

Croatian Communication Association
International Federation of Communication
Associations

University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management
University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts, Department of Communication Science
College of Business and Management "Baltazar Adam Krčelić"
Alma Mater Europea (AMA -ECM)

BOOK OF MANUSCRIPTS



Society and Technology 2012 - Dr. Juraj Plenković

Hotel Excelsior (Lovran) - Croatia
28.6.-30.6.2012.

Prof.dr.sc. Mario Plenković & Prof.dr.sc. Vlado Galičić (Edited by)

Nakladnik /Published by

International Federation of Communication Associations - IFCA
Croatian Communication Association - CCA
University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija
University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts, Department of Communication Science, Zagreb
College of Business and Management „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić
Alma Mater Europea – European Center Maribor (AMA – ECM)

Glavni i odgovorni urednik /Editor in Chief

Prof.dr.sc.Mario Plenković

Urednik / Editor

Daria Mustić

Recenzenti / Reviewers

Prof.dr.sc.Thomas A.Bauer (Austrija / Austria)
Prof.dr.sc. Ivo Cifrić (Hrvatska / Croatia)
Prof.dr.sc. Ksenija Čulo (Hrvatska /Croatia)
Prof.dr.sc. Boguslawa Dobek-Ostrowska (Poljska / Poland)
Prof.dr.sc. Slobodan Elezović (Hrvatska /Croatia)
Prof.dr.sc. Weldemar Furmanek (Poljska /Poland)
Prof.dr.sc. Vlado Galičić (Hrvatska / Croatia)
Prof.dr.sc. Jozsef Gyorkos (Slovenija /Slovenia)
Prof.dr.sc. Vitomir Grbavac (Hrvatska / Croatia)
Prof.dr.sc. Jouko Havunen (Finska, Finland)
Prof.dr.sc. Milan Jurina (Hrvatska / Croatia)
Prof.dr.sc. Klaus Krippendorf (SAD / USA)
Prof.dr.sc. Vladimir Lvov (Rusija / Russia)
Prof.dr.sc. Omer Ozer (Turska / Turkey)
Prof.dr.sc. Mile Pavlić (Hrvatska / Croatia)
Prof.dr.sc.Mario Plenković (Hrvatska /Croatia)
Prof.dr.sc. Mirko Pšunder (Slovenija / Slovenia)
Prof.dr.sc. Vladimir Rosić (Hrvatska / Croatia)
Prof.dr.sc. Franko Rotim (Hrvatska /Croatia)
Prof.dr.sc. Daniela Roventa Frumusani (Rumunjska / Romania)
Prof.dr.sc. Zdravko Šorđan (Srbija / Serbia)
Prof.dr.sc. Ludvik Toplak (Slovenija / Slovenia)
Prof.dr.sc. Slobodan Uzelac (Hrvatska / Croatia)
Prof.dr.sc. Emil Vlajki (Bosna i Hercegovina / Bosnia and Hercegovina)
Prof.dr.sc. Minka Zlateva (Bugarska / Bulgaria)
Prof.dr.sc. Vilko Žiljak (Hrvatska / Croatia)
Prof.dr.sc. Gerhard Wazel (Njemačka / Germany)

Oblikovanje i prijelom / Layout

Daria Mustić & Bogdan Dugonik

Tisak /Printed by

HKD & NONACOM

Tiskano u 300 primjeraka CD-a / issued as 300 CDs (Printed as manuscript)

CIP zapis dostupan u računalnom katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 809294

ISBN: 978-953-6226-23-8

UREDNIŠTVO SE OGRAĐUJE OD JEZIČNIH I TISKARSKIH POGREŠAKA / EDITORIAL COMMITTEE DISCLAIMS RESPONSIBILITY FOR LANGUAGE AND PRINTING ERRORS

Projekt br.128-000000-3620: HRVATSKA MEDIJSKA KOMUNIKACIJA U KONVERGENTNOM OKRUŽENJU / CROATIAN MEDIA COMMUNICATION IN CONVERGENT ENVIRONMENT (Knjiga 5.)

Glavni istraživač / Head of the research project: Prof.dr.sc.Mario Plenković

**DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA 2012. – DR.JURAJ
PLENKOVIĆ**

**SOCIETY AND TECHNOLOGY 2012 –
DR.JURAJ PLENKOVIĆ**

**XIX. MEĐUNARODNI ZNANSTVENI SKUP
XIX. INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE**



**HRVATSKO KOMUNIKOLOŠKO DRUŠTVO
CROATIAN COMMUNICATION ASSOCIATION**

&

INTERNATIONAL FEDERATION OF COMMUNICATION ASSOCIATION

&

**Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija / University of Rijeka,
Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija**

**Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet, Katedra za komunikologiju / University of Zagreb, Faculty of
Graphic Arts, Department of Communication Science, Zagreb**

**Visoka škola za poslovanje i upravljanje „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić / College of Business
and Management „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić**

Alma Mater Europea – European Center Maribor (AMA – ECM)

Informatologia & Media, Culture and Public Relations & RIS & MediaNet & Presscut

Zagreb, 2012.

Editorial / Uvodnik

SOCIETY AND TECHNOLOGY (1994. – 2012.)

DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA (1994. – 2012.)

Mario Plenković

*University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts, Department of Communication Science, Zagreb, Croatia
Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet, Katedra za komunikologiju Zagreb, Hrvatska*

Distinguished traditional 19th International Scientific Conference "SCIENCE AND TECHNOLOGY 2012 - Dr. Juraj Plenković" is held in memory of its founder and longtime leader, respected scientist - late Professor Juraj Plenković, President of the Organizing and Scientific Committee of "SOCIETY AND TECHNOLOGY". This is a respected and traditional XIX. International Scientific Conference "SCIENCE AND TECHNOLOGY 2012 - Dr. Juraj Plenković", which takes place from 28th to 30th June 2012 in Lovran, in full nineteen scientific years of continuity (1994 to 2012). In recent 19 years of organization of international conferences "SCIENCE AND TECHNOLOGY" at the conferences participated actively 3650 prominent scientists, experts, guests, public and political workers from many countries (Croatia, Slovenia, Austria, Italy, Germany, France, England, Finland, Czech Republic, Slovakia, Poland, Russia, Ukraine, Estonia, Lithuania, Bulgaria, Albania, Macedonia, Serbia, Bosnia and Herzegovina, Montenegro, Portugal, Spain, Japan, China, India, Taiwan, USA, Australia and Canada) what gives a special scientific and political significance of the gathering of eminent scientists from developed countries with developed basic technologies and applied science with deeply rooted scientific tradition, high technology and advanced democracies. When it was founded in 1994, by distinguished professor Juraj Plenković, the scientific international conference was guided by the idea of the technological advances of modern and developed democratic foundations of the Croatian society based on knowledge. Professor Plenković built his scientific reputation

Uvaženi tradicionalni 19. Međunarodni znanstveni skup „DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA 2012. – Dr. Juraj Plenković“ održava se u znaku sjećanja na njegovog utemeljitelja i dugogodišnjeg voditelja cijenjenog i uvaženog preminulog znanstvenika prof.dr.sc. Juraja Plenković, predsjednika Organizacijskoga i Znanstvenoga odbora „DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA“. Riječ je o uvaženom i tradicionalnom XIX. Međunarodnom znanstvenom skupu „DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA 2012 - Dr. Juraj Plenković“, koji se održava od 28. do 30. lipnja, 2012. godine u Lovranu, u punom devetnaestogodišnjem znanstvenom kontinuitetu (1994. – 2012.). U proteklih 19. godina organizacije međunarodnih znanstvenih skupova »DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA« na skupovima je aktivno sudjelovalo 3650 uglednih znanstvenika, stručnjaka, uzvanika, javnih i političkih djelatnika iz brojnih zemalja svijeta (Hrvatska, Slovenija, Austrija, Italija, Njemačka, Francuska, Engleska, Finska, Češka, Slovačka, Poljska, Rusija, Ukrajina, Estonija, Litva, Bugarska, Albanija, Makedonija, Srbija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Portugal, Španjolska, Japan, Kina, Indija, Tajvan, SAD, Australija i Kanada) što daje poseban znanstveni i politički značaj u okupljanju eminentnih znanstvenika iz reprezentativnih zemalja razvijenih bazičnih tehnologija i primjenjenih znanosti s duboko ukorijenjenom znanstvenom tradicijom, visokom tehnologijom i razvijenim demokracijama. Kada je 1994. godine utemeljen ovaj priznati znanstveni međunarodni skup cijenjeni i uvaženi prof.dr.sc. Juraj Plenković vođen je idejom o tehnološkom napretku moderne i demokratski razvijene Republike Hrvatske na temeljima društva znanja. Znanstveni ugled i

and career in Croatia and in several foreign countries, mostly in Poland, Russian Federation, Ukraine and Slovenia. He has published numerous scientific and professional papers at home and abroad: books/ university textbooks, monographs, chapters in books, magazines, books and journalistic works. His dynamic creativity in the country contributed to numerous international research projects which have enriched our international scientific and technological cooperation. The acquired international scientific contacts and international friendship, were the base of international conference. That was the basic concept of 1st "Society and Technology" (Opatija, 1994.). And this year, after him, we organized the XIX. International conference on scientific base and coordinates of official claim that Croatia, as a country, is "society of knowledge" - with an extended name, in memory of its founder, "SCIENCE AND TECHNOLOGY 2012 - Dr. Juraj Plenković". The proclamation of the country "society of knowledge" is undoubtedly a source of inspiration, we hope, to all participants of the Symposium which is thematically devoted to aspects of education in vertical, and in harmony of horizontal and vertical in education system, which includes upbringing. Profiled feature of this international conference and all participants, a great number of experts from home and abroad, is widely possibility of permeation of top scientists - theoreticians, and excellent pragmatics, which in the days of the conference meet in full attention and shapes, they exchange ideas from their inspiration, which the researchers - theorists turn to experts and practitioners, with a plentiful supply of new knowledge, and practitioners address to the theorists with observations and perceptions in favor of a better, wider and more complete application of the latest achievements of modern scientific thought in the levels of social life and everyday technology. Such a creative relationship in a broad comprehensive communication and interaction is a valuable feature of this kind of international conference "Society and Technology - Dr. Juraj Plenković", now held in nineteenth annual continuity. We are proud to say, in particular all members of the Organizing and Scientific Committee, that each year the total range conference is an inspiration

karijeru izgradio je u Hrvatskoj i u nekoliko stranih zemalja, najviše u Poljskoj, Ruskoj Federaciji, Ukrajini i Sloveniji. Objavio je brojne znanstvene i stručne radove u domovini i inozemstvu: knjige/sveučilišne udžbenike, monografije, poglavlja u knjizi, časopisima, zbornicima i publicističkim radovima. Njegovo dinamičko stvaralaštvo u domovini pridonosilo je brojnim međunarodnim znanstvenim projektima koji su obogatili našu međunarodnu znanstvenu i tehnološku suradnju. Na stečenim međunarodnim znanstvenim kontaktima i međunarodnom prijateljstvu prof.dr.sc. Juraj Plenković koncipirao je ovaj značajan međunarodni znanstveni skup društva znanja i visoko razvijene tehnologije. To je bila osnovna koncepcija I. skupa „DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA“ (Opatija, 1994.) i zasluga njegovog utemeljitelja prof. dr.sc. Jurja Plenković. I ove godine, nakon njega, organizira se XIX. Međunarodni znanstveni skup na znanstvenim postavkama i koordinatama službene proklamiranosti Republike Hrvatske kao zemlje – „društva znanja“ s proširenim nazivom skupa, na spomen njegovom utemeljitelju, „DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA 2012 – Dr. Juraj Plenković“. Ta proklamacija zemlje „društva znanja“ je nedvojbeno izvor nadahnuća, nadamo se, svima sudionicima ovogodišnjega znanstvenoga skupa koji je i tematskim naglascima posvećen aspektima obrazovanja u vertikali, kao i harmoniji horizontale i vertikalne u sustavu obrazovanja, što podrazumijeva i odgoj. Profilirana značajka ovoga međunarodnoga znanstvenog skupa i svih sudionika, brojnih stručnjaka iz zemlje i inozemstva, je u širokoj mogućnosti prožimanja vrhunskih znanstvenika – teoretika, i vrsnih pragmatika, koji se u danima održavanja skupa susreću punom pozornošću i oblicima, opsezima i obujmom razmjene ideja iz svojih tvoračkih nadahnuća, kojima se znanstvenici - teoretici obraćaju stručnjacima praktičarima, obilatim ponudama novih spoznaja, a praktičari se obraćaju teoreticima s napomenama i opažajima u korist što bolje, što šire i što potpunije primjene najnovijih dostignuća suvremene znanstvene misli u razinama životne društvene i tehnološke svakodnevice. Takav kreativan odnos u široko obuhvatnoj komunikacijskoj interakciji je i svojevrsna dragocjena osobitost ovoga međunarodnoga znanstvenoga skupa „Društvo i tehnologija – Dr. Juraj Plenković“, sada već XIX.

for participants, and reinforces the motivation for a new creative endeavor, new results and plan to participate at the next meeting, the coming year, and we thank to all who participate continuously from the first international conference "Society and Technology", 1994., in the Hotel "Imperial" in Opatija, and to many prestigious international and local scientists and the public and political officials who, with the authority of its achievements, attended the conference and contributed systematically till today, expanding the network of cooperation with prominent national and international scientific centers from which the representative came to us, ensuring the highest level of creativity of this particular gathering of creative power in science and pragmatic applications of scientific offer. I emphasise the particular significance of all these, as the expression of the spirit and meaning of the international symposium Society and Technology, in the years of war in Croatia, when the world's scientists-participants, with admiration and deepest impressions discover the spiritual and creative capacities of Croatian scientific thinking and developments. That was the warranty, in these war years, that the government of Croatia, as soon as peace comes and its full sovereignty, will develop in all vital areas of dynamic and quality on behalf of continued support and advocacy to a modern democratic state. In range of values obtained with pride, as well as proclaiming expected, we warmly welcome the organization of the conference and participants and we wish you personal inspiration for the better and more successful participation in the life and work of the nineteenth international conference "Society and Technology 2012 - Dr. Juraj Plenković".

put, u godišnjem kontinuitetu. Ponosni smo što možemo ustvrditi, posebno svi članovi Organizacijskoga i Programskoga odbora, da svake godine ukupan doseg skupa egzaktno nadahnuje svakog od sudionika i ojačava motive za nova stvaralačka pregnuća, nove rezultate i planiranje sudjelovanja na idućem skupu, nailazeće godine, pa mi budi dopušteno zahvaliti se svima koji sudjeluju kontinuirano od I. međunarodnoga znanstvenoga skupa „Društvo i tehnologija“, 1994., u Hotelu „Imperial“ u Opatiji, kao i mnogim uglednim svjetskim i domaćim znanstvenicima te javnim i političkim djelatnicima koji su, autoritetom svojih postignuća, sudjelovali na skupu i pridonosili sustavno, do danas, širenju mreže suradnje s istaknutim domaćim i svjetskim znanstvenim središtima iz kojih su reprezentativni stizali k nama, osiguravajući najvišu stvaralačku razinu ovoga osobitoga okupljanja kreativnih snaga u znanosti i pragmatičnim aplikacijama obilatih znanstvenih ponuda. Podsjetio bih na osobito značenje svega rečenoga, kao izraza duha i smisla međunarodnoga znanstvenog skupa DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA, u godinama rata u Hrvatskoj, kada su svjetski znanstvenici–sudionici skupa, s divljenjem i najdubljim dojmovima otkrivali duhovne, stvaralačke kapacitete hrvatske znanstvene misli i dostignuća spremnih za uspješnu znanstvenu i tehnološku primjenu u praksi. To je bilo i jamstvom, tih ratnih godina, da će se država Hrvatska, odmah nakon postizanja mira i svoje pune suverenosti, razvijati u svim vitalnim područjima dinamično i kvalitetno u ime potpore i kontinuiranoga zagovaranja da se kao moderna demokratska država, uspješno nađe u društvu najrazvijenijih država suvremenoga svijeta, a poglavito suvremene Europe. U spektru vrijednosti, s ponosom postignutih, kao i naviještanju očekivanih, srdačno pozdravljamo organizaciju skupa i želimo sudionicima osobna nadahnuća za što kvalitetnije i uspješnije sudjelovanje u životu i radu ovoga XIX. Međunarodnoga znanstvenoga skupa „Društvo i tehnologija 2012 – Dr. Juraj Plenković“.

Prof.dr.sc. Mario Plenković,
Predsjednik Programskog odbora „DIT
2012“/President of the Programme Committee

Zagreb, 10.06.2012.

**JURAJ PLENKOVIĆ - UTEMELJITELJ MEĐUNARODNOG ZNANSTVENOG
SKUPA DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA (1994-2011)**

**JURAJ PLENKOVIĆ – FOUNDER OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC
CONFERENCE SOCIETY AND TECHNOLOGY (1994-2011)**



**Prof.dr.sc. Juraj Plenković, akademik
(1934-2011)**

**Predsjednik Organizacijskog i Znanstvenog odbora „Društvo i tehnologija“ – DIT 1994-2011
President of the Organizing committee and Scientific committee „Society and Technology“ – DIT
1994-2011**

FAITH AND COMMUNICATION AMONG NATIONS

VJERA I KOMUNIKACIJA MEĐU NARODIMA

Faith in oneself, faith in others, faith in society, faith in all that is noble and good, faith in the common good ... It is always a motivation to progress and especially in the current crisis, it is a force which helps us to get out of it. The very notion tells us that we all, though of different faiths, are members of the public good, and that we are oriented to achieve a more beautiful life on this Planet. We all strive to a single goal - the common good, which connects us and we are formally different. Anyone who contributes more to the common good of those who held the lead, and the spiritual forces of man transcends the former power of mass religious affiliation. In the world there are a number of different religious orientations, and it is a powerful person who

Vjera u samoga sebe, vjera u druge, vjera u društvo, vjera u sve što je plemenito i dobro, vjera u opće dobro... Uvijek je motivacija za napredak i posebno u sadašnjoj krizi snaga da se pomogne izaći iz nje. Sam pojam koji obrađujemo daje nam da smo svi, iako različitih vjera, pripadnici općeg dobra, i da smjeramo putu ostvarivanja ljepšeg života, i dostojnijega, na Planetu. Svi težimo jedinstvenom cilju – općem dobru, što nas povezuje a u formalnom smo različiti. Onaj tko više pridonosi općem dobru se drži onim koji prednjači, a duhovna snaga čovjeka nadmašuje nekadašnju moć masovnosti vjerskoj pripadnosti. U svijetu postoji veliki broj različitih vjerskih opredjeljenja i upravo je snažan onaj tko je tvorac

is the creator of benevolence which a reasonable person weighs. That's why there are great scientific forces within each faith, and the former conflicts in this area in the modern world and time become joint power in helping one another, what reinforces the ones who strive the most to that. While respecting the specificity and the right of everyone to pursue their belief in the essence of the moment, it is shown that tolerance of scientific approach, progress, humanization and universal good is getting us closer to becoming unique without destroying tradition on which the faith is based. Science and religion are intertwined as indicated by the study approach and education at universities, which open new horizons in knowing tolerance and togetherness. Strength is in science, if it is applicable to human life. It becomes a decisive factor in changing the bright future that leaves traces sweeping unhappiness of many people and contributes to the achievement of a new life in new situations. We may need to recommend that we all touch each other hands of mutual fellowship in the energy community, in which each person contribute to progress appropriately. Since we are the creators of high technology that affects our behavior changes, science will help us that religion ethics created for understanding of each nation, becomes binding, for changes in lifestyles and individuals. Wars, these causes of suffering, the physical and mental mutilation, many people become irrelevance of the future man ... The beauty of folklore living and expressions reflected in religious affiliation, becomes beauty that supersedes drab in human communication as it attracts and tells us: look, accept what is good, because I love you. I emphasize that no one has the right to demolish the traditional beauty and behavior in some of the religious affiliation, but everyone should rightly contribute to the progress of human society in the name of the common good. Otherwise, there is a risk to their own identity. We often wonder, in the present day, where is our identity because we do not find it, because there is no form of religious emphasis and it is often abused term, justifying the mixing of the people in the middle or the state. Precisely, by destroying centuries-old customs and traditions, we violate the individuality. We are proud to always emphasize individuality, but also respect others, and by doing so we also respect ourselves, as spoke by croatian poet Petar Preradović: "Respect the others, by be proud by yours." What is not bad, but deliberately contributes to progress. Those who optimistically look to themselves and society, foresee that if you are on an ocean in a boat that sinks, if you would not think of your own beliefs, you would, as logs, fall to the bottom. Man is the most beautiful creature on the planet, and as such should always climb to the summit of humanity towards self and others, and its size becomes the force that pleases him. To build morality, materiality, the imaginative, it is

dobrohotnosti kojoj svatko razuman teži. Zato i postoje velike znanstvene snage unutar svakoga vjerovanja i nekadašnji sukobi na tom području u suvremenom svijetu i vremenu postaju zajedničkom snagom u pomaganju jednih drugima, što osnažuje najviše one koji tome teže.

Poštivajući specifičnosti i pravo svakoga da ostvaruje svoje uvjerenje u ovome momentu Bitnosti, pokazuje se da tolerancija znanstvenom pristupu, napretku, humanizaciji i sveopćem dobru, približavamo se i postajemo jedinstveni i ne rušeci tradiciju i temeljitost na kojima vjere postoje. Znanost i religija se prepliću što pokazuju studijski pristupi i edukacija na njihovim sveučilištima koji otvaraju nove vidike u spoznavanju snošljivosti i zajedništva. Snaga je u znanosti, ako je ona primjenljiva u čovjekovu životu. Ona postaje presudni čimbenik u promjeni koja svijetli budućnosti koja ostavlja brišući tragove nesretnosti mnogih naroda i pridonosi u ostvarivanju novoga života u novonastalim situacijama. Možda treba preporučiti da svi dotičemo ruke uzajamno i u energijskom zajedništvu, svatko na sebi primjeren način pridonosi napretku. Budući da smo tvorci visoke tehnologije koja utječe na mijene našega ponašanja, znanost će nam pomoći da etičnost stvorena u religijskom shvaćanju svakoga naroda, postane vezivo koje, u promijeni načina života, mijenjajući svijet, mijenja i pojedinca tj. mijenja i samoga sebe...Ratovi, ti uzroci stradanja, u osakaćenosti fizičkoj i psihičkoj, mnogih ljudi, postaju bespredmetnost budućega čovjeka... Ljepota koju u folkloru življenja i izraza ogleđamo u pripadnosti vjerama, postaje ljepotom koja dokida sivilo u ljudskom komuniciranju i kao da privlači i govori nam: pogledaj, prihvati što je dobro, jer te volim. Ističem da nitko nema pravo rušiti tradicionalnu ljepotu i ponašanje u nekoj od vjerskih pripadnosti, ali svatko mora i s pravom, pridonositi napretku ljudskoga društva u ime općega dobra. U suprotnom, nastaje rizik za vlastiti identitet. Često se pitamo, u suvremenosti, gdje nam je identitet, jer ga ne nalazimo, jer bez oblika vjerskoga isticanja on nestaje i često ga zlorabimo u izrazu, opravdavajući izmještanosti naroda u sredini ili državi. Upravo, rušeci običaje i vjekovnu tradiciju, narušavamo vlastitost. S ponosom uvijek naznačujemo vlastitost, ali s osviještenošću znakom da smo u zajedništvu, pa poštivajući druge, poštivamo i sebe, kao što je govorio hrvatski pjesnik Petar Preradović: "Tuđe poštuj, a svojim se diči", što nikome ne nanosi loše, nego smišljeno pridonosi napretku. Oni koji optimistički gledaju na same sebe i društvo, previđaju da, kada bi se nalazili na nekom oceanu, u nekoj brodici koja tone, ako se ne bi sjetili svojega vjerovanja, padaju kao trupci na dno. Čovjek je najdivnije biće Planeta i kao takav se treba uvijek uspinjati do vrhunca humanosti prema sebi i drugima, a njegova veličina time postaje snagom koja ga usređuje. Graditi moralnost, materijalnost, idejnost, je

difficult to mitigating the ruins of the past. Here science is becoming a priority with the strength that will always tend to quality of life and therefore, day by day, the strength of religious institutions is growing, and they express a strong cry that their scientific institutions is becoming more acceptable. Therefore, institutes and universities, the religious field, in my opinion, will be more developed and growing influence of human spirituality. Today we all talk about democracy and everyone would be offended when someone would complain that he did not behave democratically. Let each of you ask yourself a question, how are you trained for accomplishment of democracy. Therefore, to democracy we often incorporate the overall behavior, ignoring the need to educate, gradually, to democracy and often misunderstood many artists that are not members of democracy, because they are seriously warned that the most severe form, when democracy turns into anarchy, as a result of human misunderstanding, lack of education. Rites and highlight the holiness, the "warning signal" for those in need of fellowship, that would not be marked as loners, indicating that their size, strength, led by the leadership of respective religious communities, in groupishness not as a mass psychologically strong force, but as a milieu, which offers hand to anyone who loves peace and life, or life in peace. So let us always be in hoping, faith and encouragement of our everyday lives, as our underlying motive and driving force toward the good - the common good.

teško na olakotnim ruševinama iz prošlosti. Tu znanost postaje prioritarnom snagom koja će uvijek smjerati kvalitetnijem životu i stoga iz dana u dan broj vjerskih institucija raste i one izražavaju svoj snažni usklik koji u njihovim znanstvenim institucijama postaje sve prihvatljiviji. Zato, instituti i fakulteti, iz vjerskih područja, po mom mišljenju, će se sve više razvijati i sve jače utjecati na čovjekovu duhovnost. Danas svi govorimo o demokraciji i svatko bi se uvrijedio kada bi mu se prigovorilo da se nije demokratski ponašao. Neka svatko sam sebi postavi pitanje, koliko je educiran za ostvarivanje demokracije. Zato, u demokraciju često uvrštavamo svekoliko ponašanje, zanemarujući da se treba obrazovati, postupno, za demokraciju i često krivo tumačimo mnoge autore da nisu pripadnici demokracije, jer su ozbiljno upozoravali da je najteži oblik, kada se demokracija pretvara u anarhiju, kao rezultanta ljudskoga nerazumijevanja, neobrazovanosti i neodgoja. Obredi i isticanje svetosti, su „signal upozorenja“ za one kojima je potrebno zajedništvo, da ne bi bili okljašteni kao samotnjaci, ukazuje da je njihova veličina, snaga predvođena čelništvom pripadajuće vjerske zajednice, u grupnosti koja nije kao neka masovna psihološki jaka sila, već je kao milje, koja pruža ruku svakome tko voli mir i život, ili život u miru. I zato neka uvijek bude u nama nadanje, vjernost i snaženje naše svakodnevice, kao naš temeljni motiv i pokretačka sila k dobru – općem dobru.

DIT 2009, Zadar, 26.06.2009

Prof.dr.sc.Juraj Plenković



PROGRAM / PROGRAMME**DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA 2012. – DR. JURAJ PLENKOVIĆ
SOCIETY AND TECHNOLOGY 2012 - DR. JURAJ PLENKOVIĆ**

XIX. MEĐUNARODNI ZNANSTVENI SKUP
XIX. INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE

28. – 30.6.2012.

HRVATSKA/CROATIA**Lovran**

Svečano otvaranje i radni početak skupa u četrvtak 28. 06. 2012. u 11:00 sati u hotelu
«Excelsior», Lovran

Openinig and beginning of the conference on Thursday 28th of June 2012 at 11:00 a.m. at the
hotel «Excelsior», Lovran

Organizatori/ Organized by:

**Međunarodna udruga komunikoloških društava/ International Federation of Communication
Associations- IFCA**

**Hrvatsko komunikološko društvo-HKD / Croatian Communication Association- CCA
Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija / University of Rijeka,
Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija**

**Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet, Katedra za komunikologiju / University of Zagreb, Faculty of
Graphic Arts, Department of Communication Science, Zagreb**

**Visoka škola za poslovanje i upravljanje „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić / College of Business
and Management „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić**

Alma Mater Europea – European Center Maribor (AMA – ECM)

Informatologia & Media, Culture and Public Relations & RIS & MediaNet & Presscut

Pokroviteljstvo / Sponsored by:

Prof.dr.sc. Vidoje Vujić, župan

PRIMORSKO-GORANSKA ŽUPANIJA / PRIMORSKO-GORANSKA COUNTY

www.hkd-cca.hr, <http://www.ifedca.org/>

SRIJEDA / WEDNESDAY 27.06.2012.**18,00 – 20,00: REGISTRACIJA SUDIONIKA / REGISTRATION OF PARTICIPANTS**

17:00 - 18:00: ORGANIZACIJSKI ODBOR/ ORGANIZING COMMITTEE – SAMO ZA ČLANOVE / MEMBERS ONLY

18:00 - 20:00: MEDIA, CULTURE AND PUBLIC RELATIONS (UREDNIČKI ODBOR / EDITORIAL BOARD) - SAMO ZA ČLANOVE / MEMBERS ONLY

21:30 – 22:30: CCA – IFCA - EDEN - INFORMATOLOGIA - SAMO ZA ČLANOVE / MEMBERS ONLY

ČETVRTAK / THURSDAY 28.6.**08,00 – 10,45: REGISTRACIJA SUDIONIKA / REGISTRATION OF PARTICIPANTS****11,00 – 13,00****CONGRESS HALL****Svečano otvaranje skupa i radni početak četvrtak 28. 6. 2012. u 11,00 sati u hotelu «Excelsior», Kongresna dvorana, Lovran***Opening and beginning of the conference on Tuesday 28th of June 2012 at 11,00 a.m. at the hotel «Excelsior», Congress Hall, Lovran***DRUŠTVO I TEHNOLOGIJA 2012/
SOCIETY AND TECHNOLOGY 2012****Voditelji /Chairmen:**

Vlado Galičić (Hrvatska/Croatia), Milan Jurina (Hrvatska/Croatia), Hiroshi Matsumoto (Japan/Japan), Slavo Kukić (Bosna i Hercegovina / Bosnia and Hercegovina), Majda Pšunder (Slovenija/Slovenia), Wojciech Walat (Poljska/Poland), Franko Rotim (Hrvatska/ Croatia)

POZDRAVNI GOVORI / INTRODUCTIONAL SPEECH**(I) DRUŠTVO, TEHNOLOGIJE I ŠKOLA BUDUĆNOSTI / SOCIETY, TECHNOLOGY AND SCHOOL OF THE FUTURE****POZVANA PREDAVANJA / INVITED LECTURES :**

Ivan Cifrić (Hrvatska / Croatia): ČOVJEK U DRUŠTVU I SISTEMU / INDIVIDUAL, SYSTEM AND SOCIETY

Jana Žiljak Vujić (Hrvatska/Croatia): PROJEKTIRANJE INFORMACIJA ZA VIZUALNI I INFRACRVENI SPEKTAR / DESIGNING INFORMATION FOR THE VISUAL AND THE INFRARED SPECTER

Perino Krneta(Hrvatska/Croatia): INFORMACIJSKI SUSTAV OBRAZOVANJA NA »VISOKIM UČILIŠTIMA«/ INFORMATION SYSTEM OF EDUCATION AT HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Milan Jurina (Hrvatska/Croatia): „BALTAZAR ADAM KRČELIĆ“ - OBRAZOVANJE ZA ŠKOLU BUDUĆNOSTI / „BALTAZAR ADAM KRČELIĆ“ – EDUCATION FOR THE SCHOOL OF THE FUTURE

13,00 – 14,30**Prezentacije/Presentations:**

Studijskih programa Visoke škole za poslovanje i upravljanje „Baltazar Adam Krčelić“/ College of Business and Management „Baltazar Adam Krčelić“ & Projekt „RIS software:Lumens5plus“ & „INFRAREDESIGN“
&

PRIGODNI COCKTAIL ZA SUDIONIKE SKUPA /COCKTAIL PARTY FOR THE CONFERENCE PARTICIPANTS

Stanka /Break

15,00 – 16,00

CONGRESS HALL

(II) NOVE INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE I EUROPSKA BUDUĆNOST / NEW INFORMATION TECHNOLOGIES AND EUROPEAN FUTURE

POZVANA PREDAVANJA / INVITED LECTURES :

Damir Buković i suradnici (Mate Pavić, Mirjana Radan, Dino Buković, Ahmad El-Saleh, Damir Buković jr., Željko Lah) (Hrvatska/Croatia): TEHNOLOGIJA APLIKACIJE OZONA U VITALNIM MEDICINSKIM PODRUČJIMA / TECHNOLOGY OF OZONE APPLICATIONS IN VITAL MEDICAL FIELDS

RIS software (STRUČNI TIM): NOVE IT APLIKATIVNE INTERNETSKE TEHNOLOGIJE I OBRAZOVANJE / NEW IT APPLICATION INTERNET TECHNOLOGIES AND EDUCATION

Stanka / Break

16,30 – 20,00

CONGRESS HALL

(III) NOVE ICT TEHNOLOGIJE, MEDIJI I E-OBRAZOVANJE/ NEW ICT TECHNOLOGIES, MEDIA AND E-EDUCATION

Voditelji/Chairmen:

Mile Pavlić (Hrvatska/Croatia), Jozsef Gyorkos (Slovenija/Slovenia), Slobodan Hadžić (Hrvatska/Croatia)

Marija Valčić, Vinko Morović, Mario Dumančić (Hrvatska/Croatia): PRIMJENA INFORMACIJSKIH SUSTAVA ZASNOVANIH NA QR KODU U PREZENTIRANJU HRVATSKE BAŠTINE/ IMPLEMENTATION OF QR CODE BASED INFORMATION SYSTEM INTO THE PRESENTATION OF CROATIAN CULTURAL HERITAGE

Matjaž Duh, Tomaž Bratina, Marjan Krašna (Slovenija/Slovenia): ULOGA DIGITALNIH KOMPETENCIJA U ELEKTRONSKOJ NASTAVI / THE ROLE OF DIGITAL COMPETENCES IN ELECTRONIC EDUCATION

Dina Lončarić, Martina Jurković (Hrvatska/Croatia): ULOGA E-LEARNINGA U STVARANJU KONKURENTSKE PREDNOSTI VISOKOOBRAZOVNE INSTITUCIJE / THE ROLE OF E-LEARNING IN CREATING COMPETITIVE ADVANTAGE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION

Krunoslav Antoliš (Hrvatska/Croatia): E-UČENJE NA VISOKOJ POLICIJSKOJ ŠKOLI / E-LEARNING AT THE POLICE COLLEGE

Vlado Galičić, Marina Laškarin (Hrvatska/Croatia): UTJECAJ INTERNETA NA KVALITETU PROVOĐENJA BOLONJSKOG PROCESA / THE INTERNET'S IMPACT ON THE QUALITY OF DELIVERING THE BOLOGNA PROCESS

Ninoslav Novak , Maja Lamza-Maronić, Koraljka Lozina(Hrvatska/Croatia): PROTOTIP INFORMACIJSKOG SUSTAVA ZA UPRAVLJANJE, KOORDINACIJU I NADZOR U VISOKOJ NAOBRAZBI - PRISTUP IZ OBLAKA / PROTOTYPE OF INFORMATION SYSTEM FOR MANAGEMENT, COORDINATION AND SUPERVISION IN HIGHER EDUCATION – ACCESS FROM THE CLOUD

Liljana Kač, Majda Pšunder (Slovenija/Slovenia): ULOGA IKT PRILIKOM OSPOSOBLJAVANJA UČITELJA ZA UVOĐENJE NOVINA / DIE ROLLE DER IKT IN DER LEHRERFORTBILDUNG BEIM EINSATZ DER NEUHEITEN

Leo Cvitanović, Igor Bojanić, Dražen Dragičević (Hrvatska/Croatia): INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKA (IC) TEHNOLOGIJA U KONTEKSTU MODERNE POLITIKE SUZBIJANJA KRIMINALA (KAZNA, NADZOR I 'NOVUS ORDO SECLORUM') / IC- TECHNOLOGY IN THE CONTEXT OF MODERN CRIMINAL POLICY (PENALTY, SURVEILLANCE AND 'NOVUS ORDO SECLORUM')

Bogdan Dugonik, Mario Plenković (Slovenija/Slovenia; Hrvatska/Croatia): IZAZOV NOVIH TELEVIZIJSKIH TEHNOLOGIJA I NJIHOV UTJECAJ NA OBRAZOVANJE / CHALLENGE OF NEW TELEVISION TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON EDUCATION

Ašenbrener, M., Šimunović, D., Dovedan Han, Z. (Hrvatska/Croatia): MODEL INFORMACIJSKOG SUSTAVA PLANIRANJA TV EMISIJA / INFORMATION SYSTEM MODEL FOR PLANNING BROADCASTING TV PROGRAMS

Allen Bartoš (Hrvatska/Croatia): ZNAČAJ I UTJECAJ ELEKTRONSKIH MEDIJA NA POPULARIZACIJU SPORTA / SIGNIFICANCE AND IMPACT OF ELECTRONIC MEDIA THE POPULARIZATION OF THE SPORT

Tea Baldigara, Ana Štambuk, Maja Mamula (Hrvatska/Croatia): UVID U EVOLUCIJU UPOTREBE INTERNETA – KVANTITATIVNI PRISTUP / AN INSIGHT INTO THE INTERNET USAGE EVOLUTION-A QUANTITATIVE APPROACH

Slavoljub Hilčenko (Srbija/Serbia): "EURO" - ANIMIRANI FILM, E-UČENJE U RAZREDNOJ NASTAVI SRBIJE / "EURO" - THE ANIMATED MOVIE, E-LEARNING IN ELEMENTARY SCHOOLS IN SERBIA

Marina Đukić (Hrvatska/Croatia): KRITIČKA ANALIZA NOVOMEDIJSKOG DISKURSA O IZVJEŠTAVANJU S POLUFINALNE UTAKMICE HRVATSKE I SRBIJE NA EUROPSKOM RUKOMETNOM PRVENSTVU 2012. Prisutnost ideološkog diskursa u online medijima i njegova manifestacija u društvenim mrežama / CRITICAL NEW MEDIA DISCOURSE ANALYSIS OF THE REPORTING ABOUT CROATIA VS. SERBIA SEMIFINAL MATCH ON EUROPEAN HANDBALL CHAMPIONSHIP 2012 Ideological discourse presence in online media and its manifestation in social networks

Slavko Šimundić, Danijel Barbarić(Hrvatska/Croatia): : RAZVOJ PRAVNIH EKSPERTNIH SUSTAVA I NJIHOVA PRIMJENA U PODRUČJU PRAVNIH ZNANOSTI / DEVELOPMENT OF LAW EXPERT SYSTEMS AND THEIR APPLICATION IN LAW SCIENCE

Darko Matotek, Nada Bosanac (Hrvatska/Croatia): KOMPARATIVNA ANALIZA NACIONALNIH REGISTARA KORISNIKA E-RAČUNA / COMPARATIVE ANALYSIS OF NATIONAL REGISTRY OF E-INVOICING

Mandi Orlić, Marija Marinović (Hrvatska/Croatia): PRIMJENA METODE GLAVNIH KOMPONENATA U RAZLIČITIM PODRUČJIMA ISTRAŽIVANJA / IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS IN VARIOUS FIELDS OF RESEARCH

Lana Domšić, Petra Popek Biškupec, Marija Valčić (Hrvatska/Croatia): POBOLJŠANJE POSLOVANJA KULTURNIH INSTITUCIJA PRIMJENOM WEB 2.0 TEHNOLOGIJA / IMPROVING THE BUSINESS OF CULTURAL INSTITUTIONS USING WEB 2.0 TECHNOLOGIES

Danijela Subotić, Patrizia Pošćić, Vanja Slavuj (Hrvatska/Croatia): OLAP ALATI U NASTAVI / OLAP TOOLS IN EDUCATION

Andrej Šafhalter (Slovenija/Slovenia): UČIONICA U OBLAKU / CLOUD CLASSROOM

Anita Prelas Kovačević, Marijana Špoljarić, Ivan Heđi (Hrvatska/Croatia): PRIMJENA CLOUD COMPUTING – A U VISOKOM OBRAZOVANJU NA PRIMJERU MODELA PRIJAVE ZAVRŠNIH RADOVA PRIKAZANOGA SDL JEZIKOM / APPLICATION OF CLOUD COMPUTING IN HIGHER EDUCATION IN CASE OF MODEL FOR FINAL WORK APPLICATIONS DISPLAYED WITH SDL LANGUAGE

Valter Popeškić, Božidar Kovačić (Hrvatska/Croatia): KOGNITIVNE MREŽE - MREŽE BUDUĆNOSTI / COGNITIVE NETWORKS THE NETWORKS OF THE FUTURE

Mario Plenković, Slobodan Hadžić, Jelena Hadžić (Hrvatska/Croatia): KORELACIJA KVALITETE MEDIJSKE PRODUKCIJE I POKAZATELJA USPJEŠNOSTI POSLOVANJA HRVATSKIH MEDIJSKIH ORGANIZACIJA / CORRELATION BETWEEN MEDIA PRODUCT QUALITY AND CROATIAN MEDIA ORGANIZATIONS PERFORMANCE INDICATORS

DISKUSIJA / DISCUSSION

16,30 – 20,00

DVORANA A / ROOM A

(IV) KOMUNIKACIJSKI MENADŽMENT I ODNOSI S JAVNOSTI(MA) / COMMUNICATION MANAGEMENT AND PUBLIC RELATION(S)

Voditelj/Chairmen:

Jozef Macko (Slovačka/Slovakia), Slobodan Hadžić (Hrvatska/Croatia), Amos Bianchi (Italija/Italy)

Ksenija Čulo, Vladimir Skendrović (Hrvatska/Croatia): KOMUNIKACIJA U PREGOVARANJU / COMMUNICATION IN NEGOTIATIONS

Brano Markić (Bosna i Hercegovina / Bosnia and Herzegovina): PROCES OTKRIVANJA ZNANJA ZA IZGRADNJU PROFILA KUPACA / KNOWLEDGE DISCOVERY PROCESS FOR BUILDING CUSTOMER PROFILES

Igor Pšunder, Mirko Pšunder, Ksenija Golob (Slovenija/Slovenia): UTJECAJ GOSPODARSKOG RASTA NA TRŽIŠNU VRIJEDNOST NEKRETNINE: PRIMJER SLOVENIJE / THE IMPACT OF ECONOMIC GROWTH ON THE MARKET VALUE OF REAL ESTATE: CASE SLOVENIA

Olivera Međugorac, Jana Žiljak Vujić, Ivana Žiljak Stanimirović(Hrvatska/Croatia): ULOGA PAKIRANJA I MOGUĆNOSTI INFRAREDIZAJNA U U UKUPNOM MARKETINŠKOM MIXU I IZGRADNJI POVJERENJA POTROŠAČA PODIZANJEM SIGURNOSTI AMBALAŽE / ROLE OF PACKAGING AND INFRAREDESIGN OPPORTUNITIES AS PART OF MARKETING MIX - BUILDING OF CONSUMER TRUST THROUGH THE INCREASED LABELLING PROTECTION

Popović Goran, Grmuša Tanja, Popović Maša(Hrvatska/Croatia): INFORMIRANOST STUDENATA O EUROPSKOJ UNIJI I ZAVRŠETKU HRVATSKIH PRISTUPNIH PREGOVORA / STUDENTS KNOWLEDGE ABOUT THE EUROPEAN UNION AND COMPLETION CROATIAN NEGOTIATION PROCESS

Joško Sindik, Snježana Konopljak, Ljubica Bakić-Tomić (Hrvatska/Croatia): CONSTRUCT VALIDITY OF THE QUESTIONNAIRE OF THE CONFLIT MANAGEMENT STRATEGIES AT CIVIL SERVANTS IN THE CONSTITUTIONAL COURT / KONSTRUKTNA VALJANOST UPITNIKA STRATEGIJA UPRAVLJANJA KONFLIKTIMA KOD DRŽAVNIH SLUŽBENIKA USTAVNOG SUDA

Jadranka Kunac (Hrvatska/Croatia): SUSTAVNI RAZVOJ POSLOVNOG KOMUNICIRANJA U BANKARSTVU / THE SYSTEMATIC DEVELOPMENT OF BUSINESS COMMUNICATION IN BANKING

Stjepan Posavec, Karlo Beljan (Hrvatska/Croatia): ANALIZA GOSPODARSKIH CILJEVA PRIVATNIH ŠUMOVLASNIKA U REPUBLICI HRVATSKOJ / MANAGEMENT GOALS ANALYSES OF PRIVATE FOREST OWNERS IN CROATIA

Filip Cvitić (Hrvatska/Croatia): POVEZANOST BRENDOVA I ABECEDA / CONNECTION BETWEEN BRANDS AND THE ALPHABET

Zoran Jevtović, Dragana Pavlović, Tatjana Vulić (Srbija/Serbia): POLITIČKO KOMUNICIRANJE I KREIRANJE JAVNOSTI / POLITICAL COMMUNICATION AND THE CREATION OF PUBLIC

Neven Garača, Milijanka Ratković, Saša Raletić (Hrvatska/Croatia): KOMUNIKACIJOM DO KONKURENTSKIH PREDNOSTI / ACHIEVING COMPETITION ADVANCEMENT THROUGH COMMUNICATION

Zlatko Lacković, Krešimir Lacković (Hrvatska/Croatia): TEMELJNI ČIMBENICI TIMSKOG RADA U GRADITELJSTVU / BASIC FACTORS OF THE TEAM WORK IN THE CIVIL ENGINEERING

Josip Ostojić (Hrvatska/Croatia): INTEGRALNOST OSIGURATELJNIH PROIZVODA / INTEGRITY OF INSURANCE PRODUCTS

Slavko Šimundić, Danijel Barbarić (Hrvatska/Croatia): ODNOSI S JAVNOŠĆU I ODNOSI S MEDIJIMA / PUBLIC RELATIONS AND RELATIONS WITH THE MEDIA

Filip Matošić (Hrvatska/Croatia): NEVERBALNA KOMUNIKACIJA I PREGOVORI U DIPLOMATSKIM ODNOSIMA / VERBAL COMMUNICATION AND NEGOTIATION IN DIPLOMATIC RELATIONS

Mario Plenković, Vlado Galičić, Vlasta Kučiš, Daria Mustić (Hrvatska/Croatia): UPRAVLJANJE KRIZNOM KOMUNIKACIJOM U TURIZMU / CRISIS COMMUNICATION MANAGEMENT IN TOURISM

Igor Rosić (Hrvatska/Croatia): EFIKASNOST I UČINKOVITOST MENADŽMENTA ZNANJA I NJегоVIH KOMPETENCIJA / EFFICIENCY AND EFFECTIVENESS OF MANAGEMENT KNOWLEDGE AND IST COMPETENCE

Linda Juraković, Nevenka Tatković (Hrvatska/Croatia): SUVREMENI MENEDŽMENT- IZAZOV ZA OSNOVNE I SREDNJE ŠKOLE / MODERN SCHOOL MANAGEMENT – CHALLENGES FOR PRIMARY AND SECONDARY SCHOOLS

Vlasta Kučiš (Slovenija/Slovenia): IZAZOVI VIŠEJEZIČNE POSLOVNE KOMUNIKACIJE (MIG-KOMM) / CHALLENGES OF MULTILINGUAL BUSINESS COMMUNICATION (MIG-KOMM)

Zoran Bručić (Hrvatska/Croatia): KOMUNIKATIVNI MODEL UČILIŠTA ZA ORGANIZACIJU KULTURNIH DJELATNOSTI - KAO NUŽNA POTREBITOST ZA AFIRMACIJU KULTURNE BAŠTINE I RECENTNE KULTURE U SFERI TURIZMA / COMMUNICATIVE MODEL OF A SCHOOL OF CULTURAL MANAGEMENT - A NECESSARY NEED FOR THE AFFIRMATION OF CULTURAL HERITAGE AND THE RECENT CULTURE IN THE SPHERE OF TOURISM

DISKUSIJA / DISCUSSION

PETAK / FRIDAY 29.6.**09,15 – 13,30****CONGRESS HALL****(V) ZNANOST, KULTURA, RELIGIJA, TEHNOLOGIJA I RAZVOJ DRUŠTVA / SCIENCE, CULTURE, RELIGION, TECHNOLOGY AND SOCIETY DEVELOPMENT**

Voditelji /Chairmen:

Zdravko Šorđan (Srbija/Serbia), Mirko Pšunder (Slovenija/Slovenia), Wojciech Walat (Poljska/Poland)

Antun Šundalić (Hrvatska/Croatia): IZMEĐU DRUŠTVA RADA I DRUŠTVA ZNANJA / BETWEEN THE SOCIETY OF WORK AND THE SOCIETY OF KNOWLEDGE

Slavo Kukić (Bosna i Hercegovina / Bosnia and Hercegovina) : KONFLIKTNA DRUŠTVA I TEMELJNA PITANJA EUROPSKE BUDUĆNOSTI / CONFLICT SOCIETIES AND THE BASIC ISSUES OF EUROPEAN FUTURE

Željko Pavić (Hrvatska/Croatia): ZNANOST I PSEUDOZNANOST U DRUŠTVIMA POSTMODERNE / SCIENCE AND PSEUDO-SCIENCE IN POSTMODERN SOCIETIES

Jadran Zalokar (Hrvatska/Croatia): POLILOŠKO KNJIŽNIČARSTVO U KONTEKSTU MIŠLJENJA PLANETARNOG POLILOGA / POLILOGY LIBRARIANSHIP IN THE CONTEXT OF PLANETARY POLILOGIST OPINION

Ana Ištaković (Hrvatska/Croatia): HRVATSKA U MULTIKULTURALNOM SVIJETU / CROATIA IN THE MULTICULTURAL WORLD

Zdravko Šorđan (Srbija/Serbia): FUNKCIJA RELIGIJSKOG KOMUNICIRANJA U PROCESU RAZVOJA LIČNOSTI / FUNCTION OF RELIGIOUS COMMUNICATION IN THE PROCESS OF PERSONALITY DEVELOPMENT

Miriám Uhrinová, Jozef Zentko, Tomáš Jablonský (Slovačka/Slovakia): DUHOVNA NARODNA KULTURA U OBRAZOVNOJ STVARNOSTI U KONTEKSTU OSNOVNOG OBRAZOVANJA U SLOVAČKOJ/ SPIRITUAL FOLK CULTURE IN THE EDUCATIONAL REALITY IN THE CONTEXT OF PRIMARY EDUCATION IN SLOVAKIA

Milan Petričković (Srbija/Serbia): BIBLIJSKI MOTIV MORALNOG SAMOUSAVRŠAVANJA U ETIČKOJ REFLEKSIJI GREHA, STIDA, KAJANJA I PRAŠTANJA / BIBLICAL THEME OF MORAL SELF-IMPROVEMENT IN ETHICAL REFLECTION OF SIN, SHAME, REMORSE AND FORGIVENESS

Jozef Macko, Dana Blahútová, Nadežda Stollárová (Slovačka/Slovakia) : NADGLEDANJE VODENIH TOKOVA KAO OBLIK OBRAZOVANJA O OKOLIŠU / MONITORING OF WATER FLOWS AS A FORM OF ENVIRONMENTAL EDUCATION

Dragoslav Kočović (Srbija/Serbia): DRUŠTVENE VRIJEDNOSTI INDIJANSKIH RELIGIJA SJEVERNE AMERIKE / SOCIAL VALUES OF NORTH AMERICAN INDIAN RELIGIONS

Eduarad Pavlović, Marija Vučić Peitl, Vesna Pešić (Hrvatska/Croatia): MOZAK I SRCE: PAMET I OSJEĆAJI / ZASTARJELO – MODERNO / BRAIN AND HEART: BRAINS AND FEELINGS/ ARCHAIC-MODERN

Darja Kupinić Guščić (Hrvatska/Croatia): EVALUACIJA MEDIJSKE KOMUNIKACIJE S OSVRTOM NA NOVE MEDIJE I DRUŠTVENE MREŽE / MEDIA COMMUNICATION EVALUATION AND REVIEW ON NEW MEDIA AND SOCIAL NETWORKS

Joško Sindik, Silvija Degen, Ljubica Bakić-Tomić (Hrvatska/Croatia): POVEZANOSTI I RAZLIKE U NAČINU KOMUNICIRANJA I EMOCIONALNOJ KOMPETENCIJI KOD ODVJETNIKA I SUDACA / CORRELATIONS AND DIFFERENCES IN COMMUNICATION MODES AND EMOTIONAL COMPETENCE AT LAWYERS AND JUDGES

Zdenka Damjanić (Hrvatska/Croatia): USKLAĐIVANJE POSLOVNOG I OBITELJSKOG ŽIVOTA; UTJECAJ NA MAJČINSTVO / COMBINING WORK AND FAMILY LIFE; IMPACT ON MATERNITY

Dubravko Blaće, Gordana Ćorić, Ana Bačić (Hrvatska/Croatia): OPTIMIZACIJA TELEKOMUNIKACIJSKIH TROŠKOVA KAO ČIMBENIK RAZVOJA DRUŠTVA / OPTIMIZATION OF TELECOMMUNICATION COSTS AS A FACTOR OF SOCIAL DEVELOPMENT

DISKUSIJA / DISCUSSION

09:15-11:00

DVORANA A / ROOM A

(VI) DRUŠTVO I MEĐUGENERACIJSKI DIJALOG / SOCIETY AND INTERGENERATIONAL DIALOGUE

Voditelji /Chairmen:

Ludvik Toplak (Slovenija/Slovenia), Eduard Pavlović (Hrvatska/Croatia), Marija Ovsenik (Slovenija/Slovenia), Vladimir Lvov (Rusija/Russia)

Matej Peteh, Bojan Kern, Marija Ovsenik (Slovenija/ Slovenia): UKLJUČIVANJE STARIJIH U INFORMACIJSKO DRUŠTVO E- OPISMENJAVANJEM / INTEGRATION OF ELDERLY PEOPLE IN THE INFORMATION SOCIETY VIA E – LITERACY

Marija Ovsenik, Viktorija Bevc (Slovenija/ Slovenia): NASILJE NAD STARIJIM OSOBAMA U OBITELJI / VIOLENCE AGAINST THE ELDERLY IN THE FAMILY

Marija Ovsenik, Alojz Bratina, Danica Železnik, Ana Spitzer(Slovenija/ Slovenia): VRIJEDNOSTI NA PROPUHU/VALUES IN THE DRAFT

Marija Ovsenik, Bojan Kern, Jožef Ovsenik, Nikolaj Lipič (Slovenija/Slovenia): INTEGRALNI POGLED NA RIJEKU ŽIVOTA / INTEGRATED VIEW OF THE RIVER OF LIFE

Rok Ovsenik, Marija Ovsenik, Polona Kmetec, Urška Valenčak (Slovenija/ Slovenia): PRIPREMA NA UMIROVLJENJE I KVALITETA SLOBODNOG VREMENA SENIORA / PREPARATION FOR RETIREMENT AND QUALITY OF FREE TIME OF SENIORS

Patricija Jankovič (Slovenija/ Slovenia): ULOGA SPOLA U USPOSTAVLJANJU MEĐUGENERACIJSKOG DIJALOGA / THE ROLE OF GENDER IN ESTABLISHING THE INTERGENERATIONAL DIALOG

Tatjana Novak, Livija Pogačnik Jarec (Slovenija/ Slovenia): SLOBODNO VRIJEME I AKTIVNOSTI U TREĆEM RAZDOBLJU ŽIVOTA / SPENDING LEISURE TIME AND ACTIVITIES IN THE THIRD PERIOD OF LIFE

Nataša Demšar Pečak, Marija Ovsenik (Slovenija/ Slovenia): SOCIJALNI MARKETING U ULOZI INTERVENCIJE I MOTIVACIJSKA PRISTUP ZA RJEŠAVANJE PROBLEMA U PARTNERSKI ODNOS / SOCIAL MARKETING IN THE ROLE OF INTERVENTION AND A MOTIVATIONAL APPROACH TO RESOLVE PROBLEMS IN A PARTNER RELATIONSHIP

Rok Ovsenik, Damijana Vidic (Slovenija/Slovenia): ODNOS STARIJIH OSOBA PREMA SLOBODNOM VREMENU / SENIORS AND FREE TIME

DISKUSIJA/DISCUSSION

Stanka /Break

11,30-13:30**DVORANA A / ROOM A****(VII) INTERNACIONALNI OKRUGLI STOL „DRUŠTVO I MEĐUGENERACIJSKI DIJALOG“ /
INTERNATIONAL ROUND TABLE „SOCIETY AND INTERGENERATIONAL DIALOGUE“**

Voditelj/ Chairman:

Ludvik Toplak (Slovenija/Slovenia)

Sudionici/Participants:

Marija Ovsenik (Slovenija/Slovenia), Vladimir Rosić (Hrvatska/Croatia), Yves Rastimir Nedeljković (ECPD), Omer Ozer (Turska/Turkey), Minka Zlateva (Bugarska/Bulgaria), Gerhard Wazel (Njemačka/Deutschland), Ivan Cifrić (Hrvatska/Croatia), Slavo Kukić (Bosna i Hercegovina/Bosnia and Herzegovina), Dimitrije Popadić (Srbija/Serbia), Mladen Havelka (Hrvatska/Croatia), Barbara Toplak Perović (ESM), Daniela Roventa Frumusani (Rumunjska/Romania), Zbigniew Paszek (Poljska/Poland), Vlastimila Ptačnikova (Češka/Czech Republic), Zdravko Šorđan (Srbija/Serbia)

17,00 – 19,00**CONGRESS HALL****(VIII) „BOLONJSKI“ OBRAZOVNI PROCES I BUDUĆNOST OBRAZOVANJA / BOLOGNA
EDUCATION PROCESS AND THE FUTURE OF EDUCATION**

Voditelji / Chairmen:

Ksenija Čulo (Hrvatska / Croatia), Mirko Pšunder (Slovenija/Slovenia), Goran Popović (Bosna i Hercegovina)

Dragoslav Kočović (Srbija/Serbia): OBITELJ U FUNKCIJI ODGOJA I OBRAZOVANJA / FAMILY IN THE FUNCTION OF UPBRINGING AND EDUCATION

Jože Stropnik (Slovenija/Slovenia): SASTAVLJANJE I VREDNOVANJE TESTOVA ZA PROVJERU ZNANJA PREDMETA STUDENATA TEHNIKE U BOLONJSKOM STUDIJU / TEST COMPOSITION AND VALUATION FOR THE EXAMINATION OF TECHNICAL STUDENTS WITHIN THE BOLOGNA STUDY PROGRAMME

Vladimir Rosić (Hrvatska/Croatia): «BOLONJSKI » OBRAZOVNI PROCESI I KOMPETENCIJE NASTAVNIKA / "BOLOGNA" EDUCATIONAL PROCESSES AND COMPETENCE OF TEACHERS

Nina StropnikKunić (Slovenija/Slovenia): PRIORITETNI CILJEVI ŠKOLE S GLEDIŠTA UČITELJA I UČENIKA / SETTING SCHOOL PRIORITY GOALS FROM TEACHERS' AND STUDENTS' STANDPOINT

Renata Batelić (Hrvatska/Croatia): UTJECAJ SUVREMENE TEHNOLOGIJE NA NAČIN KOMUNIKACIJE MEĐU DJECOM I MLADIMA / THE IMPACT OF TECHNOLOGY ON MODERN COMMUNICATION AMONG CHILDREN AND YOUTH

MirosławBabiarz, Daniel Kukla (Poljska/Poland): U KRUGU BUDUĆNOSTI OBRAZOVANJA / IN THE CIRCLE OF THE FUTURE OF EDUCATION

Linda Juraković, Nevenka Tatković (Hrvatska/Croatia): KREATIVNOST KAO OBLIK KOMUNIKACIJE U ODGOJNO - OBRAZOVNOM RADU / CREATIVITY AS A FORM OF COMMUNICATION IN EDUCATION

DISKUSIJA / DISCUSSION

17,00 – 19,00

DVORANA A / ROOM A

(IX) TEHNOLOGIJA I SVJETSKI TURISTIČKI TREND OVI / TECHNOLOGY AND TOURISTIC TRENDS IN THE WORLD

Voditelji / Chairmen:

Vlado Galičić (Hrvatska/ Croatia), Jouko Havunen (Finska / Finland), Alan Labus (Hrvatska /Croatia)

Mislav Šimunić, Ljubica Pilepić, Maja Šimunić (Hrvatska/Croatia): TURIZAM I POSLOVANJE PUTEM WEB A: SEMANTIČKA PARADIGMA KAO PREDUVJET USPJEŠNOSTI / TOURISM AND E-BUSINESS: THE SEMANTIC PARADIGM AS A PRECONDITION FOR SUCCESS

Ines Milohnić, Josipa Cvelić Bonifačić (Hrvatska/Croatia): MENADŽMENT KONKURENTNOSTI KAMPOVA: TREND OVI I PRIMJENA INTERNETA/ MANAGEMENT CAMPS' COMPETITIVENESS: TRENDS AND USE OF INTERNET/

Maja Šimunić(Hrvatska/Croatia): SUVREMENI TREND OVI RATE I YIELD MANAGEMENT HOTELAS NAGLASKOM NA WEB BOOKING / MODERN TRENDS IN RATE AND YIELD MANAGEMENT IN HOSPITALITY POLICIES WITH AN EMPHASIS ON WEB BOOKINGS

Marina Laškarin (Hrvatska/Croatia): UPRAVLJANJE HOTELSKIM MARKETINGOM RUDARENJEM WEB PODATAKA / HOTEL MARKETING MANAGEMENT AND WEB DATA MINING/

Tea Baldigara, Ana Štambuk, Maja Mamula (Hrvatska/Croatia): DOPRINOS MODELIRANJU E-TURISTIČKE POTRAŽNJE / A CONTRIBUTION TO E-TOURISM DEMAND MODELLING

Mario Plenković, Vlasta Kučič (Hrvatska/Croatia): MEDIJSKA KONVERGENCIJA I NOVI SVIJET OVI VIRTUALNIH TURISTIČKIH DESTINACIJA / MEDIA CONVERGENCE AND NEW WORLDS OF VIRTUAL TOURISTIC DESTINATIONS

Rade Knežević, Renata Grbac Žiković (Hrvatska/Croatia): OBILJEŽJA POTROŠNJE VODE U HOTELIMA NA PODRUČJU RIJEKE / CHARACTERISTICS OF WATER CONSUMPTION IN HOTELS IN AREA OF RIJEKA

DISKUSIJA / DISCUSSION**SUBOTA / SATURDAY 30.6.2012.**

9,15 -10,30

CONGRESS HALL

(X) NOVINARSTVO I EUROPA (1992.-2012.) / JOURNALISM AND EUROPE (1992.-2012.)

Voditelji / Chairmen:

Slobodan Hadžić (Hrvatska /Croatia), Slavo Kukić (Bosna i Hercegovina/Bosnia and Herzegovina), Zdravko Sorđan (Srbija/Serbia)

Alan Labus (Hrvatska/Croatia): ZANIMANJE NOVINAR U NEZAVISNOJ DRŽAVI HRVATSKOJ / THE PROFESSION OF A JOURNALIST IN THE INDEPENDENT STATE OF CROATIA

Tanja Grmuša (Hrvatska/Croatia): DVA DESETLJEĆA HRVATSKOG NOVINARSTVA: ANALIZA PROŠLOSTI I IZAZ OVI BUDUĆNOSTI / TWO DECADES OF CROATIAN JOURNALISM: AN ANALYSIS OF PAST AND FUTURE CHALLENGES

Albert Kulla, Imrich Gazda (Slovačka/Slovakia): NAČINI IZVJEŠTAVANJA O KRŠĆANSTVU U SLOVAČKIM DNEVNIM LISTOVIMA / WAYS OF COVERAGE OF CHRISTIAN CREED IN SLOVAK DAILIES

Peter Kravcak (Slovačka/Slovakia): TELEVIZIJSKO TRŽIŠTE U SLOVAČKOJ: TELEVIZIJSKI GLEDATELJI NA TROŠAK "PEOPLE-METERA" / TV MARKET IN SLOVAKIA: TELEVIEWERS AT THE EXPENSE OF PEOPLE-METERS

Mario Plenković, Slobodan Elezović, Daria Mustić, Slobodan Hadžić (Hrvatska/Croatia): JOURNALISM AND EUROPE (1992.-2012.) PAST AND PRESENT / NOVINARSTVO I EUROPA (1992.-2012.) - PROŠLOST I SADAŠNJOST

DISKUSIJA / DISCUSSION

10,45 - 12,45

CONGRESS HALL

(XI) OKRUGLI STOL „NOVINARSTVO I EUROPA“ / ROUND TABLE „JOURNALISM AND EUROPE“

Voditelji / Chairmen:

Slobodan Hadžić (Hrvatska / Croatia), Slavo Kukić (Bosna i Hercegovina/Bosnia and Herzegovina), Zdravko Šorđan (Srbija/Serbia), Darja Kupinić Guščić (Hrvatska /Croatia)

09,15 - 11,00

DVORANA A /ROOM A

PREZENTACIJA SEMINARSKIH I DIPLOMSKIH RADOVA STUDENATA SPECIJALISTIČKOG STUDIJA KOMUNIKACIJSKI MENADŽMENT VISOKE ŠKOLE „BALTAZAR ADAM KRČELIĆ“ / PRESENTATION OF SEMINAR AND FINAL PAPERS OF „BALTAZAR ADAM KRČELIĆ“ STUDENTS

Voditelji / Chairmen:

Ozano Rokov (Slovenija /Slovenia), Ante Vukelić (Hrvatska /Croatia)

13,00 – 13,30:

CONGRESS HALL

ZAKLJUČAK ZNANSTVENOG SKUPA / CONCLUSION OF THE SCIENTIFIC CONFERENCE

Voditelji / Chairman: Prof.dr.sc. Vlado Galičić & Prof.dr.sc. Mario Plenković

15,00 – 16,00: ORGANIZACIJSKI ODBOR/ ORGANIZING COMMITTEE – CROATIAN COMMUNICATION ASSOCIATION & INFORMATOLOGIA (HKD – CCA – DIT 2012) - (Samo za članove / Members only)

17,00 – 18,00: INFORMATOLOGIA & DIT 2012 (Urednički odbor/Editorial Bord/Members only)

18,00: SKUPŠTINA HKD/CCA (Samo za članove/Members only)

02.- 06.07. 2012. SEMINAR ZA POLAZNIKE DOKTORSKIH STUDIJA (Samo za prijavljene / Members only):

Predsjednik Organizacijskog odbora/ President of the Organizing Committee:

Prof.dr.sc. Vlado Galičić

Predsjednik Programskog odbora/ President of the Scientific Committee:

Prof.dr.sc. Mario Plenković

Organizacijski odbor DIT 2012/ Organizing committee:

Amos Bianchi (Italija/Italy), Bogdan Dugonik (Slovenija /Slovenia), Slobodan Elezović, Vlado Galičić, Slobodan Hadžić, Perino Krneta, Vlasta Kučič (Slovenija/Slovenia), Darja Kupinić Guščić, Hiroshi Matsumoto (Japan), Vinko Morović, Daria Mustić, Mile Pavlič, Mario Plenković, Goran Popović, Mirko Pšunder (Slovenija/Slovenia), Milan Jurina, Zdravko Šorđan (Srbija/Serbia), Ludvik Toplak (Slovenija), Vidoje Vujić, Miodrag Živanović, (Srbija/Serbia), Wojciech Walat (Poljska/Poland).

Znanstveni odbor 2012/ Scientific committee:

Amos Bianchi (Italija/Italy), Waldemar Furmanek (Poljska/Poland), Vitomir Grbavac, Jozsef Gyorkos (Slovenija / Slovenia), Keval J. Kumar (India), Klaus Krippendorf (Philadelphia, USA), Slavo Kukić (Bosna i Hercegovina, Bosnia and Herzegovina), Vladimir Lvov (Rusija/Russia), Ruslan Motoryn (Ukrajina/Ukraine), Zbigniew Paszek (Poljska / Poland), Jože Perić (Hrvatska / Croatia), Mario Plenković, Majda Pšunder, (Slovenija/Slovenia), Karib Phringer (Švicarska/Switzerland), Vladimir Rosić, Patrick Rossler (Njemačka/Germany), Milan Jurina, Ludvik Toplak (Slovenija/ Slovenia), Emil Vlajki (Bosna i Hercegovina / Bosnia and Herzegovina), Vidoje Vujić, Gerhard Wazel (Njemačka/ Germany), Minka Zlateva (Bugarska/Bulgaria), Jan Zimny (Poljska/Poland), Vilko Žiljak.

Kotizacija za sve sudionike znanstvenog skupa iznosi 600 Kn ili 80 EUR (za dva ili više autora kotizacija iznosi 900 Kn ili 120 EUR). Uplatu kotizacije u kn treba izvršiti na žiro-račun HKD-a: 2484008-1101131831, Matični broj: 1427539, OIB: 75920740913 ili na devizni račun: IBAN HR3824840081101131831, SWIFT: RZBHHR2X kod Raiffeisenbank Austria d.d. s naznakom "Društvo i tehnologija 2012 – Dr.Juraj Plenković".

Registration fee for all participants at the scientific conference is 600 Kn or 80 EUR (for two or more authors, the registration fee is 900 Kn or 120 EUR). Account number of Croatian Communication Association: 2484008-1101131831, Identification No: 1427539, OIB: 75920740913 or on foreign currency account: IBAN HR3824840081101131831, SWIFT: RZBHHR2X at Raiffeisenbank Austria d.d. with mark "Society and Technology 2012 – Dr.Juraj Plenković".

SMJEŠTAJ**Hotel Excelsior******

Noćenje+doručak u dvokrevetnoj sobi 342,00 kn po osobi danu
 Noćenje+doručak u dvokrevetno sobi single use 494,00 kn po osobi danu
 Polupansion u dvokrevetnoj sobi 380,00 kn po osobi danu
 Polupansion u dvokrevetnoj sobi single use 532,00 kn po osobi danu
 Boravišna pristojba 7,00 kn po osobi danu
 Prijava 4,00 kn po osobi jednokratno

Double-room + breakfast, per person, per day (342 kn)
 Double-room + breakfast, single use, per day (494 kn)
 Double-room + Half board, per person, per day (380 kn)
 Double-room + Half board, single use, per day (532 kn)
 Tourist tax, per person, per day (7 kn)
 Registration per person (4 kn)

RESERVATIONS AND PAYMENT**REZERVACIJE I PLAĆANJE**

Sudionici rezerviraju smještaj za hotele na naš rezervacijski centar:
 Tel. +385 51 710 444 Fax +385 51 710 399 E-mail: reservations@liburnia.hr
 Zadnji rok za rezervaciju je 15.06.2012.
 Nakon navedenog termina hoteli će uzimati rezervacije ovisno o slobodnim kapacitetima.

Reservations: hotel Excelsior, tel. 051 710 444, fax 051 710 399,
 e-mail:reservations@liburnia.hr
 The deadline for the accommodation reservation is 15.06.2012.
 After this date, the reservations will be made according to free capacities of the hotel.
 Payment: participants pay for the accommodation at the hotel reception.

Accommodation prices Hotel Excelsior****

**DRUŠTVO, TEHNOLOGIJE I ŠKOLA
BUDUĆNOSTI**

**SOCIETY, TECHNOLOGY AND SCHOOL OF
THE FUTURE**

INDIVIDUAL, SYSTEM AND SOCIETY

ČOVJEK U DRUŠTVU I SISTEMU

Ivan Cifrić

*Department of Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Zagreb, Zagreb, Croatia
Odsjek za sociologiju, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska*

Abstract

This paper analyzes some aspects of the relationship between the individual and society or social system. The author differentiates between the terms society and system. These terms have become two mutually opposed worlds of their own. The first term is understood as the relationship between individuals who create the society by the mediation of the system of values and ethical norms. The latter term is understood as the relation between formal institutions organized by different regimes that create the system on the basis of rights and power. Modern society is marked by the increasing strength of the system as opposed to the individual and society. The paper examines the changes occurring between these two worlds by looking at various aspects: institutional, developmental, communication, political, time, cultural, scientific, methodological, as well as through the control and goals analysis. The system rationalizes itself and becomes a purpose in itself instead of serving the society. Modern society is marked by the increasing strength of the system and the alienated individual becomes a number, helpless when faced with the system. The thesis about the “methodological turn” in science (sociology) is advocated in the paper. The system should be examined methodologically and looked at critically as a whole rather than as individual processes and conditions within the whole.

Key words

individual, society, methodical turn, system, sociology

Sažetak

Analiziraju se neki aspekti odnosa pojedinca i društva, odnosno socijalnog sistema. Autor razlikuje pojmove društvo i sistem. Oni su postali međusobno suprotstavljena «dva svijeta». Prvi se shvaća kao odnos između pojedinaca koji posredovanjem sustava vrednota i etičkih normi tvore društvo. Drugi, kao odnos formalnih institucija uređenih pomoću različitih režima koji tvore sistem na temelju prava i moći. Moderno društvo obilježava jačanje sistema nasuprot društvu i čovjeku. Analiziraju se promjene odnosa između tih dvaju svjetova i to kao različiti aspekti: institucionalni, razvojni, komunikacijski, politički, vremenski, kulturni, znanstveni, metodički, te aspekt kontrolne i ciljeva. Sistem sam sebe racionalizira i postaje sam sebi svrha umjesto da služi društvu. Moderno društvo obilježava jačanje sistema nasuprot društvu i čovjeku a otuđeni pojedinac postaje broj, nemoćan pred sistemom. Zastupa se teza o «metodičkom obratu» u znanosti (sociologiji) koji će sistem metodološki postaviti i kritički istraživati kao cjelinu, a ne samo pojedine procese ili stanja fenomena unutar cjeline.

Cljučne riječi

čovjek, društvo, metodički obrat, sistem, sociologija

1. UVODNO

Moderno društvo može se razumjeti kao dva svijeta koji zajedno tvore cjelinu.* Jedno je svijet *socijalne svakodnevice* u kojoj se uspostavljaju relacije između pojedinca i društva, a drugo je svijet formalnih i *institucionalnih odnosa* u društvu, tj. svijet sistema. Uobičajeno ih je zajedno nazvati društvo. Danas to društvo tvore sustav ljudi i sustav režima.

U radu se ukazuje na neke aspekte promjena položaja pojedinca u društvu i društvenom sistemu modernog društva, te potrebu promjene teorijske, odnosno metodičke paradigme u analizi tih dvaju «svjetova»: društva (interakcije pojedinaca) i sistema (interakcije režima). To može biti ponovni poticaj za rasprave o funkcioniranju našeg društva i sistema.¹ Iako se društvo često naziva sistem, za ovaj pokušaj analize metodički razlikujemo pojmove društvo i sistem.

Potrebno je istraživati fenomene ne samo *unutar sistema* i *unutar društva*, nego i istraživati sistem i društvo *kao cjeline* i njihove racionalnosti za smislen i kvalitetan čovjekov život.

Dvije su tendencije u modernom društvu u ovako postavljenoj shemi razumijevanja modernog društva. Prva je dezintegriranje svijeta pojedinac-društvo, prevlast i dominacija individualizma; druga je tendencija integracija čovjeka u sistem, prevlast i dominacije sistema nad čovjekom i društvom. Treća se tendencija nazire kao objektivno «topljenje» društva i prijelaz u sistem formalnih i institucionalnih odnosa. Društvo postaje sistem i gubi kvalitativne socijalne elemente društvenosti. Od razine svakodnevice do razine društva formiraju se mreže formalnih institucija koje reguliraju život građana.

Opće promjene zbivaju se u smjeru razdvajanja i konfrontiranja tih dvaju svjetova i jačanja *formalnih institucionalnih odnosa* u društvu: s jedne strane *institucionalnih* odnosa a s druge strane nastanak *neformalne mase* (gomile); (Riesman, 1965). Pojedinac kao organsko biće sve više pripada masi, a kao građanin sustavu brojeva preko kojih ga sistem može identificirati i kontrolirati.

Neki, kao Hardt i Negri (Meštović, 2011:31) smatraju da se formiranom nadteritorijalnom *imperijalnom poretku* suprotstavlja nadteritorijalno «*mnoštvo*» koje zamjenjuje i «*nadomješta*» hegemoniju radničke klase. Uvođenjem pojma «*mnoštva*» ne mijenja se i ne smanjuje otuđenje pojedinca u odnosu na sistem (poredak), niti sistema u odnosu na društvo.

Na globalnoj razini zbiva se slična tendencija u kojoj nerazvijene zemlje u odnosu na nekolicinu najrazvijenijih i najmoćnijih zemalja, postaju također «*masa*» (gomila) koja «*opterećuje*» predvodnike svijeta u razvojnoj dinamici i postaje njihov okoliš.

U ovom prilogu riječ je o nekim aspektima promjena u modernom društvu koji djeluju na položaj pojedinca u društvu i sistemu.

2. ASPEKTI PROMJENA U MODERNOM DRUŠTVU

Društvo kao i sistem nisu statične već dinamične kategorije. To potvrđuju i njihove povijesne mijene. Svaka od njih ima svoju povijesnu i socijalnu «*racionalnost*». Društvo nastaje radi reguliranja života pojedinaca a sistem radi reguliranja života društva. Postoje različiti aspekti promatranja i istraživanja kako tijekom povijesti, tako i danas u suvremenosti. U radu se fokusiramo na suvremeno razdoblje.

Institucionalni aspekt. Tendencija slabljenja povezanosti između pojedinca i društva a povećanje i umnožavanje veza između čovjeka i sistema. U modernom društvu prevladavaju institucije kao posrednici i regulatori života, umjesto vrednota i neposrednosti odnosa. Društvene vrednote se formaliziraju i institucionaliziraju. Umjesto vrednota kao temeljnog regulatora života u društvu nastupa njihova institucionalizacija, organizacije i formalne institucije koje svojim pravilima stvaraju različite režime kao mreže društvene moći sistema.

Slabljenja neposredne povezanosti pojedinaca u društvu i s društvom, slabe ili potpuno nestaju mehanizmi tradicionalne solidarnosti. Solidarnost u modernom društvu odvija se na dvije razine: dijelom ju preuzimaju formalne institucije koja stvaraju pravila solidarnosti, a dijelom se solidarnost organizira u obliku različitih

ad hoc akcija pomoći.² Tako nastaje jedan od paradoksa moderne – «paradoks univerzalizma» (Münch, 1991:28), tj. da s povećanjem institucija globalne solidarnosti, građanska solidarnost postaje sve više nedostatna.³ Taj paradoks odraz je stanja i povećanja društvenog siromaštva unutar modernih društava i između društava (država) u svijetu, kao dugoročne globalne tendencije. Povećanje siromaštva povećava ovisnost o institucijama pomoći. No, društvo se ne može i ne smije osloniti na povećanje takve pomoći, jer pokazuje vlastiti nedostatak u zadovoljavanju osnovnih potreba građana. Na međunarodnoj razini učinkovitost institucija solidarnosti (pomoći) također nije zadovoljavajuća i znak je povećanja egzistencijalnog siromaštva i bijede. Zato putem medija, TV ili pošte nastaje «poplava» apela solidarnosti s pojedincima i obiteljima, hendikepiranima i unesrećenima, gladnima i teško bolesnima.

Teško je prognozirati tko će i kako će (u možda i skorij budućnosti) milijunima i milijardama najsiromašnijih u svijetu pružiti solidarnu pomoć. Nije riječ o pomoći za bolji život nego za golo preživljavanje! Latinoamerički model s malim postotkom bogatih i najvećim postotkom siromašnih sve se više proteže na svijet kao cjelinu. Civilizacijsko je pitanje takva tendencija i perspektiva nekoliko milijardi stanovnika svijeta, kao pitanje budućnosti njegova uređenja i odnosa.

Razvojni aspekt. Razvoj je postao pojam u svim domenama rada i života modernog društva.⁴ To nije bilo kakva promjena, nego težnja za postizanjem ciljanih promjena, odnosno postavljenih društvenih ciljeva koji proizlaze iz logike opstanka sistema. Razvoj nije kratkoročni zadatak, nego imperativ modernog društva koje kao takvo u sadašnjem svjetskom poretku i neo/liberalne ekonomije ne može prosperirati bez da se «razvija», tj. da raste njegova ekonomija. Tako razvoj sam po sebi postaje cilj a razmišljanje o budućnosti (društva) razmišljanje je o razvoju. Umjesto da je sredstvo i mehanizam, društveni prosperitet, postaje autonomni cilj. Njega sve više pritišće svijet čovjeka i sistema – formalni i institucionalizirani svijet putem definiranja razvojnih ciljeva i moći politike – da se ostvare pozitivne kvantitativne promjene.

Svijet pojedinca i društva razvoj percipira kao postizanje takve promjene u društvu u kojoj se povećava kvaliteta ljudskog života

Komunikacijski aspekt. Komunikacija među pojedincima kao i između pojedinca i društva slabi, a temelj društva kao socijalnog sustava je u komunikaciji, kao što je i temelj socijalnog sustava u njegovoj autopoiesi (samotvorbi) kojom se, komunikacijom između njegovih podsustava održava i obnavlja te kao sustav razgraničava prema okolnom svijetu (Luhmann, 2011). To je povezano sa promjenama sustava vrednota, etičkim relativizmom i društvenom fragmentacijom i dominacijom materijalističkih vrijednosti (Inglehart, 1989). Pojedinac postaje izoliran i upućen na administrativno-institucionalne i tehničke kanale komuniciranja. Tradicionalno društvo prisutno je tek u ostacima i nekim retradicionalizacijskim pokušajima koji obično završavaju u folklorizaciji društva (Rihtman-Auguštin, 2000:269; 2001:87-94). U tradicionalnom svijetu čovjeka i društva, komunikacija između pojedinaca odvija se u svakodnevici dobrim dijelom usmenim putem i *fizičkom gestikulacijom*, a u modernom društvu putem klasičnih medija: tiska, telefona, radija, TV i *tehničkom gestikulacijom*. U posljednje vrijeme snažan je i nezaustavljiv pritisak elektronskih medija. To su mediji koji obilježavaju novu *cyber kulturu* i dominaciju sistema. Unatoč njihovim prednostima, postoji i negativna strana za pojedinca: okupacija pozornosti na niz nebitnih stvari za život čovjeka, ali značajnih za «život sistema».

Razvoj suvremenih tehničkih sredstava komunikacije (elektroničkih) tendencijski sistem usmjerava na kontrolu pojedinca i društva.

Aspekt socijalne kontrole. U tradicionalnom svijetu pojedinca i društva postoji socijalna kontrola – putem internaliziranih vrednota i često personalizirana. Mala socijalna zajednica, proširena obitelj, selo, kvart itd. dobro su poznavali život susjeda i njihove aktivnosti. Mogli su kontrolirati moralnost njihovih dnevnih postupaka. Tome su pridonosile i institucionalizirane religije sa svojim sustavima vrednota i time regulirale, usmjeravale i kontrolirale život u društvu. Moderno društvo, a naročito društvo «kasne moderne» socijalnu kontrolu pomiče od sustava vrednota i etičkih načela, na sustav institucija, prava i pravnih normi, koje često nemaju etičku, nego političku osnovu kao legitimaciju u ostvarivanju interesa kontroliranja članova zajednice i zajednice kao cjeline. Čovjekove aktivnosti i život postaju parcijalan, uređen formalnim zakonima

koji se često mijenjaju u kratkom roku, ovisno o moći i interesima političke elite, koje se mijenjaju poslije izbora. U dugoročnom smislu to izaziva izvjesnu nesigurnost građana i sve veću ovisnost o kontroli institucija i zakonskih propisa. Institucije i zakoni su u domeni političke elite koje utvrđuju što su društvene vrijednosti i zakonska dopuštenja/ograničenja. Sve je dopušteno ako nije zakonom zabranjeno, bez obzira je li moralno ili nije! *Moralne* norme postaju apstrakcije a *tehničke* norme stvarnost ekonomije, znanosti, obrazovanja. Tehničke norme postaju uzusi razvoja društva, bez obzira na njihove socijalne posljedice.

Institucionalna i tehnička kontrola pozitivno se vrednuju i propagiraju kao nužni za sigurnost građana, institucija i društva. U osnovi služe sigurnosti sistema i opravdanju ulaganju u njegovo moderniziranje (nadzor parkinga i ulica, fizička i elektronička zaštita nekih ustanova, video nadzor kretanja građana na javnim mjestima i javnom prijevozu, itd.). Za svoju sigurnost građani su spremni na ograničavanje vlastite slobode i prava.

Aspekt ciljeva. Promjena postaje medij ostvarivanja društvenih ciljeva. Svaka, pa i djelomična promjena interpretira se kao uspjeh. Sve se mjeri poželjnom promjenom kao statističkim mjerilom razvoja. Glavni cilj svijeta pojedinca i društva je postizanje «unutarnje stabilnosti» u društvu i stabilnoj perspektivi pojedinca (obitelji), život u cjelini. Preko društvenih ciljeva ostvaruju se ciljevi sistema. Ciljeve promjena u današnjem modernom društvu i globalnoj razini društva postavljaju institucije i mreže međunarodnih subjekata, naročito financijske i bankarske ustanove i organizacije, povezane u formalnu međunarodnu mrežu koja stvara režime. Taj bankarski (financijski) sektor je najodgovorniji za nestabilnost društva i općenito suvremenoga svijeta. Današnja ekonomska kriza proizlazi iz financijske krize, odnosno financijskih kriza kao čitavog kontinuiranog lanca takvih kriza. Međutim, izlazi iz financijskih kriza, kojih će biti i ubuduće, ne jamče izlaz iz ekonomske krize i rizika koje stvara., ne jamče opasnosti dugoročne i trajne socijalnoekološke krize.

Kao što se u predmodernim društvima stvarale *mreže* odnosa između pojedinaca utemeljene na običajnosti, etičnosti i sustavu vrednota, tako se u «kasnoj moderni» stvaraju nove mreže između institucija i organizacija utemeljene na logici stabilnosti sistema, a koje razaraju postojeća mreže i stabilnost pojedinca. Te mreže postale su globalni okvir umrežavanja društava unutar sistema, odnosno «režimi» koji tvore otuđeni sistem.

Politički aspekt. Unatoč tezi o kraju ideologija, ideologija ne gubi svoju snagu. Svaki sistem oslanja se na neku ideologiju. Moderni sistemi na ideologiju liberalnog kapitalizma. Ideolozi postavljaju glavne ciljeve društva na nacionalnoj i globalnoj razini. Od znanosti se očekuje da bude u funkciji dokazivanja postojanja i objektivne opravdanosti postavljenih ciljeva. Zadatak je političara da ih ostvaruju. Političari i politika nastoji predstaviti svijet budućnosti kao poželjno i ostvarivo društvo – bolji i sigurniji svijet nego što je danas. No, to je tek svijet za javnost, svijet želja. Na taj način se formira «slika svijeta» koja služi legitimiranju primjene instrumenata moći (ekonomski, financijski, vojni) u slučajevima njezina «oskvrnuća». Politički aspekt promjena osobito je važan u kontekstu uloge civilnog društva kao «trećeg sektora» koji zastupa opće dobro i time stječe legitimitet povezivanja građana i djelovanja.

Civilno društvo je još uvijek «na rubu» društva, izvan svakog umreženog sustava. Pa ipak, domena političkog (država) sve se više ograničava međunarodnim režimima i korporacijama, pa i utjecajem civilnog društva.

Vremenski aspekt. U posljednjih nekoliko desetljeća u socijalne znanosti uvedena je kategorija vremena u objašnjavanju društvenih promjena, pa se razvijaju i nove znanstvene discipline - *sociologija vremena* i *ekologija vremena*. Vremenski aspekt promjena znači da se u analizi promjena i razvoja uvažava «vremenski otisak» koji pokazuje promjene nekoga fenomena (zagađivanja okoliša, rasta populacije, ekonomske učinkovitosti itd.) između dvaju ili više različitih stanja, odnosno tendencijski tijek.

Sukladno tome, u kontekstu tema o razvoju i promjenama, dvije su suprotne tendencije: tendencija *ubrzanja* (Rosa, 2005) i tendencija *usporavanja* (Reheis, 2006) kao novo konfliktno polje razvojnih pitanja. Ubrzanje odražava koncept modernog društva u intenziviranju ritma života i sve veće zahvaćanje u budućnost, sve veće dominacije sistema nad društvom i čovjekom, dok usporavanje znači ne samo kritiku ubrzanja i

dominacije sistema nad čovjekom, nego i teorijski koncept primjerenijeg odnosa individualnih i socijalnih snaga prema u ostvarivanju ciljeva i iskorištavanju okoliša.

