Maras, 2010, 5) za gospođu, „barufa“ (Maras, 2010, 5) za svađu, „škafetin“ (Maras, 2010, 5) za ladicu, „pržun“ (Maras, 2010, 7) za zatvor, „aten-to“ (Maras, 2010, 9) za pozornost, „kapac“ (Maras, 2010, 9) za sposoban, „dota“ (Maras, 2010, 10) za miraz, „vižitavati“ (Maras, 2010, 16) za posjetiti, „brigante“ (Maras, 2010, 34) za razbojnika, „cukun“ (Maras, 2010, 35) za neinteligentnu osobu, „pacijenca“ (Maras, 2010, 35) za strpljenje, „tratorija“ (Maras, 2010, 36) za krčmu, „šempija“ (Maras, 2010, 36) za lakomislenu osobu, „đelozan“ (Maras, 2010, 44) za ljubomorana, „kamar“ (Maras, 2010, 45) za sobu, „kantunal“ (Maras, 2010, 45) za noćni ormarić, „buža“ (Maras, 2010, 45) za rupu ili otvor, „maskerata“ (Maras, 2010, 63) za povorku maskiranih ljudi, „barekinada“ (Maras, 2010, 63) za smicalicu, i dr.

Navedeni jezični primjeri potkrepljuju činjenicu da je Imotski bio sjecište brojnih nacionalnih utjecaja, a dugu povijest jezičnoga posuđivanja na ovome području potvrđuje i zastupljenost turskoga leksika u imotskome govoru. Turcizmi su najprisutniji u jeziku likova turskoga podrijetla poput obitelji Hadum pa tako Mile Hadum upotrebljava riječi kao što su „đakonija“ (Maras, 2010, 9) za ukusnu hranu, „bolan“ (Maras, 2010, 11) za prijatelja, „bezbeli“ (Maras, 2010, 45) za sigurno, „sevap“ (Maras, 2010, 35) za dobro djelo, „gungula“ (Maras, 2010, 22) za metež, „đoja“ (Maras, 2010, 23) za tobože, liječnika Visintina naziva „hećime“ (Maras, 2010, 32), koristi izraz „zemanile“ (Maras, 2010, 32) za nekada, „jaran“ (Maras, 2010, 61) za prijatelja te „muštuluk“ (Maras, 2010, 73) za dobru vijest.

Jezične jedinice preuzete iz turskoga jezika prisutne su i u govoru Nadije Hadum, u čijem se leksiku pronalaze riječi poput „belaj“ (Maras, 2010, 19) za nesreću, „behar“ (Maras, 2010, 19) za cvijet, „šejtan“ (Maras, 2010, 19) za vruga, „đuvegija“ (Maras, 2010, 19) za mladoženju, „đuturum“ (Maras, 2010, 19) za onemoćalu stariju osobu, „divanijo“ (Maras, 2010, 19) za razgovarao, „insan“ (Maras, 2010, 19) za čovjeka, „ašikovanje“ (Maras, 2010, 21) za udvaranje, „telal“ (Maras, 2010, 22) za glasnika, „vakat“ (Maras, 2010, 55) za vrijeme te „berićetan“ (Maras, 2010, 75) za sretan. Čak i dramski likovi koji nisu turskoga podrijetla učestalo koriste turcizme, poput Zvrke koja upotrebljava imenicu „sindžir“ (Maras, 2010, 67) za okove i glagol begenisati. Naime, kada pokušava uvjeriti doktora Visintina da ga Jasmina Hadum uistinu voli, ona kaže da ga djevojka „iskreno begena“ (Maras, 2010, 18). Pištola također upotrebljava termin „vakat“ (Maras, 2010, 21) za vrijeme, a krčmar Tramuntana koristi riječ „veresija“ (Maras, 2010, 63) za kupovanje na temelju povjerenja i bez plaćanja.

Komedija kao dramska vrsta predstavlja plodno tlo za istraživanje govora nekoga naroda budući da ju karakterizira upotreba razgovornoga jezika, nasuprot tragediji koja je pisana uzvišenim jezikom i stilom: „Tematski je komedija bliža svakodnevnom, banalnom i uobičajenom no što je to tragedija, a to znači da ona i upotrebljava izraze iz svakodnevnog života“ (Solar, 1977, 192). U komadu *Vesele žene imotske* također se koristi kolokvijalni jezik koji obiluje frazemima karakterističnim za Marasovo podneblje, a kojima se izriču aluzije na svakodnevnicu Dalmatinske zagore dvadesetoga stoljeća. Kao što je prethodno napomenuto, jezik drame uvelike svjedoči o turskome utjecaju na ovome geografskom području, što je razvidno iz frazema „za nevolju i Turčine kume“ (Maras, 2010, 16) kojega Zvrka izgovara kada ju fra Celestin moli da posreduje u sklapanju braka između Markana Koštradine i Jasmine Hadum. Ovaj se izraz upotrebljava kako bi se označila radnja koja se nerado izvršava, a donosi uvid u imotske narodne običaje poput šišanoga ili striganoga kumstva koje se sklupalo u mješovitim društvima između pripadnika različitih etničkih skupina u cilju postizanja stabilnosti: „Šišano ili strigano kumstvo posebna je vrsta kumstva koja nastaje pri prvom šišanju djeteta. (...) U etnički i vjerski mješovitim krajevima šišano kumstvo sklupalo se i između pripadnika različitih etničkih i vjerskih skupina pa je imalo važnu ulogu za uspostavljanje društvene stabilnosti među njima“ (Hrvatska enciklopedija LZMK). Iz teksta se ujedno mogu izdvojiti brojni izrazi koji svjedoče o

razdoblju kada je teritorij Imotske krajine bio pod mletačkom vlašću, a jedan od njih je i referenca na kartašku igru trešete. Naime, kada nakon razgovara sa svojim nećakom Privaga želi naglasiti kako se njih dvojica ne razumiju, upotrebljava izraz „ja u kupe, on u baštune“ (Maras, 2010, 9). Osim što se iz rečene fraze saznaje da nećak nije u stanju shvatiti ujakove riječi, ona izrijeком razotkriva i kulturne utjecaje u Imotskome. Kupe, baštuni, dinari i špade nazivi su za boje u talijanskim kartama koje se koriste za igranje kartaških igara na području Dalmacije, kao što su u Marasovu tekstu nerijetko spominjane „trešete“ (Maras, 2010, 18). Osim što svakodnevni govor Imočana otkriva ukorijenjenost talijanske i turske tradicije na jugu Hrvatske, jezik drame upućuje na bogatstvo lokalnoga folklor. Primjerice, Pištola upućuje fra Celestinu repliku „ne bi se prid tobom ispovidijo za Trokulovu mlinicu“ (Maras, 2010, 34) kako bi izrekao da župnik nije osoba od povjerenja, dok Hadum govori Kolumbu „ja ne bi želijo taku boleštinu za sve Gavanovo blago“ (Maras, 2010, 45) kada nastoji opisati Kolumbovu pretjeranu ljubomoru prema supruzi. Naime, Trokulova mlinica i Gavanovo blago u Imotskome su sinonim za iznimno bogatstvo pa tako oba frazema imaju jednako značenje – njima govornici nastoje iskazati da ne bi učinili neku radnju ni pod kojim uvjetima, čak i kada bi iz te radnje mogla proizići velika materijalna korist. Ustaljenost navedenih dvaju izraza u svakodnevnome govoru Imočana svjedoči o činjenici da su Trokulovi i Gavan dio kulturne baštine autorova podneblja. Braća Remigio i Fabijan Truccolo, čije je prezime u Imotskome preinačeno u Trokulo, povezuju se s počecima industrijalizacije ovoga gradića koji datiraju u rano dvadeseto stoljeće. Dva su brata izgradila takozvanu Trokulovu mlinicu namijenjenu proizvodnji krovnih crijepova iz koje se razvila prva tvornica u gradu, a navedeni pogon zapošljavao je velik broj radnika iz cijele Imotske krajine i donosio značajan profit. S druge strane, čuveni je Gavan dio imotske narodne predaje, poznat po bogatstvu kojega je posjedovao i pohlepi koja ga je karakterizirala, a uz njegovo se ime veže legenda o Modrome jezeru prema kojoj je ova krška jama navodno nastala na području nekadašnjih Gavanovih dvora.

Kontekstualizacija dramskih tekstova

Premda se svaka adaptacija ugleda na postojeći predložak, ona je, baš kao i izvornik, uvelike određena kontekstom – mjestom i vremenom nastanka.

Prema Hutcheon, „ni proizvod, ni proces adaptacije ne postoje u vakuumu: svi oni imaju kontekst – vrijeme i mjesto, društvo i kulturu“ (2006, xvi). Tako se čitanjem Shakespeareove komedije dobiva uvid u englesku političku hijerarhiju prema kojoj se na čelu monarhije nalazi kralj ili kraljica kao tijelo s najvećom ovlašću. Većinu Shakespeareova života prijestolje je pripadalo kraljici Elizabeti I. koja je gotovo neograničenom moći vladala Engleskom četrdeset i pet godina kao posljednja vladarica dinastije Tudor, a zbog političke cenzure izravno referiranje na englesku prijestolonasljednicu nije bilo dopušteno u elizabetinskome kazalištu. U dramskome se tekstu stoga uočava da se Pličina odlučuje „potužiti kralju“ (Shakespeare, 2007, 666) nakon što ne uspije samostalno razriješiti spor s Falstaffom, iako je u vrijeme nastanka teksta englesko prijestolje pripadalo Elizabeti I. Pored toga što potvrđuje postojanje cenzure u engleskome renesansnom kazalištu, prethodni citat iz Shakespeareove komedije upućuje na takozvani postupak arbitraže koji je kraljica provodila u cilju razrješavanja nesuglasica između suprotstavljenih stranki. Iščitavanjem teksta sukladno se saznaje da je tijekom Elizabetine vladavine u zemlji djelovalo Kraljevsko tajno vijeće (Privy Council) kao savjetodavno tijelo u kraljičinoj službi zaduženo za rješavanje spomenutih sporova: „Kraljevsko tajno vijeće obnašalo je funkciju neformalnoga suda. Imalo je ovlasti koristiti se mučenjem ljudi u svrhu dobivanja potrebnih informacija“ (Simpson, 2001, 10). Tako se iz dijaloga župnika Evansa i Pličine nadalje razaznaje da se potonji namjerava obratiti spomenutom Vijeću zbog uvrede časti koju mu je nanio Falstaff: „O tomu će čuti Vijeće; to je ustanak“ (Shakespeare, 2007, 663). Kraljevsko tajno vijeće činila je omanja grupa kraljičinih povjerenika biranih iz redova plemstva, među kojima su nerijetko bili i dvorjani. Dolazak na engleski dvor zahtijevao je ispunjenje niza preduvjeta, stoga su mladići koji su dospijevali u Elizabetinu dvorsku službu morali biti odjeveni u skladu s kraljičinih zahtjevima, posjedovati iznimno visoke intelektualne sposobnosti, poznavati glazbu i poeziju, posjedovati razboritost i obrazovanje te poštivati dvorsku etiketu (Williams, 1974, 21). Posljedično, muškarci koji su postajali kraljičini dvorjani imali su visok status u elizabetinskome društvu, što se može naslutiti iz razgovora Hitre i Falstaffa koji je potaknut njegovim udvaranjem gospođi Ford: „Ni najbolji dvorjanin od svijtu, kad je dvor prebivao u Windsoru, nikada nju nije mogao dovesti u takav škripac“ (Shakespeare, 2007, 702).

