

Glazbene preferencije i kulturni identitet

Horvat, Mihaela

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:274287>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-24**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU
ODSJEK ZA GLAZBENU UMJETNOST
SVEUČILIŠNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ GLAZBENE PEDAGOGIJE

MIHAELA HORVAT

**GLAZBENE PREFERENCIJE I KULTURNI
IDENTITET**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

doc. dr. sc. Amir Begić

Osijek, 2023.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. PREFERENCIJA.....	2
2.1. Pojam preferencije.....	2
2.2. Glazbene preferencije.....	2
2.3. Glazbene preferencije i mladi	4
2.4. Pregled istraživanja glazbenih preferencija.....	5
3. KULTURA I KULTURNI IDENTITET.....	8
3.1. Obilježja kulture.....	8
3.2. Obilježja kulturnog identiteta.....	9
3.3. Kulturni kapital kao dio kulturnog identiteta	11
3.4. Kulturni identitet i mladi	13
3.5. Kulturna potrošnja i mladi.....	14
4. GLAZBENE PREFERENCIJE I KULTURNI IDENTITET	17
4.1. Povezanost glazbenih preferencija i kulturnog identiteta pojedinca	17
5. ZAKLJUČAK.....	20
6. LITERATURA.....	22

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja, **Mihaela Horvat**, potvrđujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Glazbene preferencije i kulturni identitet** te mentorstvom **doc. dr. sc. Amira Begića** rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio završnog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

U Osijeku, 14. rujna 2023.

Potpis

SAŽETAK

Glazbene preferencije i kulturni identitet

U ovom se radu proučava pojam preferencija, ponajviše onih glazbenih, kulturni identitet mladih te odnos glazbenih preferencija i identiteta pojedinca. Prikazano je više klasifikacija na temu glazbenih preferencija, a to su STOMP klasifikacija, četverofaktorska klasifikacija autora Rentfrowa i Goslinga koja je proširena s još glazbenih stilova i podstilova i nazvana MUSIC klasifikacija te klasifikacija autora Miella pod nazivom *model uzajamnih povratnih informacija*. Većina istraživanja o glazbenim preferencijama koja su navedena u radu došla su do sličnog rezultata, a to je da mladi više preferiraju *pop* i *rock* glazbu, a manje *turbofolk* te da jednako preferiraju kompleksni (*heavy metal*, alternativna i klasična glazba) i konvencionalni (*folk*, *soul*, *rock* i religijska glazba) glazbeni stil. U radu se također raspravlja o kulturi, njezinim obilježjima, utjecaju na društvo i pojedinca kao i o razvitku kulturnog identiteta, pogotovo kod mladih. Naposljetku, proučava se veza između glazbenih preferencija i kulturnog identiteta kao i njihov međusobni utjecaj. Rad nastoji prikazati važnost glazbe u našem svakodnevnom životu i njezin utjecaj na kulturni identitet čovjeka.

Ključne riječi: glazbene preferencije, kultura, kulturni identitet, kulturna potrošnja, mladi

SUMMARY

Musical Preferences and Cultural Identity

This work studies the concept of preferences, mostly musical ones, the cultural identity of young people, and the relationship between musical preferences and the identity of an individual. Several classifications on the subject of musical preferences are presented, namely the STOMP classification; the four-factor classification by Rentfrow and Gosling, which was expanded with more musical styles and substyles and called the MUSIC classification; and the classification by Miell called the model of mutual feedback. Most of the research on music preferences that is mentioned in the paper came to a similar result, namely that young people prefer pop and rock music more and turbofolk less, and equally prefer complex (heavy metal, alternative, and classical music) and conventional (folk, soul, rock, and religious music) musical styles. The work also discusses culture, its characteristics, its influence on society and the individual, as well as the development of cultural identity, especially among young people. Finally, the connection between musical preferences and cultural identity, as well as their mutual influence, is studied. The work tries to show the importance of music in our everyday lives and its influence on the cultural identity of people.

Keywords: music preferences, culture, culture identity, cultural consumption, youth

1. UVOD

Glazba je neizostavan dio ljudske svakodnevice i prati nas gotovo u svakoj našoj aktivnosti. Iako se uloga glazbe mijenjala tijekom povijesti i još uvijek se mijenja, glazba je oduvijek bila prisutna pa je stoga važan čimbenik u čovjekovu životu. Analiziranje glazbenih i kulturnih preferencija i kulturnog identiteta mladih i njihove potrošnje može pomoći u razumijevanju društvenih procesa i promjena. Važnost kulture sve više raste te ona igra veliku ulogu u oblikovanju životnog stila pojedinca i njegovoj društvenoj poziciji. „Težnja za društvenim promjenama i prenošenje poruka najvažniji su načini utjecaja glazbe na pojedinca, a svijest o tome trebala bi potaknuti kulturnu javnost da se uključi u stvaranje novih kulturnih programa radi napretka zajednice.“ (Žulj, 2020: 53) Kultura je promjenjiva te postupnim razvojem ide ukorak s društvom utječući na ponašanje ljudi i nužno je potrebna jer čini temelj njihovog opstanka. Pierre Bourdieu, francuski sociolog i filozof, bavio se proučavanjem same kulture i konceptom kulturnog kapitala te je ostavio velik doprinos u razmatranjima i istraživanjima spomenutog.

U ovom se radu proučava pojam preferencija, ponajviše onih glazbenih, kulturni identitet mladih te odnos glazbenih preferencija i identiteta pojedinca. U radu se također raspravlja o kulturi, njezinim obilježjima, utjecaju na društvo i pojedinca kao i o razvitku kulturnog identiteta, pogotovo kod mladih. Naposljetku, proučava se veza između glazbenih preferencija i kulturnog identiteta kao i njihov međusobni utjecaj.

Treba naglasiti kako roditeljski kulturni kapital, njihove preferencije i životni stil, ponajviše utječu na preferencije njihove djece, tj. roditelji prenose ono što i sami preferiraju. Možemo zaključiti kako postoji mnogo čimbenika koji mogu utjecati na formiranje obrazaca našeg životnog stila, bio taj utjecaj pasivan ili ga mi sami odaberemo.

2. PREFERENCIJA

2.1. Pojam preferencije

Pojam preferencija, koju nerijetko možemo pronaći u istraživanjima stavova o glazbi, dolazi od lat. *praeferre* što znači prednjačiti, više cijeniti, davati prednost nekome ili nečemu (Klaić, 1972 prema Brđanović, 2014). *Leksikon Leksikografskog zavoda* navedeni pojam tumači kao davanje prednosti ili prvenstva, ukazivanje sklonosti (JLZ, 1974 prema Brđanović, 2014), a *Rječnik stranih riječi* kao davanje prednosti ili prvenstva i iskazivanje sklonosti (Anić i Goldstein, 1999 prema Brđanović, 2014). Izvorno, pojam preferencije pronalazimo u engleskom jeziku, *preference* što znači prednost, prioritet, ono što se više voli. Brđanović (2014) također navodi da se zbog jezične ekonomije ili jezične lijenosti upotreba te riječi popularizirala u hrvatskom jeziku. Iako pojam ukusa predstavlja dugoročno ponašanje u vidu estetskog vrednovanja koje je ukupnost pojedinačnih preferencija, na određene preferencije gleda se kao na izraz kratkoročnog sviđanja (Radoš, 2010 prema Brđanović, 2014). U nastavku rada usmjerit će se prema glazbenim preferencijama, poglavito glazbenim preferencijama mladih.

2.2. Glazbene preferencije

Uz individualne dispozicije (npr. sluhom), naš odnos prema glazbi snažno je određen društvenim i kulturnim čimbenicima (Trbojević, 2019a). „Na glazbene preferencije i oblike glazbene participacije utječe međudjelovanje mnoštva društvenih čimbenika kao što su klasa, društveni status, rod, dob, obrazovanje i obiteljski kulturni kapital.“ (Chan i Goldthorpe, 2007; Mohr i DiMaggio, 1995; Nagel, 2010; Sullivan, 2003; Willekens i Lievens, 2014 prema Boneta i sur., 2017: 6) Također, veliki utjecaj na glazbene preferencije pojedinca imaju masovni mediji, vršnjaci i suvremeni kulturni trendovi (Reić Ercegovac i Dobrota, 2011).