Postoji pojam «krađa vremena» (Cifrić, 2010:19) tijekom komunikacije sa sistemima kao prisvajanje tuđih resursa, što je vidljivo u različitim prilikama odnošenja institucija prema pojedincima. S druge strane «krađa vremena» je i potrošnja iznad mogućnosti, život na kredit, tj. trošenje još neostvarenoga. Život na kredit se obilno reklamira i potiče, a posljedica, poglavito one dugoročne nemaju sistemsko rješenje, osim ponovno podizati kredit na kredit, a ovaj opet na novi kredit. Sistem tako sustavno proizvodi nesigurnost i rizike života i društva. On se tako pokušava stabilizirati a društvo se destabilizira.

Vrijeme nije samo dobar pokazatelj promjene društvenog stanja, nego i društvenog i individualnog odnosa u načinu (Marx) i stilovima življenja. Predmoderna društva nisu težila «brzim» promjenama stilova življenja, nego baš suprotno – njihovom dugom održanju i nepromjenjivosti. Moderno društvo, sukladno ubrzanju promjena, brzo mijenja stilove življenja socijalnih slojeva i njihovo globalno homogeniziranje. Teško je prepoznati stilove života sukladne socijalnoj strukturi društva, jer su socijalni slojevi u dubokoj mijeni. No, dok se rastače srednji sloj, sve više se prepoznaju dva stila življenja: «, onog malobrojnog sloja i «kontejnerski», onog sve brojnijeg sloja stanovnika. Srednji sloj izložen je pritisku materijalnog i nematerijalnog konzumerizma. Brojčano smanjivanje srednjeg sloja prenosi teret sistema na masu, građane, osiromašene.

Kulturni aspekt. Kulturni aspekt dominacije globalne dimenzije društvenosti prepoznatljiv je s jedne strane kao tendencija *kulturne entropije* – nastanak različitih predmodernih kultura, a s druge strane kao oblikovanje novog *kulturnog imperijalizma* (Hamm/Smadnych, 2005) kao tendencija globalnog homogeniziranja kultura, kao jedne kulture s jednim jezikom, vrednotama, stilom života... Kultura se marketinški programira u cilju profita ili političkog imidža. Kultura je ključni softver kao nastavak standardiziranja uvjeta života (prirode i ljudi) i njegovih mjerila, i pretpostavka oblikovanja globalnog sistema i centraliziranja moći. Tehnika mu je ključno sredstvo. Za sada su začeci imperija u različitim međunarodnim, deteritorijaliziranim organizacijama (kao što su WTO, WB, IMF) i njihovim mrežama režima ponašanja država, tvrtki i pojedinaca.

Sistem postaje sadržaj održivosti, a pitanje održivosti često se diskurzivno reducira na problem produkcije količina ugljičnog dioksida (i drugih stakleničkih plinova), iako nam je znano da je održivost kulturno nasljeđe čovječanstva i ima dugu tradiciju u društvima i svakoj kulturi (Grober, 2010:13). Da kulture nisu imale ugrađene moralne mehanizme održivosti ne bi trajale i po nekoliko tisuća godina.

Vremenski aspekt je bitan kao pokazatelj tendencijskog porasta «dužničkog ropstva u društvu» i «dužničkog ropstva društva u prirodi». Oba pokazuju da «dužnici» više troše nego se proizvede u društvu i prirodi, pa žive na kredit. Time se smanjuje kreditna sposobnost dužnika u društvu da vrate dugove. U odnosu na prirodu skraćuje se «dan ekološkog duga» (u sve kraćem vremenu potrošimo godišnje prirodno proizvedena dobra) i povećava «ekološki otisak stopala» (Simonis, 1998:6)

Znanstveni aspekt. Ljudska svijest (gotovo da) nema granica. U svakom slučaju još su ma nepoznate. Ona je potencijalno u stanju neviđeno proširiti svoje granice spoznaje i konkretnih znanja. Jedino ne može spoznati vlastite granice spoznaje. Kao društvena svijest, sustavno kumulira spoznaje i znanja, ali pri tome ih selekcionira – «filtrira znanje» (namjerno ili nenamjerno) izostavljajući neke povijesne činjenice iz interpretacije čovjekove kulturne evolucije ili povijesti. Kumulacija znanja vodi daljnjem diferenciranju i usitnjavanju znanosti u svim područjima. U nekima više i brže, a u nekima manje i sporije. *Znanstveno znanje* ne uzima se kao cilj čovjekova obogaćenja, proširenje humanosti, nego kao sredstvo postizanja ciljeva sistema, pa i na štetu čovjeka čije ime u konačnici treba legitimirati nova znanja. Čovjek ne može bez znanja, ali ne mora praktično primijeniti sve što iz njega proizlazi. Njemu je potrebno *orijentacijsko znanje* kao etički i ciljno-racionalni kriterij praktične uporabe znanstvenog znanja. Znanstveno znanje produbljuje ljudsku spoznaju, ali u segmentima koji zahtijevaju logičnu slagalicu. Stjecanje znanja u modernom društvu podređeno je razvojnim ciljevima i logici kvantitativnog rasta. Parcijalnim znanjima o sistemima potrebna je holistička perspektiva koju može osigurati novi pristup integrativne znanosti s novom «metodičkom paradigmom».

3. METODIČKI OBRAT

Metodički aspekt. Ovaj aspekt odnosi se na pristup istraživanju društva kao cjeline. Sociologija istražuje pojave unutar nekoga društva i komparira društva međusobno. No, potrebno je istraživati ljudsku dimenziju društva i smislenost (svrhovitost) cjeline sistema (i njegovih pojedinih režima). Ne samo da treba istraživati obilježja (stanja i procesa) socijalnih pojava i prezentirati rezultate kao podlogu za etičko djelovanje, nego se mora postaviti pitanje kakvo je stanje sistema, kuda on smjera. Povećava li sistem kvalitetu ljudskog života i općenito slobodu čovjeka ili ju reducira na sistemu poželjne kriterije i granice. Za takav pristup sociologije postoji povijesni argument. Naime, sociologija kao znanost o društvu od vremena njezinih utemeljitelja imala je dvije razine ciljeva: istražiti društvo i odnose u njemu ali i propitati društvo kao cjelinu, njegovu smislenost i razvojne perspektive u odnosu na čovjeka. Tako Auguste Comte (1798-1857) povijesni razvoj društva vidi u promjenama stupnjeva čovjekove kulturne evolucije: teološki (fiktivni), metafizički (apstraktni) i znanstveni (pozitivni) stupanj (Knoblauch, 2004:26).

Kriterij opravdanosti postojanja nekoga sistema treba biti čovjek (društvo) a ne sam sistem. Sve što je za sistem (i podsisteme) racionalno, ne znači da je racionalno za čovjeka (i društvo). Sistem se sam «racionalizira» i mijenja (oblikuje) gotovo neovisno o potrebama društva ili mu nameće nove potrebe radi svoje racionalizacije (primjerice djelovanja banaka kao aktera u financijskom sistemu). Sistem ne smije biti iznad toga cilja, nego mu služiti. Sistem koji kao cjelina ne služi čovjeku kao cilju, nego zahtijeva da čovjek služi sistemu, nije za čovjeka dobar sistem i ne ispunjava svoju temeljnu funkciju i smisao postojanja. Politička konkretizacija teze o ulozi sistema glasila bi: građani ne služe politici, nego politika treba služiti građanima.

Takav pristup pitanju smisla sistema treba promicati i sociologija u njezinu heurističkom istraživanju. Primjer metodički obrnutog odnosa između čovjeka i sistema jest činjenica, da se u gotovo svim razvojnim strategijama modernih društava postavlja najprije pitanje perspektive sistema kao «magičnog tora» za društvo i tehničkog okvira za čovjekove funkcije održavanja sistema. Sistem je danas postao «socijalni kalup», kojega oblikuju nositelji međunarodne moći, kojemu se prilagođava i smješta čovjek, pa makar postao deformiran i suvišan. U izradi strategija pitaju se (oni koji imaju moć postaviti ga i oblikovati): kakav sistem želimo uspostaviti, primjerice tijekom idućih 50 godina? Trebalo bi postaviti pitanje kako će čovjek živjeti za 50 godina i kakvog čovjeka, a ne kakav sistem, želimo. Oblikovati kriterije budućeg sistema znači oblikovati kriterije za ljudska obilježja kojima će se čovjek uklopiti u sistem, a oblikovati viziju čovjeka znači oblikovati kriterije za formiranje sistema. Parsonsova AGIL (*Adaptation* – prilagodba sistema), *Goalattainment* – postizanje cilja sistema, *Integration* – integracija društvenih struktura i *Latency* – održanje strukture) odgovarala je funkcionalnoj analizi unutarnjih odnosa modernog društva, ali je danas u globalizirajućem svijetu nedovoljna za analizu *svjetskog društva* u cjelini, pa ju možemo nazvati «stara» paradigma funkcioniranja sistema koja je istraživala dis/funkcionalnost fenomena u društvu i cjelokupnog društva kao sistema. Potreban joj je novi metodički pristup istraživanju socijalnog sistema kao cjeline a posebice ekonomskog pod/sistema i njegove povezanosti s globalnim Zemljinim ekosistemom, čime se bavi ekološka ekonomija (Common/Stagl, 2006). Ekonomski sistem je sistem nižeg ranga u odnosu na ekosistem, kako je to Robert Park (1936/52) označio u svojoj «humanoekološkoj piramidi. (Teherani-Krönner, 1992:27).

Da ne bi bili nekorektni, suvremena teorijska sociologija zahvaća neke aspekte sistema kao cjeline, ali malo ulazi u njezino vrednovanje. To se odnosi prije svega na kontekst globalizacije i traganja za novim bioetičkim načelima i normama koje se odnose na pitanje života kao cjeline. Razvojem bioetike kao etičke discipline ozbiljnije se nastoji vrednovati život. Socijalne promjene mogu se zbivati u kratkom vremenu – obično u socijalnim revolucijama i političkim prevratima u društvu, ili dugoročno – postupnim inovacijama kao promjenama u pojedinim sektorima društva. Na taj se način promjene «prikrađaju» i najprije djeluju inovacijski s pozitivnim učincima, a onda se sve više ubrzavaju i izazivaju kumulativne negativne učinke. Tako je i globalizacija u početku djelovala primamljivo ali «prikrađajuće», a početkom ovoga stoljeća

ekspandirala je u veliku mijenu svijeta i smišljeno stvaranje novog *imperija* (Hardt/Negri, 2000), kao vanjska sila.

Međutim, moderna sociologija uglavnom *prati* promjene suvremenog stanja u društvu i nastoji ih objasniti s autoriziranom pojmovnom strukturom. Objašnjenja se prije svega odnose na veoma raznolik «pojmovni arsenal» kvalifikacija modernog društva. Sociologija ne «intervenira» u društvo nego daje «sliku» fenomena u društvu.⁵ U toj «pojmovnoj difuznosti» nastaju nerazumijevanja – jezik «Babilonske kule» (Grul, 1985:24), ali i tendencija znanstvenog *monologa*. Autori/ce se drže svojih teza i suvereno interpretiraju postojeću praksu iz svog vidika.⁶

Sociologija se shvaća kao pozitivna znanost i čuva se ideoloških i vrijednosnih natruha, iako je svako istraživanje povezano s nekom *vrijednosnom orijentacijom*. Ideološke «natruhe» najčešće nastaju u situacijama u kojima nedostaju znanstveni argumenti ili u polaznom uvjerenju istraživača. Međutim, potrebno je razlikovati pozitivnu znanost kao znanost o empiriji i provjerljivoj realnosti, od sociologije u heurističkom smislu, tj. projektivne znanosti kao projiciranje novih ideja o promjenama u stvarnost i budućnost, dakako na temelju znanstvenih spoznaja. Projektivna znanost imala bi što reći o budućnosti društva, globalnim režimima i o globalnom sistemu kao cjelini. To se odnosi i na svako konkretno društvo u kontekstu promišljanja (održivog) razvoja.

Prema promijenjenom stanju društva sociologija se može trojako odnositi (Görg, 1994:4): «ignorirati probleme», «relativizirati probleme» ili se kao disciplina «modernizirati» razvijanjem samorefleksije u kojoj samu sebe teorijski i metodološki provjerava (Cifrić, 1995:258-259).

Spomenuti aspekti, a mogući su i neki drugi, pokazuju da je čovjek u sistemu modernog društva izgubio svoju *cjelovitost*, da je postao *brojka* i da je *predmet manipulacije* različitih podsistema i sistema kao cjeline. Umjesto da čovjek manipulira i upravlja sistemom u skladu s paradigmatiskim očekivanjima poboljšanja kvalitete života, postao je manipulativna činjenica u ekspandirajućem sistemu baziranom na logici profita i bezobzirne zarade. Treba oblikovati sistem koji će služiti ljudima, a ne samome sebi. To vodi u obećani «novi svijet» kakav je obećavao napredak ali ga nije ostvario (Fromm, 1984), u svijet podijeljen na malobrojne bogate i moćne i masu siromašnih i nemoćnih. Gdje je tu Čovjek?⁷ Kao što se unutar društva zbiva polarizacija na malobrojne bogate i sve brojnije siromašne uz nestanak srednjih slojeva, tako se i suvremeni svijet se polarizira na malobrojne razvijene zemlje i sve ostale kao njihov okoliš.

Zadatak sociologije bio bi otkrivati unutarnje zamke institucionalnog(ih) sistema i njegovu (njihovu) smislenost u odnosu na društvo. Jer, sistem je ipak sustav formalnih, institucionaliziranih i pravom reguliranih organizacija režima u ponašanju aktera, izvana nametnutih društvu a koje se mijenjaju prema interesima međunarodnih (i domaćih) nositelja moći. Za sistem su karakteristični *pravo* i institucionalizirana *moć*, utjecaj odozgo na čovjeka ali bez dijaloga. Društvo je mreža odnosa pojedinaca reguliranih sustavom(ima) tradicije, vrednota i normi koje se u društvu postupno i konsenzualno stvaraju a individualnom internalizacijom (odgojem, socijalizacijom) prihvaćaju i praktično primjenjuju. Vrednote prolaze test društva, a zakoni i moć test (demokratskog) sistema. One nisu izvana nametnute, nego dio procesa postupnih i (dugotrajnih) društvenih promjena. Za društvo su, dakle, karakteristični *etičnost* i *normativnost* u međusobnoj komunikaciji za koju važi i dijalog.

Dakako, moderno društvo ne može bez prava, ali pravo (ono koje uvjetuju vladajući i moćni u ime sistema) ne može biti jedini kriterij i mjerilo «dobrog društva», dobrog života, tj. kvalitete življenja.

4. PROJEKTIRATI ALTERNATIVU SISTEMU I GLOBALNOM IMPERIJU

Pretpostavke metodičkog proširenja (obrata). Položaj čovjeka i njegove perspektive u modernom društvu potrebno je stalno propitivati i istraživati kako bi se u istraživanjima tragalo za novom slikom društva i svijeta. To znači da je u istraživanjima potrebno «metodičko proširenje». Ništa dosada nepoznato, ali danas aktualno.

Prva pretpostavka «metodičkog proširenja» je *istraživanje «začaranosti»* modernog svijeta, njezinih posljedica te njegovo «odčaravanje». Odčaravanje, u duhu Maxa Webera,⁸ znači nestanak dominacije regulativnih

kriterija predmodernog društva i prihvaćanje novih. To znači odbacivanje otuđenoga sistema. U današnjem kontekstu i diskursu u osnovi to je odbacivanje jedne slike izrazito antropocentričnog društva i njegovih «razvojnih fetiša», ponajprije «fetiša kvantitativnog rasta», rekli bismo kapitalističkog društva, ali s jednom korekcijom: odbacivanje kapitalizma (bez ljudskog lica), ne znači automatski i odbacivanje tržišnih odnosa.

Druga pretpostavka je *kritičko propitivanje* otuđenoga sistema, odnosno institucionaliziranih režima koji nastupaju u ime društva, a ustvari u vlastito ime na štetu društva i pojedinca. To se odnosi na sisteme, odnosno režime unutar pojedinih društava kao i na globalni sistem, odnosno njegove međunarodne režime. Cilj takvog istraživanja je pokazati kako se sistemi umrežuju i stvaraju međunarodne institucionalne okvire za novi imperijalni poredak.

Treća pretpostavka je *oblikovanje slike društva* (svijeta) koja u sebi sadrži *utopijske* elemente koji se mogu bez socijalne destrukcije ugraditi kao korektiv u razvojne tendencije modernog društva. Dakle, ne radi se o novoj i neostvarivoj utopiji, nego o društvenoj *alternativi liberalnom kapitalizmu* u današnjem njegovom obliku (uključujući financijski imperijalizam) a koja ne dokida tržište.

U dijalogu Elmara Altvatera i Raula Zelika (2009) navode se neke elemente koji mogu oblikovati takvu utopijsku alternativu suvremenom kapitalističkom društvu (kapitalizam s ljudskim licem): 1. *Temeljno zbrinjavanje*. Demokratska regulacija korištenja i pristupa javnim dobrima a ne privatno posjedovanje; 2. *Oblici vlasništva*. Poželjna je mješavina oblika vlasništva, a sredstva za proizvodnju treba decentralizirati; 3. *Demokratizacija*. Na svim razinama radikalno demokratizirati procese odlučivanja, a na cjelokupnoj društvenoj razini podupirati participativne oblike odlučivanja i tako ostvariti «neispunjeno obećanje demokracije»; 4. *Planiranje*. Uspostaviti kombinaciju upravljačkih mehanizama tržišta i države. Proizvodnju uspostaviti prema socijalnim i ekološkim kriterijima. Planirati tehničke inovacije i lom s brojkama rasta u korist alternativnim ekonomskim brojkama; 5. «*Treća ruka*». Nužno je sudjelovanje civilnog društva u proizvodnim procesima što će omogućiti interese koji nisu udomaćeni u svijetu ekonomije; 6. *Energetski model*. Potreban je alternativni, decentralizirani i manje agresivni energetski model, koji će reducirati «ekološki otisak stopala» bez smanjivanja kvalitete življenja; 7. *Rad*. Nova podjela rada i smanjivanje radnog vremena ekonomska su sigurnost za sve i imaju važnu ulogu u postizanju modela osnovnog dohotka i uvođenju minimalne ravnomjerne plaće; 8. *Preraspodjela*. Mora se prevladati društvena proturječnost između siromašnih i bogatih. Pri tome je nužno uvesti progresivni porez na dohodak poduzetnika i imovine; 9. *Novac*. U regulaciji novčanog i financijskog privređivanja potrebna je zabrana *offshore* centara i špekulativnih poslova uključujući i «strvinarske fondove» (*vulture funds; Hedgefonds*) za otkup dugova.⁹

Međutim, problem je kako do utopijskog društva i na koji ga način ostvariti. O tome Zelik kaže: «Utopijski protunacrt ne daje se planirati. Ne postoji kraljevski put emancipacije» (2009:200).

No, jedno je sigurno: treba usporiti brzinu i stalno ubrzanje promjena (Rosa, 2005) i ritam promjena. Usporavanje (Reheis, 2006) može omogućiti bolju promišljenost odluka o budućnosti, a usporavanje ritma smanjivanje (štednju) prirodnih izvora (resursa) uključujući i čovjekove psihofizičke snage. Bilo kakva alternativa koja ne uzima u obzir problem razdvojenosti prirodnog i socijalnog sustava i na pokušava pronaći novo *jedinstvo* kulture i prirode, bila bi samo korekcija postojeće tendencije razdvajanja društva i sistema i jačanje dominacije svjetskog imperija.

5. ZAKLJUČNO

Za potrebu analize i osobno razmišljanje, metodički (metodološki) su razlikovani pojmovi društvo i sistem, orijentaciono nazvani «dva svijeta». Prvi se temelji na sustavu vrednota i moralnim normama, a drugi na režimima formalnih institucija, pravu i moći. Kao primjer promjena, istaknuti su neki aspekti u procesu tendencijskog ubrzanja modernog društva. U analizi se pošlo od Zelikove konstatacije, koji opisujući pojam ekonomije kaže: »Sistem, u kojemu živimo, koji mi živimo, koji preko nas živi, nije prvenstveno nemoralan. On je prije svega nerazuman, iracionalan, neučinkovit» (Zelik/Altvater, 2009:16).

Odnos sistema i društva otvara ponovno pitanje mjesta i uloge države u društvu. Moderna država ima smisla samo ako je u funkciji građana. Što se više sistem i država racionaliziraju, to građani i društvo postaju nesigurniji. Pojedincu su zaprijetila nova otuđenja.

Iz ove kratke analize i razmišljanja proizlazi spoznaja da sve više jača i osamostaljuje se institucionalni (formalni) sistem sa svojim režimima te se nameće svakodnevici života društva i s njim konfrontira. Društvo i sistem nisu više jedno, sve se više razdvajaju! Sistem kolonizira društvo i njegov sustav vrednota, uspostavljajući bezličan odnos formalnih institucija i građana, moći i pravnu regulaciju života. Postaje sam sebi svrha umjesto da bude u funkciji društva. U sistem čovjek postaje sve više samo brojka, dehumaniziran i nemoćan «u» i «pred» sistemom. Potrebno je ponovno afirmirati pitanje: «što je dobro za čovjeka a ne «što je dobro za razvitak sistema?» (Fromm, 1984:19).

Za sociologiju je to stari, ali u kontekstu suvremenog diskursa o modernom društvu, novi izazov. Propitivati smislenost sistema za čovjeka znači istraživati cjelinu, funkcionalnost i logičnost sistema u odnosu na društvo, što je nazvano «metodički obrat». (Možda je primjerenije reći «metodički proboj» ili «metodološko proširenje»). On je moguć ako se kao predmet istraživanja postavi sistem kao takav, tj. cjelina a ne samo njegovi dijelovi. To ne znači odustajanje (sociologije) od istraživanja socijalnih fenomena u društvu.

BILJEŠKE:

*Članak je napisan u okviru rada na projektu «Modernizacija i identitet u Hrvatskoj: sociokulturne integracije i razvoj» (130-1301180-0915) na Odsjeku za sociologiju Filozofskog Fakulteta Zagrebu.

1. Krajem sedamdesetih godina djelovala je skupina znanstvenika (sociologa) koja se na projektu «Čovjek i sistem» (Institut za društvena istraživanja u Zagrebu) bavila problemom funkcioniranja sistema i odnosa čovjeka i sistema. Projekt su vodili Rudi Supek (1913-1993) i Eugen Pusić (1916-2010).

2. Vjerojatno posrednici katkad to čine i radi vlastite (male) koristi. Takve ad hoc akcije solidarnosti pokazale su se u praksi korisne u pomoći potrebitima. Pokrenule su rješavanje mnogih pojedinačnih problema i ispravljanje osobnih nepravdi institucija. One u načelu nemaju nikakve veze s poplavom animiranja gledatelja TV za velik broj (estradnih događanja) u kojima se sustavno poziva građane: «Nazovite broj...». Stječe se dojam da takve (i slične) emisije imaju primarno svrhu stjecanja profita.

3. Prema Richardu Münchu (1991:28) četiri su temeljna paradoksa moderne kulture: paradoks *racionalizma*, paradoks *individualizma*, paradoks *univerzalizma* i paradoks *instrumentalnog aktivizma* (Bölts, 1995).

4. Široka uporaba termina razvoj (*development*) potječe iz poslijeratnog razdoblja, odnosno poslije govora američkoj naciji (21. siječnja 1949.) Harry Trumana (1884-1972), predsjednika SAD.

5. Postoje više naziva suvremenog (zapadnog, modernog) društva: moderno društvo (A. Giddens), postmoderno društvo (R. Inglehart), svjetsko društvo (M. Albrow), funkcionalno diferencirano društvo (N. Luhmann), društvo rizika (U. Beck), postindustrijsko društvo (D. Bell), građansko društvo (R. Dahrendorf), multiopciono društvo (P. Gross), multikulturno društvo (C. Leggewie), transkulturno društvo (W. Welsch), funkcionalno diferencirano društvo (A. Nassehi), radno društvo (C. Offe), društvo doživljaja (G. Schulze), društvo znanja (H. Willke), društvo odgovornosti (A. Etzioni), medijsko društvo (N. Postman), transparentno društvo (G. Vatimo), rascijepljeno društvo (A. Honneth), fleksibilno društvo (R. Sennett), itd.

6. Vrijednosnu orijentaciju Clyde Kluckhohn (1905-1960) definira kao «uopćeno i organizirano shvaćanje koje utječe na ponašanje prema prirodi, prema položaju čovjeka u prirodi, prema odnosu čovjeka prema čovjeku, te poželjnom i nepoželjnom ukoliko se oni odnose na ljudsku okolinu i međuljudske odnose» (prema Supek, 1978:15).

7. Erich Fromm (1900-1980) piše: «Svi citirani podaci su pristupačni i uvelike poznati javnosti. Međutim, gotovo je nevjerovatna činjenica da dosada nisu poduzeti ozbiljni naponi da se izbjegne nagoviještena sudbina. Dok bi u privatnom životu samo luđak ostao skrštenih ruku ako bi njegova cjelokupna egzistencija bila u opasnosti, oni koji su odgovorni za javnu dobrobit ne poduzimaju praktično ništa, a oni koji su im povjerovali svoje živote, ostavljaju im na volju da čine što hoće» (prema Grul, 1985:10).

8. Pojam potječe od Maxa Webera (1864-1920) koji u studiji «Znanost kao poziv», 1919. kaže: «Porast intelektualizacije i racionalizacije, dakle, *ne znači*, povećanje općeg znanje o životnim uvjetima u kojima se živi. Ona znači nešto drugo: znanje o tome ili vjerovanje u to: da se, samo ako se hoće, u svako doba *može* saznati, da načelno ne postoje nikakve tajanstvene neprocjenjive moći, koje ulaze u igru, da se štoviše sve stvari – u načelu – mogu savladati putem proračuna. To znači odčaravanje svijeta. Ne mora se više, kao divljak za kojega su postojale takve sile, posezati za magičnim sredstvima da bi se duhovima vladalo ili ih umilostivilo. To čine tehnička sredstva i proračun. To prije svega znači intelektualizaciju kao takvu» (Weber, 1968:594; 1989:264).

9. Špekulantski model izmislio je američki milijarder Paul Singer a sastoji se u otkupu dugova prezaduženih država po niskim cijenama a nakon nekog vremena traži se isplata punog iznosa duga (R. Marx, 2009:116). To je novi oblik parazitizma koji počiva na «dužničkom ropstvu» država.

LITERATURA

Bölts, H., *Umwelterziehung*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt, 1995.

Cifrić, I., Sociologija u novom socijalnom kontekstu *Društvena istraživanja*, 4, 1995, 2-3:241-264.

Cifrić, I., Ekologija vremena. Vrijeme kao integrativni i dezintegrativni čimbenik. *Socijalna ekologija*, 19, 2010, 1:5-32.

Common, M./Stagl, S. *Ecological Economics. An Introduction*. Cambridge University Press, Cambridge, 2006.

Fromm, E., *Imati ili biti?* Naprijed i A. Cesarec, Zagreb; Nolit, Beograd, 1984.

Grober, U., *Die Entdeckung der Nachhaltigkeit. Kulturgeschichte eines Begriffs*. Verlag Antje Kunstmann, München, 2010.

Grul, H., *Jedna planeta je opljačkana*, Prosveta, Beograd, 1985.

Hamm, B./Smandych, R. /ed/, *Cultural Imperialism. Essays on the Political Economy of Cultural Domination*, Toronto, Broadview Press, 2005.

Hardt, M./Negri, A., *Imperij*. Multimedijalni institut i Arkzin, Zagreb, 2000.

Inglehart, R., *Kultureller Umbruch. Wertwandel in der westlichen Welt*, Campus, Frankfurt/New York, 1989.

Knoblauch, H., *Sociologija religije*, Demetra, Zagreb, 2004.

Luhmann, N., *Društvo društva*, I. i II. Breza, Zagreb, 2011.

Marx, Reinhard, *Kapital. Pledoaje za čovjeka*. Naklada Zadro, Zagreb, 2009.

Meštrović, M., *Prema novom usmjerenju*. Antibarbarus, Zagreb, 2011.

Münch, R., *Dialektik der Kommunikationsgesellschaft*, Suhrkamp, Frankfurt, 1991.

Park, R. E., Human Ecology. U: Park, R. E., *Human Communities. The City and Human Ecology*, Glencoe, Ill. 1952, S. 145-164.

Reheis, F., *Entschleunigung. Abschied vom Turbokapitalismus*, Goldmann, München, 2006.

Riesman, D., *Usamljena gomila*, Nolit, Beograd, 1965.

Rihtman-Auguštin, D., *Ulice moga grada*, Biblioteka XX vek, Beograd, 2000.

Rihtman-Auguštin, D., *Etnologija i etnomit*, ABS95, Zagreb, 2001.

Rosa, H., *Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne*. Suhrkamp, Frankfurt, 2005.

Simonis, U. E., How to Lead World Society Towards Sustainable Development? WZB, Berlin, 1998, FS II 98-401.

Supek, R., Kako pristupiti izučavanju vrednota u vezi s društvenim procesima? U: Supek, R. /red./. *Društveni procesi i društvene vrednote*. Centar za društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 1978, str.13-51.

Teherani-Krönner, P., Von der Humanökologie der Chicagoer Schule zur Kulturökologie. U: Glaeser, B./Teherani-Krönner, P. /Hrsg./ *Humanökologie und Kulturökologie*, Westdeutscher Verlag, Opladen, 1992, str. 15-42.

Weber, M., Wissenschaft als Beruf. U: Weber: *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*. J. C. B. Mohr, Tübingen, 1968, str. 582-613 (1919).

Weber, M., *Metodologija društvenih nauka*, Globus, Zagreb, 1989, str. 253-282.

Zelik, R./Altvater, E., *Vermessung der Utopie. Ein Gespräch über Mythen des Kapitalismus und der kommende Gesellschaft*, Blumenbar Verlag, München, 2009.

DESIGNING INFORMATIONS FOR THE VISUAL AND THE INFRARED SPECTER

PROJEKTIRANJE INFORMACIJA ZA VIZUALNI I INFRACRVENI SPEKTAR

Jana Žiljak Vujić

*Polytechnic of Zagreb, Zagreb, Croatia
Tehničko veleučilište, Zagreb, Hrvatska*

Abstract

The paper is about a new method of controlling information, respecting material characteristics in the near infrared light. Common ground has been created with the visual and near infrared part of the sunlight as a new manner of researching, interpreting and managing colors and dyes. Until we presented our theory named INFRAREDESIGN (11) the „color management theory“ dealt only with the perfectionism of coloring for visual feeling of colors. The practice of using colorant matter characteristics is extended in such a way that a colorant is simultaneously designed for this new, extended area of colorant and dye management. The discovery of INFRAREDESIGN encourages to make way for many applications. Communication is extended to planning a double state of the image, i.e. two messages that are dependent on each other in the course of realization, but when trying to make a copy, the message in IR is lost.

Keywords

Information, infrareddesign

Sažetak

Govori se o novoj metodi upravljanja informacijama respektirajući svojstva materije u bliskom infracrvenom spektru. Stvoreno je zajedništvo vizualnog i bliskog infracrvenog dijela sunčeve svjetlosti kao novi način izučavanja, interpretacije i upravljanja sa bojama i bojilima. Do pojave naše teorije koja nosi naziv INFRAREDESIGN (11), „color management teorija“ se bavila samo s perfekcionizmom obojenja za vizualno doživljavanje boja. Proširuje se praksa iskorištavanja svojstva materije bojila tako da se istovremeno projektira bojilo za taj novi, prošireni prostor upravljanja bojilima i bojama. Otkriće INFRAREDESIGN potiče na brojne primjene. Komunikacija se proširuje na planiranje dvostrukog stanja slike, odnosno dvije poruke, koje su zavisne u realizaciji, dok se kopiranjem poruka u IR-u gubi.

Ključne riječi

Informacija, infrareddesign

Introduction

IR light spreads from 700 nm to 14000 nm and is divided into several areas. The reflected area is the light coming from an IR source. It is partly absorbed, and the remainder is reflected, i.e. it is reflected from matter. There are two parts that are observed and applied independently. The first area is the near IR from 700 to 1000 nm. The second reflected area is the short IR waves from 1000 to 24000 nm. Strong atmospheric absorption of IR is from 2400 to 3000 nm. Thermal radiation comes from matter, i.e. it is reflected by matter itself. It is divided into two areas. The first is with the name short IR – „SWIR“ (from 3000 to 5000 nm). The second area is the long IR that is marked with <<LWIR>> (from 8000 to 14000 nm). The thermal infrared area is very popular and has a wide field of application, especially in medicine.

We have introduced studying of the near infrared area absorption (from 700 to 1000 nm) into visual communications and into the graphic industry. This has enabled us to enter this area in a specific manner

with the goal to create invisible and hidden information.

Infrared information in nature

Results of invisible graphics, hidden information, double images are equal whether they are at a temperature that is below zero or at 100° C. Until the present moment the near infrared area had not been researched in a manner so as to plan producing double information. We have tested thousands of colorants; industrial, for artistic purposes, for graphic techniques, and we have extended research to nature by entering into it: the flora, fauna, minerals. We have determined that the flora does not absorb infrared light wavelengths (1). That part of nature is „white“ for IR cameras. Natural products such as red wine are white in the NIR.



Picture 1. Flora in the visual and near infrared specter.

This is where research begins of nature that carries the information on colorants of plant, animal, mineral and chemically artificial origin. We have introduced into visual communications and the graphic industry research on absorption in the near infrared area of 700 to 1000 nm range (9,10,11). It has allowed us to enter this area in a specific manner with the goal to produce invisible and hidden information.

We have two different approaches with our methods : an „active“ one and a „passive“ one. This registering manner, let us call it „the passive manner“ is an essential step in knowing the NIR matter characteristics. Active hiding of information (4,5) is programmed and planned with such information. The active manner of managing information in the NIR specter is arranging different colorants next to each other, by taking into account their common characteristics. Either they have the same NIR absorption, or they have the same visual shade but different absorption values. Thereby we can hide the picture in two ways: by hiding it in the visual specter and hiding it in the infrared specter (6,7,8).

Numerical value Z in the infrared specter

Due to reasons linked with reciprocal communication, and with programming of an enormous number of colorants on materials and determining absorption characteristics of the near infrared specter, we have also introduced a numerical variable named Z that describes the power of absorption of NIR light at 1000 nanometers.

We have also designed a „double camera“ that registers two states of matter if illuminated with sunlight. The first camera shows the color as seen by our eye (1). The second camera shows the information on the infrared light component absorption from the surrounding area (3).

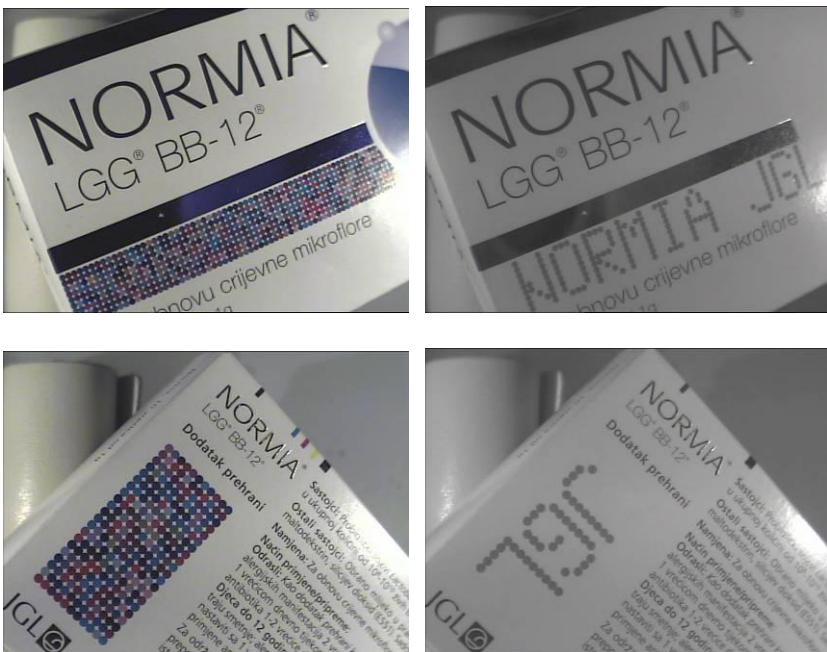
Methods have been developed and named IRDesign, IRArt, IRUniforma, IRMilitary, IR Informacija and Invisible CODE.

We are using the characteristic feature of our eye that it does not see and recognize in the NIR area for different purposes such as in producing documents, medicine drugs protection, and even in producing masking uniforms for daylight and nighttime observing.



Picture 2. ZRGB cameras with a portrait image: the visual and near infrared specter (2)

There is a new proposal in picture 2 for making portraits on documents. A dual situation with an en-face and profile image was resolved by one single printing process with CMYKIR separation (11). The two images create an independent relationship ; i.e. they protect one another. After scanning, the second image disappears. The information is gone. Contemporary scanners are adjusted for the visual specter only. If the double ZRGB camera were used, and two different records were obtained, a new problem would arise: How to join two images into a single print.



Picture 3. IR Informacija -- Normia . Visual light --NIR

Masking uniform

If the flora is white in near infrared light, then a masking uniform can also be white in the same specter. The contribution of INFRAREDESIGN technology is in introducing a mark on the uniform that is not visible in daylight and is hidden with the goal to be recognizable in NIR light (2).



Picture 4. Masking uniform with an emblem

Art paintings with a dual state of information

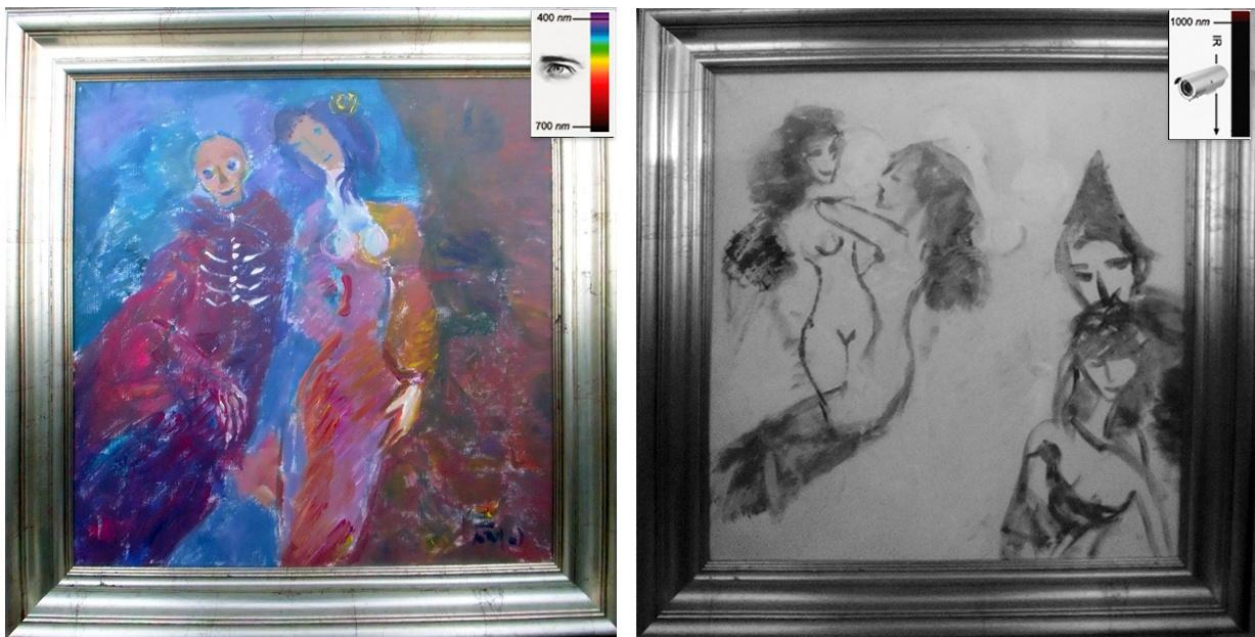
The method of stochastic design has been developed. Information on colorants is produced with the help of pseudo-random number sequence generating. All parameters of the congruent method are individualized. This improves protection of information hidden in the multicolor design on medicine wrapping material (11).

Characteristics of individual matter are considered, i.e. individual relation towards the NIR: some colorants absorb NIR to a great extent, and some do not absorb at all even though colorants of the same shade (1) had gone through observation. For instance, we are observing two pairs of colorants on a piece of cloth and we see it as red (13). One piece of cloth will fully absorb the NIR light, and with the other the result will be null. The first one will be interpreted by the camera as black because nothing had been registered by it. The second red cloth will be interpreted by the Z camera as white because all the IR light had reflected and "blinded" the Z camera's sensors.



Picture 5. Oil and acrylic colorants for artistic paintings

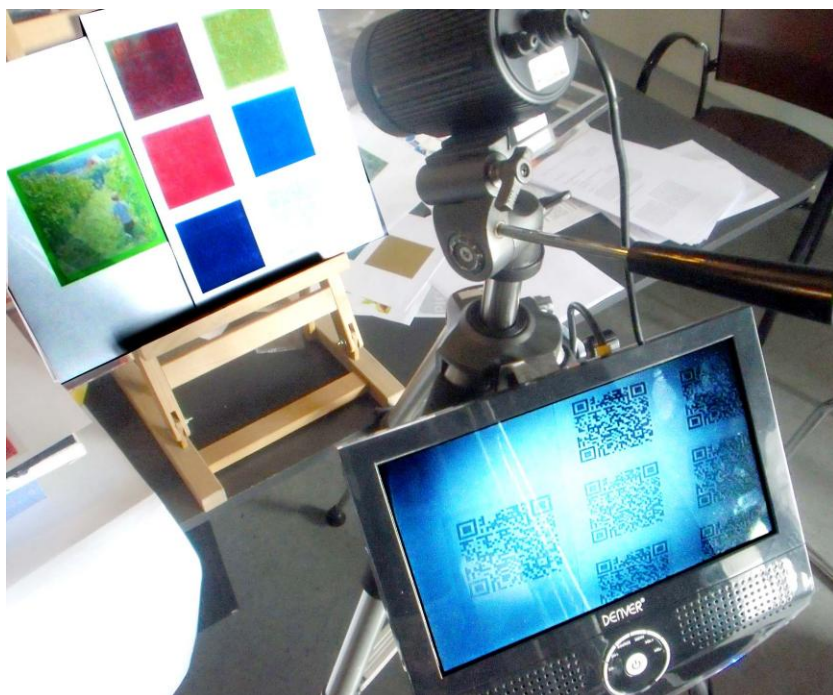
Contemporary colorants do not have information on their characteristics in the IR specter (1). All works of art falling into the category of artistic paintings are subject to the visual impression. Each colorant is labeled with the value Z that directs the artist to its appearance in the NIR specter. There is no correlation between the colors, their description in the visual specter, or the level of light absorption in NIR. The future of the art of painting with Z colorants will open a new manner of expression. The exterior picture and the inside picture named as the artist's intimate world are fully independent of each other.



Picture 6. IRArt Double painting acrylic on canvas, the visual and infrared specter

There are two fully independent contents in the same canvas. Simultaneous planning of a double image state is carried out in various art painting techniques. Water-color and tempera on paper, and oil on canvas. There is a big collection of such works of art on constant exhibition at the Sv Ivan Zelina art gallery. The pictures have been exhibited all around the world presenting the completely new manner of painting and a new way of artistic expression (14).

Invisible Bar codes



Picture 7. The invisible QR code, legible with an IR camera

Codes, bar-codes and many other codes are legible with readers. We have introduced codes in millions of different colors. A multicolor background has been introduced, as well as multicolor bar-shaped or otherwise shaped graphic elements. The paper describes the solution for a bar-code that is invisible to our eyes. It is seen by the instrument, i.e. the infrared camera enabling information transfer into the computer (15). This manner of information encoding has not been researched at all. It extends graphic design significantly and the information system for hiding information.

Literature on INFRAREDESIGN

1. V. Žiljak, K. Pap, I. Ž. Stanimirović, J. Ž. Vujić Managing dual color properties with the Z-parameter in the visual and NIR spectrum; *Infrared Physics & Technology*, 2012. (CC, SCI, SCI-Expanded) <http://dx.doi.org/10.1016/j.infrared.2012.02.009>
2. V. Žiljak, J. Akalović, J.Ž. Vujić Upravljanje bojilima na koži u vidljivom i infracrvenom spektru / Dye control on leather in the visual and infrared spectrum, *Tekstil No 8 Vol 60*, pp.335-363; UDK 677 + 687(05), ISSN 0492-5882, Zagreb, 2011.
3. V. Žiljak, K. Pap, I. Ž. Stanimirović DEVELOPMENT OF A PROTOTYPE FOR ZRGB INFRAREDESIGN DEVICE. // *Technical Gazette*. 18 (2011) , 2; pp.153-159
4. Rajendradrakumar Anayath, V. Žiljak Invisible pics hit newspaper, *RIND Survey*, Feb. 2011, Rs.40.00 Vol 32 - Issue 2, Chennai, India
5. M. Barišić, K. Pap, I. Ž. Stanimirović, V. Žiljak Double Image Design in Newspaper Production. // *Acta graphica*. 21 (2010) , 1-2; 27-33

6. V. Žiljak, K. Pap, I. Žiljak INFRARED HIDDEN CMYK GRAPHICS, *The Imaging Science Journal*, (1368-2199) 58 (2010); 20-27; ISSN: 1368-2199 Online ISSN: 1743-131X, imsmipa 045.3d DOI: 1179/136821909X12520525092882, (CC, SCI-Expanded)
7. V. Žiljak, K. Pap, I. Žiljak, J. Ž. Vujić Double Image Design in Newspaper Production. // *Acta graphica*. 21 (2010) , 1-2; 27-33
8. V. Žiljak, K. Pap, Klaudio; J. Ž. Vujić, I. Žiljak Infraredesign ili CMYKIR separacija // *Inovacijska kultura i tehnološki razvoj / Božičević, Juraj (ur.) Zagreb : Hrvatsko društvo za sustave, 2009. Str. 169-174.*
9. I. Žiljak, K. Pap, V. Žiljak Double Separation Method for Translation of the Infrared Information into a Visible Area, *JIOS; journal of information and organizational science*, VOL. 33, NO. 1 (2009) ; UDC 004.92:004.056 ; ISSN 1846-3312; e-ISSN 1846-9418
10. V. Žiljak, K. Pap, I. Žiljak, J. Žiljak-Vujić Upravljanje informacijama u infracrvenom dijelu spektra / Information Control in the Infrared Area of Spectrum, *Informatologia* 42 , 2009., 1; 1-9 , INFO-1040 UDK: 659.2: 681.3: 338.24:519.714:007, Original Scientific Paper
11. V. Žiljak, K. Pap, I. Žiljak CMYKIR SECURITY GRAPHICS SEPARATION IN THE INFRARED AREA, *Infrared Physics and Technology* Vol.52. No.2-3, ISSN 1350-4495, Elsevier B.V. DOI:10.1016/j.infrared.2009.01.001, p: 62-69, (CC, SCI, SCI-Expanded) <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1350449509000103>
12. Pap, Klaudio; Žiljak, Ivana; Žiljak-Vujić, Jana. Image Reproduction for Near Infrared Spectrum and the Infraredesign Theory. // *The Journal of imaging science and technology*. 54 (2010) , 1; 10502 -1-10502 -9 (članak, znanstveni).
13. Žiljak, Ivana; Pap, Klaudio; Žiljak-Vujić, Jana. Infrared design on textiles as product protection. // *Tekstil*. 58 (2009) , 6; 239-253 (članak, znanstveni).
14. Branka Hlevnjak, Nada Žiljak, *InfraredART - Dvostruke slike / akrilik na platnu*, Fotosoft, ur. J. Ž. Vujić, ISBN, 9789537064174, CIP 799196
15. Ivana Ž. Stanimirović, A bar-code system invisible to the eye, but readable in the infrared specter, *Tiskarstvo 2012 & DESIGN, AKADEMIJA TEHNIČKIH ZNANOSTI HRVATSKE - Centar za grafičko inženjerstvo*, CIP 799548, ISBN 978-953-7064-18-1

**NOVE INFORMACIJSKE
TEHNOLOGIJE I EUROPSKA
BUDUĆNOST**

**NEW INFORMATION
TECHNOLOGIES AND EUROPEAN
FUTURE**

TECHNOLOGY OF OZONE APPLICATIONS IN VITAL MEDICAL FIELDS

TEHNOLOGIJA APLIKACIJE OZONA U VITALNIM MEDICINSKIM
PODRUČJIMA*Buković Damir**Pavić Mate, Radan Mirjana, Buković Dino, Ahmad El-Saleh, Buković Damir jr., Lah Željko**Abstract*

A large number of diseases occur primarily due to lack of oxygen in the tissue and because of accumulation of toxins in the body. Painless and natural treatment with ozone helps with post-operating recovery, and can cure many diseases and injuries, and even tumors, and is now commonly used in dentistry. Ozone has a positive effect on wound healing, stimulation of the immune system, circulation and tissue oxygenation and on reduction of swelling and pain. Clinical studies of ozone have led to the conclusion that ozone in the treatment of inflammatory gynecological diseases has basically the antioxidant effect, while also serving as a fixer of cellular and humoral immunity. Ozone in the treatment of such conditions has detoxicating, analgetic and sedative effects, what leads to a reduction of standard drugs used in these situations. Except in gynecology, ozone has applications in other fields of medicine: it improves blood circulation and supply of blood cells and tissue with oxygen, it helps with many diseases and malignant neoplasms in their foundations.

Keywords

Ozone, medicine, gynecology

Sažetak

Veliki broj bolesti nastaje prvenstveno zbog nedostatka kisika u tkivu i zbog nakupljanja toksina u tijelu. Bezbolno i prirodno liječenje ozonom pomaže kod poslije-operacijskog oporavka, a može izliječiti mnogobrojne povrede i oboljenja, čak i novotvorine, a zasad se najčešće koristi u stomatologiji. Ozon ima pozitivan učinak na zacjeljivanje rana, stimulaciju imunskog sustava, oksigenaciju i prokrvljenost tkiva te na smanjenje otekline i boli. Klinička istraživanja ozona dovela su do zaključka kako ozon u liječenju ginekoloških upalnih bolesti ima u osnovi antioksidacijski učinak, a istovremeno služi kao popravljivač stanične i humoralne imunosti. Ozon u liječenju takvih stanja ima detoksicirajući, analgetični i sedativni učinak što dovodi do smanjenja standardnih lijekova koji bi se koristili u navedenim stanjima. Osim u ginekologiji, ozon ima primjenu i u drugim granama medicine s ciljem poboljšanja cirkulacije i opskrbe tkiva krvnim tjelešcima i kisikom, liječenju upala i sprječavanju osnova za razvoj brojnih bolesti i zloćudnih novotvorina u njihovim temeljima.

Ključne riječi

ozon, medicina, ginekologija

Veliki broj bolesti nastaje prvenstveno zbog nedostatka kisika u tkivu i zbog nakupljanja toksina u tijelu. Bezbolno i prirodno liječenje ozonom pomaže kod poslije-operacijskog oporavka, a može izliječiti mnogobrojne povrede i oboljenja, čak i novotvorine, a zasad se najčešće koristi u stomatologiji. Ozon ima pozitivan učinak na zacjeljivanje rana, stimulaciju imunskog sustava, oksigenaciju i prokrvljenost tkiva te na smanjenje otekline i boli.

Ozon je primjećen još 1783. godine, a službeno je imenovan od strane Christiana Friedricha Schoenbeina tek 1840. godine. Dobio je ime po grčkom nazivu za snažan miris, ozein, zahvaljujući neobičnom mirisu koji nastaje kod udara groma za vrijeme jakih oluja. Taj miris ne dolazi od samog ozona, već od elektrona koji se

oslobađaju za vrijeme brzih kemijskih promjena. Vrlo nepostojan na sobnoj temperaturi, pretvara se u molekularni kisik, što ga čini izuzetno "čistim" i prirodnim agensom. U umjerenim razinama (koncentracija) ozon ima jedva zamjetan miris, dok u većim koncentracijama njegov miris podsjeća na miris sumpora. U plinovitom stanju je svjetloplave do ljubičaste boje. Na temperaturi ispod $-112\text{ }^{\circ}\text{C}$ formira plavu tekućinu, a na temperaturi ispod $-193\text{ }^{\circ}\text{C}$ tamnoplave kristale. Formula mu je određena tek 1863. godine. U višim slojevima atmosfere (iznad 20 km) ozon sprečava štetno UV zračenje na putu prema Zemljinoj površini. Manjak ozona u atmosferi može se lako objasniti manjkom kisika zbog prekomjernog sagorijevanja fosilnih goriva te smanjenja proizvodnje kisika zbog sječe suma i zagađenja mora.

Početak modernog liječenja ozonom možemo označiti 1896. godinu kada je inženjer i izumitelj Nikola Tesla stvorio prvi generator ozona. 1900-ih Nikola Tesla u SAD-u koristi ozon u medicinske svrhe. Osniva "Tesla Ozone Company", prvu tvrtku koja je koristila sustave struje visokog napona, visoke frekvencije i niske amperaže te patentirala brojne izume na bazi ozona. Tijekom vremena ozon se dobivao na nekoliko načina: metodom iskre, UV zračenjem, hladnom plazmom. Ozon se stvara i prilikom električnih izbijanja munja čemu je dokaz specifičan miris svježine i čistoća atmosfere nakon ljetnih pljuskova. Na mjestima poput morskih i riječnih obala, posebice stijenovitih, gdje se voda u obliku slapova ili valova sudara s krutom podlogom, dolazi do oslobađanja ozona. Za vrijeme ljetnih sunčanih dana planinske šume proizvode velike količine kiska koje sunčeva svjetlost aktivira u nascentni kisik (pobuđeno stanje) tj. ozon. Starijedioci američkog kontinenta savjetovali su bolesnima i nemoćnima da u toku dana borave među rubljem koje se suši na suncu, iako tada nisu znali da se djelotvornost njihovog liječenja može pripisati ozonu. Ozon se u medicini najprije koristio kao agens za sterilizaciju operacijskih dvorana. U tijelu se aktivni kisik proizvodi u obliku vodikovog peroksida u bijelim krvim zrnima, gdje ima funkciju zaustavljanja i suzbijanja infekcije (upale). Pozitivan utjecaj ozona na ljudsko zdravlje nije nova stvar. Ozon je na različite načine korišten još od polovice 19. st. u medicinske ili higijenske svrhe. Prvi rezultati postignuti ozonskom terapijom prikazani su još davne 1885. u knjizi "Ozone" dr. Charlesa J. Kenworthyja. U medicinskim časopisima liječenje ozonom spominje se 1920. godine u britanskom medicinskom časopisu "The Lancet". U dugoj povijesti primjene ozona u medicini provedene su brojne studije koje su pokazale ne samo njegov jak dezinfekcijski učinak, već i pozitivan učinak na zacjeljivanje rana, stimulaciju imunskog sustava, oksigenaciju i prokrvljenost tkiva te na smanjenje otekline i boli. (protuupalno). Njegova uporaba u medicinskom liječenju pokazala se posve sigurnom s gotovo nikakvim nuspojavama i negativnim utjecajima na ljudsko zdravlje. Oksigenacija tkiva ozonom ne koristi se samo u medicinske, već i u kozmetičke svrhe, kod tretmana bradavica (npr. spolne HPV bradavice), madeža i slično. Znanstvena podloga koja objašnjava utjecaj biooksidativnog liječenja u koje spadaju liječenje ozonom i vodikovim peroksidom je relativno jednostavna. Veliki broj bolesti nastaje prvenstveno zbog nedostatka kisika u tkivu i zbog nakupljanja toksina u tijelu. Uz dovoljnu količinu kisika, organske tvari razgrađuju se do ugljikovog dioksida i vode, molekula koje organizam bez teškoća izbacuje iz tijela. Međutim, u stanju hipoksije, nedovoljne opskrbljenosti tkiva kisikom (zbog zagađenosti zraka, voda i hrane, manjka kisika u atmosferi posebice u gradovima, pušenja, loše ishrane, konzumacije alkoholnih pića, bolesti, stresa, nepravilnog disanja itd.) dolazi do poremećaja funkcija stanica i organizma. Hipoksija je, dakle, osnova gotovo svake bolesti, bilo da se radilo o infekciji ili pak degeneraciji, odnosno mutaciji tkiva.

Kako ozon djeluje:

1. Ozon potiče proizvodnju crvenih krvnih stanica čime omogućuje visoku razinu kisika u krvi dugo vremena po završetku liječenja.
2. Povišuje razinu interferona do 9 puta.
3. Potiče stvaranje TNF-a (tumor necrosis factor).
4. Potiče izlučivanje IL-2, jednog od glavnih čimbenika (faktora) imunskog odgovora čovjeka.
5. Ozon je izuzetno jak baktericid. Metabolizam većine bakterija nema ni približno takve protuoksidativne mogućnosti kao ljudska stanica, što ih čini izuzetno osjetljivima čak i na niske razine ozona. Tek nekolicina bakterija može preživjeti u okolini s razinama iznad 2% ozona.

6. Ozon je izuzetno jako fungicidno sredstvo.
7. Ozon je protuvirusno sredstvo. Napada viruse direktno, ciljajući njihovu "reproduktivnu" funkciju. Ujedno napada i virusom zaražene stanice koje pod teretom bolesti nemaju toliki antioksidativni potencijal, te ih tako uništava.
8. Ozon utječe na razvoj i širenje raka (zloćudnih novotvorenih stanica). Stanice koje se brzo dijele, poput zloćudnih stanica izuzetno su osjetljive na prisutnost ozona zbog toga što većinu svoje aktivnosti za vrijeme dijeljenja ne mogu usmjeriti na obranu stanice od oksidansa.
9. Ozon može očistiti arterije te ublažiti i izliječiti bolesti srca i krvnih žila razlažući naslage u žilama.
10. Ozon povećava fleksibilnost i broj krvnih stanica čime se poboljšava oksigenacija tkiva i do nekoliko tjedana nakon liječenja.
11. Ozon ubrzava ciklus limunske kiseline (Krebsov ciklus) poboljšavajući glikolizu i samim tim pospješujući uporabu energije u organizmu.
12. Ozon pojačava antioksidativni enzimski mehanizam.
13. Ozon razgrađuje otrove i produkte raspada nafte čime se otvara mogućnost uporabe ove tehnologije u ekologiji.

Primarno upotrebljavan za ubijanje virusa, bakterija i gljivica, ozon u ljudskom tijelu ima niz dobrih učinaka, uključujući oksigenaciju krvi, poboljšanje cirkulacije i stimuliranje oksigenacije tkiva. Također je važan imunoregulator. Zbog toga je spektar bolesti koje se mogu liječiti ozonom vrlo širok. Liječnici danas koriste ozon za liječenje bolesti iz područja angiologije, dermatologije, gastroenterologije, gerontologije, intenzivne njege, ginekologije, porodništva, neurologije, odontologije, onkologije, ortopedije, proktologije, radiologije, reumatologije, kirurgije, urologije, intenzivne njege, ateroskleroze (plakovi).

Prema Europskom medicinskom društvu za ozon, liječnici trenutno ozonom liječe slijedeće bolesti (navedene samo neke): akne, AIDS, analne fisure, ciroza jetre, gljivične bolesti, hepatitis, ožiljci, sepsa, Parkinsonova bolest, zloćudne novotvorine epitelnog tkiva, spolno prenosive bolesti, upalne bolesti, septičke, bakterijske, virusne, gljivične infekcije itd.

Jednom kad uđe u organizam, ozon u obliku aktivnog kisika i nusprodukata svog raspada u organizmu (O_3 , H_2O_2 , O^-) dolazi u kontakt s anaerobnim organizmima i zaraženim stanicama, te ih uništava ne škodeći pritom zdravim ljudskim stanicama. Bakterija naime ima oko sedamnaest puta slabiji metabolički potencijal od čovjeka. Kao takva ne može producirati dovoljni antioksidativnih enzima kao što su npr. katalaza, mangan superoksid dizmutaza, vanstanična superoksid dizmutaza, glutation peroksidaza itd., koji su u stanju smanjiti aktivne vrste kisika na kontrolirani način i time umanjiti štetnost po stanicu. Granulociti, stanice koje se pojavljuju na mjestima infekcija, koriste vodikov peroksid (jedan od produkata raspada ozona u tijelu) kao prvu liniju obrane od zaraze (infekcije).

Ginekologija i porodništvo samo su jedno od područja u medicini glede upotrebe ozona u liječidbene svrhe. Upotreba ozona u ginekologiji i porodništvu pokazala se učinkovitom u slijedećim stanjima: spontani pobačaji, EPH gestoze, anemija u trudnoći, rane toksikoze, fetoplacentarna insuficijencija, upalne bolesti gornjeg i donjeg spolnog sustava žena, različita stanja u ginekološkoj onkologiji, različite prijevodne bolesti vrata materinice i organa spolnog sustava (CIN, VAIN, VIN, AIN, PAIN, upalne bolesti zdjelice-PID, okluzije jajovoda, neplodnosti, promjene hiperplazije endometrija, menometroragije i završnog dijela debelog crijeva (homoseksualci) i druge (usna šupljina). Liječenje ozonom ima veliku važnost u sprječavanju unutarmaternalne infekcije fetusa kao i u komplikacijama trudnoće, chorioamnionitisa, abrupcije posteljice i komplikacijama vezanim uz pretilost. Tijekom trudnoće koncentracija ozona otopljenog u fiziološkoj otopini se može kretati od 400-800 mcg/L.

Ovi su rezultati prikupljeni na temelju istraživanja utjecaja različitih razina ozona u peroksidaciji lipida i protuoksidirajućem obrambenom sustavu koji su rađeni na uzorcima krvi trudnica oboljelih od različitih

porodničkih bolesti. Sigurnost ovih razina ozona glede teratogenosti potvrđena je na seriji ispitivanja trudnih laboratorijskih štakora. Djelovanje ozona pokazalo se korisnim u poboljšanju makro i mikro cirkulacije, odnosno u poboljšanju fetomaternalne cirkulacije, smanjenju čimbenika koji dovode do hipokoagulabilnosti krvi.

Liječenje ozonom u onkologiji primjenjuje se već nekoliko godina. Strani istraživači opravdavaju upotrebu ozona u onkologiji na dva bitna otkrića. Prvo je otkrio O. Warburg 1966. godine (Njemačka) koji je objasnio kako je glavni razlog rasta tumora nedostatnost kisika na staničnoj razini. Drugu je objasnio J. Varro 1974. godine (Njemačka) koji je pokazao intoleranciju peroksida u tumorskim stanicama. S tim u vezi pretpostavio je kako ozon i hidrogen peroksid mogu utjecati na metabolizam zloćudnonovotvorinskih stanica epitelnog tkiva (raka). Naime, stanice koje se brzo dijele, poput stanica raka izuzetno su osjetljive na prisutnost ozona zbog toga što većinu svoje aktivnosti za vrijeme dijeljenja ne mogu usmjeriti na obranu stanice od oksidansa.

Klinička istraživanja ozona dovela su do zaključka kako ozon u liječenju ginekoloških upalnih bolesti ima u osnovi antioksidacijski učinak, a istovremeno služi kao popravljivač stanične i humoralne imunosti. Ozon u liječenju takvih stanja ima detoksicirajući, analgetični i sedativni učinak što dovodi do smanjenja standardnih lijekova koji bi se koristili u navedenim stanjima.

Pokusna klinička istraživanja pokazala su kako lokalna primjena ozona na vanjskim spolnim organima žena (prijeprodorne ozljede) u određenim razinama i trajanju ima pozitivan učinak koji se temelji na jačanju lokalnih imunskih čimbenika koji dovode do ublažavanja, a potom i do kočenja same upale. Dobro je poznat učinak ozoniziranog maslinovog ulja u liječenju distrofičnih bolesti stidnice.

Osim u ginekologiji, ozon ima primjenu i u drugim granama medicine s ciljem poboljšanja cirkulacije i opskrbe tkiva krvnim tjelešcima i kisikom, liječnju upala i sprječavanju osnova za razvoj brojnih bolesti i zloćudnih novotvorina u njihovim temeljima.

1. Kirurgija: peritonitis, purulentne rane, dekubitus, komplikacije dijabetes mellitusa, pankreatitis, sterilizacija rane
2. Interna medicina: sanacija prijeloma, intenzivna medicina, hepatitis, upalna bolest crijeva, kronični bronhitis, bronhalna astma, kardiovaskularne bolesti, reumatske bolesti, dijabetes mellitus, koronarne bolesti, kompresivne ishemičke nefropatija
3. Urologija: pijelonefritis, cistitis, spolno prenosive bolesti, kronični prostatitis, zloćudne novotvorine itd.
4. Neurologija: ishemične moždane atake, poboljšanje moždane cirkulacije, migrene, diseminirane skleroze
5. Gerontologiji, medicini treće životne dobi
6. Barokomore ozona

Literatura

1. Carl J. Johnston. Clara cell secretory protein-deficient mice differ from wild-type mice in inflammatory chemokine expression to oxygen and ozone, but not to endotoxin. *Experimental Lung Research*, 1:7-21, 1999.
2. Bocci V, Luzzi E, Corradeschi F, et al. Studies on the biological effects of ozone: 6. Production of transforming growth factor 1 by human blood after ozone treatment. *J Biol Regul Homeost Agents*. 8(4):108-12, 1994.
3. Paulesu L, Luzzi E, Bocci V. Studies on the biological effects of ozone: 2. Induction of tumor necrosis factor (TNF-alpha) on human leucocytes. *Lymphokine Cytokine Res*. 10(5):409-12, 1991.
4. Bocci V, Valacchi G, Corradeschi F, et al. Studies on the biological effects of ozone: 7. Generation of reactive oxygen species (ROS) after exposure of human blood to ozone. *J Biol Regul Homeost Agents*. 12(3):67-75, 1998.

5. Bocci V, Luzzi E, Corradeschi F, et al. Studies on the biological effects of ozone: 3. An attempt to define conditions for optimal induction of cytokines. *Lymphokine Cytokine Res.* 12(2):121-6, 1993.
6. Valacchi G, Bocci V. Studies on the biological effects of ozone: 10. Release of factors from ozonated human platelets. *Mediators Inflamm.* 8(4-5):205-9, 1999.
7. Polosa R, Sapsford RJ, Dokic D, et al. Induction of the epidermal growth factor receptor and its ligands in nasal epithelium by ozone. *J Allergy Clin Immunol.* 113(1):120-6, 2004.
8. Ai Y, Liu SY. [Influence of transforming growth factor-beta2 on production of tumor necrosis factor-alpha and interferon-gamma from placenta of intrahepatic cholestasis of pregnancy. *Zhonghua Fu Chan Ke Za Zhi.* 39(5):322-5, 2004.
9. Larini A, Bocci V. Effects of ozone on isolated peripheral blood mononuclear cells. *Toxicol In Vitro.* 19(1):55-61, 2005.

**NOVE ICT TEHNOLOGIJE, MEDIJI
I E-OBRAZOVANJE**

**NEW ICT TECHNOLOGIES, MEDIA
AND E-EDUCATION**

IMPLEMENTATION OF QR CODE BASED INFORMATION SYSTEM INTO THE PRESENTATION OF CROATIAN CULTURAL HERITAGE

PRIMJENA INFORMACIJSKIH SUSTAVA ZASNOVANIH NA QR KODU U PREZENTIRANJU HRVATSKE BAŠTINE

Marija Valčić, Vinko Morović, Mario Dumančić

*College of Business and Management „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić, Croatia
Visoka škola za poslovanje i upravljanje „Baltazar Adam Krčelić“, Zaprešić, Hrvatska*

Abstract

Information technologies nowadays enable for the fast and simple approach to the preparation and presentation of different materials, specifically our rich cultural heritage. And this is because today's society demands a fast and simple access to the information at the very moment this information is needed. Statistical data point out the fact that mobile phones and smart phones with fast Internet connection are widely in use. Most of these phones have the ability to read the QR code. This code can be placed in various places as an addition to the existing information or as a link to the additional information. This paper describes the possibilities to use QR code as a simple information system in presentation of Croatian cultural heritage.

Keywords

QR code, smart phones, information and communication technologies, cultural heritage

Sažetak

Informacijske tehnologije danas omogućuju brz i jednostavan pristup pripremi i prezentiranju različitih materijala, a posebice iz domena umjetnosti i naše bogate kulturne baštine. Razlog tome je što današnje društvo zahtijeva brz i jednostavan pristup informacijama onog trenutka kada im informacija doista i treba. Statistički pokazatelji ukazuju na veliku korištenost mobilnih telefona i pametnih telefona sa pristupom na Internet. Većina tih telefona ima mogućnost čitanja QR koda kojeg je moguće postaviti na različita mjesta kao dodatak na postojeću informaciju ili kao poveznica prema dodatnim informacijama. Ovaj rad opisuje mogućnosti korištenja QR koda kao jednostavnog informacijskog sustava u prezentiranju hrvatske kulturne baštine.

Ključne riječi

QR kod, pametni telefoni, informacijsko-komunikacijska tehnologija, kulturna baština

Uvod

QR (Quick Response code) je vrsta matričnog dvodimenzionalnog barkoda koji je dizajniran za čitanje na različitim vrstama pametnih telefona, tablet računala itd. Kod je kreiran 1994. godine unutar Toyotine podružnice Denso Wawe. Kod se sastoji od crnih i bijelih modula međusobno poredanih na različite načine. Za razliku od klasičnog bar koda koji je osmišljen tako da se skenira uskim snopom svjetlosti, QR kode je kreiran kao 2-dimenzionalna digitalna slika te se skeniranje odvija poput skeniranja slike, a nakon skeniranja digitalno se analizira. Kako bi se odredili točni elementi koda u kutovima se smještaju tri specifična kvadrata koji normaliziraju veličinu slike, orijentacije i kut gledanja. Sitne točkice tada se pretvaraju u binarne brojeve te se provjeravaju kako bi se otklonile moguće pogreške u skeniranju i dekodiraju QR koda. Pozadina QR najčešće je bijela ali može imati i drugačije boje. Cilj dizajna ovog koda je brzo dekodiranje odnosno isčitavanje informacija iz koda. Informacije koje sadrži kod mogu biti različitog tipa poput teksta, URL poveznice ili drugih oblika podataka.

Tehnologija QR koda u početku se koristila u području proizvodnje i logistike jer omogućuje spremanje više informacija nego klasični linijski barcode. QR kod vrlo brzo se proširio unutar Japana, Sjeverne Koreje, te ostalih zemalja Azijskog područja. Razvojem IKT (Informacijsko Komunikacijske Tehnologije) otvorila se

mogućnost korištenja QR koda i u drugim područjima ljudskog života. Osim korištenja ove tehnologije u tvornicama i proizvodnji, vrlo je zanimljivo korištenje u muzejima, turizmu, informacijskim pultovima. Korištenje QR koda otvara jednu novu dimenziju javnom pristupu informacijama različitog tipa. Izrada QR koda iznimno je jednostavna i omogućuje kodiranje osnovnih informacija ili poveznica prema drugim dokumentima. Bojanjem QR koda u boje pojedine zemlje jednostavna je informacija onome koji je u potrazi za informacijama na jeziku koji razumije. Učitavanje QR koda u različite oblike smartphona ili drugih gadgeta koji imaju mogućnost pristupa internetu omogućuje pristup dodatnim materijalima koji su povezani sa objektom skeniranja. Pristup dodatnim tekstualnim, slikovnim, zvučnim ili video materijalima omogućuje nastavak potrage za informacijama. Unutar QR koda mogu se naći poveznice prema multimedijским objektima koji se mogu nalaziti na serverima pojedinih institucija koje su vlasnici skeniranog objekta (muzeji sa svojim serverima, turistička zajednica, gradovi, itd.) ili prema slobodnim informacijama poput Wikipedije itd.



Muzeji kao čuvari kulture i baštine

Muzej (od starogrčkog . μουσείο[v], musío - sjedište Muza) je naziv za ustanovu i zgradu, u kojoj se čuvaju, proučavaju i izlažu, kronološki ili tematski, zbirke starina i umjetnina, te prirodoslovnih, tehničkih i sl. predmeta. Muzeji se dijele na znanstvene (arheološki, povijesni, etnografski, prirodoslovni, tehnički, vojni, kriminalistički, higijenski, školski, pomorski i dr.) i umjetničke (koji sadrže zbirke slika, skulptura, grafika i objekata primijenjene umjetnosti). Po karakteru, strukturi i teritorijalnoj kompetenciji muzeji se dijele na državne, zemaljske, pokrajinske, gradske i zavičajne.

U Hrvatskoj trenutno djeluje 149 muzeja, galeriji, muzejskih zbirki te sedamdesetak crkvenih zbirki. O muzejskoj građi brinu se stručno muzejsko osoblje, kustosi, preparatori i restauratori.

Povijest muzeja započinje u antičkom Rimu koji još ne poznaje muzeje kao instituciju, ali prikuplja i javno, u knjižnicama, dvoranama termi, hramovima ili na otvorenom, izlaže brojna djela likovne umjetnosti. Današnji tip muzeja javlja se u doba renesanse u Italiji. Zbirka Lorenza Veličanstvenog u Firenci naziva se Musei dei codici e cimeli artistici (Muzej kodeksa i umjetničkim gemama). Od 16. st. zanimanje za prikupljanje kulturno-povijesno-znanstvene građe (curiosa naturalia) raste i javljaju se galerije u kojima se čuvaju umjetnička djela. U 18. stoljeću grade se prve muzejske zgrade prilagođene muzejskoj građi i otvorene javnosti: Asmolean Museum u Oxfordu, s tiskanim pravilima iz 1714., Naturhistorisches Museum u Beču (1748.); British Museum u Londonu (1753.) i dr. Francuska revolucija dovodi do stvaranja mnogih javnih muzeja. U 19. stoljeću dolazi do prvih specijalističkih razvrstavanja muzeja. S jedne strane pokušavaju se stvoriti enciklopedijski muzeji s edukativnim pristupom (Metropolitan Museum of Art u New Yorku i Museum of Fine Arts u Bostonu), a s druge strane, slijedom pojave novih znanstvenih disciplina, muzejske zbirke prerastaju u specijalizirane muzeje:

1. arheološke (1802. osnovan je lapidarij u Augustovu hramu u Puli; Arheološki muzej u Splitu osnovan je 1820., a u Zadru 1830.),
2. umjetničke muzeje i galerije (National Gallery u Londonu iz 1842., Ermitaž u Petrogradu iz 1852., Strossmayerova galerija starih majstora u Zagrebu iz 1868. i dr.),
3. tehničke muzeje (Conservatoire National des Arts et Métiers u Parizu iz 1794.; Deutsches Museum von Meisterwercken der Neturwissenschaft und Technik u Minhenu iz 1903.),

4. povijesne muzeje (Muzej Napoleona u Parizu; Heeresmuseum u Beču),
5. etnografske muzeje (1837. u Leidenu; Museum für Völkerkunde u Beču iz 1876.; Etnografski muzej u Splitu iz 1910. i u Zagrebu 1919.),
6. prirodoslovne muzeje (Narodni prirodoslovni muzej u Parizu iz 1793.; National Museum of Natural History u okviru Smithsonian Institution u Washingtonu iz 1846.; American Museum of Natural History u New Yorku iz 1869.),
7. nacionalne muzeje (Narodni muzej u Zadru iz 1832. i Zagrebu 1846.) koji kod malih naroda afirmiraju nacionalni identitet.

U 20. stoljeću muzeji definiraju različite oblike izlaganja, metodološki oblikovanih kako bi komunicirali s javnošću. Objavljuju se popratni katalogi izložbi i druge publikacije, izrađuju se i prodaju suveniri, organiziraju se predavanja i pedagoške radionice za djecu. U Drugom svjetskom ratu mnoštvo muzeja je uništeno. Poslije rata grade se velike, nove muzejske zgrade: U 1959. godini otvara se Guggenheim Museum u New Yorku; već 1964. godine Muzej antropologije u Ciudad de Mexico; a 1973. godine Muzej van Gogha u Amsterdamu; 1977. godine Nacionalni muzej moderne umjetnosti u centru Georges Pompidou (tzv. Beaubourg) u Parizu; 1982.; Neue Staatsgalerie u Stuttgartu; ili se izvode sadržajne adaptacije (u Parizu kolodvorska zgrada u Musée d'Orsay, zgrada Hôtel Sallé u Musée Picasso i dr.). U Zagrebu se 2010. godine otvara novi Muzej suvremene umjetnosti, godinu dana prije u Zadru se otvara Muzej antičkog stakla; 2011. godine otvara se na Gornjem gradu u Zagrebu prvi privatni muzej, Muzej Marton; otvaraju se eko-muzeji i muzeji na otvorenom.

Potkraj 20. i početkom 21. stoljeća dolazi do razvoja virtualnih muzeja, kao i tematskog okupljanja digitalnih zbirki dostupnih internetom. MOWA (engl. Museum of Web Art) ne postoji kao zgrada, ali ima postav, nudi mogućnost razgledavanja i edukativne programe.

Muzej bi trebao biti mjesto od kojeg će vam se zavrtjeti u glavi, rekao je jednom davno slavni talijanski arhitekt Renzo Piano. Tom rečenicom s pravom se može započeti priču o renesansi hrvatskih muzeja u proteklu godinu dana, koja je započela s Muzejom antičkog stakla u Zadru, nastavila se otvorenjem veličanstvenog Muzeja suvremene umjetnosti u Zagrebu, zatim bljesnula u Krapini u obliku Muzeja krapinskog pračovjeka. Ti su muzeji svratili pozornost i na ostale hramove umjetnosti diljem Hrvatske koji stoje kao nezaobilazne atrakcije kulturnog života.

Muzej je institucija koja korespondira s humanističkom vizijom baštine i njezine uporabe, kao sredstvo koje baštini određuje značaj i funkciju.¹ Kao sredstvo razvoja (javna djelatnost), muzej ne postoji samo zato da bi nam pomogao u održavanju identiteta, već i da bi bio instrumentom kritičkog viđenja, čime nam omogućuje neprekidno pre-vrednovanje prošlosti.

Ta osnovna humanistička crta muzeja zahtjeva da osnovna i ona druga pomagala budu dinamična: ona se ne smiju institucionalizirati ili poprimiti status modela jer „institucija kao oblik obično predstavlja smrt izravne kreativnosti i kraj spontanog procesa pa čim (muzeji) postanu modelima, bilo po svojoj arhitekturi bilo po svom radnom procesu, oni izdaju svoju urođenu narav“².

Muzeji, arhivi i slične institucije su poput banke podataka u nekom trodimenzionalnom obliku koje nam služe i pomažu da danas donosimo kvalitetnije odluke. Oni će poslužiti i svima onima koji dolaze iza nas, no nas prvenstveno treba zanimati, što će nama danas muzej? Mogu li muzeji poslužiti razvoju, ekonomskom prosperitetu, turizmu i sl. Kultura i inače sve više i više nalikuje biznisu, a znanost i tehnologija sve se više i više „kultiviraju“. Kako kultura oduvijek predstavlja neophodnu i temeljnu strukturu svakog razvoja onda promatrajući je kroz ekonomski rast zaključujemo da može pomoći u podršci lokalnog know-howa, stvaranjem poticajnog ozračja, privlačenjem interesantnog ulaganja, razvoju turizma te otvaranjem novih radnih mjesta. U današnje vrijeme važni i međunarodno prihvaćeni muzejski projekti postali su odmah

¹ Bellaigue, M. (1999) Local identity in the process of globalisation. The ecomuseum questioned. Finding the signs of a world rematerialisation, *Nordisk Museologi*, 1999/2.

² Šola, T. (1997) *Eseji o muzejima i njihovoj teoriji (prema kibernetičkom muzeju)*; prijevod izvornika: Essays on museums and their theory (towards the cybernetic museum). The Finnish Museums Association, Museological Publications I.

atrakcije i kreatori poticajnog, poduzetničkog ozračja, poput projekta Muzej Guggenheim, u Baskijskom gradu Bilbao-u.

Muzeji ne postoje zbog predmeta koji su u njima pohranjeni već zbog koncepta koji ti predmeti pomažu prenijeti. Svjedoci smo velikog porasta muzeja u svijetu, ali u isto vrijeme svjedoci smo i uspona raznolikosti. Danas uočavamo da se većina problema suvremenog svijeta može sagledati kao problem identiteta. Cjelokupna povijest muzeja kao institucije pokazuje da muzej, kao prava institucija, postoji samo zadnja tri stoljeća. Nadahnuće preko koga je humanizam iščitavao antiku stvorio je potrebu za prošlošću a bilo je samo pitanje vremena kada će ta potreba zadobiti svoj institucionalni oblik-muzej. Civilizacija koja se toliko trudi da sačuva prošlost bila je u stalnoj borbi s problemima identiteta i to objašnjava zašto muzeji nastaju tek u osamnaestom stoljeću. Ako zaključimo da muzeji postoje samo u svrhu nekog identiteta a čim postanu modeli, bilo po svojoj arhitekturi bilo po svom radnom procesu, oni iznevjeravaju svoju urođenu narav.³ Ako je to tako onda u nas ima malo „suvremenih“ muzeja, muzeja koji su odraz lokalne kulture. Gotovo svi muzeji oblikovani su prema europskom modelu muzejskih institucija prema zapadnom kulturnom krugu. Možemo li mi u Hrvatskoj uopće razgovarati o postmodernizmu i kibernetici u svijetu muzeja na način da ne ugrozimo svijet tradicionalnih muzeja jer oni sasvim lijepo mogu živjeti i uz nas i uz nove tipove muzeja. U ovim turbulentnim vremenima i globalizacije i sve većeg siromaštva i siromašenja kulture najčešće pogreške su kopiranje nekih drugih uzora, uvozne mitologije. Tako su mnogima svijetli ideali i prave institucije Louvre, Metropolitan, British Museum. Djelovanje takvih i tih mastodontskih institucija stoji godišnje približno 200 milijuna dolara. Njih svakako ne treba kopirati premda je jednom davno Hrvatska koračala upravo tim putem.

Digitalni muzeji i upotreba inteligentne informatike u prezentaciji baštine

Nove tehnologije su potaknule tradicionalne muzeje da odvedu svoje izložbe izvan muzejskih zidova i poboljšaju svoje funkcije: edukaciju, zabavu i neke druge sadržaje. Digitalni muzeji, kao nova paradigma modernih muzeja, naglašavaju funkcije tradicionalnih muzeja koristeći digitalne tehnologije kako bi pružili online virtualnu reprezentaciju, instantno širenje informacija, personaliziranu mogućnost pretraživanja i virtualne zajednice korisnika. Te prednosti proizlaze iz činjenice da digitalni muzeji učinkovito prenose resurse na mrežu koja može riješiti problem izvedbe i pouzdanosti izložbi.⁴

Tijekom posljednjih desetljeća, muzejsko iskustvo je doživjelo brojne transformacije od tradicionalnog elitizma i fokusiranja na visoku umjetnost do dostupnosti široj publici. Kako bi konkurirali fantastičnoj zabavi prezentacije tematskih parkova, muzeji odgovaraju korištenjem kompjutera, videa i nove inovativne tehnologije. Neki muzejski djelatnici su protiv korištenja novih tehnologija i krive ih za smanjenu interaktivnost između posjetitelja i izložaka kao i između samih posjetitelja međusobno. Smatraju da je bolje zaposliti ljude nego potrošiti na nove tehnologije. No bez obzira na sve prigovore, većina muzeja je prihvatila novu tehnologiju kako bi privukla, i još važnije, zadržala posjetitelje. To se posebno odnosi na mlade, koji su od rođenja izloženi novim tehnologijama.

Većina suvremenih muzeja imaju svoje web stranice i nude „virtualne posjete“. Muzeji kao što su Ermitaž, Louvre i Vatikanski muzej nude online izložbe na svojim internetskim stranicama. No nove su se tehnologije posljednjih godina razvile dalje od samih web stranica i virtualnih posjeta. Talijani Stock i Zancaro započeli su projekt „Osobno iskustvo s aktivnom kulturnom baštinom“ (PEACH). Jezgra projekta je individualizirano vodstvo po muzeju uz pomoć „pametnog“ sistema koji usmjerava posjetitelja po muzeju istovremeno mu pričajući o predmetima. Sustav ne samo da može pratiti kretanje posjetitelja u stvarnom prostoru, nego i odrediti ukus i sklonosti slušajući razgovore i komentare. Sustav tada prerađuje te reakcije kako bi točno odredio specifičan ukus posjetitelja i prema njemu odabrao izložke. Sustav može promijeniti korisnikovu percepciju okoliša. Također može naglasiti bitne izložke i zanemariti one manje bitne koristeći

³ Šola, T. (1997) *Eseji o muzejima i njihovoj teoriji (prema kibernetičkom muzeju)*; prijevod izvornika: *Essays on museums and their theory (towards the cybernetic museum)*. The Finnish Museums Association, Museological Publications I.

⁴ Dong, S; Xu, S; Wu, G (2006), *Earth Science Digital Museum (ESDM): Toward a new paradigm for museums, Computers and Geosciences*, Volume 32, Issue 6, p. 794.

3D tehnologiju i audio efekte karakterističnih glasova kako bi pojačao znatiželju posjetitelja i privukao pažnju k određenom izložku koji je od posjetiteljevog posebnog interesa. Može promijeniti fizičku poziciju posjetitelja korištenjem direktnih sugestija: „idite na drugu stranu sobe, velika freska na zidu je La Maesta“ ili indirektno „La Maesta, remek djelo europskog gotičkog slikarstva je iza vas“.

Može interpretirati implicitne namjere posjetiteljevih pokreta. Ako posjetitelj posvećuje više vremena promatranju jednog predmeta, sustav će to shvatiti kao interes i pružiti dodatne, detaljnije informacije o izložku. Sustav prima zahtjeve od posjetitelja, bilo u verbalnom obliku ili kroz geste posjetitelja.

Cilj takvih vrsta sustava je pomoći posjetiteljima da usklade posjet sa svojim vlastitim interesima, ali u nekim slučajevima posjetitelja treba potaknuti da ne propusti neko posebno važno djelo (na primjer, ne možete prvi put posjetiti Louvre i ne vidjeti Mona Lisu, Vjenčanje u Kani i sl.). Ovakvi sustavi su proizvod spoja dvaju glavnih tehnoloških pomagala u prezentaciji razvijenih u zadnjem desetljeću:

- prirodna interaktivnost – obuhvaća prirodno procesuiranje jezika, percepciju, razumijevanje slika, inteligentne sustave itd., primijenjene na individualno orijentiranu prezentaciju informacija
- mikro senzorski sustav – kamere, laserska telemetrija, mikrofoni, ultrazvučni signali, korišteni za točnu virtualnu rekonstrukciju okoliša i za praćenje posjetitelja.

Inovativne multimedijske tehnologije slične PEACH sustavu se često uvode u prezentaciju poznatih svjetskih baštinskih lokaliteta. Multimedijalna prezentacije trebala bi imati ulogu interpretativnih tekstova, odnosno trebala bi pričati priču na narativan način. Ona može komunicirati veliku količinu često složenih informacija na zanimljiv način prilagođen korisniku, omogućujući posjeteljima pristup informaciju koju trebaju i u vlastitom ritmu. Cilj je pridonijeti općem iskustvu posjetitelja na pozitivan, obrazovni, provokativan i značajan način (poput interpretativnih legendi). Obraćaju se neizrečenom pitanju posjetitelja: Što ovdje ima za mene? Zašto bi mi to bilo važno? Kako će to znanje unaprijediti moj život?⁵

Bazirajući se na bogatom iskustvu skupljenom u raznim muzejima, grupa znanstvenika⁶ predložila je osam koraka u procesu razvoja prezentacije primjenjive na muzeje, ali i na baštinske lokalitete:

1. Odabir glavne teme izložbe
2. Snimanje izložaka
3. Definiranje polja interesa (perspektive)
4. Traženje i odabiranje izvora tekstova
5. Pisanje teksta (govorni jezik)
6. Odabir kinematografskih tehnika
7. Kreiranje zvučnog zapisa
8. Usklađivanje zvuka i slike

Slijedeći izazov za unaprjeđenje sustava glasovno orijentacijske prezentacije bio bi sustav praćenja posjetitelja: infracrveni emiteri, senzori, mobilni uređaji ili ultrazvuk, koriste se kako bi se pratilo kretanje posjetitelja.