Hutcheon tvrdi da svaki proces adaptacije neizbježno uključuje proces transkulturacije, što znači da se premještanjem određenoga umjetničkog djela u novi kontekst, „lokalne posebnosti presađuju na novo tlo, što rezultira nečim novim i hibridnim“ (Hutcheon, 2006, 150). Budući da „kontekst uvjetuje značenje“ (Hutcheon, 2006, 145), smještanje radnje Shakespeareove komedije u Hrvatsku s početka dvadesetoga stoljeća, više od tri stoljeća nakon što je izvornik napisan, rezultiralo je promjenama u značenju drame. Čitanjem drame *Vesele žene imotske* saznaje se da su početkom dvadesetoga stoljeća Kraljevina Dalmacija, Hrvatska i Slavonija bile dijelom Austro-Ugarske Monarhije sukladno nagodbi sklopljenoj 1867. te da je hrvatskim narodom vladao kralj, što potvrđuje Matanova rečenica „Unda, meštre Privaga, čujem da ćeš me tužit kralju i državi, olrajt?“ (Maras, 2010, 6). Naime, radnja drame odvija se uoči Prvoga svjetskog rata, a „hrvatske zemlje dočekale su rat u sastavu Austro-Ugarske Monarhije“ (Đukić, Pavelić i Šaur, 2015, 81) vođene kraljem Franjom Josipom I. Osim političke razdijeljenosti, Marasova drama prikazuje i podjelu hrvatskoga društva tijekom dvadesetoga stoljeća koja je uslijedila kao posljedica prve i druge industrijske revolucije te zamjene manufakturne proizvodnje industrijskom proizvodnjom. Industrijska revolucija dovela je do razvoja tvornica i pojave novoga društvenog sloja, proizvođača: „Hrvatska je bila jedno od gospodarski najzaostalijih područja Austro-Ugarske Monarhije, kaskajući za industrijskim razvojem austrijskih i ugarskih zemalja“, premda „krajem 19. stoljeća došlo je i do brojnih pomaka“ (Đukić i sur., 2015, 83-84). Dijalog Zvrke i Matana upućuje na društvene promjene koje su proizišle iz industrijalizacije, pa kada nastoji objasniti Matanu kako su se gospođi Kolumbo udvarali muškarci koji su pripadali svim društvenim slojevima, Zvrka govori: „Bilo je u Imockom i bogataša i plemića, u svili i kadifi, slatko namirisani, sa svojim kočijam, i nikad nju niko nije dovejo u taki škripavac ko ti. A slali, Bože moj – kočija za kočijom, pismo za pismom, dar za darom – smantali bi pamet svake žene, ali od nje ništa, ni da namigne okom. Ni kad je bila u Zagrebu, sve sami grofovi, i generali, i fabrikanti...“ (Maras, 2010, 26).

Iz navedenoga proizlazi da se analizirani dramski tekstovi mogu iščitavati iz dvije vizure: fikcionalne i faktografske. Shakespeareova se komedija *Vesele žene windsorske* prema tome može tumačiti kao fikcionalna priča o spletkama renesansnoga viteza Falstaffa i windsorskih građana, ali i kao vrijedna građa za proučavanje engleskoga života šesnaestoga stoljeća.

Teoretičarka adaptacije Linda Hutcheon razlog tome vidi u prirodi procesa stvaranja koji je nerijetko motiviran osobnim čimbenicima, zbog čega književni tekst postaje zrcalo miljea u kojemu pisac djeluje. Prema Hutcheon, „konteksti stvaranja i recepcije su materijalni, javni i ekonomski, kao i kulturni, osobni i estetski. To objašnjava zašto, čak i u današnjemu globaliziranom svijetu, velike promjene u kontekstu priče – primjerice, u nacionalnome okruženju ili razdoblju – mogu znatno promijeniti način na se transponirana priča tumači, ideološki i doslovno“ (2006, 28). Faktografska narav komedije *Vesele žene windsorske* najjasnije se ogleda u nazivima lokalitetima s područja Engleske koji prožimaju tekst, pretvarajući tako Shakespeareov dramski komad u svojevrstan zemljovid engleskoga podneblja šesnaestoga stoljeća. Primjerice, kada nastoji objasniti velečasnome koliko ga je Falstaff uvrijedio, Pličina ističe da je uvreda bila toliko velika da će se morati obratiti sudu Zvezdane dvorane: „Velečasni Hugo, nemojte me od toga odvrćati; ja ću od toga napraviti slučaj za Zvezdanu dvoranu“ (Shakespeare, 2007, 661). Riječ je, naime, o dvorani unutar londonske Westminsterske palače koja je bila sjedište engleskoga suda, a koja je naziv dobila prema stropu optočenome pozlaćenim zvijezdama. Suci Zvezdane dvorane bili su članovi Kraljevskoga vijeća zloglasni po tajnovitosti svojega djelovanja, surovome tretmanu optuženika i zloupotrebljavanju moći, zbog čega je sud naposljetku ukinut 1641., premda se njegovo ime nastavilo upotrebljavati kao sinonim za uskratu pravde (Cheyney, 1913, 727). U drami se spominju i druge lokacije koje su obilježile svakodnevicu engleskih građana šesnaestoga stoljeća poput ulice Poultry, sjedišta jednoga od mnogih zatvora u Londonu koji su u Engleskoj Elizabete I. služili kao sredstvo održavanja društvene stabilnosti. Nakon što gospođa Ford optuži Falstaffa da voli gospođu Page dok se istovremeno udvara njoj, Falstaff negira tu činjenicu referirajući se na spomenuti Poultry Counter: „Mogla bi isto tako reći da se volim šetati pokraj Counterskih vrata, koja su mi jednako mrska kao zapah vapnenice“ (Shakespeare, 2007, 730). Uz navedenu repliku stoji navodi da je Counter bio „zatvor za dužnike“, a „tadašnji su zatvori bili zloglasni po smradu koji se iz njih širio“ (Shakespeare, 2007, 730). O zastupljenosti kriminala u elizabetinskoj Engleskoj ujedno svjedoči Falstaffova replika upućena Pištolju iz koje se iščitava da je spomenuti Falstaffov pratitelj kradljivac i da je zbog njega slavni vitez izgubio društveni ugled: „Odlazi – kratak nožić i gužva! – u svoje vlastelinstvo Pickthatch, odlazi!“ (Shakespeare, 2007, 700). Pickthatch je,

naime, ozloglašena četvrt koja je nekada postojala u Londonu, poznata kao sjedište mnogobrojnih javnih kuća, ali i drugih kriminalnih radnji kao što su učestale krađe.

Okosnicu Marasove drame *Vesele žene imotske* također čini topos zavičaja. Objašnjenje za autorovo poznavanje topografije Imotske krajine leži u činjenici da je autor rođen u Studencima kraj Imotskoga. Prema Hutcheon, „suvremeni događaji ili dominantne slike uvjetuju našu percepciju i interpretaciju, kao što je slučaj i sa adaptatorom“ (2006, 150). Premda je drama *Vesele žene imotske* fikcionalne naravi, mjesto radnje ove drame temelji se na faktografskoj građi pa se iz teksta mogu iščitati brojne kulturne i prirodne znamenitosti kojima obiluje Imotska krajina. Mate Maras u drami *Vesele žene imotske* jasno oslikava zavičaj Imotske krajine navodeći u tekstu mjesta kao što su Vinjani (Maras, 2010, 57), Modro jezero (Maras, 2010, 34), Crveno jezero koje se javlja pod nazivom „Crljeno jezero“ (Maras, 2010, 19), rijeka Vrljika (Maras, 2010, 50), Perinuša (Maras, 2010, 19), i dr. Jednako tako, mjesto radnje sedmoga prizora prvoga dijela drame je „Turska kula iznad Imotskoga“ (Maras, 2010, 34) ili Topana, tvrđava koja „spada u red najznačajnijih srednjovjekovnih utvrđenja unutrašnjeg dijela Dalmacije“ (Bezić, 1983, 207). Drama *Vesele žene imotske* također pruža uvid u običaje Imoćana i njihovu svakodnevicu. U tekstu se nerijetko spominje poznati imotski Pazar na kojemu se stoljećima trgovalo srijedom. Naime, u Marasovoj se adaptaciji gospođa Hadum referira na imotsku tradiciju trgovanja kada smišlja plan kako će se osvetiti Matanu: „Kad se dozna istina, mi ćemo se svi pokazat, svrnit vukodlaku roge i rugat mu se sve do Pazara. Sutra je srijeda“ (Maras, 2010, 62). Pazar je za Imoćane imao važnost još od vremena kada su Turci i Mlečani vladali ovim prostorom: „Još za vrijeme Turaka i Mlečana trguju Imoćani medom, voskom i kožom, a naročito je važna trgovina drvom, mašču, žitom, građom. (...) Tradicionalni pazar je oslon imotske trgovačke funkcije, a održava se svake srijede“ (Ujević, 1956, 80). U drami se spominju i druga značajna mjesta u Imotskome poput duhanske stanice Dogane. Tako u sceni kada fra Celestin moli Pištolu da pronađe doktora Visintina, Pištola govori da ga je tražio „od Pazara do Modrog jezera, pa doli do crkve i sve do Dogane“ (Maras, 2010, 34). Proizvodnja duhana u Imotskome razvija se dolaskom austrijske vlasti na ovo područje, točnije 1885. kada bečki financijski savjetnik Sperk dolazi u Imotsku krajinu radi sadnje duhana na ovome području. Razvoj nove gospodarske grane mijenja život Imoćana

koji su dotad živjeli od zemljoradnje. Budući da je ovaj posao bio financijski isplativ, uskoro su se počele graditi zgrade namijenjene isključivo za skladištenje duhana poput Dogane (Čular, 2013, 6).

Zaključak

Analiza likova, jezika i društveno-političkoga konteksta zavičajnoga igrokaza *Vesele žene imotske* (2010) Mate Marasa, adaptacije elizabetinskoga klasika *Vesele žene windsorske* (1602) dramatičara Williama Shakespearea, dovodi do zaključka da dva teksta čine dva samosvojna umjetnička djela. Premda je već u naslovu Marasove adaptacije razvidno da dramski pisac navodi Shakespearea kao uzor u pisanju vlastite drame, autor pokazuje originalnost u oblikovanju svojega djela, čineći svoj dramski tekst zrcalom miljea u kojemu je rođen i odrastao. Maras se u drami *Vesele žene imotske* odlučuje za drugačiji regionalni kontekst od Shakespearea pa razlike između izvornika i adaptacije proizlaze iz osobitosti zavičaja u kojemu su drame nastajale. Shakespeareova drama smještena je u elizabetinsku Englesku, dok se radnja Marasove drame odvija u Hrvatskoj pogođenoj Prvim svjetskim ratom. Razlika u vladajućem svjetonazoru i ideologiji ove dvije vremenske epohe odrazila se i na način na koji su autori oblikovali dvije drame. Likovi su tipični za kulturno podneblje u kojemu su dramski pisci stvarali, stoga su imena i obilježja dramskih osoba, ali i prikaz međuljudskih odnosa karakteristični za područje Windsora, odnosno Imotskoga. Jezik odražava posebnosti Shakespeareova i Marasova okruženja pa tako Maras u drami *Vesele žene imotske* vjerno oslikava govor Imotske krajine upotrebljavajući štokavski dijalekt pomiješan s elementima čakavskoga dijalekta. Jezik upućuje i na političke utjecaje na prostoru Imotskoga, stoga govor likova obiluje turcizmima i talijanizmima. Analiza dvaju tekstova pokazuje da je adaptacija neizbježno uronjena u kontekst stvaranja, pružajući tako uvid u političko stanje neke države, društvene odnose i kulturne običaje nekoga naroda. Čitanje Shakespeareova i Marasova igrokaza pruža uvid u političku hijerarhiju elizabetinske Engleske i ratom pogođene Hrvatske, kao i topografiju te kulturnu baštinu ovih zemalja. Iz navedenoga proizlazi da su Shakespeareova i Marasova drama dva jednakovrijedna originalna umjetnička djela sa svojim posebnostima, premda obrađuju jednaku temu.