Short Test of Music Preferences (STOMP) klasifikacija je glazbenih preferencija koju su ponudili Rentfrow i Gosling (2003 prema Žauhar i Levak, 2020) te se uz glazbene stilove temelji i na glazbenim značajkama koje stilove i podvrste stilova čine jedinstvenima (Schäfer i Melhorn, 2017 prema Žauhar i Levak, 2020). Spomenuta klasifikacija ima četverofaktorsku strukturu

glazbenih preferencija pri čemu jedan faktor obuhvaća refleksivnu i kompleksnu (*blues, jazz, umjetnička glazba, folk*), drugi intenzivnu i buntovnu (*rock, alternativna glazba i heavy metal*), treći optimističnu i konvencionalnu (*country, filmska glazba, duhovna glazba, pop*), a četvrti energičnu i ritmičnu glazbu (*rap/hip-hop, soul/funky, elektronička glazba, dance*).

U daljnjem istraživanju i analizama Rentfrow i sur. 2011. godine redefinirali su strukturu STOMP-a dodajući više glazbenih stilova i podstilova te su potvrdili kategorizaciju u tri različita istraživanja ponovno koristeći velike uzorke sudionika (Begić i Šulentić Begić, 2022). Tako se izvorna kategorizacija proširuje na pet obilježja te dobiva skraćeni naziv *MUSIC* i dijeli se na: 1) ležerna/blaga (*pop, soft rock, soul, r&b*), 2) nepretenciozna (*rockabilly, country, pop, rock and roll*), 3) sofisticirana (*world music, blues, jazz, umjetnička glazba, gospel*), 4) intenzivna (*rock, punk, alternativna glazba, heavy metal*) i 5) suvremena (*rap, funk, reggae, elektronička glazba, europop*). „Ležerna/blaga glazba opisana je kao romantična, opuštajuća i spora, nepretenciozna glazba uključuje različite stilove koje karakterizira mekoća zvuka kakvu se uobičajeno nalazi u kantautorskoj glazbi, sofisticirana glazba opisuje se kao složena, inteligentna i umjetnička, intenzivna je glazba napeta, glasna i energična, a suvremena recentna i ritmična.“ (Rentfrow i sur., 2011 prema Begić i Šulentić Begić, 2022: 146) Integrirajući dosadašnja istraživanja o kategorizaciji glazbenih preferencija s detaljnim opisima, nastao je *MUSIC* model, do danas najrazrađeniji pristup takve vrste (Schäfer i Mehlhorn, 2017 prema Begić i Šulentić Begić, 2022).

Miell i sur. (2005 prema Begić i Šulentić Begić, 2022) u knjizi *Musical communication* predlažu *model uzajamnih povratnih informacija (reciprocal-feedback model of the response to music)*, u kojem na glazbene preferencije mogu utjecati tri glavna čimbenika: 1) sama glazba, 2) situacija u kojoj se glazba sluša i 3) slušatelj. Estetska percepcija glazbe prema tom modelu stavlja glazbu u trosmjernu interakciju između nje, situacije i slušatelja gdje jedna na drugu istodobno utječu na različite načine.

Uz već spomenuto, Shafron (2010 prema Blažić, 2018) navodi jednu od teorija koja je proizašla iz istraživanja s početka 20. stoljeća te se tiče naše izloženosti glazbi; ukoliko je pojedinac dugoročno izložen određenom tipu glazbe, vjerojatnost je da će kad tad izraziti naklonjenost prema toj glazbi i osjećati ugodu. Druga teorija tiče se takozvanog menadžmenta raspoloženja, odnosno zagovara da pojedinac odabire glazbu koja će optimizirati njegovo trenutno stanje, tj. bira glazbu u svrhu distrakcije i pozitivne promjene (Blažić, 2018). No kao

opreka tome javljaju se mnoga istraživanja kao, primjerice, istraživanje J. Arnett o slušateljima *heavy metala*, koja pokazuju da pojedinac odabire glazbu koja se podudara s njegovim trenutnim emocionalnim stanjem pa tako adolescenti koji preferiraju *heavy metal* glazbu u većini slučajeva ne posežu za njome u sretnim raspoloženjima, već onim agresivnijim (Blažić, 2018). „No, prema samoprocjeni ispitanika, slušanje glazbe imalo bi isključivo „pročišćavajući“ efekt, te se u tom smislu *heavy metal* glazba zaključno nije povezala s izazivanjem agresivnih ponašanja, već joj se pripisalo katarzično djelovanje.“ (Shafron, 2010 prema Blažić, 2018: 24)

Na kraju, relevantnost bilo koje od teorija ne osporava da je preferencija određene glazbe povezana s emocionalnom reakcijom koja se javi kao posljedica i potreba za promjenom raspoloženja ili pak poistovjećivanja s emotivnim stanjem koje u toj glazbi slušatelj prepoznaje (Blažić, 2018). „Glazbene preferencije, pored sposobnosti estetskog procjenjivanja glazbenog ukusa, predstavljaju afektivno reagiranje na glazbu, i to njegov najjednostavniji oblik.“ (Reić Ercegovac i Dobrota, 2011: 47-48)

2.3. Glazbene preferencije i mladi

Kada odrastamo i gradimo svoj (glazbeni) identitet, obiteljska socijalizacija ima velik utjecaj, a on se ogleda u korespondenciji glazbenih preferencija mladih s glazbenim ukusom njihovih roditelja (Bogt i sur., 2011 prema Trbojević, 2019b). „Roditelji mogu aktivno prenijeti vlastiti ukus na svoju djecu na isti način kao što djecu uče stavovima, ponašanjima i navikama.“ (Grusec i Davidov, 2007 prema Begić i Šulentić Begić, 2022: 148) Tako se može utvrditi pozitivna veza između mladih i njihovih roditelja u pogledu slušanja pojedinih žanrova jer su od mladosti izloženi kulturnom repertoaru kojeg preferiraju njihovi roditelji, što ukazuje na to da roditeljski glazbeni ukus usmjerava glazbene preferencije njihove djece ka određenim glazbenim stilovima (Trbojević, 2019a). Slušajući svoju omiljenu glazbu u kući, roditelji njoj izlažu svoju djecu i tako mogu oblikovati glazbeni ukus djeteta, ali to ne mora značiti da će djeca zavoljeti i preferirati istu glazbu, umjetnike ili izvođačke sastave, no ipak mogu steći glazbeni ukus (Bogt i sur., 2011 prema Begić i Šulentić Begić, 2022).

„Utjecaj glazbe vjerojatno je najviše prisutan kod mladih, naročito u razdoblju adolescencije, a da je u tom razdoblju iskazivanje stvarnih vlastitih stavova na velikoj kušnji, zbog želje za pripadanjem i prihvaćanjem od strane vršnjaka, potvrđuju i rezultati istraživanja u kojem se sličnost glazbenih preferencija pokazala kao značajan čimbenik u formiranju bliskih odnosa i prijateljstava kod adolescenata.“ (Selfhout i sur., 2009 prema Brđanović, 2014: 50) U nastavku rada prikazat ćemo rezultate više različitih istraživanja na temu glazbenih preferencija u Republici Hrvatskoj i svijetu.

2.4. Pregled istraživanja glazbenih preferencija

U svom istraživanju Trbojević (2019a) utvrđuje da su kod studenata u određenoj mjeri još uvijek prisutne kulturne tenzije koje se očituju u izraženim pozitivnim stereotipima spram ljubitelja klasične i *jazz*, a u negativnim spram *turbofolk* i *hip-hop* glazbe. Također se došlo do zaključka da studenti iz urbanih sredina općenito imaju izraženije stereotipe kao i studenti koji studiraju na UNIZG-u, koji u većoj mjeri procjenjuju tip ličnosti ljudi s obzirom na ljubav pojedinih ljudi spram određenog glazbenog žanra.