Visoka tehnologija koja se koristi u digitalizaciji i prezentaciji baštinskih lokaliteta brzo se širi industrijaliziranim svijetom. Bit će potrebno raditi na digitalizaciji baštine kako bi ona postala dostupna što većem broju ljudi kroz virtualne posjete. Cilj digitalizacije je kao prvo promocija baštine nacionalnoj i međunarodnoj publici kroz virtualne ture na Internetu, a kao drugo briga za zaštitu osjetljivih lokaliteta koje ne mogu podnijeti visoku razinu posjete.

Primjena QR kodova u prezentaciji i interpretaciji kulturne baštine

Odmah je jasno zašto QR kodovi mogu biti odlični za uporabu u muzejima i baštinskim lokalitetima: preko njih se digitalni medij može jednostavno „prikvačiti“ na fizički predmet u obliku malog printanog kvadratnog koda. Iako su QR kodovi u osnovi samo poveznice na web adrese, kada se povežu sa online bazama predmeta, njihove mogućnosti postaju vrlo velike. Predmet u realnom svijetu – muzejski primjerak – može biti neprekidno povezan sa rastućim i promjenjivim skupom online materijala koji se posjetiteljima

⁵ Katz S. et al. (2006) Preparing Personalized Multimedia Presentations for a Mobile Museum Visitors' Guide - a Methodological Approach, in J. Trant and D. Bearman (eds.). Museums and the Web 2006: Proceedings, Toronto: Archives & Museum Informatics.

⁶ isto

otkriva preko njihovih smartphona ili sličnih uređaja. QR kodovi su jednostavni za napraviti i jeftini što ih čini izuzetno privlačnima za kulturni sektor.

Rane beta verzije takvih sustava bile su razvijene u sklopu TOTem istraživačkog konzorcija Sveučilišta u Brunelu, Sveučilišnog koledža u Londonu, Sveučilišta u Dundeeju, Sveučilišta u Edinburghu i Sveučilišta u Salfordu.⁷ Tales of Things je besplatni sustav baziran na QR kodovima koji povezuje predmete s njihovom pričom, koju su ranije ostavili drugi korisnici. Već ga je koristilo nekoliko muzeja na svojim izložbama. Glavni element ove aplikacije je mogućnost dodavanja vlastite priče na QR kod tako da korisnik ne samo da čita informacije već i odgovara na njih. U doba kada je ko-kreacija i dijeljenje neophodna aktivnost svakog muzeja koji gleda u budućnost, ovaj tip sustava je vrlo atraktivan. Omogućava ljudima da snime vlastita razmišljanja o muzejskim predmetima i prilože ta razmišljanja objektu kako bi ih i drugi mogli vidjeti i na njih odgovoriti. Na taj način muzeji otvaraju novi tip dijaloga s posjetiteljima, odmičući se od tradicionalnog jednostavnog slanja informacija.

No, unatoč privlačnosti, prihvaćanje QR kodova u muzejima još nije uobičajen zbog nekoliko tehnoloških ograničenja u implementaciji i, još važnije, općeg manjka svijesti. Neki smatraju da još uvijek nedovoljno ljudi zna što je to QR kod ili nemaju vlastiti uređaj za njegovo čitanje da bi u ovoj fazi mogao biti masovno prihvaćen. Međutim, oni će polako postati sve uobičajeniji. Muzeji to mogu iskoristiti kao dobru priliku da postanu zaista demokratsko i interaktivno iskustvo za svoje korisnike.

Tehnički problemi koji se mogu javiti kod QR kodova su premali uglovi koda pa ih često čitači ne mogu razumjeti. Ako postoje sjene, odbljesci ili je slabo svjetlo, kodovi se ne mogu učitati. Nepostojanje besplatnog bežičnog interneta u cijelom muzeju također može biti potencijalan problem. Osim tih manjih tehničkih problema, QR kodove je vrlo jednostavno koristiti uz pretpostavku da posjetitelj ima instaliran telefonski čitač i da postoji dobra (i po mogućnosti besplatna) internetska veza dostupna u izložbenom prostoru.⁸

Ali, kao što je slučaj sa uvođenjem bilo koje tehnologije u muzejima ili galerijama, moraju postojati jasne dobrobiti za posjetitelje kao i za muzej od korištenja QR kodova. Iako se sam čin korištenja telefona za „magično“ čitanje koda može nekima činiti privlačnim (tako i je kod mlađih posjetitelja), zapravo je bitno ono s čime je kod povezan. Čak i bez korištenja ko-kreirane baze korisničkih sadržaja, postoje mnoge privlačne upotrebe QR kodova u muzejima. Pružaju brzu i momentalnu poveznicu na materijale koji pomažu u interpretaciji, obrazovanju ili marketinškoj kampanji, na primjer. Važno je povezati predmet s pravim sadržajima, bili to materijali koje je generirao sam muzej ili netko drugi. QR kod je samo sredstvo, bitno je osigurati da se pomoću njega stvara dodana vrijednost, bilo kroz dodatnu priču o predmetu ili kroz video o tome kako umjetnik instalira skulpturu.

Jedan od problema kojim se do sada možda nije dovoljno bavilo je pitanje zašto bi korisnici koristili QR kod koji im je stavljen na raspolaganje u muzeju. Jako se malo pažnje obraća motiviranju posjetitelja, a gotovo nikada nema nikakvih informacija gdje će ih učitanje koda odvesti. QR kodovi bez konteksta nisu privlačni, poželjno je staviti oznake kako bi se posjetitelje obavijestilo o tome što će dobiti kada skeniraju kod.



Zaključna razmatranja

Upotreba mobilnih barkodova u muzejima tek je nedavno započela, a njihova primjena se kreće od audio vodiča do proširene stvarnosti. U dosadašnjoj upotrebi bilo je mnogo grešaka, na primjer stavljali su se QR kodovi iza stakla ili su se plastificirali pa se zbog odbljeska svjetla nisu mogli pravilno skenirati. No bilo je i mnogo uspješnih

⁷ Billings, S. (2011) QR codes and the museums. Dostupno na <http://www.museumnext.org/2010/blog/qr-codes-and-museums> (22.3.2012.)

⁸ isto

implementacija.

QR kodovi su odličan način poboljšanja korisničkog iskustva. Mogu oživjeti izložke, omogućiti komunikaciju među posjetiteljima i educirati ih na svim stupnjevima. U Indianapolisu su koristili QR kodove kako bi usmjerili korisnike smartphona na wiki stranicu s više informacija o onome o čemu izložci pokušavaju podučiti djecu. U Richmondu je obrazovanje dovedeno do novog stupnja. Fokusirajući se na njihovu glavnu izložbu, dali su QR kodove kako bi ih roditelji mogli skenirati. Kodovi su ih odveli na video s lekcijom koju je osoblje htjelo da djeca nauče. Te ideje se mogu upotrijebiti u muzeju ili odnijeti kući.

Zašto koristiti QR i mobilne telefone? Zašto umjesto toga ne postaviti video kiosk na izložbi? Pokušalo se i to. Okoliš mora poticati energiju i interakciju. Video monitori su smetali procesu učenja i bilo ih je teško čuti. Kad govorimo o zvuku, Umjetnički muzej u Clevelandu i Arheološki muzej u Bologni koriste QR kodove za audio ture po svojim zbirkama. Kada se skenira kod, korisnik je odveden na online verziju audio vodiča po novim zbirkama muzeja. U Clevelandu su postavljeni umjetnički poster - oglasi na 11 različitih lokacija uključujući Little Italy i Tremont, a manji poster su stavljeni u knjižnice i druge javne prostore. QR kodovi vode umjetničke entuzijaste do web stranice muzeja, potičući web promet i omogućavajući da se slušaju vodstva direktno na smartphonu, promovirajući nove galerije.

Ove nove usluge transformiraju mobilne uređaje u audio i video vodiče što je uzbudljiv način na koji ljudi mogu uživati u kulturnoj baštini. U Bologni će se usluga uskoro proširiti i na druge javne muzeje, uključujući povijesne građevine, crkve i spomenike. Svi će imati QR kod koji će ih povezivati kako bi se stvorile posebne tematske rute oko grada (npr. Grad glazbe, srednjovjekovna Bologna, itd.).⁹

Koristeći čitač i fotografirajući QR kode, mobilni uređaj će moći čitati naglas informaciju koju on sadržava koristeći Text-to-Speech. Informacija može sadržavati dodatne podatke o zbirci ili izloščima, kao i slike, dokumente, zvuk i video te postaje dostupna posjetitelju besplatno i na fleksibilan način.

Smithsonian Prirodoslovni muzej je koristio QR kodove kao dio izložbe o neandertalcima. Kampanja "MEanderthals" koristila je QR kodove koji su vodili korisnika na stranicu gdje je mogao učitati svoju sliku, vidjeti kako bi izgledao prije 30,000 godina i podijeliti ju preko Facebooka i e-maila. Neki muzeji, poput Muzeja egipatske arheologije Petrie i Umjetničkog muzeja u Fenimoreu povezali su QR kod iskustvo sa društvenim aspektom. U Fenimoreu, svaki artefakt na izložbi popraćen je originalnom objavom na blogu, originalnim komentarima povezanim s tom objavom i QR kodom koji usmjerava korisnike na sam blog. Korisnike se potiče da ostavljaju vlastite komentare i misli o artefaktima i izložbi.

U muzeju Petrie u Londonu i u Nacionalnom muzeju Škotske, koriste aplikaciju za mobilne uređaje Tales of Things. U škotskom muzeju je oko 80 predmeta označeno s QR kodom. Posjetitelj se vodi direktno na web stranicu s daljnjim informacijama o predmetu, od video i audio isječaka do zanimljivih činjenica. Muzej lijepih umjetnosti u Virginiji u suradnji s Agencijom Martin započeo je s odličnu kampanjom u kojoj je spojio QR kodove i virtualnu stvarnost koja omogućava da se virtualni predmeti mogu vidjeti u realnom prostoru. Postavili su prostore širom grada koji su imali ulogu virtualnih muzeja. Prazne ulice i skladišta transformirani su u umjetničke galerije korištenjem QR kodova koji su aktivirali aplikaciju virtualne stvarnosti (koristeći aplikaciju Layar) koja je umjetnost „postavila na zidove“ smartphona. Slijedeća kampanja koristila je portret Picassa napravljen potpuno od QR kodova koji su vodili na stranicu o njegovom djelu i pozivali na kupnju ulaznice za izložbu.¹⁰

Iako se još uvijek navikavamo na QR kodove, muzeji već pronalaze fascinantne i inovativne načine njihovog korištenja. Projekt u britanskim muzejima pokazao je da korištenje mobilnih telefona u muzejima povećava kod djece 4.5 puta vrijeme provedeno u muzeju.¹¹ To je novi, inovativan i uključujući način učenja, bez obzira radilo se o modi, umjetnosti, znanosti ili povijesti.

⁹ Wheeler, J (2011) QR codes in Museums. Dostupno na <http://www.themobilists.com/2011/08/30/qr-codes-in-museums/> (20.3.2012.)

¹⁰ Wheeler, J (2011) QR codes in Museums. Dostupno na <http://www.themobilists.com/2011/08/30/qr-codes-in-museums/> (20.3.2012.)

¹¹ Simon, N. (2011) QR Codes and visitor motivation: Tell them what they'll get with this shiny gadget. Dostupno na <http://museumtwo.blogspot.com/2011/08/qr-codes-and-visitor-motivation-tell.html> (22.3.2012.)

Literatura

1. Bellaigue, M. (1999) Local identity in the process of globalisation. The ecomuseum questioned. Finding the signs of a world rematerialisation, *Nordisk Museologi*, 1999/2.
2. Billings, S. (2011) QR codes and the museums. Dostupno na <http://www.museumnext.org/2010/blog/qr-codes-and-museums> (22.3.2012.)
3. Dong, S; Xu, S; Wu, G (2006), Earth Science Digital Museum (ESDM): Toward a new paradigm for museums, *Computers and Geosciences*, Volume 32, Issue 6, p. 793-802.
4. Katz S. et al. (2006) Preparing Personalized Multimedia Presentations for a Mobile Museum Visitors' Guide - a Methodological Approach, in J. Trant and D. Bearman (eds.). *Museums and the Web 2006: Proceedings*, Toronto: Archives & Museum Informatics.
5. Simon, N. (2011) QR Codes and visitor motivation: Tell them what they'll get with this shiny gadget. Dostupno na <http://museumtwo.blogspot.com/2011/08/qr-codes-and-visitor-motivation-tell.html> (22.3.2012.)
6. Šola, T. (1997) Eseji o muzejima i njihovoj teoriji (prema kibernetičkom muzeju); prijevod izvornika: *Essays on museums and their theory (towards the cybernetic museum)*. The Finnish Museums Association, *Museological Publications I*.
7. Wheeler, J (2011) QR codes in Museums. Dostupno na <http://www.themobilists.com/2011/08/30/qr-codes-in-museums/> (20.3.2012.)

THE ROLE OF DIGITAL COMPETENCES IN ELECTRONIC EDUCATION

ULOGA DIGITALNIH KOMPETENCIJA U ELEKTRONSKOJ NASTAVI

Matjaž Duh, Tomaž Bratina, Marjan Krašna¹

Faculty of Education, University of Maribor, Maribor, Slovenia; Faculty of Arts, University of Maribor, Maribor, Slovenia¹

Pedagoški fakultet, Sveučilište u Mariboru, Maribor, Slovenija; Filozofski fakultet, Sveučilište u Mariboru, Maribor, Slovenija¹

Abstract

The theoretical contribution to the use of modern information and communication technology in educational processes should be discussed critically. The multimedia learning materials and their use at different stages of the educational process in the context of their technical, educational, communicational and aesthetic quality have been reviewed from different perspective. There are many advantages in using multimedia learning materials in education but also disadvantages. Excessive use of electronic learning can lead to the possible unwanted situation in student personal development and upbringing goals may not be achieved. Since interactive multimedia learning materials are becoming more widely used in education they must be added into the teachers qualifications. Only competent teachers can use full potential of multimedia learning materials. How multimedia learning materials in all phases of education is used was tested on primary school teachers. Results are very useful for further teachers' education. The fear that educational process may lose some human quality is real.

Keywords

e-learning materials, e-skills, e-competences

Sažetak

Teorijski doprinos za korištenje suvremene informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT) u obrazovnim procesima treba kritički ocijeniti. Multimedijски materijali za učenje i njihovo korištenje u različitim fazama odgojno-obrazovnog procesa u kontekstu njihovih tehničkih, obrazovnih, komunikacijskih i estetskih kvaliteta provjerili smo iz različitih perspektiva. Postoje mnoge prednosti u korištenju multimedijских obrazovnih materijala u obrazovanju, ali tu su i nedostaci. Pretjerivanje u korištenju elektroničkog učenja može dovesti do mogućih neželjenih situacija u studentskom razvoju i odgojnih ciljeva nije moguće postići. Budući da se interaktivni multimedijски materijali široko koriste u obrazovanju moraju ta biti znanja dodana u studijske programe budućih učitelja. Samo kompetentni nastavnici mogu koristiti puni potencijal multimedijских obrazovnih materijala. Kako se multimedijских materijala koristi za učenje u svim fazama obrazovanja testirali smo na većoj populaciji učitelja razredne nastave. Rezultati su vrlo korisne za daljnje obrazovanje nastavnika. Utvrdili smo, da pretjeranom primjenom IKT obrazovni proces može izgubiti neke opće ljudske kvalitete.

Ključne riječi

materijali za elektronsko učenje, e-vještine, e-kompetencije

Introduction

Modern education and upbringing extensively use term competences. The need was so great that it has to be institutionalized (Europa parliament, 2005). But the description of competences is not the same over different scientific fields. Even in education disciplines the term competence is not unambiguously defined therefore

the need of interdisciplinary definition is in order. The competences are not uniform – at least competences of school, headmaster, teacher, and student can be distinguished. Despite terminological differences of students' competences they depend of overall development of personality on cognitive, emotional and psychomotor level. *"This starting point shows the direction of teachers' professional operation in acceptance of higher conception of teaching and learning and their competent practice"* (cognitive-constructivist model of teaching) (Herzog, Ivanuš Grmek, Čagran, 2012, in print). From the teachers perspective competences can be explained as hypothetical psychological processes that involves cognitive, emotional, motivational, social and behavioral components that are acquired through process of learning. (Weinert 2001, S. 27). Despite differences in interpretation of competences we can set some common findings about generic and specific competences independent from years of service or level of teaching. Specific competences are: knowing the curriculum, expert knowledge of scientific discipline, learning, content of teaching and learning outcomes, and methodologies. Expert knowledge of scientific discipline is reflected in the cross-sectional competences. In the area of fine arts this can be intersection between modern artistic production and postmodern artistic curriculum. Competent teachers of fine arts are described by "The teacher is working with contemporary art in an equivalent position to the students. The teacher is not just an expert that understands the artistic work and its interpretation" (Zupancic, 2007, S. 177). TESE-II research defined competences as combination of knowledge, understanding, skills, abilities, and values (Gonzales Wagenaar, 2005). But competences can be also combination of knowledge, assessment ability, communicational skills and learning skills. We must not forget digital competences since ICT becomes a part of our life and its application in education is necessity. "Digital competences are one of generic competences that individuals have to master in contemporary society" (Krašna, Bratina, 2010, S. 195). Digital competences cover social and natural sciences alike. They are seen as reliable and critical use of ICT on work, education, self-growth and cooperation in society (Ala-Mutka et al, 2008)

Digital competences or e-competences

It is an open debate should we use digital competences to denote e-competences or should we use them separately. Even if e-competences are used to denote just part of digital competences we still have problems with the term. But as long as we do not find better term we will define e-competences for the purpose of this article. E-competences are part of digital competences and they focus on special electronic concept of education and upbringing destined to constant changes and never ending evolution. Electronic school environment requires different, new, innovative types of teaching and learning. The aim of schools is to cherish its employees' skills for acquiring necessary e-competences. There are also conception of e-competences as the ability to rationally use ICT in education and teaching (Schenckenberg and Wildt, 2006). Authors have also discovered that there are differences between e-competences on individual and institutional levels. Their analysis of university educational processes shows that individual e-competences of lecturers are the ability of application of ICT in their pedagogical work. The institutional e-competences are defined as the policy of the university toward ICT in research and education. There is a strong bond between previous two e-competences (competences of teachers and institutional competences). Even on the primary school education we have to analyze those e-competences differently and the same strong bond between teachers and schools exist. Both types of e-competences reflect on the ability of successful use of ICT and e-learning materials in everyday pedagogical practice. Teachers need to know advantages and disadvantages of ICT and specific ethical rules in their use. Technological ethical code for teachers (Barcalow et al, 2001) require three rules:

1. Teachers must to provide each student the same access to the technology
2. Teachers have to provide equivalent technological resources for each student
3. Teachers should use least restrictive way for the restriction of internet and software.

There is the law that grant students uncensored access to the information (CIPA – Child Internet Protection Act). Teachers should be thought during their study how to acquire necessary competences for independent and competent teaching. E-competences are vital part of required competences and need to be part of

teachers' education and life long learning of teachers. With other words this means the acquaintance and application of ICT for teaching and teaching preparation.

Interactive e-learning materials

Contemporary interactive e-learning materials and their competent application in education have significant role in modern learning paradigm. E-learning term is used for multiple types of modern ICT aided education. It consists of distance learning, computer aided learning, internet aided education, online education, and so on. "*In the searching for better efficiency of education the modern ICT role becomes hyper developed and absolute necessity.*" (Duh, Krašna, 2009 S. 233). E-learning and e-learning materials were extensively developed in the last few years. But despite the fact that e-learning materials cover 100% of educational goals were not appropriate. Student got wrong impression of learning since all of the knowledge was available by mouse clicking. Versatility of screens, complete virtual-electronic educational goals and interactive e-learning materials leads away from real educational goals. With the excessive use of multimedia learning materials and virtual learning in the education the process of learning will become dehumanizing and non-pedagogic (Duh, Krašna, 2010). Teachers should gain adequate competences for effective and high quality use of multimedia learning materials during their study and lifelong learning process. Multimedia learning materials should be used as blended learning and not as substitute for traditional learning principles. This approach would deny the increasing concerns that multimedia learning materials could replace teacher-student communication. Many researchers have shown above any doubt that ICT increase effectiveness of educational processes (Berers et al., 2006). Positive effect on success of students is therefore evident. But the questions remain how these effects were achieved and what was the price of achievement? On the other hand we still have no valid results how skills gained with ICT can be transferred to the environment without ICT. Questions do not stop here and major concern is also if there is a chance that individual learning with multimedia learning materials and ICT would displace healthy collective learning in the classrooms. Should this become the truth how could we achieve any upbringing and emotional goals, educational goals? It is evident and known to any educational specialist that today's curricula have redundancy and ballast content. With the requirement that multimedia learning materials cover study courses entirely this disadvantage is inherited in multimedia learning materials too. The question that arose in this point is: Could we provide enough functional knowledge with only one multimedia learning material? Is it possible to achieve successful learning and upbringing with mouse clicking only? Our opinion is opposite and feedback of the reviewers and application of multimedia learning materials in schools shows that teachers need to be active participants in the development, testing and introduction of multimedia learning materials.

Multimedia learning materials are part of social network system. Successful use of these materials requires technical resources, suitable content and pedagogical specifications. Final goal is the same as in the traditional approach and is simple – students should gain knowledge and competences. But high knowledge retention requires good pedagogical design of multimedia learning materials. Principles of logical division, good structure and systematic approach supported with facts and generalization are the keys of success of multimedia learning materials.

Contemporary available multimedia learning materials in Slovenian schools (primary, secondary, and vocational) distinguish themselves according to the content, intended audience, and quality. All should be didactically suitable for their intended purpose though. Contemporary didactical theory should be applied in the design of multimedia learning materials. Lower the level of education higher quality of learning materials should be (more strict didactical requirements should be obeyed). Quality parameters of multimedia learning materials are objective and subjective. Objective part of quality parameters consist of technical equipment and its didactical applicability. Subjective part of quality parameters consist of didactics and methodology and answer the question of suitability of equipment (Duh, Krašna, 2009). We have to know that high quality ICT do not guarantee successful e-learning and intelligent support is vital for the success. Especially older students (vocational and high schools) show more inclination to self-learning than e-learning according to the research from European Centre for Development of Vocational Training (Aimard, McCullogh, 2006). From the presented facts and considerations we can deduce that perfection in

the design of multimedia learning material in expert and didactical aspect is needed. Multimedia learning materials should therefore activate students but not scare them and should be versatile and appealing. Didactical structure of multimedia learning materials should inspire students and visualization should increase innovations of learners. Visual senses are preferred over vocal since kids first observe and identify before they can talk. (Berger, 2008:21). In the reality we see that quality of multimedia learning materials varies a lot.

Methodology

To gain the insight into the current state of usage of the multimedia learning materials at the level of elementary education we prepared the survey. The survey was performed on the sample of 211 teachers of elementary education in Slovenia.

We were focused on the following details:

- How familiar are the teacher with the multimedia learning materials at elementary education level.
- Stages of lessons in which multimedia learning materials are used.
- The methodology of usage of multimedia learning materials.
- Teachers' personal estimation of competency.

The analysis was made at the level of descriptive and inferential statistics.

Teachers' acquaintance with the multimedia learning materials

The results presented in Table 1 represent the whole population (n=211) of teachers of the elementary schools that answered the questions in the survey.

Table 1: Teachers' acquaintance with the multimedia learning materials for the elementary education

How familiar are you with the e-learning materials for the elementary education?		
	f	f%
Familiar with most	52	24,6
Familiar with some	138	65,4
Weak	21	10,0

About the quarter of the population of the teachers are familiar with the most of multimedia learning materials for the elementary education. Most of them, about the two thirds, are familiar with some of them. The reason should be in the amount of the present multimedia learning materials which some of them are weakly presented from the side of developers or during the regular meetings in form of workshops or similar. Only about 10% of the teachers are not enough familiar with the multimedia learning materials.

The level of the familiarity with the multimedia learning materials for the elementary education is very similar concerning the teaching experience of the teachers. There is no statistically significant difference between novice or younger teachers and more experienced teachers ($\alpha=0,308$). Only teachers of 20 or more years of experience are expressing slightly lower level of familiarity with multimedia learning materials but the difference is still not statistically significant.

Multimedia learning materials used in different stages of the lesson

The results presented in Table 2 represent only teachers of the elementary educations who are using the multimedia learning materials in performing lessons (n=188).

Table 2: Stages in lesson in which learning materials are used

In which lesson stage you use the e-learning materials?	
Lesson stages	f%
Introduction/Motivation	29,4
Study	22,0
Practice	36,4
Evaluation	12,2

Among the teachers using the multimedia learning materials during the lesson the 36,4% are using them in the stage of practicing and about the 30% as introduction or for the motivational reasons. Less than a quarter are using the multimedia learning materials in the stage of studying new facts. For the evaluation purposes the multimedia learning materials are only used in about 12% of cases.

E-learning materials usage

Table 3: The usage of e-learning materials

How do you use the e-learning materials?	
Usage types	f%
Individually for teachers 'preparation (Exclusively during the lesson)	36,8
Instead of traditional learning materials	31,7
Combining with traditional learning materials (blended learning)	31,5

Results show that different types of usage of e-learning materials are divided pretty evenly with a slight advantage to the teacher's preparation stage. But generally this result is very good example or even proof of versatility of the multimedia learning materials. Consequently in the process of preparation of the multimedia learning materials expected type of usage should be considered carefully.

Teachers' personal estimation of competency

The results presented in Table 4 represent only teachers of the elementary educations who are using the multimedia learning materials in performing lessons (n=188).

Table 4: Estimation of personal competency for using the multimedia learning materials during the lesson

Estimate your personal competency for using the e-learning materials during the lesson.		
	f	f%
Enough competent	79	42,0
Partially competent	100	53,2
Not enough competent	9	4,8

More than a half (53,2%) of the teachers taking the survey estimate their competency for using the e-learning materials during the lesson as partially competent or satisfying. About 42% are estimating their competency as competent enough and not more than 4,8% of teachers estimating themselves as not competent enough. This may be considered as satisfying result.

Higher level of confidence in estimating their competency for using the e-learning materials during the lesson was discovered by the younger generation of teachers. More than 70% of them estimate they are

"enough competent". The level of competency estimation lowers towards more experienced teachers. This brings the conclusion that the younger generations of teacher are more experienced in using multimedia learning materials. The higher level of competency estimation than by younger generations of teachers was consequently discovered in the categories of partial or not competent level. In both cases estimation level is higher than by the generations of teachers of less than 5 years of experience. The difference between the generations are statistically significant ($\alpha=0,009$). This fact can lead us to the conclusion that younger generations become sufficiently familiar with the multimedia learning materials during their study and consequently express higher level of estimated competency.

Conclusion

The e-competent teacher is required for appropriate application of multimedia learning materials. The term e-competency consists of knowledge, skills, and appropriate attitude. Therefore the didactic skills, suitable expertise in application of authoring tools, communication skills and assessment abilities are crucial. The e-competent teacher will be able to take more advantages of multimedia learning materials and apply them in any lesson stage. He or she will also be able to combine them with traditional didactical approaches and motivate the students to use multimedia learning materials autonomously. Combination of traditional didactical approaches and multimedia learning materials is still a kind of state of the art direction in didactics. The tutor aided multimedia learning environments are good example for this approach. In such environments the tutor's role is to stimulate students for interactive communication. Interactivity provides the feeling of social presence and prevents isolation due to the lack of direct interpersonal contact (Wheeler, 2005). To take the advantage of the tutor aided multimedia learning environments highly skilled tutors are required. The latest researches show that highly skilled tutors positively influence the quality and success of entire multimedia learning process. (Smith, 2005)

The same principles of appropriate trained teaching personnel should be considered regardless to the level of education. This can also be the level of elementary education where the results of our survey show some positive results. The teachers who are accustomed with the multimedia learning materials provide the solid foundation to future successful application of multimedia learning materials. The process can be further improved by the including teachers into the development process of new multimedia learning materials. In most cases the multimedia learning materials are used in the lesson for practicing or as motivation. In just about the quarter of cases they are used in the stage of studying facts.

The reasons for using of multimedia learning materials for studying facts may be either inexperienced teachers or didactically inappropriate multimedia learning materials. Some results in our survey have shown that we should focus to the lack of teachers' experience. . More than a half (53%) of the population of teachers is estimating their competences as partially competent in application of multimedia learning materials during the classroom lessons. Gladly less than 5% of teachers estimate their competencies as not good enough.

Analysis of methods how multimedia learning materials are used during the lesson show that the individual preparation is the most often used (36,8%). Despite that proportion of the other methods of usage are relatively close (about 31,5%) greater portion of the teachers that use multimedia learning material for preparation may indicate certain level of inexperience to use them in lesson directly.

Modern multimedia learning materials are not only the opportunity for the teachers. They are also teachers' obligation to apply them competently. Regarding the level of education and specific study fields the reasonable implementation is required. Regardless of the large amount of present multimedia learning materials not all meet the didactical or technical quality requirements. Problem is even worst in the aesthetical aspect of quality. Even in such cases the e-competent teacher will be able to use the corresponding teaching approach and distinguish the appropriate quality. The aesthetics of multimedia learning materials becomes increasingly important. Not only for better acceptance of multimedia learning materials by the learners but for the higher amount of knowledge delivered to the learners. Finally the e-competent teacher will always be aware of the multimedia learning materials limitations. Especially regarding the risk of transferring too much education into virtual environments.

Literatura

- Aimard, V., Mc Cullough, C. (2006). E-Learning in Europe: How do trainers, teachers and learners rate e-learning? Retrieved December 11 2011 from http://cms.eun.org/shared/data/pdf/report_survey_teachers_and_learners_and_elearning_final.pdf
- Ala-Mutka, K., Punie, Y., Redecker, C. (2008) EiD (Electronic Identification). [Online]. Retrieved January 17 2012 from <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC48708.TN.pdf>
- Barcalow, T., Creech, M., Gerriets, G., Marassa, M., Sallas, P., Sierra-Perry, M., Weinert, B. (2001). Code of Technology Ethics for Educators. A Project for the University of Illinois, Champaign/Urbana EPS 304/399. Retrieved 12. January 2012 from <http://lrs.ed.uiuc.edu/students/bweinert/304code.pdf>
- Beers, P.J., Boshuizen, H. P. A., Kirschner P. A., Gijssels, W., Westendorp, J. (2006). Cognitive load measurements and stimulated recall interviews for studying the effects of information and communications technology. *Education Tech Research Dev* (2008) 56:309-328. Retrieved 8.january 2012 from <http://arno.unimaas.nl/show.cgi?fid=19142>
- Berger, J. (2008). Načini gledanja. Ljubljana, Zavod Emanat.
- Berović, M. (2010). Virtualni nastavnik u realnoj učionici. V: Čičin-Šajn M et all. (ed.) *Computers in Education*. Rijeka MIPRO, Croatian Society.
- Dirk Schneckenberg, D., Wildt, J. (2006). Understanding the concept of eCompetence for academic staff. Center for Research on Higher Education and Faculty Development University of Dortmund. Retrieved 8.january 2012 from <http://www.ecompetence.info/uploads/media/ch3.pdf>
- Duh, M., Krašna M. (2009). Estetika e-gradiv. V: (Orel. M. ur.). *Nova vizija tehnologij prihodnosti* (str. 332-338). Ljubljana InfoKomTeh.
- Duh, M., Krašna M. (2010). Interactive e-learning materials: how to prepare and use it properly. V: Čičin-Šajn M et all. (ed.) *Computers in Education*. Rijeka MIPRO.
- Europa parliament. (2005). Key competences for life-long learning (slv: Ključne sposobnosti za vseživljenjsko učenje. Prevezeto 28. April 2010 iz European parliament: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P6-TA-2006-0365+0+DOC+PDF+V0//SL>
- Gonzales, J., & Wagenaar, R. (2005). Universities' contribution to Bologna process. Project Socrates.
- Herzog, J., Ivanuš-Grmek, M., Čagran, B. (2012). Views of mentors on elementary Education student Teaching. *Croatian Journal of Education*. Vol: 14 (1/2012),pp. 29-48.
- Krašna, M. Bratina T. (2010). Universal Digital Competences. Central European Conference on Information and Intelligent Systems, CECIIS. Retrieved January 16 from <http://www.ceciiis.foi.hr/app/index.php/ceciiis/2010/paper/view/349/134>
- Mirković, M. (2010). Nastavne metode u informatici/računalstvu. V: Čičin-Šajn M et all. (ed.) *Computers in Education*. Rijeka MIPRO, Croatian Society.
- Smith, C. T.(2005). Fifty-One Competencies for Online Instruction. *The Journal of Educators Online*, Volume 2, Number 2, July 2005 16. Retrieved 18 November 2011 from <http://www.thejeo.com/Ted%20Smith%20Final.pdf#search=%fifty-one%20competencies%20online%20instruction%smith%22>
- Weinert, F. E. (2001). Vergleichende Leistungsmessung in Schulen – eine umstrittene Selbstverständlichkeit, in: Weinert, F. E. (Hrsg.): *Leistungsmessungen in Schulen*. Weinheim und Basel, S. 17-31. Retrieved 5.january 2012 from <http://www.kompas.bayern.de/userfiles/infokompetenz.pdf>
- Wheeler, S. (2005). Creating Social Presence in Digital Learning Environments: A Presence of Mind? Retrieved 9 November 2011 from <http://videolinq.tafe.net/learning2005/papers/wheeler.pdf>
- Zupancic, T. (2007). Methode des kunstpädagogischen Konzepts in: Buchkühle, C. P., Kettel, J., Urlaß, M. (Eds.). (2007). *Horizonte. Internationale Kunstpädagogik*. Oberhausen: Atena Verlag. pp.175-193.

THE ROLE OF E-LEARNING IN CREATING COMPETITIVE ADVANTAGE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION

ULOGA E-LEARNINGA U STVARANJU KONKURENTSKE PREDNOSTI VISOKOOBRAZOVNE INSTITUCIJE

Dina Lončarić, Martina Jurković
Rijeka Polytechnic, Rijeka, Croatia
Veleučilište u Rijeci, Rijeka, Hrvatska

Abstract

E-learning as form of learning and acquiring new knowledge's in a digital age has been developed by carefully combining of technology, meaningful content and quality design of the learning process, as well as teaching in an online environment brings numerous advantages for higher education institutions directly by improving their competitive advantage. Competitive advantage of higher education institutions which provide educational services is defined as a strategic advantage of higher education institution in comparison with other institutions inside higher education system. It depends on the stakeholder groups satisfaction which according to their own experiences, perceptions and attitudes promoting the voice about a particular institution. In order to achieve a competitive advantage in dynamic environment to higher education institutions is imposed the necessity of adapting to the demands of users, where the application of new technologies and the introduction of e-learning can play an important role. This paper presents research results at the table and on the field about the necessity of introducing e-learning as an important strategic factor in creating of competitive advantage, students loyalty and employees satisfaction.

Keywords

e-learning, competitive advantage, higher education

Sažetak

E-learning kao oblik učenja i stjecanja novih znanja u digitalnom dobu razvijen pažljivim kombiniranjem tehnologije, smislenog sadržaja i kvalitetnog dizajna procesa učenja, odnosno podučavanja u online okruženju donosi brojne prednosti visokoobrazovnim institucijama izravno unaprjeđujući njihovu konkurentsku prednost. Konkurentska prednost institucija koje pružaju uslugu visokog obrazovanja definirana je kao strateška prednost jedne institucije u odnosu na ostale unutar sustava visokog obrazovanja. Ona ovisi o zadovoljstvu interesnih skupina koje ovisno o vlastitim iskustvima, percepcijama i stavovima promiču glas o određenoj instituciji. Kako bi u dinamičnom okruženju visokoobrazovne institucije ostvarile konkurentsku prednost nameće se nužnost prilagodbe zahtjevima korisnika, pri čemu primjena novih tehnologija i uvođenje e-učenja može imati važnu ulogu. U radu se prikazuju rezultati istraživanja za stolom i na terenu o neophodnosti uvođenja e-learninga kao važnog strateškog čimbenika u stvaranju konkurentске prednosti, lojalnosti studenata i zadovoljstva djelatnika.

Ključne riječi

e-learning, konkurentska prednost, visoko obrazovanje

1. UVOD

Elektroničko učenje ili e-učenje utemeljeno na implementaciji informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) u proces obrazovanja ima brojne prednosti pred klasičnim podučavanjem. Ono omogućava

vremensku i prostornu fleksibilnost učenja, izvori znanja postaju dostupniji, komunikacija među učenicima i s nastavnicima postaje intenzivnija, potiče se timski rad i sl. E-učenje u praksi se ostvaruje u različitim oblicima, od minimalne primjene IKT-a u nastavi, do potpune *online* nastave, koja omogućava učenje na daljinu. Kao takav oblik nastave, omogućava dostupnost obrazovanja učenicima i studentima koji zbog prostorne udaljenosti, nedostatka vremena, zdravstvenih razloga ili drugih objektivnih poteškoća nisu u mogućnosti prisustvovati klasičnom obliku nastave, čime se osigurava postizanje ishoda učenja uz uvažavanje potreba studenata.

Institucije u visokom obrazovanju sve se više suočavaju s nužnošću prilagodbe djelovanja tržišnim kriterijima poslovanja, pri čemu je izvrsnost odrednica ugleda institucije, a implementacija suvremenih tehnologija u proces obrazovanja imperativ. Uvođenjem e-učenja u obrazovne programe, visokoobrazovne institucije mogu ostvariti višestruku korist. Osim što primjena novih tehnologija unapređuje obrazovni proces, ona može postati i temelj strategije diferencijacije na tržištu usluga obrazovanja i čimbenik konkurentnosti institucije.

U procesu strateškog upravljanja i izgradnje konkurentne prednosti, institucije se mogu poslužiti alatima koji se koriste u operacionalizaciji marketinške koncepcije koja u središte pozornosti stavlja potrebe ciljne skupine, u ovom slučaju korisnika usluga obrazovanja. Postignuta izvrsnost uz visok stupanj zadovoljstva korisnika utječe na ugled institucije i privlačenje budućih korisnika. Pretpostavka je da će zadovoljni korisnici svoje iskustvo prenositi drugima, a poznato je da je komunikacija od usta do usta vrlo učinkovit oblik prijenosa informacija.

Sa svrhom utvrđivanja povezanosti između e-učenja i konkurentne prednosti institucija visokog obrazovanja, provedeno je istraživanje za stolom i na terenu. Rezultati istraživanja prezentirani su u četiri cjeline. Nakon definiranja pojma i iznošenja značajki e-učenja, opisan je proces stvaranja konkurentne prednosti institucija visokog obrazovanja, te su prikazane osobitosti marketinga u obrazovanju. Istraživanje za stolom rezultiralo je istraživačkim pitanjima koja su bila temelj istraživanja na uzorku studenata koji su na svojem studiju imali iskustvo s e-učenjem. Rezultati toga istraživanja prezentirani su u posljednjem dijelu, nakon kojega slijedi sinteza čitavoga rada.

2. E-UČENJE U VISOKOM OBRAZOVANJU I NJEGOVE ZNAČAJKE

E-učenje (*E-learning*) ili elektroničko učenje, kao oblik stjecanja novih znanja u digitalnom dobu, može se definirati kao učenje "podržano informacijskom i komunikacijskom tehnologijom"¹², odnosno kao proces obrazovanja uz uporabu informacijske i komunikacijske tehnologije, koja pridonosi unapređenju kvalitete toga procesa i kvalitete ishoda obrazovanja¹³.

S obzirom na razinu primjene informacijskih i komunikacijskih tehnologija u nastavi, danas je moguće razlikovati "četiri oblika učenja"¹⁴: (1) klasična nastava (*f2f – face to face*), koja podrazumijeva korištenje samo programa za obradu teksta u pripremi nastavnih sadržaja (npr. Word); (2) nastava podržana informacijskim i komunikacijskim tehnologijama (IKT), koja podrazumijeva korištenje tehnologije u svrhu unapređenja klasične nastave (prezentacije, multimedijски CD-ROM-ovi, *web*-središta, e-pošta i *mailing* liste, programi za testiranje, forumi, i slično); (3) hibridna ili mješovita nastava, koja se odnosi na kombinaciju klasične nastave u učionici i nastave uz pomoć informacijskih tehnologija (LMS – *Learning Management Systems*, CBT/WBT – *Computer/Web Based Training*, videokonferencije); (4) *online* obrazovanje (*fully online*), koje se odvija isključivo uz pomoć informacijskih i komunikacijskih tehnologija.

Brojne institucije visokog obrazovanja diljem svijeta odavno su prepoznale prednosti implementacije informacijskih i komunikacijskih tehnologija u nastavne procese i razvile kvalitetne programe e-učenja na svim razinama visokog obrazovanja, od preddiplomskih, diplomskih, magistarskih, pa čak i doktorskih profesionalnih i znanstvenih studija. Tako je *Times Higher Education* (THE) izradio listu 100 najuglednijih svjetskih visokoobrazovnih institucija, uzimajući u obzir ocjene njihova ugleda i istraživanja od 2011. do

¹² Jenkins, M., Hanson, J., *A guide for Senior Managers*, e-Learning Series No. 1, LTSN Generic Centre, York, 2003., str. 4.

¹³ Strategija e-učenja 2007. - 2010., Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2007., str. 5.

¹⁴ Izrađeno prema: Strategija e-učenja, Fakultet organizacije i informatike u Varaždinu, Varaždin, 2008., str. 2-3.

2012. godine. Najuglednije svjetsko visoko učilište je Harvard¹⁵, na kojem se primjenjuju različiti oblici e-učenja, ponajprije hibridni oblik i *online* obrazovanje, primjenjujući u nastavi "online simulacije, online tečajeve/kolegije, multimedijalne sadržaje, online alate, odnosno besplatna online programska rješenja za studente, video materijale, te online lekcije (tutoriale)"¹⁶. Između brojnih studijskih programa mogu se istaknuti potpuno *online* diplomski, odnosno magistarski studiji *Master of Educational Technology* na svjetski priznatom Sveučilištu British Columbia u Vancouveru, *Educational Technology Leadership* na Sveučilištu George Washington u Washingtonu, *Master of Education in E-learning* na Sveučilištu Hull i *Master in e-learning* na Sveučilištu Edinburgh u Velikoj Britaniji; poslijediplomski, odnosno doktorski studiji *Doctor of Education in Learning Technologies* na Sveučilištu Pepperdine u Malibuu, *Doctor of Educational Technology* na Sveučilištu Walden, te *Doctoral Programme in E-Research and Technology Enhanced Learning* na Sveučilištu Lancaster u Velikoj Britaniji.

Dok su visokoobrazovne institucije u svijetu odavno prepoznale važnost tehnološkog napretka i implementacije IKT-a u obrazovne ustanove, u Republici Hrvatskoj istovremeno primjena e-učenja još je uvijek nedovoljno implementirana u praksi. Ne postoje studijski programi koji pružaju mogućnost obrazovanja i specijalizacije iz područja e-učenja. Mogu se izdvojiti samo CARNetova E-learning akademija, koja kroz programe *E-learning Management*, *E-learning Tutoring* i *E-learning Course Design* omogućuje stjecanje certifikata iz navedenih područja, te CARNetovi besplatni *online* tečajevi za članove akademske zajednice.

Postavlja se pitanje je li e-učenje uopće potrebno i koje su njegove prednosti pred klasičnom nastavom, posebno u visokom obrazovanju? Brojna istraživanja idu u prilog tezi o korisnosti e-učenja. Prema Batesu¹⁷ najčešće se spominje šest razloga za uvođenje e-učenja: (1) kako bi učenici i studenti naučili koristiti informacijsko-komunikacijsku tehnologiju; (2) da bi se unaprijedilo poučavanje; (3) kako bi se omogućio širi pristup visokom školstvu; (4) kako bi se povećala isplativost; (5) kako bi se pokrenule nove suradnje i (6) zato što je uvođenje e-učenja tehnološki imperativ.

E-učenjem ostvaruju se mnogi pozitivni učinci. Potiče se vremenska i prostorna fleksibilnost učenja, timski rad, diskusijama se potiče suradnja i argumentacija vlastitih stavova, omogućava se individualizacija nastave (e-učenje je pogodno za naprednu i djecu s teškoćama u učenju), povećava interakcija među učenicima i unapređuje računalna pismenost¹⁸. Uporaba IKT-a posebno je važna zbog dosega pojedinaca koji nemaju pristupa tradicionalnom obrazovanju jer žive u udaljenim područjima ili imaju posebne socioekonomske potrebe¹⁹. Naravno, e-učenje ima i nedostataka. Poučavanje isključivo uz pomoć tehnologije predstavljalo bi problem jer bi učenici trebali podrediti dio svog slobodnog vremena i životnog stila samopoučavanju i testiranju²⁰, a mogu se pojaviti i tehnički problemi, osjećaj izolacije i manja motivacija²¹. Optimalnom kombinacijom metoda poučavanja e-učenjem moguće je, međutim, postići ishode učenja i unaprijediti sam proces učenja.

3. PROCES STVARANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI INSTITUCIJE VISOKOG OBRAZOVANJA

Konkurentska prednost institucije visokog obrazovanja može se definirati kao strateška prednost jedne visokoobrazovne institucije u odnosu na konkurentne institucije koje djeluju na tržištu visokog obrazovanja.

¹⁵ *Times Higher Education, 2012 World Reputation Rankings*, <http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2011-2012/reputation-rankings.html> (23. 3. 2012.)

¹⁶ Izrađeno prema: *Harvard Business Publishing for educators*, <http://hbsp.harvard.edu/list/elearning#Tools> (23. 3. 2012.)

¹⁷ Bates, A. W., *Upravljanje tehnološkim promjenama: Strategije za voditelje visokih učilišta*, Carnet/Benja, Zagreb, 2004.

¹⁸ (1) Kirby, D., Sharpe, D., Bourgeois, M., Greene, M., *Graduates of the new learning environment: A follow-up study of high school distance e-learners*, *The Quarterly Review of Distance Education*, Vol. 11, 2010., 3, 161-173.; (2) Schutte, J. G., *Virtual Teaching in Higher Education: The New Intellectual Superhighway or Just Another Traffic Jam?*, 1996., <http://www.csun.edu/sociology/virexp.htm> (30. 10. 2011.); (3) Španović, S., *Pedagogical aspects of e-textbooks*, *Odgojne znanosti*, Vol. 12, 2010., 2, 459-470.

¹⁹ European Commission, Eurostat, *Glossary*, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Glossary:E-learning (31. 10. 2011.)

²⁰ Huzjak, M., *Obrazovanje na distanci i e-učenje u likovnoj kulturi*, *Metodika*, Vol. 11, 2010., 20, str. 8-22.

²¹ Kirby et al., op.cit.

Prema Porteru²², konkurentna prednost u osnovi nastaje iz vrijednosti koju je tvrtka u stanju stvoriti za svoje kupce. Prema tome, konkurentna prednost visokoobrazovne institucije prednost je stečena pred konkurentskim institucijama pružanjem veće vrijednosti usluge obrazovanja postojećim i potencijalnim korisnicima (potencijalnim studentima). Samo pružanjem mogućnosti stjecanja specifičnog znanja i vještina neophodnih za ulazak pojedinca na tržište rada, visokoobrazovna institucija može steći svoju održivu konkurentnu prednost. Svaka visokoobrazovna institucija mora prepoznati potrebe poslodavaca na tržištu rada i potrebe potencijalnih korisnika - studenata kako bi mogla razviti i isporučiti kvalitetne obrazovne programe uz korištenje tehnologija za učenje, odnosno IKT-a nezaobilaznih u razvoju kvalitetnih obrazovnih programa često ograničenim oskudnim budžetom, te izgraditi kulturu učenja neophodnu za poticanje inovativnosti uz stvaranje želje za daljnjim usavršavanjem i osobnim napretkom.

Moore²³ navodi da se u doba interneta konkurentna prednost temelji na tehnološkom valu, pri čemu nove tehnologije imaju prednost pred starim tehnologijama. Nove paradigme iznova pišu pravila natjecanja, čineći zastarjelim sve tržišne pozicije osigurane u prethodnim generacijama tehnologije. Tako u procesu razvoja i korištenja elektroničkog učenja u sustavu visokog obrazovanja internet predstavlja samo jedan val, a slijede ga bežične tehnologije, koje uz ubrzan razvoj mobilnih mreža i mobilnih tehnologija u smjeru ubrzanog razvoja mobilnog učenja²⁴ (*m-learninga*), pomoću prijenosnih uređaja (prijenosnih računala, tableta, PDA-uređaja, pametnih telefona), razvoja "otvorenih tehnologija" (*evolving technologies*), ponajprije računarstva u oblacima (*cloud computing*), koji se može definirati kao infrastruktura kao usluga i softvera kao usluge (SaaS - *Software-as-a-Service*), "obećavaju unapređenje institucionalne fleksibilnosti i reduciranje operativnih troškova uz stvaranje atraktivnih alternativa u odnosu na tradicionalne IT usluge"²⁵.

Nakon što visokoobrazovne institucije postave svoje ključne ciljeve u razvoju obrazovanja temeljenog na implementaciji novih tehnologija, u svrhu njihova zadovoljavanja moraju identificirati, opisati i ocijeniti svoje sposobnosti za njihovu realizaciju pomoću lanca vrijednosti. Lanac vrijednosti opisuje aktivnosti koje zauzimaju mjesto u poslovanju i povezuje ih s analizom konkurentne snage poslovnog subjekta²⁶.

"Razvoj lanca vrijednosti ili nekog drugog okvira za prikaz e-učenja kao procesa koji uključuje"²⁷ ulaznu logistiku: stvaranje, dizajn, proizvodnju i objavljivanje sadržaja uz stalne kontrole kvalitete; marketing: tržište i prodaju; izlaznu logistiku: distribuciju, razvoj kvalitetnih procesa učenja uz pomoć nastavnog osoblja, pružanja dodatnih objašnjenja ovisno o brzini i kvaliteti savladavanja nastavnih programa od strane korisnika (studenata, polaznika); razvoj kvalitetnih mehanizama za kontrolu usvojenih znanja pomoću *online* testova, te pružanje dodatnih usluga za potporu korisnicima, neosporno je važan element uspjeha svake inicijative e-učenja visokoobrazovnih ustanova, koje ovise o kvalitetnoj procjeni vlastite sposobnosti za razvoj i implementaciju sustava e-učenja (shema 1).

²² Porter, A. M., Konkurentna prednost: postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja, Masmedia, Zagreb, 2008., str. 16.

²³ Linezine, *Elearning Shmeelarning*, <http://linezine.com/2.1/features/mces.htm> (25. 2. 2012.) prema Moore, A. G., *Living on the Fault Line: Managing for Shareholder Value in the Age of the Internet*, Harper Information, 2000.

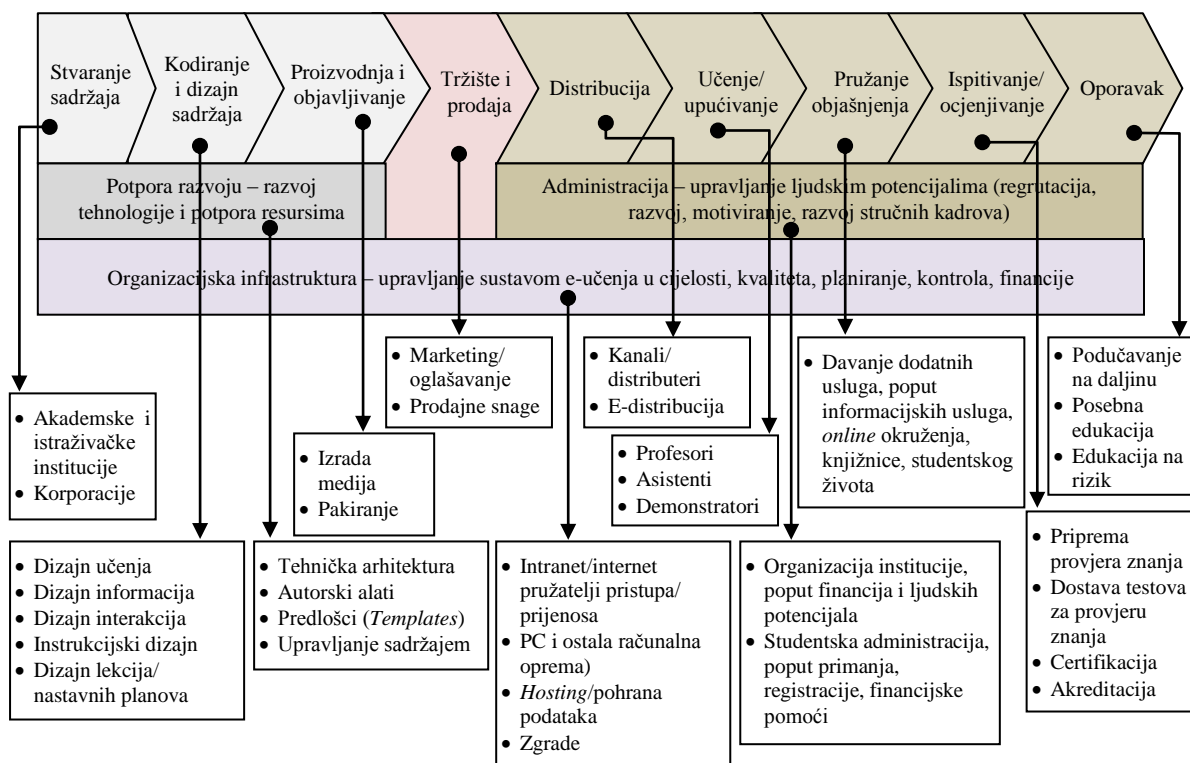
²⁴ Iako se mobilno učenje (engl. *m-learning*, *mLearning*) kao oblik učenja uz pomoć mobilnih tehnologija, odnosno mobilnih mreža, mobilnih i prijenosnih uređaja, sve češće pojavljuje u sustavu visokog obrazovanja njegova definicija, uloga i pristupi još su uvijek uglavnom amorfn i subjektivni. Mnoge mobilne inicijative usmjerene su na pružanje različitih pogodnosti, poput poboljšanja poučavanja, učenja i studentskog života.

²⁵ Tamarkin, M., Rodrigo, S., *Evolving Technologies: A View to Tomorrow, And the 2011 EDUCAUSE Evolving Technologies Committee*, *EDUCASE Review Magazine*, Vol. 46., 2011., No. 6., str. 65.

²⁶ Rojnuckarin, A., *eLearning Value Chain and Case Studies, Special Issue of the International Journal of the Computer, the Internet and Management*, Vol. 14., No. SP1., 2006., str. 48.2

²⁷ Katz, N. R., *Selecting Models and External Partners for E-Learning Initiatives*, *EDUCASE Center of Applied Research, Research Buletin*, Vol. 2003., Issue 3., 2003., str. 7.

Shema 1: Lanac vrijednosti elektroničkog učenja



Izvor: Izrađeno prema Katz, N. R., *Selecting Models and External Partners for E-Learning Initiatives*, EDUCASE Center of Applied Research, *Research Buletin*, 2003., 3, str. 7.

Analiza lanca vrijednosti elektroničkog učenja predstavlja važan alat za strateško poslovanje, a time i strateško marketinško upravljanje sustavima elektroničkog učenja visokoobrazovnih institucija (javnih i privatnih), koje u izrazito turbulentnim tržišnim uvjetima, pod intenzivnim utjecajem konkurencije i ubrzanog razvoja tehnologije, moraju strateški upravljati aktivnostima i troškovima ili će izgubiti svoju konkurentsku prednost, čija se stvarna vrijednost ogleda u zadovoljstvu korisnika sustava. Samo zadovoljan korisnik, koji prepoznaje kontinuirane napore i ulaganja u unapređenje kvalitete nastavnih procesa i razvoj obrazovnog sustava u skladu s tehnološkim razvojem, postaje lojalan korisnik koji svojim ponašanjem, znanjem, stručnošću i kvalitetama stvara određenu društvenu korist i pozitivno utječe na percepciju visokoobrazovne institucije čije je programe pohađao.

Preuzimanje vodstva u tržišnom segmentu elektroničkog učenja visokoobrazovnih institucija predstavlja izazov za menadžment svake visokoobrazovne institucije. Institucija u određenom tržišnom segmentu elektroničkog učenja može postići lokalnu (na nacionalnoj razini) ili globalnu dominaciju, ovisno o moći lanca vrijednosti koju je stvorila.

Kako bi postala lider i ostvarila "pristojnu"²⁸ stopu povrata investicija (ROI) u ovom specifičnom tržišnom segmentu, visokoobrazovna institucija u svojoj ponudi mora imati široku paletu usluga za polaznike, programa visoke kvalitete, kako kolegija s nastavom podržanom informacijskim i komunikacijskim tehnologijama, tako i kolegija čija se nastava u potpunosti odvija u *online* okruženju. Dakle, usluga koje će polaznicima stvoriti izvrsne poslovne prilike.

Potpunu iskoristivost i moguću profitabilnost poslovanja u segmentu e-učenja visoka učilišta mogu postići na nekoliko načina: (1) istražiti mogućnosti pripajanja i integracije s drugim visokim učilištima; (2) uspostaviti globalno orijentirano virtualno visoko učilište; (3) ograničiti ulaganja u kombinirano učenje; (4)

²⁸ Stephen, R. R., *eLearning Financial and Strategic Perspective*, EDUCASE Quarterly, 2006., No. 1., str. 28.

poduprijeti namjerno širenje učenja na daljinu u suradnji s pridruženim visokim učilištima; (5) prihvatiti da je elektroničko učenje skupo, ali presudno za uspjeh na sve turbulentnijem tržištu visokog obrazovanja²⁹.

Da bi ostvarile održivu konkurentsku prednost, institucije visokog obrazovanja moraju implementirati strategiju diferencijacije usluga – obrazovnih programa s ciljem ostvarenja ekonomske, društvene i psihološke koristi³⁰. Ekonomska korist ostvaruje se razmjenom proizvoda i/ili usluga, ali i ideja koje u modernom društvu i modernom tržišnom gospodarstvu, temeljenom na informacijskoj i komunikacijskoj tehnologiji, imaju sve veću vrijednost. U sustavu visokog obrazovanja studijski programi predstavljaju proizvod koji je predmet razmjene između institucija i studenata, a znanje je njihov finalni proizvod. Društvene koristi odnose se na doprinos pojedinaca ili organizacija u ostvarivanju koristi za širu društvenu zajednicu³¹. Psihološke koristi vezuju se uz korist koju ostvaruje pojedinac, a koja se očituje njegovim zadovoljstvom³². Zadovoljstvo svakog pojedinca proizlazi iz ostvarenja njegovih osobnih potreba, što rezultira njegovom osobnom psihološkom koristi.

Kao prednosti strategije diferencijacije ističu se: distanciranje od drugih na tržištu, stvaranje velike konkurentske prednosti i fleksibilnost³³. No javljaju se i problemi, poput većih troškova, težeg postizanja istinske i smislene razlike (diferencijacije), stvaranja razlika koje nemaju vrijednost za kupce, diferenciranje dimenzija koje tijekom vremena postaju manje važne kupcima i slično.

4. SPECIFIČNOSTI MARKETINGA U VISOKOM OBRAZOVANJU

Kako bi izgradile i održale konkurentsku prednost na tržištu, institucije visokog obrazovanja moraju implementirati marketinšku koncepciju. Pojam marketinga u (visokom) obrazovanju podrazumijeva cjelokupan skup marketinških aktivnosti koje se prvenstveno odnose na definiranje strategija u procesu marketinškog planiranja, provođenje planova i njime predviđenih aktivnosti, te kontrolu njihova izvršenja. Marketing u obrazovanju podvrsta je neprofitnog marketinga s obilježjima marketinga usluga. Kotler i Fox definiraju marketing u obrazovanju kao analizu, planiranje, implementaciju i kontrolu pažljivo formuliranih programa dizajniranih za donošenje promjene u vrijednosti ciljnog tržišta u cilju postizanja organizacijskih ciljeva³⁴.

Osnovu za provođenje strategije diferencijacije usluga visokoobrazovne institucije čini određeni element marketinškog miksa za koji je poduzeće uvidjelo da ima veliko značenje za kupce i kao rezultat daje osnovu za smislenu konkurentsku prednost. Upravo e-učenje kao proizvod, a time i ključni element marketinškog miksa moderne visokoobrazovne institucije, usmjerene razvoju obrazovnih procesa temeljenih na sofisticiranim informacijskim i komunikacijskim tehnologijama, omogućuje stvaranje konkurentske prednosti temeljene na diferencijaciji obrazovnih procesa, studijskih programa i programa cjeloživotnog obrazovanja.

E-učenje, rezultat procesa implementacije sofisticiranih informacijskih i komunikacijskih tehnologija u nastavne procese, omogućuje razvoj specifičnih proizvoda, cjenovno učinkovitih obrazovnih programa temeljenih na primjeni modernih tehnologija čija se distribucija odvija u skladu s razinom primjene IKT-a u nastavi (f2f, nastava podržana ICT-om, hibridna ili mješovita nastava, *online* obrazovanje) uz promociju koja podrazumijeva kvalitetne marketinške aktivnosti i odabir kvalitetnih ljudskih resursa (zaposlenika, studenata), koji će motivirani poticanjem na kontinuirano usavršavanje, znanstveni i stručni rad u svom fizičkom okruženju (na radnom mjestu) kvalitetno upravljati obrazovnim procesima.

Popularna percepcija je da e-učenje najbolje odgovara činjeničnom, na učenju temeljenom znanju, prije nego nešto što uključuje razvoj vještina ili postizanje kompetencija³⁵. Prema tom uskom pogledu, e-

²⁹ Izrađeno prema Ibid.

³⁰ Grbac, B., Načela marketinga, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2007., str. 265.

³¹ Ibid.

³² Ibid.

³³ Izrađeno prema Gilligan, C., Wilson, M. S. R., *Strategic Marketing Planning*, drugo izdanje, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2009., str. 477.

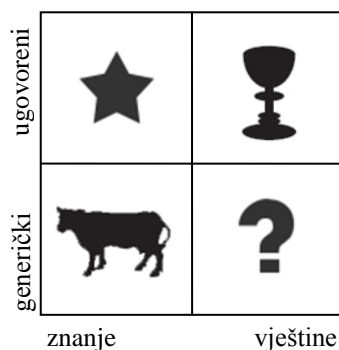
³⁴ Lončarić, D., Tonković, I., *Marketing Management in the System of Croatian Polytechnics*, 29th International Conference on Organizational Science Development, People and organization, Portorož, Slovenija, 2010., str. 3.

³⁵ Fee, K., *Delivering e-learning: a complete strategy for design, application, and assessment*, Kogan Page Limited, Philadelphia, 2009., str. 42.

učenje ima ograničenu sposobnost utjecaja na promjene ponašanja ili poboljšanje performansi, ili kao pomoć učenicima i organizacijama koje teže izvrsnosti³⁶. No, to je pogrešna percepcija jer znanje i vještine nisu polarne suprotnosti, što se može prikazati i jednostavnom dvodimenzionalnom matricom, odnosno matricom utjecaja koja u odnos stavlja kontinuum znanje-do-vještine i kontinuum generičko-do-ugovoreno.

Ako se promatra kontinuum znanje-do-vještine (vodoravna os), može se utvrditi je li dio učenja više usmjeren na činjenice ili informacije, ili je prema drugom kraju kontinuumu više usmjeren na razvoj vještina. Na okomitoj osi, kontinuumu generičko-do-ugovoreno, može se razmotriti je li ono što treba naučiti zajedničko, naširoko dijeljena potreba, ili predstavlja specifičnu potrebu određene organizacije. "U stvarnom životu teško je nešto sasvim općenito (generičko) ili u potpunosti ugovoreno. Većina stvari koje postoje nalaze se negdje na kontinuumu između dvije krajnosti."³⁷ Dakle, navedene osi zajedno tvore matricu utjecaja u kojoj su četiri kategorije primjene IKT-a u nastavi zastupljene u četiri kvadranta, od kojih su tri označena simbolima izvedenim iz *Boston Consulting Group* matrice koja se koristi za analizu poslovnog portfolia pri formuliranju poslovne strategije (shema 2).

Shema 2: Matrica utjecaja



Izvor: Fee, K., *Delivering e-learning: a complete strategy for design, application, and assessment*, Kogan Page Limited, Philadelphia, 2009., str. 44.

Donji lijevi kvadrant, označen kao krava muzara, odnosi se na općenito učenje i na učenje usmjereno na znanje, podrazumijeva klasičnu nastavu (f2f), a povremeno i nastavu podržanu IKT-om. Ovo je najlakši oblik elektroničkog učenja za pakiranje i prodaju. Donji desni kvadrant, označen kao upitnik, odnosi se na generičke nastavne programe usmjerene na znanje, a ne na učenje usmjereno na vještine. Ostaje upitno mogu li se takvi programi komercijalizirati. Gornji lijevi kvadrant označen kao zvijezda odnosi se na ugovorene, na znanje usmjerene nastavne programe, od kojih institucije mogu očekivati brze uspjehe i razvoj prepoznatljivih, za njih relevantnih sustava e-učenja, koje je još uvijek relativno jeftino i lako razviti (hibridna ili mješovita nastava). Svatko ih treba više. Gornji desni kvadrant označen kao "sveti gral" prikazuje idealna rješenja, odnosno ugovorene specifične programe elektroničkog učenja usmjerene na razvoj vještina. Ovu razinu razvoja programa e-učenja, odnosno *online* obrazovanja, teško je dosegnuti.

Matrica utjecaja potvrđuje kako e-učenje ima širok spektar potencijalnih aplikacija u bilo kojoj organizaciji, pa tako i visokoobrazovnoj instituciji koja na temeljima utjecaja e-učenja na razvoj vještina, stjecanje kompetentnosti, promjena ponašanja i poboljšanja performansi, razvijajući strategiju diferencijacije usluga korisnicima, može ponuditi nešto jedinstveno i osobito vrijedno za njih, a što im druga visoka učilišta ne mogu ponuditi.

Ova strategija temelji se na opažanjima kupaca, a ne na stvarnoj razlici među konkurentima. Obično se primjenjuje u slučaju kada postoji više različitih tržišnih segmenata u kojima se javljaju specifične želje i potrebe korisnika koje postojeća ponuda ne može zadovoljiti. Najbolji primjer je nedostatak studija koji prate ubrzan razvoj tehnologije i te gospodarske grane, u cijelosti uključujući e-učenje.

³⁶ Ibid.

³⁷ Ibid., str. 42–43.

U procesu stvaranja konkurentske prednosti marketinški stručnjaci moraju voditi računa o ugledu institucije i zadovoljstvu njezinih interesnih skupina, prvenstveno studenata, a potom i zaposlenika, poslovnih partnera, ali i društva u cijelosti. Pri tome veliku ulogu ima tzv. "marketing od usta do usta" ili *Word of Mouth* (WOM) marketing³⁸. Samo zadovoljni pripadnici interesnih skupina, ponajprije studenti kao primarni korisnici sustava visokog obrazovanja, postaju lojalni korisnici koji u svom okruženju, društvenom i/ili mrežnom (*online* društvene zajednice), ovisno o vlastitim iskustvima, percepcijama i stavovima, promiču glas o određenoj instituciji.

WOM marketing visokoobrazovne institucije može se definirati kao neplaćeni usmeni ili pismeni oblik promocije u kojem samo zadovoljni korisnici drugim osobama u svom društvenom okruženju, fizičkom ili virtualnom (forumi, društvene mreže) govore o svom zadovoljstvu institucijom, stečenim znanjima i vještinama. WOMM za visokoobrazovne institucije koje pružaju usluge obrazovanja, odnosno "usluge temeljene na povjerenju"³⁹, koje je teško procijeniti čak i nakon njihova korištenja, predstavlja jedan od najvjerodostojnijih oblika oglašavanja. Naime, pojedinci koji ne stječu određenu osobnu ili financijsku korist davanjem preporuke za određenu instituciju, na kocku stavljaju svoj ugled.

WOM je najpošteniji oblik marketinga, izgrađen na prirodnim potrebama ljudi da dijele svoja iskustva s obitelji, prijateljima i suradnicima⁴⁰. Ako ga razmatramo sa stajališta razmjene informacija između dviju ili više osoba, tada ga definiramo kao *Word of Mouth Communication* (WOMC), odnosno "neformalni komunikacijski proces potrage za informacijama između percipiranog nekomercijalnog komunikatora i trećih strana o osjećajima potrošača nakon konzumiranja usluge"⁴¹. Razmjena informacija u pravilu se odnosi na:

(1) novosti vezane uz proizvode/usluge visokoobrazovne institucije, odnosno programe studijskih smjerova i pojedinih kolegija s naglaskom na specifičnosti programa, novosti u izvođenju nastave, implementaciji e-učenja, unapređenju komunikacije između nastavnika i studenata, razlikama u odnosu na programe drugih studija i slično;

(2) "osobno iskustvo"⁴² stečeno korištenjem usluga visokoobrazovne institucije (npr. kako su i zašto upisali programe te institucije, koliko su zadovoljni rezultatima i sl.);

(3) "davanje savjeta"⁴³ ili sugestija potencijalnim korisnicima usluga visokog učilišta, kako bi ih se dodatno informiralo pri donošenju odluke.

Samo zadovoljni korisnici, pripadnici različitih interesnih skupina, postaju lojalni i promiču ugled institucije, stvarajući tako identitet institucije kao *branda* na tržištu visokog obrazovanja. Njezina snaga počiva na ugledu izgrađenom na konkurentske prednosti, odnosno kontinuiranom ulaganju u kvalitetu obrazovnih procesa u skladu s tehnološkim razvojem i trendovima koji nameću potrebu za implementacijom informacijskih i komunikacijskih tehnologija u nastavne procese, te poticanju zaposlenika (profesora, asistenata) i studenata na znanstveni i stručni rad. Dakle, ključni čimbenici koji determiniraju snagu visokog učilišta na tržištu visokog obrazovanja su "ugled u nastavi i istraživanju"⁴⁴. Ovi čimbenici izravno utječu na pozitivnu percepciju visokog učilišta u svijesti pripadnika različitih interesnih skupina.

Ugled u akademskom svijetu predstavlja nužan uvjet za uspjeh i stvaranje konkurentske prednosti visokoobrazovne institucije na tržištu visokog obrazovanja. Predsjednik Sveučilišta u Münchenu, Ludwig Maximilian, tvrdi: "Biti poznat kao mjesto s visokom akademskom kvalitetom gradi temelje za zapošljavanje

³⁸ *Word of Mouth Marketing* (WOMM) često se naziva i *Word of Mouth Advertising* (WOMA) ili *Word of Mouth Communication* (WOMC). No, *Businessdictionary.com* izjednačavanje tih pojmova, a posebno korištenje pojma *advertising* (hrv. oglašavanje) smatra potpuno pogrešnim, zbog toga što je prema njihovoj definiciji navedeni pojam "ograničen na plaćenu i neosobnu komunikaciju" (www.businessdictionary.com).

³⁹ Chia-Hung, C., *Word-of-mouth Information Gathering: An exploatory study of Asian international students searching of Aurtralian higher education sevicees*, School of Advertising, Marketing, and Public Realtionships, Business Faculty, Queensland University of Technology, Master of Business by Research (BS92), 2006., str. 7.

⁴⁰ WOM 101, *Word of Mouth Marketing Association*, 2007., str. 4.

⁴¹ Izrađeno prema Chia-Hung, C., *Word-of-mouth Information Gathering: An exploatory study of Asian international students searching of Aurtralian higher education sevicees*, op.cit., str. 37.

⁴² Ibid., str. 43.

⁴³ Ibid.

⁴⁴ *Times Higher Education*, *Times Higher Education World Reputation Rankings*, John Morgan, <http://www.timeshighereducation.co.uk/story.asp?storycode=4154296> (10. 3. 2012.)

i novačenje izvrsnih mladih znanstvenika i profesora"⁴⁵. No, diploma s uglednog visokog učilišta, kao dokaz kvalitete usvojenih znanja, finalnih proizvoda visokoobrazovne institucije, te strukovnih i profesionalnih kvalifikacija, predstavlja važan čimbenik i u osobnoj promociji njihovih diplomanata na tržištu rada.

Ugled, konkurentska prednost i na njima izgrađen *brand* nisu statični. Oni zahtijevaju stalnu brigu i upravljanje temeljeno na efektivnoj strategiji diferencijacije usluga, kojom institucija može postići i održati diferencijalnu prednost koju konkurentске institucije nisu u mogućnosti kopirati.

5. STAVOVI I ZADOVOLJSTVO KORISNIKA E-UČENJEM U SUSTAVU VISOKOG OBRAZOVANJA REPUBLIKE HRVATSKE

Sa svrhom utvrđivanja stavova studenta spram e-učenja i zadovoljstva primjenom informacijsko-komunikacijske tehnologije u nastavi, na institucijama visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj provedeno je istraživanje na prigodnom uzorku studenata.

Ciljevi provedenog istraživanja bili su utvrditi razinu poznavanja rada na računalu, učestalost i svrhu korištenja interneta, stupanj razumijevanja pojma e-učenje, razinu primjene e-učenja na stručnim i sveučilišnim studijima, spoznati stavove studenata o koristima koje proizlaze iz primjene e-učenja i stupanj njihova zadovoljstva takvim oblikom obrazovanja, utvrditi stupanj utjecaja e-učenja na opće zadovoljstvo studijem i institucijom u cijelosti. Namjera je bila utvrditi i stupanj povezanosti utjecaja e-učenja na zadovoljstvo studiranjem i potencijalne usmene preporuke institucije budućim studentima, kao čimbenika u izgradnji ugleda institucije i na njemu temeljene konkurentске prednosti.

5.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje je provedeno u ožujku 2012. godine. U uzorak su odabrane skupine studenata sveučilišnih i stručnih studija koje su imale iskustva s e-učenjem na svojem studiju. Instrument istraživanja bio je strukturirani anketni upitnik s 15 pitanja zatvorenog tipa. Anketa je objavljena u digitalnom obliku, a studenti su joj pristupali poveznicom na koju su ih uputili nastavnici.

Statistička obrada podataka izvršena je pomoću programa SPSS 16.0. U analizi rezultata istraživanja korištene su metode deskriptivne i inferencijalne statistike. Prije provođenja testova kojima se utvrđuje statistički značajna razlika između skupina ispitanika i povezanost između numeričkih varijabli, izvršena je provjera distribucije podataka pomoću Kolmogorov-Smirnovljeva Z-testa. Zbog narušenosti uvjeta normalne distribucije podataka primijenjene su metode neparametrijske statistike.

U anketiranju je sudjelovalo 209 studenata. Kontrolom rezultata istraživanja utvrđene su nepravilnosti kod dvaju ispitanika, pa su u analizi obrađeni odgovori 207 studenata. Opis uzorka prikazan je tablicom 1.

Tablica 1: Opis uzorka

OPIS UZORKA	%
Spol	
• Ženski	54
• Muški	45
Vrsta studija	
• Sveučilišni prijediplomski	21
• Sveučilišni diplomski	30
• Stručni prijediplomski	33
• Stručni diplomski	14

⁴⁵ Ibid.

Institucija	
• Sveučilište	57
• Veleučilište	43
Način studiranja	
• Redoviti	71
• Izvanredni	28

Izvor: rezultati istraživanja

Među ispitanicima najviše je bilo studenata Veleučilišta u Rijeci (88), Ekonomskog fakulteta u Rijeci (60), Fakulteta organizacije i informatike u Varaždinu (21), Rudarsko-geološko-naftnog fakulteta u Zagrebu (17) te studenata s drugih sastavnica Sveučilišta u Rijeci i Zagrebu (21).

5.2. Rezultati istraživanja

Svoje poznavanje rada na računalu 33 % ispitanika ocijenilo je izvrsnim, 41 % vrlo dobrim, a 25 % dobrim. Svi ispitanici koriste internet svakodnevno, i to 21 % jednom dnevno, a 89 % svakodnevno više puta. Internetu pristupaju uglavnom s računala kod kuće (88 %), te s računala na poslu (3 %), fakultetu (1 %), mobilnim telefonom (5 %) ili na neki drugi način (3 %).

Kako bismo utvrdili s kojom svrhom studenti koriste internet, postavljena je skupina pitanja. Rezultati su prikazani tablicom 2.

Tablica 2: Svrha korištenja interneta

Svrha	Učestalost	u %			
		Nikad	Rijetko	Često	Svako-dnevno
Učenje		0,5	10,1	62,8	26,6
Komunikacija		0	2,9	14,5	82,6
Zabava		0,5	8,2	25,1	66,2
Traženje informacija o proizvodima i uslugama		0	5,8	40,6	53,6
Kupovina		25,1	46,9	23,7	4,3
Bankarske transakcije		52,7	20,8	21,7	4,8

Izvor: rezultati istraživanja

Vidljivo je da najveći broj studenata koristi internet za komunikaciju, zabavu i traženje informacija o proizvodima i uslugama. Također, velik broj studenata svakodnevno (26,6 %) ili često (62,8 %) koristi internet za učenje. Internetom se najmanje koriste za kupovinu i bankarske transakcije, što je i razumljivo, jer se radi o studentskoj populaciji.

S obzirom na to da je jedan od ciljeva istraživanja bio utvrditi razinu primijenjenosti e-učenja na sveučilišnim i stručnim studijima, postavljeno je pitanje: "Na koliko je kolegija na Vašem studiju primijenjeno e-učenje?" Najviše (33,5 %) ispitanika odgovorilo je da se radi o jednom ili dva kolegija, 27,7 % da se radi o četiri kolegija, 14,6 % upozorava na pet do deset kolegija, 16,5 % imalo je iskustvo e-učenja na svima ili na većini kolegija, dok se 3,4 % studenata izjasnilo da nije imalo iskustvo s e-učenjem, odnosno 4,4 % ne zna.

Rezultati upućuju na to da dio studenata ne razumije što je e-učenje i u kojim se oblicima može primijeniti u nastavi. Navedeno potvrđuju i odgovori na tvrdnju "Upoznat/a sam s pojmom e-učenje i u potpunosti ga razumijem." Najviše (70 %) studenata složilo se s tom tvrdnjom, smatrajući da razumiju pojam

e-učenja, 8 % je dalo negativan odgovor, a 22 % ispitanika odgovorio je da se niti slaže niti se ne slaže. No 97 % ispitanika složilo se s tvrdnjom da je e-učenje proces obrazovanja uz uporabu informacijske i komunikacijske tehnologije, koja pridonosi unapređenju kvalitete tog procesa i kvalitete ishoda obrazovanja.

Na nastavi su zastupljene različite tehnologije u primjeni e-učenja. Najčešće su korišteni: prezentacije – PowerPoint (99,5 %), e-mail i mailing liste (91,3 %), forum (77,8 %), programi za testiranje, npr. kvizovi za samoprovjeru i provjeru znanja (46,4 %), sustavi za upravljanje učenjem - LMS (45,4 %), *web*-sjedišta za kolegije s hipermedijskim sadržajima za učenje (*courseware*) (41,1 %), multimedijски CD-ROM-ovi (37,7 %), društvene mreže (32,4 %), *online* kolegiji/tečajevi (kao *web*-sjedišta ili pomoću LMS-a) (26,6 %), a znatno manje CBT/WBT (*web based training*) (11,6 %) ili videokonferencije (3,9 %). Na studijima na kojima se primjenjuje sustav za upravljanje učenjem (LMS) najčešće se koristi Moodle (90,4 %).

Posebna skupina pitanja odnosila se na stavove studenata o koristima e-učenja i njihovo zadovoljstvo takvim oblikom obrazovanja. Ispitanici su na petostupanjskoj ljestvici Likertova tipa označavali svoje slaganje s navedenim tvrdnjama, pri čemu je ocjena 1 označavala potpuno neslaganje, a ocjena 5 potpuno slaganje s tvrdnjom. Rezultati su prikazani tablicom 3.

Iz tablice je razvidno da postoji opći pozitivan stav studenata prema e-učenju. Kao najveću korist e-učenja studenti su istaknuli vremensku i prostornu fleksibilnost učenja, individualnu dinamiku učenja, cjelodnevnu dostupnost obrazovnih materijala i inovativni pristup učenju. Također smatraju da je *online* komunikacija s kolegama i nastavnicima neposrednija i intenzivnija od komunikacije u učionici, te da rad u skupinama i komunikacija pri izradi zajedničkih projekata u *online* okruženju razvija socijalne i komunikacijske vještine, neophodne u profesionalnom razvoju pojedinca. Iskustvo e-učenja pozitivno je utjecalo na stavove o učenju u *online* okruženju, kao i na motivaciju za učenje i stjecanje novih vještina i znanja.

Iako su se studenti izjasnili da bi voljeli da je e-učenje više zastupljeno na njihovom studiju, ono nije znatno utjecalo na njihovu zainteresiranost za studij, niti su na kolegijima na kojima je primijenjeno e-učenje postigli bolje rezultate nego na kolegijima na kojima nije primijenjen IKT.

Značajno je istaknuti da e-učenje uglavnom ima pozitivan utjecaj na opće zadovoljstvo studijem i institucijom u cijelosti (AS = 3,46, SD = 0,99). Iako je pretpostavljeno da će izvanredni studenti iskazati veće zadovoljstvo e-učenjem, zbog prednosti koje ono pruža (na primjer fleksibilnost učenja u vremenu i prostoru), primjenom Mann-Whitneyjeva U-testa za nezavisne uzorke nije utvrđena statistički značajna razlika u stupnju zadovoljstva e-učenjem s obzirom na to radi li se o studentima na redovitom ili izvanrednom studiju.

Tablica 3: Stavovi studenata prema e-učenju

TVRDNJA	n = 207	
	ARITMETIČKA SREDINA	STANDARDNA DEVIJACIJA
Primjena informacijskih i telekomunikacijskih tehnologija (ICT-a), odnosno e-učenja, u obrazovnom procesu je neophodna.	3,77	1,154
Implementacija e-učenja u nastavne procese predstavlja inovativni način učenja i unapređenja kvalitete nastavnih procesa.	4,16	0,955
<i>Online</i> nastavni sadržaji pružaju mi mogućnost da kroz materijal za učenje prolazim onom brzinom kojom želim i onoliko puta koliko želim.	4,27	0,921
Interaktivni i multimedijalni sadržaji za učenje u <i>online</i> okruženju dostupni 24 sata na dan u odnosu na tiskanu literaturu olakšavaju učenje i omogućuju brže savladavanje gradiva za određeni kolegij.	4,23	0,889

<i>Online</i> komunikacija s kolegama i nastavnicima na forumima neposrednija je i intenzivnija od komunikacije u učionici, gdje se odvija klasična nastava.	3,38	1,236
Rad u skupinama i komunikacija pri izradi zajedničkih projekata u <i>online</i> okruženju razvijaju socijalne i komunikacijske vještine neophodne u profesionalnom razvoju pojedinca.	3,70	1,065
Najveća prednost e-učenja ogleda se vremenskoj i prostornoj neograničenosti koja omogućuje fleksibilan rad i učenje, uz razmjenu iskustava, neovisno o vremenu i prostoru.	4,26	0,896
<i>Online</i> nastavni sadržaji motiviraju me na učenje i stjecanje novih vještina i znanja.	3,57	1,040
Primjena e-učenja i kvaliteta ponuđenih <i>online</i> nastavnih sadržaja pozitivno su utjecale na moj stav o učenju u <i>online</i> okruženju.	3,63	1,015
Primjena e-učenja i kvaliteta ponuđenih <i>online</i> nastavnih sadržaja pozitivno su utjecale na moje zadovoljstvo studijem i institucijom u cijelosti.	3,46	0,989
Volio/la bih da je e-učenje više zastupljeno na mojem studiju.	3,67	1,106
Primjena e-učenja pridonijela je mojoj zainteresiranosti za studij.	3,08	1,157
Na kolegijima na kojima je primijenjeno e-učenje postigao/la sam bolji uspjeh nego na kolegijima na kojima nije korištena informacijska i komunikacijska tehnologija u nastavi.	3,05	1,118
Prilikom izražavanja osobnog mišljenja o ovoj instituciji i davanja preporuka potencijalnim studentima naveo/la bih primjenu e-učenja kao važnog čimbenika u kvaliteti nastave i učenju, te stjecanju novih znanja i vještina.	3,51	1,136

Izvor: rezultati istraživanja

Većina ispitanika slaže se s tvrdnjom da bi prilikom izražavanja osobnog mišljenja o instituciji i davanja preporuka potencijalnim studentima naveli primjenu e-učenja kao važnog čimbenika u kvaliteti nastave i učenju, te stjecanju novih znanja i vještina ($AS = 3,51$, $SD = 1,14$).

Kako bi se utvrdila povezanost između varijabli koje označavaju pozitivan utjecaj e-učenja na zadovoljstvo studiranjem na visokoobrazovnoj instituciji i potencijalne usmene preporuke budućim studentima, provedena je korelacijska analiza primjenom Spearmanovog koeficijenta korelacije. Utvrđena je statistički značajna povezanost između utjecaja e-učenja na zadovoljstvo studiranjem i potencijalne usmene preporuke institucije budućim studentima ($r = 0,593$, $p = 0,00$).

Utjecaj zadovoljstva studenata e-učenjem na preporuku institucije budućim studentima od velike je važnosti. Kako bismo utvrdili koji su najvažniji izvori informacija prilikom odabira studija, ispitanici su zamoljeni da ocjenama od 1 do 5 procijene koliko je pojedini izvor informacija o studiju bio presudan za izbor studija. Rezultati su prikazani tablicom 4.

Tablica 4: Važnost izvora informacija o studiju

IZVOR INFORMACIJA	ARITMETIČKA SREDINA	STANDARDNA DEVIJACIJA
Informativni plakati izvješeni u školi	1,51	0,939
Informativni plakati izvješeni u gradskom autobusu	1,21	0,569
Internetska stranica visokog učilišta	3,46	1,403

Druge internetske stranice	2,27	1,384
Novine	1,61	1,027
Radio ili televizija	1,45	0,979
Prezentacija koju su održali zaposlenici visokog učilišta	1,70	1,144
Informativna brošura ili letak obrazovne institucije	2,62	1,543
Smotra sveučilišta ili veleučilišta	1,77	1,231
Prijatelji i poznanici	3,42	1,505

Izvor: rezultati istraživanja

Vidljivo je da su za odabir studija od presudne važnosti bila dva izvora informiranja: internetska stranica visokog učilišta i preporuka prijatelja i poznanika. Navedeno potvrđuje pretpostavku da zadovoljstvo studenata obrazovanjem na nekoj instituciji ima velik utjecaj na stvaranje ugleda iste u javnosti i privlačenje novih klijenata – budućih studenata.

5.3. Ograničenja provedenog istraživanja i preporuke za daljnja istraživanja

Rezultate provedenog istraživanja treba promatrati uvažavajući činjenicu da uzorak nije reprezentativan, jer svi studenti nisu imali priliku sudjelovati u istraživanju. Sudjelovali su studenti s nekoliko javnih visokoobrazovnih institucija u Republici Hrvatskoj. Osim toga, dio ispitanika pojam e-učenje i pojmove koji se uz njega vezuju (metode, tehnologije) ne razumije u potpunosti, što je djelomično moglo utjecati na kvalitetu njihovih odgovora. Javni ugled institucija čiji su studenti sudjelovali u istraživanju nije istraživani, a nije provedeno ni istraživanje o potencijalnim problemima i poteškoćama koje se pojavljuju pri provođenju e-učenja (poteškoćama tehničke ili komunikacijske prirode).

Sukladno navedenim ograničenjima, u daljnjim istraživanjima trebalo bi provesti opsežnije istraživanje u kojem bi sudjelovali studenti s više visokoobrazovnih institucija u Republici Hrvatskoj, kako javnih tako i privatnih. Također bi valjalo istražiti javni ugled institucija čiji studenti sudjeluju u istraživanju, kako bi se moglo usporediti stavove različitih interesnih skupina. Osim toga, bilo bi potrebno utvrditi s kojim se problemima i poteškoćama studenti susreću pri korištenju sustava e-učenja, a koji mogu utjecati na njihovo zadovoljstvo, kako sustavom e-učenja, tako i institucijom u cijelosti.

6. ZAKLJUČAK

Učenje podržano IKT-om pruža korisnicima brojne prednosti, među kojima se ističu vremenska i prostorna fleksibilnost učenja, individualna dinamika učenja, te dostupnost obrazovnih materijala uz inovativni pristup učenju i unapređenju socijalnih i komunikacijskih vještina, neophodnih u profesionalnom razvoju pojedinca.