Literatura

- Batušić, N. (1973). Pučki igrokazi XIX. stoljeća. U: N. Batušić (ur.), *Pet stoljeća hrvatske književnosti*, knjiga 36 (str. 5-31). Zagreb: Matica hrvatska – Zora.
- Bezić, B. (1983). Imotska tvrđava Topana. *Prilozi povijesti umjetnosti u Dalmaciji*, 23(1), 207-228.
- Brennan, G. E. (1994). The Cheese and the Welsh: Foreigners in Elizabethan Literature. *Renaissance Studies* 8(1), 40–64.
- Cheyney, E. P. (1913). The Court of Star Chamber. *The American Historical Review* 18(4), 727-750.
- Čular, B. (2013). *Dogana – Imotski*. Split: Fakultet građevinarstva, arhitekture i geodezije Sveučilišta u Splitu. Diplomski rad.
- Đukić, F., Pavelić, M. i Šaur, S. (2015). Hrvatska u Prvom svjetskom ratu – Bojišta, stradanja, društvo. *Essehist: časopis studenata povijesti i drugih društveno-humanističkih znanosti*, 7(7), 81-86.
- Elliot, K. (2003). *Rethinking the Novel/Film Debate*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hoenselaars, A. J. (1992). *Images of Englishmen and Foreigners in the Drama of Shakespeare and His Contemporaries: A Study of Stage Characters and National Identity in English Renaissance Drama, 1558-1642*. Cranbury: Associated University Press.
- Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=34614>, 10. travnja 2022.
- Hunt, M. (2008). ‘Gentleness’ and Social Class in The Merry Wives of Windsor. *Comparative Drama*, 42(4), 409–432.
- Hutcheon, L. (2006). *A Theory of Adaption*. New York: Routledge.
- Lukežić, I. (2003). Čakavsko u štokavskome govoru Imotske krajine. *Čakavska rič*, 31(1-2), 5-25.
- Maras, M. (2010). *Vesele žene imotske*. Zagreb: Naklada Pelag.
- Maras, M. (2007). Uvod. M. Maras (ur.), *Vesele žene windsorske, Komedije / William Shakespeare* (str. 658). Zagreb: Matica hrvatska.
- Matković, P. (2017). *Stanovništvo Zagvozda od sredine XVIII. stoljeća do početka I. svjetskoga rata*. Split: Redak.
- Owen, G. i Cahill, D. (2017). The Acts of Union 1536-43—Not Quite the End of the Road for Welsh Law?. U: C. Andrews, H. Newton, J. Shack i J. Wolf (ur.), *Proceedings of the Harvard Celtic Colloquium* (str. 217–250). Cambridge, MA: Harvard University.

- Prosperov Novak, S. (2007). Zadarski Falstaff iz 1575. *Croatica et Slavica Iadertina*, 3(3), 191-198.
- Shakespeare, W. (2007). Vesele žene windsorske. U: M. Maras (ur.), *Komedije / William Shakespeare* (str. 657-789). Zagreb: Matica hrvatska.
- Simpson, W. (2001). *The Reign of Elizabeth*. Oxford: Heinemann Educational Publishers.
- Solar, M. (1977). *Teorija književnosti*. Zagreb: Školska knjiga.
- Stam, R. (2005). Introduction: The Theory and Practice of Adaptation. U: R. Stam i A. Raengo (ur.), *Literature and Film: A Guide to the Theory and Practice of Film Adaptation* (str. 1-52). Malden: Blackwell Publishing Ltd.
- Ujević, A. (1956). Imotski – prilog poznavanju uloge naselja. *Hrvatski geografski glasnik*, 18(1), 71-87.
- Williams, N. (1974). *All the Queen's Men: Elizabeth I and Her Courtiers*. London: Sphere Books.

THE POWER OF CULTURAL CONTEXT: MARAS' ADAPTATION OF *THE MERRY WIVES OF WINDSOR* OR SHAKESPEARE IN IMOTSKI

Abstract

The paper studies the process of adapting a source play into a new play on the example of popular theatre plays *The Merry Wives of Windsor* (1602) by William Shakespeare and *The Merry Wives of Imotski* (2010) by Mate Maras. Since the two plays originated from two politically, socially and culturally different backgrounds, one from the Elizabethan England, and the other from the twenty-first century Croatia, the paper studies how the milieu in which the author creates influences the creation of a text. Despite setting the play in Croatia at the dawn of the modern age, Maras maintained the basic idea of Shakespeare's text, but also adapted numerous elements of the play to the new context. The characters in the play are regionally specific, they speak a dialect characteristic of Imotski, and the play abounds in depictions of cultural customs of Imotski. The paper relies on Linda Hutcheon's theoretical reflections to prove that adaptation is always determined by the context of its creation and therefore provides insight into the history of a certain country, as well as social relations and customs of a particular nation. The paper reaches a conclusion that, although Maras refers to Shakespeare as an inspiration for his text, the two plays represent two different works of art in terms of social, political and cultural context, as well as characters and language.

Keywords: adaptation, Mate Maras, *The Merry Wives of Imotski*, *The Merry Wives of Windsor*, William Shakespeare

Vladimir Rismondo¹¹⁶

STRIP, ANIMIRANI FILM, IDEOLOGIJA

Izvorni znanstveni rad
<https://doi.org/10.59014/RRBD6205>

Sažetak

Cilj je rada istraživanje moći u medijima stripa i animacije. Kako je riječ o medijima masovne recepcije, autor polazi od pretpostavke – prenesene iz razdiobe vrsta moći Johna Kennetha Galbraitha – da se u ovom slučaju radi o kondicionirajućoj moći koja diseminira svjetonazor i ideologiju.¹¹⁷ U tom kontekstu promotren je određen broj primjera uglavnom američke, britanske i japanske kako strip-produkcije, tako i animiranog filma od 1929. do 1988. godine, s naglaskom na produkcije velikih izdavača i studija za animaciju. Zaključno se utvrdilo da strip i animirani film u prvoj polovini 20. stoljeća oblikuju i dodatno diseminiraju uvjerenja koja su društveno već prisutna, dok u drugoj polovici stoljeća dolazi do promjene svjetonazorskih i ideoloških pretpostavki što oba medija do izvjesne mjere unaprijed nagovještavaju, a donekle i kondicioniraju.

Ključne riječi: animirani film, društvo, kondicioniranje, moć, strip

Uvod

Govoreći o stripu i animaciji dotičemo se medija koje – bez obzira na ranije početke – u pravilu smatramo medijima 20. odnosno 21. stoljeća. Za razliku od najvećeg dijela dosad provedenih istraživanja, ovaj rad pokušava komparativno sagledati problem iskazivanja i diseminacije moći u spomenutim medijima.¹¹⁸ Problemu se pristupa iz isključive perspektive

116 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, vrismond@gmail.com

117 Pojam „diseminacija“ u ovom radu upotrebljavam u izvornom latinskom značenju „raznošenja“ i „promicanja“, a ne u kontekstu Derridinog dekonstrukcijskog tumačenja pojma, odnosno „raspršivanja značenja“.

118 Ma koliko se čitatelju učinilo neuvjerljivim, čak i u svjetskim razmjerima rijetki su, praktički nepostojeći tekstovi koji sveobuhvatno, te komparativno obrađuju strip i animirani film. Tekstovi, pak, koji u tom smislu postoje najčešće se ograničavaju na kronološki uža razdoblja i kulturalne

humanističkih, a ne društvenih znanosti, te se u tom smislu isključuju

krugove. Naime, sama priroda građe vezane uz strip i animirani film proizlazi iz njezine obimnosti, štovite nesagledivosti obiju produkcija, što nužno traži specijalizaciju ne samo na jedno od dva područja, već i na dodatna kronološka, zemljopisna ili tematska ograničenja. Ovakva situacija, opet, nužno proizvodi arbitrnost u izboru metoda analize, a one – ovisno o znanstvenoj orijentaciji autora/autorica variraju od, primjerice, filozofije animacije, preko vizualnih studija, pa sve do percetivnih zadataki stripa. Na istim premisama počiva i raznolikost više ili manje znanstvenih formata tematski pripadajućih tekstova, ali i (s izuzetkom temeljnih postavki poput razdiobe stripa na velika razdoblja produkcije) nedostatak konsensusa po pitanju temeljnih teorijskih postavki. Iz toga konačno proizlazi da o sintagmama „teorija stripa“ i „teorija animacije“ govorimo samo uvjetno, a zajednička opća teorija stripa i animacije – usprkos nesumnjivim zajedničkim početlima utkanim u simulirano ili stvarno predočavanje vremena u vizualnim medijima – ne postoji. Odatle, najposlije, i činjenica kako se o problemu moći (najčešće ideološke, obzirom da anglo-saksonsko jezično područje – u kojemu je objavljeno nesrazmjerno najviše publikacija – vrlo teško razlikuje svjetonazor i ideologiju) u stripu i animiranom filmu pisalo mnogo, fragmentarno, utkano u drugačije, uglavnom kronološke diskurse, te zato više nego jednom paušalno. Izuzetak predstavljaju ogledi o velikim ili drugačije zaokruženim produkcijama poput, primjerice, japanskog „manga“ stripa kao globalnog fenomena ili, recimo opusa proizašlih iz Disneyevih studija. Drugačije rečeno, objedinjujući, striktno fenomenološki pristup stripu i animiranom filmu zasad ne postoji, a pogotovo ne u kontekstu istraživanja problema moći. Izuzetak u hrvatskoj koliko-toliko znanstvenoj publicistici, opet, donekle predstavljaju sada već davni tekstovi posvećeni stripu Vere Horvat-Pintarić i Zlatka Posavca. Vera Horvat-Pintarić je ogled „Autorski strip zagrebačke škole“ prvi put objavila u siječnju 1973. godine na Trećem programu radio Zagreba, a ogled o stripu „Tupko“ Nedeljka Dragića napisala je za specijalizirani talijanski strip-časopis „Comics“ 1972. godine; Zlatko Posavac je, pak, nakon feljtona „Strip u Hrvatskoj“ (časopis „15 dana“, Nar. Sveuč. Moša Pijade, Zagreb, 1970-1971.) publicirao studiju „Strip i stripologija“ („Život umjetnosti, br. 22-23, IPU, Zagreb, 1975., str. 126-150) koju smatramo najvažnijim dosadašnjim teorijskim doprinosom izučavanju stripa u Hrvatskoj. Zbog relativne zastarjelosti i drugih specifičnosti niti jedan od navedenih naslova nije relevantan za našu temu. Što se animiranog filma tiče, moguće je nabrojati nekoliko naslova od kojih nijedan ponovo ne korespondira, ili se tek rubno dotiče teme moći. Prije svega je tu opsežna studija Ranka Munitića („Estetika animacije“, Univ. Umetnosti u Beogradu, Filмотeka 16, Beograd-Zagreb, 1982), a potom skupovi ogleđa Midhata Ajanovića („Animacija i realizam, HFS, Zagreb, 2004.), Joška Marušića sa suradnicima („Alkemija animiranog filma, Meandar Media, Zagreb, 2004.), te Hrvoja Turkovića („Život izmišljotina: Ogledi o animiranom filmu“; HFS, Zagreb, 2012.). Zainteresirani čitatelj može, pak, posvjedočiti analitičkoj raznolikosti, ali i arbitrnosti u izboru analiziranih primjera u popisu za nas više ili manje relevantnih naslova, a koji također nisu izravno citirani u radu. Napominjemo kako je sljedećih tridesetak naslova navedeno isključivo s namjenom ukazivanja na širinu i arbitrnost izvora, tiču se isključivo stripa (identičan popis mogao bi se sastaviti i za animirani film), te su navedeni abecednim redoslijedom: 1. Adams, K. A. (1983). The greatest American hero: Ego ideals and familial experiences, *The Journal of Psychoanalytic Anthropology*, 6(4), 345–413. 2. Barker, M. (1984). A haunt of fears: The strange history of the British horror comics campaign, London: Pluto Press. 3. McAllister, Sewell, Gordon Barker, M. (1989). Comics: Ideology, power and the critics. Manchester, Manchester University Press. 4. Barker, M. (1999). Getting a conviction: Or, how the British horror comics campaign only just succeeded. u J. A. Lent (ur.), *Pulp demons: International dimensions of the postwar anti-comics campaign* 69–92. Cranbury, NJ: Associated University Presses. 5. Berelson, B. (1949). What „missing the newspaper“ means. u P. F. Lazarfeld & F. N. Stanton (ur.), *Communications research, 1948–1949*, 111–128, New York: Harper & Brothers. 6. Berger, A. A. (1973). The comic-stripped American. Baltimore: Penguin Books. 7. Bongco, M. (2000). Reading comics: Language, culture, and the concept of the superhero in comic books. New York: Garland Publishing. 8. Brown, J. A. (1997). Comic book fandom and cultural capital. *Journal of Popular Culture*, 30(4), 13–31. 9. Carrier, D. (2000). The aesthetics of comics. University Park, PA: Pennsylvania State University Press. 10. Dorfman, A., Mattelart, A. (1971/1984). How to read Donald Duck: Imperialist ideology