Tonković i sur. (2014) u svojim istraživanjima o kulturnoj potrošnji među mladima bilježe pomak od tradicionalizacije prema individualizaciji pa je tako kulturna potrošnja vezana uz dob gdje tradicionalnost raste kako dob pada te smatraju da je to „posljedica nedovršenih modernizacijskih procesa u hrvatskom društvu i retraditionalizacije, pri čemu ne treba zanemariti ni ekonomsku krizu početkom dvijetisućitih koja je svojim učincima osobito pogodila mlade.“ (Tonković i sur., 2014: 311) Tako Upadhyay i sur. (2016 prema Begić i Šulentić Begić, 2022) zaključuju da mladi koji su otvoreni za nova iskustva preferiraju intenzivne, elektroničke, umjetničke, emocionalne i melodiozne glazbene stilove dok komunikativne i senzibilne osobe više vole slušati duhovnu i refleksivnu glazbu. Schwartz i Fouts (2003 prema Begić i Šulentić Begić, 2022) utvrđuju da su mladi slušatelji *heavy metal* ili *rock* glazbe samostalniji, a oni koji preferiraju *pop* ili plesnu glazbu emocionalno su suzdržani i savjesniji. „Mladi koji imaju višu glazbenu naobrazbu pokazuju više poštovanja prema različitim glazbenim stilovima te stoga imaju slabije definirane glazbene identitete, čime se pokazuje veliki utjecaj kulturnog okruženja u kojem se

živi.“ (Suarez-Canedo, 2013 prema Begić i Šulentić Begić, 2022: 147) Kada pričamo o obrazovanju, studenti glazbe pokazuju veću preferenciju umjetničke glazbe, dok njihovi vršnjaci neglazbenici više preferiraju popularnu glazbu (Hargreaves i sur., 1995 prema Begić i Šulentić Begić, 2022) te glazbu koju slušaju u školi uglavnom ne doživljavaju kao „svoju“ glazbu (Thomas, 2016 prema Begić i Šulentić Begić, 2022).

Jedno od istraživanja na temu glazbenih preferencija proveli su Tonković, Krolo i Marcelić (2014) na stanovnicima grada Zadra u dobi od 20 do 34 godine s ciljem utvrđivanja tipologije kulturne potrošnje mladih. Utemeljili su četiri faktora od kojih prvi faktor obuhvaća četiri glazbena žanra te se odnosi na ispitanike koji slušaju domaću *pop-rock* i tradicijsku glazbu, domaću i regionalnu alternativnu glazbu i stranu *pop*/komercijalnu glazbu. Faktor je nazvan popularno-konvencionalnim glazbenim ukusom i njemu pripada 92 ispitanika koji su se izjasnili da sudjeluju u konzumaciji tradicionalno-konvencionalnih kulturnih sadržaja. Drugi faktor sastoji se od tri glazbena žanra i njihovih kombinacija, a to su *heavy-metal* ili *punk*, strana alternativna (*indie*) glazba te *rock* ili *blues* pa je stoga drugi faktor nazvan rokersko-alternativnim glazbenim ukusom kojeg čini 175 ispitanika. Trećem faktoru pripada 108 ispitanika, a on obuhvaća elektroničku glazbu i *hip-hop* pa ima naziv elektronički glazbeni ukus. Zadnji, četvrti faktor, nazvan visokokulturnim glazbenim ukusom, obuhvaća klasičnu i *jazz* glazbu i pripada mu 36 ispitanika.

Brđanović (2014) je proveo istraživanje o glazbenim preferencijama na uzorku od 134 učenika srednjih glazbenih škola iz Bjelovara, Križevaca, Varaždina i Zagreba. Rezultati su pokazali da je među učenicima najomiljeniji glazbeni žanr *rock*, iza kojeg slijede klasična glazba i *pop*. Što se tiče studenata, Trbojević (2019b) je proveo istraživanje na studentima UNIZG-a te uočava velik raspon glazbenih preferencija među njima – visok stupanj preferencija pokazuju prema *rock* ili *blues*, domaćoj *pop-rock*, stranoj *pop* (komercijalnoj) glazbi te stranoj alternativnoj (*indie*) glazbi, dok uvjerljivo najmanje preferiraju *turbofolk* glazbu. Gürgen (2015 prema Trbojević, 2019a) je provela istraživanje čiji je cilj bio utvrditi povezanost glazbenih preferencija, identifikacije i učestalosti slušanja pojedinih glazbenih žanrova. Rezultati pokazuju kako je među 205 studenata preddiplomskog studija Likovne akademije u Turskoj *blues* najomiljeniji glazbeni žanr, iza kojeg su slijedili *jazz* i latinoamerička glazba, dok su najmanje omiljeni žanrovi bili turska narodna glazba, *dance* i *rap*. Rezultati istraživanja Pavlovića i sur. (2017) govore da je među studentima najomiljeniji *rock*, a najmanje omiljen *turbofolk*. Rezultati istraživanja Reić Ercegovac i Dobrote

(2011) utvrđuju da mladi jednako preferiraju kompleksni (*heavy metal*, alternativna i klasična glazba) i konvencionalni (*folk*, *soul*, *rock* i religijska glazba) glazbeni stil.

Kako se glazbene preferencije povezuju s osobinama ličnosti pokazuju Reić Ercegovac i Dobrota (2011) gdje se osvrću na prijašnja istraživanja koja pokazuju da se preferiranje glazbe veselih ritmova (npr. *popa*, *rocka*, *funka* i *hip-hopa*) može povezati s ekstroverzijom (Pearson i Dollinger, 2003 prema Reić Ercegovac i Dobrota, 2011), a introverzija s instrumentalno-refleksivnom (*jazz*, *blues* i elektronička glazba) glazbom. U istraživanjima Pavlović i sur. (2017) možemo uočiti da introvertiranije osobe više preferiraju refleksivnu i kompleksnu glazbu (*heavy metal*, *jazz*, *blues* i klasična glazba) dok ekstrovertirane osobe preferiraju optimističnu i konvencionalnu glazbu (*country* i *pop*) te energične i ritmične (*rap*, *soul*, *dance* i *turbofolk*) glazbene žanrove (Brown, 2012; Lončar, 2013; Marčelić, 2016; Pandžić, 2013; Rentfrow i Gosling, 2003, Pavlović i sur., 2017 prema Trbojević, 2019a).

Rentfrow i Gosling (2007 prema Trbojević, 2019a) provode istraživanje o stereotipima spram ljubitelja 14 glazbenih žanrova na uzorku od 206 studenata i studentica na sveučilištu u Texasu. Rezultati su pokazali da studenti najizraženije stereotipe imaju spram ljubitelja religijske, klasične, *rock* i *rap* glazbe gdje se ljubitelje religijske i klasične glazbe percipira kao savjesne i emocionalno stabilne, s time da se ljubitelje religijske glazbe percipira ekstrovertiranijima od ljubitelja klasične glazbe. Ljubitelje *rocka* i *rapa* studenti percipiraju kao ekstrovertirane i nesavjesne osobe, površne u međuljudskim odnosima, a ljubitelje *rocka* emocionalno nestabilnijima od ljubitelja *rapa*. Što se tiče ljubitelja klasične glazbe, studenti ih smatraju inteligentnima, fizički neprivlačnima, politički konzervativnima te umjetnički orijentiranim osobama koje cijene ljepotu, mudrost, intelekt i ljubav, dok se ljubitelje *rock* glazbe smatra nereligioznim i politički liberalnim osobama koje cijene uzbuđenje i hrabrost. U daljnjem istraživanju usmjerit će se na područje kulture i izgradnje kulturnog identiteta mladih.