Istraživanje provedeno radi utvrđivanja stavova studenta spram e-učenja i zadovoljstva primjenom informacijskih i komunikacijskih tehnologija u nastavi na institucijama visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj pokazuje kako odabrane skupine studenata sveučilišnih i stručnih studija, koji imaju iskustva s e-učenjem, imaju opći pozitivan stav prema njemu. Razvoj i primjena e-učenja na visokoobrazovnim institucijama pozitivno utječe na stvaranje zadovoljstva i odanosti studenata, koji u svom okruženju promiču glas o instituciji čije programe pohađaju, o čemu ovisi i ugled institucije u javnosti.

E-učenje može biti izvor diferencijacije institucija visokog obrazovanja i temelj održive konkurentske prednosti. Stvaranje konkurentske prednosti zasnovane na ugledu institucije koja djeluje u dinamičnom okruženju i razvoj strategije diferencijacije usluga, kojom institucija može postići i održati diferencijalnu prednost koju konkurentske institucije nisu u mogućnosti kopirati, svakako zahtijeva implementaciju važnog strateškog čimbenika, e-učenja, odnosno informacijskih i komunikacijskih tehnologija u obrazovne procese.

LITERATURA

1. Bates, A. W., Upravljanje tehnološkim promjenama: Strategije za voditelje visokih učilišta, Carnet/Benja, Zagreb, 2004.
2. *BusinessDictionary.com*, <http://www.businessdictionary.com/definition/word-of-mouth-marketing.html> (10.03.2012.)
3. Chia-Hung, C., *Word-of-mouth Information Gathering: An exploatory study of Asian international students searching of Aurtralian higher education sevicees*, School of Advertising, Marketing, and Public Realtionships, Business Faculty, Queensland University of Technology, Master of Business by Research (BS92), 2006.
4. *European Commision, Eurostat, Glossary*, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Glossary:E-learning (31.10.2010.)
5. Fee, K., *Delivering e-learning: a complete strategy for design, application, and assessment*, Kogan Page Limited, Philadelphia, 2009.
6. Gilligan, C., Wilson, M. S. R., *Strategic Marketing Planning*, drugo izdanje, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2009.
7. Grbac, B., Načela marketinga, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2007.
8. *Harvard Business Publishing for educators*, <http://hbsp.harvard.edu/list/elearning#Tools> (23.03.2012)
9. Huzjak, M., Obrazovanje na distancu i e-učenje u likovnoj kulturi, *Metodika*, Vol. 11, 2010., 20, 8 – 22.
10. Jenkins, M., Hanson, J., *A guide for Senior Managers*, e-Learning Series No. 1, LTSN Generic Centre, York, 2003.
11. Katz, N.R., *Selecting Models and External Partners for E-Learning Initiatives*, EDUCASE Center of Applied Research, *Research Buletin*, Vol. 2003, Issue 3, 2003, dostupno na: http://www.educause.edu/search?quick_query=ERB0303 (5.03.2012.)
12. Kirby, D., Sharpe, D., Bourgeois, M., Greene, M., *Graduates of the new learning environment: A follow-up study of high school distance e-learners*, *The Quarterly Review of Distance Education*, Vol. 11, 2010., 3, 161-173.;
13. *Linezine, Elearning Shmeelearning*, <http://linezine.com/2.1/features/mces.htm> (25.02.2012.)
14. Lončarić, D., Tonković, I., *Marketing Management in the System of Croatian Polytechnics*, 29th International Conference on Organizational Science Development, People and organization, Portorož, Slovenija, 2010.
15. Porter, A. M., Konkurentska prednost: postizanje i održavanje vrhunskog poslovanja, Masmedia, Zagreb, 2008.
16. Rojnuckarin, A., *eLearning Value Chain and Case Studies*, Special Issue of the International Journal of the Computer, the Internet and Management, Vol. 14., No. SP1., 2006.
17. Schutte, J. G., *Virtual Teaching in Higher Education: The New Intellectual Superhighway or Just Another Traffic Jam?*, 1996., dostupno na: <http://www.csun.edu/sociology/virexp.htm> (30.10.2011)
18. Stephen, R. R., *eLearning Financial and Strategic Perspective*, EDUCASE Quarterly, No. 1., 2006.
19. Strategija e-učenja 2007. - 2010., Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2007.
20. Strategija e-učenja, Fakultet organizacije i informatike u Varaždinu, Varaždin, 2008.
21. Španović, S., *Pedagogical aspects of e-textbooks*, *Odgojne znanosti*, Vol. 12, 2010, 2, 459-470.
22. Tamarkin, M., Rodrigo, S., *Evolving Technologies: A View to Tomorrow, And the 2011 EDUCAUSE Evolving Technologies Committee*, EDUCASE Review Magazine, Vol. 46., No. 6., 2011., str. 64.-73.
23. *Times Higher Education, 2012 World Reputation Rankings*, <http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2011-2012/reputation-rankings.html> (23.03.2012.)
24. *Times Higher Education, Times Higher Education World Reputation Rankings*, John Morgan, <http://www.timeshighereducation.co.uk/story.asp?storycode=4154296> (10.03.2012.)
25. WOM 101, *Word of Mouth Marketing Association*, 2007.

E-LEARNING AT THE POLICE COLLEGE

E-UČENJE NA VISOKOJ POLICIJSKOJ ŠKOLI

Krunoslav Antoliš

Ministry of the Interior of the Republic of Croatia, Police Academy, Police College, Zagreb, Croatia

Ministarstvo unutarnjih poslova, Policijska akademija, Visoka policijska škola, Zagreb, Hrvatska

Abstract

In the present work will be a comprehensive proposal to introduce e-learning at the Police College – PC. The proposal begins with a review of the current situation in a given context. The paper presents the type of e-learning, and reasons for introducing e-learning, based on the analysis of learning theory, and adequate policing needs of high school. This paper describes and recommends technology and arguments of their choice, based on the connectivity needs of the Police College, and the individual needs of teachers and students.

Keywords

e-learning, ICT, teaching purposes, learning theory, Police College

Sažetak

U okviru rada prezentirat će se cjelovit prijedlog uvođenja e-učenja na Visokoj policijskoj školi - VPŠ. Prijedlog polazi od sagledavanja trenutnog stanja u danom kontekstu. Rad donosi prikaz vrsta e-učenja, te razloga za uvođenje e-učenja, temeljenog na analizama teorija učenja, a primjerenog potrebama Visoke policijske škole. U radu se opisuju i preporučuju tehnologije te argumentira njihov izbor, na osnovu povezivanja s potrebama Visoke policijske škole, te individualnim potrebama nastavnika i studenata.

Ključne riječi

e-učenje, informacijsko komunikacijske tehnologije, nastavne potrebe, teorije učenja, Visoka policijska škola

1 Uvod

Uvođenje e-učenja na Visokoj policijskoj školi je cilj koji se u suvremenom obrazovnom sustavu nameće kao imperativ, no istodobno i kao važan preduvjet budućih integracijskih procesa koji su već započeli na planu uvezivanja obrazovnih sustava zemalja jugoistočne Europe. Na jednom takvom regionalnom projektu: „Cybercrime @ IPA“ smo trenutno i uključeni, a njegov je cilj jačanje kapaciteta zemalja članica JI Europe u borbi protiv cyberkriminala. Projekt je u trajanju od dvije godine, a financijski ga prati: Europska unija i Europska komisija u ukupnom iznosu od 2.78 milijuna Eura. Jedan od važnijih ciljeva u projektu je usklađivanje metoda postupanja i ujednačavanje zakonodavstava JI Europe na području računalnog kriminaliteta, a potom i izgradnje jedinstvenih nastavnih sadržaja koji bi u budućnosti trebali biti virtualno objedinjeni i dostupni svim zemljama članicama JI Europe uključivo i Turskoj. Dakle uvođenje e-učenja uvelike bi stvorilo kvalitetnu infrastrukturu za buduću implementaciju spomenutih sadržaja, koje bi VPŠ onda mogla regionalno nuditi kao svoj virtualni nastavni proizvod.

2 Kontekstna razna – ustrojstveno stanje

Institucija o kojoj se u ovom radu govori je Visoka policijska škola – VPŠ, Policijske akademije, koja je zadužena za obrazovanje studenata, budućih kriminalista i diplomiranih kriminalista. U programskom smislu VPŠ obrazuje kadrove na dvije razine: prediplomski stručni studij kriminalistike – PSSK, u trajanju od 3 godine, sa 180 ECTS bodova, te specijalistički diplomski stručni studij kriminalistike – SDSSK, u trajanju od 2 godine sa 120 ECTS bodova. PSSK ima tri usmjerenja: kriminalističko, policijsko i opće. U okviru ovoga

studija polaznici imaju: 32 obvezna kolegija i 13 izbornih kolegija, a završetkom PSSK stječe se stručni naziv stručni/a prvostupnik/prvostupnica kriminalistike (bacc. crim.), te student može nastaviti obrazovanje na SDSSK na VPŠ ili drugim specijalističkim diplomskim stručnim studijima iz srodnih područja.

Obrazovni cilj PSSK su kompetencije: znanja i vještine koje osposobljavaju za samostalno obavljanje poslova vezanih uz sigurnost, otkrivanje, rješavanje kaznenih djela te planiranje prevencije i suzbijanja kriminaliteta, te specifična znanja i vještine prema usmjerenju u posljednjoj godini studija.

U okviru SDSSK polaznici imaju: 14 obvezna kolegija i 15 izbornih kolegija, a završetkom SDSSK stječe se zvanje stručni specijalist/ica kriminalistike (spec.). Obrazovni cilj SDSSK su kompetencije: znanja i vještine koje osposobljavaju za specijalizirano bavljenje užim područjem struke, te osposobljenost za samostalno uočavanje i elaboriranje stručnih problema.

Nastavne metode koje se primjenjuju u realizaciji nastavnih planova i programa su: predavanje, vježbe/seminari, samostalni zadaci, multimedija, internet, laboratorij, demonstracije i konzultacije. Evaluacija ovako postavljenih obrazovnih ciljeva sprovodi se putem pismenih i usmenih ispita, te kolokvija.

Sveukupnu nastavu na VPŠ realizira tridesetak nastavnika trajno zaposlena na VPŠ, petnaestak vanjskih suradnika sa drugih visokoškolskih institucija i fakulteta, te isto toliko eksperata iz drugih ustrojstvenih jedinica MUP-a RH. Spomenuti nastavnici realiziraju nastavu za šestotinjak polaznika PSSK, te tristotinjak polaznika SDSSK.

3 Kontekstna razna – tehnologijsko stanje

Trenutno niti jedan premet nije u potpunosti podignut na najvišu razinu e-učenja, a informatička oprema se uglavnom koristi kao pomoćno sredstvo u izvođenju nastave. Pri tome je važno za napomenuti da su na VPŠ sve učionice opremljene MM-opremom, te također činjenicu da trenutno imamo dva umrežena informatička kabineta, koji su putem zaštićene mreže spojeni sa informacijskim sustavom MUP-a, što omogućuje izobrazbu i obuku glede uporabe IS MUP-a u analitičko operativne svrhe, na svim kolegijima kod kojih je takva aktivnost uključena u način rada. Odabir strategije podučavanja ključan je za daljnji razvitak VPŠ, no u tom pogledu vjerujem kako je tek pravi „mix“ raznih strateških pristupa nešto što može polučiti najbolji uspjeh. Mišljenja smo kako bi bilo opravdano u dijelu predmeta i dalje na VPŠ primjenjivati predavačku strategiju, u kojoj je nastavnik u centru, a učenik je stavljen u poziciju primatelja inicijalnog seta znanja. Dakle naglasak je na prijenosu sadržaja i to ponajprije u pripremi i odradi predavanja usmjerenih na izučavanje zakonske građe. Suradničko učenje bilo bi uputno značajnije uključiti kod vježbi gdje je izravna komunikaciju između polaznika i sadržaja, pri čemu ih nastavnik usmjerava. Dok bi seminarski oblik nastave bilo potrebno strateški osmisliti na temelju samousmjerenog učenja u kojem je potrebno polaznicima otvoriti mogućnost preuzimajući inicijative, sa ili bez pomoći drugih polaznika ili nastavnika/asistenata, prije svega u određivanju njihovih opsega učenja na zadane teme. Polaznike treba uključiti u: formuliranje ishoda učenja, identificiranje izvora učenja, izbor prikladnih strategija učenja i evaluaciji ishoda učenja. U predmetima koji su usmjereni ka policijskom postupanju (taktika, operatika,..) naglašeno je potrebno uključiti situacijsko učenje u kojem se znanje stječe kroz rješavanje problemskih situacija iz konkretne prakse. Situacijsko učenje polaznika smješta u centar procesa poučavanja i učenja, gdje on kroz konkretne scenarije prolazi s ciljem primjene znanja i uvježbavanje vještina potrebnih pri policijskom postupanju. Mišljenja sam kako bi ovakav pristup primijene strategija poučavanja mogao u bitnom poboljšati provedbu nastavnog plana i programa.

U ovom trenutku na VPŠ ne postoji strategija za uvođenje ili razvoj onoga što bismo u širem smislu definicije mogli uključiti u e-learning. Također ne postoje ni jasna pravila vrednovanja pripreme i uključivanja takvoga načina izvođenja nastave procesa.

Ono što bi smo mogli reći da se nastoji pratiti sa stajališta info trendova jest hardverski aspekt, tj. razvoj računalnih mreža u kabinetskoj potpori.

Dakle na VPŠ posoje određene hardverske pretpostavke da se uz daljnje obrazovanje i usavršavanje nastavnika sustavnije otpočne sa stvaranjem preduvijeta za online nastavu. Za istu svakako ima potreba i to

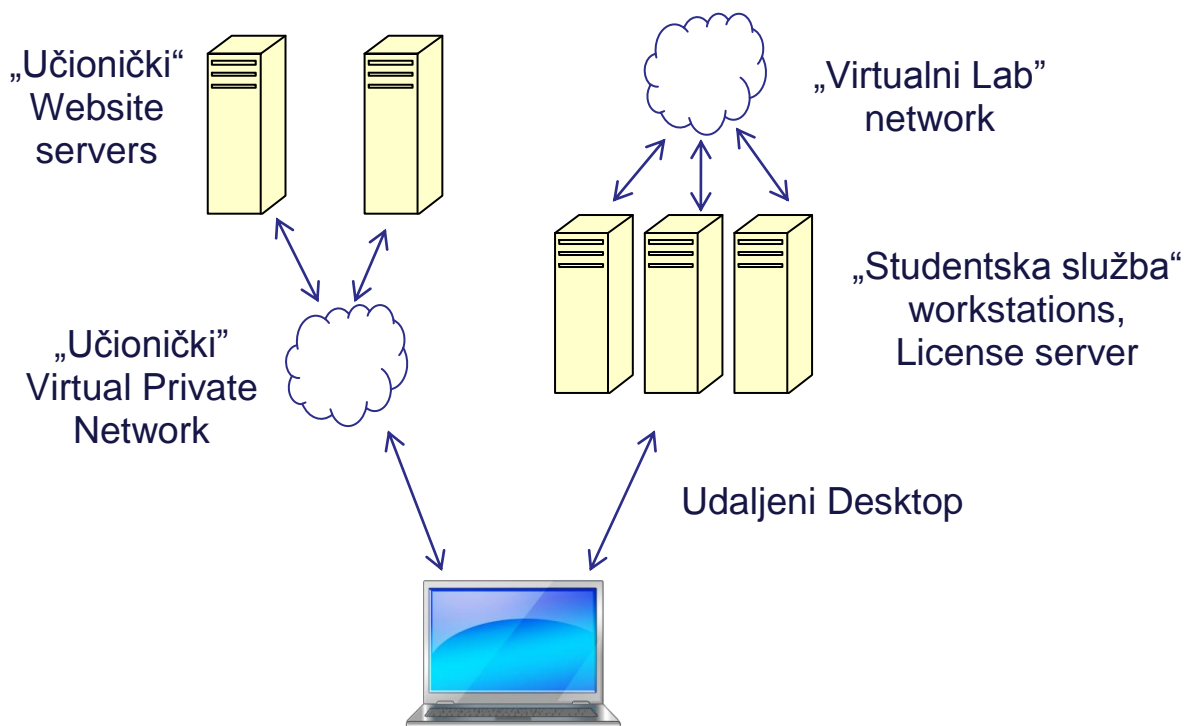
primjerice na diplomskoj razini koju nam pohađaju izvanredni studenti iz cijele Hrvatske, a koji bi tako ne samo jednom mjesečno već gotovo cijelo vrijeme bili vođeni i barem tjedno ako ne i dnevno bili u prilici kontinuiranim kontaktom s profesorima daleko brže i kvalitetnije učiti. To je primjer samo jednog od mnoštva problema gdje bi e-learningom poboljšali sustav.

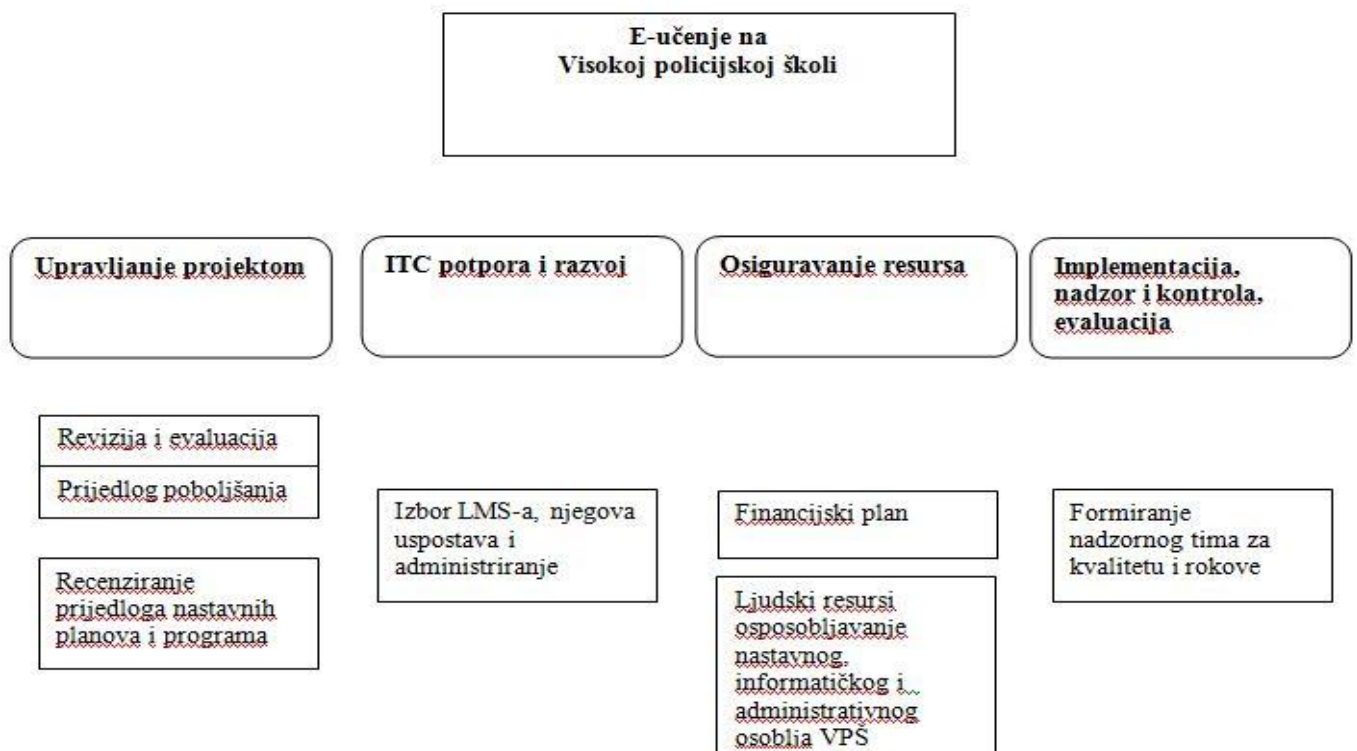
Na VPŠ postoji i mogućnost rada s „pametnom pločom“, no još je uvijek nedovoljan broj nastavnika spreman aktivnije to nastavno pomagalo uključiti u nastavu. To je i jedan od problema na koje nas upozoravaju Zemsky i Massy glede neadekvatnih razloga za uvođenje e-learninga, mišljenja sam kako ni najbolje tehnologije, ako se dijelom ne nametnu kao obvezujuće same po sebi neće nužno biti prihvaćene. Dakle čak i kad se stvore materijalni preduvjeti i nabavi oprema s tim priča nije završena već je tek počela nova faza tj. uvođenje ITC sredstava u nastavu. Nadalje značajniji pomak u nastavi, mogao bi se napraviti uključivanjem videokonferencijske potpore što bi moglo osigurati istodobnu ciljanu nastavu za svim policijskim upravama, čime bi se postigao značajan financijski učinak, ali i uvezivanje i ujednačavanje sustava specijalističke izobrazbe. Prateći razvitak novih mogućnosti iz domene ICT potrebno je unapređivati metodiku nastave, primjerice uvođenje 3D grafike u pripremu i realizaciju vježbi iz pojedinih predmeta policijske taktike i postupanja. U okviru čega se digitaliziraju pokreti i radnje, koje se potom mogu simulacijski uvježbati te tako dalje istraživati i razvijati sustav obuke i treninga u cilju poboljšanja.

4 Očekivana tehnologija izvođenja nastavnog procesa

Lekcije i nastavni materijali bi bili unaprijed snimljeni na web stranici učionice, moglo bi ih se preuzeti i prikazati lokalno, svi kolegiji bi bili podržani s skriptama/udžbenicima (u digitalnoj formi), člancima, te poveznicama na online referentne izvore. Nastavni koncept bi počivao na studiji slučaja koja bi se račlanjivala putem foruma na konkretnim zajeničkim i pojedinačnim zadacima. Zadaci bi se dodjeljivali timovima od 1 do 3 studenta (max 4), na vrijeme od jednog do četiri tjedna, a slanje bi išlo preko učioničkog website-a. Svakom studentu bio bi dodijeljen mentor, a prvi kontakt za sve probleme realizirao bi se putem Skypa, uz uvjet da mentor ne može imati više od 10 studenata, a sam bi bio podržan od strane IT administratora i programskog nositelja smijera. Sve spomenuto realiziralo bi se putem mrežne infrastrukture koja je u grubo shematski prikazana na sljedećoj slici.

Shema online infrastrukture za E-učenje na VPŠ



WBA za VPŠ

£1499 - Individual License - access for one user only, GBP £2999 - Departmental License - access for 5 users in your department. i sl.,

20 % od ukupnog iznosa (300.000,00 kn) usmjerili na edukacija, trening i specijalizacije, nastavnika i studenata, te režijskog osoblja (studentska referada),

15 % od ukupnog iznosa (225.000,00 kn) usmjerili na angažman vanjskih stručnjaka ugovorom o djelu, putne troškove i dnevnice

10% od ukupnog iznosa (150.000,00 kn) usmjerili na pripremu i izradu nastavnih materijala za e-učenje, te njihovu promidžbu,

5 % od ukupnog iznosa (75.000,00 kn) usmjerili na režijske troškove VPŠ.

6 Popis mogućih rizika i plan prevladavanja rizika

- Edukacija, trening i specijalizacija nastavnika za sudjelovanje u izradi, održavanju i razvoju kolegija u online okruženju, te neadekvatna kadrovska struktura informatičara.

Bez adekvatne edukacije, treninga i specijalizacije koja se mora osigurati u području e-learninga, a naglašeno za odabrani LMS, te usavršavanja u ICT vještinama za svakog nastavnika drastično se povećava razina rizika glede uspješnosti projekta. U izradi e-learning sadržaja težišno bi trebalo formirati središnje timove za svaki od kolegija, a koji bi se trebali sastojati od najmanje tri stručnjaka: predmetnog stručnjaka, programera i web dizajnera te instrukcijskog dizajnera. Zbog evidentnog nedostatka informatičkih stručnjaka stalno zaposlenih na VPŠ, taj dio timova bilo bi dobro kompletirati na ugovor o djelu.

- Financijski rizik.

Nakon što se dostave sredstva za projekt, financijski rizik nije velik. VPŠ nakon donošenja odluke i preuzimanju sredstava nema formalnih zapreka za provedbu projekta uvođenja e-učenja u studij, već je samo potrebno skrbiti o realizaciji planiranog tj. namjenskom trošenju sredstava.

- Rizik zastoja u provedbi projekta.

Smanjuje se redovnim izvješćivanjem načelniku Visoke policijske škole, o tijeku projekta, te pravodobnim i adekvatnim reakcijama za eventualne zastoje i poteškoće.

7 Kontekstna razna – konceptijsko stanje

SWOT analizom identificirane su: snage i slabosti, te mogućnosti i prijetnje vezane uz uvođenje e-učenja na VPŠ.

Snage	Mogućnosti
<ul style="list-style-type: none"> ➤ nastavnici su spremni na nove izazove ➤ nastavnici su vrhunski stručnjaci u svojoj domeni ➤ WEB server sa portalom VPŠ ➤ besplatni LMS ➤ kvalitetna tehnička infrastruktura 	<ul style="list-style-type: none"> * interes na nacionalnoj i regionalnoj razni za sadržajima iz ovoga područja * plasman finalnog proizvoda na prostor EU i NATO zemalja * osuvremenjivanje načina provedbe nastavnog procesa

Slabosti	Prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> ○ stariji nastavnici nisu skloni ICT-u ○ minimalna znanja o e-učenju 	<ul style="list-style-type: none"> • odbijanja suradnje u razvoju novoga pristupa zbog: • neadekvatne financijske podrške • neadekvatnog vrednovanja novostvorenog e-materijala • nerazumijevanja e-učenja

Dakle analizirajući Batesa (2004), najčešće spominjani razlozi za uvođenje e-learninga su sljedećih šest:

1. kako bi učenici i studenti naučili koristiti informacijsko-komunikacijsku tehnologiju,
2. kako bi se unaprijedilo poučavanje,
3. kako bi se omogućio širi pristup visokom školstvu,
4. kako bi se povećala isplativost,
5. kako bi se pokrenule nove suradnje,
6. zato što je uvođenje e-učenja tehnološki imperativ.

Mišljenja smo kako bi se svaki od 6 stavova koje on prepoznaje kao valjane za ulazak u e-učenje mogao uvažiti prilikom opravdavanja uvođenja raznih oblika e-learning u VPŠ. Mnogi od ovih procesa i trenutno se događaju na VPŠ, pa ako bi ih nivelirali u smislu stupnja prisutnosti, onda bi prvi razlog bio prisutan sa 10, drugi razlog sa 7, treći razlog sa 4, četvri razlog sa 5, peti razlog sa 4, te šesti razlog sa razinom 6.

U pogledu daljnjeg razvitka nastavnih materijala na VPŠ u smjeru online učenja zasigurno da je preporučljiv bihevioristički pristup uključiti u poučavanju činjenica, kognitivistički u poučavanju načela i procesa, te konstruktivistički u podučavanju primjene naučenog u policijskom radu. Za ovako razvijene online materijale postoji višestruki interes ne samo VPŠ nego i proizvodnje tj. pojedinih linija rada, gdje će završeni polaznici VPŠ konkretizirati primjenu stečenih znanja i vještina. Online koncept treba implementirati na takav način da ta konkretna znanja i iskustva uključi u poboljšanja online materijala, te tu treba vidjeti poseban izazov za razvoj online koncepta na VPŠ.

Vjerujemo kako bi primjerice Second life platforma bila profesionalno upotrebljiva na VPŠ, no pitanje je scenarija, tj. dogovaranja pravila druženja i rada, a sve ostalo je kao mogućnost stvoreno, postoji.

Sigurno je da bi se postojeća studentska populacija mogla putem ovakve platforme uključiti u komunikaciju, jer ako prolaze razni forumi vjerujem da bi im i ovo moglo biti interesantno. Ono što bi se u okviru studije slučaja na VPŠ primjerice moglo organizirati je očevidi (koji su u MUP propisani Stadnadrnim operativnim postupcima – SOP), mjesta događaja na kojima su se dogodili razni oblici zločina. Jedni bi mogli glumiti, počinitelje zločina, drugi biti žrtve zločina, treći očevidci zločina, a četvrti istražitelji zločina. Potom bi se moglo neke od studenata uključiti kao sudske vještake, a sve skupa bi u konačnici moglo završiti na sudu gdje bi se raščlanjivalo dokaze i zakonitost postupanja te donosilo presude. Dakle sve ovo otvara svakako prostor čitavom nizu ideja koje bi se dalo osmisliti, ali za čiju bi realizaciju trebali timovi stručnjaka, koje nažalost sada na VPŠ nemamo. No, u svakom slučaju na ovoj platformi dalo bi se razviti nastavu temeljenu na studiji slučaja.

U implementaciji ELA koncepta na Visokoj policijskoj školi vidimo Moodle kao najbolji izbor. On je jedan od najpopularnijih i najkorištenijih sustava otvorenog koda za upravljanje online učenjem. Kao mrežna aplikacija nije zahtjevan glede resursa poslužitelja, a pristupnost je osigurana putem preglednika. Kod specifičnih situacija koje bi se mogle pojaviti prilikom izgradnje LMS na Visokoj policijskoj školi naglašeno je važno uočiti Moodle-ovu mogućnost promjene, primjene i prilagodbe našim specifičnim policijskim potrebama, što je osigurano otvorenim pristupom kodu. Nije zanemarivo i Moodle-ovo održavanje više vrsta baza podataka, kao što su MySQL i PostgreSQL, te izvrsna dokumentacija i podrška (<http://moodle.org/>). Moodleova referentnost proizlazi iz konkretni brojki o njegovoj prisutnosti u svijetu:

broj zemalja – 211, broj jezika – 65, broj registriranih sajtova - 56 779, broj predmeta/tečajeva - 3 005 519, broj korisnika: 32 525 699, broj nastavnika - 1 890 198.

8 Zaključak

Trenutna nastava na Visokoj policijskoj školi mogli bi smo zaključno reći kako je najbliža tradicionalnoj, a tu se primjerice Moodle nudi kao dodatak nastavi u učionici, ali i kao izazov za stvaranje dinamične online zajednice za učenje primjerice specijalističke razine. Spomenuta platforma nam može pomoći pri izradi kolegija uvezanih jedinstvenim sustavom za pojedine specijalističke smjerove, pri planiranju rasporeda kolegija i pripadajućih aktivnosti, kalendara, pri koordiniranju rada sa studentima i njihovim ulogama u studijama slučaja, te njihovom uključivanju u grupni rad i praćenju aktivnosti. U ovom konceptu omogućen je i rad s već postojećim datotekama kao što je povezivanje s bazom Informacijskog sustava MUP-a, te već razvijenim obrazovnim sadržajima primjerice za rad granične policije, a osigurava i mogućnost provjere znanja i ocjenjivanja, te praćenja sveukupne aktivnosti studenata. Ovaj programski koncept istodobno osigurava uporabu raznih komunikacijskih i kolaboracijskih alata, te zaključno upravljanje sustavom sigurnosne kopije, raznih statistika, te praćenja logova. Sve ovo stavlja ga u prvi plan pri odabiru idealne tehnologije za razvitak cjelovitog koncepta e-učenja na Visokoj policijskoj školi.

Literatura

- Ability Net (bez datuma). *Assisstive Technology*. Preuzeto 15.12.2011. sa http://www.abilitynet.org.uk/edu_at.
- Baron, J. *Are we there yet. A Talk on Technology and Transforming Education*. Campus Technology Virtual 09 Conference. (2009).
- Bates, A. W. i Poole, G. *Effective Teaching with Technology in Higher Education*. San Francisco: Jossey-Bass. (2003).
- Bates, A.W. *Technology: Open Learning and Distance Education*. Routledge: London. (1995).
- Bates, A.W. i Poole, G. *Effective Teaching with Technology in Higher Education: Foundations for Success*. (2003). (str. 47-53). San Francisco: Jossey-Bass.
- Doidge, N. *The brain that changes itself: stories of personal triumph from the frontiers of brain science*. Penguin Books. (2007).
- Ertmer P. A. i Newby, T. J. Behaviorism, cognitivism, constructivism: Comparing critical features from an instructional design perspective. *Performance Improvement Quarterly* 6(4), (1993). str. 50-71.
- Johnson, S.D. i Aragon, S.R. An instructional strategy framework for online learning environments. *New Directions for Adult and Continuing Education*, V2003 (100), (2003). str. 31-43.
- Kolb, D.A. i Kolb, A. Y. Learning Styles and Learning Spaces: Enhancing Experiential Learning in Higher Education. *Academy of Management Learning and Education*, 4(2), (2005.) str. 193-212.
- Peović Vuković K., Ružić B. (Ur.). *Elektrosfera*. Emisije 3. programa HRT-a. (2008-2009).
- Petrina, S. *Advanced Teaching Methods for the Technology Classroom*. Information Science Publishing. (2006).
- Siemens, G. Procjena značajki medija: Korištenje multimedije za postizanje ishoda učenja. *Edupoint*, 53 (VII). (2007). Preuzeto 5.12.2011. s <http://www.carnet.hr/casopis/53/clanci/3>.
- Small, G., Vorgan G. *iBrain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind*. Harper Collins, New York, (2008).
- Wiley, D. i Edwards, E. Online self-organizing social systems: The decentralized future of online learning. (2002). Preuzeto 5.12.2011. s <http://www.opencontent.org/docs/ososs.pdf>

THE INTERNET'S IMPACT ON THE QUALITY OF DELIVERING THE BOLOGNA PROCESS

UTJECAJ INTERNETA NA KVALITETU PROVOĐENJA BOLONJSKOG PROCESA

Vlado Galičić, Marina Laškarin

*Faculty of Tourism and Hospitality Management, University of Rijeka, Opatija, Croatia
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Opatija, Hrvatska*

Abstract

Given their numerous benefits, the Internet and other powerful information and communication technologies are ever more becoming primary sources of income, a central location for all events and a place where anything is possible. Aware of these facts, the members of the young or "Net" generation are increasingly using the advantages of these technologies in their education. The implementation of the Bologna Process is marked by modern technology. The Bologna Process is a system of studies that has divided the academic community, as well as the public, in opinions regarding its outcome. It is a system that requires its immediate participants to organize their study time properly, attend classes and write a variety of papers. Recent studies show that the major advantages, which today's young people possess, include their ability to master technologies, their resourcefulness and their quick access to information. On the other hand, the main drawbacks in using these technologies refer to superficial searching for information (keyword-based search) and ignorance of how these technologies work. Based on the above findings, this paper formulates the hypothesis that modern technology and the Internet exert a negative influence on students by causing them to spend their time unproductively when they engage in social networks, Internet games and other technological devices. This lifestyle necessarily shortens the time available for good undergraduate work and leads to lower academic performance. In addition, the real premise is that the ratio of time spent and information gathered on the Internet has a negative impact on the quality of writing a variety of papers and on undergraduate work, itself. To confirm the formulated hypothesis, a survey was conducted

Sažetak

Uz svoje brojne prednosti, internet i ostale moćne informacijsko-komunikacijske tehnologije sve više predstavljaju glavni izvor zarade, glavno mjesto svih zbivanja i mjesto na kojem je sve moguće. Mlada ili „net“ generacija svjesna nabrojanih činjenica, sve više u svom obrazovanju koristi prednosti te tehnologije. U znaku moderne tehnologije došlo je do implementacije „Bolonjskog procesa“. To je sustav studiranja, koji je akademsku i ostalu javnost podijelio u stavovima oko svojih ishoda i koji od neposrednih sudionika zahtjeva dobru organizaciju vremena za učenje, prisustvovanje nastavi i pisanje različitih vrsta potrebnih radova. Recentna istraživanja pokazuju da su glavne prednosti današnjih mladih, njihova sposobnost dobrog rukovanja tehnologijama te sposobnost snalaženja i brzog pristupa informacijama. S druge strane, glavni nedostaci u korištenju tom tehnologijom su površno traženje informacija (pretraživanje prema ključnim riječima) i nepoznavanje pozadine tehnologije. Polazeći od ovako determiniranih nalaza, u ovom se radu polazi od temeljne hipoteze da moderna tehnologija i internet negativno utječu na studente, uslijed nekvalitetno potrošenog vremena uzrokovano korištenjem društvenih mreža, internetskih igara i ostalih tehnoloških naprava. Takav način života nužno skraćuje vrijeme koje je potrebno za kvalitetno studiranje, odnosno vodi ka lošijem akademskom uspjehu. Osim toga, realna je premisa da omjer utrošenog vremena i količine informacija prikupljene na internetu, negativno utječe na kvalitetu pisanja različitih vrsta radova i samog studiranja. S ciljem potvrđivanja ovako postavljenih hipoteza, izvršeno je istraživanje među studentima druge i treće godine studija na Fakultetu za menadžment

among second-year and third-year students at the Faculty of Tourism and Hospitality Management of Opatija. The paper provides the findings of research, linked to the use of the Internet in writing compulsory papers. It evaluates the level of information literacy of students, estimates the average time of computer usage, and explores the most common reasons for using the Internet in undergraduate work.

Keywords

the Internet, information and communication technology, the Bologna Process, quality, students.

u turizmu i ugostiteljstvu Opatija. U radu će se predstaviti nalazi tih istraživanja, koja su vezana uz korištenje interneta pri pisanju obveznih radova, ocijenit će se razina informacijske pismenosti studenata, te predstaviti prosječno vrijeme korištenja računala i najčešći razlozi korištenja interneta u procesu studiranja.

Ključne riječi

Internet, informacijsko-komunikacijska tehnologija, Bolonjski proces, kvaliteta, studenti

1. INTRODUCTION

The Bologna Process, the main process involved in the reform of Europe's higher education system, was initiated in 1999, when the ministers of 29 European countries signed the Bologna Declaration, thus establishing the European Higher Education Area (EHEA).

The principles and values upon which modern universities should be grounded are set out in the "Magna Charta Universitatum", a document based on the following:

1. A university must be morally and intellectually autonomous with regard to political and economic power and influence.
2. It must ensure that teaching and research are inseparable.
3. It must ensure freedom in research and teaching.
4. It must be a trustee and caretaker of the European humanist tradition towards universal knowledge.

The reform of higher education according to the principles of the Bologna Process is still underway in the Republic of Croatia. Rapid change in the contemporary world of knowledge, technology and economy is driving the need for ensuring that higher education and research work are able to adjust efficiently and quickly to European and world trends. Although higher education has endured a number of different reforms in the past, some of which did more harm than good, this latest reform is by far the most challenging. It can be said that despite the speed of change and a certain fear of a supernational unification of teaching in higher education most academic communities have embraced the basic tenets of implementing the Bologna Declaration, notwithstanding the understandable difficulties that any reform brings in its wake.

Legal and institutional preconditions have been met; now what remains to be done is to translate the letter and the spirit of the Bologna Declaration into concrete changes, for which the universities and polytechnics have a particular responsibility.

Many objections referring to the reform of the university system in accordance with the Bologna Process have come from the academic community. Particularly interesting are objections linked to the interpretation of the notion of "student-centred learning", which, allegedly, leads to higher pass rates, because knowledge testing is based on exams organized in a modular fashion (almost like the quiz model), to which teaching is also adjusted. The result is that students fail to grasp the broader view, while the knowledge society becomes a utopia.

In this light, one of the critics of Bologna Process-based studies suggests that a distorted perception is created, in the name of ostensible efficiency, by which it seems that all matters can be managed from an economic standpoint. Problems arising from the application of the Bologna reform have added to making it more difficult to ensure the quality of the Bologna Process, the most important problems being:⁴⁶

1. Employees are overwhelmed by paperwork.

⁴⁶ Krištof, M., Pisk, K., Radeka, I., *Primjena Bolonjskog procesa na hrvatskim sveučilištima*, www.nsz.hr (27 February 2012)

2. Secondary-school pupils are inadequately prepared.
3. Syllabuses are unsuitable.
4. ECTS points do not match actual student loads.
5. There is a drop in criteria used to assess students.
6. The mobility of all stakeholders of the academic community is modest.
7. There is no external evaluation system.
8. Student-centred learning has been poorly implemented.

The fundamental idea of the Bologna Declaration is to create a European standard of higher education. Partaking in the Bologna Process is exceptionally important for Croatia, a small European country with a rich tradition in higher education, foremost because it enables Croatia to participate in creating a shared European knowledge area. It also provides opportunities for becoming involved in vital European scientific projects, expanding research and study horizons, gaining access to cutting-edge higher education teaching methods and techniques, and gaining access to funds for research and study-related work at faculties.

This new way of studying should also ensure quick access to new knowledge and, what is also very important, make it possible to effectively and systematically present Croatia's academic heritage and potential within the framework of the European higher education research system.

2. EFFECTS OF TECHNOLOGY ON THE TEACHING PROCESS

It is difficult to imagine enhanced scientific and technical development without a suitable educational system – particularly at the secondary school and higher education level – as well as without a well-developed extramural system that is capable of providing the fastest and most direct link between current practise and educational requirements. The educational system is a source not only of a wide range of professionals at all levels of organization in enterprises and society, but also of managers, academic staff and researchers.⁴⁷

The extent to which institutions of higher education (faculties) are prepared for implementing the Bologna Process can be viewed across two levels:

1. the conceptual level (high electiveness in the current teaching process, large number of courses, cooperation with businesses, the way in which faculties are organized, etc.)
2. the executional level (syllabus operability and conducting classes, as an integrated process).

In addition to teaching, which includes lectures, individual work and group work, compulsory term papers and student projects have also been introduced. This is a new concept of university studies that can best be described as “a shift from teaching to learning”, a vital precondition to life-long education.

Conducting lectures the “Bologna way” represents a certain shift for lecturers and students alike. Lecturers are required to continuously interact with students. Each lecture involves exercises and study cases in which students actively take part through discussions. Considerable attention is focused on the individual work of students through tools and technologies available via the Internet (e-learning). This is a novelty for students, because they can no longertake advantage of the experiences of their older colleagues and because the overall teaching process is organized in such a way that it leads the student through continuous work.

The introduction of e-learning at the University of Rijeka has helped to bring about qualitative changes in teaching and research by ensuring the appropriate information and communication infrastructure (computer and programme support) and by training teachers, students and administrative personnel to use the technology and e-learning methods.⁴⁸E-learning involves various aspects of using ICT in education, ranging from the use of computers in the conventional teaching process, across their use in the “mixed” or “hybrid” teaching process that is based on the combined use of direct contact in the classroom

⁴⁷Vujić, V., *Poduzetništvo i menadžment u uslužnim djelatnostima*, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management Opatija, Opatija, 2010, p. 125.

⁴⁸2007-2013 Strategy of the University of Rijeka, University of Rijeka, Rijeka, 2007, p. 46.

and on-line activity, to on-line teaching in which all teacher and student activities take place remotely, with no physical contact.

That technology is developing faster than could ever be expected is seen in the mass of information that is multiplying by the minute. The speed at which information permeates even the smallest pores of human lives is so fast that the ordinary person cannot keep up. It can be said that the Internet, together with everything linked to it, has become a new type of addiction to which few are immune. Regardless of the technologies concerned, people today have become rather indolent when it comes to using them. User-friendly technologies are increasingly emerging. From the user perspective, as the possibilities of technology grow, technology as such (omnipresent) is more and more becoming a standard rather than a privilege. Everything is within easy reach, everything is on-line. Relishing in this simplicity, people rarely think about the adverse effects of technology and the Internet.

A variety of sources indicate that teenagers today differ considerably from teenagers in the past. In other words, the average teenage has his/her own laptop and mobile phone, in addition to other technological devices to enrich his/her social life and/or everyday life. From the most trivial daily chore to studying and writing, their days are intertwined with technology. Numerous surveys conducted concerning the Internet indicate that the main advantages of today's young people include:

- a) resourcefulness
- b) the ability to rapidly search for information
- c) skilfulness in using the technology.

Conversely, their main weaknesses include:

- a) superficial information searching (keyword-based search)
- b) poor knowledge of the background of the technology and service.

Without proper control, progress cannot have positive effects on young people. Where there are no boundaries, young people are open to a variety of opportunities, challenges and even dangers. Social networks are an example: the more users these networks have, the more absorbed young people become in them, indicating potentially hazardous control-free development. Through excessive use, the social aspect of these networks could easily become contradictory.

3. WRITING PAPERS WITH THE HELP OF THE INTERNET

In 1900, some 500 thousand students were enrolled in higher education, accounting for a mere one per cent of the population of university age. By 2000, this number grew to 100 million, representing 20 per cent of the relevant age group worldwide.⁴⁹In addition to accounting for a substantial share in the total number of the world population, this age group also represents a considerable part of the total demand for Internet services.

The quantity of information that is made available on the Internet for educational purposes in all spheres of social life grows exponentially by the day.⁵⁰Today, elementary and secondary school pupils and students enjoy great freedom in using the Internet. In the past, gathering information (searching for literature in libraries, newspapers, etc.) required much more effort and took up more time. The generations that did not grow up with the benefits of the Internet often cite typewriters as an example: they had to be very careful which key they pressed because there was no "backspace" on typewriters.

Today's students do more than just search for information on the Internet. Aware of the advantages of gathering information in this way, they no longer use these advantages to merely collect the information they need to write papers. Instead, they often use them to find finished papers published on Internet pages. With this type of thinking and writing becoming increasingly widespread, students are under the impression that everything is at the touch of their fingertips ("on-line & finished"). As a result, less attention

⁴⁹Schofer, E., & Meyer, J.W., The Worldwide Expansion of Higher Education in the Twentieth Century, *American Sociological Review*, 2005, p.3.

⁵⁰Muniandy, B., Academic Use of the Internet among Undergraduate Students: A Preliminary Case Study in a Malaysian University, *International Journal of Cyber Society and Education*, No. 2, December 2010, p.177.

is focused on mental efforts, personal communication is minimal, and the ability to think abstractly is all the poorer.

Research involving second-year undergraduate university students of the Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija clearly indicates a trend among students to use the Internet in writing compulsory papers, in this case, essays (Table 1).

Table 1: Overview of the contents of student essays (amount of text taken off the Internet)

Amount of text taken off the Internet	Full-time students		Part-time students		TOTAL	
	Number of students	%	Number of students	%	Number of students	%
Entire text (>95%)	40	19.1	18	29.5	58	21.5
Most of the text (50-95%)	42	20.1	11	18.0	53	19.6
Part of the text (<50%)	64	30.6	27	44.3	91	33.7
None of the text	63	30.2	5	8.2	68	25.2
Total:	209	100.0	61	100.0	270	100.0

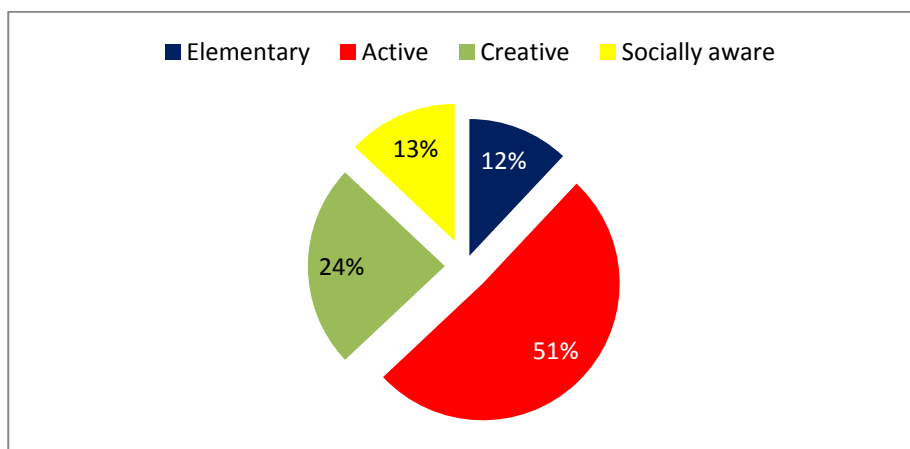
Source: By the authors

The same topic was assigned to all students (part-time and full-time). Based on the above, it can generally be said that most students used the Internet for researching the topic of their essay. Disturbing is the fact, however, that 58 out of 270 essays (or 21.5%) were completely taken off the Internet (the students made no attempts to edit the text, use their own words or incorporate the text into the context of the essay). The lack of creativity and imagination further promoted a sense of superficiality, for most of the papers taken from the Internet were not longer than five to six pages.

In order to identify the reasons for such a state, a second survey was carried out at the same university on a sample of 444 students. The survey was conducted using the convenience sample method (consisting of second-year and third-year students present at specific courses). Results suggest an indirect link between the quality of writing papers and:

- 1) the level of information literacy (Figure 1)
- 2) the average time spent at the computer in one day (Table 2)
- 3) the most common reasons for using the Internet (Table 3).

Figure 1: Students' level of information literacy



Source: By the authors

Figure 1 indicates that most students (225 or 51 per cent) have the ability to:

- a) take a critical stance towards various products and services provided on the Internet
- b) select contents that best meet their needs (active information literacy).

This level of information literacy is acquired by every person who has completed any type of secondary schooling. Students do not know how, or are unable, to apply their knowledge to create a synergistic effect to improve their papers, and this is ultimately reflected in the quality of their written assignments.

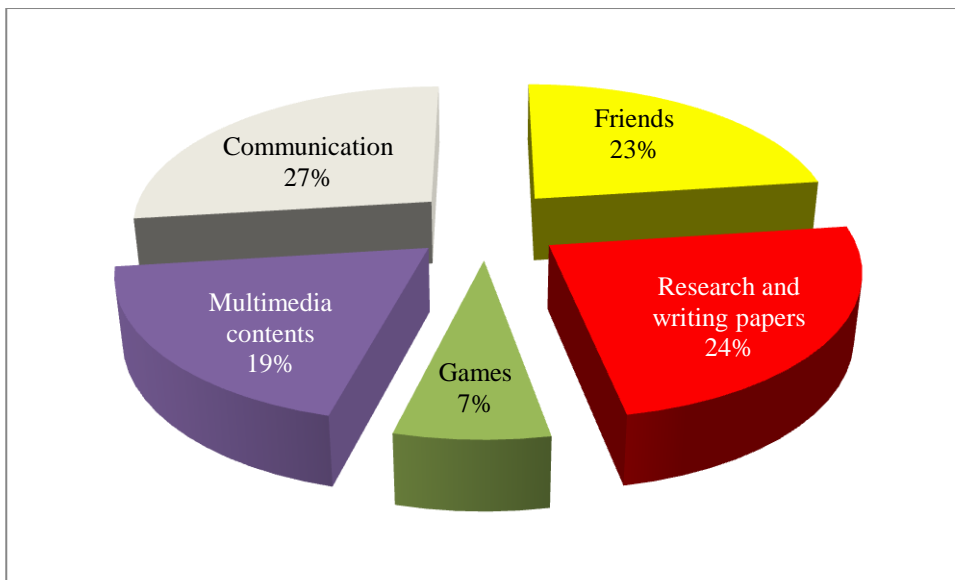
Table 2: Average daily time spent on computers

Purpose of use	Average daily use of computers (in minutes)	
	Minutes	%
For study purposes	78.6	30.1
Entertainment	68.5	26.3
Social networks	76.7	29.4
Other	37.2	14.2
TOTAL	261.0	100.0

Source: By the authors

An analysis of data in Table 2 demonstrates that the average time students spend on the computer amounts to four hours and 21 minutes. Most of this time is used for study purposes (an average of one hour and 19 minutes) and on social networks (an average of one hour and 17 minutes). Such a trend, with students spending more than four hours on computers, points to an essential change in the life style of young people compared with the previous decade.

Figure 2: Reasons for using the Internet



Source: By the authors

Data shown in Figure 2 prove the premise that the Internet is used for research and writing papers. The greatest number of students specifically reported this as the most common reason for computer usage. Given the quality of papers handed in, the level of their information literacy, which is mostly at an active level, and the average time spent on the computer for study purposes (1 hour and 19 minutes), the basic hypothesis formulated in this paper can be confirmed. Namely, due to the large amount of available

information and the relatively short time needed to access it, students have acquired the bad habit of simply and quickly searching the Internet for the purpose of writing papers.

Many experts engaged in researching the influence of the Internet are concerned about students and their freedom, when it comes to the amount and structure of information available on the Internet.⁵¹ They also emphasize the lack of reviewers, agencies or administrative bodies that should be responsible for ensuring the quality of material on the Internet, and for evaluating content quality for readers of various levels of information literacy.

Today's Web is no longer astonishing nor is it unique. Search engines are hard put to deal with the enormous amounts of information that saturate the Web.⁵² No matter the quality of the search engine or the simplicity of the question posed, feedback information can have totally or partially nothing to do with the question asked.

Information found on the Internet is not arranged in the same way as information in traditional sources (books, journals), from more important to less important, or from general to specific, for example. When searching for information on the Internet, students access a large amount of unstructured information, together with some useful information. They then use this information, in its entirety or in parts, to enrich their own basic ideas on a given topic using new professional terms which they rarely understand and which most often have nothing to do with the subject matter of the paper. A common name for such students is "techno geek". They are also known as the Net generation – young people, who acquire the information they need in a very easy way, but when it comes to verifying the data, they put up resistance or cannot find the time.

4. THE OUTLOOK OF MODERN-DAY LEARNING

In light of the growing influence of information and communication technologies (ICT) in all aspects of modern society, the prefix "e" is linked to almost every economic and social activity. The educational system is also developing along these lines. The ever-more present term "e-learning" is an amalgam of the terms "technology and information" and "education and training". Its advantages can be seen in the combination of properly planned and suitably supported education and training.

Experts in education and ICT agree that e-learning shall become accepted once general opinion begins to see e-learning as a new form of learning, one that should serve as a supplement to conventional learning.⁵³

The acceptance of e-learning has been researched at the Open University in Great Britain. It was concluded that while students continue to use books, they prefer on-line technology for learning most of the subject matter. Research also showed that students found it easier to grasp material from previous lectures when it was posted on the University's web page.

Several web portals exist in Croatia. They offer on-line tutoring (at present, one such portal providing tutoring in mathematics brings together a small group of highly-trained mathematicians), foreign language courses, and ECDL (European Computer Driving Licence) courses. Saving time and money is the main motivator for both sides. Many businesses find that these new alternative forms of learning are profitable due to the low cost of labour and material. On the other hand, potential users also find this manner of learning increasingly appealing because of low costs and a shorter time needed for preparation.

The development of the Bologna Process has also been marked by modern technologies and speed. Its many opponents have split public opinion regarding the outcome of this type of studies. Its effect on students should be considered. The Bologna Process requires students to organize their time for studying, writing, and attending classes in a positive manner. When preparing for an exam, students should organize their time in accordance with the exam's complexity. However, knowing they will be given multiple choice

⁵¹ Willoughby, T., et. al., Fast searching for information on the Internet to use in a learning context: The impact of domain knowledge, *Computers & Education* 52, Brock University, University of Waterloo, Waterloo, Ontario, 2009, p.641.

⁵² Infotrend br. 160/05/2008/, Zagreb, p 18.

⁵³ Pejić-Tarle, S., et. al., *E-učenje u teoriji i praksi, Priručnik za jednostavno kreiranje on-line kurseva*, Faculty of Transport and Traffic Engineering, University of Belgrade, Belgrade, 2007, p. 7.

tests, students no longer study to be able to understand and explain something. Instead, they study to be able to recognize key-words in a sentence. It follows that the time allotted for studying is visibly diminishing.

Despite the omnipresence of the Internet, despite new communication technologies and distance learning, modern technology can never replace lasting components such as human contact and a good working atmosphere.⁵⁴

5. CONCLUSION

Within the framework of the project “*The Croatian Educational System for the Twenty-first Century*”, the Ministry of Science, Education and Sports has adopted a document entitled “*Priority Measures for the Educational System*” These measures involve:

- a) improving the quality of education and raising the population’s level of education
- b) bringing the system, its essential structural elements, as well as its internal organizations, in line with European models
- c) eliminating all obstacles that prevent the availability of education and easy mobility through the system
- d) modernizing the system and increasing its efficiency in relation to its consumers
- e) creating syllabus-based courses of study and enabling students to acquire as much useful knowledge as possible and develop basic skills and literacy
- f) connecting the educational system with the labour market, and creating better education and work qualifications, as well as preconditions for employment
- g) developing pluralism, democracy and active participation in civil society.

The starting points listed above can be seen as a sound platform for approaching education at all levels, in terms of both organization and subject matter. Education is one of the most important factors of all participants responsible for the development of a society. Therefore, its ability to adapt to changes brought about by the information age is exceptionally important. For these adaptations to be successful, it is necessary to apply a new model of learning. Today, there is a growing need for connecting science and practise, as well as a need for building learning organizations, which would have the greatest impact on helping universities and businesses embrace new trends and apply new knowledge.

The acceptance of the Bologna Declaration has made it necessary to organize studies of the best possible design and contents that would enable students to complete their courses in the shortest time possible, provide them with broader theoretical knowledge linked to training, and ensure they are prepared to participate in professional work in a variety of areas. It cannot be denied that the positive effects of the Internet and technology greatly outnumber their negative effects. Indeed, thanks to the Internet and technology, barriers have ceased to exist and information is available to all. Such development, however, is not without a negative aspect.

Research carried out for the purpose of this paper highlights another dimension to Internet usage. The basic postulates for the implementation of the Bologna Process, which are reflected in increased individual work by students, have brought about the need for more intensive usage of computers for the purpose of gathering information necessary for writing compulsory papers.

Research has shown that students take an opportunistic approach to writing papers, using the Internet as a space within which they can find ready-made solutions that they use with a lack of self-control and self-criticism, and which they present as their own work.

The consequences of such lack of self-control cannot be emphasized enough. The Facebook may serve as an example of user expansion. The average user spends more than an hour a day using this service. Such statistics indicate that Facebook has become a deeply ingrown part of a young person’s daily routine. But, where is the line? There is none; there are only parents, teachers, assistants and professors, who should

⁵⁴ Jónasson, J., T., *Inventing Tomorrow’s University: Who is to Take the Lead?*, Bononia University Press, Bologna 3, Recommendation Rec, 6., 2007, p. 143.

know where to draw the line when young people go too far. The question arises, however, whether technology alone is to be blamed for all negative effects. If it were not the Internet, it would probably be something else. Upbringing and education can essentially change the way in which work is approached. It can prompt a personal critical stand and, what is most important, encourage young people to think.

Research into Alzheimer's disease, dealing in the use of higher functions of the brain, focuses on the principle of "use it or lose it". This same principle could also be applied to techno addicts and their one-track way of thinking. When it comes to learning something new, there is no easy way; there is only the hard way as illustrated by a sentence in the "National Geographic": *If you ask, you think. If you think, you search. If you search, you experience. If you experience, you learn.*

Literature

1. Deca, L., *Student Freedom in Univeristy Life, Past, Present and Future of the Magna Charta Universitatum*, 127-133, 2009, Bononia University Press, Bologna, 2009.
2. *Infotrend*, No. 1, 60/05/2008/, Zagreb, p 18.
3. Jónasson, J.T., *Inventing Tomorrow's University Who is to Take the Lead?*, Bononia University Press, Bologna, Recommendation Rec, 6, 2007.
4. Krištof, M., Pisk, K., Radeka, I., *Primjena Bolonjskog procesa na hrvatskim sveučilištima*, www.nsz.hr (27 February 2012).
5. Lay, S., *The interpretation of the Magna Charta Unioersitatum and its Principles*, Bononia University Press, Bologna, 2004.
6. Liessmann, K.P., *Teorija neobrazovanosti: Zablude društva znanja*, Jesenski i Turk, Zagreb, 2008.
7. Muniandy, B., Academic Use of the Internet among Undergraduate Students: A Preliminary Case Study in a Malaysian University, *International Journal of Cyber Society and Education*, No. 2, December 2010, p.177.
8. Pejčić-Tarle, S. et. al., *E-učenje u teoriji i praksi, Priručnik za jednostavno kreiranje on-line kurseva*", Faculty of Transport and Traffic Engineering, University of Belgrade, Belgrade, 2007, p. 7.
9. Schofer, E., & Meyer, J.W., *The Worldwide Expansion of Higher Education in the Twentieth Century*, *American Sociological Review*, 70, 898-920, 2005.
10. Schofer, E., & Meyer, J.W., *The Worldwide Expansion of Higher Education in the Twentieth Century*, *American Sociological Review*, 2005, p.3.
11. Strategy of the University of Rijeka 2007-2013, University of Rijeka, Rijeka, 2007, p. 46.
12. Teichler, U., *Higher Education Systems*, Sense Publishers, 2007.
13. *University of Rijeka – Strategy 2007-2013*, University of Rijeka, Rijeka, 2008.
14. Vujić, V., *Poduzetništvo i menadžment u uslužnim djelatnostima*, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management Opatija, Opatija, 2010, p. 125.
15. Willoughby, T. et. al., Fast searching for information on the Internet to use in a learning context: The impact of domain knowledge, *Computers & Education* 52, Brock University, University of Waterloo, Waterloo, Ontario, 2009, p.641.

PROTOTYPE OF INFORMATION SYSTEM FOR MANAGEMENT, COORDINATION AND SUPERVISION IN HIGHER EDUCATION – ACCESS FROM THE CLOUD

PROTOTIP INFORMACIJSKOG SUSTAVA ZA UPRAVLJANJE, KOORDINACIJU I NADZOR U VISOKOJ NAOBRAZBI - PRISTUP IZ OBLAKA

Ninoslav Novak¹, Maja Lamza-Maronić¹, Koraljka Lozina²

Faculty of Economics, University of Osijek; Osijek, Croatia¹; Department for Cultural Studies, University of J.J. Strossmayer, Osijek, Croatia²

Ekonomski fakultet, Sveučilište u Osijeku, Osijek, Hrvatska¹; Odjel za kulturologiju Sveučilišta J.J. Strossmayer u Osijeku, Osijek, Hrvatska²

Abstract

Using information and communication technology and design, as well as construction and use of information systems for management, development, coordination and supervision in education, particularly in higher education in Croatia according to Bologna process, is the basic assumption for acceptable yet permanent increase in eligibility, competitiveness, and other measurable and immeasurable benefits of applying new technologies in this area. The functional and operational development-oriented software services located in the cloud for direct interactive access, use and maintenance of data from the system of higher education is a basic prerequisite to achieve the main strategic objectives: a controlled performance of tasks arising from the plan and curriculum, recording all of students' obligations related to teaching enrolled class: presence at lectures and exercises, assignments, seminars, the accession works and activities during the semester, including the success at colloquia and conducted written and oral exams along with secure recording of all events related to the subject, teachers, students, higher education component in textual, tabular and graphical form. This paper discusses the conceptual and logical approach to the organizational, data and communication component of a prototype information system for management, coordination and supervision in higher education, and, in addition to measurable and immeasurable, and also direct and indirect impacts of information technology, some

Sažetak

Korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije te projektiranje, izgradnja i korištenje informacijskih sustava za upravljanje, razvoj, koordinaciju i nadzor u obrazovanju, a posebice u visokoj naobrazbi Republike Hrvatske prema postupcima iz Bologne, osnovna je pretpostavka prihvatljivog, a trajnog povećanja kvalificiranosti, konkurentnosti i kompetitivnosti te ostalih mjerljivih i nemjerljivih koristi od primjene novih tehnologija na tom području. Funkcionalna i operativna, razvojno orijentirana u oblaku smještena programska usluga za izravan interaktivni pristup, korištenje i održavanje podataka iz sustava visoke naobrazbe osnovna je pretpostavka postizanja glavnih strateških ciljeva: kontroliranog obavljanja zadaća proizašlih iz plana i programa nastave, evidentiranja svih studentskih obveza vezanih uz upisani nastavni predmet: prisutnost na predavanjima i vježbama, izrada zadataka, seminara, pristupnih radova i aktivnosti tijekom semestra te uspjeha na kolokvijima i provedenim pismenim i usmenim ispitima uz sigurno evidentiranje svih događaja vezanih za predmet, nastavnika, studenta, sastavnicu visokog obrazovanja u tekstualnom, tabelarnom i grafičkom obliku. U radu se iznosi konceptualni i logički pristup te organizacijska, podatkovna i komunikacijska komponenta prototipa informacijskog sustava za upravljanje, koordinaciju i nadzor u visokoj naobrazbi, a pored mjerljivih i nemjerljivih te izravnih i neizravnih učinaka primjene informacijske tehnologije, navode se i neki postupci realizacije

implementation procedures of such solutions by cloud computing. The prototype application designed and manufactured by RAD tools and data base provides direct operational activities in a safe environment for all authorized participants - teachers, students and administrative staff. Diverse monitoring – by entity, space, time and program - of all forms of teaching and other activities and events is enabled. Construction and existence of Prototype information system for management, coordination and supervision in higher education through the cloud computing will enable easier and faster achievement of all education goals aimed at development of management, control, coordination and decision making related to educational activities and scientific development.

Key words

Cloud computing, education, management, information system

takvog rješenja putem računarstva u oblaku. Prototip aplikacija je projektiran i izveden putem RAD alata a podatkovna osnovica osigurava izravne operativne aktivnosti u sigurnom okruženju svih autoriziranih sudionika - nastavnika, studenata i administrativnog osoblja. Omogućeno je raznoliko praćenje svih oblika nastave te ostalih aktivnosti i događaja – entitetski, prostorno, vremenski i programski. Izgradnja i postojanje Prototipa informacijskog sustava za upravljanje, koordinaciju i nadzor u visokoj naobrazbi putem računarstva u oblaku omogućiti će lakše i brže postizanje svih ciljeva obrazovanja u funkciji unapređivanja upravljanja, kontrole, koordinacije i odlučivanja vezano za obrazovnu djelatnost i razvoj znanosti.

Ključne riječi

računarstvo u oblaku, obrazovanje, upravljanje, informacijski sustav

DIE ROLLE DER IKT IN DER LEHRERFORTBILDUNG BEIM EINSATZ DER NEUHEITEN ULOGA IKT PRILIKOM OSPOSOBLJAVANJA UČITELJA ZA UVOĐENJE NOVINA

Liljana Kač, Majda Pšunder¹

Ministerium für Bildung der Republik Slowenien, Ljubljana, Slowenien Philosophische Fakultät, Universität Maribor, Maribor, Slowenien¹

Zavod Republike Slovenije za školstvo, Ljubljana, Slovenija; Filozofski fakultet, Sveučilište u Mariboru, Maribor, Slovenija¹

Abstract

Der Beitrag stellt das Blended Learning bei der Lehrerfortbildung im Rahmen der experimentellen Einführung der zweiten Fremdsprache in Grundschulen vor. Mit der Blended-Learning-Form wollten wir bei den Lehrkräften das Niveau der Medienkompetenz beim Fremdsprachenlehren erweitern. Im Beitrag werden die Ausgangspunkte, Ablauf und Inhalt der Lehrerfortbildung als Blended Learning sowie die Resultate der Untersuchung über den Medieneinsatz bei den Lehrkräften im Experiment beschrieben. Es wurde festgestellt, dass die Fortbildung als Blended Learning weitgehende Auswirkung auf die Erweiterung der Medienkompetenz bei den Lehrenden und

Sažetak

Članak predstavlja kombinirano osposobljavanje (blended learning) učitelja stranih jezika prilikom eksperimentalnog uvođenja obaveznog drugog stranog jezika u osnovne škole. Kombiniranim oblikom osposobljavanja željeli smo podići razinu e – kompetentnosti učitelja u poučavanju drugog stranog jezika. U članku su opisana polazišta, tijek i sadržaj osposobljavanja učitelja u kombiniranom obliku učenja te rezultati istraživanja o upotrebi IKT među učiteljima koji su sudjelovali u eksperimentu. Utvrdili smo kako je kombinirani oblik osposobljavanja u znatnoj mjeri pripomogao podizanju e - kompetentnosti učitelja, većoj i učinkovitijoj upotrebi IKT u nastavi stranih jezika te služio kao model za

auf den größeren und effizienteren Medieneinsatz beim Fremdsprachenunterricht hatte. Zugleich diente sie als das Modell für das spätere Multiplikatoren-Netzwerk.

kasnije djelovanje mentorske mreže učitelja.

Ključne riječi

osposobljavanje učitelja, kombinirano učenje, e – kompetentni učitelj, strani jezici, IKT

Schlüsselworte

Lehrerfortbildung, Blended Learning, medienkompetente Lehrkraft, Fremdsprachen, IKT

1. EINFÜHRUNG

Die Rolle und Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) sind nicht nur im Alltagsleben sondern auch in der Bildung unbestreitbar. Das Fernlehren und –lernen, Forderungen nach besserer digitalen Kompetenz der Lehrer und nach einem effizienterem Lernen mit der IKT gelten seit mehr als zehn Jahren als Vorrangsziele der Europäischen Kommission (Europäische Kommission, 2000, 2007, 2008, 2010, Learnovation Consortium, 2008) und slowenischen Bildungssysteme (Kreuh und Brečko, 2011). Die digitale Kompetenz ist eine der Schlüsselkompetenzen jedes EU-Bürgers (Schlüsselkompetenzen für lebenslanges Lernen, 2006) und steht als Allgemeinkompetenz in allen Curricula der Primar- und Sekundarstufe.

Trotz den langjährigen Bestrebungen nach erhöhtem Umfang und Qualität des IKT-Einsatzes beim Unterricht wurde sowie auf der europäischen als auch slowenischen Ebene festgestellt, dass der IKT-Einsatz im Vergleich mit den vorangehenden Jahren wohl größer wird, dennoch im Bezug auf die eingesetzten Mittel und neu erstellten Bildungsinhalte ungenügend (Digital Agenda for Europe, 2010, Brečko und Vehovar, 2008, Gerlič, 2011a, Gerlič 2011b). IKT wird übrigens nach den Angaben aus der slowenischen Untersuchung größtenteils von den Lehrern (durchschnittlich bei der Hälfte der Lehrkräfte) bei den Fächern Slowenisch, Mathematik und Fremdsprachen eingesetzt (Gerlič, 2011a).

Mehr Erfolg beim IKT-Einsatz im Unterricht erwartet man im Landesprojekt „E-šolstvo“, dessen Hauptziel in der Ausbildung des e-kompetenten Lehrers, Schulleiters und Computerfachmanns liegt. Im Projekt wurden folgende sechs Grundkompetenzen bestimmt (Kreuh in Brečko, 2011: 18):

1. IKT-Kenntnisse und Beurteilungskompetenz beim Umgang mit IKT
2. Kompetenz der Online-Kommunikation und Kollaboration
3. Kompetenz des Suchens, Sammelns, Bearbeitens und Beurteilens von Daten, Informationen und Konzepten
4. Sicherer Gebrauch und Berücksichtigung der rechtlichen und ethischen Prinzipien bei Informationsentnahme und –veröffentlichung
5. Kompetenz, Lernmaterialien zu erstellen, gestalten, aktualisieren und veröffentlichen
6. Kompetenz des Planens, Durchführens und Evaluierens des technologiegestützten Unterrichts

Der Weg, um den Standard eines e-kompetenten Lehrers zu erwerben, wurde durch die kombinierten Lehrerfortbildungsveranstaltungen (sog. Blended Learning) gestellt (Kreuh, 2012).

Blended Learning wird seit dem letzten Jahrzehnt auf dem Schulamt der Republik Slowenien beim Einsatz der inhaltlichen Neuheiten ins Schulcurriculum angewendet. Auch bei der Einführung der zweiten Fremdsprache als Pflichtfach in die Grundschule wurden die Lehrkräfte durch Blended Learning fortgebildet. Dabei ging es einerseits um die Einführung von neuen Lehrverfahren in den Fremdsprachenunterricht mit Hilfe von IKT und andererseits um das Erwerben der E-Kompetenz durch Lehrveranstaltungsinhalt und –form.

2. LEHRERFORTBILDUNG ALS BLENDED LEARNING MIT MOODLE

2.1 Was ist Blended Learning (BL)?

Die Definition von BL ist in Fachliteratur nicht eindeutig, sie änderte sich im Bezug auf die Entwicklung von IKT und unterschiedliche Eigenschaften des Lernumfeldes und der Lernabsicht (Schröder und Wankelmann, 2002, Strasser, 2010). Im Allgemeinen wird das BL als Kombination von Präsenz- und Onlinelernen bestimmt, wobei unterschiedliche IKT-Werkzeuge und Lehrtechniken eingesetzt werden. Das BL nutzt auf optimale Art und Weise die Vorteile der beiden Lernformen: Online- und Präsenzlernens. Seine Vorteile sind nach Strasser (2010: 25) vermehrte Ausnutzung immer größerer IKT-Möglichkeiten in der Gesellschaft, zeitlich und räumlich unbegrenzter Zugriff auf Lernmaterialien, Kosteneinsparungen beim Online-Lernen für Lehrende und Lernende, Förderung des selbstgesteuerten Lernens, methodische Innovation durch differenzierte Darstellung von Lerninhalten (plastisch, simulativ und interaktiv), variable Kommunikation und Interaktion, Mischung von persönlichem Treffen und Onlinekommunikation. Die Nachteile des BL sind beim Online-Lernen eng begrenzte nonverbale Kommunikation und emotionale Äußerungen, mangelhafte technische Kompetenz der Teilnehmer, längere Vorbereitungszeit für die Erstellung der Lerninhalte für das Onlinelernen, Zeitabhängigkeit bei synchroner Kommunikation, hohe Entwicklungskosten für Tutorenausbildung, Equipment und Erstellung diverser Lerninhalte und -materialien, Lehrererqualifikation für BL, negative Einstellung der Teilnehmer zu BL und Abwehr gegen innovatives Unterrichten (Strasser, 2010: 27).

2.2 Erfahrungen mit Moodle bei der Lehrerweiterbildung am Schulamt der Republik Slowenien

Die Moodle-Lernplattform wird am Schulamt der Republik Slowenien bei der Lehrerfortbildung im Rahmen seiner Hauptfunktion gebraucht: Curricula-Entwicklung und professionelle Unterstützung der Lehrende in den Bildungsinstitutionen auf der voruniversitären Stufe. Im Jahr 2004 diente die Lernplattform Moodle der BL-Fortbildung der Fremdsprachenlehrende bei der Einführung von neuen Bildungsinhalten in die Berufs- und Berufsfachschulen (Kač in Kreuh, 2009). In 2007 folgte dann ein planmäßiger und systematischer Einsatz der Moodle-Lernplattformen bei den Curricula-Erneuerungen in den Grundschulen und Gymnasien (Mohorčič 2008).

Erste Erfahrungen beim Moodle-Gebrauch in der Lehrerfortbildung waren positiv. Dabei wurde festgestellt, dass die Kontinuität des Lernprozesses durch die Onlinephasen auf der Lernplattform und die regelmäßigen zweimonatlichen Präsenzphasen gesichert war. Außerdem kam es zu der kollaborativen Zusammenarbeit und -lernen unter den Lehrenden unterschiedlicher Profile. Die Lernplattform ermöglichte die Übersicht über die erstellten Aufgaben jedes einzelnen Teilnehmers und die Veröffentlichung bzw. das Archivieren von Seminarmaterialien. Die Lehrenden erwarben ihre digitale Kompetenz direkt durch ihre Aktivitäten in der Lernplattform oder unmittelbar durch die Fortbildungsinhalte.

Der Gebrauch von Moodle ist heute bei der Lehrerfortbildung am Schulamt der Republik Slowenien geläufige Praxis. Moodle wird beim BL in den Studiengruppen für Grund- und Mittelschullehrende, bei der Ausführung der Projektarbeit, Zusammenarbeit der E-Entwicklungsgruppen und Fachgruppen und bei der Entwicklung der Didaktik des Moodle-Gebrauchs für jedes einzelne Schulfach oder Fachgebiet eingesetzt.

Das Ziel der Lehrerfortbildung mit und für den Gebrauch von der Moodle Lernplattform ist hauptsächlich, dass Lehrer diese Lernplattform besser kennenlernen, um sie später für die Bedürfnisse ihres Unterrichtsprozesses sinnvoll einsetzen zu können. Außerdem kann der Einsatz von Moodle die kollaborative Arbeit zwischen Lehren und Schüler in Form von Fernunterricht intensivieren. Studien weisen darauf hin, dass Lehrer und Erzieher bei ihrer Arbeit nur unzureichend Lernplattformen nutzen (Gerlič,

2011, Kreuh in Brečko 2011). Die Ausbildung im Gebrauch von IKT trägt langfristig zu einem größeren Einsatz der Computerausstattung an den Schulen. An meisten Schulen ist nämlich eine ungenügende Nutzung der IKT Ausstattung festzustellen (Brečko/Vehovar 2008, 52), zwischen 7% in den ersten Klassen und bis zu 37% in den neunten Klassen (Gerlič 2011, Bild 38)

Die BL Methode auf der Lernplattform Moodle ist im Rahmen des slowenischen Landesprojektes *E-šolstvo* (E-Schulwesen), welches Ziel die Einführung von IKT ins Schul- und Ausbildungswesen ist, schon lange eine Standardform und Standardprogramm. Alle Seminare verlaufen in kombinierter Form, das Seminar *Sodelovanje v spletnem učnem okolju* (Kollaborative Arbeit im Web-Lernumfeld) ist das obligatorische Einstiegsseminar für alle Fachkräfte im Schulwesen, die den Standard E- kompetenter Lehrer, Schulleiter oder Computerfachmann erreichen möchten (Kreuh, 2012, S. 14). Das Ziel dieses Seminars ist die Förderung und Entwicklung der Kompetenz eines aktiven Einsatzes auf Lernplattformen und weiterführenden Seminaren im Rahmen des nationalen Projektes E-šolstvo.

2.2. BL bei der experimentellen Einführung der zweiten Fremdsprache in die Grundschule

Seit dem Schuljahr 2008/2009 verläuft in Slowenien die schrittweisige Einführung der zweiten Fremdsprache an der Grundschule ab Klasse 7 bis 9 mit zwei Zusatzunterrichtsstunden pro Woche. Die Implementierung wird vom slowenischen Schulamt betreut. Bei der Erstellung des Konzeptes der fachmännlichen Betreuung dienten als Vorlage die Erfahrungen des Schulamtes mit der Einführung verschiedener Novellen im Schulwesen (z. B. die curriculare Einführung der neunjährigen Grundschule in den 90ern Jahren, Ausbildung der Lehrer Multiplikatoren von 2003 bis 2005, das BL-Fortbildung bei der Berufsschulreform). Es zeigte sich bald, dass kontinuierliche Gruppenfortbildungen mit mindestens zweijähriger Dauer, gemeinsamen Ziel und Inhalt in Bezug auf konkrete oder verwandte Lernfächer den grössten Einfluss auf den Unterricht haben. Darauf deuten auch die Ergebnisse der TALIS Studie, bei der slowenische Lehrer die eigenständige oder Gruppenstudie als die wirksamste Fortbildungsweise für ihre Arbeit im Unterricht hervorheben (Sardoč und Mitarbeiter, 2009: 93).

Die Fortbildung der Grundschullehrer verlief in Kombination von Präsenz- und Onlinelernen. Für das Onlinelernen wurde die Moodle Lernplattform angewendet. Als technische Unterstützung bei der Projektarbeit wurde so die Lernplattform mit dem Namen *Obvezni tuji jezik v OŠ* (Die zweite Fremdsprache als Pflichtfach an der Grundschule) kreiert (Abbildung 1). Auf der Lernplattform haben im Anfangsjahr 94 Grundschullehrer und Schulleiter der ersten Auswahlrunde (in Fortsetzung Zyklus 1, 2 und 3) mitgewirkt. Auf dieser Lernplattform verlief der gegenseitige Austausch von Meinungen und Informationen und Online-Fortbildung der Lehrer. Weiterhin wurde darauf die Projektdokumentation veröffentlicht, wie auch Unterrichtsmaterialien, welche im Verlauf des Projektes entstanden sind.

Abbildung 1: Lernplattform Die zweite Fremdsprache als Pflichtfach auf dem Portal <http://skupnost.sio.si> (8.4.2012)

Da es unser Wunsch war, dass die mitwirkenden Lehrer bei ihrer Arbeit wie auch die Mentor-Lehrer in ihrer Ausführung der Lehrerfortbildung die Lernplattform, deren Funktionen und Materialien nutzen, wurde im Schuljahr 2008/2009 die kombinierte Lehrerfortbildung (BL) mit dem Titel Unterrichtsplanung des Fremdsprachenunterrichts mit IKT. Das Ziel dieses Programmes war, die Lehrer für das Onlinelernen auf der Moodle Lernplattform auszubilden, wo sie gegenseitig Informationen zu Inhalt, Weise und Form des Einsatzes von IKT im Unterricht austauschen können, wie auch Unterrichtsstunden der zweiten Fremdsprache mit IKT Unterstützung planen, ausführen und bewerten.

Das 24-stündige Programm dieser Fortbildung verlief drei Monate, ab Oktober bis Januar, und zwar in drei Phasen, Phase eins und drei in der Form des Onlinelernens und Phase zwei in der Form des Präsenzlernens. Der Inhalt dieser Fortbildung wie auch die Zahl der mitwirkenden Teilnehmer wird durch die folgende Tabelle 1 dargestellt.

Phase	Zeitraum	Inhalt	mitwirkende ne Teilnehmer
Phase 1 Online (2 Stunden)	vom 14. 10. bis 23. 10. 2008	1. Aufgabe: Profil Erneuerung 2. Aufgabe: Aktives Mitwirken im Forum Auswirkungen der Integration von IKT auf den Unterricht	41
Phase 2 Präsenzlernen (6 Stunden)	vom 24. 10. 2008 bzw. 3. 11. 2008	Vorstellung Best-Praxis Beispiele, Ausführung bestimmter Schüleraktivitäten auf der Lernplattform, Unterrichtsplanung einer Lerneinheit mit IKT	32
Phase 3 Online (16 Stunden)	vom 24. 10. 2008 bis 19. 1. 2009	3. Aufgabe: Eine Lerneinheit aufarbeiten und abgeben 4. Aufgabe: Ausführung der geplanten Lerneinheit 5. Aufgabe: Aktives Mitwirken im Forum: : Reflexion zum ausgeführten Unterricht 6. Aufgabe: Aktives Mitwirken im Forum: Unterrichtsverlauf mit IKT	49 abgegebene Unterrichtsvo r-schläge zu einer Lerneinheit 36

			Reflexionen
--	--	--	-------------

Tabelle 1: Fortbildungsprogramm *Unterrichtsplanung mit Integration von IKT bei Fremdsprachen für Grundschullehrer der zweiten Fremdsprache*

3. STUDIE ÜBER DIE INTEGRATION VON IKT BEI GRUNDSCHULLEHRERN DER ZWEITEN FREMDSPRACHE

Der Gebrauch von IKT bei den Lehrern wurde anhand von rationaler Evaluation der vorgestellten Lehrerfortbildung analysiert, wie auch mit Lehrerbefragung und Analysen der Berichte über das Wirken des Mentorennetzwerkes. Die Studie ist Teil der Betreuung der experimentellen Einführung der zweiten Fremdsprache an der Grundschule (Kač, 2011).

Die Basispopulation der Studie beträgt 1782 Schüler und 61 Lehrer der zweiten Fremdsprache aus 47 Grundschulen, an denen im Schuljahr 2008/2009 mit dem Unterricht der zweiten Fremdsprache als Pflichtfach in der Klasse 7 begonnen wurde. Die Betreuung wurde 2008/2009 in Klasse 7, 2009/2010 in Klasse 8 und 2010/2011 in Klasse 9 durchgeführt. Die Stichprobe der Untersuchung zur Integration des IKT Gebrauches bei Lehrern der zweiten Fremdsprache umfasste die gesamte mitwirkende Lehrerpopulation im Versuch.

Für die Untersuchung wurde die Methode Evaluation der Fortbildung, Befragung und Analyse der Berichte über die Lehrerfortbildung verwendet. Die Untersuchungsmethoden, Zeitraum der erfassten Angaben, Größe der Stichprobe und Reaktionswert der Untersuchung werden in der folgenden Tabelle 2 dargestellt:

Untersuchungsmethode	Zeitraum der erfassten Angaben	Größe der Stichprobe	Reaktionswert	Reaktionswert in Prozentanteil
Evaluation der Lehrerfortbildung	Januar 2009	61 Lehrer aus 47 Schulen	49 Lehrer	80,3 %
schriftliche Lehrerbefragung	Juni 2011	61 Lehrer aus 47 Schulen	43 beantwortete Fragebögen aus 32 Schulen	70,5 %
	Juni 2010	61 Lehrer aus 47 Schulen	46 beantwortete Fragebögen aus 37 Schulen	75,4 %
	Juni 2009	61 Lehrer aus 47 Schulen	55 beantwortete Fragebögen aus 42 Schulen	90,2 %
Berichterstattungen zur Lehrerfortbildung im Mentorennetzwerk	Juni 2011	6 Mentorennetzwerk Zentren, 31 Mentor Lehrer, 89 Fortbildungsteilnehmer aus 80 Schulen	6 Berichte aus 6 Mentorennetzwerk Zentren	100 %
	Juni 2010	6 Mentorennetzwerk Zentren, 27 Mentor Lehrer, 44 Fortbildungsteilnehmer aus 44 Schulen	6 Berichte aus 6 Mentorennetzwerk Zentren	100 %

Tabelle 2: Untersuchungsmethoden zur Integration von IKT-Gebrauch bei Lehrern – Untersuchungsweise, Zeitraum der erfassten Angaben, Größe der Stichprobe und Reaktionswert

3.1 Evaluation der Lehrerfortbildung

Die Bewertung der Lehrerfortbildung zeigte, dass sich die mitwirkenden Lehrer bei der kollaborativen Arbeit auf der Lernplattform besser kennen lernten, einige Aktivitäten auf der Lernplattform (Veröffentlichungen im Forum oder Veröffentlichungen von Dateien im Forum) erlernten, Erfahrungen austauschten, Informationen und Unterrichtsideen mit IKT vermittelten; es wurden Unterrichtsplanungen vorgenommen und verbreitet und letztendlich Unterrichtsstunden ausgeführt und bewertet. Aus dieser Untersuchung resultierten 49 Unterrichtsplanungen zu Lerneinheiten im Deutsch-, Englisch- und Italienischunterricht als zweite Fremdsprache in Klasse 7, eine umfangreiche Sammlung von Internetadressen zum Thema Fremdsprachenunterricht wie auch 36 schriftliche Reflexionen über ausgeführte Unterrichtsstunden. Gesamte Materialien und schriftliche Notizen stehen allen mitwirkenden Lehrern auf der Lernplattform zur Verfügung.

Die befragten Lehrer berichteten in ihren Reflexionen zu den ausgeführten Unterrichtseinheiten von einer positiven Einstellung zum Gebrauch von IKT im Unterricht nicht nur ihrerseits, sondern auch von Seite ihrer Schülern, welche ihre Begeisterung von dem »Anderssein« der Unterrichtsstunden mit IKT, deren Vielfältigkeit und Unvorhersehbarkeit, Möglichkeit der Verbindung von Text, Ton und Video, von eigenverantwortlichem Lernen im individuellen Lerntempo wie auch der sofortigen Rückmeldung über individuelle Lernfortschritte und möglichen eigenständiger Forschungsarbeit und Lernens deutlich ausdrückten.

Als Vorteil solcher Unterrichtsstunden sahen die Lehrer auch den unmittelbaren Kontakt mit der Fremdsprache und Kultur, den authentische Inhalte der Internetseiten ermöglichten. Schüler erweiterten ihre Sprachkompetenz in der Fremdsprache im Gebrauch von Internet in sinnvollen Kontexten wie z.B. Erstellen einer Glückwunschsliste zu Neujahr, Erstellen von Comics, Suche nach Informationen zu einem bestimmten Land oder Person, Bezeichnen von Weblandkarten, Suchen nach unbekanntem Wörtern und deren Aussprache in Online-Wörterbüchern usw. Den Lehrern ist natürlich bewusst, dass der enorme und unübersichtliche Umfang verschiedener Materialien, Dienstleistungen und Applikationen im Web eine gut entwickelte digitale Kompetenz fordert.

Die durchgeführte Lehrerfortbildung war gleichzeitig eine gute Erfahrung und Ausgangspunkt für Fortbildungen in dem Mentorennetzwerk für die zweite Fremdsprache, welche ihre Arbeit im Schuljahr 2009/ 2012 begann, als im Projekt weitere 44 Schulen, später noch 36 Schulen hinzukamen.

3.2. Lehrerbefragung

Die Lehrerbefragung wurde dreimal durchgeführt, und zwar in den Jahren 2009, 2010 und 2011. Die gesamte Population der mitwirkenden Lehrer im Versuch wurde dabei befragt: 61 Lehrer der zweiten Fremdsprache in Klasse 7, 8 und 9. Der Reaktionswert betrug 90,2 Prozentpunkte im ersten Jahr, 75,4% im zweiten und 70,5% im dritten Jahr des Versuches. Verwendet wurde dabei ein Fragebogen für die Lehrer, der speziell für die Betreuung des Versuches zusammengestellt wurde. Der gleiche Fragebogen wurde in den gesamten drei Jahren der Betreuung verwendet. Aufgrund der Untersuchungsaspekte über den Gebrauch von IKT bei den Lehrern wurden die Angaben zu den räumlichen und materiellen Bedingungen für den Unterricht, der Gebrauch von Unterrichtsmaterialien und Hilfsmitteln, die Anwendung von modernen Unterrichtsstrategien, Methoden und Formen im Fremdsprachenunterricht analysiert.