pristupi koji na bilo koji način počivaju na statistički uvjetovanoj analizi. Umjesto toga odabrali smo pristup koji se – unatoč historiografskom spominjanju odabranih primjera te ograničavanju na raspon od trećeg do devetog desetljeća 20. stoljeća – temelji na husserlovski intoniranoj fenomenološkoj metodi, odnosno isprepletenosti trostruke analize: eidetska analiza počiva na premisi o postojanju kondicionirajuće moći (kako ju je formulirao John Kenneth Galbraith, a razradio Noam Chomsky) u stripu i animiranom filmu, intencionalna analiza kontekstualizira odabrane primjere u specifične svjetonazorsko – ideološke obrasce, dok genetička analiza razjašnjava razvoj i promjenu tih obrazaca s razdjelnicom na prvom i

in the Disney comic. New York: I.G. Editions 11. De Haven, T. (1995). Borrowing Richard Outcault. *Inks*, 2(3), 18–20. 12. Edwards, J. L., & Winkler, C. K. (1997). Representative form and the visual ideograph: The Iwo Jima image in editorial cartoons. *Quarterly Journal of Speech*, 83(3), 289–310. 13. Gilbert, J. (1986). A cycle of outrage: America's reaction to the juvenile delinquent in the 1950s. New York: Oxford University Press. 14. Gower, D. L. (1995). Health-related content in daily newspaper comic strips: A content analysis with implications for health education. *Education*, 116(1), 37–43. 15. Gordon, I. (1998). *Comic strips and consumer culture, 1890–1945*. Washington: Smithsonian Institution Press. 16. Harvey, R. C. (1996). *The art of the comic book: An aesthetic history*. Jackson, MS: University Press of Mississippi. 17. Lent, J. A. (1995). Comics in East Asian countries: A contemporary survey. *Journal of Popular Culture*, 29(1), 185–198. 18. Lent, J. A. (Ed.). (1999). *Pulp demons: International dimensions of the postwar anti-comics campaign*. Cranbury, NJ: Associated University Presses. 19. Lombard, M., Lent, J. A., Greenwood, L., & Tunc, A. (1999). A framework for studying comic art. *International Journal of Comic Art*, 1(1), 17–32. 20. Mazzarella, S. R. (1999). The 'superbowl of all dates': Teenage girl magazines and the commodification of the perfect prom. In S. R. Mazzarella i N. Pecora (ur.), *Growing up girls: Popular culture and the construction of identity* (pp. 97–112). New York: Peter Lang Publishing. 21. McCloud, S. (1993). *Understanding comics*. Northampton, MA: Kitchen Sink Press. 22. McRobbie, A. (1991). *Feminism and youth culture: From Jackie to Just Seventeen*. Boston: Unwin Hyman. 23. *Introducing Comics and Ideology*. 23. Medhurst, A. (1991). *Batman, deviance and camp*. u R. E. Pearson i W. Uricchio (ur.), *The many lives of the Batman: Critical approaches to a superhero and his media* (149–163). New York: Routledge. 24. Nyberg, A. K. (1998). *Seal of approval: The history of the Comics Code*. Jackson, MS: University Press of Mississippi. 25. Pecora, N., Mazzarella, S. R. (1999). Introduction. In S. R. Mazzarella & N. Pecora (ur.), *Growing up girls: Popular culture and the construction of identity*, 1–10. New York: Peter Lang Publishing. 26. Pustz, M. J. (1999). *Comic book culture: Fanboys and true believers*. Jackson, MS: University Press of Mississippi. 27. Robbins, T. (1999). *From girls to grrrlz: A history of women's comics from teens to zines*. San Francisco, CA: Chronicle Books. 28. Rubenstein, A. (1998). *Bad language, naked ladies, & other threats to the nation: A political history of comic books in Mexico*. Durham, NC: Duke University Press. 29. Sabin, R. (1993). *Adult comics: An introduction*. New York: Routledge. 30. Solomon, N. (1999, March 11). Keeping Mickey in the private domain. sa <http://www.fair.org/mediabeat/990310.html> 31. Tankel, J. D., Murphy, B. K. (1998). *Collecting comic books: A study of the fan and curatorial consumption*. u C. Harris i A. Alexander (ur.), *Theorizing fandom*. (pp. 53–66) Cresskill, NJ: Hampton Press. 32. Walker, L. (1994). *The feminine condition: Cartoon images of women in The New Yorker*. *Inks*, 1(3), 8–17. 33. Wertham, F. (1954). *Seduction of the innocent*. New York: Irwin & Company. 34. Witek, J. (1989). *Comic books as history: The narrative art of Jack Jackson, Art Spiegelman, and Harvey Pekar*. Jackson, MS: University Press of Mississippi. 35. Witek, J. (1999). *Comics criticism in the United States: A brief historical survey*. *International Journal of Comic Art*, 1(1), 4–16.

drugom dijelu 20. stoljeća. U istom kontekstu odabrani su primjeri masovno popularnog stripa i animiranog filma – u pravilu potpisanim od strane velikih producenstkih studija i izdavačkih kuća – jer upravo masovnost njihove diseminacije i popularnost pri recepciji najjasnije rasvijetljavaju ključni fenomen kondicionirajuće moći. Konačno, širina u radu obuhvaćenog vremenskog raspona zahtijeva usporedan sintetički pristup problemu moći u oba medija te u tom smislu predstavlja *novum* ne samo u tekstovima ovog formata, već i u hrvatskoj, pa i široj znanstvenoj periodici (vidi bilj. br. 3).

Opće je, i bez sumnje aksiomatsko mjesto da mediji masovne komunikacije iskazuju posjedovanje moći, pri čemu ćemo kao definiciju moći upotrijebiti onu Maxa Webera prema kojoj je moć – pojednostavljeno rečeno – sposobnost da se vlastitom voljom drugima nametne željeno ponašanje (Weber, 1968). Pitanje je, međutim, o kakvoj se vrsti moći radi u kontekstu medija masovne komunikacije? U svrhu nalaženja odgovora obratit ćemo se Johnu Kennethu Galbraithu koji moć dijeli u tri kategorije. Kondigna moć, moć prisile, i kompenzacijska moć, odnosno moć posredovana nagrađivanjem, po Galbraithu su jasno vidljive i mjerljive, ali tzv. kondicionirajuća moć ili moć uvjeravanja daleko je fluidnija (Galbraith, 1983). Pojavljuje se u eksplicitnim oblicima – kroz, primjerice, obrazovne sisteme ili medijske sadržaje – te implicitno, u vidu kulturnih obrazaca. Moć medija masovne komunikacije po prirodi je, dakle, kondicionirajuća, a najčešće ju nalazimo u formi odražavanja ili sugeriranja svjetonazora i/ili ideologije. Pritom ćemo za ovu priliku svjetonazorom – opet vrlo pojednostavljeno – smatrati skup općih ideja o svijetu i vrijednostima, pojmove poput onih koji definiraju što je lijepo ili ispravno, dok ćemo ideologiju definirati u vidu ideja ograničenih na ekonomsko i političko funkcioniranje društva (Geoghegan i Wilford, 2014). Suvremeni mediji masovne komunikacije idealni su za diseminaciju i jednog i drugog, a ponajprije zato što do najšire publike dopiru izravno, bez posrednika, te istovremeno djeluju putem grafičke, filmske i televizijske slike, odnosno riječi i zvuka. Zato ih je zanimljivo proučavati u svjetlu tzv. „Humeovog paradoksa“ koji govori o proizvodnji vlasti manjine nad većinom; manjina putem masovnih medija proizvodi jednako masovni pristanak većine, a to čini – kako bi rekao Noam Chomsky – proizvođenjem emocionalno potentnih simplifikacija (Chomsky, 2006).