3. KULTURA I KULTURNI IDENTITET

3.1. Obilježja kulture

Antropolozi Kreber i Klakhon ističu da je teško doći do jedne definicije koncepta „kulture“. Analizom oko tri stotine definicija koncepta kulture, ukazali su na činjenicu da je on višeznačan i da kultura obavlja više različitih funkcija (Golubović, 2007 prema Georgievski i Žoglev, 2014). Kao jednu od definicija pronalazimo da riječ kultura ima latinsko podrijetlo (*cultus*) što znači njegovanje, odgoj, štovanje, obrađivanje, odnosno *cultus agri* što označava poljodjelstvo, a nakon Cicerona *cultura animi* što je njega duha, u širokome smislu čovjekovo preoblikovanje prirode u ljudski svijet pri čemu čovjek istodobno kultivira svoju vlastitu prirodu (Halder, 2002 prema Musa, 2009). Pojam se u rječnicima počinje javljati potkraj 18. stoljeća, kada izlazi Adelungova knjiga *Povijest kulture*, a kasnije je kultura shvaćena kao oblik života nekog naroda koji se povijesno oblikuje te se može očitati putem religije, umjetnosti, politike, gospodarstva itd. (Musa, 2009). Uz navedenu definiciju, pronalazimo još dvije: definiciju UNESCO-a i definiciju Fulchera i Scotta (Georgievski i Žoglev, 2014). UNESCO kulturu opisuje kao niz različitih duhovnih, materijalnih, intelektualnih i emotivnih karakteristika društva ili društvenih grupa. „Ona obuhvaća, uz likovne umjetnosti i književnost, i stil života, način zajedničkog življenja, sustav vrijednosti, predispoziciju i vjerovanja; kulturna različnost pretpostavlja respektiranje fundamentalnih sloboda, prije svega slobodu mišljenja, slobodu izražavanja, religijske slobode i slobodu sudjelovanja u kulturnom životu po vlastitom izboru.“ (<http://portal.unesco.org/culture> prema Georgievski i Žoglev, 2014: 519) Sociolozi Fulcher i Scott smatraju da norme te veći dio sustava ideja i znakova koje ljudi rabe da bi razumjeli svoje i ponašanje drugih ljudi sačinjavaju kulturu jednog društva te se ona mijenja od jednog do drugog društva (Fulcher i Scott, 2011 prema Georgievski i Žoglev, 2014). Ljudi socijaliziranjem u kulturi nekog društva uče kako razumjeti druge, biti interaktivni te koje norme prevladavaju u određenom društvu (Fulcher i Scott, 2011 prema Georkievski i Žoglev, 2014). „Kultura se odnosi na način života nekog društva.“ (Musa, 2009: 266) Uz nematerijalne aspekte (vjerovanja, ideje i vrijednosti koji čine sadržaj jedne kulture), obuhvaća i materijalne aspekte (objekte, simbole ili tehnologiju u kojima se sadržaj kulture izražava) (Giddens, 2007 prema Musa, 2009).

Parsons (1902.–1979.), jedan od najpoznatijih predstavnika strukturalnog funkcionalizma i sociologa, smatra da ljudsko društvo nije moguće bez zajedničke kulture zato što ona omogućuje da ljudi međusobno komuniciraju, da se razumiju i da djeluju u skladu sa zajedničkim ciljevima (Musa, 2009). Kultura i društvo međusobno se povezuju i isprepliću pa tako nijedna kultura ne može postojati bez društva kao što nijedno društvo ne može postojati bez kulture jer svi ljudi o kojima uopće nešto znamo, posjeduju obilježja neke kulture (Birket-Smith, 1960 prema Musa, 2009). Čovjek postoji kao kulturno biće i svi kulturni oblici njegov su proizvod koji se razvijao povijesno u vremenskim i prostornim koordinatama (Musa, 2009). Za čovjekovo preživljavanje i opstanak nije dovoljno da zna kako se hraniti, već mora naučiti način života, kulturu svoje društvene zajednice i oblikovati svoju „drugu prirodu“, kulturnu prirodu koja je nedjeljiva od njega samog, što je cjeloživotni proces od velike važnosti (Musa, 2009). Koncept „kulture“ je višeznačan i sadrži komponente ili dimenzije i drugih koncepata (Georgievski i Žoglev, 2014). „Aktivni proces suradnje i stvaranje novih kulturnih (duhovnih) vrijednosti, slijedi osnovni smisao kulture: na svojoj univerzalnoj duhovnoj osnovi povezivati ljude (s njihovim kulturnim identitetima) u univerzalni jezik razumijevanja, kojega je kultura zajednički kōd.“ (Labus i sur., 2014: 23) Kultura je zajednička i to je njezino važno svojstvo jer bez zajedničkih kulturnih obrazaca, koji vrijede za sve članove društva ili društvene grupe, u društvu bi vladali nered i zbrka (Musa, 2009).

3.2. Obilježja kulturnog identiteta

Identitet je jedan od najproučavanijih koncepata u socijalno-društvenoj teoriji, posebice u kulturalnim studijima, te je izrazito širok i višeznačan pojam (Blažić, 2018). Prema *Hrvatskoj enciklopediji* identitet je definiran kao „istovjetnost, potpuna jednakost; odnos po kojem je netko ili nešto (npr. biće ili svojstvo) jednako samo sebi, tj. isto; skup značajki koje neku osobu (ili svojstvo) čine onom koja jest ili onim što jest.“¹ Pojam „identitet“, lat. *identitas* što znači *istost, istovjetnost* (Musa, 2009), u sociologiji je vrlo složen i može mu se pristupiti na različite načine pa se zato raspravlja oko određenja samog identiteta, njegove akademske i društvene važnosti (Mesić, 2006 prema Musa, 2009). „Općenito govoreći, identitet se odnosi na ono kako ljudi shvaćaju sebe“ (Musa, 2009: 268) dok Erikson (Mimica, 2007 prema Musa, 2009) definira

¹ <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=26909>

identitet kao sposobnost očuvanja unutrašnje istovjetnosti i kontinuiteta te poimanje sebe kao različitog bića u odnosu na druge.

Dobrota i Kušćević (2009) identitetu daju tri oblika: individualni, društveni i kulturni identitet. „Individualni identitet predstavlja jedinstven osjećaj osobnosti kojeg posjeduje svaki pojedinac. Pod pojmom društvenog identiteta podrazumijeva se kolektivni osjećaj pripadanja grupi. Konačno, kulturni identitet odnosi se na osjećaj pripadanja određenoj etničkoj, kulturnoj ili supkulturnoj grupi.“ (Dobrota i Kušćević, 2009: 199). U ovome radu usredotočit će se na kulturni identitet.

Musa (2009) dodaje kako promatranjem kulturnog identiteta u kontekstu razvoja društva možemo govoriti o kulturnome identitetu predmodernih društava, kulturnome identitetu modernih društava te kulturnome identitetu suvremenoga društva, kojeg neki vide kao postmoderno društvo, a neki pak kao kraj moderne. Kada se govori o kulturnome identitetu modernih društava, onda se najčešće govori o rodnome, klasnome i nacionalnome identitetu. Naš identitet tijesno je povezan s kulturom jer se stvara u kulturama kojima ljudi pripadaju i u kojima sudjeluju (Musa, 2009). Perotti (1995 prema Musa, 2009) ističe kako sam naziv kulturni identitet sadrži dva pojma: pojam *identitet* psihološkog značenja i pridjev *kulturni* sociološkog značenja. *Kulturni* potječe od riječi *kultura* koja označava ukupno naslijeđe pojedinca i društvenih skupina kojima pojedinac pripada te se temelji na normama ponašanja, vrijednostima, običajima i jeziku koji ujedinjuju ili odvajaju ljudske skupine. Kulturni identitet pojedinca njegov je globalni identitet, tj. konstelacija više identiteta utemeljenih na nekoliko različitih kulturnih elemenata (Musa, 2009). Labus i sur. (2014) smatraju kako je poanta pripadanja nekom kulturnom identitetu upravo ta razmjena do koje dolazi pri susretu više različitih kulturnih identiteta. „Kulturni identitet postaje interaktivno i dinamičko polje djelovanja duhovnih (kulturnih) i socijalnih energija svojih aktera. Već samim time nadrašta tradicionalno određenje kulturnog identiteta kao pasivne pripadnosti nekom kulturnom identitetu, i pretvara ga u socijalnu transmisiju njegovih duhovnih kulturnih vrijednosti.“ (Labus i sur., 2014: 30)

Bourdieu (Lindell i Hovden, 2017 prema Trbojević, 2019a) u svojem djelu *Distinkcija*, objavljenom 1979. godine, tumači kako pojedinci koji dijele iste ili slične životne uvjete teže tomu da se slično orijentiraju u odnosu na različita kulturna dobra i prakse (npr. da preferiraju sličnu glazbu, hranu, umjetnost itd.), da ih monopoliziraju i da pritom povlače (kulturne) granice između sebe i drugih društvenih grupa, a s time se slaže i Goffman (1973 prema Georgievski i Žoglev,

2014: 519) koji tvrdi da „individue odgojene u određenom obrascu kulture konkretnog društva dijele simbole, stereotipe, mitove o sebi i drugima, o društvenim odnosima i obiteljima, o organizaciji vremena i prostora.“ Kao opreka tomu, Grossberg (1993 prema Blažić, 2018) postavlja pitanje do koje mjere društvo može postojati bez zajedničke kulture te koliko je moguće takvo djelovanje kao kolektiv izvan reprezentacije nečeg zajedničkog? Ni povijesno objašnjenje (podrijetlo određene kulture) ni prostorno (pripadanje kulture određenom prostoru) nije u mogućnosti ponuditi dovoljno legitimne argumente koje bi identitet i kulturu doveli u izravan odnos (Blažić, 2018). „Očigledno riječi poput društva, zajednice ili kolektiva podrazumijevaju i epitet „zajedničko“, a ono se u većini slučajeva i odnosi na kulturna značenja i definicije. S tog aspekta kulturni identitet je nešto nužno, te iako spomenuta značenja nisu lako raspoznatljiva ona u svakom slučaju postoje, te su dio pojedinca u smislu njegovog identiteta samim time što on boravi u određenoj zajednici.“ (Blažić, 2018: 28)

Kulturni razvitak važan je dio cjelokupnog razvoja pojedinca, ali kultura i posreduje u procesu socijalizacije gdje je pojedinac uključen u cjelokupnost kolektivnih značenja i vrijednosti svoje grupe, lokalne zajednice i društva u kojem živi (Georgievski i Žoglev, 2014). Kultura u sebi sadrži sve ono što je određeno društvo sačuvalo, prosljedilo i naučilo, stoga možemo zaključiti da se čovjek, kao potpuno ljudsko biće, ostvaruje samo putem kulture i u kulturi (Morin, 2002 prema Georgievski i Žoglev, 2014).