Die Antworten der Lehrer zu den materiellen und räumlichen Bedürfnissen für ihren Unterricht wiesen darauf hin, dass Unterrichtsräume geeignet ausgestattet sind, für den Unterricht eine geeignete IKT Ausstattung gegeben ist und dass Lehrer keinerlei Schwierigkeiten mit der Vorbereitung von Unterrichtsmaterialien haben (Tabelle 3)

Bedingungen für den Unterricht der zweiten Fremdsprache			Der Unterricht der zweiten Fremdsprache verläuft in geeigneten, gut ausgestatteten Klassenräumen			Für den Unterricht der zweiten Fremdsprache ist eine geeignete IKT Ausstattung vorhanden			Ich habe Schwierigkeiten mit der Vorbereitung von Unterrichtsmaterialien für die Schüler		
2009											
Anzahl der Antworten	Durchschnittliche Bewertung	SD	53	3,45	1,19	53	3,51	1,03	54	2,02	0,96
2010											
Anzahl der Antworten	Durchschnittliche Bewertung	SD	45	3,98	0,99	46	4,09	0,84	46	1,85	0,87
2011											
Anzahl der Antworten	Durchschnittliche Bewertung	SD	43	4,07	0,86	42	4,17	0,76	43	1,84	0,72

Tabelle 3: Meinungen der Lehrer zu den Bedingungen für den Unterricht der zweiten Fremdsprache in den Jahren 2009, 2010 und 2011

Tabelle 3 zeigt an, zu welchem Grad die Lehrer mit den Aussagen zu den Bedingungen für die Ausführung des Unterrichts der zweiten Fremdsprache zustimmen. Durchschnittswerte wurden mit einer fünfstufigen Skala ausgerechnet, auf welcher der Wert 1 bedeutet, dass die vorgegebene Aussage überhaupt nicht zutrifft und der Wert 5, dass die Aussage vollkommen zutrifft. Die Bewertungen der Aussagen im Jahr 2011 sind im Vergleich zu den früheren zwei Jahren etwas höher, was darauf hinweist, dass sich die Bedingungen für den Unterricht der zweiten Fremdsprache nach Meinung der befragten Lehrer in den drei Jahren verbessert haben bzw. dass die Lehrer über besser vorbereitete Unterrichtsmaterialien und besser ausgestatteten Klassenräume für ihren Unterricht verfügen.

Auf die Integration von IKT in den Unterricht der zweiten Fremdsprache deuten auch folgende Antworten auf die Frage, welche Unterrichtsformen und Aktivitäten bei dem Unterricht verwendet werden. Tabelle 4 zeigt die Antworten zu den verwendeten Unterrichtsmethoden und Formen.

Unterrichtsform und Methode		Klasse 7 (2008/09) (n)	Klasse 8 (2009/10) (n)	Klasse 9 (2010/11) (n)	X ² (sig.)
Partnerarbeit	ja	100,0% (55)	95,7% (44)	100,0% (43)	4,321 (0,115)
	nein	0,0% (0)	4,3% (2)	0,0% (0)	
	gesamt	100,0% (55)	100,0% (46)	100,0% (43)	
Gruppenarbeit	ja	98,2% (54)	93,5% (43)	97,7% (42)	1,894 (0,388)
	nein	1,8% (1)	6,5% (3)	2,3% (1)	
	gesamt	100,0% (55)	100,0% (46)	100,0% (43)	
Projektarbeit	ja	74,1% (40)	82,6% (38)	76,7% (33)	1,069 (0,586)
	nein	25,9% (14)	17,4% (8)	23,3% (10)	
	gesamt	100,0% (54)	100,0% (46)	100,0% (43)	
Rollenspiele und	ja	100,0% (55)	95,7% (44)	100,0% (42)	4,277 (0,118)

didaktische Spiele	nein	0,0% (0)	4,3% (2)	0,0% (0)	
	gesamt	100,0% (55)	100,0% (46)	100,0% (42)	
Fächerübergreifendes Lernen	ja	81,5% (44)	84,8% (39)	86,0% (37)	0,407 (0,816)
	nein	18,5% (10)	15,2% (7)	14,0% (6)	
	gesamt	100,0% (54)	100,0% (46)	100,0% (43)	
Zusammenarbeit an einem internationalen Projekt	ja	31,5% (17)	17,4% (8)	29,3% (12)	2,822 (0,244)
	nein	68,5% (37)	82,6% (38)	70,7% (29)	
	gesamt	100,0% (54)	100,0% (46)	100,0% (41)	
Binnendifferenzierung	ja	96,4% (53)	91,1% (41)	100,0% (43)	4,392 (0,111)
	nein	3,6% (2)	8,9% (4)	0,0% (0)	
	gesamt	100,0% (55)	100,0% (45)	100,0% (43)	
Integration von IKT	ja	100,0% (55)	95,7% (44)	100,0% (43)	4,321 (0,115)
	nein	0,0% (0)	4,3% (2)	0,0% (0)	
	gesamt	100,0% (55)	100,0% (46)	100,0% (43)	
Bewertung verschiedener Schülerarbeiten (Plakate,...)	ja	85,5% (47)	86,7% (39)	97,7% (42)	4,404 (0,111)
	nein	14,5% (8)	13,3% (6)	2,3% (1)	
	gesamt	100,0% (55)	100,0% (45)	100,0% (43)	

Tabelle 4: Antworten der Lehrer zu den verwendeten Unterrichtsformen und Methoden beim Unterricht der zweiten Fremdsprache 2009, 2010 und 2011

Die Mehrheit der befragten Lehrer antwortete bejahend auf die Frage, welche Unterrichtsformen und Methoden beim Unterricht verwendet werden, dass sie von IKT genauso oft und viel Gebrauch nehmen wie von anderen sozialen Unterrichtsformen wie z.B. Partnerarbeit, Gruppenarbeit, Rollenspiele, Binnendifferenzierung und Bewertung der Schülerarbeiten. Weniger Lehrer führten Projektarbeit (74 bis 82%) und fächerübergreifendes Lernen aus (81% bis 86%). Die Minderheit der befragten Lehrer gab an, dass sie in internationalen Projekten mitwirken (17% bis 31%). Bei der Intensität verschiedener Unterrichtsformen und Methoden bzw. Aktivitäten im Unterricht der zweiten Fremdsprache kommt es in Hinsicht auf das Ausführungsjahr zu keinen größeren Veränderungen. Zwar sind einige geringere Abweichungen bemerkbar, jene sind jedoch nicht statistisch bedeutend.

Aufgrund der Angaben in Tabelle 4 ist festzustellen, dass der Gebrauch von IKT bei den befragten Lehrern zur alltäglichen Praxis geworden ist. Diese Feststellung ist deshalb im Vergleich mit der Praxis des Gebrauches von IKT im Durchschnitt bei Fremdsprachenlehrern in Klasse 7 (7,8%), in Klasse 8 (32,9%) und Klasse 9 (53,5%) noch ermutigender.

3.3 Evaluation des Mentoren-Netzwerkes

In dem Mentorenlehrer-Netzwerk der zweiten Fremdsprache als Pflichtfach wurde in sechs Mentorenzentren von 27 Mentor-Lehrern im Schuljahr 2009/2010 und 31 im Schuljahr 2010/2011 gesamt 384 Unterrichtsstunden in der Fortbildung für gesamt 124 Lehrer des ersten und zweiten Zyklus von 27 Mentor Lehrern ausgeführt. Folglich haben Lehrer aus Schulen des zweiten und dritten Zyklus in einem Jahr an 32 Fortbildungsstunden in kombinierter Form teilgenommen. Die Themen dieser Fortbildungen in dem Mentorennetzwerk waren: Unterrichtsplanung der zweiten Fremdsprache, Leistungsmessung, Binnendifferenzierung, Deutsch nach Englisch, didaktische Spiele, Mehrsprachigkeit und Prozesse des Sprachenlernens, Lernplattformen, das Web 2.0 im Fremdsprachenunterricht, Einsatz des Smart board, Erstellung von E-Materialien im Fremdsprachenunterricht, Förderung und Anpassung des Fremdsprachenunterrichts für Schüler mit besonderen Bedürfnissen wie auch Begabtenförderung.

Die Lehrerfortbildung verlief im Mentorennetzwerk als Blended Learning. Dabei gab es drei oder vier Ausführungen pro Jahr in der Form des Präsenzlernens, die restlichen verliefen online. Die erste Lernplattform entstand im Juli 2009 und trägt den Namen *Drugi krog tuji jezik* (Zweiter Zyklus Die zweite Fremdsprache). (Abbildung 2)

The screenshot shows the website 'slovensko izobraževalno omrežje' (SIO). The navigation bar includes links for 'IZOBRAŽEVANJE', 'PODPORA', 'GRADIVA', 'SPLETNE SKUPNOSTI', 'DOGODKI', 'NOVICE', 'PROJEKTI', and 'ZAKO'. The main content area displays a forum post titled 'Dobrodošli v spletni učilnici za uvajanje obveznega drugega tujega jezika - drugi krog 2009/2010!'. The post text reads: 'Spletna učilnica nam bo s podporo mentorskih učiteljev služila za medsebojno komuniciranje, usposabljanje na daljavo in objavo gradiv. mag. Lijana Kač, vodja projekta'. To the right of the text is a photograph of a virtual classroom setup with several small figures on a table, each with a name tag.

Abbildung 2: Lernplattform Die zweite Fremdsprache - zweiter Zyklus (<http://skupnost.sio.si>, 29.1.2012)

Auf der Lernplattform für die Lehrer des zweiten Zyklus wirkten 94 Lehrer mit. Jedes Mentorenzentrum hatte auf der Plattform ein eigenes Thema, wo Lehrer ihre Dateien und Unterrichtsmaterialien hochladen und Informationen veröffentlichen konnten. Für die Bearbeitung und Verwaltung der Lernplattform wurde 6 Mentor-Lehrern aus den einzelnen Mentorenzentren die Rolle der Online-Tutoren zugeteilt.

Für die Lehrer des dritten Zyklus der Implementierung der zweiten Fremdsprache wurde eine neue Lernplattform mit dem Namen *Tretji krog Drugi tuji jezik* (Dritter Zyklus Die zweite Fremdsprache) im Juli 2011 kreiert. Der Aufbau und Weise des Verlaufs dieser Lernplattform gleichte der Plattform aus dem vorgehenden Jahr. Im Juli 2011 wurde diese Lernplattform neu benannt und zwar *Tretji in četrti krog Drugi tuji jezik* (Dritter und Vierter Zyklus Die zweite Fremdsprache), da sich die Lehrer des vierten Zyklus diesem Mentorennetzwerk anschlossen.

Die Leiter der Mentorenzentren beschrieben in ihren Berichten die Zusammenarbeit mit den Lehrern als planmäßig – Teilnehmer der Fortbildungen waren mit der Ausführungsart, Inhalt und Referenten zufrieden. Ein Vorteil solch einer fachmännischen Betreuung war auch das Mitwirken in geschlossenen Gruppen, die starke Motivation und das Streben nach Erfolg, da die Erwartungen und Skepsis der außenstehenden Beobachter schon groß waren. Außerdem gab es ein gemeinsames Ziel – das Gelingen der Implementierung der zweiten Fremdsprache als Pflichtfach, dabei spielte die schon errungene Erfahrung mit BL-Lehrerfortbildung eine große Rolle, als Vorteil zeigte sich aber die Kontinuität und gewisse Dauer der Lehrerfortbildungen.

4. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Lehrerbefragung, Berichte der Mentor-Lehrer über die Lehrerfortbildung wie auch die Berichte über die Ausführungen der Fortbildung in den einzelnen Mentorenzentren deuten darauf hin, dass das BL bei der Fortbildung und die Übertragung dieser Form auf das Mentorennetzwerk wie auch die vorgesehene Integration von IKT in den Unterricht entscheidend waren auf dem Weg zu einer erfolgreichen Implementierung der zweiten Fremdsprache an der Grundschule.

Das Mentorennetzwerk bestätigte sich als eine geeignete Lösung für jene Lehrer, die sich später dem Projekt anschlossen, auch wegen der regionalen Verteilung und Form, wie auch der kollegialen Fortbildung und Leitung des Projektes, des sogenannten aufgeteilten Leitung. Dabei wurden alle vier Bedingungen für diese Art von Leitung ausgefüllt: die Gestaltung einer Gruppenidentität, im Mittelpunkt stand das Lernen, jeder einzelner Beitrag war wichtig und hat seinen Beitrag zu einem Ganzen gegeben und dabei konnte ein starkes gegenseitiges Vertrauen aufgebaut werden (Sentočnik, 2011: 7). Es ist verständlich, dass Lehrer stark motiviert ihre Fortbildungen für Kollegen ausführten.

Mit der kombinierten Form der Lehrerfortbildung eroberten die Lehrer eigene Medienkompetenz zu einem zeitlich und räumlich unabhängigen Lernen, moderne und innovative kollaboratives Lernen wurde in die Praxis umgesetzt, was letztendlich die Kosten der Fortbildung senkten. Das alles steht im Einklang mit den Richtlinien der Europäischen Kommission, welche in der Digitalen Agenda (2010) die Bedeutung des E-Lernens bei der nationalen Strategie für die Modernisierung der Ausbildung und Weiterbildung der Lehrer für eine professionelle Entwicklung stark betont.

Es kann festgestellt werden, dass mit der ausgeführten Implementierung der Neuheit anhand der BL Methode der Strategie i2010 im größten Teil gerecht wird, welche die Unterstützung mit IKT in der Aus- und Weiterbildung der Lehrer als eine Notwendigkeit angesehen wird (Eurydice, 2011: 7). Lehrer wurden mit speziellen Seminaren zum Thema geplanter Gebrauch von IKT im Fremdsprachenunterricht zu der Verwendung von IKT ausgebildet und gleichzeitig konnte dabei die Kompetenz des Lernens auf der Moodle Plattform entwickelt werden, wie auch die Erstellung und Vorstellung von Unterrichtsmaterialien und kollaboratives Online-Arbeiten. Diese Art von Implementierung von Neuheiten und Lehrerfortbildung ist jedoch möglich nur auf der Basis einer vorhergehenden Entwicklungsarbeit mit Lehrern auf dem Gebiet der digitalen Kompetenz, welche seit 2004 ununterbrochen und geplant von dem slowenischen Schulamt mit engagierten Lehrern durchgeführt wird.

Literatur

1. Brečko Barbara Neža, Vehovar Vasja: Informacijsko-komunikacijska tehnologija pri poučevanju in učenju v slovenskih šolah, Pedagoški inštitut, Ljubljana, 2008.
2. Digital Agenda for Europe, Communication from the Commission to the European parliament, the Council, the European economic and social committee and the Committee of the regions, Brussels, 26.8.2011, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:EN:PDE>, 08. 01. 2012.
3. Learnovation Consortium: ICT, Lifelong Learning and Innovation in e-Training of Teachers and Trainers, 2008, <http://www.elearningeuropa.info/files/lo/teachertraining.pdf>, 01. 04. 2012.
4. Europäische Kommission: Mitteilung der Kommission an das europäische Parlament, den Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Neue Kompetenzen für neue Beschäftigungen. Arbeitsmarkt- und Qualifikationserfordernisse antizipieren und miteinander in Einklang bringen, 2008a.
5. Europäische Kommission: Arbeitsdokument der Kommissionsdienststellen, begleitend zur Mitteilung an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Bessere Kompetenzen für das 21. Jahrhundert: eine Agenda für die europäische Zusammenarbeit im Schulwesen, 2008b.
6. Europäische Kommission: Commission Staff Working Document – The use of ICT to support innovation and lifelong learning for all – A report on progress, 2008c.
7. Europäische Kommission: Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Ein europäisches Konzept für die Medienkompetenz im digitalen Umfeld, 2007.

8. Europäische Kommission: Mitteilung der Kommission: eLearning – Gedanken zur Bildung von Morgen, 2000.
9. Gerlič Ivan: Stanje in trendi uporabe IKT v slovenskih osnovnih šolah, 2011a, <http://raziskavacrp.uni-mb.si/rezultati-os/>, 08. 04. 2012.
10. Gerlič Ivan: Stanje in trendi uporabe IKT v slovenskih srednjih šolah, 2011b, <http://raziskavacrp.uni-mb.si/rezultati-ss/>, 08. 04. 2012.
11. Kač Liljana: Končno poročilo o spremljavi poskusa »Postopno uvajanje obveznega drugega tujega jezika v osnovni šoli« za šolska leta 2008/2009, 2009/2010 in 2010/2011, Zavod RS za šolstvo, Ljubljana, 2011, <http://www.zrss.si/default.asp?rub=3331>, 27. 11. 2011.
12. Kač Liljana, Kreuh Nives: „Model uvajanja ključne kvalifikacije sporazumevanje v tujem jeziku v poklicnem in strokovnem izobraževanju“, Vzgoja&izobraževanje, 40 (2), 2009, 45-51.
13. Kreuh Nives (Hg.), Pot do e-kompetentnosti. Bilten E-šolstva, Ministrstvo za izobraževanje, znanost, kulturo in šport in Evropski socialni sklad, Ljubljana, 2012, <http://www.sio.si/fileadmin/dokumenti/bilteni/E-solstvo BILTEN 2012 final web.pdf>, 08. 04. 2012.
14. Kreuh Nives, Barbara Neža Brečko: Izhodišča standarda e-kompetentni učitelj, ravnatelj in računalnikar, Zavod RS za šolstvo, Tehniški šolski center, ZAMS, Miška, Kopo, Pia, Inštitut Logik, Ljubljana et al, 2011, http://www.sio.si/sio/promocijska_gradiva/izhodisca_standardi.html, 08. 01. 2012.
15. Mohorčič Gregor: „Spletne učilnice na pohodu“, Vzgoja&izobraževanje, 39 (5), 2008, 15-19.
16. Sardoč Mitja, Klepac Luka, Rožman Mojca, Vršnik Perše Tina, Brečko Barbara: Mednarodna raziskava poučevanja in učenja TALIS: nacionalno poročilo, Pedagoški inštitut, Ljubljana, 2009, http://www.pei.si/UserFilesUpload/file/raziskovalna_dejavnost/TALIS/TALIS2008/TALIS2008porocilo.pdf, 04. 04. 2012.
17. Schlüsselkompetenzen für lebenslanges Lernen. Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Rates zu Schlüsselkompetenzen für lebenslanges Lernen, Amtsblatt der EU L394 vom 18.12.2006, http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/key_data_series/129DE.pdf, 07. 04. 2012.
18. Schröder, Rudolf, Dirk Wankelmann: Theoretische Fundierung einer e-Learning-Didaktik und der Qualifizierung von e-Tutoren im Rahmen des Leonardo-Projekts e-Tutor; Entwicklung einer europäischen e-Learning-Didaktik, Universität Paderborn, 2002, <http://content.tibs.at/e-moderation/sonstiges/etutor.pdf>, 27. 01. 2012.
19. Sentočnik Sonja: „Izzivi vodenja šol 21. stoletja“, Vzgoja&izobraževanje, 42 (5), 2011, 2-7.
20. Strasser Thomas: Die Moodle-Cyberschool im Fremdsprachenunterricht - Blended Learning als didaktisch-innovativer Ansatz im Italienischunterricht oder pädagogische Eintagsfliege? Dissertation, Universität Wien, 2010, http://othes.univie.ac.at/12738/1/2010-12-02_9901723.pdf, 08. 01. 2012.

Verzeichnis der Abkürzungen

BL = Blended Learning

EU = Europäische Union

IKT = Informations- und Kommunikationstechnologie

IC- TECHNOLOGY IN THE CONTEXT OF MODERN CRIMINAL POLICY (PENALTY, SURVEILLANCE AND 'NOVUS ORDO SECLORUM')

INFORMACIJSKO-KOMUNIKACIJSKA (IC) TEHNOLOGIJA U KONTEKSTU MODERNE POLITIKE SUZBIJANJA KRIMINALA (KAZNA, NADZOR I 'NOVUS ORDO SECLORUM')

Leo Cvitanović, Igor Bojanić, Dražen Dragičević

Faculty of Law, University of Zagreb, Zagreb, Croatia

Pravni fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska

Abstract

The century that has begun denotes the birth of a new world regime at the same time. That „novus ordo seclorum“ or „novus ordo mundi“ is characterized with the amazing step forward in information and communication sense, having serious consequences on all spheres of human actions. Insofar the modern criminal law, gradually but constantly, experiences transformation from the classic repressive instrument of discipline towards the new (preventive) concept of unobtrusive but omnipresent global surveillance resulting in gradual replacement of classic state power with global corporative power in the future. In other words, discipline ends to be the matter of criminal law (exclusively), just as the punishment will lose the status of the main criminal sanction one day. Such transformation will promote different and new policy of repression of criminal acts, which will be based on the surveillance and information as its substrates, with certain risks for the protection of affirmed fundamental freedoms and human rights.

Keywords

IC technology, criminal policy, penalty, surveillance, new world order

Sažetak

Stoljeće koje je započelo označava ujedno i rađanje novog svjetskog poretka. Taj „novus ordo seclorum“ ili „novus ordo mundi“ karakteriziran je fantastičnim informacijskim-komunikacijskim iskorakom sa ozbiljnim konsekvencama na svim područjima ljudskog djelovanja. Utoliko i moderno kazneno pravo, postupno ali kontinuirano doživljava transformaciju od klasičnog represivnog instrumenta discipliniranja ka novom (preventivnom) konceptu nenametljivog no sveprisutnog, globalnog nadzora, pri čemu će u budućnosti klasičnu državnu moć postupno ali zasigurno zamijeniti globalna korporativna moć. Drugim riječima, discipliniranje prestaje biti (ekskluzivno) stvar kaznenoga prava, kao što će i sama kazna, jednoga dana, izgubiti primat glavne kaznenopravne sankcije. Takva transformacija promovirati će novu, drugačiju politiku suzbijanja kažnjivih ponašanja, temeljena na nadzoru i informaciji kao njegovu supstratu, dakako ne bez izvjesnih rizika kad se radi o zaštiti afirmiranih temeljnih sloboda i prava čovjeka.

Ključne riječi

IC- tehnologija, politika suzbijanja kriminala, kazna, nadzor, novi svjetski poredak

1. Tehnologijsko-informacijska moć i njezin utjecaj na transformaciju suvremenog društva i njegovog kaznenog prava: između 'slobode za zlo' i 'neslobode za dobro'

„*Magnus ab integro saeculorum nascitur ordo*“, proročanski je zapisao Vergilije u svojoj čuvenoj „*Eclogi*“⁵⁵ - Doista, svjedoci smo rađanja jednog novog svijeta čiju će simboliku, između ostalih, nesumnjivo označavati otvaranje metafizičkog 'oka svevidećeg', tog drevnog simbola božanske sveprisutnosti.⁵⁶ Taj će se simbolizam, međutim, u ovozemaljskoj sferi moći poistovjetiti sa tehnologijsko-informacijskim 'okom globalnog nadzora' - *annuit coeptis* – tog blagoslovljenog poduhvata modernoga doba. Spomenuti tehnologijsko-informacijski iskorak na prijelazu stoljeća na osebujan je način opetovano pridonio kriminalnopolitičkom optimizmu tako tipičnom za svaki *fin de siècle*.⁵⁷ Optimizam kaznenopravnih teoretičara, međutim, nikada nisu dijelili humanisti napose filozofi. I dok je 'mondovski' svijet Aldousa Huxleya sve donedavno bio dovoljno epifenomenalan i nestvaran da bi bio zastrašujuć, svijet nagoviješten u njihovim ogledima dovoljno je pojava i stvaran da svaki iole ozbiljniji *Gedankenexperiment* (einsteinovski: 'pokus razmišljanja') rezultira opravdanom zabrinutošću.

Rojcovo⁵⁸ 'pravo državne zaštite' u budućnosti će podrazumijevati hijerarhizirano (vertikalno ali i horizontalno diferencirano), kontinuirano i strogo funkcionalno nadgledanje kao sukus buduće kriminalne politike i odgovarajućeg joj kaznenog prava. Spomenuta transformacija odnosno trend u kriminalnoj politici temelji se na općenitoj premisi elaboriranoj i verificiranoj znanstvenim istraživanjima, da se ljudi – kako doslovno stoji u jednom izvješću - „ponašaju poštenije kada ih netko promatra“ (i sluša dakako).⁵⁹ No to je samo najjednostavnija ili jedna od najjednostavnijih formi suvremeno shvaćenog pojma nadzora. Postoje, naime, njegovi različiti kompleksni i manje eksplicitni oblici koji nadilaze funkciju 'preventivnog upliva' i tzv. 'normalizacijske sankcije': radi se o aktivnim tehnikama 'nadgledanja' koje transcendiraju uobičajenu (državno-represivnu) 'fiziku moći', dakle 'djelovanjima na tijelo' (kako bi se izrazio Foucault⁶⁰) koja se ne odvijaju prema standardnim zakonima optike i mehanike (fizike). Moć takvog nadzora manje je ili uopće nije 'tjelesna' odnosno 'fizikalna'. Na koncu, sam vrh te piramide predstavljaju virtualne tehnologije i tehnike tzv. subliminalnog⁶¹ nadzora i inkulacije⁶². U tom kontekstu, najbolji rezultati ostvaruju se onda kad objekt nije svjestan da je nadziran pa stoga niti da je njegovo (autonomno) ponašanje kondicionirano, tj. uvjetovano (ili upravljeno) (posredovanjem video, audio, te odgovarajuće druge psihološke ili pretežito medicinske tehnike). Prevencija zahtijeva primarno upravljačku, tek potom kažnjavateljsku funkciju. To onda omogućuje novi 'kopernikanski obrat' – da u prvom planu više ne bude kazna i kažnjavatelj već funkcionalna stega i upravitelj. Retributivni element kazne (osim na pukoj simboličkoj razini) dolazi u drugi plan, kaznenopravna sankcija može postati još humanija i obzirnija, nenametljiva i gotovo nevidljiva. Osim toga, što nipošto nije nevažno, ona postaje i ekonomičnija. Jasno je da tako osmišljen nadzor više nije i ne može biti ekskluzivno kaznenopravna kategorija, a pravna samo toliko koliko zahtjeva formalna regulativa

⁵⁵ *Ultima Cumaei venit iam carminis aetas; magnus ab integro saeculorum nascitur ordo, iam redit et Virgo, redeunt Saturnia regna...* (IV). Vergilijeva Četvrta ekloga smatra se jednim od preostalih transkripata izvornih Sibilinih tekstova, (tj. glasovite "Kumanske pjesme"), najsvetijih proročanskih tekstova Rimske republike odnosno carstva.

⁵⁶ Simbolizam oku pridaje atribut sunca odnosno svjetlosti koja razgrće tamu (u staroegipatskoj tradiciji tako *udjat* ili oko Horusovo), atribut istine i dubokog uvida (u islamskoj tradiciji '*ayn al-jaquin*'), ali i znak vidovitosti. Uz to, u masonskoj predaji oko na prijelaznom ili astralnom planu simbolizira Riječ, Logos, stvaralačko Počelo, a na duhovnom ili božanskom planu Velikog Graditelja svijeta.

⁵⁷ V. npr. Bačić, F.: *La fin de siècle: krivično pravo i njegovo društvo*, *Zakonitost*, 45/1991.(1):32-47 (na str. 32: „Svjedoci smo da se svijet mijenja, da se mijenja sve oko nas. Mijenja se i krivično pravo...“) ili npr. Rojc, M.: *Rapsodične misli o budućnosti kaznenoga prava*, *Mjesečnik*, 19/1895:161,193,241 („Na mjesto sa vidika odstupajućega kaznenoga prava u dalekoj budućnosti podići će se pravo državne zaštite...“!);

⁵⁸ Rojc, ib. (v. bilj. 57) (op. Poznati hrvatski kaznenopravni teoretičar s početka 20. st.)

⁵⁹ Tako npr. u zanimljivom pokusu koji je proveo tim znanstvenika sa Sveučilišta u Newcastleu, ljudi stave oko tri puta veći iznos u kutijice za dobrotvorne priloge pri kupnji pića kada ih promatra par očiju s plakata. Vjeruje se da bi strategija mogla pomoći u borbi protiv antisocijalnog ponašanja. Istražitelji kažu da ljudi podsvjesno daju veće priloge u »kutijicu poštenja« zbog prirodne reakcije mozga na slike lica i očiju. Kažu također da istraživanja pokazuju da se ljudi ponašaju različito kada vjeruju da ih se promatra jer im je stalo do toga što se o njima drugi misle. (*Vjesnik*, 30. lipnja 2006.)

⁶⁰ U svom čuvenom djelu „*Nadzor i kazna: rađanje zatvora*“ (*Surveiller et punir. Naissance de la prison*), *Bibliothèque des histoires*, Éditions Gallimard, Paris, 1975. (prijevod u izd Informatora i Fakulteta političkih znanosti /Biblioteka politička misao/, Zagreb 1994., 322 str.)

⁶¹ Lat. *sub limine*, ispod granice (u ovom slučaju: svjesne percepcije).

⁶² Forsirano usađivanje informacija (engl. *inculcation* – ulijevanje u glavu, utuvljivanje)

njegove primjena prema adresatima. Što je manje 'pravna' (heteronomna) ova tehnika postaje više prirodija (autonomna), tj. adresat ne doživljava ponuđeni model ponašanja nametnutim, već svojim vlastitim slobodnim izborom. I tako se stvara jedan 'novi svijet', s novim oblicima mehanike moći gdje se disciplinska moć (moć discipliniranja) pretvara u jedinstveni 'integrirani' sustav u kojemu „vlast funkcionira poput stroja, nijedno područje ne ostavlja u sjenci i dobrim dijelom funkcionira u potaji“⁶³. Po tom novom konceptu, u prvome je planu (ponovno?) opasnost odnosno njezino suzbijanje⁶⁴, no sada na bitno različit način nego li u tradicionalnom konceptu pozitivizma. Novi kriminalnopolitički sustav koncipiran je tako da odražava prominentan trend globalizacije nadzora temeljenog u prvome redu na globalizaciji sustava vrijednosti. Tehnologijsko-informacijski supstrat sveprisutnog nadzora, uvjet informacijskog društva, zahtijeva nadalje tzv. neurolingvističko programiranje koje je moguće ostvariti kombiniranom državno-korporativističkom intervencijom. Širenje tehnologije ali i same ideje nadzora osigurava se kontinuiranom psihološkom pripremom adresata medijskim oblikovanjem svijesti, napose implementacijom odgovarajućih pravila o vrijednosti i sustavu poželjnog (očekivanog) ponašanja⁶⁵. Drugim riječima, ljude valja uvjeriti da je nadzor u funkciji ostvarivanja njihove slobode, sigurnosti i, napokon, egzistencije same. Pa kako je svojedobno istaknuo 'majstor korporativističke propagande'⁶⁶, „uz dovoljno ponavljanja i uz poznavanje psihologije uključenih osoba, ne bi bilo nemoguće dokazati da je kvadrat zapravo krug. To su samo riječi, a riječi se mogu oblikovati sve dok ne postanu krinka za ideje.“ Preduvjet je da se to čini neinvazivno, sasvim diskretno. Valja objasniti da je prihvatljivo odreći se dijela vlastite slobode, kako biste uživali u punoći njezina sadržaja – načelo pravne države relativizira se konkurencijom načela socijalne države jednostavnom trgovinom – sloboda u zamjenu za sigurnost. Da bi ste to mogli učiniti odnosno kontinuirano činiti morate se cijelo vrijeme obraćati 'sretnim jedinkama' jer, kako je često kazivao prije spomenuti nacistički ideolog, „sretni su ljudi najljući protivnici slobode“. Prema široko rasprostranjenim 'teorijama zavjere' smatra se da se ovaj utilitaristički postulat najjednostavnije pak ostvaruje dosljednim i upornim afirmiranjem primarno ekonomskog, materijalističko-potrošačkog sustava vrijednosti (s nužnim negativnim posljedicama doduše), koji je tradicionalno i konceptijski najpragmatičniji i najfleksibilniji sustav heteronomne kontrole. Globalizam⁶⁷, iako na prvi pogled forma redukcije državne moći, po tome ipak nije drugo do li nova forma kolektivizma tj. korporativizma⁶⁸, s neizbježnim populističkim sadržajima i ponešto izmijenjenim nositeljima moći.⁶⁹ To više nisu tradicionalna tijela državne vlasti, već u širem smislu tijela 'javne vlasti'⁷⁰. Ovim

⁶³ Foucault, 1975, (pr. 1994, str. 182.)

⁶⁴ V. Pawlik, Prof. Dr. Michael: Strafe oder Gefahrenbekämpfung? Die Prinzipien des deutschen Internationalen Strafrechts vor dem Forum der Strafrechtstheorie, Zeitschrift für Internationale Strafrechtsdogmatik, 1/2006.(7): 274-292

⁶⁵ V. Milardović, Anđelko: „Nove su tehnologije utjecale i na promjenu vrijednosti i na rastakanje tradicionalnih oblika zajednica pridonijevši tako produbljanju modernizacijskih procesa. One su omogućile globalizaciju ili integraciju svijeta kao niti jedne prethodne.“ (Vjesnik, od 24. travnja 2008. „Globalizacija ili trijadizacija?“)

⁶⁶ Joseph Goebbels (Deserano, David B.: Jesmo li uistinu slobodni? (2004), Svjetlost – magazin za duhovnost, br. 34 (svibanj/lipanj)

⁶⁷ „U prilog tezi o globalizaciji kao nastavku modernizacije ulaze stavovi A. Giddensa (1990.), U. Becka (1992.), Scholtea (2000.) i Daw H. Curriea (2003.). Tako se teorija globalizacije pojavljuje kao nastavak modernizacijskih teorija. Kod nekih teoretičara doživljava se i kao tip »neomodernizma«. Smještena u kontekst nastavka modernizacije, globalizacija prema Scholteu počiva na racionalizmu, glavničarskom sustavu ili kapitalizmu, tehnološkim inovacijama i regulaciji. Kao sastavnice racionalizma spominju se znanstvena slika svijeta, globalna sekularnost, vjera u znanost. Pod glavničarskim sustavom ili kapitalizmom misli se na informacionalistički kapitalizam, kako je opisao Manuel Castels. A pod tehnološkim inovacijama, inovacije u području računalne tehnologije, telekomunikacija, prometa, dok pod regulacijom misli standardizacija normi u međunarodnoj zajednici, regulacija i deregulacija, ljudska prava... Globalizacija uzrokuje fundamentalne promjene u tradicionalnim shvaćanjima zajednice, društva, države, granica, teritorija, suvereniteta, demokracije kao »supranacionalne demokracije«. Teza o globalizaciji kao nastavku modernizacije oslanja se na zapadni koncept globalizacije, odnosno globalizacije kao vesternizacije. A to znači kako se ona nalazi pod kontrolom Zapada.“ (Milardović, Ib, v. bilj.11)

⁶⁸ Kako je isticao jedan drugi politički zagovornik korporativizma (Mussolini!), idealno ili barem prikladnije ime za korporativizam je fašizam, „jer predstavlja fuziju državne i korporacijske moći“. V. Hillary, Eve, Običajni zakon protiv globalističkih planova, Nexus, br. 2 (kolovoz-rujan 2004.), 17-22

⁶⁹ Utoliko, aktualni sustav moći „priprema čovječanstvu moderno ropstvo putem kontrole hrane, energije, kredita i financija, osobnih sloboda, kako bi se napokon ostvarila davna ideja o novom svjetskom poretku“. (Stella, 167, prosinac/siječanj 2007/08, 40)

⁷⁰ Za ilustraciju dovoljno je pogledati npr. redoviti godišnji „Popis tijela javne vlasti u Republici Hrvatskoj“ za odnosnu godinu, utvrđen sukladno Zakonu o pravu na pristup informacijama (NN 172/03), na kojemu se pored tradicionalnih subjekata državne vlasti nalazi i niz specijaliziranih agencija, zavoda, javnih ustanova, gospodarskih subjekata itd. Svi oni imaju odgovarajuće ovlasti ne samo u sferi nadzora već i sankcioniranja. Radi se o tijelima od kojih dobar dio njih izravno ili neizravno kreira odnosno sudjeluje u ostvarivanju državne politike suzbijanja kažnjivih ponašanja. Objavljuje ga Vlada RH.

okvirnim smjernicama biti će na osebusan način prožeta i cjelokupna politika suzbijanja kažnjivih ponašanja uključivo kazneno pravo kao njezin najrepresivniji segment. Istodobno, međutim, tehnologijsko-informacijska i vrijednosna globalizacija stvorit će uvjete da ubuduće ono to bude u znatno manjoj mjeri nego do sada.

Naravno, ostaje ostvoreno pitanje kako izbjeći da se novi svijet ne pretvori u svijet 'neslobode za slobodu' latentnom afirmacijom heteronomnih etičkih obrazaca (na štetu autonomnih), čemu, više ili manje izravno, teži masovna primjena informacijsko-komunikacijske tehnologije u represivnom segmentu. Drugim riječima, otvara se tradicionalni problem filozofijskog promišljanja kategorije kazne i njezine svrhovitosti – može li 'vrli novi svijet', između ostaloga – i kao svijet koji je riješio problem kriminala - implicirati 'neslobodu za zlo'.

2. Čimbenici informacijsko-komunikacijske (IC) tehnologije nadzora u konceptu kriminalnopolitičkog sustava

Tradicionalni nadzor (engl. tzv. '*traditional performance monitoring*' - TPM⁷¹) općenito, pa tako i u kriminalnopolitičkom odnosno kaznenopravnom segmentu, nije mogao osigurati kvantum koji bi predstavljao novu kvalitativnu formu. On nije mogao biti masovan, nije mogao biti kontinuiran i nije mogao prožimati sve sfere odnosno područja ljudskoga života, dakle, bio je fragmentaran, diskontinuiran i parcijalan. To je bio nadzor nad objektima odnosno nadzor nad subjektima. Novi nadzor (tzv. '*electronic performance monitoring*' – EPM⁷²), međutim, nadzor je nad informacijama, ne više, kako bi to slikovito rekao Foucault 'nad tijelima osuđenika'. Kako je istaknuto, ostvareni su tehnologijsko-informacijski preduvjeti za pomak od represivnih ka izrazito preventivnim kriminalnopolitičkim sadržajima. Ono što je do jučer u tehničkom-ekonomskom smislu bilo nemoguće i preskupo odnosno neprihvatljivo, danas postaje dostupnim instrumentarijem socijalnog inženjeringa. Ovom socijalnom inženjeringu načelno se pridaje značenje globalnog instrumenta prevencije no, za razliku od svih prijašnjih, karakterizira ga važan kriminalnopolitički pomak - od strogo kaznenopravnog ka općenito upravnom segmentu (uz „interaktivno korištenje usluga elektroničke uprave kroz sve dostupne komunikacijske kanale“⁷³). Temeljna kategorija tako zamišljene prevencije jest – informacija, sve druge su samo izvedenice. Na endogenom planu to podrazumijeva stvaranje kompleksnih i međusobno funkcionalno povezanih sustava baza podataka i tzv. elektroničkog menadžmenta (e-uprave⁷⁴), na egzogenom – kao manifestacija sustava globalne kontrole – stvaranje različitih centraliziranih, digitaliziranih tehničkih sustava simboliziranih i objedinjenih u mikročipu, nadzornoj kameri i drugim sredstvima registracije.

Imajući u vidu isključivo politiku suzbijanja kažnjivih ponašanja, informacijsko-tehnologijski čimbenici (odnosno čimbenici informacijsko-komunikacijske tehnologije) aspektiraju moderne kriminalnopolitičke sustave u tri segmenta odnosno na tri razine: prvi segment obuhvaća spomenuta primarna preventivna djelovanja s težištem na upravnom pravnoj regulativi odnosno razinu opće prevencije u najširem smislu, drugi segment obuhvaća kaznenopravnu razinu užem smislu – sustav propisivanja i izricanja kaznenopravnih i prekršajnih sankcija i treći segment - razinu njihova izvršenja.

Konstituiranje kriminalnopolitički relevantnih baza podataka podrazumijeva prikupljanje, obradu i analizu informacija po zadanim područjima, odnosno funkcionalnih modularnih cjelina sa, u pravilu, reduciranim (i autenticiranim) pristupom. Radi se, dakako, o općim evidencijama specijaliziranih tijela za borbu protiv kriminala (policije, državnih odvjetništava, sudova, uprava za izvršavanja kaznenih i prekršajnih sankcija itd.), no posljednjih godina konstituiraju se i različite posebne evidencije, kao što su primjerice evidencije počinitelja određenih kaznenih djela. Prevalentna funkcija informacijskih baza podataka ostvaruje se kroz

⁷¹ V. Stanton, Jeffrey M.: *Traditional and Electronic Monitoring from an Organizational Justice Perspective*, Journal of Business and Psychology, 15/2000.(1):129-147.

⁷² Ib.

⁷³ Lučić, Igor, državni tajnik u Središnjem državnom uredu za e-Hrvatsku, V. članak E-uprava će iz temelja promijeniti administraciju, Vjesnik, 16. veljače 2009. „Dokumenti u elektroničkom zapisu, njihovo slanje internetom i uporaba elektroničkog poslovanja bit će sve češći i sve će više zamjenjivati klasične oblike uredskog poslovanja“, V. članak Elektronička uprava smanjuje birokratske barijere, Vjesnik 20. siječnja 2009.

⁷⁴ V. članak Elektronička uprava smanjuje birokratske barijere, Vjesnik 20. siječnja 2009.

povezivanje s funkcijom registracije. *Monitoring* odnosno nadzor utoliko postaje najznačajnija premisa novog koncepta kriminalne politike, a ostvaruje se primjenom različitih tehnoloških (uključivo bio-medicinske) obrazaca. Baze bio-medicinskih podataka o njihovim nositeljima, napose počiniteljima kaznenih djela, u posljednje vrijeme u fokusu interesa znanstvene i stručne javnosti, ali i udruga za promicanje i zaštitu temeljnih ljudskih prava i sloboda, otvaraju cijeli niz etičkih i pravnih pitanja (koji podaci i pod kojim uvjetima se mogu uzimati i čuvati, kojim osobama odnosno počiniteljima kojih kaznenih djela, tko može imati uvid ili koristiti informacije iz takvih baza podataka, koliko dugo se takvi podaci smiju čuvati, imajući na umu institut rehabilitacije – samo su neka od njih). Standardna opća pitanja konstituiranja i uporabe različitih evidencija prelamaju se između postulata zaštite osobnosti i uspješnog suzbijanja, napose najtežih kaznenih djela, organiziranog kriminala, terorizma itd. Utoliko može se očekivati operacionalizacija ideja o stvaranju niza posebnih, specijaliziranih baza podataka, koje će uz već postojeće, tradicionalne (posebno policijske: daktiloskopske, mod-op. baze itd.), sačinjavati temeljni informacijski *corpus*. Ovamo valja uboriti i DNK baze podataka⁷⁵, koje su u posljednje vrijeme u središtu pozornosti⁷⁶.

Jedna od tehnologija koja je definitivno doživjela procvat posljednjih desetak godina je primjena RFID (engl. *Radio Frequency Identification*) čipova. RFID tehnologija omogućuje jednostavnu metodu automatske identifikacije korištenjem pripadajućih 'odašiljača', odnosno 'prijemnika'. Na RFID čip je potrebno pohraniti određene podatke te sve zajedno umetnuti u neki predmet, osobu ili životinju, kako bi tehnologija bila primjenjiva.⁷⁷ Cilj je identifikacija (autorizacija, autentifikacija) i kontrola. Radi se o tehnologijama koje koriste radio valove kako bi automatski identificirali objekte. Radiofrekvencijska komunikacija temelji se na stvaranju elektromagnetskih valova u odašiljačima i njihovom otkrivanju na udaljenom prijatelju. Postoji nekoliko metoda identifikacije objekata, no najčešća je pohranjivanje identifikacijskog serijskog broja ili neke druge informacije na mikročip koji zajedno s antenom čini tzv. RFID transponder. Drugim riječima RFID je kombinacija identifikacijskog mikročipa i radioantene.⁷⁸ RFID sastavni je dio koncepta tzv. biometrijskih identifikacijskih isprava (putovnica, osobnih iskaznica itd.)⁷⁹. Činjenica da RFID može funkcionirati i kao fizički implantat⁸⁰, otvara ozbiljna etička i pravna pitanja: valja imati na umu da je na tehničkom planu,

⁷⁵ V. npr. Lazer, David: DNA and the Criminal Justice System (The Technology of Justice), http://books.google.hr/books?id=8FXS_0tg2p8C&dq=dna+criminal&printsec ili pak <http://www.koshland-science-museum.org/exhibitdna/crim01.jsp>

⁷⁶ Baze takvog tipa sadrže DNK-profil počinitelja, što je u kriminalističkoj istrazi dragocjeno. Među zemljama u Europi koje imaju takvu bazu su Velika Britanija, Francuska, Austrija, Njemačka, ali i Slovenija. Danas prekogranična razmjena DNK-uzoraka postaje svojevrsni standard u svijetu, no duljina čuvanja arhiviranih DNK-podataka različita je od države do države. Francuska baza tako pohranjuje DNK-podatak zločinca 40 godina nakon odslužene kazne, nizozemska 20 godina ako je osoba osuđena na manju kaznu (do šest godina), odnosno 30 ako je za zločin izrečena kazna dulja od šest godina. Njemačka ima specifično zakonodavstvo, pa se podaci u bazi provjeravaju nakon 10 godina za odrasle, a nakon pet za maloljetne osobe i samo u slučaju ubojstva ili seksualnog delikta moguće je i neograničeno zadržavanje. U Hrvatskoj za uvođenja DNK-baze ključno će biti tek promijeniti zakonski okvir. Naime, činjenica je da Hrvatska već ima osposobljenje stručnjake te svu potrebnu prateću tehnologiju. (V. Vjesnik od 20. listopada 2008. – „Svi kriminalci uskoro u bazi DNK“)

⁷⁷ Iako su rane verzije RFID čipova predstavljene i korištene još 1939. godine u britanskoj avijaciji za identifikaciju letjelica, njihova široka primjena započinje 90-tih godina prošlog stoljeća. Mnogi američki i europski lanci trgovačkih kuća ovom tehnologijom koriste se već neko vrijeme, a jedan od glasnijih svjetskih zagovornika njegove primjene je američko Ministarstvo obrane, koje planira na ovaj način označavati pripadnike svojih postrojba i bojnih sredstava. No, i na domaćim prostorima primjena RFID čipova u uporabi je, primjerice, pri naplati cestarina na autocestama

⁷⁸ Spomenuti mikročip može biti u obliku i veličini glave šibice ugrađena na skrovito mjesto, ili nalijepljena poput flastera. Moguće ga je implantirati potkožno (iako, prva iskustva s pokusima na životinjama ukazuju na visok postotak karcinoma kože, pa se /do daljnega/ ne preporučuje aplikacija na ljudima). Mikročip može sadržavati sve jedinstvene identifikacijske podatke o osobi, a antena tanka poput vlasi kose čini da čip radi. Energiju može dobivati od same topline tijela. Dovoljna je i beznačajna elektromagnetska pobuda i mikročip će emitirati tražene podatke. Cijena proizvodnje približila se ekonomskoj cijeni od pet centi američkog dolara. Već danas masovno se koristi u gospodarskim djelatnostima, industriji /npr. autoindustriji, proizvodnim pogonima, gradilištima, trgovačkim i zabavnim centrima, obrazovnim ustanovama itd. „RFID u svemu (i svakome)!“ (v. Večernji list, 24. siječnja 2006. „RFID će uništiti barkod“)

⁷⁹ Biometrija – automatizirana metoda identifikacije osoba na temelju fizioloških ili bihevioralnih značajki, stoga je biometrijska autentifikacija apsolutno najsigurnija. Primjerice biometrijske putovnice (i prvi put osobne iskaznice) koje su 2006. ušle u uporabu u Velikoj Britaniji sadrže biološke podatke njihovih nositelja: imaju elektronički čip koji bilježi dimenzije lica nositelja dokumenta, posebice mjere između očiju, nosa, usta i ušiju, izračunatih prema identifikacijskoj fotografiji. Podaci na putovnicama uključit će i otiske prstiju. Sada već više od 50-tak država uvodi biometrijske fotografije. Za više informacija o b. vidi U.S. National Institute of Justice http://209.85.129.132/translate_c?hl=hr&sl=en&u=http://www.biometriccatalog.org/Introduction/default.aspx te <http://biometrics.gov/>

⁸⁰ Američka tvrtka *Digital Angel* prototip takvog čipa demonstrirala je 2000. godine na američkom tržištu. Radi se o čipu koji usađen ispod kože šalje podatke ne samo o lokaciji nositelja, već i otkucajima srca, temperaturi i drugim bio-medicinskim pokazateljima.

„mikročip unutar tijela mikročip u odnosu s računalnim sustavom“; na etičkom odnosno pravnom planu, međutim, „plan je usmjeren na kontrolu tijela na fizičkom, emotivnom i mentalnom planu“.⁸¹ Također, nema tehničkih zapreka da se mikročip kombinirano primjenjuje u sklopu tehnologije satelitskog pozicioniranja⁸² (općenito vodećeg segmenta digitalizacije). Takve je mikročipove moguće gotovo neograničeno koristiti u lokalizaciji objekata ili osoba pod nadzorom, bilo u aktivnom bilo u pasivnom modu.⁸³ Sustav nadzora kretanja osobe (engl. *tagging*) uporabom satelitskog pozicioniranja, postupno zamjenjuje starije sustave zemaljskog praćenja.⁸⁴ Sustav je idealan u funkciji nadzora nad ostvarivanjem različitih zaštitnih, sigurnosnih i drugih mjera odnosno posebnih obveza vezanih uz zaštitni nadzor i probaciju te niza tzv. alternativnih sankcija.

Svakako najrasprostranjenija tehnika nadzora obuhvaća tzv. CCTV kamere, u pravilu u kombinaciji s računalom. Gotovo da nema većega europskog grada⁸⁵ bez odgovarajućeg, više ili manje kompleksnog, sustava video-nadzora, a postupno se ovakav nadzor uvodi ili se njegovo uvođenje najavljuje i u mnogim hrvatskim gradovima⁸⁶. Video-nadzor moguće je kombinirati s tehnikom administrirane audio-kontrole.⁸⁷ Kao standardni kriminalnopolitički programski ciljevi uvođenja video-nadzora navode se, između ostalih, smanjenje broja kažnjivih ponašanja - kaznenih djela i prekršaja (napose delikata nasilja odnosno prekršaja protiv javnog reda i mira te kažnjivih ponašanja u prometu), te općenito povećanje osjećaja osobne sigurnosti kod građana znajući da se nalaze na prostoru koji se nadzire. S policijskog aspekta ovakav nadzor olakšava detekciju nepoznatih počinitelja, učinkovitiji nadzor javnih okupljanja, identifikaciju inicijatora izgređa, omogućuje izravnu kontrolu prometa itd. Kao strateški ciljevi navode se smanjenje materijalne štete nastale kažnjivim ponašanjima, odvratanje potencijalnih počinitelja od njihova počinjenja, učinkovitije raspoređivanje policijskih i zaštitarskih resursa, opće povećanje sigurnosti (napose kao gospodarsko-turističkog čimbenika), brža i učinkovitija pomoć građanima od strane javnih i komunalnih službi itd.⁸⁸ Načelno ovakvi sustavi omogućuju priključenje nekoliko desetaka kamera na jedno računalo, stalno odnosno tzv. alarmirano snimanje uz primjenu digitalne kompresije pri čemu se obim arhiviranih informacija smanjuje korištenjem tzv. 'vanjskog detektora kretanja'. Lakoća arhiviranja, klasificiranja i pretraživanja te dugoročno čuvanje pohranjenog materijala omogućuje znatno olakšanu identifikaciju počinitelja različitih kažnjivih ponašanja te odgovarajući dokazni materijal na sudu.⁸⁹

Ponudena su dva modela (izvorno predviđena za usađivanje pod ključnu kost): *ConstantCompanion TM* za daljinski nadzor starih i nemoćnih osoba te *BabySitter TM* za djecu, a u pripremi su *BodyGuard TM*, *MicroManager TM* itd.

⁸¹ Icke, David, O mikročipiranju i kontroli uma, *Nexus*, 29, studeni 2008. 25-28

⁸² Američka tvrtka *Applied Digital Solutions* već je 2000. godine predstavila prototip čipa za praćenje kretanja ljudi preko satelitskog GPS sustava (engl. *Global Positioning System*).

⁸³ Poznato je da se takav sustav unazad pet-šest godina koristi osobito u automobilskoj industriji, u funkciji zaštite skupocjenih automobila od krađe i preprodaje. Tako je npr. 2006. godine i u Hrvatskoj uhićen strani državljani u ukradenom automobilu. Nakon što je satelitski lociran, zaustavljen je na autocesti kod Ivanić Grada daljinskim prekidanjem dovoda goriva (primjer tzv. aktivnog moda nadzora). Godinu dana prije toga uhićen je jedan drugi počinitelj na graničnom prijelazu Vinjani, čiji je automobil ukraden u Italiji satelitski lociran i zaustavljen prije nego li je prešao granicu (tzv. pasivni mod nadzora). (www.t-portal.hr, 23. siječnja 2006.)

⁸⁴ Američka savezna država Florida, kako izvještava bostonski *Christian Science Monitor*, donijela je diskutabilan zakon kojim propisuje doživotno satelitsko praćenje osoba osuđenih za najteže spolne delikte protiv djece: od 30.000 registriranih počinitelja odnosnih kaznenih djela, za čak njih 1.800 predviđen je takav nadzor! Ulaganje od cca 11 milijuna dolara (narukvice za satelitsku detekciju i prateća informacijsko-komunikacijska oprema) omogućilo je njihovo cjelodnevno praćenje, a mjesto gdje se svaki od njih nalazi uskoro će biti moguće provjeriti na internetu(!) – svaki dan, čitavog njihovog života. (v. *Vjesnik* od 6. svibnja 2005.)

⁸⁵ Vrlo složene i dobro razvijene sustave imaju primjerice London, Madrid, Stockholm, Beč, Moskva i dr.

⁸⁶ Osijek, Pula, Varaždin, Zadar, uskoro Zagreb itd.

⁸⁷ Tzv. *Middlesbrough Project* (2007.) u Velikoj Britaniji jedan je od prvih takvih projekata. Na odabranim točkama u tom gradu pored kamera instalirani su i zvučnici preko kojih se administratori obraćaju građanima čije je ponašanje neprihvatljivo, pozivom da smjesti prekinu s aktivnošću ili ih jednostavno upozoravaju da se njihovo ponašanje snima. Zanimljivo, po okončanju projekta anketirani građani mahom su podržali ovaj program. Općenito Velika Britanija smatra se 'najšpijuniranijim' društvom u Europi. Prosječni Britanac dnevno je snimljen barem 300 puta, a u državi je već 2007. godine bilo instalirano više od 4,2 milijuna kamera (jedna na svakih 12 stanovnika). Smatra se da je četvrtina svih nadzornih kamera u svijetu instalirana upravo u Velikoj Britaniji. (v. *Jutarnji list*, 6. travnja 2007, *Večernji list* 9. ožujka 2009.)

⁸⁸ V. npr. Mršić, Bore: Prijedlog projekta video-nadzora otvorenih prostora Grada Zadra, MUP RH – PU Zadarska, Zadar travanj 2006. (koncept izložen u okviru Poslijediplomskog studija „Kriminalistička istraživanja“ Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci 2007. godine.

⁸⁹ Primjerice u Moskvi je tvrtka *ISS – Principal System Video* do 2006. godine instalirala preko 90.000 video kamera u stambenim četvrtima. Projekt centraliziranog digitalnog video-nadzora nazvan „Siguran grad“ obuhvaća sustav neprekidnog cjelodnevnog prikupljanja, prijenosa, inteligentnu analizu i arhivaciju video podataka s ogromnog broja nadzornih mjesta uz istodobni prikaz situacije u realnom i prošlom vremenu. Prema dostupnim podacima broj krađa, napose provalnih krađa u stambene objekte, smanjen je

Mnogi već sada govore o neizbježnoj 'orwelizaciji' ili 'bigbrotherizaciji' društva 21. stoljeća, a sve pod izlikom osiguranja također jednog od temeljnih i neupitnih ljudskih prava – prava na sigurnost. Sigurnost je doista „nešto bez čega nema prosperiteta“⁹⁰. Treba, međutim, uočiti da se prije svega radi o 'društvu rizika' koje opetovano mora odrediti koje su to granice prihvatljivog (rizika).⁹¹ Kako je točno primijetio jedan autor, „globalizacija rizika samo je posljedica ili ona tamnija strana integracije svijeta s kojom se svijet teško nosi, suočavajući se danas s klatnom koje se njiše između demokratskih i autoritarnih rješenja⁹², kao i na početku 20. stoljeća“.⁹³ Stoga postaje u potpunosti jasno kakve su pravne, kaznenopravne i političke implikacije uvođenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija (ICT) odnosno koji su informacijsko-tehnološki čimbenici moderno shvaćenog nadzora u suvremenim kriminalnopolitičkim sustavima: otvarajući nove mogućnosti opće i posebne prevencije kažnjivih ponašanja najrazličitijih vrsta i težine, podižući općenito razinu sigurnosti u užoj ili široj zajednici, ove tehnologije bez valjanog (pravnog u prvome redu) instrumentarija sprječavanja njihove zlouporabe mogu postati ozbiljna prijetnja demokratskom društvu. Na druge dvije razine - kaznenopravnom u užem smislu i planu prava izvršenja sankcija situacija je inicijalno nešto povoljnija, s obzirom na postojeći pravni okvir i stanovita pozitivna iskustva unazad dva desetljeća od kada datira masovnija primjena elektroničkog monitoringa u kaznenopravnim sustavima niza država⁹⁴.

3. Elektronički nadzor u suvremenim kaznenopravnim sustavima

Elektronički nadzor (engl. *Electronic Monitoring* – EM) podrazumijeva primjenu informacijsko-komunikacijskih tehnologija u sustavu materijalnog i procesnog kaznenog prava (zakonodavstva) te prava izvršenja kaznenopravnih sankcija. Načelni razlozi njegova uvođenja u sustav su kriminalnopolitičke naravi od kojih se posebno navode standardna prekapacitiranost penalnih ustanova (kaznonica i zatvora)⁹⁵, neekonomičnost i skupoća tradicionalnih sustava izvršavanja tzv. kustodijalnih kaznenopravnih sankcija (engl. *custody sanctions*) napose kratkotrajnih (do šest mjeseci) te njihova dvojbena učinkovitost.⁹⁶ Prvi pokusi s tehnologijama elektroničkog nadzora datiraju u kasne 60-te godine a temeljili su se na radio-telemetrijskim uređajima pomoću kojih se objekt nadzora (tj. nadzirana osoba) mogao pratiti u dometu do

12%, a broj razbojstava u nadziranim četvrtima čak 15%. Općenito nasilničko ponašanje i 'vandalizam' (uz oštećenje ili uništenje imovine) reducirani su čak za 30%. (http://www.sistemvideo.hr/info_moskva.shtm, 14. travnja 2006.)

⁹⁰ Bandić, Milan (zagrebački gradonačelnik na aktualnom satu sjednice Gradske skupštine, kojom je prilikom najavio gradnju novih pet policijskih postaja u Zagrebu („makar morali odustati od gradnje nekoliko cesta“) i uvođenje nadzornih kamera („s kojima će se riješiti nekoliko problema: nepropisno parkiranje i problem urbane gerile koja uništava zidove grafitima, dok će se sa sigurnosnog aspekta kamere umrežiti s PUZ-om i MUP-om“). (Večernji list, 30. listopada 2008.). Početkom godine najavljeno je postavljanje 800 sigurnosnih kamera (T-portal, www.t-portal.hr 23. veljače 2009.) od kojih prvih 250 za dva mjeseca (Vjesnik, 24. veljače 2009.)

⁹¹ Upravo na način kako je to svojedobno sugerirao Šeparović u svojim najznačajnijim djelima 80-tih: „Granice rizika – eiltčkopravni pristupi medicini“, Pravni fakultet, Čakovec 1985. i „Pojave i odgovornosti – članci i eseji“, Pravni fakultet u Zagrebu, Samobor 1986. i dr.

⁹² Složenost ovoga problema rječitno potvrđuju riječi iz nedavne izjave ruskog predsjednika španjolskim medijima Medvedeva koji je priznao kako se u Rusiji „ne poštuju neka od temeljnih prava“, navodeći istodobno kao primjere „zaštitu stanovništva od kriminala“ ali i „zaštitu privatnosti“. Klasična pozicija sukoba dva važna načela – socijalne i pravne države. (v. Vjesnik, 2. ožujka 2009.)

⁹³ Milardović, Anđelko, Centar za politološka istraživanja, Zagreb (Vjesnik, 30. listopada 2008.)

⁹⁴ Primjena elektroničkog monitoringa u kaznenopravnom sustavu datira iz 80-tih godina, prvo u Izraelu, potom u Velikoj Britaniji, Sjedinjenim Američki Državama, Kanadi i Australiji.

⁹⁵ Prema dostupnim podacima (Swivel – Jenkin: World Prison Occupancy Rates by Country od 14. srpnja 2008. za 182 države svijeta, više od njih stotinu ima prekapacitirane zatvore, neke od njih do nevjerovatnih 300% i više (npr. Bangladeš 315,6%, Zambija 330%, Grenada 374,5%). Popunjenost penalnih ustanova u SAD iznosi 107%, Švedskoj 106%, Francuskoj 118%, Španjolskoj 140% itd. Hrvatska sa 130,6% ima najviši postotak u odnosu na države bivše Jugoslavije. V. <http://www.swivel.com/> (16. ožujka 2009.) Za SAD navodi se da imaju oko 5% svjetske populacije, ali 25% svjetske zatvorske populacije! Sa 2,3 miliona zatvorenika to iznosi 751 osoba na 100.000 stanovnika. Rusija 627, Engleska 151, Njemačka 88 – Hrvatska nešto više od 100. (Liptak, Adam, U.S: prison population dwarfs that of other nations, International Herald Tribune od 23. travnja 2008. (v. <http://www.ihl.com/articles/2008/04/23/america>). Prema nekim izvorima (Aizenman, N.C., New High In U.S. Prison Numbers – Growth Attributed To More Stringent Sentencing Laws, Washington Post od 29. veljače 2008. – www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/02/29) broj zatvorenika u SAD dostigao je nevjerovatnih 1000 na 100.000!

⁹⁶ U tom smislu dovoljno je ilustrativno najnovije izvješće Uprave za zatvorski sustav Ministarstva pravosuđa iz prosinca 2008. godine, prihvaćeno na sjednici 13. veljače 2009. godine (dostupno na stranicama Hrvatskog sabora - <http://www.sabor.hr/Default.aspx?sec=2830>)

400 m i osmišljeni su na Sveučilištu u Harvardu⁹⁷. Međutim tek 80-tih godina razvijaju se prvi sustavi kontroliranog nadzora osoba koji ubrzo svoju primjenu nalaze i u kaznenopravnom sustavu. Ovaj je tehnologijsko-pravni kompleks otada općenito poznat pod nazivom „tagging“ i postat će osnovom tzv. „community-based sanction (or sentences)“, drugim riječima sankcija čije je glavno obilježje da se izvršavaju na slobodi, 'u zajednici'. Dakako time nisu bile iscrpljene sve (kaznenopravne) mogućnosti uporabe sofisticiranih tehnologijskih postignuća. Vremenom, one su programski obuhvatile tri glavna područja uporabe elektroničkog nadzora u sustavu kaznenoga prava: a. zadržavanje, b. ograničavanje i c. nadzor ili praćenje (*tagging /tracking/* odnosno nadzor u najužem smislu). Odgovarajući su sadržaji na europskim prostorima najprije uvedeni u Britaniji u formalnim varijantama *Curfew orders (CO)* (1995.) i *Home Detention Curfew (HDC)* (1999.)⁹⁸. 'Zadržavanje' (engl. *detention*) najčešće je korišteno u kontekstu realizacije široko raširene alternativne sheme tzv. 'kućnog pritvora' (*home-detention*), jedne od glavnih značajki modela anglo-američkog probacijskog sustava. Naravno, to ne znači da se sustav zadržavanja nije mogao rabiti i u svrhu ostvarivanja njegovih rigidnijih formi, tj. različitih tradicionalnih obrazaca izdržavanja kazne zatvora u kaznionicama i zatvorima. 'Ograničavanje' (engl. *restriction*) u svom sadržaju zamišljeno je kao forma nadzora u sustavu izvršavanja tzv. posebnih obveza uz uvjetnu osudu (odnosno nadzor uz uvjetnu osudu) te sankcija koje sadržajno odgovaraju sigurnosnim mjerama. 'Nadzor' (engl. *surveillance*) ili 'praćenje' (*tagging*) podrazumijeva neprekinuti, kontinuirani nadzor nad osobom bez ili uz djelomično ograničenje njezina kretanja.

Manje je poznato da pojedine tehnologije elektroničkog nadzora omogućuju transfer niza posebnih informacija o stanju nadzirane osobe (tako npr. nalazi li se pod utjecajem alkohola ili opojnih droga) te omogućuju takav nadzor istodobno nad više osoba, koje su na bilo koji način povezane s primarnim subjektom, na širem području.⁹⁹

Tehnologije i tehnike elektroničkog nadzora obuhvaćaju različite varijante zasnovane na elektromagnetskim odnosno optičkim sustavima prijenosa informacija, tj. od radio-tehnologije do tehnologije satelitskog globalnog pozicioniranja. U svakom slučaju, temeljni pojam elektroničkog monitoringa je 'elektronička naprava' – *electronic monitoring device* ili tzv. *correctional device*.

Postoje tzv. pasivni i aktivni te sustavi kontinuiranog pozicioniranja (uz moguću kombinaciju); nadalje unilateralni, kolateralni i multilateralni; situacijski i pozicijski; kontinuirani, diskontinuirani ili *ad hoc* sustavi; homogeni (ciljani) i heterogeni itd. ovisno o strategijskom odnosno taktičkom profilu kriterija za takvu raščlambu.

Složenije tehnologije nadzora u pravilu omogućuju reverzibilnu (aktinu) kontrolu objekta odnosno subjekta nadzora. Postoje također, tehnologije 'nadzora bez naprava', masovno usmjerenog nadzora koji podrazumijeva različite subliminalne odnosno inkalkulacijske metode, no koje nisu – barem ne ovoga trenutka – kriminalnopolitički u prvom planu.

U kaznenopravnom sustavu u širem smislu elektronički monitoring primjenjuje se odnosno može se primijeniti u tzv. *pre-trial* odnosno *trial* stadiju odnosno stadiju kaznenog postupka koji prethodi donošenju presude (napose u svezi instrumentarija osiguranja nazočnosti osmunjčenika odnosno optuženika u istrazi i glavnoj raspravi), u tzv. *primary sentencing stadiju* gdje je elektronički monitoring sadržajno uključen ili prati kaznenu sankciju, bilo da se radi o glavnoj ili sporednoj, parapenalnoj ili alternativnoj, sankciji upozorenja ili sigurnosnoj mjeri, te konačno u tzv. *prison*¹⁰⁰ odnosno *post-prison* odnosno *parole* stadiju, koji sadržano odgovara uvjetnom otpustu. U kaznenopravnom sustavu u užem smislu elektronički se monitoring primjenjuje odnosno može primijeniti kao 'tranzicijska forma' od 'kustodijalne do sankcije u zajednici', dakle

⁹⁷ U okviru *Science Committee on Psychological Experimentation* pod vodstvom dr. Ralpa Schwitzgebela, 1968. Godine (v. Black, M – Russell, G. S. (2003), *Electronic Monitoring in the Criminal Justice System*, Australian Institute of Criminology)

⁹⁸ Ardley, Jenny: *The Theory, Development and Application of Electronic Monitoring in Britain*, www.internetjournalofcriminology.com (2005)

⁹⁹ V. LCA (*Leader in Community Alternatives, Inc.*) – *Private Criminal Justice/Social Service Agency*, San Francisco, Cal., USA – specijalizirana agencija za elektronički nadzor (*RF, Cellular, GPS, Group and Area Monitoring*) osigurava kontinuirane 24-satne informacije konzumira li nadzirana osoba alkohol (*Continuously Monitor Sobriety*) sputem transdermalnog SCRAM-a (*Secure Continuous Remote Alcohol Monitor*), a slično je i s detekcijom opojnih droga. (<http://www.lcaservices.com/>, 18. ožujka 2009.)

¹⁰⁰ V. Seymour, S.- Baker, R. – Besco, M.: *Inmate Tracking With Biometric and Smart Card Technology*, *Corrections Today*, American Correctional Association, July 2001 (http://www.ncjrs.gov/pdffiles1/nij/biometrics_smartcard.pdf - 20. ožujka 2009.)

temeljna joj je svrha eliminacija socijalne deprivacije osuđenih osoba. Nadzor je utoliko 'neinstitucionalizirana sankcija'.

Prvi projekti elektroničkog monitoringa u kaznenopravnim sustavima započeli su 80-tih i 90-tih godina prošlog stoljeća, međutim prvi projekti njegove znanstvene evaluacije uslijedili su nešto kasnije, početkom ovoga stoljeća. Unatoč činjenici da „istraživanja nisu držala korak s brзом provedbom ove nove i obećavajuće kaznene strategije“¹⁰¹, gotovo bez iznimke prva izvješća pozitivno valoriziraju učinke elektroničkog nadzora. Tako u jednoj njemačkoj evaluaciji (2005.)¹⁰² na temelju istraživanja provedenih u pokrajini Hessen (2002.-2004.) pozitivno se se ocjenjuje primjena elektroničkog nadzora u sustavu uvjetne osude odnosno uvjetne osude sa zaštitnim nadzorom te sustavu uvjetnog otpusta. Uz to, ističu se dobri učinci glede smanjenja tzv. pritvorske populacije. U sličnom engleskom izvješću (2006.)¹⁰³ ukazuje se na dobre rezultate primjene strategije elektroničkog monitoringa u *Home Detention Curfew* sustavu te napose njegovi izvanredni ekonomski (*cost-benefit*) učinci te se uz niz pozitivnih opservacija daje niz preporuka za njezinu buduću primjenu. U švedskom izvješću (2007.)¹⁰⁴, iako uz opasku da su mogućnosti tzv. 'proširene' uporabe 'EM'-strategije još uvijek relativno ograničene (s obzirom na varijable počinitelj-djelo-kazna-žrtva), ističe se da su najbolji rezultati u smislu supstitucije zatvora postignuti kada se radilo o počiniteljima kojima je izrečena kazna u trajanju od tri do šest mjeseci. Vrlo dobri rezultati postignuti su i uporabom 'EM Release' odnosno 'Parole'-strategije, dakle u sustavu uvjetnog otpusta. Posebna pozornost posvećena je anketiranju odnosno intervjuiranju žrtava kaznenih djela (oštećenika) u smislu njihove valorizacije odnosno strategije. Ona je načelno ocjenjena pozitivno, no (opetovano s obzirom na spomenute varijable), u pojedinim slučajevima žrtve su izražavale osjećaj nesigurnosti povezan s činjenicom da su prethodno obaviještene o 'stavljanju počinitelja u EM-režim', ovo napose kada se radilo o počiniteljima kaznenih djela s elementima nasilja te kaznenih djela protiv zdravlja ili slobode. I niz drugih sličnih istraživanja, posebno onih provedenih u SAD¹⁰⁵, Kanadi¹⁰⁶, Australiji¹⁰⁷ i Izraelu¹⁰⁸ potvrdila su manje-više isto. Jasno je stoga, elektronički monitoring ima svoju budućnost u materijalnom (dakako i procesnom 'Bail'- odnosno *Home Detention* sustavu) kaznenom zakonodavstvu¹⁰⁹.

4. Umjesto zaključka

Ovih nekoliko kartica teksta samo je informativne naravi imajući u vidu već respektabilnu literaturu o fenomenu nadzora u ljudskom društvu uopće, njegovoj kriminalnoj politici i kaznenome pravu. Cilj je upozoriti i navesti na razmišljanje na moguće ozbiljne negativne konotacije suvremene tehnologijsko-informacijske (odnosno ICT) revolucije i globalizacije. Pitanje je, međutim, koliko je uopće jedna generacija u stanju 'upravljati svojim vremenom' i ne ponavljati povijesne pogreške prethodnih. U kaznenome pravu te su pogreške bile traumatične i skupe. Možda je danas opasnost onoga što se uobičajeno naziva 'policijskom državom' veća no ikad prije, istodobno i unatoč činjenici da se deklarativno nikada nije toliko pažnje

¹⁰¹ Tako Bales, William, *Center for Criminology and Public Research*, Tallahassee, Florida (SAD), v. <http://www.criminologycenter.fsu.edu/p/electronic-monitoring.php>, 10. ožujka 2009.

¹⁰² Mayer, Marcus: *Evaluation of a Pilot Project on Electronic Monitoring*, Max Planck Institute for Foreign and International Criminal Law, Freiburg 2004. (v. www.mpg.de/forsch/krim/mayer_en.htm - 23. studenog 2005.)

¹⁰³ House of Commons – Comitee of Public Accounts: *The electronic monitoring of adult offenders*, Sixty-second Report of Session 2005-06, London 2006.

¹⁰⁴ Extended use of electronic tagging in Sweden (The offenders' and victims' view), Report 2007:3 (An abridged version of the Swedish report 2007:1), The Swedish National Council for Crime Prevention, Stockholm 2007., www.bra.se

¹⁰⁵ V. Padgett, K.G. – Bales, W.D. – Blomberg, T.G.: Under Surveillance: An Empirical Test of the Effectiveness and Consequences of Electronic Monitoring, *Criminology&Public Police*, 5/2006.(1):61-92

¹⁰⁶ V. The Reporter (John Howard Society of Alberta), vol. 18, 1, may 2001, Electronic Monitoring, www.johnhoward.ab.ca; Electronics Monitoring, John Howard Society of Alberta 2000, <http://www.johnhoward.ab.ca/PUB/A3.htm> (2008/04/05)

¹⁰⁷ V. Black, Matt – Russell, G. Smith: Electronic Monitoring in the Criminal Justice System, *Australian Institute of Criminology Trends & Issues*, no. 254(2003), 6.

¹⁰⁸ V. <http://www.mops.gov.il/BPEng/OnTheAgenda/ElectronicMonitor/>

¹⁰⁹ V. Barry, Kevin, *Electronic Monitoring: The Future of Crime Control?* (March 2009), v. <http://www.scribd.com/doc/13198103/Electronic-Monitoring>, 15. ožujka 2009.

posvećivalo zaštiti temeljnih sloboda i prava čovjeka¹¹⁰. Utoliko, mnogi (ne samo zagovornici različitih teorija zavjere) u globalizmu i korporativnoj refeudalizaciji svijeta vide opasnost uspostave novog obrasca kontroliranog društva koji bi mogao biti neusporediv u negativnim konotacijama s već viđenim formama.¹¹¹ Naime, prečesto se događalo da velike i načelno prihvatljive ideje budu popraćene ozbiljnim zlouporabama, što potvrđuju brojni primjeri iz kriminalnopolitičke i povijesti kaznenoga prava¹¹². Valja imati na umu da 'pogrešno shvaćeni globalizam' može u budućnosti rezultirati najgorim zamislivima sustavom kolektivizma.¹¹³ Cijela stvar postaje ozbiljnijom kada se dovede u kontekst trenda nesumnjivog jačanja kaznenopravne represije posljednjih desetak i više godina. Utoliko će i kriminalnopolitička funkcija nadzora u širem smislu, napose u njegovom upravnom segmentu, vjerojatno otvoriti niz kompleksnih pitanja, s obzirom da je u strogo kaznenopravnom segmentu barem deklarativno ostvarena zadovoljavajuća razina zaštite temeljnih ljudskih prava i sloboda. Građanima načelno ne smetaju kamere¹¹⁴, no valja imati na umu da sigurnost i pravo na sigurnost nije i ne može biti (socijalno-pravno) dobro koje dopušta makijavelističke interpretacije. Ako ništa drugo, „nitko ne želi svijet globalnoga nadzora, upravitelja-kažnjavatelja i društvo numeriranih ljudi“.¹¹⁵

Razvidno je, međutim, da će element nadzora preuzeti najznačajnije kriminalnopolitičke funkcije, kako one preddeliktne tako i postdeliktne. Nije stoga upitno da elektronički monitoring (EM) ima perspektivu u prevenciji¹¹⁶ odnosno suzbijanju kažnjivih ponašanja (i onih najtežih s tzv. visoko-rizičnim počiniteljima¹¹⁷) u najširem smislu¹¹⁸, no ne pod cijenu odustajanja ili ograničavanja temeljnih sastavnica politickopravnog i uopće civilizacijskog pojma ljudske slobode. No, za očekivati je da će manje ili više doglednoj budućnosti doista doći do svojevrstne supstitucije kazne, pa je u tom smislu i moguće govoriti o nadzoru kao izvjesnom modalitetu supstitucije represije. Dakle, kako je istaknuto, nadzor više neće egzistirati samo kao jedna od sadržajnih sastavnica kazne, već u značajnoj mjeri njezin supstitut (prije svega u formi 'alternativne' sankcije u zajednici), preuzimajući na sebe sve tradicionalne funkcije kazne. U tom smislu, moć nadzora predodredit će kriminalnopolitički tijek stoljeća u kojemu živimo. Treba, napokon, reći da se između 'slobode za zlo' i 'neslobode za dobro' uvijek valja odlučiti za 'slobodu'.

¹¹⁰ Doista, nikada se nije više značenja pridavalo zaštiti ustavnih prava, vladavini prava i pravne države i uopće razvitku različitih oblika demokracije nego danas. Ipak, postoji značajna diskrepancija između primjene informacijsko-tehnoloških rješenja u svrhu poticanja demokratskih instrumenata društva, nego li njihove primjene u kontekstu kojim se bavi i ovaj rad. Primjerice, kako je jednom primijetio glasoviti američki književnik Charles Bukowski, „demokracija se ne može svoditi na puku demokraciju parlamentarizma, odnosno to da svake četiri godine biramo između toplog i hladnog...“, tim više jer konačno postoje informacijsko-tehnološki uvjeti koji omogućuju značajan iskorak u smislu omogućavanja participacije u odlučivanju.

¹¹¹ Otuda pitanje „Fašizam pred vratima?“ - V. npr. Baković, Sanja: „Bako, bako zašto imaš tako velike oči?“, PC-chip, prosinca 2008.

¹¹² Valja se prisjetiti neskrivenog ali opravdanog optimizma kada su sustav kaznenopravnih znanosti i zakonodavstva prije više od stotinu godina uvedene nove sankcije poput mjera upozorenja ili napose sigurnosnih mjera. Međutim, samo koje desetljeće nakon toga upravo su na području njihove primjene, posebno potonjih, zabilježene danas gotovo nezamislive zlouporabe na štetu temeljnih ljudskih prava i sloboda, a takvo je stanje potrajalo do kasnih 50-tih godina prošlog stoljeća.

¹¹³ Nadilazeći u negativnom smislu sve dosadašnje povijesne sustave i iskustva totalitarizma (fašizma, komunizma itd.). Jedan od značajnih simptoma takvog procesa, nerijetko uočljiv i u suvremenoj kriminalnoj politici jest – populizam.

¹¹⁴ V. Jutarnji list od 13. veljače 2009. – „Zagreb: Život u centru od sada na filmu“. Tako jedan građanin doslovno izjavljuje: „Poštenim ljudima te kamere ne smetaju, mogu im samo pomoći. Problem je što policija ne zna iskoristiti mogućnosti nadzora. Teži kriminal sporo se rješava, a na snimkama su češće žrtve, a rjeđe počinitelji zločina.“

¹¹⁵ V. Speckbacher, Franz: Menschen werden numeriert – Kommt der Antichrist?, Mediatix Verlag, Andrä-Wörtern 1985., 66 str. (ISBN: 3854060629). Upozorenje staro gotovo četvrt stoljeća danas je vrlo aktualno.

¹¹⁶ Unatoč pojedinim skeptičnim izjavama, poput one voditelja video-nadzora u *Scotland Yardu* prema kojemu „nadzorne kamere u Britaniji nisu smanjile kriminal“ (Mike Neville: „Milijarde funti uložene su u sustav koji ima više od četiri milijuna nadzornih kamera instaliranih po cijeloj Velikoj Britaniji, ali se projekt pokazao kao 'potpuni fijasko'. U Londonu je, primjerice, pomoću kamera razjašnjeno samo 3% razbojstava.“). No, on zapravo upozorava na specifične probleme u svezi provođenja takvog nadzora, ukazujući između ostaloga, na činjenicu da „policija nema na raspolaganju dovoljan broj kvalificiranih osoba koje bi se snašle u ogromnom broju podataka s kamera“. (V. Jutarnji list od 8. svibnja 2005. – „Nadzorne kamere u Britaniji nisu smanjile kriminal“)

¹¹⁷ V. Renzema, Marc – Mayo-Wilson, Evan: Can electronic monitoring reduce crime for moderate to high-risk offenders?, *Journal of Experimental Criminology* /2005.(1=):215-237

¹¹⁸ V. Barry, Kevin: Electronic Monitoring - The Future of Crime Control? (March 2009) - <http://www.scribd.com/doc/13198103/Electronic-Monitoring>

CHALLENGE OF NEW TELEVISION TECHNOLOGIES AND THEIR IMPACT ON EDUCATION

IZAZOV NOVIH TELEVIZIJSKIH TEHNOLOGIJA I NJIHOV UTJECAJ NA OBRAZOVANJE

Bogdan Dugonik, Mario Plenković¹

*Faculty of Electrical Engineering and Computer Science, University of Maribor, Maribor, Slovenia; Department of
Communication Science, Faculty of Graphic Arts, University of Zagreb, Zagreb, Croatia¹*

*Fakultet elektrotehnike i računarstva, Sveučilište u Mariboru, Maribor, Slovenija; Katedra za komunikologiju, Grafički
fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska¹*

Abstract

This paper presents a survey on the efficient use of the next-generation television set as an educational tool. The development of television technologies is in constant progress. Its main milestones are, for example, the transition from the black-and-white to the colour technology, the introduction of stereo/surround sound and the possibility of high-definition images displayed on a flat screen. The next-generation television set is in fact a computer with a big screen, and its development is not yet terminated. Worldwide, more than 400 million people have the access to the Internet. The majority of European households have a broadband Internet connection (with at least 10 Mbps and up to 100 Mbps), which enables 720p or 1080p high-resolution content delivery. The traditional television providers have reacted to the challenge of the new technologies by development investments. They develop new services in order to satisfy the needs of the users as much as possible. There are increasingly many providers that deliver their video contents by using the IP technology. The video can be played out on a television set connected to the Internet, on a personal or tablet computer, and on mobile devices. It is expected that increasingly many people will use the next-generation television set connected to the broadband Internet in their informal education. The providers of educational contents will be facing new challenges as high-definition educational contents require a huge storage capacity. The desire to deliver the video on different devices will require additional efforts from the content providers.

Sažetak

Ovaj rad predstavlja istraživanje o učinkovitom korištenju nove generacije televizorom kao obrazovnog alata. Razvoj televizijskih tehnologija je u stalnom napretku. Njegove glavne prekretnice su, na primjer, prijelaz iz crno-bijele boje, uvođenje stereo / surround zvuka i mogućnost visoke razlučivosti slike prikazane na ravnom ekranu. Nova generacija televizora je zapravo računalo sa velikom zaslonom, a njegov razvoj još nije završen. Diljem svijeta, više od 400 milijuna ljudi ima pristup Internetu. Većina europskih kućanstava ima širokopojasnu internetsku vezu (s najmanje 10 Mbps i do 100 Mbps), koja omogućuje isporuku sadržaja 720p ili 1080p visoke rezolucije. Tradicionalni televizijski provideri su reagirali na izazove novih tehnologija od strane razvojnih investicija. Oni razvijaju nove usluge kako bi zadovoljili potrebe korisnika što je više moguće. Postoje mnogo pružatelja usluga koji dostavljaju svoje video sadržaje putem IP tehnologije. Video se može gledati na televizoru spojenom na Internet, na osobnom računalu ili tabletu i na mobilnim uređajima. Očekuje se da će sve više ljudi koristiti nove generacije televizor spojenih na širokopojasni Internet u neformalnom obrazovanju. Pružatelji obrazovnih sadržaja bit će pred novim izazovima, kao high-definition obrazovni sadržaji zahtijevaju veliki kapacitet za spremanje. Želja za isporukom videa na različitim uređajima će zahtijevati dodatne napore za pružatelje sadržaja.

Ključne riječi

video na zahtjev, televizija, e-obrazovanje, IP

Keywords

video on demand, television, e-education, IP

INFORMATION SYSTEM MODEL FOR PLANNING BROADCASTING TV PROGRAMS

MODEL INFORMACIJSKOG SUSTAVA PLANIRANJA TV EMISIJA

*Martina Ašenbrener¹, Damir Šimunović², Zdravko Dovedan Han³**University of Rijeka, Rijeka, Croatia¹; Croatian Radio and Television, Zagreb, Croatia²; Faculty of Social Sciences and Humanities, University of Zagreb, Croatia³**Sveučilište u Rijeci, Rijeka, Hrvatska¹; Hrvatska radiotelevizija, Zagreb, Hrvatska²; Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska³**Abstract*

The paper presents an information system model for the weekly and monthly planning of broadcasting TV programs. The model can be used for the development of planning functions for public broadcast TV services. Relevant data, their mutual dependence and operations are defined. Data model is shown using entity-relationship method MIRIS. It suggests storing multiple versions of the plan. Each day of the week is planned separately. Plan data is then copied into the plan for a particular date in the appropriate scheme.

Keywords

Entity – Relationship Diagram, MIRIS, media, television, planning, broadcasting

Sažetak

U radu je prikazan model informacijskog sustava tjednog i mjesečnog planiranja emitiranja TV emisija. Model može poslužiti za razvoj funkcije planiranja emitiranja za javne TV servise. Definirani su relevantni podaci i njihove međusobne ovisnosti te operacije nad podacima. Model podataka je prikazan metodom ER MIRIS. Predloženo je čuvanje više verzija plana. Zasebno se planira pojedinačni dan u tjednu, a potom se ti podaci kopiraju u plan za konkretni datum u odgovarajućoj shemi.

Ključne riječi

DEV, Miris, mediji, televizija, planiranje, emitiranje

1. UVOD

Glavni poslovni procesi javne televizije [1], [2], [10] koji ostvaruju njenu misiju su oblikovanje programa i proizvodnja programskih sadržaja.

Oblikovanje programa vodi brigu o tome što će se, kada i kako emitirati na televizijskim kanalima, dok proizvodnja programskih sadržaja brine o tome kako da se uz optimalni angažman raspoloživih sredstava i uz kontroliranu kvalitetu proizvedu i pribave potrebni programski sadržaji koje je naručilo oblikovanje programa.

Poslovno planiranje i praćenje emitiranja TV emisija u elektroničkim medijima (radio, televizija, web portal), sa stajališta procesa sastoji se od: okvirnog godišnjeg planiranja obujma emitiranja, detaljnog planiranja dnevnog rasporeda emitiranja i od praćenja emitiranja.

Emitirani program mora zadovoljiti ciljeve programske strategije te se pridržavati statističke strukture [4] koja je uobičajena za javne europske TV programe. Takva struktura zahtijeva odgovarajući omjer informativnih, obrazovnih, kulturnih, dokumentarnih, dramskih, dječjih, religijskih, sportskih i zabavnih sadržaja.

Pravovremeno, realno i cjelovito planiranje emitiranja [5] i proizvodnje TV programa ključno je za uspješnost u cjelini te je zbog toga modeliran i predložen model podataka koji omogućuje okvirno i detaljno planiranje i praćenje emitiranja.

Za prikaz modela podataka korištena je metoda entiteta i veza (EV) u okviru specijalizirane metodologije MIRIS [8]. U ovom je radu prikazan model informacijskog sustava tako da su na model podataka dodane operacije nad modelom.