Demokracija, Hays i Wertham

Povijest filmskih žanrova, ali i stripa, kao medija masovne komunikacije, poglavito je u prvoj polovini 20. stoljeća zapravo povijest upravo takvih simplifikacija koje proizvode emocionalni učinak, no publiku u isto vrijeme hrane nizom svjetonazorskih i ideoloških poruka koje prema potrebi mogu i opravdavati društvenu stratifikaciju ili političke strategije. Pitanje je samo naravi tih poruka: slijede li one postojeća uvjerenja i odnose, pa ih samo dodatno oblikuju i pojačavaju, ili, pak, strip, film i animirani film kao umjetničke forme prepoznaju buduće trendove, ili možda – u svjetlu „Humeovog paradoksa“ – jednostavno proizvode pristanak većine na stavove manjine? U ovom kontekstu daleko je zanimljivije promatrati opisana pitanja u tzv. demokratskim društvima, i to posebno u prvoj polovini 20. stoljeća jer je državno poticana proizvodnja filma, pa tako i animiranog filma u, primjerice, Sovjetskom Savezu vrlo često bio otvoreno propagandne, odnosno ideološke naravi; stvaraoci koji se nisu dali uvući u tu industriju – poput znamenitog animatora Jurija Norsteina, ali i mnogih drugih – utjecali su se, pak, autorskim, nerijetko nadrealističkim sadržajima s porijeklom u kulturnoj baštini. K tome, što se stripa tiče, Sovjetski Savez nije posjedovao vlastitu proizvodnju. Utoliko je još zanimljivije primijetiti kako su baš liberalizmu odane Sjedinjene Američke Države – u cilju osiguravanja pravovjernosti svjetonazorskih i ideoloških poruka – već 1934. godine inaugurirale tzv. „Haysov propis“, a radilo se o samonametnutoj autocenzuri velikih filmskih studija (Balio, 1993). Propis je zabranjivao promociju seksa, nasilja i kriminala, ali je i određivao nužno pozitivan odnos prema svjetonazorski temeljnim vrijednostima poput države, religije i općenito institucija vlasti. Među poznatijim žrtvama Haysova propisa bila je i Betty Boop, u počecima ekstremno seksualizirani animirani ženski lik stvoren u studiju Maxa Fleischera, a koji se pod utjecajem spomenutog propisa tijekom narednih godina i desetljeća ikonografski preobrazio u društveno prihvatljivu američku domaćicu. Usporedbe radi, slična regulativa pod nazivom „Werthamov propis“ donesena je 1954. godine i u kontekstu stripa (Dauber, 2021). Jedan od zanimljivijih stradalnika u ovom slučaju bio je strip „Judgement day“ izdavačke kuće „EC Comics“ koji je doživio sudsku zabranu jer je glavni lik u stripu bio tamnopus (Duncan i Smith, 2009). Navedeni propisi doneseni su u vrijeme kad je produkcija animiranog filma i stripa bila skupa, ovisila o velikim studijima, odnosno

producentskim kućama, zato i predvidljivim načinima distribucije, te je restrikcije u tom kontekstu bilo lako nametnuti. Ovdje se, razjašnjenja radi, treba ponovo vratiti na Noama Chomskog koji tvrdi kako medijski sadržaj mora proći kroz nekoliko filtara (Chomsky, 2006). Prije svega, radi se o filtru korporativnog vlasništva, a svi ostali proizlaze iz njega, uključujući autocenzuru, odnosno konzultiranje tzv. „stručnih izvora“ koji osiguravaju ispravnost informacija, privilegirane demantije i reklamiranje. Diseminacija kondicionirajuće moći kako u filmu i animiranom filmu, tako i u stripu, moguća je, dakle, prije svega u kontekstu postojanja navedenih filtara koji prije svega osiguravaju centralizirano upravljanje, a time i nadzor nad sadržajem. To, dakle, u potpunosti isključuje tzv. autorsku animaciju namijenjenu prikazivanju na specijaliziranim festivalima – pa samim tim dostupnu ograničenom broju gledatelja – ali uključuje visokobudžetnu studijsku animaciju namijenjenu kinoprojekcijama, odnosno bilo kojoj vrsti masovnog umnožavanja ili recepcije. Slično vrijedi i za strip, odnosno neovisne, alternativne i „underground“ produkcije. Tome treba dodati kako je nakon pojave manga-naslava „Akira“, autora Katsuhire Otomoa, na zapadnom tržištu – a to se dogodilo u rasponu od 1988. do 1991. godine – teško uopće govoriti o globalno utjecajnom stripu.

Kondicioniranje putem onoga u što već vjerujemo

S druge strane, isti veliki filmski studiji, odnosno producentske kuće koje smo ranije spomenuli i sami su se sredinom 20. stoljeća trudili ugoditi publici, što je uključivalo slijedenje te potvrđivanje postojećih svjetonazorskih pretpostavki od kojih neke iz današnje perspektive imaju sasvim drugačije konotacije. Vjerojatno ne posljednji primjer koji bismo ovdje mogli navesti svakako je Disneyev animirani film „Mickey’s Mellerdrummer“ (1933.) koji se jasno referira na američku „minstrel show“ tradiciju iz 19. stoljeća. Tu su, naime, nastupali gotovo isključivo bijeli izvođači, ali su bojali lica u crno kako bi – često posprdno – imitirali Afroamerikance. Disneyev film počinje upravo bojanjem lica animiranih likova, a, iako je riječ o duhovitom uprizorenju poznatog abolicionističkog romana „Uncle Tom’s Cabin“ spisateljice Harriet Beecher Stowe iz 1852. godine, upravo je zbog bojanja lica danas shvaćen kao izraz rasističkog svjetonazora te ga je nemoguće pronaći na službenim kanalima Disneyeve kompanije. Eksplicitnije rasističke konotacije imali su, pak, propagandni animirani

filmovi nastali u doba Drugog svjetskog rata, a one su se mahom odnosile na Japance. Dobar primjer u tom kontekstu je film „You’re a Sap, Mr. Jap“ (1942.) redatelja Daniela Gordona te u produkciji kompanije „Famous Studios“. Iako se u osnovi radi o ideološki eksplicitnoj poruci vezanoj uz ratnu situaciju, film je protkan i svjetonazorskim implikacijama koje Japance u sukobu s likom Mornara Popeya prikazuju snishodljivima i prijetvornima te s izrazitim rasnim obilježjima. Još perfidnije svjetonazorsko kondicioniranje pronaći ćemo, pak, u onovremenim glazbenim animiranim filmovima poput „Swing, monkey, swing“ (1937.) redatelja Bena Harrisona te u produkciji Charlesa Mintza. Radi se o filmu koji popularne jazz i blues standarde u izvođenju Afroamerikanaca interpretira putem likova majmuna; u ovom konkretnom primjeru na taj je način karikiran orkestar Caba Callowaya, kao i tada vrlo poznata afroamerička pjevačica Bessie Smith. Konačno, naš posljednji primjer u istom kontekstu predstavlja glazbeni film „Scrub me Mamma with a Boogie Beat“ (1941.), režiran od strane Waltera Lantza i u produkciji kompanije „Universal Pictures“. Središnja glazbena tema filma je pjesma istog naziva koju je krajem 1940. godine popularizirao najprije orkestar Willa Bradleya, a potom i trio „The Andrews Sisters“. Ovdje se vizualni sadržaj odnosi metaforički prema tekstu koji opisuje veselu situaciju iz newyorškog Harlema, dok je radnja animiranog filma smještena na ruralni jug SAD-a te je protkana konotacijama na izgled i lijenost Afroamerikanaca.



Slika 1. „Mickey’s Mellerdrammer“, Walt Disney Productions, 1933.



Slika 2. „You’re a Sap, Mr. Jap“, Paramount Pictures, 1942.

Američki strip i kulturno naslijeđe

S druge strane, implicitno svjetonazorsko kondicioniranje u američkom stripu prve polovice 20. st. vjerojatno bismo mogli smatrati uzorom upotrebe te vrste moći. Primjera radi, poznati strip „Buck Rogers“ autora Dicka Calkinsa i Philipa Nowlana – koji je još 1929. godine inaugurirao lik prvog strip-heroja – već u samoj raspodjeli glavnih likova pokazuje zanimljiv obrazac. Naime, u stripu se pojavljuju tri temeljna lika. Lik heroja Bucka Rogersa zapravo je pilot iz 20. stoljeća, zamrznut i probuđen pet stoljeća kasnije, u doba kad mongolske horde gaze zapadnu civilizaciju. Buck Rogers, našavši se u novom, kolektivističkom svijetu postaje predvodnikom pokreta otpora, a sve zahvaljući liberalnim idejama koje donosi iz prošlosti. Potom je tu lik Wilme Deering, pratiteljice i pomagačice heroja. Ona je, dakako, emocionalno privržena heroju, mada nikada ne dolazi do stvarne realizacije veze. Konačno, tu je i dr. Huer, briljantni znanstvenik koji služi kao neka vrsta mentora navedenim likovima. Strip je prije svega bio neka vrsta ideološke reakcije na tzv. „mongolsku revoluciju“ iz 1921. godine, a koja je, opet, bila potaknuta prethodnim revolucionarnim događajima iz 1917. godine u Rusiji te koji su proizveli golemi medijski utjecaj u Europi i SAD-u.

Ipak, zanimljivije je primijetiti kako već opisana podjela uloga u stripu oslikava i utvrđuje tradicionalne svjetonazorske, uglavnom protestantske ideale koje možemo pronaći u društvenim temeljima Sjedinjenih Američkih Država (Weber, 2001). Buck Rogers je neustrašiv i poduzetan duh

koji portretira idealiziranu sliku prvih doseljenika posvećenih očuvanju slobode, ali i osvajanju nepoznatih prostranstava kontinenta. Lik Wilme Deering, s druge strane, konstituira se, pak, u vidu kombinacije lijepe avanturistkinje i protestantskog ideala „dobre žene“ koja voljenom muškarcu pomaže u ostvarivanju pravednih napora, a bez koje on ne bi mogao uspjeti u svojim nakanama (Hillerbrand, 2003). Dr. Huer, najposlije, putem znanstvene ekspertize postaje neka vrsta pomagača paru glavnih likova, ali zapravo također simbolizira protestantske vrijednosti; kao majstor prirodnih i tehničkih znanosti, on gotovo u detalj oslikava tezu Roberta Mertona o ulozi upravo tih spoznaja koje su engleski puritanci i njemački pijetisti potencirali u istraživanju božanske kreacije svijeta (Merton, 1938, prema Hooykaas, 2000, 98-103). Strip bez ikakve sumnje ideološki inaugurira ne samo ideju o slobodarskom i demokratskom Zapadu – suprotstavljenom kolektivismu Istoka – već svjetonazorski jasno uspostavlja razliku među rodnim ulogama, odnosno potencira značaj znanosti. Također je zanimljivo primijetiti kako u kasnijim nastavcima serijala spomenuti trojac odlazi u svemir raznoseći ideje demokracije, što dodatno upućuje na tezu koju je već Rudyard Kipling oformio u poznatoj poemi „The White Man’s Burden“. Naime, Kipling je tekst napisao 1899. godine u ime opravdavanja američke aneksije Filipina; teret bijelog čovjeka počiva na njegovoj ulozi u pronosjenju civilizacijskih dostignuća onima koji se do takvih postignuća nisu dovinuli, što u konačnici ideološki opravdava kolonijalnu ekspanziju. Na isti će se način i Buck Rogers u svemiru boriti s ideološki zaostalim, mada tehnološki naprednim civilizacijama, donoseći pritom progresivne i ideološki ispravne ideje.