3.3. Kulturni kapital kao dio kulturnog identiteta

Iz perspektive Bourdieua, francuskog filozofa, sociologa i antropologa, uz kojeg se pojam kulturnog kapitala primarno i veže, kapital je „akumulirani rad (u materijalnom ili inkorporiranom obliku), s mogućnosti za stvaranje profita, odnosno za reprodukciju u istom ili proširenom obliku.“ (Bourdieu, 1997 prema Puzić, 2009: 271) Prema njemu, kulturni kapital postoji u tri oblika: u utjelovljenom stanju, to jest u obliku dugotrajnih dispozicija uma i tijela, u objektiviziranom stanju kao oblik kulturnih dobara (kao što su slike, knjige, rječnici, instrumenti, strojevi itd.) i u instrumentaliziranom stanju (Bourdieu, 1997 prema Georgievski i Žoglev, 2014). Operacionalizacija kulturnog kapitala može se vidjeti pomoću indikatornih participacija u sljedećim kulturnim aktivnostima: čitanje knjiga i novina, pohađanje kazališnih predstava, slušanje

klasične glazbe, posjeti muzejima, izložbama i umjetničkim galerijama te posjedovanje radio i TV uređaja. Stoga još jedna od definicija kulturnog kapitala može biti da je on skup distinktivnih formi znanja i sposobnosti koju osoba stječe u obitelji, vrtiću, procesu obrazovanja te u kontaktima s drugim ljudima (Bourdieu, 1977 prema Boneta i sur., 2017).

Kulturni kapital je pojam širokog opsega koji obuhvaća različite resurse: jezičnu kompetenciju, opću kulturnu svijest, estetske preferencije, informacije o školskom sistemu, obrazovne svjedodžbe (Bourdieu i Passeron, 1990, Fanuko, 2008 prema Trbojević, 2019a), znanje, vještine i poznavanja društva, ali i pojedinca, obilježja grupa, životne stilove, kulturnu participaciju te stavove o raznim političkim, kulturnim i moralnim pitanjima (Trbojević, 2019a). Istraživanja o kulturnom kapitalu danas su bogatija od onih iz šezdesetih godina dvadesetog stoljeća jer sadrže mnoge kulturne prakse koje nisu postojale ili su bile u sasvim drugom kontekstu, a to se osobito odnosi na glazbeni ukus (Rössel, 2009 prema Krolo i sur., 2016) jer je glazbena industrija postala jedno od najvećih žarišta kulturne potrošnje i životno-stilskih odrednica. Recentna istraživanja u Hrvatskoj, ali i u ostatku svijeta, koncentriraju se upravo na spomenuto, te upućuju na dominaciju komercijalnih i tradicionalnih životnih stilova i obrazaca kulturne potrošnje, dok su obrasci potrošnje visoke kulture manje prisutni, ali iskazuju stabilne karakteristike s obzirom na obrazovanje roditelja, objektivirani kulturni kapital i participaciju u kulturi (Krolo i sur., 2016).

„Budući da je posjedovanje kulturnog kapitala najvećim dijelom vezano uz uvjete primarne socijalizacije, tj. uz dugotrajni proces usvajanja specifičnih normi, vrijednosti i znanja, do njegove akumulacije u pravilu dolazi u obiteljima koje već raspolažu znatnom količinom kulturnog i ekonomskog kapitala.“ (Bourdieu, 1997 prema Puzić, 2009: 272) „Mnoge studije potvrđuju da u generacijskoj transmisiji nedvojbeno postoji kontinuitet između kulturnog kapitala roditelja i kulturnog kapitala njihove djece.“ (Mohr i DiMaggio, 1995; Christin, 2010; Kraaykamp i Van Eijck, 2010; Nagel, 2010; Ter Bogt i dr., 2011; Willekens i Lievens, 2014 prema Boneta, 2017: 6) Istraživanje koje su proveli Krolo i sur. (2016) na 868 učenika i učenica srednjih škola u Zadarskoj županiji na temu prijenosa kulturnoga kapitala pokazalo je kako je kulturni kapital roditelja, ponajprije objektivirani i utjelovljeni, važnija odrednica kulturnoga kapitala učenika nego ekonomski kapital. Također su u istraživanju identificirane tri dimenzije kulturne potrošnje među učenicima: potrošnja visoke kulture, potrošnja tradicionalno-popularne kulture i potrošnja rokersko-alternativne kulture. Prva dimenzija povezana je s višim stupnjem objektiviranoga i

ulovljenoga kulturnog kapitala roditelja, dok je učeničko slušanje popularno-zabavne glazbe snažno određeno roditeljskim ukusom srodnoga tipa. „Pritom se pokazuje da je učestalost učeničke rokersko alternativne potrošnje objašnjiva na temelju visokoga kulturnog kapitala, po čemu se zaključuje kako je sam sadržaj kulture proširen u smislu da visoka, elitna kultura nije jedino ostvarenje ukusa formiranog u kontekstu visokoga objektiviranog i utjelovljenog kulturnog kapitala, nego je sama primjena takva ukusa sada proširena na veći raspon glazbenih žanrova i kulturnih praksi.“ (Krolo i sur. 2016: 347)

3.4. Kulturni identitet i mladi

Naš identitet nikada nije potpun ni dovršen, već se tijekom života stalno razvija, mijenja i nadograđuje pomoću sitnih detalja koje ponekad namjerno, a ponekad slučajno prilagođavamo u određenim životnim okolnostima, što relativno brzo biva zamijećeno (Žulj, 2020). Mladi se razvijaju te najčešće svoje slobodno vrijeme i vlastite identitete kroje pomoću pomodnih medijskih ličnosti koje su važne, veoma često ni po čemu, a ne na povijesnim kulturnim vrijednostima svoje zemlje (Lalić i Jašarević, 2014). Na formiranje kulturnog identiteta također velik utjecaj imaju i neformalni, unutarobiteljski i izvanobiteljski, namjerni i nenamjerni čimbenici. Uz obitelj, utjecaj imaju i vrtić, škola, vršnjaci i mediji, čiji utjecaj u doba adolescencije jača (Boneta i sur., 2017). „Moderno doba razorno je djelovalo na identitet zbog mogućnosti odabira „novoga“ i „boljega“ identiteta i istodobno izraženih problema zbog prevelikoga izbora, dok se pri odabiru naravno ne misli na doslovno biranje novog identiteta kao što se bira nova odjeća, već postupno i polagano nadograđivanje i razvijanje osobe na način koji prethodno nije postojao.“ (Žulj, 2020: 29) Zbog masovnosti popularne kulture, današnje društvo pokušava se upozoriti njezinim kritiziranjem te skrenuti pozornost da ona razgrađuje kulturnu različitost i kulturni identitet svojom raširenošću i dostupnošću. Posebno utječe na manje narode i društvene zajednice jer ne samo da ujednačava određene odluke ljudi već organizira kolektivna, usklađena i time predvidiva ponašanja (Žulj, 2020). „Globalni kapitalizam u obliku popularne kulture organizira društvene uloge i strukturira društvene odnose koji na taj način gube autentičnost subjektivnosti, odnosno gube vlastiti kulturni identitet.“ (Žulj, 2020: 34)

3.5. Kulturna potrošnja i mladi

„Kulturna potrošnja općenito se može definirati kao konzumiranje različitih umjetničkih i kulturnih sadržaja (npr. posjećivanje kazališta, muzeja i koncerata, čitanje knjiga, slušanje glazbe).“ (Tonković i sur., 2014: 288) U literaturi se uz pojam kulturne potrošnje često koristi i pojam kulturnih preferencija, tj. ukusa, no naspram kulturne potrošnje koja se iskazuje ponašanjem (npr. kupnja kulturnih dobara ili posjećivanje kulturne ustanove), kulturni ukus iskazuje se preferiranjem određenog sadržaja, stila ili žanra (Tonković i sur., 2014). Pomoću raznih oblika uključenosti i raznolikog ukusa povezanog s kulturnom ponudom i kulturnim sadržajima, uz individualnu orijentaciju mladih, može se ogledati i njihov društveni položaj te socijalizacijski mehanizam pojedinca u određenom kontekstu dok kao vrijedni indikatori širih društvenih procesa mogu poslužiti sama konzumacija i aktivnost oko kulture i kulturnih sadržaja, ali i uputiti na potencijale društva ili zajednice (Tonković i sur., 2014).