2. OPIS SUSTAVA EMITIRANJA

Postupak planiranja započinje izradom sheme emitiranja. Shema je pomoćni alat za izradu plana emitiranja, tipični pravilni raspored emitiranja u nekom razdoblju, ali bez stvarnih naziva emisija. Umjesto stvarnih koriste se tipske ili generičke emisije čiji je zadatak rasporediti vrste programa računajući na ispunjavanje općih ili zakonskih obveza i ciljeva programa kod javne televizije ili postizanje optimalnog rasporeda emisija u odnosu na ciljano publiku radi ostvarenja profita kod komercijalne televizije. Statistička obrada sheme dopunjene emisijama izvan redovitog rasporeda daje temeljne pokazatelje obujma emitiranja.

Shema TV programa utvrđuje se za programski kanal, za sezonu, razdoblja i dane. Sezona može biti, na primjer, zimska, proljetna, ljetna i jesenska. Ovisno o pojedinom razdoblju, razlikujemo nekoliko vrsta shema koje u različitim medijskim ustanovama podrazumijevaju različita razdoblja ili se različito zovu. Na primjer, na Hrvatskom radiju razlikujemo *Redovnu shemu* koja obuhvaća zimu, proljeće i jesen te *Ljetnu shemu* koja obuhvaća ljeto. Na Hrvatskoj televiziji razlikujemo *Jesensku shemu* koja se proteže od početka rujna do kraja lipnja sljedeće godine te *Ljetnu shemu* koja obuhvaća srpanj i kolovoz. Osim toga, postoje i sheme koje se formiraju za neka posebna razdoblja, na primjer za razdoblje Olimpijskih igara, razdoblje Svjetskog nogometnog prvenstva i tako dalje. U tim razdobljima se trenutna shema toliko poremeti da je potrebno formirati posebnu shemu. Također, moguće je napraviti i sheme za posebne dane ili razdoblja, poput Božićnog razdoblja, Uskrasnog razdoblja, Dana državnosti i tako dalje.

Iako je utvrđeno od kada do kada vrijedi pojedina shema, nova shema može u bilo kojem trenutku zamijeniti postojeću tijekom razdoblja provedbe. U takvom slučaju za razdoblje nove sheme mora se ponoviti cijeli postupak planiranja i razrade plana.

Sama shema nije dovoljna za izračunavanje fizičkog obujma emitiranja. S jedne strane u istom terminu sheme mogu se pojavljivati različite stvarne emisije (na primjer, u shemi može stajati „veliki zabavno-glazbeni show u studiju“, a da stvarne emisije budu posve različite u proljetnom i jesenskom razdoblju ili da se u istom terminu izmijene „Ples sa zvijezdama“ i „Zvijezde pjevaju“). S druge strane, vanjski događaji (prijenosi koncerata, sportskih događaja, obljetnica i slično) mogu narušiti redoviti ritam sheme.

Nakon što nadležne razine upravljanja usvoje okvirni godišnji plan obujma emitiranja, započinje precizno planiranje u odgovarajućim službama. Godišnji plan emitiranja (GPE) nastojat će se detaljno razraditi do razine svakog pojedinog dana u godini kako bi se što preciznije pratili troškovi proizašli iz odgovarajuće proizvodnje ili nabave sadržaja te dinamika angažmana vlastitih ili vanjskih resursa. Iz tako precizne razrade godišnjeg plana tijekom provedbe prema potrebi se generiraju mjesečni i tjedni planovi emitiranja radi unošenja izmjena koje su u medijskoj industriji nužne.

U okviru redakcija u programskim odjelima za termine definirane tipskim emisijama utvrđuju se stvarne emisije (programski sadržaji) koje su redakcije obavezne osigurati u planskom razdoblju, a koje mogu obuhvatiti: proizvedene programske sadržaje proteklih godina, programske sadržaje koje se planira proizvesti u planskom razdoblju, nabavljene strane i domaće programske sadržaje te reprizne programske sadržaje. Tako će se neke emisije kupiti, neke proizvesti, a plan emitiranja je izvor za navedene akcije u organizaciji. Ovisno o politici planiranja, određene vrste programa preciziraju se u smislu stvarnog sadržaja prije početka planskog razdoblja, ali i do određenog najkasnijeg trenutka tijekom samog razdoblja.

Plan emitiranja sadrži podatke za svaki utvrđeni termin emitiranja koji obuhvaćaju:

- naziv (stvarne ili tipske) emisije
- početak i trajanje emisije
- vrstu programa (često se koristi izraz „žanr“)
- način izvođenja emisije (premierno, reprizno, sinkrono ili odgođeno)
- eventualno izvor emitiranja koji je u slučaju sinkronog emitiranja neki drugi programski kanal

- nadležnost programskog odjela ili redakcije za termin.

Planiranje obujma emitiranja TV programa je proces izračunavanja i izvješćivanja o količini minuta emitiranja programa prema raznim kriterijima koji govore, na primjer, o udjelu pojedinih programskih vrsta (filmova ili sadržaja za djecu), o udjelu premijernog programa u ukupnom programu i tako dalje, a utvrđuje i ukupni broj emisija i minutažu programa koji se mora nabaviti ili za koji će određena redakcija biti zadužena da ga proizvede. Onaj dio plana koji utvrđuje premijerno emitiranje programa predstavlja osnovicu za izradu plana nabave i proizvodnje programskih sadržaja.

Izračunavanje fizičkog obujma emitiranja izvodi se najmanje jednom godišnje. Moguće su izmjene tijekom godine ako dođe nova shema TV programa.

Nakon okvirnog planiranja obujma emitiranja slijedi detaljno planiranje dnevnog rasporeda TV emitiranja. Planiranje rasporeda emitiranja TV programa razrađuje shemu TV programa i precizno definira TV raspored. Ovaj proces zapravo razrađuje i nadopunjava podatke o rasporedu potrebnim informacijama za precizno planiranje emitiranja i izradu dnevnog sinopsisa.

Ovisno o politikama upravljanja programom sa stajališta vremena prije emitiranja definira se koje stanje preciznosti podataka mora biti, na primjer, šest mjeseci, dvadeset dana prije početka mjeseca, petnaest dana prije datuma emitiranja, četiri dana prije početka tjedna, ili jedan dan prije početka dana emitiranja. Kako se bliži termin emitiranja tako je i izvještaj iz baze podataka o planu emitiranja promatran od strane planera s većom brigom za točnost i potpunost plana kako bi se sve organizacijske cjeline koje sudjeluju u realizaciji pripreme, proizvodnje i emitiranja mogle pravovremeno organizirati. Planiranje je kontinuiran proces stalnog popravljivanja stanja podataka u bazi podataka novim informacijama (programskih prijava) dobivenih od redakcija (organizacijskih jedinica, skraćeno OJ).

Potrebno je čuvati najmanje dva stanja planskih podataka (preko verzija): godišnji plan (GPE) nastao kao obujam (ta se verzija nakon usvajanja zaključava) i dnevni plan (DPE) iz kojega proizlaze nalozi za emitiranje kao izravna namjera realizacije. Naravno, potrebno je sačuvati i stanje evidentirane realizacije kako bi se, ovisno o potrebama upravljanja, usporedila početna namjera (godišnji plan), neposredna namjera (dnevni plan) i realizacija.

Dobar informacijski sustav za podršku ovim aktivnostima planiranja i praćenja realizacije mora omogućiti brzo i jednostavno kopiranje dijelova plana iz bilo koje verzije u bilo koju verziju, kako bi se planeru skratilo vrijeme administracije izmjena.

Prirodna osobina televizijskog emitiranja je nesigurnost u početak ili trajanje određenih vrsta emisija pa čak i nesigurnost hoće li se neka emisija uopće dogoditi. Zbog toga će se planovi do posljednjeg trenutka mijenjati, čak i tijekom dnevne realizacije. Svejedno, za emisije nepoznate duljine treba planirati potencijalnu duljinu i po mogućnosti se iste držati, odnosno proizvesti planiranu količinu trajanja emisije.

Pored planiranih emisija, postoje i rezervne snimljene emisije koje se emitiraju u slučaju nastanka nepopunjenih termina uslijed izmjena tijekom emitiranja. Ovu se dopunu programa nizom manjih emisija može planirati.

Moguć je pogled u podatke u raznim vremenskim jedinicama (godina, mjesec, tjedan, dan, dio dana, termin). Preko šifre emisije će se u daljnjim procesima točno pratiti troškovi proizvodnje emisije. Plan se može realizirati s manje ili više novca tako da se modificira: trajanje emisije, broj premijernih emisija, tip emisije i slično, što izravno može utjecati na troškove emisije u cijelosti ili njezinih dijelova.

3. MODEL PLANIRANJA TV EMISIJA

Na slici 1. prikazan je model informacijskog sustava planiranja TV emisija. Na modelu je prikazan dijagram entiteta i veza *Plan emisija po shemama i datumima*, a izdvojene su i neke važnije operacije (procedure) nad pojedinim tipovima entiteta. Prikazana je osnovna struktura tipskog planiranja (desna strana slike) i struktura kalendarskog planiranja (lijeva strana slike). Na slici razlikujemo jake i slabe tipove entiteta, agregacije (agregirani tip entiteta), povratni tip veze te različite tipove veza između pojedinih tipova entiteta, u skladu s metodologijom MIRIS [9].

Slab tip entiteta *Verzija* ovisan je o jakom tipu entiteta *Godina*. Verzija je popis varijanti plana jedne godine. Unutar jedne godine napravi se od nijedne (ako za tu godinu još nema napravljenih verzija) do nekoliko (mnogo, skraćeno M) verzija. Sredinom tekuće godine trebala bi nastati prva verzija sheme za sljedeću

godinu. Na primjer, u svibnju 2011. godine, počinje se s izradom prve verzije za 2012. godinu. Potom pojedini urednici prijavljuju pojedine konkretne emisije koje trebaju popuniti termine sheme kroz konceptualne ponude u verziji 10 plana emitiranja. U istu verziju 10 upisuju se i konceptualne ponude za emisije izvan sheme (uglavnom izravni prijenosi događaja ili posebne emisije vezane za određene datume u godini).

Postupkom razrade, provjere i potvrđivanja ponuda i rasporeda dolazi se do takozvanog kataloga emisija koji se razvije najprije u neku cjelovitu radnu verziju (na primjer 12) rasporeda emitiranja za sve datume u godini (što znači za sve sezone tijekom godine i sve emisije izvan sheme), u kojoj se mogu raditi statističke analize i provjere zastupljenosti tipskih emisija i žanrova, odnosa premijernog i repriznog emitiranja, zastupljenosti emisija vlastite proizvodnje u odnosu na nabavljene, zastupljenosti jezika itd.

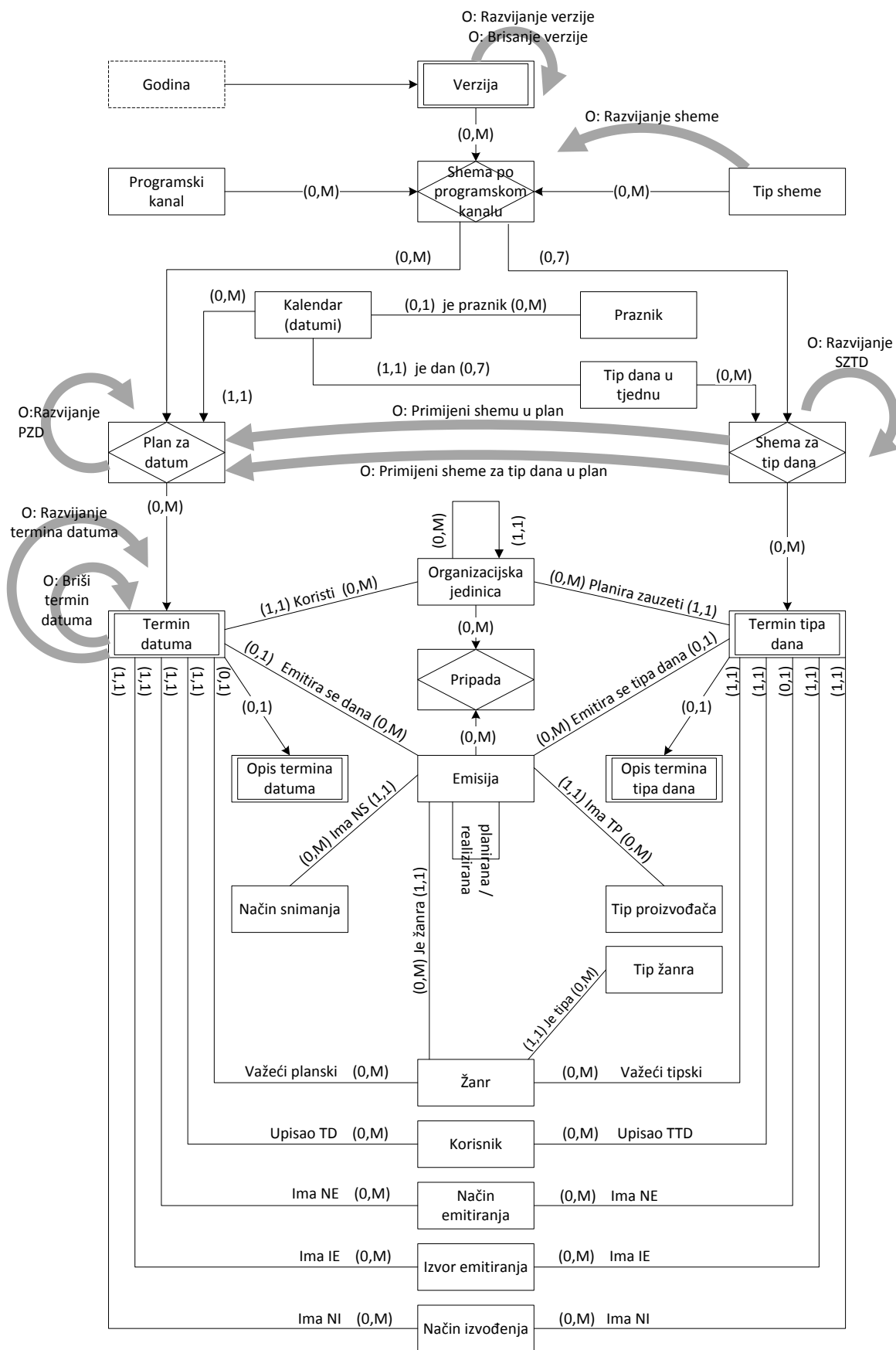
Kada je glavni urednik programa zadovoljan tom radnom verzijom rasporeda emitiranja i svim statističkim pokazateljima (i pokazateljima potrebnih resursa i budžeta, što se radi u paralelnom sustavu planiranja proizvodnje) za određeni programski kanal, ona se kopira u prvu verziju rasporeda emitiranja – Godišnji plan emitiranja (GPE). Prva verzija je planska i ne mijenja se tijekom godine. Mora biti zaključana odnosno finalizirana prije početka godine. Točnije, kako iz verzije 1 treba nastati precizna verzija 3 (DPE) za barem prvih 15 dana u godini barem 15 dana prije početka godine, GPE mora biti zaključana čak 15 dana prije.

Druga verzija plana emitiranja služi za veće, nakon početka godine utvrđene izmjene i u nju se upisuju sve izmjene plana tijekom godine koje će se ponavljati u duljem razdoblju. Nastaje kopiranjem prve verzije u drugu, unošenjem izmjena u jednom datumu i kopiranjem takvog izmijenjenog dana u sve dane istog tipa (na primjer, u sve ponedjeljke) zadanog razdoblja. I sve ostale verzije nastaju kopiranjem podataka iz „starije“ verzije u „noviju“, odnosno kopiranjem svih stavki jednog datuma u istovrsne dane.

Pojedina verzija se može potpuno ukloniti iz baze podataka, ukoliko korisnik procijeni da je to potrebno. Pri brisanju verzije brišu se sva pojavljivanja entiteta u tipovima entiteta u kojima se ta verzija pojavljuje u ključu. Briše se jedna po jedna verzija, a moguće je brisati i samo jedan datum unutar verzije ili svaku pojedinačnu stavku.

Aplikacija mora za vrijeme rada korisnika obavijestiti je li u njegovom planu došlo do preklapanja termina ili do nepotpunosti (rupe) u planu. Emisije se u televizijskom emitiranju moraju nadovezivati jedna na drugu, a ako to nije moguće u minutu točno, koriste se popune ili se termini koji slijede mogu pomicati.

Osim kopiranja i brisanja verzije, potrebna je operacija razvijanja verzije. Ova operacija omogućuje dupliciranje podataka verzije sheme u novu verziju rasporeda emitiranja. Da bi se shema razvila u verziju, potrebno je otvoriti novu verziju i provjeriti postojanje *Kalendara (datuma)* za tu godinu. Ako je riječ o novoj godini, u slučaju da ne postoji, potrebno je otvoriti kalendar te godine.



Slika 1. Model informacijskog sustava planiranja TV emisija

Ako se dijelovi verzije kopiraju, potrebno je pozicionirati se na postojeću verziju u tipu entiteta *Verzija* iz koje se podaci kopiraju. Kopiraju se pojedini programski kanali, sva pojavljivanja entiteta svih slabih tipova entiteta od *Verzija* u tipskom i u kalendarskom planu. Razvijanjem ili kopiranjem verzije se pojavljivanja tipova entiteta umnožavaju tako da se mijenja samo ključ novog tipa i to zamjenom stare verzije novom. Razvijanje sheme se izvodi i u tipovima: *Shema po programskom kanalu*, *Shema za tip dana*, *Termin tipa dana*, *Opis termina tipa dana*, *Plan za datum*, *Termin datuma* i *Opis termina datuma* (koji su opisani u nastavku).

Tip entiteta *Programski kanal* kao jaki tip entiteta jednoznačno se određuje odabirom odgovarajućeg programskog kanala s popisa programskih kanala. Na primjer, neki od programskih kanala su HRT 1, HRT 2, HRT plus i tako dalje. Tip entiteta *Programski kanal* može imati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Shema po programskom kanalu*.

Tip entiteta *Tip sheme* sadrži popis vrsta shema neovisno o godinama. Na primjer, vrste shema su ljetna shema, jesenska shema, božićna shema i tako dalje. Tip entiteta *Tip sheme* može imati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Shema po programskom kanalu*.

Pojedini programski kanal za neki tip sheme ima svoju *Shemu po programskom kanalu*. Svaka ta *Shema po programskom kanalu* može imati od nijedne do mnogo verzija. Zbog toga se uvodi novi agregirani (mješoviti) tip entiteta *Shema po programskom kanalu* koji je ovisan o tipovima entiteta *Tip sheme*, *Programski kanal* i *Verzija*. *Shema po programskom kanalu* je podjela ukupnog planskog vremena emitiranja programskih kanala u razdoblja planiranja koji su međusobno različiti, a unutar sebe za isti tip dana ponavlja se redoviti raspored. Svako razdoblje je jedna shema. Svaka shema ima početak i kraj. Početni i krajnji datumi uključeni su u shemu. Pri upisu sheme korisnik mora voditi računa o datumima.

Svaka nova shema, verzija, programski kanal i godina moraju se otvoriti u *Shema po programskom kanalu*. Jedna *Shema po programskom kanalu* može imati najviše sedam pojavljivanja u *Shema za tip dana* (za svaki dan u tjednu). Jedan dan u tjednu ima niz *Termina tipa dana*. To su rasponi vremena kada počinje i završava neka emisija. Jedan *Termin tipa dana* može i ne mora imati opis. U opis se upisuje sve nestandardno ili ono što se želi posebno naglasiti.

Nad shemom je moguće kopiranje iz neke prethodne godine u novu godinu. Otvara se nova nepostojeća shema i dodaje ju se u *Shema po programskom kanalu*. Pozicionira se na postojeću shemu iz koje se podaci kopiraju. Upisuju se parametri ciljne sheme (godina, verzija, programski kanal i shema) u koju se želi kopirati. Kopiraju se svi podaci iz stare *Sheme za tip dana* u novu *Shemu za tip dana*, tako da se zamijeni jedan stari ključ novim ključem. Isto se mora napraviti u slabim tipovima entiteta *Termin tipa dana* i *Opis termina tipa dana*.

Tip entiteta *Kalendar (datumi)* sadrži popis svih dana u godini, tip entiteta *Praznik* sadrži popis svih praznika u jednoj godini, a tip entiteta *Tip dana u tjednu* sadrži popis svih sedam različitih dana u tjednu.

Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Praznik* može imati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Kalendar (datumi)*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Kalendar (datumi)* pripada nijednom ili samo jednom entitetu *Praznik*.

Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Tip dana u tjednu* može imati nijedno ili najviše sedam pojavljivanja tipa entiteta *Kalendar (datumi)*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Kalendar (datumi)* pripada jednom i samo jednom entitetu *Tip dana u tjednu*.

Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Shema po programskom kanalu* može imati od nijednog do mnogo pojavljivanja tipa entiteta *Kalendar (datumi)*, a pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Kalendar (datumi)* može imati od nijednog do mnogo pojavljivanja tipa entiteta *Shema po programskom kanalu*. Zbog toga se uvodi agregirani tip entiteta *Plan za datum*.

Agregacija *Plan za datum* je popis svih datuma u godini jedne verzije, jednog programskog kanala po jednoj shemi za koje se izvodi planiranje. *Plan za datum* ima onoliko pojavljivanja u jednoj godini i jednoj verziji koliko ima različitih datuma u kalendaru jedne godine puta broj verzija.

Slab tip entiteta *Termin datuma* ovisan je o *Planu za datum*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Plan za datum* može imati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Termin datuma*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Termin datuma* pripada jednom i samo jednom entitetu *Plan za datum*.

Jedan datum ima niz *Termina datuma*. To su vremena kada počinje neka emisija, dobivena kopiranjem *Termina tipa dana* ili posebnim definiranjem. Ako postoji opis, onda je možda potrebno izvršiti izmjenu emisije ili nekog drugog podatka u *Terminu datuma* ili izbrisati opis za taj *Termin datuma*.

Termin datuma je plan rasporeda vremena jednog dana na jednom programu. Selektiramo li dan i shemu dobivamo listu termina kada počinju i koliko traju razne emisije. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Termin datuma* može imati nijedno ili samo jedno pojavljivanje tipa entiteta *Opis termina datuma*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Opis termina datuma* pripada jednom i samo jednom entitetu *Termin datuma*.

Slab tip entiteta *Opis termina datuma* ovisan je o slabom tipu entiteta *Termin datuma*. Opis termina datuma je komentar *Termina datuma* u kome se emitira jedna konkretna emisija. On se inicijalno kopira iz *Opisa termina* nastalog iz tipa dana. U opis se mogu upisati bilo koje informacije pogodne za pojašnjenje termina. Nakon kopiranja iz *Opisa termina tipa dana*, opise je potrebno ručno mijenjati. Pored toga se u *Terminu datuma* izmjeni šifra emisije.

Nad tipovima entiteta *Plan za datum* i *Termin datuma* moguće su operacije *Briši termin datuma*, *Razvijanje termina datuma* i *Razvijanje plana za datum*. Operacija *Briši termin datuma* pozicionira se na postojeći dan u *Plan za datum* i za taj datum, shemu, programski kanal i verziju briše sve termine u *Termin datuma* i opise iz *Opis termina datuma* ako oni postoje. Sam datum iz *Plana za datum* se ne briše. Postavlja se indikator „Oznaka gotovosti“ na „-“ što označava da datum nije završen.

Operacija *Razvijanje termina datuma* pozicionira se na postojeći dan iz kojeg se podaci kopiraju. Upisuje se novi (ciljni) datum (godina, verzija, programski kanal, shema i dan u kalendaru) u koju se želi izvršiti kopiranje. Kopiraju se svi podaci iz starog *Plana za dan* i svih slabih tipova entiteta u novi ključ istog tipa entiteta, pri čemu nije dozvoljeno dodavanje pojavljivanja.

Operacijom *Razvijanje PZD (Razvijanje plana za datum)* kopiraju se podaci iz tipa entiteta *Plan za datum* u tip entiteta *Plan za datum*.

Agregacija *Shema za tip dana* je tipski plan jednog dana u tjednu za jednu shemu po programskom kanalu.

Slab tip entiteta *Termin tipa dana* ovisan je o *Shemi za tip dana*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Shema za tip dana* može imati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Termin tipa dana*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Termin tipa dana* pripada jednom i samo jednom entitetu *Opis termina tipa dana*.

Termin tipa dana je plan raspodjele vremena iz minute u minutu, za odabrano razdoblje (shemu), odabrani programski kanal i za odabrani dan u tjednu (na primjer ponedjeljak). Raspodjela vremena mora biti takva da od početka do kraja nema rupa u vremenu. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Termin tipa dana* može imati nijedno ili samo jedno pojavljivanje tipa entiteta *Opis termina tipa dana*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Opis termina tipa dana* pripada jednom i samo jednom entitetu *Termin tipa dana*.

Slično kao *Opis termina datuma*, slab tip entiteta *Opis termina tipa dana* ovisan je o slabom tipu entiteta *Termin tipa dana*, a to je komentar *Termina tipa dana* u kome se emitira jedna emisija. U opis se mogu upisati bilo koje informacije, pogodne za pojašnjenje termina i emisije u tom terminu. Ovdje se popisuju sve emisije koje se mijenjaju i koje se emitiraju s raznim prekidima, na primjer, svaki drugi tjedan ili jednom u tri tjedna i slično.

Nad tipom entiteta *Shema za tip dana* definirana je operacija *Razvijanje sheme za tip dana (Razvijanje SZTD)* koja omogućuje prebacivanje planskih podataka jednog tipa dana na drugi tip dana (na primjer, kopiranje podataka s ponedjeljka na utorak). Operacija *Razvijanje sheme* to ne može. Kopira se *Shema za tip dana* određene sheme, programskog kanala, godine, verzije i tipa dana u željeni *Tip dana u tjednu*. Kopiranje uključuje brisanje postojećih podataka ciljnog ključa, ako oni postoje. Kopiraju se svi podaci iz slabih tipova entiteta (*Termin tipa dana* i *Opis termina tipa dana*) zamjenom ključa. Može se mijenjati tip dana tako da se briše (mijenja) ključ.

Tip entiteta *Organizacijska jedinica (OJ)* sadrži popis organizacijskih jedinica. Predstavlja sve razine hijerarhije organizacije. Povezan je sam sa sobom povratnim tipom veze. Jedno pojavljivanje Organizacijske jedinice na višoj razini hijerarhije u vezi je s više pojavljivanja entiteta na nižoj razini, dok je pojavljivanje entiteta na nižoj razini u vezi samo s jednim pojavljivanjem na višoj razini hijerarhije.

Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Organizacijska jedinica* može koristiti nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Termin datuma*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Termin datuma* pripada jednom i samo jednom entitetu *Organizacijska jedinica*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Organizacijska jedinica* planira zauzeti

nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Termin tipa dana*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Termin tipa dana* pripada jednom i samo jednom entitetu *Organizacijska jedinica*.

Tip entiteta *Emisija* je popis svih planiranih i/ili realiziranih emisija. Povezan je sam sa sobom povratnim tipom veze s ulogama *planirana* i *realizirana*. Pojedinačnom pojavljivanju tipa entiteta *Emisija* može pripadati nijedno ili mnogo pojavljivanja tipa entiteta *Organizacijska jedinica*, a pojedinačnom pojavljivanju tipa entiteta *Organizacijska jedinica* može pripadati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Emisija*. Zato je definirana agregacija *Pripada* koja sadrži ključne atribute tipova entiteta *Emisija* i *Organizacijska jedinica*.

Agregacija *Pripada* je popis svih *Emisija* jedne *Organizacijske jedinice* i obrnuto popis svih *Organizacijskih jedinica* za jednu odabranu *Emisiju*. Emisija se može seliti iz jedne u drugu *Organizacijsku jedinicu*. Kroz šifru verzije organizacijske jedinice pamte se bivša i sadašnja organizacijska jedinica. Za svaku organizacijsku jedinicu upisuju se *datum od* i *datum do* kad joj pripada pojedina emisija.

Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Emisija* može imati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Termin datuma*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Termin datuma* pripada nijednom ili samo jednom entitetu *Emisija*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Emisija* može imati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Termin tipa dana*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Termin tipa dana* pripada nijednom ili samo jednom entitetu *Emisija*.

Tip entiteta *Način snimanja* određuje tehnologiju snimanja koja može biti: filmsko, elektroničko, kombinirano, nepoznato i tako dalje. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Način snimanja* može imati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Emisija*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Emisija* pripada jednom i samo jednom entitetu *Način snimanja*.

Tip entiteta *Tip proizvođača* je popis svih tipova proizvođača. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Tip proizvođača* može imati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Emisija*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Emisija* pripada jednom i samo jednom entitetu *Tip proizvođača*.

Tip entiteta *Žanr* je popis vrsta žanrova. U javnom televizijskom prostoru u Europi temeljni žanrovi su: informativni, sportski, dokumentarni, dramski, obrazovni, zabavni i tako dalje. Tip entiteta *Tip žanra* je popis vrsta tipova žanrova. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Tip žanra* može imati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Žanr*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Žanr* pripada jednom i samo jednom entitetu *Tip žanra*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Žanr* može imati nijedno ili više pojavljivanja tipa entiteta *Emisija*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Emisija* pripada jednom i samo jednom entitetu *Žanr*.

Pojedinačna pojavljivanja tipova entiteta: *Žanr*, *Korisnik*, *Način emitiranja*, *Izvor emitiranja* i *Način izvođenja* mogu imati nijedno ili više pojavljivanja tipova entiteta: *Termin datuma* i *Termin tipa dana*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Termin datuma* pripada nijednom ili samo jednom entitetu *Žanr* te jednom i samo jednom entitetu: *Korisnik*, *Način emitiranja*, *Izvor emitiranja* i *Način izvođenja*. Pojedinačno pojavljivanje tipa entiteta *Termin tipa dana* pripada nijednom ili samo jednom entitetu *Način emitiranja* te jednom i samo jednom entitetu: *Žanr*, *Korisnik*, *Izvor emitiranja* i *Način izvođenja*.

Tip entiteta *Korisnik* sadrži podatke o svim korisnicima. Pripadnost navedenih entiteta entitetu *Korisnik* znači da je taj korisnik kreirao ili mijenjao pojavljivanje navedenog entiteta.

Tip entiteta *Način emitiranja* sadrži popis načina emitiranja: izravno, snimka i kombinirano, a tip entiteta *Izvor emitiranja* sadrži popis izvora emitiranja.

Tip entiteta *Način izvođenja* sadrži popise načina izvođenja. Neki od načina izvođenja su: premijerno, reprizno, sinkrono, odgođeno, bez statistike i slično.

Nad agregiranim tipovima entiteta *Shema za tip dana* i *Plan za datum* definirane su operacije *Primijeni shemu u plan* i *Primijeni sheme za tip dana u plan*.

Operacija *Primijeni shemu u plan* definira kopiranje svih podataka sheme u stvarne datume. Kopiraju se podaci iz *Termin tipa dana* u *Termin datuma* te iz *Opis termina tipa dana* u *Opis termina datuma*. Prilikom kopiranja, određuje se ciljna verzija te *datum od* i *datum do* kada se treba primijeniti tipska shema. Ne postoji mogućnost mijenjanja sheme i programskog kanala. Prilikom kopiranja *Sheme za tip dana* u *Plan za datum*, potrebno je pronaći ključeve datuma u koje će se podaci kopirati. Taj ključ može biti nijedan, jedan ili više ključeva tipa entiteta *Kalendar*. Shema ima obično sedam tipova dana u tjednu i započinje nekim *datumom od*. Taj datum je jednog i samo jednog tipa entiteta *Kalendar*. Kopiranje svih *Termina tipa dana* u *Termin datuma*, ranije navedenom zamjenom ključa *Tipa dana* u *Kalendar*, je prepisivanje uz zamjenu ključa.

Kopiranje svih *Opisa termina tipa dana* u *Opise termina datuma* također je prepisivanje uz zamjenu ključa. Pri razvijanju sheme u plan ne može se promijeniti cijeli ključ, već samo datum i verzija. Shema se može ograničeno primijeniti na način da se razvijanjem sheme u plan mijenjaju i atributi *datum od* i *datum do*. Operacija *Primijeni sheme za tip dana u plan* je operacija slična operaciji *Primijeni shemu u plan* s tim da je operacija ograničena samo na primjenu jednog dana iz tjedna, a ne svih dana iz sheme.

4. ZAKLJUČAK

Svaki složeni informacijski sustav zahtijeva model podataka i model procesa na osnovi kojeg će sam sustav biti izgrađen. U ovom je radu prikazan model podataka i operacije nad modelom za informacijski sustav planiranja TV emisija. Model može poslužiti, uz manje dorade, za razvoj IS različitih medijskih kuća koje planiraju i emitiraju emisije.

Na modelu je prikazan plan emisija po shemama i datumima. Prikazana je osnovna struktura tipskog planiranja (desna strana slike) i struktura kalendarskog planiranja (lijeva strana slike). Model je simetričan, a na njemu je definirano nekoliko operacija među kojima su i operacije kojima se kopiraju podaci iz tipskog planiranja emisija u podatke kalendarskog planiranja.

Daljnji razvoj modela TV emitiranja moguć je prema modelu za proizvodnju TV programa i povezivanja s odgovarajućim modelom koji će pokrivati procese i podatke proizvodnje TV emisija.

5. LITERATURA

- [1]. DR - Danish Broadcasting Corporation, (2006.), *COPE with the digital future*, DR, Kopenhagen, (6-7).
- [2]. EBU SIS, (2009.), *Guide 3 – Total broadcast output in hours (2002-2009)*, EBU, Geneve, (2-5).
- [3]. EBU, (2005), *Public Service Broadcasting: Organisational strategies for the digital future*, EBU, Geneve, (7-9).
- [4]. EBU-TECH: ESCORT, (2007.), *EBU System of classification of Radio and Television Programmes*, EBU, Geneva
- [5]. Mezulić, D., Pavlić, M., Šimunović, D., (2009.), *The Process of Planning and Monitoring TV Broadcast*, *Informatologia*, Vol 42., (314-317).
- [6]. Pavlić, M., (1994.), *Projekt SCENIS knjiga 1. - Glavni projekt*, HRT i RIS, Rijeka.
- [7]. Pavlić, M., (1995.), *Projekt PARTIS*, HRT, Zagreb.
- [8]. Pavlić, M., (2009.), *Informacijski sustavi*, Digital point, Rijeka.
- [9]. Pavlić, M., (2011.), *Oblikovanje baza podataka*, Digital point, Rijeka.
- [10]. Šimunović, D. et al. (2004.), *Integralni poslovni informacijski sustav HRT-a, v.5.2*, HRT, Zagreb (34-37).
- [11]. Šimunović, D., Pavlić, M., Čandrlić, S., (2011.), *A Proposal for the Procedure for Annual Programme and Production Planning for a Public TV Service*, *Informatologia*, Vol 44, (1 – 10)

SIGNIFICANCE AND IMPACT OF ELECTRONIC MEDIA THE POPULARIZATION OF THE SPORT

ZNAČAJ I UTJECAJ ELEKTRONSKIH MEDIJA NA POPULARIZACIJU SPORTA

Allen Bartoš

*Association for Sport and Recreation "Veteran '91.", Zagreb, Croatia
Udruga za šport i rekreaciju „Veteran '91.“, Zagreb, Hrvatska*

Abstract

Electronic media have played and still play a major role in the popularization of certain sports. Such type of media very specifically single out what is important, selecting thus those aspects which seem to be most profitable and then transmit that information to the public. Seeing that electronic media are mass media as well, we could argue that mass sport is a part of the mass culture. Contemporary modern and popular sport has the characteristics of professionalism as well as of commercialization. Modern sport in terms of culture is in one way most similar to the music industry. Accordingly, the electronic media, together with any other mass media, determine what will be popular and to what extent will a certain sport be popular. However, sport has not always been in a state we know it to be today. Before the appearance of electronic media, sport occupied a role of entertainment regulated by certain rules. However, when the electronic mass media began reporting about sports on mass scale, broadcasting certain sport events and analyzing them, sport became the way we know it now. A lot is being done to make young people turn to sport due to health reasons as well as to educational purposes. Children and adults actually learn through sport as they gain new insights and skills. However, the popularity of sport brings into the picture negative consequences as well. Sport has in a way become a product that is bought as a kind of commodity in the marketplace. This would be fine if the rules were the same for everyone, but this is unfortunately not the case. It is not the same to be a professional football player, or for example, a professional kayaker. The athletes mentioned do not have the same conditions or the same

Sažetak

Elektronski mediji odigrali su i još uvijek igraju veliku ulogu u popularizaciji sporta. Takva vrsta medija na osobit način selektira što je važno odnosno izabire ono od čega ima najviše koristi pa te informacije odašilje javnosti. Može se reći da su elektronski mediji ujedno i masovni mediji te se u tom smislu može govoriti i o sportu kao dijelu masovne kulture. Suvremeni moderni i popularni sport ima značajke profesionalizacije, ali i komercijalizacije, poput glazbene industrije. Dakle, elektronski mediji odlučuju što će biti popularno. Međutim, sport nije oduvijek bio takav kakav je danas. Prije elektronskih medija sport je imao ulogu zabave reguliranu određenim pravilima. No, kada su elektronski mediji počeli masovno izvještavati o sportu, prenositi sportske događaje te ih analizirati, promijenio se i značaj sporta u društvu. Mlade se nastoji u što većoj mjeri okrenuti sportu, zbog zdravstvenih i edukativnih razloga. Djeca i odrasli kroz sport zapravo i uče, stječu nova saznanja i vještine. Međutim, popularnost sporta ima i neke negativne posljedice. Sport je postao proizvodom te se kupuje kao roba na tržišnici, i to bez pravila. Nije isto biti profesionalni nogometaš ili primjerice, profesionalni kajakaš jer nemaju svi sportovi i sportaši iste uvjete i predispozicije za razvoj niti za osiguranje egzistencije odnosno profesionalizma. Neravnopravnost je posljedica utjecaja elektronskih medija na sport, čemu osobito pridonosi pojava reklamnih agencija i proizvođača sportske opreme.

Ključne riječi

sport, popularnost, elektronski mediji, komercijalizacija, javnost

predispositions for development, not to mention the meager chance of a professional kayaker to secure his minimum subsistence. In the past, sports were naturally more equally represented, but with the emergence and development of electronic media, the strict selection limited what will be advertised and published. Other entities appearing within the realm of sports acted accordingly, such as advertising agencies and manufacturers of sports equipment. They invested their funds and resources in the popular sports making them even more popular aside from the influence of the electronic media.

Keywords

sports, popularity, electronic media, commercialization, public

1. UVOD

Sport je od svojih početaka bio dio društva i kulture. No, svjedoci smo sve veće popularnosti sporta. Svi pričaju o sportu, komentiraju sportske događaje ili ih s nestrpljenjem očekuju. Jednostavno, ne može proći niti jedan dan da negdje na ulici ili preko medija ne čujemo nešto o sportu. Cilj je ovoga rada obrazložiti zašto je i kako je došlo do tako snažne medijske popularnosti sporta.

Upravo su elektronski mediji odgovorni za veliku popularnost sporta. Naravno, i klasični mediji (tisak, knjige...) daju svoj doprinos ovoj temi, ali ne u tolikoj mjeri kao elektronski mediji. Naime, sportski prijenos ne možete pogledati ili poslušati u novinama, već isključivo putem elektronskih medija. No, popularizacija sporta nije uslijedila iznenada, preko noći. Dug je to proces koji se ostvaruje kontinuirano. Međutim, moramo imati na umu činjenicu prolaznosti svega: kako je pojedini sport postao popularan, isto tako može postati i nepopularan. Upravo zato je važna kontinuirana strategija kojom se nastoji javnosti približiti i popularizirati određeni sport.

Danas postoji puno različitih sportova. Jasno je da ne mogu svi sportovi biti jednako popularni. Štoviše, postoje i sportovi o kojima se gotovo i ne govori na televiziji ili radiju. Međutim, tu svoju ulogu odigrava najnoviji suvremeni elektronski medij, internet. Razne sportske organizacije, ali i sportaši osobno posjeduju internet stranice preko kojih mogu promovirati i popularizirati određeni sport. Isto tako, na internetu se mogu naći različiti sportski izvještaji te pogledati prijenosi ili snimke prijenosa.

Ne možemo reći da su elektronski mediji jedini odgovorni za popularizaciju određenih trendova i sportova. Ali, možemo reći da su oni postavili dobre temelje za to. Daljnju popularizaciju sporta mogu provoditi razni drugi subjekti, poput proizvođača sportske opreme ili sponzora. Međutim, bitno je naglasiti da i ostali subjekti djeluju preko elektronskih medija, tako da se sve vrti u krug.

Iz dana u dan radi se na razvoju nekih drugih elektronskih medija, ali posebno i na sadržaju koji ti mediji nude kada su u pitanju kultura i sport. Novi elektronski mediji su i trajni nosači slike i zvuka (CD i DVD) te njima slični tehnološki proizvodi. Međutim, problem kod takvih medija je što se oni stalno razvijaju i zamjenjuju nekim drugim medijima, stoga oni ne mogu poslužiti kao sredstvo popularizacije tako efikasno kao puno zastupljeniji elektronski mediji poput televizije, radija i interneta koji svakodnevno odašilju informacija velikom broju korisnika diljem cijeloga svijeta. Dovoljan je „klik“ na tipkovnici da bi se pred

publikom stvorilo sportsko igralište i vrhunska sportska igra ili sportaši. Možda zato neke tribine ostaju nepopunjene. Djelovanje elektronskih medija načelno je neograničeno.

Ovaj stručni rad obrađuje temeljne pojmove s područja popularizacije sporta posredstvom elektronskih medija. U tom kontekstu prikazan je odnos elektronskih medija i sporta te višestruki utjecaj elektronskih medija na popularizaciju sporta. Popis literature korištene pri pisanju ovoga rada upućuje na dodatne izvore o aktualnoj temi („najvažnijoj sporednoj stvari“) koja zaokuplja javnost svakodnevno.

2. ELEKTRONSKI MEDIJI I SPORT

Za razmatranje značaja i utjecaja elektronskih medija na popularizaciju sporta treba najprije objasniti pojmove sport i mediji uopće te ukazati na razvoj, ulogu i utjecaj elektronskih medija.

Sport je tijekom povijesti obuhvaćao pojmove "igra" i "zabava", ali u današnje vrijeme predstavlja skup fizičkih, misaonih i logičkih aktivnosti natjecateljskog karaktera. Dakle, sport valja razlikovati od rekreacije, iako rekreacija također ima sva obilježja sporta, naravno, osim natjecateljskog. Kako se razvijalo društvo, tako se razvijao i sport, ali možemo reći da u određenoj mjeri vrijedi i obrnuto. Isto tako, razvojem društva i ljudske civilizacije razvijale su se i brojne sportske grane, discipline te regulacija, uloga i značaj sporta.

Glede medija postoji više odrednica. Fred Inglis za medije u općenitom smislu kaže: "Medij je ono što preobražava iskustvo u spoznaju, ili drukčije rečeno, mediji (množina) podaruju znakove koji pružaju značenje događajima iz svakodnevnog života."¹¹⁹

Prema zakonu o elektroničkim medijima, postoji i ova definicija: "elektronički mediji su audiovizualni programi, radijski programi i elektroničke publikacije."¹²⁰ S aspekta modernog društva, elektronički mediji su: radio, televizija i internet.

Međutim, treba naglasiti da su elektronički mediji ujedno i masovni mediji, odnosno, elektronički i masovni mediji su zapravo usko povezani pojmovi. Masovni mediji obuhvaćaju još neke druge medije, dok su elektronički mediji u cijelosti obuhvaćeni masovnim medijima.

Dakle, elektronički mediji su namijenjeni širokim masama, odnosno, cjelokupnom društvu. S obzirom na to, elektronički mediji imaju ogromnu ulogu u društvu i kulturi, pa tako i u sportu te njegovoj popularizaciji i razvoju, zato je potrebno analizirati svaki od navedenih elektronskih medija.

2. 1. Radio

Radio je elektronski medij koji koristi radiovalove u cilju emitiranja nekodiranog govora i glazbe te pritom ima kontinuitet i raspored emitiranja koji je namijenjen javnosti. Prvi radio koji je imao licencu započeo je emitiranje u studenom 1920. godine u Americi, a nakon dvije godine pojavio se i u Velikoj Britaniji. Nakon desetak godina, radio je "osvojio" svijet i suvereno je vladao scenom elektronskih medija sve do 50-ih godina prošlog stoljeća. Treba reći da je radio u Americi u svojim počecima bio shvaćen isključivo kao sredstvo zabave, dok se u Velikoj Britaniji radio doživljavao kao elektronski medij kulturnog značaja.

2. 2. Televizija

Medij televizije možemo promatrati s nekoliko aspekata, i to:

- kao skup tehnologija koji omogućuje prijenos i emitiranje slike i zvuka putem električnih signala;

¹¹⁹ Inglis, Fred, Teorija Medija, Barbat, Agm, Zagreb, 2007., str. 3

¹²⁰ Prilagođeno prema: Vlada Republike Hrvatske, Zakon o elektroničkim medijima, NN 153/09, str. 1

- kao sadržaj koji se prenosi električnim ili elektromagnetskim putem;
- kao masovni medij koji uključuje i postojanje institucije te tehnologije s pomoću koje se sadržaji prezentiraju širokoj, heterogenoj i rasprostranjenoj publici;
- kao industrija koja proizvodi i emitira televizijske programe.

Televizija se, u vremenu kada je nastajala, temeljila na brojnim tehnološkim izumima 19. i 20. stoljeća. John Logie Baird još je 1926. godine u Velikoj Britaniji prvi uspio pretvoriti sliku u električni signal i potom taj signal prenijeti na drugo mjesto.

2. 3. Internet

Internet je najpopularniji suvremeni elektronski medij koji obuhvaća i aspekte televizije i radija. Internet je zapravo mreža koja povezuje računala i računalne mreže koristeći jedinstveni računalni protokol. Nastao je 1969. godine u službi vojne komunikacijske mreže. Međutim, internet kakvog poznajemo u današnje vrijeme nastao je 1990. godine zahvaljujući jedinstvenom sustavu povezivanja i pretraživanja te "HTML" jeziku interneta. Od onda, pa sve do danas, internet utječe na apsolutno sve segmente ljudskog života, a tako i na popularizaciju sporta. Kao i ostali elektronski mediji i internet utječe na stvaranje slike i percepcije pojedinaca, ali i cjelokupnog društva. Internet je medij koji je u najvećoj mjeri slobodan i medij koji nudi ogromne mogućnosti informiranja.

Suvremeni sport karakterizira visok stupanj komercijalizacije i profesionalizacije, uz stalnu pojavu novih trendova koji pred sportsku organizaciju postavljaju nove izazove. Da bi ostale konkretne, sportske organizacije moraju stalno istraživati nove tehnologije, zakone i odnose. Profesionalnog sporta danas ne bi bilo bez marketinga i sponzora. Nezaobilazna pratilja suvremenog sporta je reklama (lat. *reclamare*: glasno vikati, uzvikivati, oglašavati). Ona počiva na potpunoj kontroli koju nad porukom ima pošiljatelj. Da bi to postigao, pošiljatelj kupuje prostor u javnosti, tj. postavlja reklamne panoje na ulici, oglašava se u novinama na radiju, televiziji i internetu. Sve to pridonosi znatnoj popularizaciji sporta. Navedeni medijski pojmovi ključni su za obrazloženje teme ovog stručnog rada.

3. ZNAČAJ I UTJECAJ ELEKTRONSKIH MEDIJA NA POPULARIZACIJU SPORTA

"U suvremenoj znanstveno-tehničkoj civilizaciji vrlo značajnu ulogu u procesu socijalizacije imaju i masovni mediji, poglavito oni elektronski. Osim tiska, gdje mladi u većini slučajeva pribjegavaju samo nekima, značajnu ulogu imaju i radio, televizija, a u zadnje vrijeme i računala (e-mail i Internet). Mladi se preko pojedinih igrica također uče kompetitivnosti, što je jedna od karakteristika sporta, ali i života općenito. Preko masovnih medija mladi također sudjeluju i u sportskim događajima javljajući se kao posredna publika, a dobivaju i određene informacije te znanja."¹²¹ Ovaj citat dokazuje od kolike su važnosti elektronski mediji kada je u pitanju sport i popularizacija sporta, kako među mladima, ali i kod ostalih naraštaja, bilo u rekreativne, amaterske ili profesionalne svrhe.

Suvremeni sport karakterizira visok stupanj komercijalizacije i profesionalizacije, za što su zaslužni elektronski mediji. Osim toga, pred sport se stalno postavljaju novi trendovi i izazovi, zato je važno pratiti tehnološke novine i učinke koji dolaze s njima, ali ne samo to, već sve to treba okrenuti u korist sporta i njegove popularizacije, i to na način da se u što većoj mjeri zadovolje potrebe društva.

Javnost koristi elektronske medije kao jedan od osnovnih načina informiranja. To je razlog zašto elektronski mediji vrše selekciju onoga što je ili nije važno. Jasno je da elektronski mediji na taj način zapravo izravno

¹²¹ Bjelajac, Slobodan; Sport i društvo, Fakultet prirodoslovno-matematičkih znanosti i kineziologije Sveučilišta u Splitu, Split, 2006., str. 159

utječu na samu popularizaciju ili depopularizaciju određenog sporta. Ne tako davno, situacija glede elektronskih medija i sporta nije bila takva kakvu danas poznajemo. Dapače, u povijesti je postojao otpor sportskih organizacija prema medijima jer su se bojali da će im mediji odvući pažnju odnosno zaradu, na način da će diktirati termine odigravanja utakmica ili čak natjecanja, a postajala je i bojazan da bi mediji mogli čak utjecati i na sama pravila igre. Međutim, takva bojazan nije dugo trajala. Sportske organizacije i savezi uvidjeli su da u nastaloj situaciji zapravo svi mogu izvući korist i zadovoljstvo. Postali su svjesni da će elektronski mediji stvoriti jasniju sliku o sportu putem javnih kanala te da će popularizirati sport i predočiti i informirati ljude o nekim novim sportskim sadržajima i trendovima.

Kako bi se mogao kvalitetno izvršiti proces informiranja ili populariziranja nekog sporta ili sportskog događaja, sportske organizacije, udruge te njihovi čelnici moraju imati i kvalitetne odnose s medijima. Tu nije riječ samo o pravovremenoj i primjerenom distribuciji informacija, već su bitne i vještine koje se temelje na nekim drugim znanjima. Odnose s medijima moraju obavljati profesionalne osobe koje se vode načelom izgradnje dugoročne i stabilne suradnje s medijima. Samo na takav način moguće je utjecati na popularnost sporta i sportskih događaja. Na određeni način, elektronski mediji su zapravo marketing modernog sporta, a znamo da marketing ne može odrađivati svatko bilo kako. Marketing se mora odvijati po posebnom planu i programu. Upravo zato je vrlo bitna stručnost i profesionalnost osoba koje komuniciraju posredstvom medija. Konačni cilj je da poruka, ma kakva bila, dospije do krajnjih korisnika odnosno šire javnosti. Ukoliko je poruka poslana pravom publici u pravo vrijeme, stvara se opća slika o određenom sportskom čimbeniku ili događanju. Na takav način se zapravo formira javno mnijenje kada je u pitanju sport i njegova popularizacija.

Održavanjem dobrih odnosa s medijima sportska će organizacija (neovisno o kojem je sportu riječ) izgraditi temelj za promoviranje i upoznavanje javnosti sa sportskim aktivnostima i trendovima te na taj način potaknuti popularizaciju određenog sporta.

3. 1. Odnos sporta i elektronskih medija

Bilo da je riječ o prijenosima na radiju, televiziji ili u novije vrijeme, internetu, najavama, ili pak o raznim izvještajima i analizama sa sportskih događanja, elektronski mediji imali su veliki utjecaj na popularizaciju sporta. Što se više zastupao pojedini sport na određenim medijima, rasla je i njegova popularnost. Publika se počela zanimati, a dio publike se odlučio i baviti određenim sportom utječući izravno na popularizaciju sporta. To je čarobni krug medijskog utjecaja. Primjerice, mediji bi bili u stanju popularizirati i ženski šah, kada bi to utjecajni krugovi željeli. Ali, mediji populariziraju samo ono od čega imaju veliku korist i ono što će najlakše proći koda mase. Uostalom, i elektronski mediji moraju slijediti određene trendove koje su, istina, stvorili uglavnom oni sami. Moderno dinamično potrošačko društvo traži svoj identitet i u medijima i u sportu. Jasno je kakav je utjecaj medija na popularizaciju sporta, ali postavlja se pitanje: kako sport utječe na medije?

S jedne strane elektronski mediji omogućuju određenom sportu povećanje popularnosti i osiguravaju mu da osiguravaju mu financijsku budućnost, kvalitetu i društvenu korisnost, a s druge strane, sport omogućuje medijima da dopru do teže dostupnih i novih korisnika. Funkcija medija očituje se u informiranju i ispunjavanju slobodnog vremena, a u tom smislu sport zauzima značajno mjesto. Suvremeni život očituje se zapravo u dva pogleda, a to su: vrijeme koje se koristi za rad i vrijeme koje se koristi za opuštanje, zabavu ili razonodu. Od svih oblika zabave sport je najprivlačniji. Čovjek je od davnih dana imao potrebu za sportom i rekreacijom, a ta potreba se razvojem društva samo povećavala. U tom smislu, prijenosi popularnih sportskih događanja prvotno bi trebali služiti za opuštanje, zabavu i razonodu ljudi.

No, može se reći da sport u općem smislu pridonosi elektronskim medijima znatno više, nego što oni pridonose sportu. Kada je riječ o sportskim sadržajima, postoje tisuće televizijskih i radio programa u svijetu, a još više i različitih internet stranica koje se bave tematikom sporta. Taj ogroman potencijal koji donosi sport uočen je već odavno, ali uočen je i velik broj korisnika čiji interes za sportom jednostavno ne opada, nego samo raste. To je ostavilo brojne dodatne mogućnosti za medije. Nadalje, popularni sport je postao veoma

važan izvor vijesti za industriju elektronskih medija i upravo se u tome očituje važnost sporta kada je riječ o medijima. Sport, koji su popularizirali mediji jer su uvidjeli potencijal i veliku korist koju im on donosi, u današnje vrijeme ima ključnu ulogu u medijskim sadržajima kao što su televizija, radio i internet. I ne samo to, ta uloga raste iz dana u dan. Sve je više sportskih kanala na televiziji, sve je više radio prijenosa na različitim radijskim postajama, a pogotovo internet prijenosa ili izvještaja i članaka o sportskim događanjima. I nije tu samo riječ o popularnosti sporta, već i o popularnosti samih sportaša. Javnost zanima i što rade sportaši, njihove afere, gdje je tko i kada bio te kako se obukao i ponašao, uz niz zapravo nepotrebnih informacija koje su postale, da tako kažemo, potrebne jer su ih mediji takvima učinili. Primjerice, vijest da je popularni nogometaš kluba Manchester Cityja Mario Balotelli pijančio u disko klubu do rane zore običi će svijet u trenu i naći će svoj prostor u svim elektronskim medijima. Ali, načelno gledajući, kakve ta vijest ima veze sa sportom? Baš nikakve. Ta vijest, upravo suprotno, ima negativan učinak na sam spomenuti klub, pa tako i na sport kojim se klub bavi, tj. nogomet. Ali to je još jedan učinak popularizacije sporta koju su sproveli elektronski mediji, i taj učinak nije izuzetak. Postoji još mnogo sličnih primjera gdje je samo na prvi pogled riječ o sportu. Međutim, svatko može primijetiti da je ta vijest objavljena samo zato jer nailazi na brojnu publiku koju ta vijest zanima. Kako je rečeno, takvo okruženje stvorili su upravo elektronski mediji.

Navedeni primjer potvrđuje i da mediji posvećuje sve više prostora sportskim i zabavnim informacijama koje su na bilo koji (i najmanji) način povezane sa sportom. Možemo reći da se elektronski mediji zapravo na neki način natječu tko će obuhvatiti veći spektar sportskih događanja i informacija odnosno tko će prije pružiti takve informacije, a sve to čine kako bi privukli što veći broj korisnika.

3. 2. Značaj i uloga elektronskih medija na popularizaciju sporta

"U suvremenoj znanstveno-tehničkoj civilizaciji vrlo značajnu ulogu u procesu socijalizacije imaju i masovni mediji, poglavito oni elektronski."¹²²

U prijašnja vremena u mnogim se zemljama sport nije smatrao vrijednim nekog detaljnijeg proučavanja. U knjižarama se tek mogla naći pokoja knjiga iz sporta, i to izrazito tehničke prirode, u smislu kako postati dobar nogometaš, koja su pravila košarke i slično. Nitko nije detaljnije analizirao učinak, u ono vrijeme, običnih i klasičnih medija, te utjecaj sporta na društvo.

Sport je počeo privlačiti veću pažnju društva tek krajem 19. i početkom 20. stoljeća, što je i u skladu s prvim idejama o elektronskim medijima i njihovim razvojem. Razvojem elektronskih medija sport je zapravo postao institucionaliziran i djeluje kao društvena organizacija (sportske organizacije, razne udruge sportaša...). Preko elektronskih medija sport se uspio probiti u središte tog institucionalnog sustava te je tako popularizirani sport dobio i neke druge karakteristike koje nisu u uskoj vezi samog pojma "sport", gdje podrazumijevamo igru natjecateljskog karaktera. Sport je tada, zapravo, dobio i političke, ali i ekonomske značajke.

Elektronski mediji su najznačajnija karakteristika modernog društva. Mediji su prisutni u svim granama društvenog života: politici, obrazovanju, zabavi, javnom ili privatnom životu poznatih i manje poznatih osoba, pa tako i u sportu. U današnjem smislu učinaka i uloge medija u popularizaciji sporta, možemo reći da su mediji zapravo posrednici između društva i sporta, na način da društvu promoviraju sport, a potom u promoviranje sporta ubacuju i neka druga promoviranja.

Razlog zbog kojeg mediji utječu na popularizaciju sporta je i taj što su ljudi u mogućnosti sudjelovati u raznovrsnim sportskim događanjima, pratiti rezultate, čitati ili slušati komentare i izvještaje nakon utakmica, i to sve bez fizičke nazočnosti sportskom događanju. Međutim, navedeno se manifestira kroz dva potpuno različita gledišta odnosno dvije potpuno različite slike koje se projiciraju. Potpuno drukčiji učinak je gledati utakmicu sa stadiona, iz dvorane ili nekog drugog mjesta, u odnosu na isti prizor na televiziji, internetu ili slušati prijenos na radiju. Naravno, sasvim je jasno zašto je drukčije slušati utakmicu na radiju nego gledati

¹²² Bjelajac, Slobodan; Sport i društvo, Fakultet prirodoslovno-matematičkih znanosti i kineziologije Sveučilišta u Splitu, Split, 2006., str. 159

je uživo. Međutim, ukoliko gledatelj prati sportski događaj na mjestu na kojem se on i održava, on će događaj vidjeti iz jedne perspektive ili dimenzije stvarnosti. Ali, ako je prijenos utakmice na televiziji dobro odrađen, gledatelj će osjećati kao da neposredno prisustvuje tom događaju. Tu su i dodatni vizualni efekti, planovi i kutovi snimanja, razdvojeni kadrovi u istoj slici, razni grafikoni i sheme prije utakmice te ostalo što utječe na cjelokupni dojam gledatelja. Primjerice, zbog blizine kamere i krupnih planova boks meč može izgledati znatno uzbudljiviji za televizijskog gledatelja, nego za posjetitelja koji boksački meč prati na licu mjesta odnosno u dvorani. Dakle, dojam o nekom sportskom događanju može se bitno razlikovati ovisno o tome prisustvuje li se događanju osobno ili se događaj prati putem televizijskog prijenosa, ili se pak nakon događaja sluša radijski izvještaj. Na sam dojam o nekom događaju uvelike utječe i novinar, odnosno komentator koji prenosi takav događaj. Već je poznato da postoje komentatori koji od relativno nezanimljivih događaja naprave "spektakl", ali i oni koji od "spektakla" naprave upravo suprotno. Iz osobnog iskustva znam da su određeni ljudi pri gledanju nekog prijenosa isključili zvuk na televiziji te upalili radio i slušali zvuk s radija, a sliku gledali s televizije. To jasno pokazuje da i novinar koji prenosi utakmicu ima vrlo veliku ulogu. Mediji mogu utjecati na popularnost sporta i na način da produžuju vrijeme nekog sportskog događaja. Primjerice, mediji mogu tjednima pisati o nekom događaju (i zbivanjima vezanim za taj događaj) koji je trajao svega nekoliko minuta. Isto tako, mogu i mjesecima najavljivati određene događaje te i na taj način povećati interes i popularnost tog određenog sportskog događaja (primjerice, europsko prvenstvo u nogometu, olimpijske igre i sl.).

Sve to može utjecati na gledatelja i njegov stav prema određenom sportu, a kada to utječe na skup gledatelja i na njihov opći stav o određenom sportu, onda možemo govoriti o procesu popularizacije određenog sporta i svega vezanog za sport.

Elektronski mediji su popularizacijom sporta doveli i do mnogih novih funkcija sporta, od kojih su najvažnije:

- *zabavna funkcija sporta*, koja dobiva sve veći značaj zahvaljujući masovnim i elektronskim medijima te slobodnom vremenu uvjetovanom tehnološkim napretkom;
- *vizualnost sporta*, gdje sport predstavlja određenu formu koja uključuje emocionalni, informacijski sadržaj te stanje napetosti, a ponajviše se očituje u pasivnom odnosu gledatelja prema sportu;
- *društvena funkcija* koja se očituje kroz sportske formacije zbog izrazito visoke komunikativne značajke poticane elektronskim medijima;
- *funkcija motoričkog osposobljavanja populacije* - temelji se na tome da je sport upleten u sliku i percepciju svijeta kakva se želi stvoriti i ostvariti.

Popularizacija sporta provedena preko elektronskih medija dovela je i do toga da je određene sportske aktivnosti koje su prije zahtijevale aktivno sudjelovanje pretvorila u promatračke sportove. No, unatoč tome, sport teži profesionalizmu, što opet izaziva dodatnu popularizaciju privlačeći široku publiku.

3.3. Pozitivne i negativne strane medijske popularnosti

Današnji elektronski mediji od neprocjenjive su važnosti za sport. Današnje društvo želi znati sve o svojim sportskim herojima, o svojim sportskim klubovima. Masovni mediji su jako zainteresirani da nam te informacije i pruže. Ponekad nam nude i više informacija nego što tražimo, a vrlo često se prelaze granice osobne privatnosti igrača. Mediji dolaze do svih vrsta informacija o igraču: od njegove povijesti, obitelji, životnog stila itd. Igrači osjećaju da je njihova intima konstantno izložena vanjskom svjetu. Banalne pojedinosti iz njihove svakidašnjice – što jedu, s kime se i kako zabavljaju, koji automobil voze, koliko troše. Sve to postaje hrana milijunskih obožavatelja, a eventualni prekršaji ili skandali koji izazivaju dobivaju veći publicitet od političkih, kulturnih ili vjerskih događaja.

Utjecaj medija posebno su jaki na sve više prisutne mlade igrače koji nemaju formirane ličnosti, a pod velikim su pritiskom. Pritisak dolazi iz njihove bliže okoline, ali i iz široke javnosti. Prije profesionalizacije

glavni motivacijski faktor sportašima bila je pobjeda. Danas, sa svećim medijskim utjecajem sve više mladih igrača ima jedino ciljeve ostvarivanja sve većih zarada kroz ugovore i oglašavanja.

Kada je, riječ o utjecaju sportske karijere i svega onoga što uz nju ide (priznanja, slava, širenje kruga poznatih u društvenoj eliti, sukobi, afere i sl.) i utjecaju svih tih događaja na svijest i psihičko stanje sportaša kao javne osobe, treba reći da su pred pojedincem sve mogućnosti, u rasponu od junaka do gubitnika.

Najbolji primjer je Jenifer Capriati koja je vrlo rano postizala vrhunske rezultate. Već sa 14 godina postala je najmlađa polufinalistica Roland Garrosa, a godinu je završila kao 8 igračica svijeta. Iznenađna popularnost i veliki medijski pritisak u ranim adolescentnim godinama dovode je do problema sa drugom i policijom. Zbog fizičkog i emocionalnog sloma prestaje igrati turnire i nestaje s WTA ljestvice gotovo dvije godine. Nakon izlaska iz krize, teškim radom i upornošću uspijeva se vratiti u vrhunski profesionalni tenis i osvaja tri grand slam turnira. Takvih je primjera među sportašima jako puno.

Pozitivne strane utjecaja medija na sportaše su:

- 1) mediji eksponira sport i publici koja nema mogućnosti pratiti uživo sportske priredbe.
- 2) utjecaj medija na sport stvorio je takve financijske uvjete u kojima se stipendiraju mladi igrači i njihovo obrazovanje.
- 3) mediji su jako doprinjeli jednakosti muških i ženskih sportaša.
- 4) važan utjecaj mediji imaju na sve veću disciplinu i moral igrača zbog eksponiranosti obožavateljima koji ih smatraju uzorima i junacima.
- 5) povećanje zarade sportaša proporcionalno je njihovom medijskom statusu.

Negativne strane utjecaja medija na sportaše su:

- 1) medijska pažnja ne poznaje granice te ulazi u najintimnije dijelove života sportaša.
- 2) sportaši, osobito profesionalci vrlo često se smatraju da su „iznad zakona“ u odnosu na običan puk, što ih često stavlja u sukob sa zakonom.
- 3) vrhunski sportaši često puta posežu i za dopingom kao i ostalim nedopuštenim sredstvima u svrhu postizanja i održavanja vrhunskih rezultata.
- 4) ozljede, slaba forma, nerijetko dovode do gubitka medijske pažnje koja onda dovodi do droge, alkohola i kriminala, te obično završava tragično.

Iz ovoga možemo zaključiti kako mediji ipak imaju općenito pozitivan utjecaj na sportaše i popularizaciju sporta, ujedno i sportske rekreacije jer se i sportski rekreativci vrlo često indentificiraju sa svojim idolima u sportu jer nastoje biti kao oni. No isto tako, možemo vidjeti da uz sve pozitivne strane postoje i brojni negativni efekti koji su također prisutni i koji su posljedica velike medijske popularnosti.

3.4. Sport u tržišnom ozračju medijskog marketinga

"Mnogi će se složiti da profesionalnog sporta danas ne bi bilo bez marketinga i sponzora. Bez obzira koliko sport bio koristan za svakog pojedinca, koliko promiče pozitivne vrijednosti, koliko djece spasi s ovisničkih ponora i koliko je značajan u promociji neke male zemlje poput Hrvatske, bez ogromnog novca koji se slijeva od sponzora i pokrovitelja sve bi završilo samo na leđima velikih entuzijasta."¹²³

Popularizacija sporta posredstvom elektronskih medija dovela je i do loših učinaka povezanih s novcem. Mnogi žele profitirati od raznih sportskih događanja, a u cijeloj priči zapravo najviše ispaštaju upravo sportaši, i to ni krivi ni dužni.

¹²³ <http://www.poslovni.hr/vijesti/popularnost-sporta-u-sve-vecoj-mjeri-diktiraju-mediji-i-oglasivaci-88599.aspx>
(5. veljače 2012.)

Elektronski mediji omogućuju globalno praćenje sportskih događaja, što opet omogućuje pojedincima i klubovima svjetsku slavu. No, medijske kuće se bore koja će prva otkupiti prava emitiranja najpopularnijih i najvećih sportskih zbivanja. A zašto? Zato jer i oni žele svoj "dio kolača", žele zaradu. Upravo to diktira popularnost određenog sporta - zarada. Kao što je već rečeno, da postoji želja, mogao bi se popularizirati i ženski šah. Ali neće jer postoje mnogi drugi „atraktivniji“ sportovi koji donose zajamčeni profit.

Poseban je medijski i sportski problem postao profit. Moćni pojedinci diktiraju cijenu sportaša pa tako nastaju tzv. nemoralne ponude. Klubovima se nudi ogromna količina novca za prodaju najboljih, ali i najpopularnijih sportaša. Naravno, nudi se ogromna količina novca i igračima, ali u pravilu, nije igrač taj koji odlučuje. Uostalom, često imamo priliku vidjeti, slušati ili čitati u elektronskim medijima kako je određen klub "morao" prodati određenog igrača zbog - ekonomske situacije u klubu. Primjerice, slučaj Davida Beckhama, igrača koji je 2007. godine prešao iz Real Madrida u Los Angeles Galaxy za nevjerovatnih 250 milijuna dolara! Naravno, niti jedan igrač ne može vrijediti tolike novce; nadalje, kvaliteta sporta puno je veća u Real Madridu nego u bilo kojem američkom klubu, za te novce Los Angeles Galaxy mogao je dovesti više kvalitetnijih igrača. Međutim, američki klub je znao što radi. Doveo je popularnog igrača i popularizirao je svoje ime, svoj klub i privukao publiku zbog neki svojih ciljeva. Nažalost, ovakvih primjera u modernom svijetu ima mnogo, i to ne samo u nogometu.

Isto tako, za vrijeme najpopularnijih sportskih događanja "vrte" se reklame koje si mogu priuštiti samo najbogatiji. Cijena tih reklama je iz dana u dan sve veća. U „medijsku igru“ uključeni su i proizvođači sportske opreme te sponzori koji također plaćaju velike iznose najpopularnijim sportašima kako bi ih reklamirali. Nije teško uočiti i shvatiti da oni to ne bi radili da nemaju od toga velike koristi.

Iz svega je vidljivo da je sport određen tržišno-ekonomskim faktorima. Ako nastavi ovakvim tempom, sport će u cijelosti postati tek proizvod. Već i sada imamo primjere koji potvrđuju da najbolji sportaši malog nogometa zarađuju tek dovoljno za život, dok se najbolji sportaši velikog nogometa "kupaju u novcu". Zašto je to tako? Zato što mali nogomet nije, i nikada neće biti popularan kao veliki, isključivo zato jer u velikom nogometu već postoje temelji za ekonomske profite i druge gospodarske odrednice.

4. ZAKLJUČAK

Proces globalizacije, koji uključuje i razvoj elektronskih medija, uvelike je utjecao na popularnost sporta. Od svoje pojave mediji su utjecali na različite društvene i kulturne grane, pa tako i sport. Progresivni razvoj sporta, kao i njegova popularnost, započeo je s otkrićem i upotrebom elektronskih medija.

U današnje vrijeme na popularnost i gledanost sporta najviše utječu televizija i televizijski prijenosi, ali to ne znači da ostali elektronski mediji nemaju utjecaj na popularnost sporta. Dapače, nerijetko se na radiju mogu poslušati raznih prijenosi sportskih događanja, njihove najave ili pak izvještaji sa sportskih događanja. Internet također ima značajnu ulogu u popularizaciji sporta. Na internetu je omogućena protočnost raznih sportskih informacija, a mogu se gledati i slušati prijenosi ili pronaći snimke nekih starijih popularnih događanja. Slobodno možemo reći da su i internet-kladionice imale utjecaj na popularnost određenih sportova.

Sport je kulturni i društveni fenomen koji nalazi svoje mjesto u suvremenoj kulturi, a posebno masovnoj kulturi koja uključuje i elektronske medije. Upravo su ti mediji učinili sport fenomenom svjetskih razmjera te na taj način sport ulazi u živote i mladih i odraslih ljudi, bilo kao (pasivna) promatračka aktivnost – gledanje sporta u smislu zabave i razonode, ili kao (aktivna) rekreativnost, amatersko ili profesionalno bavljenje sportom.

Elektronski mediji omogućuju određenom (biranom) sportu povećanje popularnosti i osiguravaju mu financijsku budućnost i kvalitetu. Isto tako, sport omogućuje medijima neke druge aktivnosti i ciljeve, poput dopiranja do teže dostupnih korisnika, ili ostvarivanja zarade. Neki sportovi utječu na popularnost određenih medijskih segmenata, poput televizijskih kanala.

Mediji su od sporta napravili i idol koji zahtijeva puno rada, odricanja i žrtve. Sport je igra natjecateljskog karaktera i ukoliko se kao takav na kvalitetan način prikaže kroz elektronske medije, popularnost je zajamčena.

Međutim, sport je danas postao previše medijski ovisan odnosno vrsta masovne kulture te sredstvo komunikacije samo za sebe. Sport više ne znači samo vještine, umjetnost i znanje, već podrazumijeva i institucije, propagandu i marketing te svoje mjesto nalazi i na gospodarskom tržištu. To znači da se u novije vrijeme sve počinje polako vrtjeti oko novca, što potvrđuju i razne nemoralne ponude sportašima, ili reklame koje se vrte prilikom najpopularnijih sportskih događanja, a izrazito su skupe.

Nažalost, tu je i činjenica da određene televizijske kuće, ili radiopostaje neće prenositi pojedine sportske događaje ako smatraju da su oni "preskupi" ili ako im ti sportski događaji ne jamče veliku gledanost ili slušanost. Svjedoči to i aktualan primjer popularizacije "futsala" odnosno malog nogometa od strane HRT-a. Točnije, HRT sam za sebe govori da je europsko prvenstvo koje se odvija u Hrvatskoj promocija tog sporta. Međutim, što reći na činjenicu da je HRT prenosio samo utakmice naše reprezentacije, što znači da se do sada nije prenosila niti jedna utakmica osim kada je igrala Hrvatska reprezentacija. S druge strane, strani program "Eurosport 2" prenosio je sve utakmice. Gdje je tu logika? Taj primjer nam jasno govori da tu nešto nije u redu te da postoji i negativan utjecaj elektronskih medija na sport.

LITERATURA

Knjige:

1. Inglis, Fred, Teorija Medija, Barbat, Agm, Zagreb, 2007.
2. A. Bauer, Thomas, Mediji za otvoreno društvo, SVEUČILIŠNA KNJIŽARA d.o.o., Zagreb, 2007.
3. Skupina autora, Uvod u medije, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2011.
4. Milojević, A, Marketing u sportu, Godišnjak za psihologiju, Vol. 2., No. 2., pp. 113-118. Niš, 2003.
5. Bjelajac, Slobodan, Sport i društvo, Fakultet prirodoslovno-matematičkih znanosti i kineziologije Sveučilišta u Splitu, Split, 2006.
6. Cutlip, S., Center, A., Broom, A., Odnosi s javnošću, Mate, Zagreb, 2003.
7. Zakon o elektroničkim medijima, NN 153/09
8. Grbavac, Vitomir, Grbavac, Jacinta, Komunikacijski sustavi, DOIK, Zagreb, 2008.
9. Barker, C.J., Television, globalization and cultural identities, Philadelphia: Open University Press, 2000.
10. Bergant, B., Entertainment for the privileged?, Internet, 2001.
11. Cohen, G.L., Media Portrayal of the Female Athlete Women in sport: Issues and controversies, 2004.
12. Dziki, S., Maczuga, J., Pisarek, W., Who's who in mass communication, Muenchen, K.G. Saur, 1990.

Internet:

1. <http://www.poslovni.hr/vijesti/popularnost-sporta-u-sve-vecoj-mjeri-diktiraju-mediji-i-oglasivaci-88599.aspx>
2. http://www.zorantomic.net/download/PRBlog_knjiga.pdf
3. <http://mrav.ffzg.hr/zanimanja/book/part2/node1503.htm>

AN INSIGHT INTO THE INTERNET USAGE EVOLUTION- A QUANTITATIVE APPROACH

UVID U EVOLUCIJU UPOTREBE INTERNETA – KVANTITATIVNI PRISTUP

Tea Baldigara, Ana Štambuk¹, Maja Mamula

*Faculty of Tourism and Hospitality Management, University of Rijeka, Opatija, Croatia; Faculty of Economics,
University of Rijeka, Rijeka, Croatia¹*

*Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Sveučilište u Rijeci, Opatija, Hrvatska; Ekonomski fakultet, Sveučilište u
Rijeci, Rijeka, Hrvatska¹*

Abstract

Internet is undoubtedly, the most significant nowadays global social phenomenon. Internet, sometimes called simply "the Net," is a worldwide system of computer networks. It was conceived in 1969 and since that it assumed unthinkable proportions. The Internet, as a global and certainly controversial media, as well as its usage and its impact on everyday life, is nowadays an issue of great interests and researches. The Internet usage statistics, among others, provides information on the number of Internet users worldwide and is a significant source of other information regarding this modern social phenomenon. According to the Internet usage statistics in June 2010 there were 1,966 millions of Internet users worldwide. Assuming that, the rise of the Internet dramatically changed the modern ways of communication, its better understanding, certainly requests detailed and systematic qualitative and quantitative analysis. Based on those premises, the aim of the paper is to quantitatively approach the analysis of the temporary evolution of the number of Internet users and to provide a forecast of the future evolution of the phenomenon.

Keywords

Internet, Internet users, Internet usage statistics, quantitative methods.

Sažetak

Internet, vjerojatno najznačajniji globalni socijalni fenomen današnjice ponekad zvan jednostavno „Net“, svjetski je sustav računalnih mreža. Ustanovljen je 1969. godine od kada je poprimio nezamislive razmjere. Internet, kao globalni i svakako kontraverzni medij, njegova uporaba i utjecaj na svakodnevni život, danas su predmet velikog interesa i istraživanja. Statistika korištenja interneta, između ostalog, osigurava informacije o broju korisnika Interneta širom svijeta i značajan je izvor informacija o ovom društvenom fenomenu. Prema statistici korištenja Interneta u lipnju 2010. širom svijeta bilo je 1,966 milijuna korisnika Interneta. Uz pretpostavku da je razvoj Interneta dramatično utjecao na moderne načine komunikacije, njegovo bolje razumijevanje zahtijeva detaljnije i sistematičnije kvalitativne i kvantitativne analize. Na temelju tih pretpostavki, cilj je rad kvantitativno prikazati analizu evolucija broja Internet korisnika i prognozirati buduću evoluciju tog fenomena.

Ključne riječi

Internet, statistika korištenja Interneta, kvantitativne metode, model trend polinoma drugog stupnja

INTRODUCTION

The Internet came into existence in the 70's and since then it assumed unimaginable proportions. Today, the Internet is a public, cooperative, and self-sustaining facility accessible to hundreds of millions of people

worldwide. [<http://searchwindevelopment.techtarget.com/definition/Internet>]. According to data published in the ICT Facts and Figures 2011, nowadays one third of the World population is using the Internet and 45% of the world's Internet users are below the age of 25 [ICT].

The world today is unconceivable without the Internet. Based on this premise the paper investigates the historical evolution of the exponential growth of the Internet users from 1995. At first the authors give a global picture of the importance and usage of the Internet nowadays. Furthermore, based on data published on the Internet usage statistics the authors attempt to model and extrapolate the Internet usage approximating a second degree polynomial trend model.

1. THE INTERNET USAGE – AN OVERALL PICTURE

Starting from the hypothesis that the Internet has revolutionized the world and that it significantly affects different aspects of man's everyday's life, it can be considered a phenomenon that deserves serious investigations and analysis. Numerous studies, papers, books, projects and discussions on this issues has been published and there are different statistics concerning the Internet usage by language, nationality, geography, global Internet traffic, etc. available. This paper gives to the readers just the basic essential information on the Internet usage statistics with the purpose to demonstrate the enormous proportions and the significant rate of penetration of the Internet in the modern world.

The International Telecommunication Union published the list of countries by numbers of Internet users in the 2011. According to the ITU an Internet user is every person using the Internet from any device, including the mobile phones. The figures are given in the table below.

Table 5. Top 20 countries with highest number of Internet users

	Country or Region	Population, 2011 Est	Internet Users Year 2000	Internet Users Year 2011	Penetration (% Population)	World % Users
1	China	1,336,718,015	22,500,000	485,000,000	36.3 %	23.0 %
2	United States	313,232,044	95,354,000	245,000,000	78.2 %	11.6 %
3	India	1,189,172,906	5,000,000	100,000,000	8.4 %	4.7 %
4	Japan	126,475,664	47,080,000	99,182,000	78.4 %	4.7 %
5	Brazil	203,429,773	5,000,000	75,982,000	37.4 %	3.6 %
6	Germany	81,471,834	24,000,000	65,125,000	79.9 %	3.1 %
7	Russia	138,739,892	3,100,000	59,700,000	43.0 %	2.8 %
8	UK	62,698,362	15,400,000	51,442,100	82.0 %	2.4 %
9	France	65,102,719	8,500,000	45,262,000	69.5 %	2.1 %
10	Nigeria	155,215,573	200,000	43,982,200	28.3 %	2.1 %
11	Indonesia	245,613,043	2,000,000	39,600,000	16.1 %	1.9 %
12	Korea	48,754,657	19,040,000	39,440,000	80.9 %	1.9 %
13	Iran	77,891,220	250,000	36,500,000	46.9 %	1.7 %
14	Turkey	78,785,548	2,000,000	35,000,000	44.4 %	1.7 %
15	Mexico	113,724,226	2,712,400	34,900,000	30.7 %	1.7 %
16	Italy	61,016,804	13,200,000	30,026,400	49.2 %	1.4 %
17	Philippines	101,833,938	2,000,000	29,700,000	29.2 %	1.4 %
18	Spain	46,754,784	5,387,800	29,093,984	62.2 %	1.4 %
19	Vietnam	90,549,390	200,000	29,268,606	32.3 %	1.4 %
20	Argentina	41,769,726	2,500,000	27,568,000	66.0 %	1.3 %
TOP 20 Countries		4,578,950,118	275,424,200	1,601,772,290	35.0 %	75.9 %
Rest of the World		2,351,105,036	85,561,292	508,993,520	21.6 %	24.1 %
Total World -		6,930,055,154	360,985,492	2,110,765,810	30.5 %	100.0 %

Source: <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>

Recently, the developing countries have significantly increased their share of the world total number of Internet users [shown in table below].

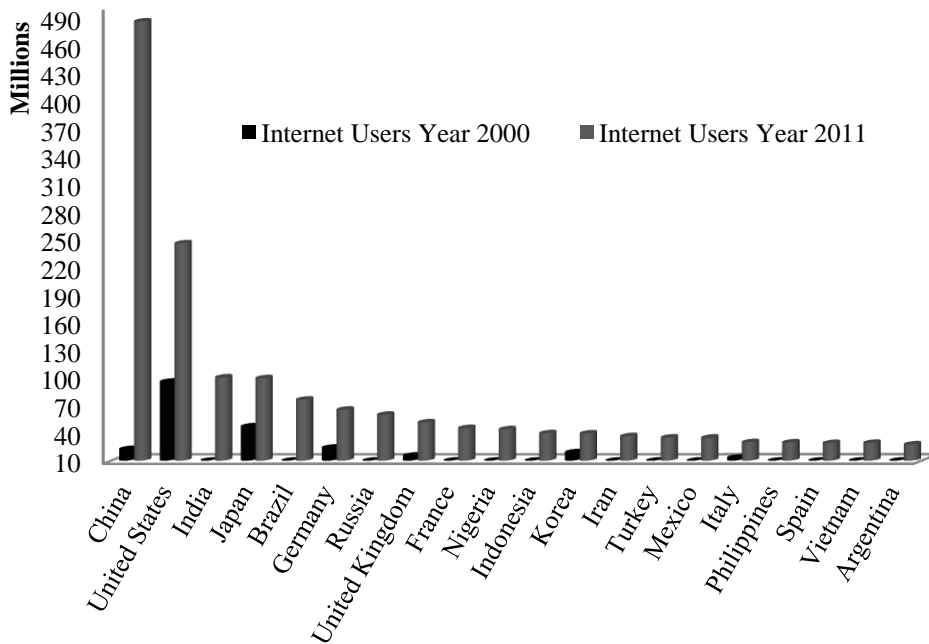
Table 6. Internet user in developing countries

Users	(millions)						Per 100 inhabitants					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011*	2006	2007	2008	2009	2010	2011*
Developed	649	720	755	781	840	915	53.5	59.1	61.7	63.5	68.1	73.8
Developing	503	653	826	1 012	1 209	1 505	9.4	12.0	15.0	18.1	21.4	26.3
World	1 151	1 374	1 575	1 805	2 044	2 421	17.5	20.6	23.5	26.3	29.7	34.7

Source : http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/KeyTelecom.html

The leader is certainly China, which Internet users represent almost the 25% of the world total Internet users.

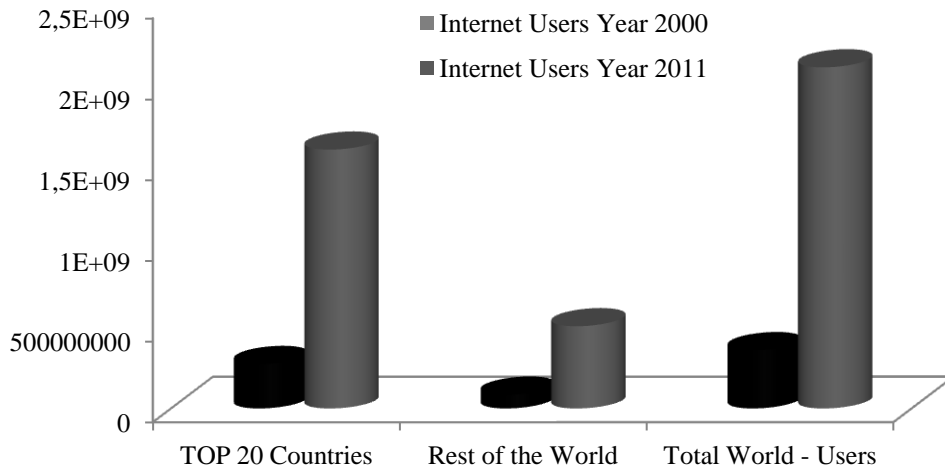
Figure 1. Internet users in Year 2000 and Year 2011 in the top 20 countries



Source: <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>

When examining the temporal evolution of the Internet usage, a significant growth of the number of users is evident in the period from 2000 to 2011, especially in China and in the United States. The figure below shows the number of Internet users in 2000 and 2011 in the top 20 countries in the world.

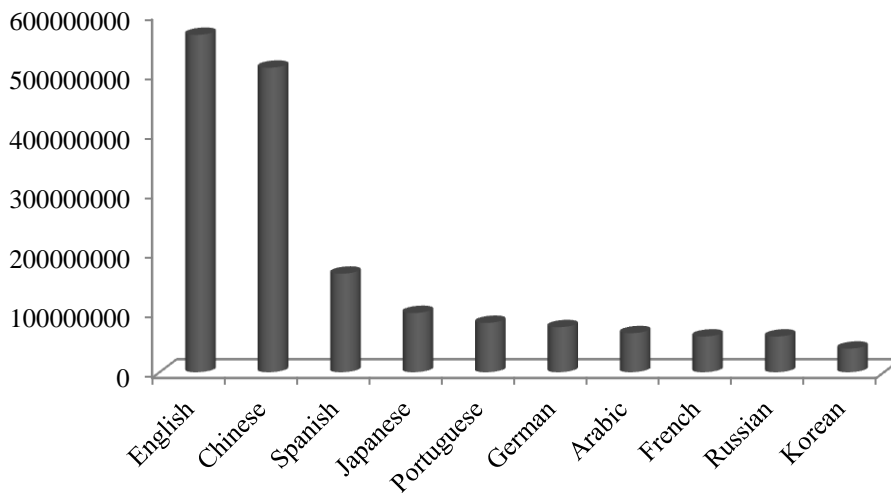
Figure 2. Internet users in Year 2000 and Year 2011 in the top 20



Source: <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>

English is the predominant language for communication on the Internet. Out of the estimated 1 302 275 670 world population that speaks English, 26,8% of them use the Internet. There are 509 965 013 Chinese speaking people using the Internet (this presents 24,2% of all the Internet users in the world), and 164 968 742 Spanish speaking people using the Internet (which is 7,8% of total Internet users in the world).