Ovdje je zanimljivo primijetiti kako se gotovo identičan sadržaj pojavljuje u nešto kasnijem, ali globalno mnogo poznatijem stripu „Flash Gordon“ (1934.) autora Alexa Raymonda. Lik Flasha Gordona ovdje će postati reinkarnacijom Bucka Rogersa, lik Dale Arden imat će karakteristike jednake onima Wilme Deering, a lik dr. Huera u novijoj će inačici postati dr. Hans Zarkov. Narativno gledano, naši likovi bivaju uvučeni u svemirsku pustolovinu u pokušaju sprečavanja kataklizme uzrokovane približavanjem planete Mongo Zemji. Odletjevši raketom na Mongo, ondje nalaze razjedinjeno društvo sastavljeno od različitih vrsta humanoidnih stvorenja, ali bazično pod despotskom čizmom planetarnog imperatora Minga. Flash Gordon će do kraja originalnog Raymondovog serijala ne samo pobijediti Minga, već i donijeti ideologiju demokracije među stanovnike Monga. I u

ovom slučaju jasno je vidljiv animozitet prema kolektivističkom i tiraniji sklonom Istoku – vizualno potenciran izrazitim rasnim, orijentalnim obilježjima imperatora Minga i njegovih doglavnika te bezličnošću njegovih vojnika – a koji se može dokinuti samo individualnim djelovanjem i, dakako, pobjedom heroja.

Američki je strip tijekom dvadesetih i tridesetih godina dvadesetog stoljeća proizveo više svjetski poznatih i dugotrajnih naslova koji su narednih desetljeća na ovaj ili onaj način implicirali sličan svjetonazorski sadržaj te tim putem kondicionirali publiku. Prije svega tu je „Tarzan“ (1929.) autora Hala Fostera, a koji je nastao prema nešto ranijim romanima Edgara Ricea Burroughsa. Iako glavni lik Tarzana u stripu naoko promovira romantičarsku ideju povratka prirodi, zapravo je riječ o bijelom čovjeku – štoviše čovjeku plemenitog porijekla – koji u afričku prirodu, odnosno među njezine stanovnike uvodi red i moralnost. Nadalje, tu je „Phantom“ (1936.) autora Leeja Falka, a strip opisuje lik maskiranog, ali ponovo bijelog heroja koji – slično Tarzanu – osigurava red među plemenima u imaginarnoj azijsko-afričkoj zemlji Bangala. Za razliku od Tarzana, Fantom se svojim poslom bavi po nasljednom pravu, obzirom da se ono prenosi iz generacije u generaciju muških potomaka iste obitelji; domoroci, naravno, vjeruju kako se stoljećima radi o istoj osobi koju smatraju besmrtnom. Konačno, i vjerojatno u najmanjoj mjeri svjetonazorskog kondicioniranja, tu je strip „Mandrake the Magician“ (1934.) koji je također kreirao Lee Falk. Mandrak je, dakako, ponovo bijele puti, a i jedini je od dosad spomenutih likova koji raspolaže nekom vrstom supermoći. U njegovu slučaju radi se o moći hipnoze, međutim za nas je u ovom trenutku daleko zanimljiviji Mandrakov glavni pomoćnik. Radi se o Lotaru, divovskom afričkom princu koji – umjesto da postane kraljem moćne federacije plemena – svojevoljno bira vjerno, na trenutke robovski slijediti Mandraka u njegovim pustolovinama. Lotar je obdaren nadljudskom snagom, ali ne i osobitom inteligencijom, ikonografski se pojavljuje odjeven u leopardovu kožu, a također govori vrlo slab engleski. Iako se i u slučaju ovako opisanog odnosa Mandraka i Lotara radi o jasnoj intelektualnoj nadmoći bijelog čovjeka nad onim druge rase, valja ipak primijetiti kako je Lee Falk liku Lotara dao obilježje tamnoputog borca protiv zločina, što je prvi primjer takve karakterizacije u svijetu stripa.



Slika 3. „Phantom“, Lee Falk, 1937.



Slika 4. „Mandrake the Magician“, Lee Falk, 1936.

Svi navedeni primjeri odgovarali su kako svjetonazorskim, tako i ideološkim uvjerenjima koja je američka ili općenito publika na Zapadu u većoj ili manjoj mjeri već posjedovala te dijelom tome duguju svoju popularnost i utjecaj. Bilo je, međutim, i suprotnih primjera od kojih je vjerojatno

najpoznatiji promotivna naslovnica novog strip-superjunaka nazvanog „Captain America“. Radi se stripu koji su za kompaniju „Marvel Comics“ neposredno pred ulazak Sjedinjenih Američkih Država u Drugi svjetski rat kreirali Joe Simon i Jack Kirby. Captain America je bez sumnje naj-patriotskiji američki superjunak, ali na spomenutoj naslovnici prikazan je kako udara Adolfa Hitlera; autori su po izlasku tog grafičkog priloga dobili niz negativnih reakcija publike, pa i prijetnji smrću, što se može objasniti činjenicom da je velika većina Amerikanaca u tom trenutku još uvijek bila protiv ulaska zemlje u rat (Duncan i Smith, 2009). Raspoloženje se, jasno, nedugo zatim promijenilo te tako više nitko nije protestirao na likove Batmana i Supermana koji – gađajući glavne američke neprijatelje baseball-lopticama – pozivaju Amerikance na kupnju ratnih obveznica. Ironija u cijelom slučaju leži u činjenici da se Batman i Superman u niti jednom cjelovitom strip naslovu nisu uključili u rat.



*Slika 5. „Captain America Comic“ (br.1),
Joe Simon, Jack Kirby (dio naslovnice), 1941.*



*Slika 6. Batman i Superman protiv američkih neprijatelja, World
Finest Comics (dio naslovnice), 1943.*

Disney i kondicioniranje djece

S druge strane, strip i animirani film sve do početka šezdesetih godina 20. stoljeća smatrani su zabavom za mlađu publiku te je u tom smislu zanimljivo promatrati svjetonazorsko kondicioniranje upravo u tzv. izričito dječjim formatima. Djeca su, kako su već pokazala istraživanja na tu temu, izrazito podložna svjetonazorskom kondicioniranju upravo zbog potrebe poistovjećivanja sa strip junacima i animiranim likovima (Komal S, Mazar A, Munzah M.A, Abdul R, 2018). U tom smislu posebno se ističe djelovanje znamenitog Walta Disneya i njegove kompanije koja je – počevši s filmom „Snowwhite and the Seven Dwarfs“ (1937.) – do danas na različite načine proizvela gotovo nepreglednu količinu dugometražnih animiranih filmova namijenjenih masovnoj publici. U radu posvećenom upravo svjetonazoru kojim je Disney putem dugometražnih filmova kondicionirao dječju publiku, Stephanie Mastrostefano dokazuje kako se iza naoko bezazlenih narativa kriju precizno usmjerene poruke (Mastrostefano, 2013). Tako, primjerice, film „Bambi“ (1942.), inače adaptacija poznatog kratkog romana za djecu Felixa Saltena iz 1923. godine, zapravo promovira tradicionalne obiteljske vrijednosti. Naime, iako i roman i film naoko podcrtavaju ekološke probleme i sukobljenost čovjeka s prirodom, društvo šumskih životinja – pogotovo u filmskoj inačici priče – vjerno preslikava hijerarhiju ljudskog društva, a Bambijeva obitelj tradicionalnu inačicu porodice s precizno određenim rodnim ulogama: Bambijeva majka je, uvjetno rečeno, kod kuće i brine za porod, dok je otac uglavnom odsutan te posvećen upravljanju šumom. Štoviše, Bambijev je otac poglavito u filmu prikazan kao simbol maskularnih vrijednosti kojima njegov sin teži i koje tek treba dosegnuti.

Svjetonazorski je sustav još jasnije sugeriran u filmu „Lady and the Tramp“ (1955.) gdje je priča smještena u društvo pasa. Film se za početak može smatrati posvetom tradicionalnim vrijednostima američke srednje klase koje su bile aktualne do početka tzv. velike depresije iz 1929. godine. Te su vrijednosti vizualno simbolizirane pseudoviktorijanskom inscenacijom, a narativno samorazumljivim klasnim razlikama među psima: psi koji pripadaju ljudskom poretku imaju, a lualice nemaju ogrlicu. Zaplet u filmu omogućen je zabranjenom ljubavlju dvaju pasa koji pripadaju različitim klasama, dok se rasplet može sažeti njihovim sjedinjenjem. Pritom je važno napomenuti da je to sjedinjenje postalo moguće tek ulaskom lualice u

svijet poretka, a vizualni simbol tog čina ponovo je ogrlica koju nekadašnji lutalica na kraju filma ponosno nosi te tako pokazuje da je američki san o uzdizanju u društvu itekako moguć.



Slika 7. „Bambi“, Walt Disney Productions, 1942.



Slika 8. „Lady and the Tramp“, Walt Disney Productions, 1955.

Strip i kondicioniranje pobune

Svi dosad navedeni primjeri animacije i strip-produkcije spadaju u prvu polovinu 20. stoljeća, a zajedničko im je obilježje relativno čvrsta svjetonazorska, pa i ideološka hijerarhija vrijednosti. Zato se heroji u američkom

stripu bore protiv jasno definiranog zla koje na kraju mora biti nadvladano, štite i propagiraju društveno-politički poredak te – posebno u doba velike depresije, odnosno Drugog svjetskog rata – skrbe za slabe i nemoćne. Konačno, zato je u američkom animiranom filmu moguće pronaći toliko, iz današnje perspektive, rasističkih konotacija, rodno i društveno jasno definiranih uloga te, najposlije, ratne propagande koje se ne bi postidjeli ni cenzori u Sovjetskom Savezu. Animirani film i strip su, dakle, slijedili postojeća svjetonazorska i ideološka uvjerenja te ih dodatno oblikovali, pojačavali i diseminirali. Budući da su oba medija bila namijenjena uglavnom mlađoj publici, može se ustvrditi da su bili instrumentima kondicionirajuće moći, odnosno neka vrsta društveno prihvatljivog obrazovnog sustava u sjeni. Druga polovina 20. stoljeća donijela je, pak, ključne promjene, ponajviše na gospodarskom i političkom planu, što je u konačnici dovelo do početka rastakanja nekada čvrsto postavljene hijerarhije društveno prihvaćenih vrijednosti. Doista, masovni pokret za građanska prava, antiratni protesti vezani uz američki vojni angažman u Vijetnamu ili svjetski rašireni studentski protesti 1968. godine bili su ne samo znakovi pobune protiv dominantnog društveno-političkog sustava, već i znakovi radikalnog preispitivanja, odnosno diversifikacije uvjerenja koja zapravo traje do danas.