Suvremena istraživanja kulturne potrošnje sadrže mnoge kulturne prakse koje 1960-ih godina nisu bile dostupne, a osobita se pozornost posvećuje glazbenom ukusu jer je glazbena industrija (uz filmsku) postala najveće žarište kulturne potrošnje i životno-stilskih odrednica (Trbojević, 2019a). Digitalne tehnologije i masovni mediji omogućuju pristup glazbi kada i gdje god želimo te smo pozvani slobodno birati među mnoštvom glazbenih žanrova kojima je cilj privući slušatelje različitih socioekonomsko-kulturnih pozadina, što potiče razvoj novih žanrova i stilova glazbe (Gürgen, 2015 prema Trbojević, 2019b). Zbog istog razloga možemo pronaći velik broj istraživanja koja se bave baš tim aspektom kulturne potrošnje, pogotovo među mladima.

Krolo i sur. (2016) u svojem istraživanju identificiraju tri dimenzije kulturne potrošnje među mladima: potrošnja visoke kulture, potrošnja tradicionalno-popularne kulture i potrošnja rokersko-alternativne kulture. Prva i zadnja dimenzija povezane su s višim stupnjem objektiviranoga i utjelovljenoga kulturnog kapitala roditelja, dok je slušanje popularno-zabavne glazbe među mladima snažno određeno roditeljskim ukusom srodnoga tipa (Krolo i sur., 2016). Učestalost rokersko-alternativne potrošnje može se objasniti na temelju visokoga kulturnog kapitala, po čemu se zaključuje kako je sam sadržaj kulture proširen u smislu da visoka elitna kultura nije jedino ostvarenje ukusa formiranog u kontekstu visokog objektiviranog i utjelovljenog kulturnog

kapitala, nego je sama primjena takva ukusa sada proširena na veći raspon glazbenih žanrova i kulturnih praksi (Krolo i sur., 2016).

Žulj (2020) je provela istraživanje upravo o kulturnoj potrošnji mladih na petero zaljubljenika u glazbu, od kojih dvoje nemaju glazbeno obrazovanje te su nazvani „amater 1“ i „amater 2“, a preostalih troje ispitanika nazvani su „profesionalac 1, 2 i 3“ čija je profesija usko vezana za glazbu. Prikazano je da ispitanici „amater 1“ i „amater 2“ iskazuju određeni interes za kulturu, no zbog nedostatka privlačnih sadržaja, visokih cijena i nepristupačnosti korisnih informacija o potencijalnim kulturnim sadržajima, rijetko konzumiraju kulturne sadržaje. Suprotno od navedenih ispitanika, „profesionalac 1“ često pohađa izložbe likovnih umjetnosti, dok predstavljanja književnih djela posjećuje povremeno, a „profesionalac 2“ posjećuje događanja poput izložbe likovne umjetnosti ili fotografije gdje primjenjuje koncept aktivnog slušanja glazbe, ne gledajući pritom naslikan prizor i boje, već pokušavajući shvatiti stanje, razmišljanja i osjećaje koje umjetnik prenosi. Njih oboje slažu se da je kultura nešto najvrijednije što čovječanstvo ima, bitan element života i važna odrednica identiteta te bogatstvo društva na koje najbolji učinak ima neposrednim kontaktom, primjerice, posjetom koncertu ili izložbi. Manju posjećenost kulturnih događanja iskazuje „profesionalac 3“ zbog slabih financijskih mogućnosti radničkog sloja, iako ima velik interes za kulturu, pa zadovoljavanje kulturnih potreba nužno zamjenjuje zadovoljavanjem osnovnijih životnih potreba (Žulj, 2020). „Glavnu ulogu kulture vidi u doživljavanju likovne, književne ili glazbene ideje koja pobuđuje pozitivan osjećaj i zadovoljstvo, a to posljedično uzrokuje buduće veće zanimanje za slične kulturne sadržaje, obogaćuje i oplemenjuje čovjeka za vrijedno iskustvo koje ga naposljetku oblikuje.“ (Žulj, 2020: 46)

Rezultati istraživanja koje su proveli Ilišin i Radin (2007 prema Tonković i sur., 2014) na uzorku mladih u Hrvatskoj pokazalo je visoku razinu heterogenosti obrazaca provođenja slobodnog vremena i s njima povezanih interesa u sferi kulturne potrošnje u užem smislu. Kao već navedeno istraživanje koje su proveli Krolo i sur. (2016) i ovo pokazuje povezanost kulturnog kapitala roditelja s obilježjima kulturnog ukusa i potrošnje mladih. Mogu se izdvojiti tri obrasca kulturnog ukusa i potrošnje, a to su elitni, ruralni i medijski obrazac. Razvijena kulturna potrošnja opisuje elitni obrazac, a to su odlasci u kazalište, posjećivanje umjetničkih izložbi, slušanje klasične glazbe, a prakticira ga samo ograničeni broj mladih višega društvenog statusa s visokoobrazovanim roditeljima koji su socijalizirani u većim urbanim sredinama, Istri i Primorju.

Razmjernu raširenost u populaciji mladih pokazao je medijski obrazac čija učestalost raste s dobi i obrazovanjem, a opisuju ga aktivnosti slušanja *rocka* i slične glazbe, čitanje dnevnih i tjednih novina, slušanje radija te gledanje televizije i videa. Prema istom istraživanju, sklonost elitnom obrascu rjeđe su izražavali i mladi čiji su roditelji niže obrazovani te oni koji su i sami završili samo srednjoškolsko strukovno obrazovanje (Ilišin i Radin, 2007 prema Tonković i sur., 2014). Kao suprotnost elitnom obrascu, ruralni obrazac opisuje slušanje narodne glazbe, odlasci u crkvu te druženja s rodbinom i slušanje radija, a češće ga prakticiraju mladi odrasli u ruralnim sredinama, najmlađe dobne skupine, žene i mladi nižeg obrazovanja s očevima sličnog stupnja obrazovanja.

Razlike u kulturnim preferencijama, odnosno potrošnji među mladima, najviše proizlaze iz naslijeđenih kulturnih podjela iz razdoblja Jugoslavije, a u manjoj mjeri iz klasnih razlika (Žulj, 2020). Također možemo zaključiti da se društvo kasne modernosti odlikuje masovnom glazbenom produkcijom, raznorodnom kulturnom i glazbenom ponudom (Boneta i sur., 2017). Naposljetku, društvo bi trebalo više promišljati o glazbi koju konzumira i stvara jer ona odražava stanje uma u kojem se nalazi (Žulj, 2020), a to podupiru i izreke kao što su Konfucijev zaključak o odnosu glazbe i društva: „Ako želite saznati upravlja li se zemljom dobro i je li moral čist, poslušajte njezinu glazbu.“ i Platonova misao: „Što je u zemlji bolja glazba, bolja će biti i država.“