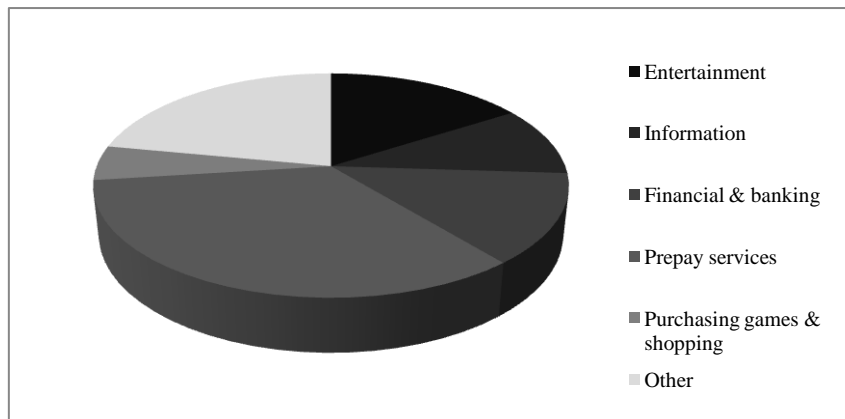
Figure 3. The most common languages on the Internet



Source: <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>

After English, Chinese and Spanish, the most requested languages on the Internet are Japanese (4,7%), Portuguese (3,9%), German (3,6%) and Arabic (3,3%). According to data collected from MedicalBillingCoding.org [<http://www.medicalbillingandcoding.org/facts-about-the-internet/>] 51% of the population on the Internet is female, and other 49% are male. From total number of users the most of them are 21 – 35 years old (53,3%). When speaking about mobile Internet, there is a large percentage of user who access mobile Internet more than once a day (87%), from which 60% users access mobile Internet for social connections.

Figure 4. The most common motives for using the Internet



Source: Adapted from <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>

The graph above shows the most common motives for using mobile Internet for. The most of the Internet users accesses Internet for prepay services (34%), entertainment (16%) and financial and banking services (13%), but mobile internet is also used for information (10%) and purchasing games and shopping (5%).

2. MODELING THE NUMBER OF INTERNET USERS

In this part of the paper the data collection process and the research methodology are explained. Furthermore, for the purpose of modeling and estimating the evolution of the number of internet users and the percentage of the world population using the Internet, a second degree polynomial trend model is used to describe and predict the future values of the analyzed phenomenon.

2.1. DATA AND METHODOLOGY

Data on Internet usage have been collected from the Internet World Stats Usage and Population Statistics [<http://www.internetworldstats.com>]. Table 3. gives the number of internet users in the period from December 1995 to December 2011.

As shown in table 3. data are given in irregular time intervals. As known, a "time series is a collection of observations of well-defined data items obtained through repeated measurements over time. Data collected irregularly or only once are not time series. [<http://www.abs.gov.au/websitedbs/d3310114.nsf/4a256353001af3ed4b2562bb00121564/b81ecff00cd36415ca256ce10017de2f!OpenDocument>].

With the purpose of avoiding the problem of irregular time intervals a time variable as an independent variable (variable x) was introduced in order to measure the intervals between months. Namely, in order to obtain a time series, which suppose regularity in time intervals, of the collected data, the time variable, introduced to count the months, assumes value 1 in December 1995, and in December 2011, the last observation, it assumes value 193.

Table 7. The number of Internet users from December 1995 to December 2011

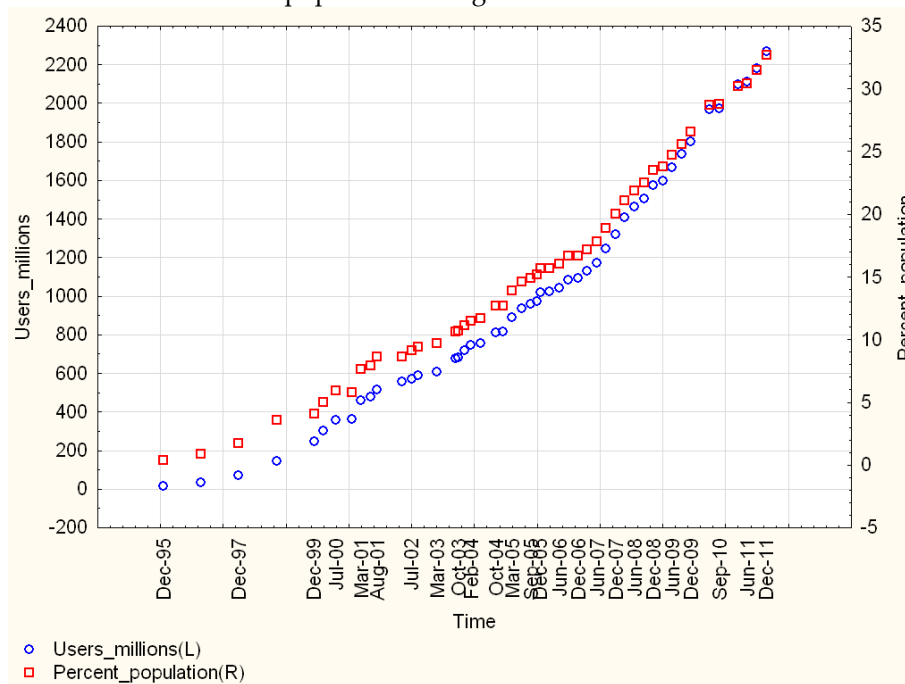
Date	Year	Month	Time (month)	Number of users (millions)	% of world population
December, 1995	1995	12	1	16	0,4
December, 1996	1996	12	13	36	0,9
December, 1997	1997	12	25	70	1,7
December, 1998	1998	12	37	147	3,6
December, 1999	1999	12	49	248	4,1
March, 2000	2000	3	52	304	5
July, 2000	2000	7	56	359	5,9
December, 2000	2000	12	61	361	5,8
March, 2001	2001	3	64	458	7,6
June, 2001	2001	6	67	479	7,9
August, 2001	2001	8	69	513	8,6
April, 2002	2002	4	77	558	8,6
July, 2002	2002	7	80	569	9,1
September, 2002	2002	9	82	587	9,4
March, 2003	2003	3	88	608	9,7
September, 2003	2003	9	94	677	10,6
October, 2003	2003	10	95	682	10,7
December, 2003	2003	12	97	719	11,1
February, 2004	2004	2	99	745	11,5
May, 2004	2004	5	102	757	11,7
October, 2004	2004	10	107	812	12,7
December, 2004	2004	12	109	817	12,7
March, 2005	2005	3	112	888	13,9
June, 2005	2005	6	115	938	14,6
September, 2005	2005	9	118	957	14,9
November, 2005	2005	11	120	972	15,2
December, 2005	2005	12	121	1018	15,7
March, 2006	2006	3	124	1023	15,7
June, 2006	2006	6	127	1043	16
September, 2006	2006	9	130	1086	16,7
December, 2006	2006	12	133	1093	16,7
March, 2007	2007	3	136	1129	17,2
June, 2007	2007	6	139	1173	17,8
September, 2007	2007	9	142	1245	18,9
December, 2007	2007	12	145	1319	20
March, 2008	2008	3	148	1407	21,1
June, 2008	2008	6	151	1463	21,9
September, 2008	2008	9	154	1504	22,5
December, 2008	2008	12	157	1574	23,5
March, 2009	2009	3	160	1596	23,8
June, 2009	2009	6	163	1669	24,7
September, 2009	2009	9	166	1734	25,6
December, 2009	2009	12	169	1802	26,6
June, 2010	2010	6	175	1966	28,7

September, 2010	2010	9	178	1971	28,8
March, 2011	2011	3	184	2095	30,2
June, 2011	2011	6	187	2110	30,4
September, 2011	2011	9	190	2180	31,5
December, 2011	2011	12	193	2267	32,7

Source: Authors' elaboration from Internet Growth Statistics, <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>

The number of the internet users, expressed in millions of users, and as a percentage of the world population using internet is shown in figure 5.

Figure 5. Number of Internet users in millions and the percentage of the World population using the Internet



From the above figures it is clearly evident that the number of Internet users was growing significantly, both absolutely and relatively, in the observed period.

2.2. THE MODEL

A polynomial regression, as a special case of multiple linear regression, is a form of linear regression in which the relationship between the independent variable and the dependent variable is modelled as an *n*th order polynomial. It fits a nonlinear relationship between the observed variables, but as a statistical estimation problem it is linear, because the regression function is linear in the unknown regression parameters. The goal of regression analysis is to model the expected value of a dependent variable *y* in terms of the value of an independent variable (or vector of independent variables) *x*. In general, the expected value of *y* as an *n*th order polynomial, yielding the general polynomial regression model can be expressed as follows

$$y = \beta_0 + \beta_1x + \beta_2x^2 + \beta_3x^3 + \dots + \beta_nx^n + \varepsilon \tag{1}$$

The evolution of the number of Internet users in dependence of time *t* (the independent variable *x*) can be approximated with a quadratic function as follows:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \cdot t + \beta_2 \cdot t^2 + \varepsilon \tag{2}$$

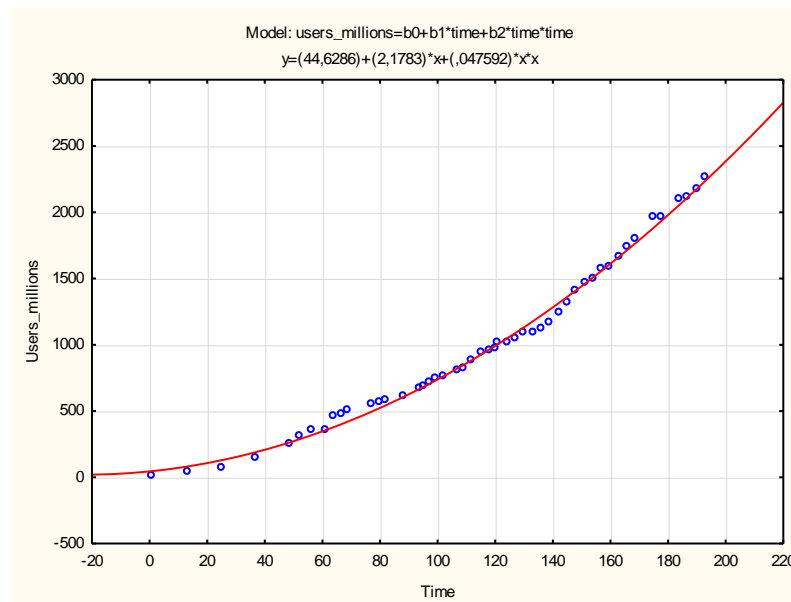
The polynomial regression models are usually fit using the method of least squares and the estimated second degree polynomial trend model is:

$$\hat{Y} = 44,62864 + 2,17830t + 0,04759t^2$$

t = 1 in December, 1995
Unit for t= 1 months
Unit for Y = millions of users

The R-Square of the estimated trend model is relatively high and amounts 0,99501687. The relationship between the observed and the estimated values of the used second degree polynomial is shown in the following figure.

Figure 6. The number of the Internet users in millions of users (observed and predicted values)



Based on the observed number of the Internet users, expressed in millions of users and the estimated second degree polynomial trend model the following table gives the values of the observed, predicted and residuals values of the Internet users, expressed in millions of users from December 1995 to December 2011.

Table 8. Users - Observed, Predicted, and Residual Values(millions)

Case name	Observed, Predicted, and Residual Values (korisnici interneta.sta) Sigma-restricted parameterization (Analysis sample)		
	Users millions - Observed	Users millions - Predicted	Users millions - Residuals
December, 1995	16,000	46,855	-30,8546
December, 1996	36,000	80,990	-44,9895
December, 1997	70,000	128,831	-58,8308
December, 1998	147,000	190,379	-43,3786

December, 1999	248,000	265,633	-17,6326
March, 2000	304,000	286,588	17,4122
July, 2000	359,000	315,861	43,1395
December, 2000	361,000	354,593	6,4069
March, 2001	458,000	378,975	79,0252
June, 2001	479,000	404,213	74,7868
August, 2001	513,000	421,515	91,4853
April, 2002	558,000	494,528	63,4720
July, 2002	569,000	523,479	45,5214
September, 2002	587,000	543,255	43,7452
March, 2003	608,000	604,868	3,1320
September, 2003	677,000	669,908	7,0922
October, 2003	682,000	681,081	0,9191
December, 2003	719,000	703,713	15,2873
February, 2004	745,000	726,725	18,2748
May, 2004	757,000	761,958	-4,9578
October, 2004	812,000	822,582	-10,5824
December, 2004	817,000	847,499	-30,4986
March, 2005	888,000	885,587	2,4133
June, 2005	938,000	924,531	13,4685
September, 2005	957,000	964,333	-7,3329
November, 2005	972,000	991,343	-19,3431
December, 2005	1018,000	1004,991	13,0091
March, 2006	1023,000	1046,506	-23,5056
June, 2006	1043,000	1088,877	-45,8770
September, 2006	1086,000	1132,105	-46,1050
December, 2006	1093,000	1176,190	-83,1896
March, 2007	1129,000	1221,131	-92,1309
June, 2007	1173,000	1266,929	-93,9288
September, 2007	1245,000	1313,583	-68,5834
December, 2007	1319,000	1361,095	-42,0947
March, 2008	1407,000	1409,463	-2,4626
June, 2008	1463,000	1458,687	4,3129
September, 2008	1504,000	1508,768	-4,7683
December, 2008	1574,000	1559,706	14,2939
March, 2009	1596,000	1611,501	-15,5006
June, 2009	1669,000	1664,152	4,8483
September, 2009	1734,000	1717,659	16,3405
December, 2009	1802,000	1772,024	29,9761
June, 2010	1966,000	1883,323	82,6773
September, 2010	1971,000	1940,257	30,7429
March, 2011	2095,000	2056,696	38,3042
June, 2011	2110,000	2116,200	-6,2001
September, 2011	2180,000	2176,561	3,4390
December, 2011	2267,000	2237,779	29,2213

Source: Elaborated by authors

When analyzing the share of the World population using Internet then the estimated second degree polynomial is as follows:

$$\hat{Y} = 0,803496 + 0,049191t + 0,000593t^2$$

t = 1 in December, 1995

Unit for t= 1 month

Unit for y= percentage

The estimated R-Square is 0,99527354, and denotes that the 99,5% of the changes in the share of the World population that uses Internet are explained by the variable time. The following figure shows the observed, the predicted and the residuals values for the share of the World population using Internet.

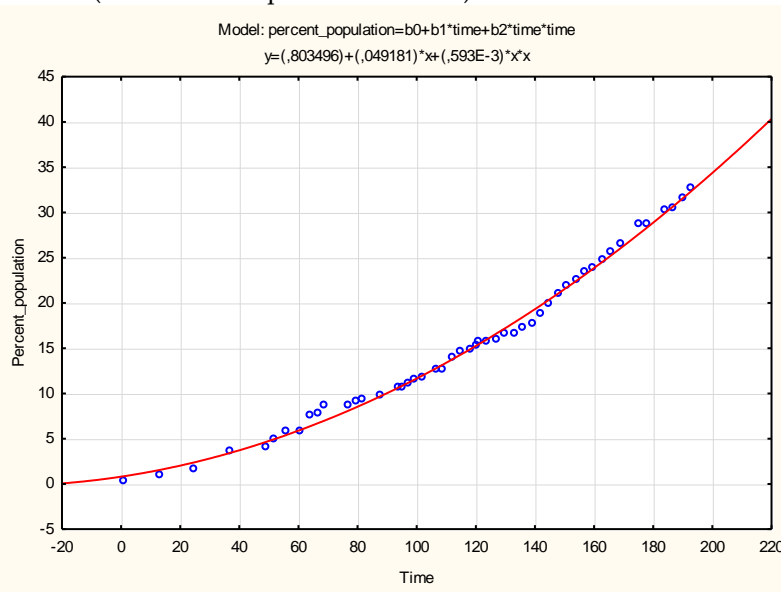
Table 9. Percentage of world population: Observed, Predicted, and Residual Values

Case name	Observed, Predicted, and Residual Values (korisnici interneta.sta) Sigma-restricted parameterization (Analysis sample)		
	Percent_population on Observed	Percent_population - Predictd	Percent_population - Resids
December, 1995	0,40000	0,85327	-0,45327
December, 1996	0,90000	1,54308	-0,64308
December, 1997	1,70000	2,40372	-0,70372
December, 1998	3,60000	3,43518	0,16482
December, 1999	4,10000	4,63746	-0,53746
March, 2000	5,00000	4,96472	0,03528
July, 2000	5,90000	5,41768	0,48232
December, 2000	5,80000	6,01057	-0,21057
March, 2001	7,60000	6,38053	1,21947
June, 2001	7,90000	6,76118	1,13882
August, 2001	8,60000	7,02087	1,57913
April, 2002	8,60000	8,10710	0,49290
July, 2002	9,10000	8,53401	0,56599
September, 2002	9,40000	8,82454	0,57546
March, 2003	9,70000	9,72462	-0,02462
September, 2003	10,60000	10,66741	-0,06741
October, 2003	10,70000	10,82869	-0,12869
December, 2003	11,10000	11,15482	-0,05482
February, 2004	11,50000	11,48569	0,01431
May, 2004	11,70000	11,99089	-0,29089
October, 2004	12,70000	12,85662	-0,15662
December, 2004	12,70000	13,21122	-0,51122
March, 2005	13,90000	13,75201	0,14799
June, 2005	14,60000	14,30347	0,29653
September, 2005	14,90000	14,86562	0,03438
November, 2005	15,20000	15,24631	-0,04631
December, 2005	15,70000	15,43844	0,26156
March, 2006	15,70000	16,02193	-0,32193
June, 2006	16,00000	16,61610	-0,61610
September, 2006	16,70000	17,22095	-0,52095
December, 2006	16,70000	17,83648	-1,13648
March, 2007	17,20000	18,46268	-1,26268

June, 2007	17,80000	19,09956	-1,29956
September, 2007	18,90000	19,74711	-0,84711
December, 2007	20,00000	20,40534	-0,40534
March, 2008	21,10000	21,07425	0,02575
June, 2008	21,90000	21,75383	0,14617
September, 2008	22,50000	22,44409	0,05591
December, 2008	23,50000	23,14503	0,35497
March, 2009	23,80000	23,85664	-0,05664
June, 2009	24,70000	24,57893	0,12107
September, 2009	25,60000	25,31190	0,28810
December, 2009	26,60000	26,05554	0,54446
June, 2010	28,70000	27,57486	1,12514
September, 2010	28,80000	28,35053	0,44947
March, 2011	30,20000	29,93390	0,26610
June, 2011	30,40000	30,74160	-0,34160
September, 2011	31,50000	31,55998	-0,05998
December, 2011	32,70000	32,38903	0,31097

Source: Elaborated by authors

Figure 7. The percentage of the World population using Internet (observed and predicted values)



2.3. PREDICTING THE NUMBER OF INTERNET USERS

In the attempt to estimate and predict the number of the Internet users the authors approach the extrapolation as the process of constructing new data points. There are different methods of extrapolation and their choice relies on a prior knowledge of the process that creates the data points. Data on the number of Internet users from 1995 to 2011 have been extrapolated using a second degree polynomial trend model. The table below shows the obtained predicted values for the Internet users in millions and as the percentage of the total world's population from January 2012 to December 2012.

Table 10. Extrapolation of the Internet users in millions and as the percentage of the total world's population

Date	Year	Month	Time	Users millions predicted	Percent predicted
January, 2012	2012	1	194	2258,375	32,66776
February, 2012	2012	2	195	2279,066	32,94767
March, 2012	2012	3	196	2299,853	33,22876
April, 2012	2012	4	197	2320,735	33,51105
May, 2012	2012	5	198	2341,712	33,79451
June, 2012	2012	6	199	2362,784	34,07917
July, 2012	2012	7	200	2383,951	34,36501
August, 2012	2012	8	201	2405,214	34,65204
September, 2012	2012	9	202	2426,571	34,94025
October, 2012	2012	10	203	2448,024	35,22965
November, 2012	2012	11	204	2469,572	35,52024
December, 2012	2012	12	205	2491,216	35,81201

Source: Elaborated by authors

The figures below graphically present the results of the extrapolation and the 95% prediction intervals, both for the Internet users expressed in millions of users and as the percentage of the world population using the Internet.

Figure 8. Number of Internet users, in millions of users
(the extrapolated values and the 95% prediction intervals)

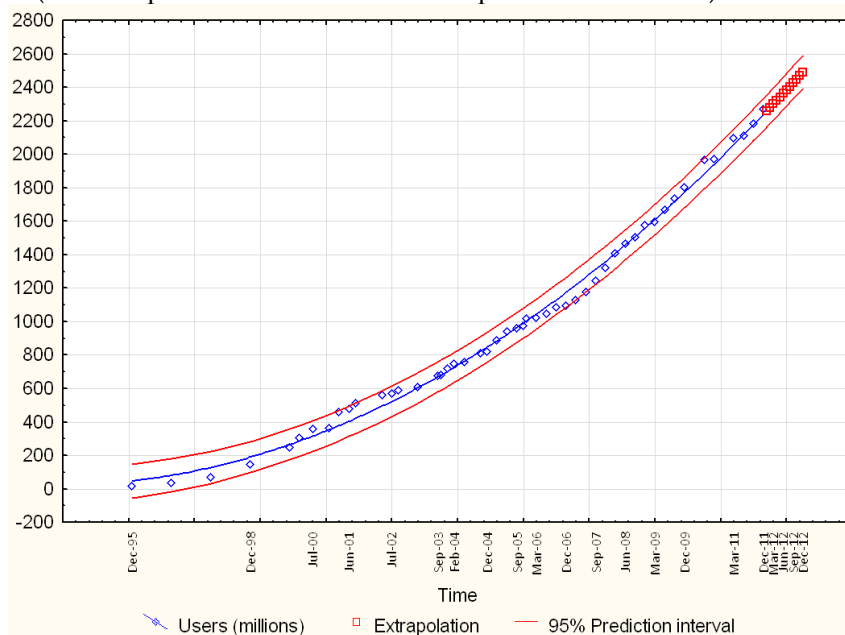
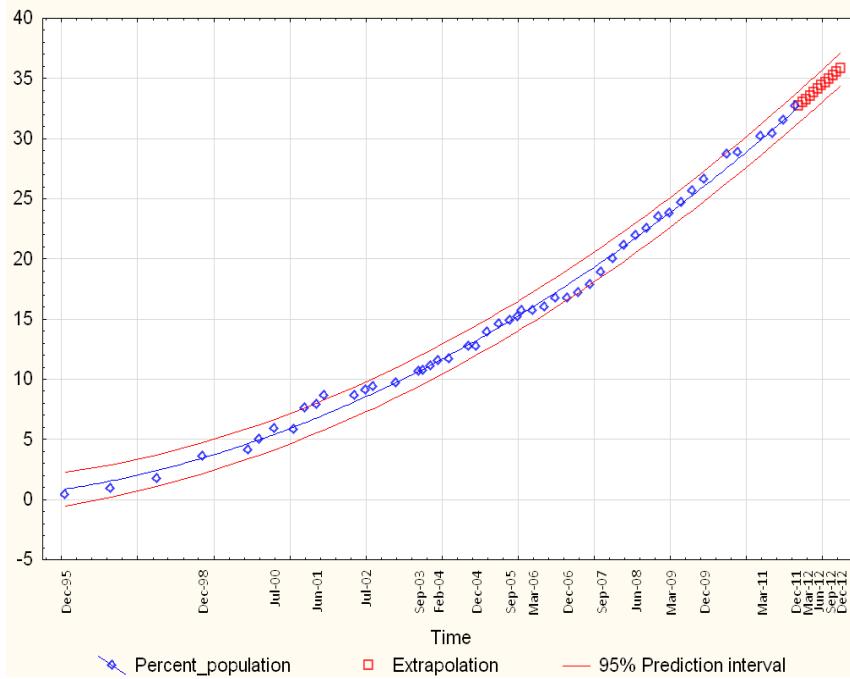


Figure 9. Percent of the world population using the Internet
(the extrapolated values and the 95% prediction intervals)



Summarizing the results the following table gives the single values of the prediction intervals of the Internet users expressed in millions and as the percentage of the world population using the Internet.

Table 11. Internet users in millions and as the percentage of the total world’s population prediction intervals

Date	Users millions: -95% predicted	Users millions: +95% predicted	Percentage: -95% predicted	Percentage: +95% predicted
Dec-95	-55,941	149,650	-0,56743	2,27397
Dec-96	-16,869	178,848	0,19061	2,89555
Dec-97	34,383	223,279	1,09839	3,70905
Dec-98	98,100	282,657	2,15983	4,71052
Dec-99	174,590	356,675	3,37920	5,89573
Mar-00	195,744	377,432	3,70920	6,22024
Jul-00	225,227	406,494	4,16507	6,67029
Dec-00	264,149	445,037	4,76058	7,26056
Mar-01	288,612	469,337	5,13167	7,62940
Jun-01	313,912	494,514	5,51316	8,00919
Aug-01	331,246	511,784	5,77330	8,26845
Apr-02	404,330	584,726	6,86050	9,35369
Jul-02	433,292	613,666	7,28756	9,78045
Sep-02	453,072	633,437	7,57816	10,07093
Mar-03	514,691	695,045	8,47832	10,97093
Sep-03	579,736	760,079	9,42118	11,91364
Oct-03	590,911	771,251	9,58249	12,07490
Dec-03	613,547	793,879	9,90867	12,40097
Feb-04	636,565	816,886	10,23961	12,73177
May-04	671,808	852,107	10,74497	13,23681
Oct-04	732,461	912,704	11,61108	14,10216

Dec-04	757,392	937,606	11,96588	14,45655
Mar-05	795,505	975,669	12,50701	14,99700
Jun-05	834,478	1014,585	13,05888	15,54807
Sep-05	874,311	1054,355	13,62146	16,10978
Nov-05	901,343	1081,343	14,00246	16,49016
Dec-05	915,003	1094,979	14,19474	16,68213
Mar-06	956,552	1136,459	14,77871	17,26515
Jun-06	998,957	1178,797	15,37336	17,85885
Sep-06	1042,217	1221,993	15,97864	18,46326
Dec-06	1086,329	1266,050	16,59455	19,07840
Mar-07	1131,292	1310,970	17,22105	19,70431
Jun-07	1177,102	1356,755	17,85810	20,34102
Sep-07	1223,758	1403,409	18,50567	20,98856
Dec-07	1271,256	1450,933	19,16372	21,64697
Mar-08	1319,593	1499,332	19,83219	22,31631
Jun-08	1368,765	1548,609	20,51106	22,99661
Sep-08	1418,770	1598,767	21,20026	23,68793
Dec-08	1469,602	1649,810	21,89974	24,39032
Mar-09	1521,259	1701,742	22,60945	25,10384
Jun-09	1573,735	1754,568	23,32932	25,82855
Sep-09	1627,027	1808,292	24,05930	26,56450
Dec-09	1681,129	1862,919	24,79931	27,31177
Jun-10	1791,746	1974,900	26,30920	28,84051
Sep-10	1848,251	2032,263	27,07894	29,62211
Mar-11	1963,629	2149,762	28,64766	31,22014
Jun-11	2022,493	2209,907	29,44651	32,03669
Sep-11	2082,133	2270,989	30,25492	32,86504
Dec-11	2142,544	2333,013	31,07283	33,70523
Jan-12	2162,85227	2353,8975	31,3475723	33,98794
Feb-12	2183,24517	2374,88745	31,6233565	34,271976
Mar-12	2203,72294	2395,98288	31,9001847	34,5573406
Apr-12	2224,28543	2417,18396	32,1780545	34,844036
May-12	2244,93249	2438,49084	32,4569638	35,1320645
Jun-12	2265,66395	2459,90369	32,7369103	35,4214283
Jul-12	2286,47966	2481,42265	33,0178921	35,7121294
Aug-12	2307,37947	2503,04788	33,2999069	36,00417
Sep-12	2328,36322	2524,77953	33,5829527	36,2975521
Oct-12	2349,43078	2546,61774	33,8670275	36,5922778
Nov-12	2370,58201	2568,56265	34,1521293	36,888349
Dec-12	2391,817	2590,614	34,43826	37,18577

CONCLUSION

This paper analyzed the Internet usage evolution approximating a second degree polynomial trend model to model and predict the number of Internet users expressed in millions and as the percentage of the world population using the Internet. First, an overall picture of the Internet usage statistics is given with the purpose of emphasizing the great importance of the Internet. In the observed period (2000-2011) it is evident a progressive growth of Internet users in the world. In the second part of the paper, after the description of

the data collection process and methodology used in research, the evolution of the number of Internet users in the world in dependence of the time (as the independent variable x) is predicted by a polynomial second degree trend model. It is the case of multiple regression in which the relationship between the independent variable (time) and the dependent variable (number of Internet users) is modelled as a second order polynomial. The evolution of the number of the Internet users in dependence of time t is approximated by following function:
 $\hat{Y} = 44,62864 + 2,17830t + 0,04759t^2$. The share of the world population using Internet is estimated by following function:
 $\hat{Y} = 0,803496 + 0,049191t + 0,000593t^2$. The relatively high estimated R-Square for both function denotes that 99,5% of the changes in the share of the world population that uses Internet are explained by the variable time. The paper was based on the premises that the Internet has become extremely important in world, as it's indicated by the data presented in the paper.

BIBLIOGRAPHY

1. Aczel, A. D., Complete Business Statistics, Irwin/McGraw-Hill, New York, 1999.
2. Berenson, M.L., Basic Business Statistics, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1996.
3. Castellás, M., The internet Galaxy, Jesenski i Turk, Zagreb, 2003.
4. Cryer, J.D., Statistics for Business: data analysis and modelling, Duxbury Press, Belmont, 1994.
5. Hanke, J.E., Understanding Business Statistics, Irwin, Homewood, 1991.
6. Hill, T., Lewick, P., Statistics: Methods and Applications, StatSoft, Tulsa, 2007.
7. Tustonić, T., Internet – svijet na stolu, String, Zagreb, 2000.
8. Internet World Stats: <http://www.internetworldstats.com/top20.htm> (accessed: April 15, 2012)
9. SearchWinDevelopment: <http://searchwindevelopment.techtarget.com/definition/Internet> (accessed: April 10, 2012)
10. International Telecommunication Union: http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/KeyTelecom.html (accessed: March 25, 2012)

“EURO” - THE ANIMATED MOVIE, E-LEARNING IN ELEMENTARY SCHOOLS IN SERBIA

“EURO” - ANIMIRANI FILM, E-UČENJE U RAZREDNOJ NASTAVI SRBIJE

Slavoljub Hilčenko

College of Education Science, Subotica, Serbia

Visoka škola strukovnih studija za obrazovanje vaspitača i trenera, Subotica, Srbija

Abstract

Euro passes through the turbulences and the survival calamities. On the other hand, there are states on the Balkan's and amongst them Republic of Serbia, that want accession to the European Union. The purpose of this article is to show how pupils in elementary schools can be introduced with the Euro currency, coins and paper bills, throughout the application of an attractive animated form. Thereby, our instructional team works on the project of realization a movie that presents paper bills and coins of Euro money, as well as relationships, in an interesting, available and instructive manner. Besides the animated movie, the project will comprise a didactical and methodical teacher's guidebook and an interactive quiz that will enable pupil to check their knowledge.

Key words

animated movie with accompanied quiz, Euro-coins and paper money bills, computer and e-learning in elementary school classes, teaching methods.

Sažetak

Euro prolazi kroz turbulencije i pitanje opstanka. Sa druge strane, zemlje Balkana među kojima i Srbija žele pristup Europskoj uniji. Cilj ovog rada je upoznati učenike razredne nastave s novčanim apoenima euro zone, kroz njima atraktivnu animiranu formu. U tom smislu, naš instruktorski tim radi na projektu realizacije animiranog filma kojim na zanimljiv, pristupačan i edukativan način, želimo djeci predstaviti kovanice, novčanice i odnose euro monete. Projekt će pored animiranog filma obuhvatiti i interaktivan kviz na kojem će učenici provjeravati svoja usvojena saznanja kao i didaktičko-metodički priručnik namijenjen učiteljima.

Ključne riječi

animirani film sa kvizom, euro-kovanice i novčanice, osobno računalo i e-učenje u razrednoj nastavi, metodika rada.

1. UVOD

Zahvaljujući kvaliteti i stručno-znanstvenom pristupu u razvoju, e-učenje postaje sve atraktivniji izvor = izbor stjecanja znanja i učenika razredne nastave (npr. www.lilibi.si <http://www.ixl.com> www.brainpop.com). Tu prije svega mislimo na spoznaje iz područja kognitivnog mišljenja, principe multimedijalnog oblikovanja nastavnih sadržaja (Mayer, 2005), teorije učenja, principe u izradi animiranih aplikacija ali i maštu, kreativnost i talent web, grafičkih i instruktorskih dizajnera.

U ovu posljednju grupu, autor ovih redova, skromno ubraja i sebe, jer baveći se posljednjih godina razvojem interaktivnih-multimedijalnih i animiranih aplikacija za učenje, stekao je solidna iskustva i saznanja. U tom pogledu u matičnoj kući, Visokoj školi za obrazovanje odgajatelja, treća generacija

specijalizanata za likovno obrazovanje pohađa seminare iz predmeta Animacije i učenje na računaru i Grafički dizajn. S druge strane, naše aplikacije koriste se u neposrednoj praksi u zemlji i inozemstvu.¹²⁴

Novi Projekt nosi radni naslov "**Euro**" - **kovanice i novčanice**", za čiju smo realizaciju planirali vremenski okvir od 2 godine.

Ideju za ovaj Projekt, kao što to često biva, nametne sam život. Naime, zemlje Balkana koje su shvatile "snagu zajedništva" kao u onoj poznatoj narodnoj priči "Sedam štapova" ("*Djeco moja! Vi ste kao ovih sedam štapova. Bit ćete snažni samo ako budete složni!*") već su ili su na putu da postanu članice Europske unije. U tom smislu Srbija po običaju "*nikad ne propusti priliku da propusti priliku!*"¹²⁵

Kako je "**Novac**" nastavna tema učenika razredne nastave, činilo nam se prigodnim, jer smo i "mi?" u tom procesu, da učenike Srbije, pored nacionalne valute, upoznamo i sa Eurom -monetom Europske unije.

Mišljenja o budućnosti Europske unije su podijeljena, ali to nije predmet naše teme. Ukoliko ona i ode u povijest, naš Projekt će u najmanju ruku biti "svjedok jednog vremena", ali je s druge strane "vrlo plastičan", dakle primjenjiv na bilo koju drugu valutu.

2. ANIMIRANI FILM

*"Sjajim, zveckam, jesam sitan, al' sam bitan!"
"Od kovanica sam zbir, šušlav vriedan papir!"*

(stihovi za animirani film, autorice Mire Morić, prof.)

Realizacija animiranog filma predstavljat će zaokruženi konceptualni proizvod namijenjen učenicima i učiteljima nižih razreda osnovne škole u Srbiji, ali i inozemnom tržištu. Pojavit će se u multimedijalnom, interaktivnom i animiranom DVD izdanju i prilagođeno e-učenju preko Interneta. Platforma za razvoj ove aplikacije je Macromedia Flash, dok će zvučni efekti i govorni komentari biti realizirani na platformi Sound Forge™ Pro 10, studija "Čardač".

Ovo didaktičko-nastavno sredstvo obuhvatit će:

1. animirani film iz dva djela u trajanju od ≈ 14 min,
2. interaktivni kviz (sa 10-20 pitanja) i
3. didaktičko-metodički priručnik.

Realizacija projekta odvijati će se kroz sljedeće faze:

1. osmišljavanje idejnog projekta,
2. formiranje instruktorskog tima (skup stručnjaka za izabranu oblast),
3. pisanje scenarija i knjige snimanja,
4. realizacija 1. i 2. djela animiranog filma,
5. komponiranje i sinkronizacija slike&zvuka,
6. projektiranje i razvoj interaktivnog kviza,
7. pisanje didaktičko-metodičkog priručnika,
8. testiranje, korekcije i optimizacija aplikacija i
9. implementacija u praksi.

U proteklom periodu (od 01.9. 2011. do 01. 3. 2012. god) završen je rad na prvom dijelu animiranog filma u trajanju od 6 min 45s (4649 frame-ova i rezoluciji 1024 x 768 piksela) (slike br. 1 i 2).

Animirani film se zaustavlja nakon scene predstavljanja kovanica od strane avatara, kada mogu uslijediti pitanja učenika i dodatna objašnjenja učitelja. Klikom mišem na sliku ekrana, film se nastavlja (slika br. 3).

¹²⁴ Podatak je preuzet sa sajta <http://podium.gyldendal.no/lilibi/solska-ulica-1-2/matematika>, posljednji put pristupljeno 14. 01. 2012.

¹²⁵ Podatak je preuzet sa sajta <http://www.glas-javnosti.rs/node/119726/print> Posljednji put pristupljeno 16. 02. 2012.

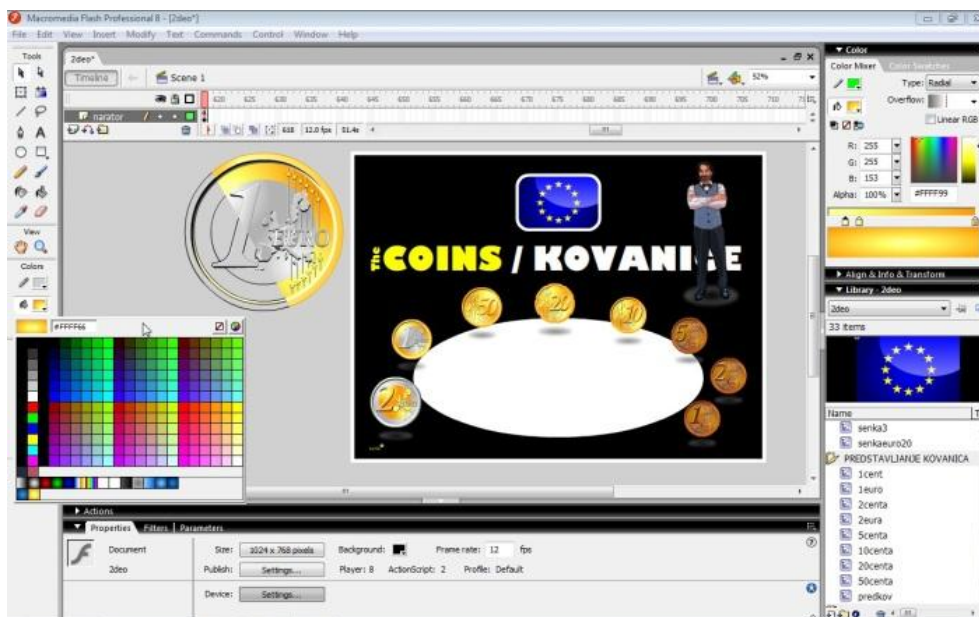
Pored obrazovne poruke, upoznavanja sa kovanicama eura, vrijednostima pojedinih apoena i međusobnog odnosa kroz komparaciju, animirani film eksplicitno ili implicitno sadrži i poruke o štednji, gramzivosti, a prije svega o "mjeri", predstavljeno kroz lik kasice-prasice. Ona ujedno upućuje na nastavak gledanja drugog dijela animiranog filma ili rješavanje kviza (slika br. 4).



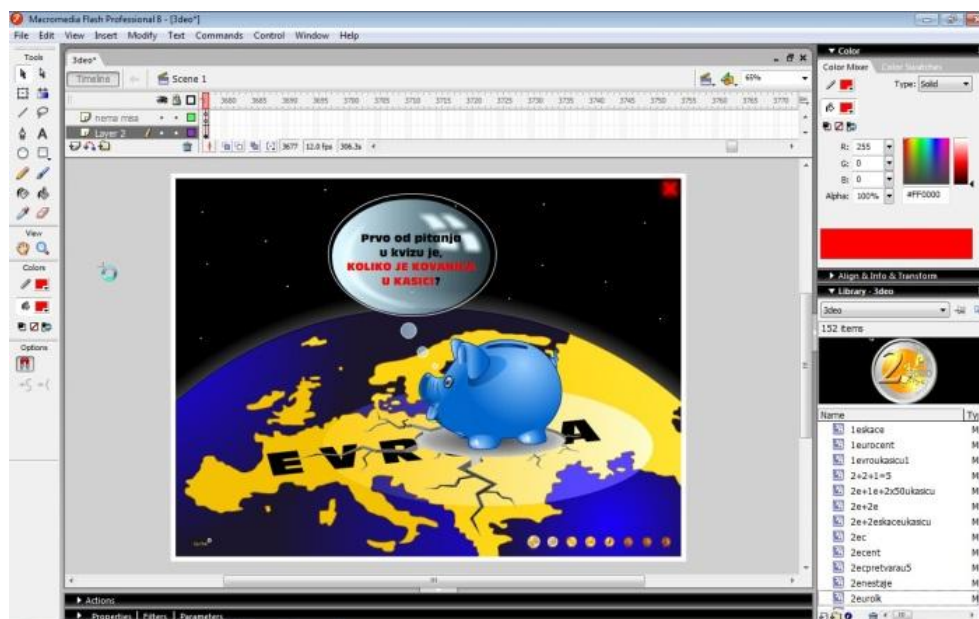
(Slika br. 1: Scena iz prvog djela animiranog filma "Euro")



(Slika br. 2: Scena iz prvog djela animiranog filma "Euro")



(Slika br. 3: Avatar predstavlja kovanice. Radno okruženje platforme Flash Macromedia)



(Slika br. 4: Lik kasice-prasice nosi poruku o štednji i daljem kretanju kroz aplikacije)



3. KVIZ

Kviz će obuhvatiti niz zadataka koji neće biti samo jednostavna reprodukcija viđenih sadržaja u animiranom filmu, već će svojom formom i načinom rješavanja (metodom pokušaja i pogrešaka i direktnom manipulacijom animacije) poticati i mišljene funkcionalnog karaktera (slika br. 5).

Kroz animirane sadržaje na sceni (kotrljanja, dodavanja- oduzimanja kovanica, novčanica ili znakova (+, -, =, ≠, <, >)), učenici će aktivno tragati za rješenjima zadataka.

Zadaci će biti sljedeći:

- Koliko euro ima kovanica, a koliko novčanica?
- Upiši sve vrijednosti kovanica i novčanica, od najmanje do najveće!
- Koji je zbir svih kovanica, a koji novčanica?
- Kolika je razlika zbira svih novčanica i kovanica?
- Koliki je zbir svih kovanica i novčanica zajedno?
- Izbaci uljeza!
- Koje su prave boje novčanice?
- Vrijednosti na kovanicama i novčanicama su se izmiješale, ispravi to!
- Koliko najmanje kovanica zamjenjuje novčanicu od 5 eura, a koliko najviše?
- Koji znakovi nedostaju ili su suvišni da bi zadatak bio točan? (...)



(Slika br. 5: Zadatak interaktivnog kviza)

4. DIDAKTIČKO - METODIČKI PRIRUČNIK

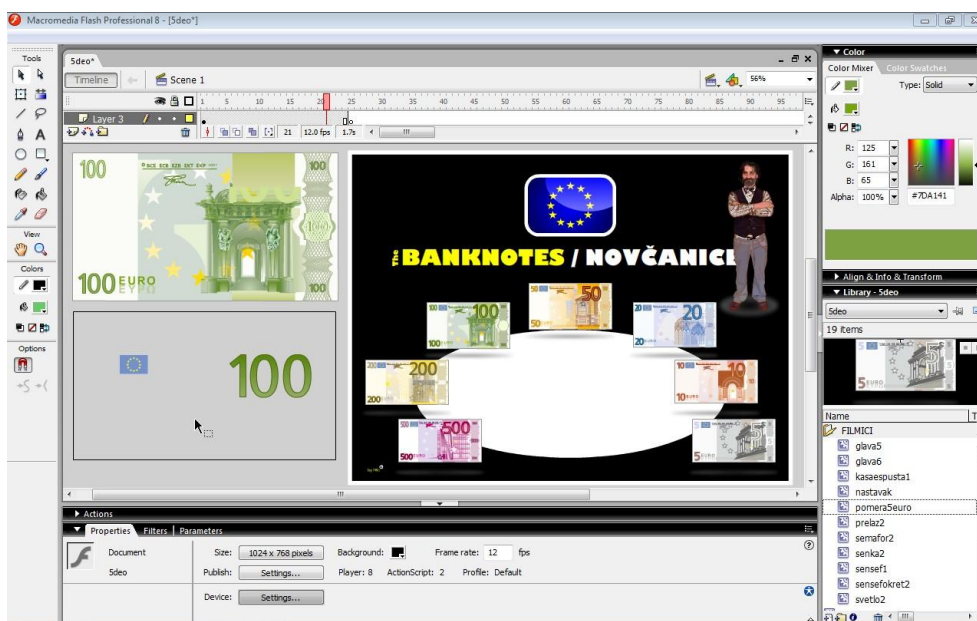
Priručnik će pored općih naznaka o animiranoj formi kao izražajnom sredstvu i utjecaju na rezultate učenja kod djece, tehničkim karakteristikama aplikacije, učiteljima ponuditi i model nastavnog sata(i) za realizaciju ove tematske cjeline. On će se odnositi na organizaciju, metodiku rada, korelaciju sa drugim predmetima, artikulaciju sata(i), oblike i metode rada, potrebna tehnička i nastavna sredstva, ciljeve i ishode ove nastave. Priručnik će biti obujma \approx 20-25 stranica.

5. ZAKLJUČAK

Forma e-učenja koju zagovaramo je sama po sebi atraktivna ali iz višegodišnjeg iskustva i rada s djecom, smatramo da će dati najbolje rezultate (kada su u pitanju specifične teme poput izložene) kroz interakciju sa praktično-manipulativnim, situacijsko-problemskim i funkcionalnim učenjem.

Ono što nam predstoji u narednom periodu je realizacije cjelokupnog projekta i šira implementacija animiranog filma u odgojno-obrazovne ustanove Srbije, kako bi prikupili mjerljive podatke o njegovoj kvaliteti i primjenjivosti, a zatim razvijali čitav niz sustava izloženog modela učenja (slika br. 6).

"Zapravo, ... naš cilj je da istovremeno unesemo više didaktičke raznovrsnosti u radu učitelja, da ih educiramo za primjenu suvremenih medija i metoda rada, a da djeci pružimo interaktivno učilo koje će poticati i njihovo funkcionalno mišljenje" (Hilčenko, 2011a).



(Slika br. 6: Drugi dio animiranog filma "Euro" koji je u fazi pripreme i realizacije)

6. LITERATURA

1. Hilčenko, S. (2011a): **The Animated Movie as a Didactic Model in Learning Mathematical Concepts in Kindergarten** (An Example Preview), SirIKT 2011, Interlacing Education and Research with ICT, Kranjska Gora, Zbornik radova str. 353-358, Slovenia
2. Hilčenko, S. (2011b): **Reflections of a Teacher about the Study of Geometrical Shapes Through an Animation Movie in Primary School** (Year 1 to 4), "International Year of Youth", May 5th and 6th 2011,

Faculty of Education/University of Education, Maribor, Slovenija and Elementary School Ruše, Slovenia 2011. Beiträge zum "Internationalen Jahr der Jugend", Internationale monographie, Austria: Forschung und Wissenschaft, Erziehungswissenschaft, Band 11, LIT, seite, 64-69

3. Hilčenko, S. (2011c): **Model lesson purpose of the example of animated film developed as a learning resource for primary school**, University of Rzeszow, The Institute of Technology, Department of Didactics of Technology and Computer Science, VIIIth International Scientific Conference, Edukacja-Technika-Informatyka, Iwonicz Zdrój, Scientific Annual No/2/2011/Part 2, str. 191-198, Poland
4. Mayer, R. E. (2005): **The Cambridge Handbook of Multimedia Learning**, New York: Cambridge University Press.
5. Popović, V., Hilčenko, S. (2011d): **Experiences in Evaluating Educational Software at Faculty of Education in Sombor** (Iskustva u vrednovanju obrazovnog softvera na Pedagoškom fakultetu u Somboru), ISKANJA naučno-stručna, revija za edukaciju, str. 150-163, Zavod Republike Slovenije za šolstvo, Sovenija, Leto 29, številka 39, 40
6. Podatak je preuzet sa sajta <http://podium.gyldendal.no/lilibi/solska-ulica-1-2/matematika> Poslednji put pristupljeno 14. 01. 2012.
7. Podatak je preuzet sa sajta <http://www.glas-javnosti.rs/node/119726/print> Posljednji put pristupljeno 16. 02. 2012.

CRITICAL NEW MEDIA DISCOURSE ANALYSIS OF THE REPORTING ABOUT CROATIA VS. SERBIA SEMIFINAL MATCH ON EUROPEAN HANDBALL CHAMPIONSHIP 2012

Ideological discourse presence in online media and its manifestation in social networks

KRITIČKA ANALIZA NOVOMEDIJSKOG DISKURSA O IZVJEŠTAVANJU S POLUFINALNE UTAKMICE HRVATSKE I SRBIJE NA EUROPSKOM RUKOMETNOM PRVENSTVU 2012.

Prisutnost ideološkog diskursa u online medijima i njegova manifestacija u društvenim mrežama

Marina Đukić

*Department of Cultural Studies, University of J.J. Strossmayer, Osijek, Croatia
Odjel za kulturologiju, Sveučilište J.J. Strossmayer, Osijek, Hrvatska*

Abstract

Using critical new media discourse analysis on the reporting of Croatia vs. Serbia semifinal handball match the paper will examine the ideological discourse presence in Croatian and Serbian online media and its manifestation in social networks. Drawing on a sample of 300 online articles and 6 Facebook support groups the modalities used to generate common communicative practices in order to create media discourse will be determined. In order to find particular ideological patterns present in new media discourse analysis will use Teun Van Dijk's cognitive-oriented approach. In times when Internet provides fresh news and events every second it's almost impossible constantly to keep up with them, so social networks operate like filters for enormous mass of information which circulate in Network. In such a manner we can talk about spiral circulation according to which online media discourse is transmitted through social networks globally by the principle called Word of Mouse (one click of computer mice). Second part of the paper will determine whether the ideological discourse presence in online media is transmitted in social networks where, as it can be assumed, sport violence is manifested as a distorted form of national intolerance.

Key words

Sažetak

Kritičkom analizom novomedijskog diskursa o izvještavanju s polufinalne utakmice Hrvatske i Srbije radom se želi provjeriti prisutnost ideološkog diskursa u hrvatskim i srpskim online medijima i njegovu manifestaciju u društvenim mrežama. Na uzorku od 300 online članaka i 6 Facebook grupa podrške, ispitat će se načini na koje se zajedničkim komunikativnim praksama tvori medijski diskurs. Za pronalazak određenih ideoloških modela prisutnih u novomedijskom diskursu pri analizi će se koristiti Van Dijkov spoznajno orijentirani pristup. U vrijeme kada internet iz sekunde u sekundu nudi nove vijesti i događaje koje je nemoguće stalno pratiti, društvene mreže djeluju kao filtri ogromne mase informacija koje kolaju mrežom. Tako se može govoriti o spirali po kojoj se diskurs online portala po principu klika mišom prenosi kroz društvene mreže globalno. Drugi dio rada će utvrditi da li se ideološka prisutnost u izvještavanju online medija prenosi na društvene mreže na kojima će se, pretpostavlja se, sportsko nasilje manifestirati kao pervertirani oblik nacionalne netrepeljivosti.

Ključne riječi

kritička analiza diskursa, društvene mreže, online portali, ideologija, nacionalna netrepeljivost

Critical discourse analysis, social networks,
online media, ideology, national intolerance

Uvod

Koristeći metodu kritičke analize diskursa uočavaju se specifične diskurzivne strategije koje određeni online mediji koriste, a u kojima se ogleda prisutnost ideološki pristranog izvještavanja. U tom slučaju, analizu diskursa, kao i sam diskurs neće se reducirati na samu komunikaciju, pa ni na sam medijski iskaz već će ga se kroz tzv. sociologiju iskazivanja (komuniciranja) čitati i tumačiti skupa sa socijalnim kontekstom prakse reprezentiranja. Na primjeru izvještavanja s polufinalne utakmice Europskog rukometnog prvenstva 2012. između Hrvatske i Srbije¹²⁶ ispitat će se načini na koje se zajedničkim komunikativnim praksama tvori medijski diskurs i koje su njegove odlike.

Polazišne teorijske osnove temelje se na nekoliko bitnih definicija i okvira ovakve analize. Kritička analiza diskursa definira diskurs – korištenje jezika u govoru i pisanju – kao formu „društvene prakse“ (Fairclough i Wodak, 1997, citirano u Wodak i Meyer, 2009, str.5) što implicira dijalektalnu vezu između određenog diskurzivnog događaja i situacija, institucija i društvenih struktura koje ga uokviravaju: diskurzivni događaj se oblikuje pomoću njih, ali ujedno ih i oblikuje (Wodak i Meyer, 2009, str. 5). Dakle, verbalni tekstovi, u ovom slučaju online izvještaji, tumačit će objašnjavanjem razloga zašto je tekst napisan na određeni način. Uz Van Dijka, čije je polazište prošireno osnovno značenje izraza „diskurs“ kojeg objašnjava kao složeni komunikacijski događaj koji uključuje barem nekoliko društvenih aktera, tipično u ulogama govornik/pisac i slušatelj/čitatelj, koji sudjeluju u komunikacijskom činu, u konkretnoj inscenaciji i zasniva se na drugim obilježjima konteksta, (Van Dijk, 2006, str.263) najznačajniji predstavnik ovog pravca je i Norman Fairclough. On smatra da se jezična analiza odvija kroz tri dimenzije, odnosno analizu teksta (formalne karakteristike tekstova), analizu diskurzivne prakse koja je usmjerena na proizvodnju, upotrebu i distribuciju diskursa koji je predmet proučavanja te analizu društvenih praksi koje se bave proučavanjem konteksta diskurzivnih događaja, kao i time kako ideološki efekti utječu i doprinose društvenim promjenama (Fairclough 1996, citirano u Lakić, 2010, str. 11). Uz navedeni okvir, potrebno je i razjasniti na koji će se način poimati ideologija i kako će se utvrđivati njena prisutnost u diskurzivnoj praksi. Način i sadržaj izvještavanja u konkretnom će se slučaju povezati s ideološkim okvirom unutar kojeg funkcioniraju analizirani, ali i svi drugi mediji stoga će se ideologija definirati kao: „...politički ili društveni sustavi ideja, vrijednosti i pravila skupina i drugih zajednica, koje imaju funkciju organizirati ili legitimizirati djelovanje tih skupina“ (Van Dijk, 2006, str. 14). Sličan sveobuhvatniji koncept ideologije zagovara i Selinger koji ih definira kao: „...skup uvjerenja i nevjerovanja izraženih u vrijednosnim rečenicama, prizivnim rečenicama i objasnidbenim izjavama“. Te rečenice mogu upućivati na moralne i tehničke norme i izražavati poglede koji se odnose na ljudske odnose i društveno-političke organizacije (Seliger, 1979, citirano u Van Dijk, 2006, str. 15). U sklopu ovakve konceptualizacije ideološki će se okvir utvrđivati po Van Dijkovom disciplinarnom trokutu po kojem istraživanje ideologije uključuje spoznaju, društvo i diskurs. Istaknuto je da diskurs ima posebnu ulogu među ostalim društvenim praksama, upravo u reprodukciji ideologija (Van Dijk, 2006, str.17). Navedeni okvir omogućava ispitivanje ideologiziranosti konkretnih novinara, konkretnih sadržaja, konkretnih portala (medija), konkretnih političkih i društvenih grupa tako što će se nastojati uočiti postoji li, ili ne, sustavnost, odnosno vrijednosna povezanost među interpretacijama promatranog događaja, između autorskih komentara i stavova citiranih izvora u tekstovima, između interpretacija u različitim medijima unutar iste političke, odnosno komunikacijske zajednice (Hrvatske i Srbije), između interpretacija u izvještajima i službenih interpretacija i tumačenja na obje strane čija stajališta dominiraju tim izvještajima. Dakle, ideologija će se indicirati na temelju uočene i pokazane sustavnosti. Rad će determinirati različite skupine (društvene, političke, socijalne, geografske, demografske) kod kojih će se uočavati sustavnost u

¹²⁶ Europsko rukometno prvenstvo 2012 se održavalo u Srbiji od 15.1. do 30.1.2012. godine. U sklopu njega reprezentacije Hrvatske i Srbije su 27. siječnja odigrale polufinalnu utakmicu koja je odlučivala o ulasku u finale tog prvenstva. U tjednu prije održavanja polufinalne utakmice u nekoliko navrata je došlo do navijačkih sukoba u kojima su napadnuti hrvatski navijači od strane srpskih navijačkih skupina. Zbog navijačkih nereda, održavanje polufinalne utakmice posebno se pratilo i kroz prizmu sigurnosnih mjera, organizacije dolazaka hrvatskih navijača te onemogućavanja daljnjih incidenata. Postignutim rezultatom na polufinalnoj utakmici, reprezentacija Srbije se plasirala u finale Europskog rukometnog prvenstva.

prezentiranim stavovima, odnosno interpretacijama. Pretpostavlja se da to nužno neće morati biti velike pa ni dominantne (vladajuće) društvene skupine – ali je sigurno da među njima postoji nekakva institucionalna veza (orijentacijska/ vrijednosna/ interpretativna povezanost) i da u određenim situacijama svoje prakse (oblike ponašanja pa i komunikacijsko djelovanje) podređuju potrebi i nastojanju da se homogeniziraju, samopredstave pa čak i nametnu kao dominantna moć - bar kao društveno relevantan faktor. Iz te perspektive, definicija diskursa se proširuje, te se verbalno-simboličnim iskazima priključuje i prakseološka forma – samo djelovanje (huliganski fizički i verbalni napadi i manifestacija sile) pa i širi kontekst u kojem je to bilo moguće. Koristeći okvir koji proučava tekstualnu formu i načine korištenja teksta u odgovarajućem društvenom kontekstu (odnosno u odgovarajućoj diskursnoj zajednici) i ukoliko se polazi od toga da način (uključujući i uvjete, odnos moći, naročito političke strukture, vrijednosne i političke orijentacije, samopercepcije diskurzivnih subjekata i sl.) na koji se stvaraju verbalni tekstovi, odnosno on-line izvještaji, determinira same tekstove (faktografsku strukturu, objektivnost, istinitost, značenja, pa i formu - žanr) posljedično se može pretpostaviti sljedeće navode. Pažljiva analiza uputit će u sve bitne društvene (političke i kulturološke) faktore pod čijim su utjecajem nastali takvi izvještaji. To će ujedno ukazati i na prirodu medijskog diskursa kao poddiskursa ukupnog aktualnog društvenog diskursa (prostorno i vremenski određenog stanjem međuovisnih interpretacija „drugog“ unutar srpskog i hrvatskog društva), odnosno jednog regionalnog diskursa. Kako bi se utvrdio specifični diskurzivni tip u izvještajima s analiziranih online portala za kojeg se inicijalno smatra da su ideološki obojeni, rad će uzeti u obzir generalne zaključke iz analiza aktualnih političkih i ukupnih odnosa između Hrvatske i Srbije koji će se ogledati u službenim stajalištima iskazanih od strane predsjednika država pri zvaničnim susretima, te stajališta referentnih političkih analitičara s obje strane. U tom pogledu za očekivati je da će službena stajališta odražavati dominantnu ideološku (interpretativnu struju) koju bi po prirodi stvari trebali usvojiti i mediji. Poznato je da mediji igraju značajnu ulogu u vrijeme brzih i stalnih promjena u društvu. Može se reći da mediji te promjene ne samo reflektiraju već i stimuliraju (Lakić, 2010, str.11), ali trebali bi i prilagođavati svoje diskurzivne prakse promjenama u društvu i stoga će analiza društvenog konteksta uzeti u obzir i osnovne nalaze generalnih ocjena stanja hrvatskog i srpskog novinarstva. Na taj će se način objasniti moguća odstupanja konkretnog medijskog diskursa od formalno proklamiranih interpretativnih okvira koji se diseminiraju kroz službene kanale državnog komuniciranja.

Metodologija

Prvi dio analize temelji se na uzorku od 214 online članaka koje su objavili jedni od najčitanijih hrvatskih (www.index.hr i www.tportal.hr) i srpskih online medija (www.novosti.rs i www.blic.rs) u razdoblju od 15.1.2012. do 7.2.2012. godine, a tiču se održavanja polufinalne utakmice Europskog rukometnog prvenstva između Hrvatske i Srbije u Beogradu 27.1.2012. godine. Uz navedenu tematiku, rad posebno uključuje i teme vezane za navijačko nasilje započeto neposredno prije održavanja utakmice.

S obzirom da je cilj rada pronalazak određenih ideoloških modela prisutnih u izvještavanju, o prije svega sportskom događaju koji na koncu može imati političke implikacije, odabran je Van Dijkov spoznajno orijentirani pristup. Pretpostavlja se da ovakav okvir može pomoći usidriti skrivene diskurzivne prakse koje pridonose reprodukciji ideologije. Van Dijkov trijadni model društvene spoznaje posredovane između društvenih struktura i diskurzivnih struktura, pruža idealan alat za prepoznavanje ideoloških i polarizacijskih modela u novomedijskom diskursu. Rad će u sklopu Van Dijkovog interdisciplinarnog pristupa istraživati 4 glavna diskurzivna obilježja koja utječu na formiranje ideološkog strukturiranja (Al-Sharoufi, 2006, str.6) online članaka:

1. Riječi, fraze i rečenice koje reflektiraju ideologiju
2. Leksički izbor koje reflektira „Nas“ naspram „Njih“
3. Riječi, fraze i rečenice koje impliciraju posebna značenja
4. Modeli polarizacije

Kako je jedno od važnih načela analize ideološkog diskursa ono da su ideologije društvene i zasnovane na skupini, te da ideološka mišljenja iskazana u diskursu moraju imati posljedice za skupine i društvena pitanja, koristeći Van Dijkov ideološki četverokut (Van Dijk, 2006, str. 357). U iskazima će se locirati sljedeće ideološke kategorije: naglašavanje informacija koje su pozitivne za Nas; naglašavanje informacija koje su

negativne za Njih; ublažavanje informacija koje su pozitivne za Njih; ublažavanje informacija koje su negativne za Nas koje imaju ulogu u široj kontekstualnoj strategiji pozitivne samopredodžbe ili čuvanja obraza i njezina pratioca vanjske skupine, „negativne predodžbe o drugima“ (Van Dijk, 2006, str. 357). Sukladno tomu, rezultati istraživanja mogu otkriti tri ključna elementa: diskurzivne taktike koje se koriste u online medijima kako bi se stvorila ideološka polarizacija sadržana u odnosu „Nas“ prema „Njima“; postojanje određene sustavnosti između interpretacija promatranog događaja među različitim skupinama koje su na neki način institucionalno povezane; prirodu medijskog diskursa kao poddiskursa ukupnog aktualnog društvenog diskursa u kojem se odstupanja, od formalno proklamiranih interpretativnih okvira koji se diseminiraju kroz službene kanale državnog komuniciranja, objašnjavaju specifičnim determinantama stanja hrvatskog i srpskog novinarstva.

Na temelju teorijske i empirijske analize, na kraju se uočava da su određene diskurzivne skupine sklone izražavanju i komuniciranju nacionalne netrepeljivosti prema „drugima“ (širenju ideoloških uvjerenja) te kako se to, po principu ljevka, prenosi i širi kroz društvo putem društvenih mreža. Stoga drugi dio rada analizira ideološki okvir diskursa na uzorku od 4 Facebook profila navedenih online medija (Index Facebook profil, Tportal Facebook profil, Blic Facebook profil i Večernje novosti Facebook profil). I u online člancima, kao i u slučaju društvenih mreža, za osnovnu se jedinicu analize uzima svaki pojedinačni iskaz. Naime, u literaturi se često ističe da se pod diskursom smatra svaki semantički cjelovit iskaz veći od jedne rečenice (Neumann, 2009, str.21). To znači da će se i pojedinačni tekstovi objavljeni na portalima analizirati selektivno - ovisno da li u sebi donose jedinstven autorski stav (komentari) ili sadrže različita ili čak suprotstavljena gledišta. U tom se kontekstu pod terminom iskaz misli na simboličku radnju kojom se odvija eksternalizacija ideja, misli, stavova i namjera komunikatora gdje je masmedijska poruka njen tipičan primjer definiran kao semiotički i semantički dovršen lanac jezičnih jedinica (Kurtić, 2006, str. 157). S obzirom da svaki iskaz potencijalno sadrži tri vrste značenja: značenje koje je u njega ugradio autor, značenje iskaza po sebi i značenje koje u iskaz može unijeti i sam interpretator (Kurtić, 2006, str. 157), glavni elementi značenja koji će se istraživati po Van Dijkovom pristupu bit će teme, implikacije i pretpostavke te kontrast o čemu će se više govoriti tijekom same analize rezultata istraživanja.

Razumjeti diskurzivni iskaz znači usidriti ga u situaciju diskurzivnog svijeta (poimanog kao ishod svih prethodnih iskustava diskursa) iz kojeg je iznjedren kao ishod višestrukih označavanja i interpretacija te u situaciju stvarnog svijeta u koji je usidren i sam diskurs (Kurtić, 2006, str. 155), zbog čega će iduće poglavlje ovoga rada u kratkim crtama prezentirati društveni kontekst relevantan za ispitivanje prisutstva ideologije u analiziranom novomedijskom diskursu.

Društveni kontekst istraživanja

Diskurzivna reprodukcija ideologija na mnogo načina ovisi o percipiranim komunikacijskim kontekstima teksta i govora. Dakle, ista struktura diskursa može ideološki funkcionirati u jednom kontekstu, a u drugom ne, ovisno o namjerama, ciljevima, ulogama ili skupnoj pripadnosti sudionika (Van Dijk, 2006, str.353). Kako bi se utvrdilo postojanje interpretativnog priklanjanja drugih značajnih diskurzivnih subjekata kao što su politički analitičari, političari, ali i službena državna politika te novinari i mediji te uočilo slučajeve zapaženog diskurzivnog združivanja različitih diskurzivnih subjekata potrebno je dati pregled komunikacijskog konteksta u okviru kojega se analizira navedeni medijski diskurs.

Službena stajališta predsjednika država, političara i političkih analitičara o odnosima Hrvatske i Srbije

Kontekst hrvatsko – srpskih odnosa složena je problematika koja sama po sebi može biti posebna tema i zbog toga će se u kratkim crtama prezentirati osnovne karakteristike odnosa relevantne za istraživanje ideologije u novomedijskom diskursu. Iz tih razloga se na početku sažeto prikazuju sve povoljniji odnosi Hrvatske i Srbije prezentirani od strane profesora na Sveučilištu u Stirlingu (Škotska) i glavnog analitičara Predsjednika Republike Hrvatske, Dejana Jovića: „*Glavni izazov srpsko-hrvatskog dijaloga nije toliko u tome da se riješe nagomilani problemi (u koje ulaze i teška pitanja određivanja međusobne granice, pitanje obostranih tužbi za genocid u post-jugoslavenskom i u Drugom svjetskom ratu, status izbjeglica i nestalih, oduzimanje stanarskih prava, status manjina, te negativne percepcije i stereotipi koji su se duboko ukorijenili u javnom mnijenju kad se radi o onoj drugoj naciji), nego da se oni što prije i što elegantnije uklone s dnevnog reda i time stave ad acta. Druga stavka je*

usmjerena prema zajedničkom djelovanju u regiji i u odnosu prema Europskoj Uniji. Zajedničke inicijative predsjednika predstavljaju značajnu promjenu u odnosu i na 1990-te (jer su dvojica predsjednika stvorili novi diskurs koji uključuje eksplicitno suočavanje sa zločinima, te njihovu bezrezervnu osudu), kao i u odnosu na stanje nakon hrvatskog priznanja nezavisnosti Kosova (u ožujku 2008.). No, okolnosti u kojima djeluju obilježene su unutrašnje-političkim otporima njihovoj suradnji, i to i po pitanju nedavne prošlosti (odnosno odnosa prema zločinima iz 1990-ih) i po pitanju budućnosti (tj. poželjnosti ulaska obiju zemalja u EU)“ (Jović, 2010, str. 27). Mnogi se stručnjaci slažu: kada je riječ o otvorenim pitanjima da bi političari iz obje države trebali prihvatiti načelo o nepotenciranju otvorenih pitanja iz prošlosti u javnom diskursu čime bi se počeli stvarati uvjeti za dugoročno poboljšanje odnosa i izgradnju povjerenja između dva naroda (Pauković, 2010). Kako tema rada nije odnos Hrvatske i Srbije već dominantni diskurs koji prevladava u oba društva u sljedećim se navodima ukratko ističu fraze, odnosno iskazi kojima se oslikavaju odnosi dviju susjednih zemalja. Pojedini će se navodi odnositi na sam odnos, neki na otvorena pitanja, a neki na daljnju suradnju kroz pridruživanje Europskoj Uniji.

1. „Hrvatska neće blokirati niti usporavati Srbiju na njenom putu u Europsku Uniju“, hrvatski predsjednik Ivo Josipović (Jović, 2010, str.28).
2. „Vrlo je važno da podupiremo jedni druge, a ne da se blokiramo“. Ukoliko je Hrvatska članica Europske Unije, to nije samo postignuće za Hrvatsku već i za Srbiju. To je novi duh, europski duh“, srpski predsjednik Boris Tadić (Today Zaman, 2010).
3. „Mi smo navikli da se odnosi između zemalja regije kreću po sistemu „vruće-hladno“. Ovo je jedan hladan tuš, međutim, na svu sreću to ne traje dugo i onda nakon toga dolazi do novog zamaha u obnovi suradnje i odnosa“, Aleksandar Popov, predsjednik novosadskog Centra za regionalizam, a vezano za „ljetno“ zahlađenje odnosa oko proslave akcije Oluja (Trivić, 2011).
4. „Različita viđenja Oluje su očigledna. Budući da je riječ o potpuno različitim percepcijama istog događaja, razumljivo je što Oluja ima konfliktni potencijal“, Vladimir Pavićević, asistent na Fakultetu političkih nauka u Beogradu (Karabeg, 2011).
5. „Danas ni hrvatske, ni srpske političke elite nisu u situaciji da svoju vanjsku politiku vode potpuno samostalno zbog toga što su hrvatsko-srpski odnosi dio regionalnih europskih odnosa. Ne postoji više onakav manevarski prostor za zatezanje odnosa kakav je postojao u prošlosti. Meni se čini da su hrvatsko-srpski odnosi osuđeni na uzlaznu liniju i da su replike samo folkorne manifestacije, koje imaju veze sa svakogodišnjim sporovima povodom obljetnice Oluje i sa činjenicom da objema administracijama ističe mandat. Kada je riječ o izborima u Hrvatskoj, vanjska politika i odnosi prema Srbiji nemaju više, osim u nekim marginalnim skupinama, ni blizu onakvu političku težinu kakvu su imali ranije“, Davor Gjenero, politički analitičar iz Zagreba (Karabeg, 2011).
6. „U sljedećih nekoliko mjeseci radit će se na tome da se kombinira socijalno nezadovoljstvo u Srbiji s nacionalnom frustracijom, i proizvodit će se događaji koji će izazivati opće zgražavanje javnosti i tjeranje cijele zemlje na „patriotski kurs“, po propagandnim receptima iz devedesetih godina“, predsjednik Lige socijaldemokrata Vojvodine Nenad Čanak o predizbornom razdoblju u Srbiji (Blic Online, 2012a).
7. Bilateralno rješavanje otvorenih pitanja, ako je to moguće, predstavlja jednu vrstu „znaka političkog sazrijevanja naših država“ (Tportal, 2012a). Vezano za tužbu za genocid: „Dugoročno, povlačenje tužbe, uz prethodno zadovoljenje otvorenih pitanja, sljedeće generacije rješava tzv. sukoba niskog intenziteta“, hrvatska ministrica vanjskih i europskih poslova Vesna Pusić (Srdoč, 2011).
8. „Povlačenje tužbe dobar potez sa stajališta dobrosusjedskih odnosa, kao i za ukupnu stabilnost regije“, profesor Fakulteta političkih nauka u Beogradu Predrag Simić (Tportal, 2012b).
9. „Hrvatsko pristupanje Uniji trebalo bi Srbiji biti motiv za unutarnje transformacije, koje bi je dovele na razinu Hrvatske. Hrvatska će s druge strane, kad uđe u EU, biti u odličnoj prilici da pomaže Srbiji“, Tonino Picula, bivši ministar vanjskih poslova u koalicijskoj vladi Ivice Račana (Index.hr, 2010).
10. Iako članovi Vlade u Srbiji ocjenjuju da je regionalna suradnja još opterećena „bolnim poglavljima prošlosti“, Aleksandar Popov ističe da je ona upravo jedan od „glavnih uvjeta ulaska u Europsku uniju“ (Palić, 2012).

Sagledavši ukupna stajališta predsjednika, referentnih političkih analitičara i političara s obje strane može se zaključiti da su dominantna stajališta o pozitivnim i uzlaznim odnosima dviju zemalja. Kameni spoticanja su, naravno, otvorena pitanja koja se izvlače po potrebi i u kontekstima u kojima trebaju opravdati jednu

stranu. Time se želi reći, da unatoč proklamiranim dobrim odnosima u pojedinim situacijama se u diskursu i dalje osjeti ideološki interpretirana struja koju će po pretpostavci preuzimati, i dodatno stimulirati, i sami mediji. Uz otvorena pitanja čiji se aspekti koriste ovisno o situaciji i potrebi političkih elita, te izborne smicalice kojima se kroz razne teme pokušavaju zazivati duhovi prošlosti, bezazlene fraze „lidera“ u regiji mogu izazivati nervozu i sumnjičavost susjeda. Zašto? Naglašavanjem uspjeha Hrvatske, dobrog primjera za regiju, zemlje vodilje za susjedne države prema Europskoj Uniji, neminovno se naglašavaju naše pozitivne osobine koje bi ostali (u ovom kontekstu „drugi“) trebali slijediti ako žele biti dobri kao „mi“. Pa se tako i za vrijeme izbora, ali i tijekom bilateralnih posjeta, ta fraza „lider“ nemilice koristi i od političara i od medija. Zanimljiva su i mišljenja u medijima koja ističu da: „... je u obje zemlje uvriježeno mišljenje da biračko tijelo neobično cijeni nepomirljivost i ratobornost prema susjedima“ (Perišić, 2011). Što znači, da u određenim kontekstima fraze o „regionalnoj suradnji“ i „primjeru za susjedne zemlje“ mogu imati i skrivena značenja u kojima se impliciraju druge misli, po kojima smo „mi“ bolji od „njih“ ili „oni“, ako „nas“ ne slijede, ne mogu postati članovi „europske obitelji“. To se posebice može iščitati iz izjava kojima se razvijanje regionalne suradnje uvjetuje ispunjavanjem, odnosno zatvaranjem određenih otvorenih pitanja. Pojednostavljeno, naglašavanje bilateralne suradnje, znači jednak trud obiju zemalja u rješavanju otvorenih pitanja, ali kako onda s tim povezivati odnose „Ako – onda“, tj. uvjetovanje? Iako kod uvjetovanja, načelno nema ništa spornog, nacionalistička retorika koja se po potrebi izvlači ispod tepiha i nameće u javni diskurs, može postavljanje jedne zemlje „kao primjera“ drugima kasnije to iskoristiti za osporavanje ulaska drugih susjednih zemalja u Europsku Uniju. Dejan Jović to objašnjava: „Hrvatski suverenisti i nacionalisti vide članstvo Hrvatske u Europskoj Uniji kao instrument daljnjeg vođenja politike konflikata s Bosnom i Hercegovinom i Srbijom. Izjava predsjednika Josipovića o tome da Hrvatska neće voditi takvu politiku je bila izrečena ne samo kao izraz prijateljstva s Beogradom, nego i kao kritika suverenista i nacionalista unutar hrvatske politike“ (Jović, 2010, str.28). Analitičari smatraju da simbolične geste i razbacivanje frazama o dobrosusjedskim odnosima rijetko vode do rješavanja konkretnih problema u međusobnim odnosima. Štoviše, one su nerijetko izazivale i suprotne reakcije, bilo spontanog protivljenja, bilo isceniranih nacionalističkih istupa za potrebe domaće javnosti (Jožanc, 2010). O jednoj vrsti prisutnosti ideološki obojanog diskursa može se iščitati i u oslikavanju odnosa frazama poput „sukob niskog inteziteta“, ili „konfliktni potencijal“, ili „patriotski kurs“ koje mogu implicirati na jedan puno tvrdi stav u odnosima nego što je on „zapakirano“ proklamiran. Ili, možda je bolje reći, da se u određenim trenutcima on naglašava kako bi se na temelju takve retorike i nastupa prikupili potrebni politički bodovi. Neosporna je činjenica i ocjena relevantnih društvenih subjekata da odnosi dviju zemalja idu uzlaznom putanjom, te da: „...službeni diskurs koji je postao formativni dio identiteta dviju država“ (Jović, 2010, str. 40) proklamira regionalnu suradnju i rješavanje otvorenih pitanja na obostrano zadovoljstvo, ali se ipak u pojedinim „osjetljivijim“ situacijama i dalje osjeti prisutnost ideološki pristranog diskursa. Službeni stavovi diseminirani putem medija u javnost od dominantnih društvenih struktura, u našem slučaju možemo reći da su to službeni stavovi predsjednika država, ne ocrtavaju prisutnost ideološkog diskursa dok se kod političkih analitičara, ali i kod političara u određenim situacijama, može uočiti prisutnost ideološkog okvira u odnosima dviju zemalja i interpretacijama navedenog odnosa.

Hrvatsko i srpsko novinarstvo kao društveni kontekst

Medijski se analitičari slažu da su medijske slobode u današnje vrijeme posebno ugrožene te da su nezavisno novinarstvo i mediji u zemljama regije na koljenima, a politički pritisci su toliko ojačali da sve podsjeća na povratak u devedesete. Stanje u hrvatskim medijima novinar Denis Latin okarakterizirao je na sljedeći način: „Na HRT-u su ukinute brojne emisije koje su se bavile istraživačkim novinarstvom. Komercijalne televizije permanentno koketiraju s vlašću, izbjegavaju istraživačke teme, osim ako nisu otvorene službeno, dakle od strane Državnog odvjetništva“ (Kovačević, 2011). Izostanak društveno relevantnih tema i sveukupna estradizacija i banalizacija medija, što je i svjetski trend, uzela je maha i u hrvatskim medijima i to sve pod opravdanjem zarade jer „lake“ društvene teme, kao i skandali jednostavnije dolaze do publike. Informacija postaje roba na tržištu koja se mora prodati. O tome da situacija ni u Srbiji nije bolja ističe direktor B92 **Veran Matić** i dodaje kako se medijska slika u ovoj zemlji dodatno komplicira zbog situacije s Kosovom, te pojačava nacionalistička retorika uoči predizborne kampanje. „Mi ponovo slušamo govore slične govorima iz devedestih godina, ponovo se pominje nekakav goloruki narod i govori o obrani tog golorukog naroda itd. Dakle, dolazimo u

situaciju da su oni koji su uzročnici lošeg stanja u društvu puno zaštićeniji od onih koji razotkrivaju uzroke tog lošeg stanja“ (Kovačević, 2011). Za našu je analizu bitan medijski kontekst koji odražava način na koji mediji izvještavaju o susjednoj državi. Kaže se da je izvještavanje medija o događajima u susjednim zemljama i ogledalo njihovih odnosa. Medijski stručnjaci tvrde da upravo otvorena pitanja i kratkoročne tenzije kojih tren ima, a tren nema u odnosima Hrvatske i Srbije utječu na način kako se prate i prezentiraju događaji u susjednim zemljama. Ponekad su nezainteresirani, tretirajući ih kao zbivanja u dalekim zemljama, a u drugim prilikama se izvještava pristrano, potencirajući afere i skandale, kako bi se susjed prikazao u negativnom svjetlu (Štavljanin, 2011). Iako hrvatski mediji u globalu sve manje prate vanjsku politiku što se ogleda i u ukidanju stranih dopisništava s obrazloženjem o štednji, „o zemljama u susjedstvu izvještavaju isto kao što i njihovi mediji izvještavaju o Hrvatskoj - vrlo malo ili nikako“, ističe medijski stručnjak i profesor na Sveučilištu u Zadru, Stjepan Malović. „Sve se svodi, ili na vrhunski politički protokol, ako su neke državne posjete u tijeku, ili na skandale i senzacije u skladu s dobrim uređivačkim uzusima današnjih medija. Mislim da je to jedan autizam“ (Barbir-Mladinović, 2011). Uz rijetke izuzetke, navodi predsjednik Hrvatskog novinarskog društva, Zdenko Duka, izvještava se samo o događajima koji se tiču Hrvatske ili Hrvata u susjednim državama: „Najčešće se piše o incidentima – kada je neki problem uglavnom nacionalni ili se radi o takozvanoj državnoj nacionalnoj politici“ (Barbir-Mladinović, 2011). O izvještavanju srpskih medija o zemljama u okruženju također je uvriježeno stajalište da je premalo informacija o tome kako susjedi rješavaju svoje tranzicijske poteškoće, proturječnosti i krizu. To je ono što, na neki način, stvara javno mnijenje u Srbiji u odnosu na zemlje regije što se mora prerasti, ističe Rade Veljanovski, profesor Fakulteta političkih nauka u Beogradu. „To nije samo medijsko pitanje, to je pitanje i našeg vlastitog političkog i demokratskog razvoja jer ako hoćemo napraviti diskontinuitet s periodom 90-ih godina i vladavinom Slobodana Miloševića, mi moramo uspostaviti puno bolje odnose na svakom planu, a ti odnosi su apsolutno nemogući ako i javnost nije u dovoljnoj meri obavještena i ako to sve nisu teme za medije u Srbiji“ (Grabež, 2011). Posebno se naglašava da je medijsko izvještavanje o susjedima u Srbiji u potpunoj korelaciji s ponašanjem ondašnjih političkih elita. Utjecaj politike na sredstva informiranja je nesumnjiv, što za neposrednu posljedicu ima činjenicu da ni javnost nije u mogućnosti suočiti se s realnim stanjem u svom susjedstvu (Grabež, 2011). Ocjenjujući ideološku obojanost današnjih medijskih tekstova, mnogi se stručnjaci slažu da je i dalje prisutna negativna propaganda pa čak, u nekim trenucima, i govor mržnje. Ističe se i sprega medija i ideologije koja je uvijek bila prisutna kao i sumnja da se ta sprega ikada može povući iz medijskog diskursa (Sadiković, 2011).

Određivanje ideoloških kategorija koje utječu na izvještavanje

Mnogi su znanstvenici istraživali utjecaje na produkciju vijesti i načine na koje se vijesti prezentiraju. Tako je model Pamele Shoemaker i Stephena Reesa identificirao pet sfera utjecaja. Na prvoj razini utjecaja nalaze se novinari koji proizvode vijesti, slijedi radna rutina s namjerom objektivnog izvještavanja i javnog interesa kao kriterija pri selekciji i produkciji vijesti. Treću razinu predstavljaju institucionalni imperativi organizacije u kojoj je novinar zaposlen, a četvrtu predstavljaju posebni medijski utjecaji koji se sastoje od utjecaja tehnologije, institucionalnih izvora vijesti, prihoda od oglašavanja, regulatornih i zakonskih okvira, ali i publike. Zadnju razinu, i za ovaj kontekst bitnu razinu, predstavlja utjecaj ideologije, koju definiraju kao dominantnu moć koja prožima strukture i njen utjecaj na politički diskurs (School of Communication at Simon Fraser University, 2011, str. 5). Postavlja se pitanje, kako se dolazi do ideološkog utjecaja i na koji se on način manifestira? Kako ističe Van Dijk, kod izvještavanja u medijima se očekuje da su njihove glavne funkcije oslobođene uvjerljivih mišljenja. Jedan od glavnih (ideoloških) kriterija za vijest u većini zapadnih medija je da su „činjenice“ odvojene od „mišljenja“ (Van Dijk, 2006, str. 354). Ipak, mnoga istraživanja ukazuju sustavno iskrivljavanje i promicanje ideološkog pogleda vijesti, iako se izvještava o činjenicama. To se događa zbog načina na koje se činjenice prezentiraju (Kurtić, 2006, str. 101). Medijska grupa u Glasgowu istraživala je sustavnu pristranost vijesti te zaključila da su vijesti u službi jačanja određenog viđenja stvari. Naime, iz mnoštva činjenica birale su se samo one koje su dokazi za određene tvrdnje, odnosno samo one koje potvrđuju pozadinsku ideologiju i naglašavaju samo jedno tumačenje (Kurtić, 2006, str. 102). U funkciji promicanja preferiranog pogleda na stvarnost (ideologije) pokazalo se da su jezične konstrukcije od kojih se sastoje vijesti, odnosno opisi, isključivali ili odbacivali alternative. Iako je takav način izvještavanja više rezultat novinarske rutine, nego istinske namjere, za utvrđivanje ideološke pristranosti potrebna je dublja

semantička analiza strukture poruke kako bi se uočile skrivene pretpostavke i vrijednosni sudovi koji određuju cijelu priču pa i njenu pristranost (Kurtić, 2006, str. 102).

Polazište za ideološku analizu izvještavanja medija čine posebne okolnosti koje su se ogledale u ponašanju navijača, odnosno navijački neredi kao dio ukupnog diskursa kojeg čine i ponašanja i verbalizacija, odnosno interpretacija samog događaja. Zbog specifičnosti odnosa Hrvatske i Srbije, te povijesnih konfliktnih situacija, navijački neredi u kojima su srpske navijačke skupine napale hrvatske navijače, imaju dodatno značenje. Tijekom napada isticali su se nacionalistički elementi koji su uz izjave navijača, poslane poruke koje naglašavaju ratne sukobe i neriješena pitanja te neumjesno navijanje tijekom utakmica, naglašavali upravo ideološki okvir događaja. Ideološki okvir prepoznat je i u samoj činjenici da su sukobi izbili samo između hrvatskih i srpskih navijača, što ukazuje na političku dimenziju jednog sportskog događaja. Dakle, navijački neredi i napadi na navijače iz Hrvatske (koje tretiramo kao tekst, odnosno kao diskurs podložan kritičkoj analizi diskursa) kojima su se pokušali prizivati duhovi prošlosti u kojima se uz ratni rječnik posebno naglašavao sukob u cilju poticanja političkih tenzija i slanja poruka da se odnosi među državama još nisu „ohladili“, proizvod su aktualne ideologije. Kao što je ranije istaknuto, ideologija ne mora biti dominantna – hegemonijska u cijelom društvu, ali je referentna za tu društvenu skupinu i širu društvenu skupinu (diskurzivno ishodište) kojoj napadači pripadaju. A napadi su ujedno i način reproduciranja, predstavljanja i širenja te ideologije (posebnog interpretativnog okvira) pa čak i konkuriranja službenom diskursu susjeda (drugog) sračunati na izvjesnost načina na koji funkcioniraju (procjenjuju vrijednosti vijesti) masovni mediji što će pokazati sljedeći rezultati istraživanja. Pošto je prema sugeriranoj definiciji ideologije kao konzistentnosti ideja, misli i uvjerenja konkretnih društvenih skupina (napadača i njihovih idejnih i političkih mentora) ideološki iskazana i prepoznata u jednoj vrsti diskursa – ponašanju sudionika navijačkih skupina, fokus će daljnje kritičke analize biti na prepoznavanju ideološkosti u drugoj vrsti diskursa – verbalizaciji, odnosno interpretacijama tog ponašanja kroz izjave sudionika događaja. S jedne strane, prisutnost ideologije u analiziranim online izvještajima hrvatskih i srpskih medija prezentirat će se kroz primjere riječi, fraza i rečenica koje oslikavaju ideologiju kao i kroz leksičke izraze koji reflektiraju „Nas“ naspram „Njih“. Slijedeći Van Dijkov ideološki četverokut analiza je pokazala da u 69% hrvatskih online izvještaja i 70% srpskih online izvještaja je prisutno ideološki obojeno izvještavanje. Rezultati su sumirani u Tablici 1.

Tablica 1. Ideološki četverokut u analiziranim hrvatskim i srpskim online medijima

Ideološki četverokut	Hrvatski online mediji	online mediji
Naglašavanje Naših dobrih osobina/postupaka	49	76
Naglašavanje Njihovih loših osobina/postupaka	105	44
Ublažavanje Naših loših osobina/postupaka	17	36
Ublažavanje Njihovih dobrih osobina/postupaka	16	8
Ukupni broj ideoloških riječi, fraza i rečenica	187	164

Izvor: Vlastito istraživanje, 2012.

S obzirom na specifičnost samog sportskog događaja odigranog u Srbiji, koji je popraćen navijačkim neredima u kojima su napadnuti hrvatski navijači od strane srpskih, logično je bilo očekivati da će se ideološka prisutnost iskaza temeljiti u hrvatskim medijima na naglašavanju „njihovih“ loših postupaka (56%), ali i „naših“ dobrih (26%). Recipročno, rezultati u srpskim medijima pokazuju da se većinom izvještavalo ideološki pristrano na način da su se posebno isticale „naše“ dobre osobine i postupci (46%), zatim „njihove“ loše osobine (27%), ali je i znatan udio iskaza koju ublažavaju „naše“ loše osobine (22%) što se očekivalo s obzirom da su se, na neki način, morale sanirati štete po odnose dviju zemalja koje su navijački neredi pokušali potaknuti. Sljedeća tablica prikazuje specifične primjere ideološkog četverokuta u obje kategorije analiziranih medija.