Prvi signal tog procesa bio je pad interesa za avanture superheroja u stripu nakon Drugog svjetskog rata te njihova ponovna pojava ranih šezdesetih godina u režiji kompanije „Marvel Comics“ (Mazur i Danner, 2017). Nova generacija superheroja brzo je stekla gotovo planetarnu, štoviše dugotrajnu popularnost koja traje do danas. Razlog tome nalazimo u činjenici da su se novi superheroji značajno razlikovali u odnosu na svjetonazorski i ideološki nepogrešive likove poput Supermana, Batmana ili Captain Americe. Jer, ovi novi superheroji obilježeni su ne samo slabostima i moralnim dvojbama, već i temeljnim nepripadanjem društvu, odnosno tradicionalnim vrijednostima. Likovi poput Hulka, Spider-mana, a posebno pripadnika X-Men grupe u stvari su društveni izopćenici. Tu se posebno ističe „X-Men“ franšiza koja je putem metafore o mutantima obdarenima različitim supermoćima promovirala novu društvenu paradigmu. Naime, kao što su izjavili Stan Lee i Jack Kirby, tvorci franšize, grupa X-Men likova sastoji se mahom od adolescenata ili mladih ljudi općenito, koji se obrazuju pod mentorstvom profesora Xaviera u posebnoj školi za mutante, ali i bore

protiv zla; škola je, pak, metafora nužnosti suživota među različitostima.¹¹⁹ Ovdje je važno primijetiti kako – usprkos postojanju jasno definiranih neprijatelja – glavni oponent profesoru Xavieru i njegovim učenicima nisu superzločinci, pa čak ni mutanti koji su se pozicionirali na stranu zla, već su to društvo i njegove institucije koje ne prihvaćaju mutante ni kao vrstu ni kao pojedince. Drugim riječima, franšiza vrlo jasno promovira drugačiju viziju društvenih odnosa. Tu se više ne radi o društvu koje se s jedne strane poziva na preskriptivni moral i protestantske vrline, a s druge strane negira ili segregira manjine, već o novoj viziji društvenih odnosa koji počivaju na stalnom preispitivanju etičkih postulata, uključivosti i protivljenju nasilju institucija nad pojedincem. Takva slika društva, valja reći, u trenutku pojave „X-Men“ franšize još uvijek nije bila dominantna u drugim medijima masovne komunikacije te se u tom smislu može reći da su Stan Lee i Jack Kirby stripom predvidjeli promjene koje će postati očite nekoliko godina, pa i desetljeća kasnije.

Ako je nova generacija „Marvelovih“ heroja tek naslutila otpor prema institucijama, strip narednih desetljeća će ga svjesno oblikovati te time neposredno, ali, što je posebno zanimljivo, i posredno kondicionirati novu generaciju konzumenata. Primjera radi, strip „Judge Dredd“ autora Johna Wagnera pojavio se 1977. godine u tada novom britanskom magazinu „2000 AD“, i odmah ga učinio vrlo popularnim (Mazur i Danner, 2017). Strip se narativno temelji na distopijskom društvu budućnosti u kojem postoji kasta policijskih službenika koji su ujedno i suci. Dakako da se ovdje radilo o motoriziranim i teško naoružanim nasilnicima sa sudskim ovlastima, a strip je u osnovi bio neka vrsta satire na nasilno uvođenje reda zbog naglog rasta stope kriminala u Sjedinjenim američkim državama. Wagnerov rad odiše animozitetom kako prema policiji, tako i pravosuđu, te predstavlja prvi takav globalno utjecajan rad. Godine 1982. objavljen je, pak, strip „V for Vendetta“ autora Alana Moorea i Davida Lloydja koji je otišao korak dalje u odnosu na Wagnerov rad (Mazur i Danner, 2017). Radnja je i ovdje bila smještena u distopijskoj budućnosti, ali Moore i Lloyd su zapravo optužili sve političke institucije za korupciju i licemjerje. Glavni lik u stripu nosi ime Guya Fawkesa koji je i danas

119 Autorstvo o školi kao mjestu poštovanja prema različitostima zapravo pripada Jacku Kirbyju, koji je to potvrdio tijekom 1986. godine razgovarajući s novinarkom Jackom Pittsom. Transkript razgovora dostupan je na: <https://kirbymuseum.org/blogs/effect/2012/08/06/19867-kirby-interview/>

jedan od povijesnih simbola anarhizma: originalni Guy Fawkes bio je radikalni katolik koji je 1605. godine uz još nekoliko urotnika neuspješno pokušao dići u zrak engleski parlament, s kraljem. Alan Moore i David Lloyd svojem su junaku stavili imaginarnu Fawkesovu masku na lice te ga suprotstavili fašistoidnoj stranci koja vodi britansku politiku. Promovirajući, dakle, negativan odnos prema institucijama sistema, oba navedena naslova stekla su globalnu popularnost. Ujedno su, čini se, neposredno kondicionirala tada mladu publiku za stvarne pobune protiv političkog i bankarskog sistema počevši od velikih nereda u Los Angelesu 1992. godine, pa sve do pojave antisistemske hackerskog pokreta „Anonymus“ koji je 2003. godine za vlastiti identitet uzeo upravo masku Guya Fawkesa te konačno pokreta „Occupy Wall Street“ iz 2011. godine. Ovdje treba dodati i činjenicu da su oba stripa doživjela vrlo popularne filmske ekranizacije: „Judge Dredd“ se na filmu pojavio 1995, a „V for Vendetta“ 2005. godine, posredno u filmskom mediju produžujući kondicioniranje koje je započelo s originalnim naslovima.



Slika 9. „Judge Dredd“, John Wagner, 1977.



Slika 10. „V for Vendetta“, Alan Moore, David Lloyd, 1982.

Animacija i nemogućnost kondicioniranja

Govoreći, pak, o animaciji nakon Drugog svjetskog rata, valja reći kako je postupna liberalizacija proizvodnje polako, ali sigurno velikim studijima izbijala iz ruku moć kondicioniranja publike. Taj proces se odvijao sporo, a završio je masovnom upotrebom svima dostupne računalne tehnologije pred kraj 20. stoljeća. U međuvremenu se – osim specijaliziranih filmskih festivala – pojavio i određeni broj nacionalnih filmskih kuća koje su podržavale tzv. autorsku animaciju. Ovdje prije svega treba navesti „National Film Board of Canada“, osnovan još 1939. godine, a koji je dolaskom Normana McLaren na čelo odjela za animaciju širom otvorio vrata eksperimentalnoj animaciji te tako nakon Drugog svjetskog rata privukao mlade

autore neopterećene komercijalnim uspjehom. Također ne treba zaboraviti niti – tada jugoslavensko – poduzeće „Zagreb film“ koje je 1956. godine osnovalo Studio crtanog filma. Oko te institucije vrlo brzo se okupio niz iznimno kvalitetnih autora, također neopterećenih komercijalnim uspjehom, a koji su se brzo nametnuli svjetskoj festivalskoj publici. Jedan od prvih znakova tog uspjeha svakako je i nagrada Oscar koju je već 1962. godine Dušan Vukotić dobio za kratki animirani film „Surogat“ te tako na najbolji način promovirao tzv. „Zagrebačku školu animiranog filma“. Ipak, kako smo ranije naglasili, autorsku animaciju percipirala je uglavnom festivalska i stručna publika, k tome je većinom po definiciji svjetonazorski, odnosno ideološki neutralna te zato ne ulazi u raspon našeg razmatranja kondicionirajuće moći.

Pa ipak, i u takvom kontekstu, a ne računajući i dalje prisutne uspjehe Disneyeva studija, moguće je pronaći određeni broj animiranih filmova koji su na ovaj ili onaj način kondicionirali masovnu publiku. Prvi među njima bez sumnje je film „The Beatles: Yellow Submarine“ (1968.) koji je producirao londonski „T.V.C. Studio“, a režirao animator George Dunning. Radi se o glazbenom filmu koji je promovirao grupu „The Beatles“, a njihove su pjesme bile predstavljene kao djelomično odvojene cjeline u formi animiranih ranih video-spotova. Film je vizualno intoniran u vidu nadrealističke fantazije koja podsjeća na malo kasnije animacije Terryja Gilliamma iz TV-serije „Leteći cirkus Montyja Pythona“ (1969-1974.), odnosno na onodobne ilustracije Ralpa Steadmana i Geralda Scarfea. Također treba primijetiti da je za halucinogenu estetiku ovog filma iznimno zaslužan i Heinz Edelmann, jedan od istaknutih pop-artističkih grafičkih dizajnera toga vremena, koji je vizualni identitet članova grupe u filmu utemeljio na omotu njihovog albuma „Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band“ iz 1967. godine. Slično albumu, i film je imao golem utjecaj na javnost koja je pročitala njegove svjetonazorske, ali i ideološke reference te ih – vezano uz rat u Vijetnamu – upotrijebila na polju antiratnih prosvjeda, promocije kulture uzimanja opijata, itd. (Brodax, 2006). Film je, dakako, imao i metaforički izraženu antisistemsku komponentu u formi zapleta: mirnu i glazbi sklonu zemlju Pepperland napada horda koju čine „Blue Meanies“, odnosno, što je u ono vrijeme bilo lako pročitati, policajci.

Još jedan primjer animacije koja je postigla svjetski uspjeh te na izvjestan način diseminirala neku vrstu svjetonazora, ako već ne i ideologije jest japanska animacija, odnosno popularne „anime“. Procvat je doživjela

najprije u Japanu tijekom osamdesetih godina 20. stoljeća, da bi se potom nezaustavljivo proširila svijetom. Prvi, vjerojatno i najutjecajniji takav naslov bio je već spomenuti rad „Akira“, autora Katsuhire Otomoa, a koji je iz forme manga-stripa (1982-1990.) u režiji istog autora prešao u medij dvosatnog animiranog filma „Akira“ iz 1988. godine (Napier, 2005). Vrlo je teško odrediti razloge popularnosti, ali i svjetonazor koji „Akira“ promovira, no vjerojatno bi se najbliži odgovor našao u tzv. „cyberpunk“ kulturi, određenoj distopijskim urbanim životom, visokom tehnologijom te ljudima kojima je zbog siromaštva ili isključenosti ona nedostupna. Unutar takvih odrednica prepoznala se prije svega generacija adolescentskih konzumenata stripa i animiranog filma na izmaku 20. stoljeća, koja je u kontekstu tektonskih političkih promjena, ali i postmodernističke raznolikosti ostala bez čvrstog kako svjetonazorskog, tako i ideološkog uporišta. Zato je „Akira“ ponajprije bio iznimno utjecajan estetski fenomen koji je nagovijestio činjenicu kako animirani film više nije medij koji može promovirati svjetonazor, osim nepristajanja i odbacivanja bilo kakve društvene hijerarhije te pripadajućeg joj svjetonazora ili ideologije. To gotovo anarhističko obilježje – koje u stripu i filmu ispoljavaju bande mladih motociklista u postapokaliptičnom Tokiju – tek donekle je slično anarhizmu koji u Mooreovu i Lloydovu stripu ispoljava lik Guya Fawkesa u odnosu na britansku vladu: Guy Fawkes ima razloge i cilj djelovanja, dok animirani likovi Katsuhire Otomoa tako nešto ne posjeduju; oni imaju vlastite ciljeve koji se razvijaju mimo institucija sistema. Valja priznati kako se ista ocjena ne može dati drugom, zasigurno najpoznatijem autoru dugometražnih „anima“. Radi se, dakako, o Hayao Miyazakiju koji je unutar svojih, narativno izuzetno elaboriranih, te svjetski poznatih animacija promovirao prije svega antiratnu i ekološku misao, a sve to uvijeno u omot japanske tradicije. Pa ipak, u Miyazakijevom slučaju teško je ustvrditi da je njegova promocija ekologije i pacifizma, ma koliko bila popularna među sasvim mladom publikom, polučila svjetonazorski uspjeh. Ovdje se prije radi o nekoj vrsti trans-kulturalnog utjecaja koji je određene japanske kulturne vrijednosti približio zapadnim recipijentima.



Slika 11. „The Beatles: Yellow Submarine“, T.V.C. Studio, 1968.



Slika 12. „Akira“, Tokio Movie Shinsha, 1988.