4. GLAZBENE PREFERENCIJE I KULTURNI IDENTITET

4.1. Povezanost glazbenih preferencija i kulturnog identiteta pojedinca

Iako je pojam identiteta u društvenoj teoriji kompleksan i višeznačan te sve više proučavan kao transformativan ili fluidan, on ukratko može opisati pojedinca kao „onoga što jest“ (Blažić, 2018). Identitet je sklon promjenama i utjecajima, a ti utjecaji mogu biti u obliku razvijanja sebe kao osobe, svojih osobina, vještina i interesa, do onih predodređenih značajki poput spola ili seksualne orijentacije koji također ne moraju biti jednoznačno definirani (Blažić, 2018), a još jedan od utjecaja na identitet može biti i glazba. S obzirom da je glazba dio svakodnevnog života brojnih ljudi, ona se može ubrojiti u elemente koji na različite načine oblikuju ili utemeljuju čovjekov osjećaj sebe pa tako i njegov identitet (Blažić, 2018). Glazba i društvo međusobno su neodvojivi i stoga se na glazbu može gledati kao na kulturni i socijalni fenomen, zbog čega se mnogi stručnjaci, muzikolozi i pedagozi bave proučavanjem upravo te međusobne povezanosti (Žulj, 2020). Tako Frith (1996 prema Blažić, 2018) istražuje kako neko glazbeno djelo ili izvedba „proizvodi“ ljude i njihov identitet, umjesto klasičnog pitanja kako ih glazba prezentira te kako se stvara glazbeno iskustvo uz istovremeno usvajanje i kolektivnog i subjektivnog identiteta. Frith povezuje ta dva pojma, iskustvo i identitet, odnosno sugerira da je identitet oblik određenog iskustva i proces pa je tako glazba svojevrsno ostvarenje identiteta, omogućavajući povezivanje sa sobom kao i s kolektivom (Blažić, 2018).

Nadalje, čini se da različita istraživanja pokazuju kako postoji odnos između glazbe i poimanja vlastitog identiteta. North i Hargreaves (1999 prema Zijtveld, 2022) proveli su istraživanje ispitujući hipotezu podudaranja glazbe i poimanja vlastitog identiteta koja kaže da se izbor životnog stila (u ovom slučaju preferencija glazbe) bira na temelju prototipa osobe (na primjer, poznati reper u glazbenim spotovima koji nosi određenu vrstu odjeće). Hipotezom se pretpostavljalo da adolescenti žele nametnuti svoju sliku o sebi što je više moguće. Druga hipoteza predviđala je da se glazbene preferencije adolescenata određuju odabirom glazbenog stila koji odgovara prototipskim obožavateljima koji se podudaraju s njihovim poimanjem vlastitog identiteta. Rezultati su pokazali kako su obje hipoteze potvrđene. Još jedno istraživanje koje podupire vezu između glazbenih preferencija i poimanja vlastitog identiteta jest studija koju su

proveli Schwartz i Fouts (2003 prema Zijtveld, 2022). Otkrili su da adolescenti koji preferiraju *hard rock* imaju niže samopoštovanje i veću sumnju u sebe. Također se činilo da imaju manje stabilan osjećaj identiteta (dakle niži stupanj jasnoće u samopoimanju). Ispitanici koji su uglavnom slušali eklektičnu i laganu glazbu nisu patili od značajnijih problema u pogledu samopoimanja i samopoštovanja.

„Glazba se smatra temeljnim izrazom kulture, a time i određenoga društva u cijelosti, te globalnim sredstvom komunikacije koje ne poznaje jezične barijere.“ (Žulj, 2020: 21) Glazba igra veliku važnost u konstrukciji identiteta, posebno kod mladih kojima učenje o njoj razvija sposobnost prihvaćanja drugih, umanjuje međukulturne razlike i produbljuje razumijevanje za ostale (Žulj, 2020), pogotovo kada pojedinac sluša određene glazbene žanrove kako bi bio prihvaćen od strane neke društvene skupine ili bio drugačiji od drugih (Gardikiotis i Baltzis, 2010 prema Trbojević, 2019b). Glazba je jedan od ključnih elemenata koji služe za razumijevanje svojeg identiteta, kao i identiteta drugih, zato što daje uvid u subjektivno unutar društva (Frith, 1996 prema Žulj, 2020). Frith tvrdi da „društvena zajednica s određenim vjerovanjima i vrijednostima ne stvara glazbu s ciljem izražavanja specifičnih kulturnih vrijednosti i vjerovanja, već glazba predstavlja odraz odnosa u zajednici te odnosa između pojedinca i zajednice.“ (Žulj, 2020: 35) Može se reći da glazbom pojedinac dobiva osjećaj pripadnosti, kao i mogućnost izravne participacije, pa tako osoba postaje dio zajednice jer sluša glazbu te sluša glazbu jer je dio zajednice (Blažić, 2018). Dobrota i Kušćević u svom se radu bave pitanjem: „pod kojim se uvjetima i u kojim trenucima počinju koristiti određeni glazbeni kodovi, znakovi i simboli kao ekspresije određenih društvenih i kulturnih identiteta?“ pa tako i sugeriraju da glazba i glazbene forme predstavljaju dio stvaranja kulturnog identiteta. „Glazbom izvođači prenose svoje misli i osjećaje, a to je jedan od načina za upoznavanje različitih identiteta.“ (Dobrota i Kušćević, 2009 prema Žulj, 2020: 29-30)

Iako je literatura o glazbenim preferencijama i formiranju identiteta rijetka, postoje neki pokazatelji da bi mogla postojati veza između ovih varijabli na temelju dosadašnjih istraživanja. Istraživanje koje je proveo Roe (1995 prema Zijtveld, 2022) otkrilo je da oni koji preferiraju klasičnu glazbu, *jazz* i *blues* imaju veću vjerojatnost da će imati visoka akademska postignuća. S druge strane, oni koji slušaju *heavy metal* skloni su nezadovoljstvu i slabijim postignućima kada je u pitanju njihovo obrazovanje. Postojao je sličan učinak (iako manje snažan) za one koji su

voljeli *mainstream rock*. Još važnije, slabija predanost obrazovanju bila je povezana s preferiranjem *hard rocka*. Čini se da ljubitelji glasne glazbe poput *rocka* također koriste glazbu kako bi se nosili sa zbunjujućim emocijama (Arnett, 1991 prema Zijtveld, 2022). Druga je studija pokazala da one koji slušaju sofisticiranije glazbene žanrove poput *jazza* i klasične glazbe više zanima složenost glazbe nego izazivanje emocija (Schäfer i Sedlmeier, 2009 prema Zijtveld, 2022). Osim toga, oni koji slušaju, na primjer, *jazz* svoju glazbenu preferenciju temelje na intelektualnoj stimulaciji umjesto na emocionalnom uzbuđenju. Štoviše, studija koju su proveli LeBlanc i sur. (1996 prema Zijtveld, 2022) implicira da oni koji imaju višu razinu obrazovanja preferiraju *jazz* glazbu. Na temelju ovih nalaza može se zaključiti da će oni koji preferiraju složenu glazbu vjerojatnije postići razinu obrazovanja koju žele. To zauzvrat može dovesti do postizanja obrazovnog i kulturnog identiteta.

Uloge koje glazba igra u životima mladih nedvojbeno su povezane s kulturno različitom glazbom koju koriste za razvoj i izražavanje svojih identiteta. Tako su u jednoj studiji znanstvenici nastojali identificirati sociopsihološke procese koje mladi koriste kako bi pomoću glazbe iz vlastite kulture razvili, očuvali i izrazili svoj kulturni i nacionalni identitet, a kojeg su glazbenim etnocentrizmom povezali s nacionalnim identitetom slušatelja. Istraživanje je provedeno u Brazilu, Njemačkoj, Hong Kongu, Meksiku, Novom Zelandu i Filipinima. Čini se da su sudionici iz Njemačke i Novog Zelanda manje zainteresirani za glazbu kao sastavnicu kulturnog identiteta od onih s Filipina, gdje ljudi imaju jaču percepciju glazbe kao kulturnog izričaja (Boer i sur., 2012 prema Petrušić, 2022). Slušatelji iz više kolektivističkih (manje individualističkih) i više tradicionalnih (manje sekularnih) kultura dokazano se više koriste glazbom za izražavanje kulturnog identiteta (Petrušić, 2022)

Povezanost glazbe i kulturnog identiteta tema je o kojoj se mogu provesti još brojna istraživanja kako bi se došlo do konkretnijih i provjerenijih zaključaka. Kulturni identitet je ono što nas čini posebnima, jedinstvenima i u konačnici ljudskim bićima. Isto tako, bez glazbe ljudska bića ne bi bila ono što jesu.

5. ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada bio je istražiti povezanost između glazbenih preferencija i kulturnog identiteta, ali i istražiti svaki pojam zasebno. Čovjek se s glazbom povezuje te u njoj može ostvariti zadovoljstvo, ugodu, sreću, osjećaj reafirmacije svojih razmišljanja, ali i niz drugih emocija koje u njemu postupno grade potrebu za glazbom. S glazbom se čovjek identificira, odnosno u njoj čuje ili osjeća nešto sebi poznato i blisko, bez obzira što se s njom možda prvi put susreće. Zato se glazbene preferencije pojedinca grade od njegovog djetinjstva, a provedena istraživanja potvrđuju da na njih poseban utjecaj imaju roditelji. Rezultati većine istraživanja pokazuju jak učinak obrazaca kulturne potrošnje roditelja na onaj obrazac mladih, upućujući na međusobnu korespondenciju. Utvrđena je i značajna razlika među sudionicima čiji se roditelji bave glazbom, od onih čiji se ne bave glazbom, pri čemu su djeca prvih značajno skloniji umjetničkoj i popularnoj glazbi. Što se tiče podrijetla i mjesta življenja, mladi iz grada pokazuju veću sklonost *rock*, ali i ostaloj glazbi, a manje *turbofolku*.

Stjecanje kulture slušanja treba biti pažljivo usmjeravano s roditeljske strane kao i odgojno-obrazovnih djelatnika pa se zato iskazuje potreba za većim angažiranjem roditelja i učitelja u stjecanju glazbenih preferencija djece, posebno onih kvalitetnih. Tako glazbeno obrazovaniji roditelji s djecom češće slušaju klasičnu glazbu, muziciraju s njima, glazbeno su aktivni te posjeduju više glazbenih materijalnih resursa, što povoljno djeluje na djecu rane i predškolske dobi na koju roditeljski glazbeni angažman ima veću ulogu nego školstvo. Stoga glazbene preferencije u daljnjem razvijanju mladih ukazuju da je za slušatelje sofisticiranih stilova kao što je klasična glazba karakteristično vlastito odricanje, za slušatelje intenzivnih stilova (*rock, metal*) otvorenost za promjene, a modernih stilova vlastiti probitak, što sve upućuje na građu identiteta. No, koncept identiteta očituje se u mnogo više aspekata, poput rodnih, rasnih i etičkih aspekata, a srž identiteta odnosi se na cjelokupnost svega navedenog. Ako se ona može doživjeti tijekom slušanja glazbe, onda se može pretpostaviti da je glazba u službi izgradnje identiteta. Identiteti mladih postaju sve individualniji i raznoliki, no to ne znači da kulturni identiteti koji su utemeljeni na obiteljskoj, religioznoj, klasnoj ili rodnoj pripadnosti nestaju. Općenito se može zaključiti da glazbeni žanr pojedinog slušatelja doista prenosi mnogo informacija o svojem potrošaču, ali ne smijemo donositi zaključke o osobi isključivo na temelju njih. Budući da glazba ima povoljan i pozitivan utjecaj na

pojedince i društvo, predlažu se daljnja i opsežnija istraživanja glazbenih interesa radi utvrđivanja veze između glazbe i važnosti kulture i kulturnog identiteta.

6. LITERATURA

- Begić, A. i Šulentić Begić, J. (2022). Glazbene preferencije mlađih adolescenata. *Metodički ogledi*, 29 (1), 143-165. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/279497>, 17. srpnja 2023.
- Blažić, F. (2018). *Glazba i identitet*. Diplomski rad. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet. Preuzeto s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:675172>, 19. veljače 2023.
- Boneta, Ž., Čamber Tambolaš, A. i Ivković, Ž. (2017). Oblici roditeljskoga glazbenog kulturnog kapitala i glazbena socijalizacija djece rane i predškolske dobi. *Revija za sociologiju*, 47 (1), 5-36. Preuzeto s: <https://doi.org/10.5613/rzs.47.1.1>, 19. veljače 2023.
- Brđanović, D. (2014). Glazbene preferencije učenika srednje glazbene škole. *Napredak*, 154 (1-2), 47-64. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/138830>, 17. srpnja 2023.
- Dobrota, S. i Kušević, D. (2009). Glazbeni identiteti u kontekstu popularne glazbe. *Godišnjak Titius*, 2 (2), 195-206. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/112448>, 8. rujna 2023.
- Georgievski, P. i Žoglev, Z. (2014). Uloga kulture u formiranju osobnog i društvenog identiteta u procesu socijalizacije. *Godišnjak Titius*, 6-7 (6-7), 517-528. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/149726>, 19. veljače 2023.
- Krolo, K., Marčelić, S. i Tonković, Ž. (2016). Roditeljski kulturni kapital kao odrednica kulturnih preferencija mladih. *Društvena istraživanja*, 25 (3), 329-351. Preuzeto s: <https://doi.org/10.5559/di.25.3.03>, 19. veljače 2023.
- Labus M., Veljak L., Maskalan A. i Adamović M. (2014). *Identitet i kultura*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu. Preuzeto s: <http://idiprints.knjiznica.idi.hr/14/1/Identitet%20i%20kultura.pdf>, 19. veljače 2023.
- Lalić M. i Jašarević M. (2014). Uloga obrazovanja u kreiranju kulturnog identiteta u digitalno doba. U: Arnaut, M. (Ur.). *Peti međunarodni naučno stručni skup "Kulturni identitet u digitalno doba"*, Zbornik radova. (str. 529-541). Zenica: Filozofski fakultet. Preuzeto s: https://www.researchgate.net/publication/316488859_Uloga_obrazovanja_u_kreiranju_kulturnog_identiteta_u_digitalno_doba, 19. veljače 2023.

- Musa, I. (2009). Kulturni identitet i globalizacijski procesi. *Hum: časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*, 5, 264-290. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/229981>, 19. veljače 2023.
- Pavlović, T., Benaković, T., Prpa, M. i Wertag, A. (2017). The Relationship Between Musical Preferences, Personal Values and Personality Traits. *Društvena istraživanja*, 26 (3), 405-427. Preuzeto s: <https://doi.org/10.5559/di.26.3.05>, 21. kolovoza 2023.
- Petrušić, D. (2022). *Funkcije glazbe u životu adolescenata i njihove glazbene preferencije*. Doktorski rad. Split: Filozofski fakultet Sveučilišta u Splitu. Preuzeto s: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://www.ffst.unist.hr/_news/43400/Disertacija.pdf, 13. rujna 2023.
- Puzić, S. (2009). Habitus, kulturni kapital i sociološko utemeljenje interkulturalnog obrazovanja. *Sociologija i prostor, časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturalnog razvoja*, 47 (3(185)), 263-283. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/48977>, 19. veljače 2023.
- Reić Ercegovac, I. i Dobrota, S. (2011). Povezanost između glazbenih preferencija, sociodemografskih značajki i osobina ličnosti iz petfaktorskoga modela. *Psihologijske teme*, 20 (1), 47-65. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/68693>, 25. kolovoza 2023.
- Tonković, Ž., Krolo, K. i Marčelić, S. (2014). Kulturna potrošnja i glazbene preferencije mladih: razvoj tipologije na primjeru Zadra. *Revija za sociologiju*, 44 (3), 287-315. <https://doi.org/10.5613/rzs.44.3.3>, 19. veljače 2023.
- Trbojević, F. (2019a). *Kulturni kapital mladih: aspekti glazbene konzumacije studenata iz Sjeverozapadne Hrvatske*. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti. Preuzeto s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:121772>, 19. veljače 2023.
- Trbojević, F. (2019b). Kulturni kapital mladih: preferencije i transmisija popularnih glazbenih žanrova među studentima Sveučilišta u Zagrebu. *Medijska istraživanja*, 25 (2), 45-67. Preuzeto s: <https://doi.org/10.22572/mi.25.2.3>, 19. veljače 2023.
- Zijtveld, C. (2022). *Music and identity*. Diplomski rad. Utrecht: Utrecht University. Preuzeto s: <https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/424?show=full>, 13. rujna 2023.
- Žauhar, V. i Levak, N. (2020). Glazbene preferencije prema modelu MUSIC: Povezanost s motivima slušanja glazbe i crtama ličnosti. *Psihologijske teme*, 29 (2), 311-337. Preuzeto s: <https://doi.org/10.31820/pt.29.2.6>, 19. veljače 2023.

- Žulj, T. (2020). *Glazba kao odraz kulturnoga identiteta*. Diplomski rad. Zadar: Sveučilište u Zadru. Preuzeto s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:873885>, 19. veljače 2023.