Ovo kratko razmatranje završit ćemo, pak, ponovo s Waltom Disneyem, odnosno produkcijama razgranatih studija koji su posljednjih desetljeća nastali u okviru njegove nekadašnje kompanije. Naime, ti su studiji nastavili proizvoditi svjetski popularne dugometražne animacije, ali novi filmovi svjetonazorski su promovirali jednu novu vrstu ženskog identiteta. Doista, pozivajući se na naslijeđe europske bajke i općenito književnosti, Disney je u ranijim razdobljima gradio sliku submisivnog i europeiziranog ženskog identiteta. Novi ženski likovi – nastali u okvirima Disneyevih produkcija – posjeduju sasvim drugačije i daleko samosvjesnije karakteristike te pokazuju drastičnu promjenu sugeriranog svjetonazora. Primjera radi, u filmu „Mulan“ (1998.) pojavljuje se lik kineske djevojke koja preuzima ratničku ulogu muškarca. Film „Lilo and Stich“ (2002.) promovira, pak, Havajku Nani Pelekai koja preuzima roditeljsku ulogu i skrbi nad mlađom sestrom. U filmu „The Princess and the Frog“ (2009.) upoznajemo prvu crnu princezu, zapravo odlučnu Afroamerikanku koja u doba segregacije ostvaruje vlastiti san posjedovanja restorana. Konačno,

film „Brave“ (2012.) pred nas stavlja škotsku princezu Meridu koja odbija predugovoreni brak te radije bira slobodu. Čini se kako u svim navedenim primjerima zapravo nalazimo odgovor Disneyevih studija na promjene koje su na zapadu već bile društveno prisutne, odnosno radi se o pokušaju da se ide u korak s vremenom. Ipak, možda ne treba podcjenjivati ni takvu diseminaciju svjetonazora. Jer, domet ovih animacija što preko internet-skih platformi, a što preko različitih digitalnih nosača postao je doista neograničen te one dopiru do mjesta na kojima su njihove kondicionirajuće poruke još uvijek potrebne.

Zaključak

Strip i animirani film su mediji masovne diseminacije te poput svih drugih masovnih medija imaju kondicionirajuću moć na svoju publiku. Nadalje, povijest stripa i animiranog filma u 20. stoljeću dokazuje tezu Frederika Stromberga kako autori ne žive u vakuumu već unutar kulturnih krugova, uvjerenja kojih se odražavaju u njihovu radu (Stromberg, 2003, prema Duncan i Smith, 2009). Ista uvjerenja će autori oblikovati putem – kako bi rekao Noam Chomsky – emocionalno potentnih simplifikacija te širiti dalje. Drugačije rečeno, slijedimo li Stromberga, strip i animirani film trebali bi odražavati stavove društvene većine, što zasigurno vrijedi za prvu polovinu 20. stoljeća. Ipak, u svjetlu „Humeovog paradoksa“ ostaje otvoreno pitanje uloge stripa i animiranog filma kao medija masovne recepcije u drugoj polovini stoljeća. Počevši sa šezdesetim godinama – kako smo vidjeli – pojavio se određen broj stripova poput „X-men“ franšize koji su predvidjeli, možda i sugerirali šire društvene promjene, ali ostaje pitanje koliko su na njih utjecali. Ovdje je možda najintrigantniji primjer megapopularnog anarhističkog stripa „V for Vendetta“ Alana Moorea i Davida Lloyda iz 1982. godine te njegove veze sa stavovima i vizualnim identitetom kasnijeg antisistemskog pokreta „Anonymus“ iz 2003. godine. Naime, filmska inačica stripa izašla je tek dvije godine nakon nastanka pokreta, odnosno tek je naknadno popularizirala masku Guya Fawkesa koja je već bila u upotrebi. S druge strane, kako je poznato, uloga umjetnosti je da ide ispred svojeg vremena, pa odatle i ne bi trebala čuditi sposobnost predviđanja koju su pokazali stvaraoci stripa druge polovine 20. stoljeća, čemu između ostalog svjedoči i pojava „X-Men“ franšize već 1963. godine. Govoreći, pak, o animaciji, valja zaključiti kako osim filma „The Beatles:

Yellow Submarine“ (1968.) i „Akire“ Katsuhire Otomoa (1988.), koji se na zapadnom tržištu pojavio godinu dana nakon japanske premijere, druga polovina 20. stoljeća nije ponudila nijedan drugi naslov koji bi svjetonazorski ili ideološki bio globalno utjecajan. Razlog tome nalazimo u sve većoj liberalizaciji proizvodnje, odnosno prevlasti festivalske i autorske animacije koja ima ograničeni doseg te je nerijetko svjetonazorski, a pogotovo ideološki neutralna. Konačno, svjetonazorska promjena u tretmanu žena – koju pokazuju još uvijek popularni filmovi u produkciji Disneyevih studija – do izvjesne se mjere može smatrati značajnom, ali samo u kontekstu činjenice da je riječ o animacijama koje prate postojeće društvene trendove.

Literatura

- Balio, T. (1996). *Grand Design: Hollywood as a Modern Business Enterprise, 1930-1939 (History of the American Cinema, br. 5)*. University of California Press
- Brodax, A. (2006). *Up periscope yellow: The Making off the Beatles' Yellow Submarine*, Hal Leonard
- Chomsky, N. (2006). *Mediji, propaganda i sistem*. Zagreb: Što čitaš?
- Dauber, J. (2021). *American Comics: A History*. W. W. Norton & Company
- Duncan, R, Smith, R. J. (2009). *Power of Comics: History, Form, and Culture*. Continuum
- Galbraith, J. K. (1983). *Anatomija moći*. Zagreb: Stvarnost
- Geoghegan, V, Wilford, R. (2014). *Political Ideologies*. Taylor and Francis
- Hillerbrand, H. J. (2003). *Encyclopedia of Protestantism*. Routledge
- Hooykaas, R. (2000). *Religion and the Rise of Modern Science*. Scottish Academic Press
- Mazur, D, Danner, A. (2017). *Svjetska povijest stripa: od 1968. do danas*. Zagreb: Sandorf
- Napier, S. J. (2005). *Anime from Akira to Howl's moving castle, Updated Edition: Experiencing Contemporary Japanese Animation*. Palgrave Macmillan
- Weber, M. (1968). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. New York: Bedminster Press
- Weber, M. (2001). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, Routledge

Web-izvori:

Komal S, Mazar A, Munzah M.A, Abdul R. (2018). Effectiveness of Animated Spokes-Character in Advertising Targeted to Kids, URL: https://www.academia.edu/35898622/Effectiveness_of_Animated_Spokes_Character_in_Advertising_Targeted_to_Kids?auto=download (pristup: 23.2.2022.)

Mastrostefano, S. (2013) Gender and Ideology in the Disney Beast Fable
URL: https://digitalcommons.ric.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1086&context=honors_projects (pristup: 7.1. 2022.)

Jack Kirby Museum (2012) 1986/7 Jack Kirby Interview
URL: <https://kirbymuseum.org/blogs/effect/2012/08/06/19867-kirby-interview/>
(pristup: 30.3.2022.)

COMICS, ANIMATION, IDEOLOGY

Abstract

The aim of the paper is to explore power in the media of comics and animation. As we are talking about mass reception media, the paper starts with the assumption – conveyed from the distribution of the types of power created by John Kenneth Galbraith – that in this case it is a conditioning power that disseminates the worldview and ideology. In this context, a number of examples of mostly American, British and Japanese both comic-book production and animated film from 1929. to 1988. were examined, with an emphasis on the productions of major publishers and animation studios. In conclusion, it was found that comics and animated film in the first half of the 20th century shape and further disseminate beliefs that are socially already present, while in the second half of the century there is a change in worldview and ideological assumptions, which both media foreshadow in advance.

Keywords: animated movie, comic book, conditioning, power, society

EUROPSKI REALITETI – MOĆ
5. međunarodni znanstveni skup
25. ožujka 2022., Osijek

Organizator znanstvenog skupa

Akademija za umjetnost i kulturu Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku (Hrvatska)

Suorganizatori

Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Centar za znanstveni rad u Vinkovcima
(Hrvatska)

Doktorska škola Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku (Hrvatska)

Hochschule der Medien (Njemačka)

Politécnico do Porto (Portugal)

Univerzita sv Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie (Slovačka)

Universidad Complutense Madrid, Facultad de Ciencias de la Información (Španjolska)

Swiss School of Business and Management Geneva (Švicarska)

Sveučilište u Mostaru (Bosna i Hercegovina)

Programsko-znanstveni odbor

Iva Buljubašić, predsjednica (Hrvatska), Anica Bilić (Hrvatska), Alen Biskupović
(Hrvatska), Vladimir Rismondo (Hrvatska), Ivica Šola (Hrvatska), Tatjana Ileš (Hrvatska),
Martin Engstler (Njemačka), Uwe Eisenbeis (Njemačka), Burkard Michel (Njemačka),
Lars Rinsdorf (Njemačka), Dáša Franić (Slovačka), Ján Višňovský (Slovačka), Alena Kusá
(Slovačka), Andrej Brník (Slovačka), Maria Jose Cavadas Gormaz (Španjolska), Miguel
Ángel Ortiz Sobrino (Španjolska), Maria del Carmen Salgado Santamaría (Španjolska),
Mercedes Zamorra López (Španjolska), Jacinto Gomez Lopez (Španjolska), Maria
del Mar López Talavera (Španjolska), Andreu Csastellet Homet (Španjolska), Maria
Inês Ribeiro Basílio de Pinho (Portugal), Ivana Bestvina Bukvić (Hrvatska), Dario Silić
(Švicarska), Zoran Tomić (Bosna i Hercegovina), Sanja Bijakšić (Bosna i Hercegovina),
Dragan Čalović (Srbija)

Organizacijski odbor

Marija Šain, predsjednica (Hrvatska), Krešimir Purgar (Hrvatska), Hrvoje Mesić
(Hrvatska), Marta Borić Cvenić (Hrvatska), Damir Šebo (Hrvatska), Ana Sladetić Šabić
(Hrvatska), Tomislav Dagen (Hrvatska), Igor Gajin (Hrvatska), Darija Kuharić (Hrvatska),
Igor Mavrin (Hrvatska), Luka Alebić (Hrvatska), Snježana Barić-Šelmić (Hrvatska),
Marina Jambrešić (Hrvatska), Antonija Matić (Hrvatska), Maja Haršanji (Hrvatska),
Marija Tolušić (Hrvatska), Tomislav Levak (Hrvatska), Toni Podmanicki (Hrvatska),
Barbara Balen (Hrvatska), Lucija Periš (Hrvatska), Tomislav Nedić (Hrvatska)

©2023 Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku

Nijedan dio ove knjige ne smije se umnožavati, fotokopirati ni na bilo koji drugi način reproducirati bez nakladnikova pisanog dopuštenja.

Objavljivanje ove knjige financijski je potpomoglo Ministarstvo znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske Odlukom o financijskoj potpori izdavanju znanstvene knjige / visokoškolskog udžbenika u tiskanome i elektroničkome obliku u 2022. god (klasa: 402-03/22-01/00402, URBROJ: 533-03-23-0002)

ISBN 978-953-8181-60-3 (tiskano izdanje)

ISBN 978-953-8181-61-0 (e-knjiga)

CIP zapis dostupan je u računalnom katalogu Gradske i sveučilišne knjižnice Osijek pod brojem 150810092

ISBN 978-953-8181-61-0



9 789538 181610