Tablica 2. Primjeri ideološkog četverokuta u analiziranim online medijima

Hrvatski online mediji	
Naglašavanje Naših dobrih karakteristika / postupaka	Lijepa Naša u Areni Specijalno za tu utakmicu, svaka lopta je život ili smrt, tako se treba boriti za hrvatski dres. Bit će nam još lakše igrati kada su svi protiv nas. Gušt je igrati kad te vrijeđa 20 tisuća ljudi
Naglašavanje Njihovih loših karakteristika / postupaka	Činizam prvog pendreka Srbije- Hrvatima dijeli lekcije o huliganizmu, dok po Srbiji "pucaju" hrvatske glave Tko se brine o sigurnosti Hrvata u Srbiji? Miloševićev nasljednik i glasnogovornik Drumski razbojnici nakon normalizacije, veća prepreka od ratne okupacije Pročetnički "navijači" Srbi po medalju stigli s vojničkim kapama!, praćeni uzvicima odobravanja s tribina. Da je i našima bilo ratničkog mentaliteta BeoArena koja je sijala mržnju Beogradska atmosfera linča U klasičnoj kukavičkoj sačekuši Srbijanska policija se ukopala u rovove i škrtari na informacijama. Beogradska arena - izgledala kao policijski i vojni poligon
Ublažavanje Naših loših karakteristika / postupaka	Postali nervozni jer su bili svjesni kako u grotu beogradske Arene mogu teško do pobjede 'Da smo sa Srbima igrali na neutralnom parketu bilo bi deset razlike za nas' (HRS)
Ublažavanje Njihovih dobrih karakteristika / postupaka	Rukometna groznica koja tresu Srbiju jača je od porazne finacijske situacije Loša priprema domaćih organa reda. Organizatori su svjesno zakomplicirali situaciju s ulaznicama i interes je okopnio Trebalo bi dovesti 50 hiljada žandarmerije da se nešto napravi (HRS)
Srpski online mediji	
Naglašavanje Naših dobrih karakteristika / postupaka	Mi ćemo da se izdignemo iznad svega toga i da pokažemo da smo bolji domaćin RSS je obavio ogroman posao, odolevajući svim problemima, provokacijama i neočekivanom primitivizmu ljudi iz zemalja „zapadne Evrope“ Sačuvali taj rezervoar snage, motiva i borbenosti Srpska policija će im biti na raspolaganju 24 sata danonoćno Istorijska bitka Srbije Srpski rukometaši - furija
Naglašavanje Njihovih loših karakteristika / postupaka	Goluža je ostao zamrznut negde u prošlosti, skoro 20 godina unazad Sa istaknutim obeležjima „kockicama“ provocirajući uzvikivali: „Tko ne skače, taj je pravoslavac“, i „Vukovar, Vukovar...“ "šahovničari" (za hrvatske rukometaše) Šajkača za Hrvate ratna kapa
Ublažavanje Naših loših karakteristika / postupaka	Nije baš da su tradicionalnom srdačnom dobrodošlicom dočekani gosti iz Hrvatske Specifična težina utakmice s Hrvatskom, a navijačkih čarki je već bilo Šajkača na ceremoniji je njihov geg i oznaka pripadnosti (...) svi su želeli da istaknu koliko su ponosni na to što brane boje Srbije.
Ublažavanje Njihovih dobrih karakteristika / postupaka	Barem za sada, nema nikakvih optuživanja da su sudije "skrojile" rezultat, niti da su dva nacionalna tima igrala u nekoj neprimerenoj atmosferi

Izvor: Vlastito istraživanje, 2012.

Potrebno je naglasiti da su ideološke riječi, fraze i rečenice posebno ukomponirane kao skrivene poruke koje uvelike ovise o pozadini znanja publike o ovom određenom diskursu. Drugim riječima: „...diskurs uzima u obzir diskurzivne svjetove sudionika, odnosno njihove osobne situacije, poglede na stvarni svijet (...). Diskursivni svijet je ishod svih prethodnih iskustava diskursa“ (Kurtić, 2006, str. 155). Dakle, daljnjim je koracima bilo potrebno utvrditi je li u konkretnom slučaju riječ o proizvođenju nove diskurzivne situacije prouzročene ponašanjem određene društvene skupine (navijači) i postoji li interpretativno priklanjanje drugih značajnih diskurzivnih subjekata kao što su novinari, komentatori, mediji, analitičari, političari i službena državna politika. Uočeno je da se mediji priklanjaju ideološkoj interpretaciji događaja jer u hrvatskim medijima interpretacija novinara u 60% slučajeva naglašava „njihove“ loše strane, a u 22% naglašava „naše“ dobre osobine. Kako i Van Dijk ističe, predstavnici društvenih skupina više će izražavati ideologije nego ljudi koji ne govore prvenstveno kao pripadnici skupine (Van Dijk, 2006, str. 354). Tako se i hrvatski reprezentativci kao i članovi Hrvatskog rukometnog saveza, kao pripadnici određene društvene skupine, u interpretacijama događaja priklanjaju upravo naglašavanju „naših“ dobrih osobina (43%) dok se navijači u 80% slučajeva koncentriraju na naglašavanje „njihovih“ loših postupaka. Nasuprot njima, službena stajališta političara su iskazivana u 7% slučajeva, a u njima nisu dominirale vladajuće strukture i predsjednici država već pojedina politička stajališta koja su većinom naglašavala „njihove“ loše osobine (62%), ali i koja su u danom trenutku pogodovala podržavanju medijski prezentirane interpretacije događaja. Primjeri su vidljivi u sljedećoj tablici.

Tablica 3. Primjeri ideoloških iskaza društvenih skupina u hrvatskim online medijima

	Novinari/mediji	Političari	Reprezentacija/ Hrvatski rukometni savez	Navijači
Naglašavanje Naših dobrih karakteristika / postupaka	Hrvatska je zagospodarila parketom i polako tempom "mjela" Srbe Pred 20.000 srpskih navijača, izašao s visoko podignuta dva prsta i hrvatskom zastavom na leđima na kojoj je pisalo Proud to be Croat (Ponosim se što sam Hrvat)	Sigurni smo i da je naša policija spremnija nego policija u Srbiji (dogradonačelnica Vukovara)	Protiv Srbije želimo srce ostaviti na terenu zbog svih naših ljudi Zasukati rukave i krvavih koljena izaći s terena 'Ni 20.000 srpskih navijača ne može nas uplašiti za ovaj okršaj i pobjedu treba imati veliko srce, hladnu glavu i krvava koljena	Idem! Nema straha, navijačko srce me vuče!
Naglašavanje Njihovih loših karakteristika / postupaka	Huligani koji danima teroriziraju hrvatske navijače Srpski rukometaši - dojučerašnji luzeri Drumski razbojnici nakon normalizacije, veća prepreka od ratne okupacije Pročetnički "navijači" Da je i našima bilo ratničkog mentaliteta	Napad je posljedica konstantnog antihrvatskog raspoloženja spram Hrvata u Srbiji (Hrvatsko nacionalno vijeće u Srbiji)	Dobro da djeca nisu prešla granicu jer bi izginula (HRS)	Zemlja koja je po navijačkim kriterijima, neprijateljska Idilična slika "prijateljskog prijema mase hrvatskih navijača obična je laž
Ublažavanje Naših loših karakteristika / postupaka	Hrvatska bi dobila Srbiju u idućih pet od pet utakmica, samo da se igra u normalnim uvjetima, bez sjekira, razbijenih boca i pjesama prepunih mržnje	Sport je plemenita disciplina, poraz je sastavni dio igre, a ovakvo iskazivanje navijačkih strasti neprilično je i za svaku osudu (gradonačelnik Splita za napade hrvatskih huligana na pripadnike srpske manjine)	Mi pokušavamo sve s naše strane, ali i organizator je bespomoćan (HRS) Živio sam za zlato, to bi bio poklon svima koji su stradali u ratu. Živio sam za to da ovdje svira Lijepa naša (izbornik)	
Ublažavanje Njihovih dobrih karakteristika / postupaka	Loša priprema domaćih organa reda. Rukometaši Srbije dosanjali su krunu karijere		"Domaćin je na svakom natjecanju u polufinalu, prije nego što turnir krene"	

Izvor: Vlastito istraživanje, 2012.

Model hrvatskih medija slijede i srpski online mediji u kojima prevladava ideološka interpretacija novinara koja u 41% naglašava „njihove“ loše osobine, a u 31% „naše“ dobre osobine. Dok srpski reprezentativci, ali i članovi Srpskog rukometnog prvenstva, u većini slučajeva (81%) naglašavaju upravo „naše“ dobre osobine. S obzirom da su srpske navijačke skupine bile te koje su na domicilom terenu napale hrvatske navijače, interpretacijama navijača se posvetilo svega 1% iskaza koji su naglašavali „naše“ dobre karakteristike nasuprot interpretacijama političkih stajališta kojima su srpski mediji posvetili 12%, uz prevladavajuću ideološku interpretaciju koja ublažava „naše“ loše osobine (50%) i naglašava „naše“ dobre karakteristike (40%) kako pokazuju i sljedeći primjeri.

Tablica 4. Primjeri ideoloških iskaza društvenih skupina u srpskim online medijima

	Novinari/mediji	Političari	Reprezentacija/ Srpski rukometni savez
Naglašavanje Naših dobrih karakteristika / postupaka	Da pokažemo svetu dostojanstvo dobrih domaćina i razbijemo stereotipe o „LOŠIM momcima“ Kocka je bačena posle nikad slađe slatke pobjede nad «kockastima» Kada smo ravnopravni, onda mi „udaramo šamare“. Tad se zna ko je gazda. Šampionat dobra lekcija svima, Srbi po manirima i organizaciji daleko ispred mnogih zapadnih Evropljana.	Svih dana trudili da budu dobri domaćin- gradonačelnik Novog Sada Srbija uvek bila gostoljubiva zemlja i dobar domaćin svim svojim gostima- predsjednik Tadić	Molim sve navijače da sportski i korektno navijaju, kao i od starta prvenstva. "Idemo punog srca i sa emocijama naredni meč biti "tvrda i borbena utakmica Meč sa Hrvatima ima "posebnu čar". Sa navijačima rušimo Hrvate
Naglašavanje Njihovih loših karakteristika / postupaka	najekstremniji "Bed blu bojsi" odeveni u majice Ante Gotovine, skandirali "Ajmo ustaše", "Vukovar", "Ubij Srbina" i "Srbe na vrbe" Slavko je probao da se proslavi udarajući na poslednju, patetičnu kartu prenaplašenog patriotizma. Kačenje ustaških obeležja na tribinama, uz dobro poznati reperoar Tompsonovih pesama - provokacije. Slavlje hrvatskih igrača može se nazvati degutantnim		Skandiranje Hrvata u je potpuno neprihvatljivo Razvijene zastave Hrvatske duž cele tribine bodu oči mnogima, a skandiranja pojedinaca „Ko ne skače - pravoslavac“ i „Vukovar“ bespotrebno podižu tenziju
Ublažavanje Naših loših karakteristika / postupaka	Naši navijači su posle nekoliko provokacija od strane hrvatski pristalica - počeli da ih gađaju ponekim flašama (plastičnim) Navijačke i nacionalne strasti se ne smiruju, ali dok nema provokacija nema ni razloga za brigu da će se incidenti događati!	Nikakve grupice huligana ne smeju da brukaju građane Srbije i čitavu zemlju"- predsjednik Tadić Ne smemo da se ponašamo kao oni kada naši odu tamo“ Ivica Dačić	Voleo bih da sve što se dešavalo gurnemo iza nas i da ne igramo protiv Hrvata, već protiv olimpijskih šampiona
Ublažavanje Njihovih dobrih karakteristika / postupaka	Barem za sada, nema nikakvih optuživanja da su sudije "skrojile" rezultat, niti da su dva nacionalna tima igrala u nekoj neprimerenoj atmosferi		

Izvor: Vlastito istraživanje, 2012.

Analizirajući po modelu ideološkog četverokuta izvještaje hrvatskih i srpskih online medija uočeno je diskurzivno združivanje različitih diskurzivnih subjekata, odnosno međusobno podupiranje i dijeljenje zajedničkog ili sličnog interpretativnog okvira. Kao što je bilo za pretpostaviti, na učinkovitost polazne strategije napadača, kao diskurzivnog ishodišta, utjecali se posebno mediji. Oni su pod opravdanjem rutinskog posla, ali i vođeni novim principima hijerahizacije vijesti po kojima konflikti, negativnosti i dramatika dolaze prve u vijestima, značajno utjecali na širenje ideološke interpretacije događaja. S druge strane, lako je uočljivo da su političari kao diskurzivan subjekt u većini slučajeva izbjegavali previše komentirati navijačke istupe s namjerom minorizacije incidenata među navijačima, ali i prešutnim ukazivanjem na to da su odnosi Hrvatske i Srbije trenutno na visokoj razini. Tomu svjedoče i jedine službene izjave predsjednika država kojima se komentiraju navijački neredi:

„Fair play se mora uvijek poštivati, kako u igri, tako i na tribinama. Samo takvim, dostojanstvenim ponašanjem navijača, i u dvorani i izvan nje, možemo na pravi način biti podrška našim reprezentativcima. Naša je tradicija da se prema svakom svom gostu ophodimo s poštovanjem i uvažavanjem i nikakve grupice huligana ne smiju sramotiti građane Srbije i čitavu zemlju“, izjavio je predsjednik Srbije, Boris Tadić (Škrlec, 2012).

"Pokazalo se da su huligani u stanju da upropaste i najoeće sportske manifestacije. Ohrabrujuće je da su sve srpske institucije - od predsednika do lokalnih vlasti, osudile vandalizam. Siguran sam da će večeras i do kraja prvenstva sportisti i javnost u Srbiji biti na visini onoga što se očekuje“, izjavio je predsjednik Hrvatske, Ivo Josipović (Blic Online, 2012b).

Izjava predsjednika Srbije Borisa Tadića naglašava poštenu igru i navijanje, ali i dobre strane svoje zemlje, kao gostoljubive čime se može i ukazivati na ublažavanje „naših“ loših postupaka po ideološkom četverokutu. Drugim dijelom izjave ipak ističe da je to sramota za osudu, ali se opet umanjuje značaj tog čina riječju „grupica“. S druge strane, pošto su izjavu predsjednika Josipovića prenijeli samo srpski online mediji,

može se zaključiti da su ideološki željeli naglasiti svoje dobre strane, ali i ublažiti loše. Hrvatski mediji nisu prenijeli tu izjavu kojom je službeni stav osuda samog čina, ali bez ulaženja u objašnjavanje dubine i pozadine događaja kojima su navijači htjeli poslati jasnu ideološku poruku. Drugim riječima, iako u jednom segmentu ideološki obojene službene izjave, može se zaključiti da izbjegavanjem komentiranja pozadine priče, dominantna politika koja se ogleda u službenim izjavama predsjednika država nije u potpunosti podupirala diskurs i interpretaciju navijača. Reprodukcijska ideologija se, u tom pogledu, očitovala kroz združivanje interpretacija od diskurzivnog ishodišta – navijača, preko medija, ali kako primjeri navode i preko samih reprezentativaca koji su posebno naglašavali „naše“ dobre strane. Samim time što je analizirani diskurs vrlo detaljan o njihovim lošim činovima i našim dobrim činovima, a sasvim apstraktan i općenit o njihovim dobrim i našim lošim možemo zaključiti da je riječ o pristranom diskursu kako upućuje Van Dijk (Van Dijk, 2006, str. 358). Kako bi zornije ukazali na ideološke poruke kojima su se prvenstvo pokušavale ukazivati loše karakteristike „drugog“, ali i dobre osobine „nas“, naglasak će se u daljnjoj analizi staviti na leksičke izraze koji pojačavaju ideološki utjecaj na publiku (čitatelje online medija). Kako Van Dijk naglašava diskurs osim što eksplicitno izravno oblikuje ideološka uvjerenja, on izražava ideologije i neizravno (Van Dijk, 2006, str. 261). Neizravna značenja skrivena iza arsenala riječi utvrdila su se pomoću elemenata značenja koje je Van Dijk definirao u sklopu analize kritičkog diskursa, a to su: teme, implikacije i pretpostavke te kontrast.

Teme

Analiza nove diskurzivne situacije koja je, kako smo rekli, rezultat svih prethodnih iskustava diskursa, i koji: „...nije proizvod nagle interakcije koja se javlja u trenutku, već suprotno, duge povijesti formiranja i oblikovanja ideja u riječima i frazama“ (Beciu, 2000, citirano u Al-Sharoufi, 2006, str. 14) izvršila se kroz utvrđivanje tema kojima se naglašavaju „naše“ i ublažavaju „njihove“ pozitivne osobine. Teme diskursa bitne su u oblikovanju i dostupnosti poželjnih ideoloških modela i, stoga, neizravno u oblikovanju ili potvrdi ideologija (Van Dijk, 2006, str. 356). Unatoč činjenici da je riječ o jednom sportskom događaju, analiza ukazuje da prevladavajuća tematika daje naglasak prvenstveno na odnos jednih naspram drugih, odnosno „nas“ naspram „njih“. Naravno, i sportski se događaji prate na sličan način, ali u konkretnom slučaju zbog specifičnosti odnosa dviju susjednih zemalja, te samih navijačkih nereda koji su ishodište aktualne ideologije navijača kao društvene skupine mnogim riječima i frazama, odnosno iskazima ukazivalo se na političku dimenziju događaja što se uvelike razlikovalo od izvještavanja drugih utakmica istog prvenstva. To se posebno ističe u temama koje pokrivaju navijačke neredne, nasilne ispade, navijanje tijekom utakmica, ali i temama koje se tiču sigurnosti navijača pa i samog dolaska hrvatskih navijača na polufinalnu utakmicu. Može se reći da se teme zasnivaju na povijesnom konfliktu između Hrvata i Srba te na mržnji prema drugome, gdje se u prvom planu ističu riječi koje konotiraju ratna razaranja, sjećanja i jake emocije stradalih i ratom pogođenih osoba, ali i ratni rječnik koji mediji koriste te uspješno ispunjavaju ideološku agendu. Riječi i fraze poput *borbeni naboj*, *Hrvatska pala u grotlu beogradske Arene*, *pročetnički navijači*, *kukavička sačekuša*, *povijesna bitka*, *istorijska bitka*, *drumski razbojnici*, *invazija na Beograd*, *šahovničari*, *furija*, *šajkača kao vojna kapa* itd., kojima se oslikava sama utakmica, navijači i atmosfera konotiraju negativna značenja kod čitatelja koja aludiraju na ratna zbivanja i koja podsjećaju na agresiju, okupaciju i rat, a duboko su ukorijenjena u mentalitetu oba naroda. Oslikavanje odnosa na takav način pridonosi daljnjoj reprodukciji ideologije.

Implikacije i pretpostavke (propozicije)

Implikacija i pretpostavljanje su semantički odnosi koji uključuju izvođenje zaključaka zasnovano na modelima i društvenom znanju (Van Dijk, 2006, str. 359). Drugim riječima, diskurs koji koristi implicirana, prešućena značenja ovisi o pozadinskom znanju i poznavanju situacije. Čitatelji u tom slučaju moraju dekodirati implicirane poruke te sami iz njih izvoditi zaključke, odnosno tumačiti skrivena značenja. Implikatore (ono što ukazuje na prisustvo dodatnih ili skrivenih značenja u poruci) prepoznamo u metainformacijama o tipu komunikacije, ali i poruke (Kurtić, 2006, str. 171). Sudeći po tome, s obzirom da analizirani online izvještaji pripadaju žanru vijest koji treba biti objektivan i oslobođen vlastitog mišljenja ne bi trebalo očekivati prisutnost skrivenih značenja. Ideološkom analizom utvrđena je prisutnost mnogih impliciranih iskaza. Rečenicom poput: „*Kocka je bačena poslije nikad slađe pobjede nad „kockastima“, nad ljutim*

rivalom“, ukazuje se na ratni konflikt, a posebno na njegovu dugu povijest, jer je tom frazom (*Alea iacta est!*) Gaj Julije Cezar označio početak građanskog rata. Mnogo je primjera značenja koja impliciraju ratne sukobe kao što su: „*U gradu heroju gledala se povijesna utakmica*“, kojom se naglašavaju dobre osobine, ali izrazom povijesna utakmica, isticanjem naziva Grada Vukovara kao grada heroja koji je u Domovinskom ratu pretrpio najteža razaranja implicira se da je i dan utakmice povijesni dan jer je riječ o ponovnom okršaju između Hrvata i Srba. U obje vrste diskursa – ponašanju i verbalizaciji upravo se korištenjem imena grada Vukovara pokušalo ukazivati na, s jedne strane osvetu za ratna zbivanja, a s druge strane loše osobine „drugoga“ u obliku provokacije: „*Ljudi s „kockastim obilježjima“ provociraju skandiranjem Vukovara*“ ili „*Napadi su osveta srpskih navijača za hrvatsko skandiranje Vukovara*“. Zatim, „*Srbi po medalju došli sa šajkačama*“, gdje se s jedne strane naglašava kako je riječ o vojnoj kapi, ratničkom mentalitetu „drugoga“ što ima negativne konotacije. S druge strane to se pravda kao znak pripadnosti i podrške vlastitom narodu ili „*modni detalj*“, što implicira na pozitivno značenje. Drugi element koji stvara značenja su pretpostavke (propozicije). Rečenica kao: „*Tko se brine o sigurnosti Hrvata u Srbiji? Miloševićev nasljednik i glasnogovornik*“, koja se odnosi na srpskog ministra unutarnjih poslova, pretpostavlja da hrvatski navijači nisu, i ne mogu biti sigurni, unatoč mjerama koje su poduzete po tom pitanju, zato što je riječ o nasljedniku bivšeg predsjednika Srbije za vrijeme ratnih zbivanja u kojima su većinom stradavali Hrvati. U iskazima poput: „*Ne smemo da se ponašamo kao oni kada naši odu tamo*“ i „*Šampionat se završio kao dobra lekcija svima, da Srbi nisu narod koji je sišao sa drveta, već su po manirima i organizaciji daleko ispred mnogih „zapadnih Evropljana“*“, pretpostavlja se da se oni drugi uvijek ponašaju nasilno (kao u ovom slučaju srpski navijači) zbog čega ne bi smjeli pripadati niti se nazivati zapadnom Europom (implicira se na ulazak Hrvatske u Europsku Uniju). Širina povijesnog i ideološkog arsenala koji se krije iza mnogih riječi, iskaza i rečenica u analiziranim online izvještajima ukazuje na kompleksnost novomedijskog diskursa kao dijela jednog šireg regionalnog diskursa među susjednim zemljama. Karakteristika takvog ideološkog diskursa, kako su pojedini primjeri prikazali, oslikava se upravo u implicitnom, ali i eksplicitnom ocrtavanju negativnosti „drugoga“ i naglašavanju „naših“ pozitivnih strana.

Polarizacijski model

Propozicije mogu biti povezane u slijed „funktionalnim“ semantičkim odnosima, kao što je uopćavanje, potanki opis, primjer ili kontrast (Van Dijk, 2006, str. 360). Stoga, kako bi ukazali na opozicijsku distinkciju između „nas“ i „njih“, online izvještaji su pisani po trijadnom pristupu koji oslikava ideološku agendu. Kontrast, odnosno polarizacijski model prikazuje da propozicije imaju: „...važnu ulogu u ideološkom diskursu jer upravljaju načinom na koji se te izjave razumiju u odnosu na druge“ (Van Dijk, 2006, str.360). U 214 analiziranih online izvještaja uočen je trijadni model koji prikazuje „nas“ nasuprot „njih“. Pojedini su modeli polarizirani u smislu da su u potpunosti protiv „njih“ ili za „nas“. Ideološka je orijentacija prikazana u sljedećoj tablici u kojoj je oznaka A za „nas“, a oznaka B za „njih“ i u kojoj je prikazano i analizirano 8 mogućih polarizacijskih modela.

Tablica 5. Polarizacijska struktura analiziranih online izvještaja

	Uzorci		Hrvatski online mediji	% udio	Srpski online mediji	% udio
1	ABB	mi, oni, oni	22	9%	8	3%
2	BAB	oni, mi, oni	11	4%	14	6%
3	BBA	oni, oni, mi	23	9%	11	5%
4	BAA	oni, mi, mi	12	5%	31	13%
5	ABA	mi, oni, mi	34	13%	23	10%
6	AAB	mi, mi, oni	28	11%	27	11%
7	BBB	oni, oni, oni	65	26%	45	19%
8	AAA	mi, mi, mi	59	23%	82	34%
TOTAL polarizacijske strukture			254		241	

Izvor: Vlastito istraživanje, 2012.

Od ukupno 254 polarizacijska modela, rezultati u hrvatskim online izvještajima pokazuju da prevladavaju negativni modeli (26%) koji naglašavaju „njih“ i prikazuju negativne aspekte „drugoga“ bez stvarnog uspoređivanja „nas“ i „njih“. S druge strane, u 241-om polarizacijskom modelu srpskih online izvještaja prevladava pozitivan model „nas“ (34%) koji isključivo prikazuje „naše“ pozitivne strane, ali također bez usporedbe „nas“ i „njih“. Navedeni su se rezultati i očekivali, s obzirom da je dosadašnja analiza prikazala prisutnost i reprodukciju ideologije, ali i samim tim što su napadnuti hrvatski navijači od srpskih u Srbiji, pretpostavljalo se da će hrvatski online mediji naglašavati „njihove“ loše strane, a srpski svoje dobre. Tomu u prilog idu i ostali modeli kojima se u srpskim online medijima naglašavaju vlastite dobre strane po modelu oni-mi-mi (13%), gdje se u prvi plan stavljaju negativni aspekti drugih, ali onda dvostruko naglašavaju vlastite dobre strane. Slično je i s modelom mi-oni-mi (10%). Ipak, uz prikazivanje vlastitih pozitivnih, u srpskim medijima drugi model koji prevladava je negativan polarizacijski model oni-oni-oni (19%) kojim se isključivo ističu negativne strane „drugoga“. Sličan princip slijede i hrvatski online mediji gdje je drugi prevladavajući model mi-mi-mi (23%) kojim se ističe „nas“ u položaju žrtve što najviše govori o ideološkom utjecaju i praksi izvještavanja. Slično je i s modelom mi-oni-mi (13%) gdje se naglašavaju „naša“ pozitivna postupanja, ali se prikazivanjem „njihovih“ negativnih „nas“ na kraju prikazuje kao žrtve. Značenja koja se mogu iščitati kroz polarizacijski model jasno upućuju na ideološki okvir koji se slijedi u izvještavanju.

Prijenos ideološkog diskursa na društvene mreže

Teme kako se iskazuju u diskursu (...) priskrbuju „činjenice“ koje se koriste u retoričkim argumentima u svakodnevnom razgovoru kao potpora ideološkim mišljenjima („Jučer je bilo u novinama da...“) (Van Dijk, 2006, str. 355). Danas se svakodnevni govor često zamjenjuje upravo „govorom“ na društvenim mrežama koje postaju jedan od trgova 21. stoljeća, a koje nam omogućavaju da se naš glas, u najkraćem roku, daleko čuje. Po tom modelu možemo analizirati i prelijevanje ideoloških mišljenja i iskaza s online medija na društvene mreže. Naime, odlike novih medija su prije svega brzina i povezanost te široka dostupnost. Povezanost, ali i simbioza online medija i društvenih mreža jasno se oslikava u mogućnostima dijeljenja („share“) ili odobravanja, odnosno podržavanja pojedinog online teksta („Like“) na razne društvene mreže. Od ukupno 120 online izvještaja u hrvatskim medijima, njih 75% su dijeljeni na Facebook društvenim mrežama, dok je taj udio u srpskim online medijima 51%. Prosječan broj dijeljenja je u hrvatskim medijima 44, a u srpskim 32. No, sama brojka ne govori puno o širenju ideoloških mišljenja. Ono što je karakteristično za obje kategorije analiziranih medija je veći broj dijeljenja (ali i komentara) iskazivan upravo na tekstove o navijačkim neredima, reakcijama na neredu, ali i izvještaje koji sadrže najviše ideoloških implicitnih i eksplicitnih značenja. Kako bismo utvrdili način na koji se sadržaji prenose u online medijima i kako bivaju interpretirani, analizirali smo iskaze Facebook profila online medija za čiji smo diskurs ranije utvrdili da je ideološki orijentiran (Index Facebook profil, Tportal Facebook profil, Blic Facebook profil i Večernje novosti Facebook profil). Iako je riječ o Facebook stranicama koje su pod određenom kontrolom autora, veća sloboda izražavanja, uz omogućavanje anonimnosti i kreiranja lažnih identiteta, značajno utječe na način interpretacije sadržaja. Uz dijeljenje i podržavanje sadržaja na online portalima, treći element simbioze novih medija je objava poveznica (linkova) na društvenim mrežama. Tome su pribjegavali i analizirani Facebook profili na kojima su se objavljivali linkovi na službene stranice online medija i određeni izvještaj vezan za analizirani događaj. Navedeni elementi simbioze multipliciraju ideološki interpretativni okvir nametanjem vlastitog konteksta u kojemu se odvija prezentacija događaja s rukomentne utakmice. Koristeći Van Dijkov ideološki četverokut analizirani su iskazi na Facebook profilima koji su se odnosili na objavu (post) autora profila. Iako su se očekivali iskazi većinom istomišljenika koji se javljaju na određenu Facebook stranicu, u svim analiziranim kategorijama prevladavaju suprotna stajališta u kojima se recipročno javljaju i srpski čitatelji na hrvatske Facebook profile, kao i hrvatski na srpske. Rezultati ideološke analize slijede sličan model kao i online mediji, gdje na hrvatskim Facebook profilima u 51% prevladavaju iskazi kojima se naglašavaju „njihove“ loše osobine te u 41% „naše“ dobre. Tipično za ideološki diskurs i na srpskim Facebook profilima prevladavaju pozitivne samopredodžbe (59%) te negativne predodžbe o drugima (35%). Slijedeća tablica pokazuje primjere ideoloških iskaza koji su utoliko specifičniji jer su značenja većinom

eksplicitna, ratni rječnik, kao i utjecaj povijesnog konflikta na interpretaciju sportskog događaja i navijačkih nereda je puno izraženiji, uz dodatni element vrijeđanja i psovki koje u online izvještajima nisu prisutni.

Tablica 6. Primjeri pozitivne samopredodžbe i negativne predodžbe drugoga na hrvatskim Facebook profilima

	Naglašavanje Naših dobrih karakteristika / postupaka	Naglašavanje Njihovih loših karakteristika / postupaka
Hrvatski Facebook profili	"jedno srce Hrvatsko kuca jace i hrabrije od cijele njihove nacije.....od postanka pa do kraja svijeta....." " uvijek će nam biti susjedi, al mi ćemo ipak u Europu!!! Oni ostaju!!" "!Kiša pad Kiša pada srbija propada vjetar piri vjetar piri hrvastka se siri " "SJETIMO SE - 5.08.1995. GODINE!!!! TADA SU DOBIVENE SVE BORBE,UTAKMICE I RATOVI NAŠE HRVATSKE!!!!" "CASNI HRVATSKI NARODE...jeste li vidjeli koliko jakog srpskog obezbjedenja,5000 milicajaca i vojska je cuvala 20 000 srba u areni od 120 HRVATA(...).stvarno smo im sa "OLUJOM" pokazali sta mozemo kad smo ujedinjeni"	"Kape su nošene da mi poludimo, one su sramota" "dok je Srba da će pjevat oni marš na drini i nosit te kape! " "gazite turske primitivce!" "prokleti lopovi srbi" "Poznati ste agresori i divljaci sajkace su nosili samo da bi bili primjeceni u svojoj drzavi....to je sramota" "srbi ko srbi ništa novo "moralno" od njih, balkanci uvijek ostaju balkanci " "samo seljačine zvižde na tuđu himnu...praljudi ...vi možete biti na vrhu,to se slažem ali vrhu seljačizma!" "Srbi urliču : SRBIJA DO TOKIJA! A mi znamo da je Srbija ko NOKIA!svake godine sve manja,i manja..." "srbi smeca cetnicka"

Izvor: Vlastito istraživanje, 2012.

Tablica 7. Primjeri pozitivne samopredodžbe i negativne predodžbe drugoga na srpskim Facebook profilima

	Naglašavanje Naših dobrih karakteristika / postupaka	Naglašavanje Njihovih loših karakteristika / postupaka
Srpski Facebook profili	"napali ste srpsku zemlju krajinu....ipak smo vas dobili...razbucali smo kockice.." "Srbija do Tokija" "živeli četnici" "SRBIJO MOJA PONOSNA BUDI....kauboji vise ne jasu" "nikad oni nisu bili bolji od nas, nase je finale a sada da titlujem srbi pobedili ..."	"ustasa iskompleksirani" "Gde ste miševiiiiii????? Ispušili ste!!!! Mnogo ste se ponadali!!! Drhte ruke a???? Mamicu vam krvoločnu!!!!" "di ste vi od rukometa cicvare još puno jesti ćobani" "Germanski konjušari" (za Hrvate) "PA hrvate!!!:DDD,one male iskompleksirane pokatoličene Srbe"

Izvor: Vlastito istraživanje, 2012.

Kao što je vidljivo, iako se prošlost čini daleko, ona se još uvijek reflektira u komentarima mnogih korisnika, pokazujući negativnu stagnaciju medija i pojedinca. Spirala šutnje, odnosno u ovom kontekstu komentiranja, potakla je interpretiranje jednog sportskog događaja kroz političku, ali i nacionalističku dimenziju gdje se pod krinkom lažnih profila, sve i svašta stavlja pod „istu kapu“ izazivajući na taj način kaotičnu usporedbu različitih sadržaja. Simbiozom sadržaja i njenim lakim prijenosom na društvene mreže, ali i utjecajem medija, ideologija je pronašla još jedan dom u kojem se velikom brzinom reproducirala. U tom pogledu, društvene mreže, ali i novi mediji nisu iskoristili svoj interaktivni potencijal u cilju osporavanja dominantnih reprezentacija začelih u diskurzivnom ishodištu, za koje smo u našem istraživanju utvrdili da su bili navijački napadi.

Zaključak

Koristeći Van Dijkov spoznajno orijentirani pristup kroz rad se utvrdila prisutnost određenih ideoloških modela u novomedijskom diskursu. Prema sugeriranoj definiciji ideologije kao sustavnosti ideja, misli i uvjerenja konkretnih društvenih skupina ideologičnost je iskazana i prepoznata u obje vrste teksta – diskursa, u ponašanju i verbalizaciji, odnosno interpretacijama tog ponašanja kroz izjave sudionika u događaju. S jedne strane, sami napadi na navijače iz Hrvatske (koji su tretirani kao tekst, odnosno diskurs podložan kritičkoj analizi diskursa) proizvod su aktualne ideologije, koja ne mora biti dominantna – hegemonijska u cijelom društvu, ali je referentna za navedenu društvenu skupinu i širu društvenu skupinu (diskurzivno ishodište) kojoj napadači pripadaju. Također, napadi su i način reproduciranja, predstavljanja i širenja te ideologije (posebnog interpretativnog okvira, a time i širenja diskurzivne zajednice) gdje se posebno računa na izvjesnost načina na koji funkcioniraju (procjenjuju vrijednosti vijesti) masovni mediji. Stoga se kritičkom analizom diskursa utvrđivala ideološka prisutnost u verbalizaciji, odnosno interpretaciji događaja medija i drugih relevantnih društvenih subjekata. Rezultati su pokazali interpretativno priklanjanje drugih značajnih diskurzivnih subjekata, kao što su mediji, navijači, pojedini političari, ali u

jednom segmentu i službena državna politika, što je potvrdilo učinkovitost polazne strategije napadača, ali i ukazalo na stvaranje nove diskurzivne situacije. Zaključno se može reći da se u medijskim izvještajima odražava ukotvljenost ideološkog samodefiniranja nacionalnog identiteta zasnovanog na negativnom definiranju drugog čime se žrtvuju univerzalni profesionalni kanoni novinarstva. Spomenuta simbioza novih medija i društvenih mreža pridonosi multiplikaciji i širenju navedene ideološke interpretativne struje globalno, jednostavnim klikom mišem. Uz prevladavajući ideološki diskurs s elementima pozitivne samopredodžbe i negativne predodžbe drugog, novi mediji nisu iskoristili vlastiti interaktivni potencijal u cilju osporavanja dominantnih reprezentacija i poticanja diskursa koji će služiti demistifikaciji događaja iz prošlosti i promicati sportski duh i suradnju.

Bibliografija

- Al-Sharoufi, H.** (2006) *Critical Discourse Analysis of Political Editorials in Arabic Newspapers*, Radovi 11-te konferencije Pan-Pacifičke Asocijacije primjenjene lingvistike, ss 8-27 Dostupno na: <http://www.paaljapan.org/resources/documents.html> Pristupljeno: 9.2.2012.
- Barbir-Mladinović, Ankica** (2011) *Hrvatski mediji nezainteresirani za regiju*, N.W. Washington DC: Radio Slobodna Evropa, 3. rujna, Dostupno na: http://www.slobodnaevropa.org/content/tema_sedmice_mediji_region_hrvatska/24316829.html Pristupljeno: 9.3.2012.
- Blic Online** (2012a) *Čanak na Twitteru: Srbija počinje da liči na Srbiju iz devedesetih*, Beograd: Blic Online, 24. siječnja, Dostupno na: <http://www.blic.rs/Vesti/Politika/303197/Canak-na-Twitteru-Srbija-pocinje-da-lici-na-Srbiju-iz-devedesetih> Pristupljeno: 1.3.2012.
- Blic Online** (2012b) *Josipović: Napad na hrvatske navijače u Novom Sadu je strašan*, 27. siječnja, Beograd: Blic Online, Dostupno na: <http://www.blic.rs/Vesti/Politika/303897/Josipovic-Napad-na-hrvatske-navijace-u-Novom-Sadu-je-strasan> Pristupljeno 28.3.2012.
- Grabež, Nebojša** (2011) *Slobodno novinarstvo na izdisaju*, N.W. Washington DC: Radio Slobodna Evropa, 12. veljače, Dostupno na: http://www.slobodnaevropa.org/content/tema_sedmice_mediji_region/2307179.html Pristupljeno: 9.3.2012.
- J.D.** (2010) *Hoće li se Josipović i Tadić voljeti i kad zavežu kravate?*, Zagreb: Index.hr, 23. ožujka, Dostupno na: <http://www.index.hr/vijesti/clanak/hoce-li-se-josipovic-i-tadic-voljeti-i-kad-zavezu-kravate-/482676.aspx> Pristupljeno: 1.3.2012.
- Jović, Dejan** (2010) *Palubna diplomacija i funkcionalna suradnja: hrvatsko-srpski bilateralni odnosi na početku mandata Ive Josipovića*, Izazovi europskih integracija, Vol. 11, ss: 27 – 42, Dostupno na: <https://dspace.stir.ac.uk/handle/1893/2479> Pristupljeno: 15.2.2012.
- Jožanc, Nikolina** (2010), *Susret Tadića i Josipovića - novi početak hrvatsko-srpskih odnosa?*, Zagreb: Centar za politološka istraživanja, 15. travnja, Dostupno na: http://www.cpi.hr/hr-13288_hrvatsko-srpski_odnosi_kljuc_stabilnosti_u_regiji.htm Pristupljeno: 9.3.2012.
- Karabeg, Omer** (2011) *Dokle će Oluja kvariti srpsko-hrvatske odnose*, N.W. Washington DC: Radio Slobodna Evropa, 21. kolovoza, Dostupno na: http://www.slobodnaevropa.org/content/most_oluja_gjenero_pavicevic/24302951.html Pristupljeno: 1.3.2012.
- Kovačević, Žana** (2011) *Nikad manje medijskih sloboda na Balkanu*, , N.W. Washington DC: Radio Slobodna Evropa, 14. listopada, Dostupno na: http://www.slobodnaevropa.org/content/balkan_region_mediji_medijske_slobode_pritisci/24360046.html Pristupljeno: 9.3.2012.
- Kurtić, Najil** (2006) *Kod novinarstva*, Sarajevo: Media plan Institut
- Lakić, Igor** (2010) *Lingvistička analiza diskursa pisanih medija*, Medijski dijalozi Vol. 3, No 7, ss. 7 – 18, Dostupno na: <http://www.med-dij.com/MedDij7/007-018%20Medijski%20dijalozi%20-%20Lakic.pdf> Pristupljeno: 9.2.2012.
- Neumann, B. Iver** (2009) *Značenje, materijalnost, moć: Uvod u analizu diskursa*, Centar za civilno –vojne odnose: Alexandria Press, ISBN 978-86-83275-48-9

- Palić, Svetlana** (2012) *Srbija mora biti motor pomirenja celog regiona*, Beograd: Blic Online, 22. siječnja, Dostupno na: <http://www.blic.rs/Vesti/Tema-Dana/302760/Srbija-mora-biti-motor-pomirenja-celog---regiona> Pristupljeno: 1.3.2012.
- Pauković, Davor** (2010) *Hrvatsko-srpski odnosi – ključ stabilnosti u regiji*, Zagreb: Centar za politološka istraživanja, 15. travnja, Dostupno na: http://www.cpi.hr/hr-13288_hrvatsko-srpski_odnosi_kljuc_stabilnosti_u_regiji.htm Pristupljeno: 9.3.2012.
- Perišić, Vuk** (2011) *Hrvatsko-srpski odnosi: jedna duga mučna talačka kriza*, Zagreb: Tportal, 29. kolovoza, Dostupno na: <http://www.tportal.hr/komentari/komentatori/145517/Hrvatsko-srpski-odnosi-jedna-duga-mucna-talacka-kriza.html> Pristupljeno: 2.3.2012.
- Sadiković, Mirna** (2011) *BiH: ratni huškači „se obukli“ u ugledne građane*, N.W. Washington DC: Radio Slobodna Evropa, 11. prosinca, Dostupno na: http://www.slobodnaevropa.org/content/bih_ratni_huskaci_se_obukli_u_ugledne_gradjane/24417311.html Pristupljeno: 9.3.2012.
- Srdoč, Silvana** (2011) *Predizborna Srbija nije zrela za hrvatske ustupke*, Zagreb: Tportal, 16. prosinca, Dostupno na: <http://www.tportal.hr/vijesti/svijet/165245/Predizborna-Srbija-nije-zrela-za-hrvatske-ustupke.html> Pristupljeno: 1.3.2012.
- Škrlec, S.** (2012) *Tadić poziva hrvatske navijače u Beograd*, 26. siječnja, Zagreb: Tportal.hr, Dostupno na: <http://www.tportal.hr/sport/rukomet-ep2012/172851/Tadic-poziva-hrvatske-navijace-u-Beograd.html> Pristupljeno: 29.3.2012.
- Štavljanin, Dragan** (2011) *Balkan: Kakva politika, takve i vijesti iz susjedstva*, N.W. Washington DC: Radio Slobodna Evropa, 3. rujna, Dostupno na: http://www.slobodnaevropa.org/content/tema_sedmice_mediji_region_susedi_izvestavanje/24316823.html Pristupljeno: 9.3.2012.
- Today Zaman** (2010) *Croatian President vows not to block Serbia's EU bid*, Istanbul: Today Zaman, 29. ožujak, Dostupno na: <http://www.todayszaman.com/news-205739-159-croatian-president-vows-not-to-block-serbias-eu-bid.html> Pristupljeno: 1.3.2012.
- Tomčić, Tihana** (2012) *Politika na tribinama: Tadiću vikali da je ustaša, ministrica sporta ne strahuje za sigurnost srpskih turista na Jadranu*, 28. siječnja, Rijeka: Novi list, Dostupno na: <http://www.novilist.hr/Sport/Rukomet/Politika-na-tribinama-Tadicu-vikali-da-je-ustasa-ministrice-sporta-ne-strahuje-za-sigurnost-srpskih-turista-na-Jadranu> Pristupljeno: 29.3.2012.
- Tportal** (2012a) *Treba učiniti sve da Srbija dobije status kandidata u ožujku*, Zagreb: Tportal, 31. siječnja, Dostupno na: <http://www.tportal.hr/vijesti/svijet/173855/Treba-uciniti-sve-da-Srbija-dobije-status-kandidata-u-ozujku.html> Pristupljeno: 1.3.2012.
- Tportal** (2012b) *Beograd pozdravlja 'pruženu ruku' Vesne Pusić*, Zagreb: Tportal, 3. siječnja, Dostupno na: <http://www.tportal.hr/vijesti/svijet/168255/Beograd-pozdravlja-pruzenu-ruku-Vesne-Pusic.html> Pristupljeno: 1.3.2012.
- Trivić, Branka** (2011) *Avgustovski "kratki spojevi" Srbije i Hrvatske*, N.W. Washington DC: Radio Slobodna Evropa, 8. kolovoza, Dostupno na: http://www.slobodnaevropa.org/content/avgustovska_klackalica_za_odnose_srbije_i_hrvatske/24290600.html Pristupljeno: 1.3.2012.
- Van Dijk, A. Teun** (2006) *Ideologija. Multidisciplinarni pristup*, Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, ISBN 953-212-011-4
- Wodak, Ruth i Meyer, Michael**, ur. (2009) *Methods of Critical Discourse Analysis. Introducing Qualitative Methods*, London: Sage, ISBN 978-1847874559

DEVELOPMENT OF LEGAL EXPERT SYSTEMS AND THEIR APPLICATION IN THE AREA OF LEGAL SCIENCE

RAZVOJ PRAVNIH EKSPERTNIH SUSTAVA I NJIHOVA PRIMJENA U PODRUČJU PRAVNIH ZNANOSTI

Slavko Šimundić, Danijel Barbarić

*Faculty of Law, University of Split, Split, Croatia
Pravni fakultet, Sveučilište u Splitu, Split, Hrvatska*

Abstract

In the future, participation will more and more rely on expert legal systems. In times of globalisation, through legal expert systems, national peculiarities will be included such as for example the legislation of a certain country, but which is also compatible with global systems, like, for example, the system of the European Union. Similarly, legal expert systems will be of help in the system for equalising the criteria for trial amongst certain judges and courts. Due to this, we have analysed the problems in the narrower area of expert system contents and the problem of recognising the answer provider (artificial intelligence). The area of researching the domains of artificial intelligence is also analysed; the possibility of applying expert systems today, expert systems in the economy, the acquisition of knowledge, presenting knowledge as well as the programme languages appropriate to the creation of expert systems etc.

Key words

law, expert systems, artificial intelligence, simulation

Sažetak

Sudovanje u budućnosti sve više će se oslanjati na pravne ekspertne sustave. U doba globalizacije putem pravnih ekspertnih sustava obuhvatit će se nacionalne posebnosti primjerene zakonodavstvu određene zemlje, ali koji je kompatibilan s globalnim sustavom, kao npr. sustav Europske unije. Isto tako pravni ekspertni sustavi bit će pomoć u sustavu za izjednačavanje kriterija suđenja između pojedinih sudaca i sudova. Zbog toga smo obradili probleme užeg područja sadržaja ekspertnog sustava, problem prepoznavanja davatelja odgovora (umjetna inteligencija). Obrađeno je područje istraživanja domene umjetne inteligencije; mogućnost primjene ekspertnih sustava u naše vrijeme, ekspertni sustavi u gospodarstvu, akvizicija znanja, predstavljanje znanja kao i programske jezike pogodne za kreiranje ekspertnih sustava itd.

Ključne riječi

pravo, ekspertni sustavi, umjetna inteligencija, simulacija

1.0. UVOD

Sa stajališta suvremenih dostignuća informatičke tehnologije, osobito računala četvrte i pete generacije, ostvareni su preduvjeti za razvoj posebnih programskih rješenja s praktičnom primjenom. Nakon realizacije sustavnog software-a za upravljanje malim i velikim računalima od izvanredno brzog povećavanja aktivnih primarnih i sekundarnih memorija, razvili su se tzv. programski paketi s posebnom namjenom. Logičan slijed takvog razvoja omogućio je razvoj posebnih programskih paketa koji oponašaju radne i druge procese do konačnog rješenja odnosno odluke. U praksi se takva rješenja nazivaju ekspertni sustavi (Expert Systems).¹²⁷

¹²⁷ Šimundić, Slavko; Pravna informatika, Sveučilište u Splitu, Pravni fakultet Split, Split, 2007. god. (u daljnjem tekstu: Šimundić, Pravna) str. 291.

2.0. EKSPERTNI SUSTAVI KOD NAS I U SVIJETU

Ekspertni sustav je inteligentni program koji je sposoban izvoditi logičke zaključke na osnovu znanja u konkretnoj predmetnoj oblasti i osigurati rješavanje specifičnih zadataka. Gotovo da nema područja aktivnosti u kojem se danas ne koriste ekspertni sustavi, pa tako i u području pravnih znanosti i praktičnih pravnih aktivnosti.

Ekspertni sustavi su računalni programi temeljeni na znanju iz nekog specijalističkog područja. U tom području oni postižu kvalitetu i učinkovitost eksperata te pomažu u rješavanju problema. Ekspertni sustavi pripadaju području umjetne inteligencije, grane računalskih znanosti koja se bavi razvojem programa što oponašaju ljudske umne sposobnosti kao što su percepcija, komunikacija pomoću jezika i rješavanje problema.

Ekspertni sustavi su jedna vrsta inteligentnih sustava, odnosno računalskih sustava koji koriste znanje za rješavanje problema te mogu učiti, adaptirati se ili razumjeti jezik, što kod ljudi povezujemo s inteligencijom. U inteligentne sustave pripadaju i sustavi koji koriste neuronske mreže, genetske algoritme i neizrazitu logiku.

Za razliku od tradicionalnih računalnih programa, ekspertni sustavi zaključuju korištenje prikaza ljudskog znanja u simboličkom obliku, mogu naći približno rješenje problema, čak i kada podatci o problemu nisu potpuni te mogu objasniti način na koji su došli do predloženog rješenja.

Jedna od važnih značajki ekspertnih sustava jest njihova sposobnost da objašnjavaju postupak kojim su došli do rješenja problema. Na taj način i znanje koje oni posjeduju i mehanizam zaključivanja koji koriste postaju razumljivi korisniku, pa korisnici mogu provjeriti postupak zaključivanja koji koristi ekspertni sustav. Ovo svojstvo ekspertnih sustava znatno doprinosi stvaranju povjerenja u njih te prihvaćanju ekspertnih sustava kao pouzdanog alata za rješavanje složenih problema.¹²⁸

Ekspertni sustavi pripadaju među *sustave potpore odlučivanja* jer omogućuju prikaz problema i nalaženje njihova rješenja za veliku klasu problema, za čije rješavanje ne postoje gotove procedure ili formule, i u kojoj se koriste nepouzdana ili nepotpuni podatci i nepouzdana znanje. To su dakle problemi koji se ne mogu ni modelirati ni riješiti primjenom tradicionalnih metoda za potporu odlučivanju, kao što su npr. optimizacija ili simulacija.¹²⁹

2.1. PREDNOSTI EKSPERTNIH SUSTAVA

Ekspertni sustavi imaju više poželjnih osobina, od kojih većina predstavlja prednost pred ljudima ekspertima. Oni su znatno dostupniji od eksperata jer se mogu koristiti na bilo kojoj lokaciji i u bilo koje doba dana i noći. To je vrlo važno jer eksperata nedostaje u mnogim područjima ljudske aktivnosti i na mnogo zemljopisnih lokacija. Ekspertni sustavi su također znatno jeftiniji od eksperata. Oni su izgrađeni na bazi provjerenog iskustva – kriterija.

Ekspertni sustavi imaju i povećanu pouzdanost jer ne zaboravljaju i ne prave grješke zbog umora. Stoga njihova rješenja često služe i kao potvrda mišljenja čovjeka-eksperta, čime ekspertni sustavi također doprinose pouzdanosti odluka. Ekspertni sustavi imaju mogućnost brze reakcije na nastali problem (npr. u slučaju opasnosti). Konačno, ekspertni sustavi daju detaljni opis postupka zaključivanja koje je dovelo do dobivenog rezultata.

Za svaku problematiku, odnosno rješavanje skupine problema, stvaraju se posebni ekspertni sustavi.

¹²⁸ Ibidem.

¹²⁹ Šimundić, Pravna str. 292.

Tako su u SAD-u razvijeni, npr., ekspertni sustavi:¹³⁰

- a) AUDITOR – ekspertni sustav za ocjenjivanje sumnjivih potraživanja u poduzećima, taj je sustav razvijen za potrebe financijske policije;
- b) ILPS - ekspertni sustav za dugoročno planiranje;
- c) IPPMS – ekspertni sustav za pomoć menadžerima pri upravljanju projektima;
- d) TAXADVISOR - ekspertni sustav za planiranje poreznih opterećenja tvrtke;
- e) TAXMAN – ekspertni sustav za ocjenu posljedica reorganizacije poduzeća na porezne obveze itd.

3.0. UMJETNA INTELIGENCIJA

Nastanak umjetne inteligencije obično se veže uz početak uvođenja računala u poslovne obrade, tj. za 50-e godine, iako se sam pojam prvi put spominje na konferenciji u Dartmouth koledžu, u SAD-u, 1956. godine. Snažan razvoj i napredak današnje razine primjene umjetne inteligencije otpočinje tek od 1980-ih godina, a u literaturi se isti period naziva stupnjem poduzetništva (ili komercijalizacije rezultata AI.)

Umjetna inteligencija je u suštini razina koju može dati stroj umjesto čovjeka, a ako ne vidimo računalo, ne razlikujemo to rješenje od rješenja danog po čovjeku.¹³¹

3.1. ZNAČAJNIJA PODRUČJA ISTRAŽIVANJA DOMENE UMJETNE INTELIGENCIJE

Značajnija područja istraživanja domene umjetne inteligencije (AI) su:

- 1 ekspertni sustavi i njihova primjena,
- 2 obrada prirodnih jezika,
- 3 učenje, logičko zaključivanje, rezoniranje, automatska dedukcija i dokazivanje teorema,
- 4 formalizmi, modeliranje i metode za predstavljanje (reprezentaciju) znanja,
- 5 automatsko programiranje, programski jezici AI (tipa PROLOG, LISP i sl.),
- 6 metode (planiranja) pretraživanja (heurističkog traženja, tj. tipična stabla odlučivanja) i rješavanja problema,
- 7 robotika,
- 8 prepoznavanja oblika i uzoraka, računalna vizija i analiza scena.

Razmatrajući temeljne mogućnosti AI, vidljivo je da će budućnost uvelike karakterizirati mogućnost njegove primjene u upravljanju te pripremanju i donošenju odluka, te u podizanju razine produktivnosti gospodarskih i drugih poslovnih procesa. Stupanj razvijenosti nekog društva će uvelike karakterizirati uspješnost primjene produkata AI.¹³²

3.2. AKTIVIZICIJA ZNANJA

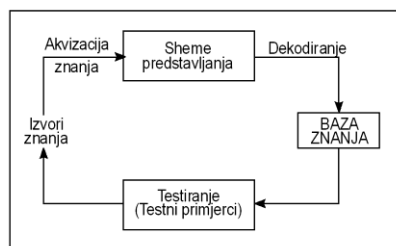
Za projektiranje i izgradnju baze znanja potrebno je najprije prikupiti i ekstrahirati znanja eksperata iz problemskog područja, a zatim ih transformirati u oblik (predstaviti u formalizmu) pogodan za najefikasnije korištenje s pomoću računala.

Proces akvizicije - zahvaćanja znanja i njegove transformacije u odgovarajući formalizam za predstavljanje naziva se inženjerstvo znanja (Knowledge Engineering). Taj proces, ovisno o problemu, veoma je kompleksan i izazovan te je za ilustraciju pokazan na slici

¹³⁰ Šimundić, Pravan str. 293. (a tako i D. Roller: Informatički priručnik za nastavu i praksu; Informator, Zagreb, 1996., str. 183. i Grupa autora: Poslovna informatika I, DRIP, Zagreb. br. 9., str. 28.)

¹³¹ Šimundić, Pravna, str. 295.

¹³² ibidem



Proces akvizicije i inoviranja znanja može se obavljati uglavnom na jedan od ovih načina:

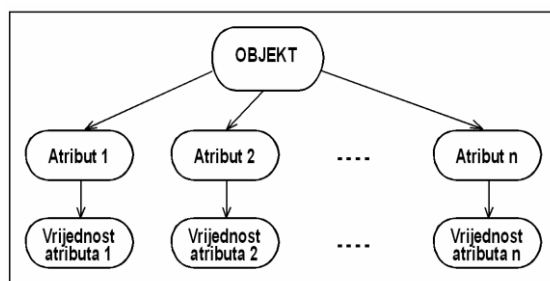
- ručno uz posredovanje tehnologa znanja (konzultiranjem stručnjaka, eksperata područja, literature i drugih izvora),
- ručno, ali bez posredovanja tehnologa znanja (u ovom slučaju potrebni su sofisticiraniji software-ski moduli za akviziciju i inoviranje baze znanja, s obzirom na to da eksperti područja koji sad obavljaju ovaj posao ne moraju posjedovati šira znanja iz računalne oblasti),
- automatsko učenje (machine learning). Kao najviši oblik inoviranja baze znanja zasniva se na sistematizaciji i formalizaciji znanja, te induktivnom učenju stroja na osnovu poznatog i primjera iz prošlosti kao i predviđanju budućnosti. U ovoj oblasti u svijetu se obavljaju intezivna istraživanja bazirana prvenstveno na metodama prepoznavanja uzoraka, automatskog učenja i kvalitativnog modeliranja.

U konkretnom slučaju, proces prikupljanja i sistematiziranja znanja obavljao se prvim navedenim načinom s obzirom na to da do sada nisu razvijeni software-ski moduli za akviziciju znanja s ovom problematikom. Pretežno su korištene metode neformalnih razgovora i intervjua s ekspertima pojedinih područja, te konzultirana odgovarajuća stručna literatura. Veoma je naporan i dugotrajan ovaj posao, jer se radi o velikom broju stručnjaka različitih profila od financijskih do projektanata.¹³³

3.3. PREDSTAVLJANJE ZNANJA

Izbor adekvatnih formi (shema) predstavljanja znanja umnogome implicira kvalitetu i konzistentnost baze znanja. Znanje se, na visokom nivou apstrakcije, dijeli u diskretne dijelove tzv. entitete znanja (knowledge templates) koji se onda predstavljaju u raznim formama: produkcijska pravila, okviri, asocijativni grafovi - semantičke mreže, liste, tekst, razne grafičke forme itd.

U našem slučaju za predstavljanje znanja korištene su semantičke mreže s tri nivoa tipa: objekt - atribut - vrijednost atributa, kako je dano na slici



U tom slučaju je veličina baza praktično limitirana jedino veličinom slobodnog disk memorijskog prostora. Brzina pronalaženja pojedinih entiteta znanja i podataka veoma je velika zahvaljujući efikasnom načinu indeksiranja baza zasnovanom na B+ Tree strukturi.¹³⁴

¹³³ Šimundić, Pravna, str. 302.-303.

¹³⁴ Šimundić, Pravna, str. 303.-304.

4.0. PROGRAMSKI JEZICI

Povijesni razvoj programskih jezika je uzročno-posljedično povezan s razvojem elektroničkih računala. Istina je da su neka znanstvena otkrića u prošlosti ljudskog roda dala temeljne postavke današnjeg pa i budućeg razvoja programskih jezika.

Hardware računala bez instaliranog software-a (programskih paketa) nije u stanju raditi ništa, te je moguće zaključiti da je svrsishodno korištenje DOS-a, MS DOS, Windows-a jedan od osnovnih ciljeva korisnika svih IBM kompatibilnih elektroničkih PC-a.

Proces nastajanja prvih software-skih paketa je bio veoma spor u prošlosti, pa je tek 1804. godine Joseph-Marie Jacquard's programirao tkalački stroj bušenim karticama kojima su se unosili podatci. Jacquard's izum zapravo predstavlja prvi primjer programiranja suvremenih računala, koji se zadržao u praksi sve do današnjih dana. Isto tako izum bušenih kartica predstavlja prvi primjer automatizacije tkalačkog procesa proizvodnje tkanine.

Prva računala nisu imala ni monitor, ni tastaturu pa niti program. U stvari, programeri prvih računala su «učitali» program u stroj uz pomoć posebnih prekidača (sklopki) unoseći u računalo odgovarajuće promjene.

John von Neumann tijekom 1945. godine predlaže ideju da više-namjensko elektroničko digitalno računalo ima pohranjen program, ali računalo ENIAC nije bilo izgrađeno tijekom 1952. godine. Za to vrijeme su britanski znanstvenici 1948. godine dizajnirali Manchester Mark I, prvo digitalno računalo koje je moglo elektronički pohranjivati umjesto da programeri reprogramiraju manualno mnogobrojne prekidače (sklopke).

Iduće dvije dekade računala dobijaju tastaturu i ekran, te upotrebljavaju programe u obliku bušenih kartica, bušenih papirnatih traka i magnetskih traka. Svi navedeni oblici su bili nespretni i spori za upotrebu komparirajući ih s modernim software-om, ali su u ono vrijeme znatno olakšali rad programera.

Mnogobrojni programi bili su napisani na usveučilištima, u vojsci i poslovnom okružju (poduzećima) te su davali značajnu podršku rada mainframes (veliko računalo velikih mogućnosti), ali su ti programi u stvari bili nekompatibilni za ostala velika računala, jer su bila namjenski rađena za konkretno računalo!

Šestdesetih godina prošlog stoljeća, na tržištu se pojavljuju prvi programi koji su se mogli koristiti na svim međusobno kompatibilnim računalima. Znači, software-sko je tržište napokon rođeno. Pojavom osobnih računala javljaju se i nova software-ska rješenja, te korisnici prvih PC-a : Altair i Commodore Pet – su bili pioniri programiranja vlastitih programa.

Da bi čovjek mogao uspješno komunicirati s elektroničkim računalom kao složenim automatskim sustavom, te upravljati njime na odgovarajući način, mora postojati međusobni komunikacijski jezik sporazumijevanja. Upravljanje računalom se događa na relaciji čovjek-stroj. Međutim, bitna je i obrnuta komunikacija stroj-čovjek, koja je važna da bi čovjek saznao je li stroj izvršio njegovu naredbu.

Čovjek svoj dio komunikacije sa strojem ostvaruje služeći se posebnim programskim jezicima.

Stroj daje informacije čovjeku na više načina, preko: monitora, snimljenih poruka, štampača i vizualno, zvučnih valova itd. Poruke koje stroj daje svome upravljaču su za sada jednostavne i svode se na 2 skupine:

1. Dijagnostička pogreška.
2. Obavijesti o poduzetim aktivnostima stroja.¹³⁵

ZAKLJUČAK

Suvremena informacijska tehnologija omogućava sagledavanje svih bitnih karakteristika, organiziranih funkcijskih sustava, pa tako i sustava, zakonodavne vlasti, izvršne - upravne vlasti, sudbene vlasti, sustava vanjske sigurnosti zemlje, sustava unutarnje sigurnosti zemlje itd. S obzirom na to obradili smo: osnove simulacije pravnih sustava, simulaciju i sustavnu dinamiku. Mogućnost simulacijske primjene u državnim institucijama, vrste simulacijskih modela, računalnu simulaciju, kao i temeljne pojmove o sustavu. Treba

¹³⁵ Šimundić, Pravna, str. 304.-305.

dalje napomenuti da je simulacija vrlo složen proces u koji se uključuju brojne znanstvene discipline, kao što su: matematička statistika, ekonometrijska analiza, teorija sustava, i to u deskriptivnom, grafičkom i matematičkom smislu. Simulacija u budućnosti predstavljat će temelje modernog upravljanja svim važnim makrodruštvenim problemima kao i mikrodruštvenim problemima, bez obzira jesu li produktivni ili neproduktivni sustavi. Budući da je simulacija konkretan proces, ona će utjecati na promjenu u moralnim principima, etičkim principima, kao i na sve stupnjeve obrazovanja. Zbog toga već danas treba posvetiti dužnu brigu simulaciji, a što je učinjeno posebnim osvrtom na sustav dinamičkog programiranja.

LITERATURA

1. Šimundić, Slavko: Pravna informatika, Sveučilište u Splitu, Pravni fakultet Split, Split, 2007. god.
2. Šimundić, Slavko; Žužul, Josip: Upravna informatika, Sveučilište u Split, Pravni fakultet Split, Split, 2010. god.
3. Šimović, Vladimir; Šimundić, Slavko; Bača, Miroslav: Policija i informatika, Ministarstvo unutarnjih poslova, Policijska akademija, Visoka policijska škola, Zagreb, 1998.
4. Šimundić, Slavko: Funkcijska informatika u društvenim sustavima, Sveučilište u Splitu, Pravni fakultet Split, Split, 2008.
5. Žužul Josip: Informatika u upravi i pravosuđu, Sveučilište u Zagrebu, Pravni fakultet, Zagreb, 1996.
6. Žužul, Josip: Organizacija i funkcioniranje informacijskog sustava na primjeru Zagreba i nekih srodnih gradova, Ekonomski institut, Zagreb, 1991..
7. Žužul, Josip: Informacijske i komunikacijske tehnologije u uredskom poslovanju, Zbornik radova, Varaždin, 1992. (modeliranje fonda podataka u institucijama pravne države)

COMPARATIVE ANALYSIS OF NATIONAL REGISTRY OF E-INVOICING

KOMPARATIVNA ANALIZA NACIONALNIH REGISTARA KORISNIKA E-RAČUNA

Darko Matotek, Nada Bosanac

Faculty of Economics, Osijek, Croatia

Ekonomski fakultet, Osijek, Hrvatska

Abstract

This paper compares the national Registers of e-Invoice in support of electronic business in the individual EU member states. It also searches to determine whether there is a unique practice across the EU, or not in the way that are the Registers structured differently in the member states. Examines the issue of Registers related to policies and organizational forms of the model of information intermediaries. The Registry is one of the most important services for the network of e-Invoice and interoperability. Registry is set to the broader context which expands the Registry from just a Registry of e-Invoice to the Registry required for the e-Business in general. The specific features and elements that registries

Sažetak

U radu se uspoređuju nacionalni registri korisnika eRačuna kao potpore elektroničkom poslovanju u pojedinim članicama EU. Nastoji se utvrditi da li postoji jedinstvena praksa na razini cijele EU ili su registri ustrojani različito u pojedinim državama članicama. Istražuje se problematika registara vezana uz načine djelovanja i ustroj modela informacijskih posrednika. Budući da je registar jedan od najvažnijih servisa za mrežu eRačuna i interoperabilnost postavlja se i njegov širi kontekst. Kontekst se proširuje s registra eRačuna na registar za potrebe cjelokupnog ePoslovanja. Obrađuju se pojedine funkcije i elementi koje bi registri trebali imati s obzirom na CEN CWA

should be given accordingly to the CWA CEN documents and frameworks are discussed. This paper also analyzes the major EU PEPPOL project that deals with the Registry on a very interesting manner through multiple documents.

dokumente i okvire. U radu se analizira veliki EU PEPPOL projekt koji se bavi registrom na vrlo zanimljiv način kroz više dokumenata.

Ključne riječi

Registar korisnika eRačuna; ePoslovanje

Keywords

Registry of e-Invoice users; e-business

1. Uvod

Tema ovoga rada su nacionalni registri eRačuna koji služe kao potpora razvoju elektroničkog plaćanja putem eRačuna u pojedinim državama Europske unije. Sukladno direktivi 2006/112/EC EU, sve zemlje članice EU moraju primati eRačune za porezne svrhe (PDV) ako su ispunjeni slijedeći uvjeti:

- a) primatelj se mora složiti s primanjem računa u elektroničkom formatu;
- b) autenticitet (deklarirani pošiljatelj je stvarni pošiljatelj)
- c) integritet (nemogućnost izmjene poslanog dokumenta tijekom prijenosa).

Posljednja dva zahtjeva mogu se ispuniti bilo naprednim ili kvalificiranim elektroničkim potpisom ili kroz elektroničku razmjenu podataka (EDI) s ugovorenim sigurnosnim mjerama.

Cilj je rada utvrditi jesu li države članice EU obvezne prema pravnim propisima u svojim državama imati registar korisnika eRačuna. Nadalje se želi istražiti jesu li zemlje koje imaju Registar ustrojile isti u skladu s jednakim normama. Važnost korištenja jednakih ili barem kompatibilnih normi ogleda se u potrebi izvršenja plaćanja i ispostave eRačuna između svih država unutar EU s ciljem uspostave SEPA (Single Euro Payments Area).

Istraživanje je provedeno tako da su na početku između svih zemalja članica izabrane one s najviše iskustva u ustroju registra eRačuna. Nakon toga je korištena metoda deskripcije gdje su pobliže pojašnjeni pojmovi povezani s implementacijom eRačuna u cjelini u pojedinoj državi radi postavljanja šireg okvira. U sklopu toga su detaljnije istraženi načini i korištene norme za ustroj registara. Nakon toga je provedena komparativna analiza registara u promatranim državama.

Rad je komponiran na način da nakon uvoda slijedi teorijski okvir u kojem se pobliže opisuju funkcionalnosti i norme za izradu registara. Poslije toga slijedi pregled implementacije elektroničkog plaćanja u tri promatrane države: Italiji, Finskoj i Danskoj. Te države su odabrane stoga što je u Finskoj od 1. siječnja 2010. [Salmony, Harald;2011], a u Danskoj od 1. svibnja 2011. [NITA;2012] moguće vladi i javnom sektoru slati isključivo eRačune. Drugim riječima, obični papirni računi tamo se sele u povijest. Italija je izabrana zato što je riječ o nama susjednoj zemlji. Na kraju se izvode zaključci i navodi korištena literatura.

2. Teorijski okvir

Radi lakšeg razumijevanja započet ćemo s općenitom definicijom registra eRačuna. Registar [Kalpić i dr.; 2009] je posebna elektronička evidencija koja njegovim korisnicima omogućuju dobivanje podataka o drugim korisnicima tog istog informacijskog sustava. U registru se uglavnom vode metapodaci o korisnicima informacijskog sustava, a njima upravlja administrator, odnosno, voditelj registra.

Pošiljatelji eRačuna su one organizacije koje su odlučile izdavati i slati eRačune svojim klijentima. Klijenti mogu, ali ne moraju biti u sustavu PDV-a. Prema važećoj EU legislativi pošiljatelj može eRačun poslati svom klijentu samo ako je on za to prethodno izrazio svoj pristanak. Primatelj taj pristanak može izraziti na različite načine. Od ranije nam je poznato da su se u takvim slučajevima obvezno potpisivali međusobni sporazumi (ugovori) u kojima su bili utvrđeni detalji o razmjeni elektroničkih poruka. Kada se broj međusobnih razmjena poveća, potpisivanje takvih sporazuma postaje nepraktično pa se traže drugačija rješenja. Registar je jedno od takvih rješenja gdje se temeljem propisanih uvjeta sklapaju 'nevidljivi' sporazumi (adhezioni ugovori) između prodavatelja i kupca. Kupac putem ažuriranja određenih podataka u Registru izražava svoj pristanak za primanje eRačuna, a prodavatelj pristupanjem Registru dobiva

informaciju je li neki njegov klijent spreman primiti eRačune i tu je krug zatvoren, tako da do izravne razmjene eRačuna može doći i bez potrebe potpisivanja posebnog sporazuma između dviju strana.

2.1. Opće funkcionalnosti registra

Glavna svrha postojanja registra eRačuna [CWA; 2009] je čuvanje, pronalaženje i ažuriranje adresa na koje se šalju eRačuni.

Korisnike Registra eRačuna možemo podijeliti u sljedeće tri kategorije:

- Korisnici
- Informacijski posrednici
- Superkorisnici registra

Korisnici mogu pregledavati i pretraživati registar putem interneta uz korištenje različitih kriterija. Informacijski posrednici održavaju i ažuriraju registar s adresnim podacima korisnika. Glavna odgovornost superkorisnika je osiguranje tehničke dostupnosti i poslovanja registra. Superkorisnici bi trebale biti neovisne organizacije poput nacionalnog eRačun Foruma koji ne bi smio biti financijski ovisan o Informacijskom posredniku.

U registru mogu biti različite funkcionalnosti koje korisnicima omogućavaju sljedeće:

- Web servis za automatsko pronalaženje informacija
- Servis za unošenje XML
- Mogućnost korištenje različitih jezika, itd.

Registar se treba sastojati od sljedećeg:

- Baze podataka povezanih adresa eRačuna
 - Baza podataka uključuje informacije o pošiljateljima, primateljima i pružateljima usluga i njihovim kontaktima, kao i detalje o slanju/primanju eRačuna
- Korisničko sučelje
 - Osnovna svrha registra je da korisnicima pribavi informacije o organizacijama koje koriste eRačune, uključujući i njihove adrese za eRačune
- Korisničko i administratorsko sučelje za Informacijske posrednike
 - Ta funkcionalnost omogućava Informacijskom posredniku da ažurira podatke u bazi podataka za svoju vlastitu organizaciju, kao i da ažurira korisničke podatke za svoje klijente
- Održavanje sustava i promatračko sučelje za Superkorisnika
 - Održavanje sustava sastoji se od aktivnosti dodavanja, mijenjanja i brisanja korisničkog identiteta Informacijskih posrednika iz registra.
- Upute za upotrebu
 - Upute za upotrebu za registar daju se online

Izazov i veliko pitanje predstavlja izbor treba li definirati i koristiti jedinstven ID organizacije ili dopustiti korištenje više alternativnih ID organizacije u sustavu registra eRačuna. Struktura adrese eRačuna trebala bi biti definirana na europskoj razini, što zasad nije slučaj. Problem je u tome što ne postoji potpuni, besplatni i nezavisni registar na razini Europe na kojem bi se registar korisnika eRačuna mogao zasnivati. Ipak, postoje pouzdani izvori ID organizacija/poduzeća koji bi se mogli upotrijebiti za adresiranje eRačuna. Ta rješenja su utemeljena na različitim komercijalnim i nekomercijalnim rješenjima poput:

- Data Interchange Structure, ISO/IEC 6523, je norma za identifikaciju organizacije (OIS). U mnogim se zemljama ISO/IEC 6523-1 koristi za registre koje održavaju nacionalne vlasti, odnosno vladine agencije, a primjeri su poslovni registar, porezne uprave pojedinih država ili državni zavodi za normizaciju, što osigurava provjerenu kvalitetu podataka. Data Interchange Structure je najčešće baziran na poreznom broju. Prihvaćen je od strane British Standards Institute (BSI) i EDIRA – EDI Registration Authority kao okvir za dodjelu organizacijskih kodova za potrebe EDI-ja.
- IBAN (International Bank Account Number), ISO 13616:2003, je međunarodna norma za identifikaciju bankovnih računa. IBAN je razvijen za olakšavanje plaćanja unutar EU.

- GS1's GLN (Global Location Number) predstavlja uobičajeni način za identifikaciju pravnih osoba. Razvijen je za unaprjeđenje učinkovitosti integrirane logistike kroz svoj doprinos stvaranju dodane vrijednosti, kako za uključene partnere tako i za krajnje potrošače.
- Data Universal Numbering System (D-U-N-S Number) je registrirano ime i zaštićena trgovačka marka tvrtke Dun and Bradstreet Ltd. D-U-N-S broj je dodjeljen više od 100 milijuna tvrtki širom svijeta.

Važan kriterij prilikom izbora adresne sheme je mogućnost ponovnog korištenja identifikacije i u drugim aplikacijama. Jedna od glavnih metoda za razmjenu eRačuna, UN/EDIFACT podržava identifikaciju na temelju ISO/IEC 6523.

Veliki EU PEPPOL (Pan-European Public Procurement On-Line) projekt u dijelu kojim se bavi registrom korisnika eRačuna [Peppol; 2009] kao glavne ciljeve za infrastrukturu registara navodi sljedeće:

- Registar mora dopustiti pošiljatelju da dođe do adrese bilo kojeg primatelja eRačuna
- Registar mora dopustiti potpunu komunikaciju stroja sa strojem
- Unosi u registar moraju biti vjerodostojni
- Do krajnje točke se mora moći doći s minimumom informacija s poslovne razine
- Infrastruktura registra mora biti prilagodljive veličine (skalabilna)
- Infrastruktura registra mora biti decentralizirana što je više moguće
- Registar bi trebao izložiti minimalni set podataka potreban za komunikaciju sa krajnjom točkom
- Trebalo bi omogućiti da nezavisni komercijalni operater može upravljati PEPPOL registrom
- Pošiljatelju se mora omogućiti da može doći samo do onih krajnjih točaka o kojima ima saznanja od ranije

Osim ovih zahtjeva, postoji jedan koji se sam po sebi logično nameće, a to je zahtjev da registar mora slati odgovore na upite vrlo brzo.

2.2. Norme za elektroničke registre

Pri izgradnji elektroničkih registara moguće je primijeniti različite norme kao podlogu za njihovu gradnju. Među uobičajenim normama za poslovne tipove registra mogu se upotrijebiti mehanizmi opisani u sljedećim normama [Kalpić i dr.; 2009; str. 87]:

- OASIS **UDDI** - Universal Description, Discovery and Integration. ver.3, 2005.
- OASIS **ebXML** i to dijelovi:
 - OASIS/ebXML **Registry Information Model (RIM)** ver.2, 2001.
 - OASIS/ebXML **Registry Services (RS)** Specification ver.2, 2002.
- UN/CEFACT **Registry Implementation Requirements Specification** ver.1, 2006
- ISO 11179 IT - **Metadata registries (MDR)**, dijelovi od 1 do 6 2003-2005.
- ITU X.500 IT - Open Systems Interconnection - **The Directory**, 2005.

Navedene norme su primijenjene u različitim okolnostima i u različitim kombinacijama, a neke od njih čak nisu međusobno kompatibilne, što izbor normi čini puno složenijim.

3. Primjeri načina organiziranja registra u nekim Europskim zemljama

U ovom poglavlju se opisuju rezultati analize registara korisnika eRačuna po pojedinim odabranim državama.

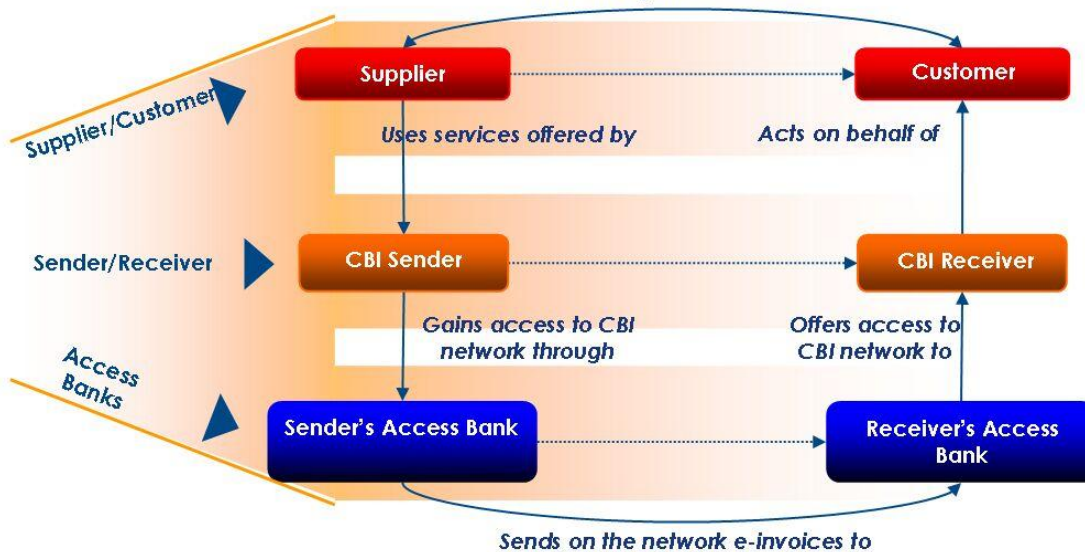
3.1. Prikaz talijanskog CBI registra korisnika eRačuna

Talijanski bankarski konzorcij CBI (Customer to Business Interaction) izgradio je poseban registar korisnika eRačuna [Kalpić i dr.; 2009], a pritom je postavio sljedeće ciljeve:

- jednostavnost adresiranja,
- fleksibilnost korištenja
- interoperabilnost.

Glavni je zadatak CBI registra identifikacija korisnika i pravilno adresiranje eRačuna. Svaki korisnik sustava treba biti dostupan pomoću zamjeničkih identifikatora i na taj se način omogućuje interoperabilnost među njima. Pošto se CBI sustav zasniva na poznatom *four-corner* modelu razmjene, poslovne banke ovdje igraju važnu ulogu (Slika 1.).

Slika 2: Tri razine razmjene eRačuna unutar CBI sustava razmjene
has trading interaction with



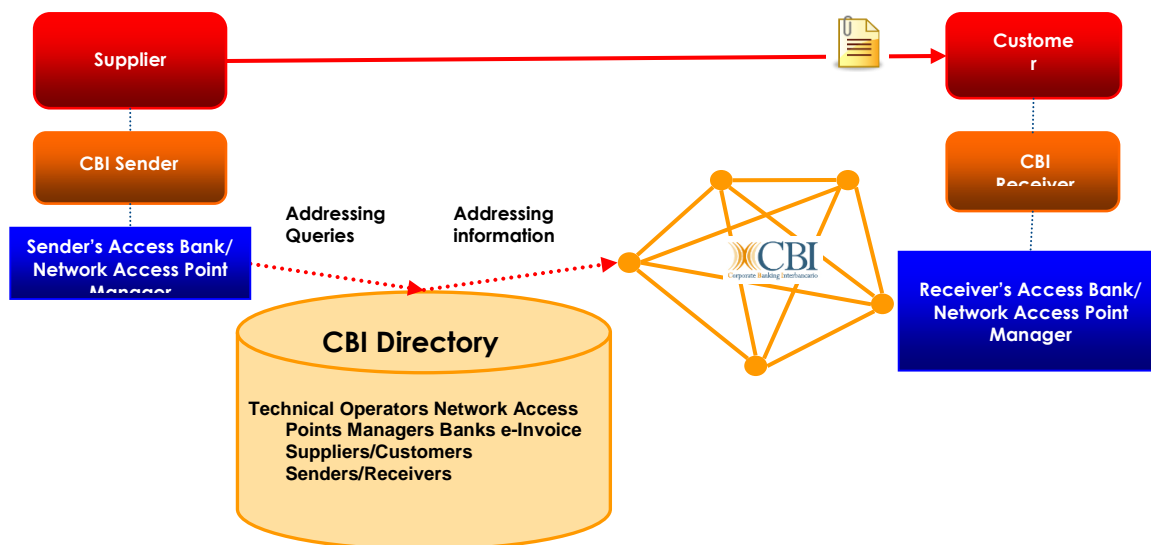
Izvor: Kalpić i dr.; 2009; str. 86

CBI registar je jedna od najvažnijih komponenti mreže za razmjenu. Zasnovan je na bazi podataka koja je na raspolaganju bankama i njihovim tehničkim operaterima. U njemu su sadržani podaci o korisnicima (tvrtkama), bankama i tehničkim operaterima unutar CBI mreže. Svaki sudionik je identificiran posebnim identifikatorom tzv. CBI jedinstvenom šifrom (CUC) koja može biti korištena za potrebe adresiranja unutar CBI mreže. Tu su pohranjene i veze između tvrtki i njihovih pristupnih banaka, s tim da svaka tvrtka može imati samo jednu pristupnu banku.

CBI registar je izgrađen na temelju strukture propisane ITU X.500 normom, a upiti se mogu obaviti koristeći LDAP (*Lightweight Directory Access Protocol*) protokol.

Slika 2. prikazuje CBI direktorij (tako oni nazivaju registar) i način pronalaženja adrese korisnika u njemu.

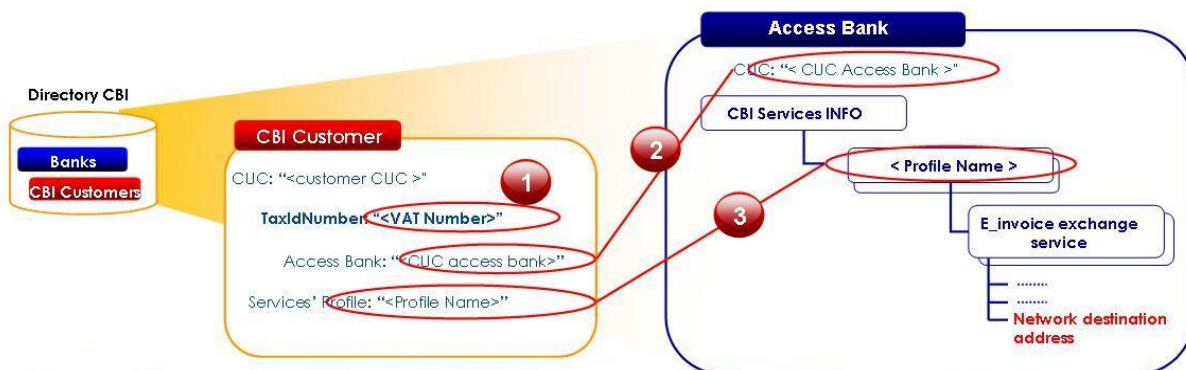
Slika 3: CBI direktorij s procesom adresiranja



Izvor: Kalpić i dr.; 2009; str. 87

Slika 3 prikazuje sustav osnovnog adresiranja u tri koraka.

Slika 4: Osnovno adresiranje eRačuna unutar CBI sustava registra



Izvor: Kalpić i dr.; 2009; str. 87

U CBI konzorcij je uključeno [Fratini Passi; 2010] 684 banaka (više od 90% od ukupnog broja banaka u Italiji), a od studenog 2008. nacionalna pošta (Poste Italiane Plc) se također učlanila u konzorcij. Dakle, možemo govoriti o potpunoj prihvaćenosti CBI registra eRačuna u Italiji.

3.2. Finska

Aktivnosti oko eRačuna u Finskoj koncentrirane su oko finskog eRačun foruma. Glavna je svrha tog foruma promocija i prihvaćanje korištenja eRačuna koji se temelji na uobičajenim normama i procedurama.

TIEKE Finski centar za razvoj informacijskog društva je koordinator eRačun foruma. Forum je središnje mjesto za suradnju i sastajanje različitih strana u tom području, kao što su developeri, pružatelji usluga, eksperti i korisnici elektroničkih računa.

U Finskom okružju eRačuna operateri, pošta i banke jednako pružaju usluge za poslovni i javni sektor. Banke i informacijski posrednici složili su se oko osnovnih procedura koje omogućavaju pouzdano slanje i primanje eRačuna unutar uobičajenih mrežnih kanala. To znači da se promet računa između izdavatelja i primatelja računa provodi na jedinstveni način, čak i kada sudionici koriste usluge različitih informacijskih posrednika, odnosno pružatelja usluga eRačuna.

Informacijski posrednici i banke vode računa o uspostavljanju, održavanju, nadgledanju i podržavanju (*back-up*) mrežnog povezivanja. Oni također rukovode konverzijom formata koja je potrebna za obradu eRačuna, omogućavajući korisnicima da izaberu metodu slanja i primanja eRačuna koja im najbolje odgovara. Podržani standardi su TEAPPS i Finvoice. Finvoice format je razvijen od strane banaka u Finskoj još 2000 godine. Riječ je o XML formatu koji je u Finskoj baziran na ebXML sukladnim opisima i korištenju SOAP-a i ePI (Electronic Payment Initiator) norme. Finvoice smjernice za implementaciju eRačuna su dostupne javnosti potpuno besplatno. TEAPPS je pak industrijski format napravljen u Finskoj tvrtki TietoEnator i u širokoj je primjeni u međusobnoj komunikaciji operatera u Finskoj.

Korisnici koji primaju i šalju eRačune mogu pronaći međusobne adrese u adresnom servisu za eRačun odnosno eRegistru koji održava TIEKE. Na tom Web mjestu su prikazana imena poduzeća, ID podaci i posrednički kodovi (šifre).

Za dostizanje svojih ciljeva članovi eRačun foruma rade zajedno i on- i off-line, u skladu s naputcima koordinacijske grupe. Puno posla je napravljeno unutar tri radne grupe: tehničke radne grupe, korisničke radne grupe i radne grupe za programsku podršku. Aktivnosti foruma za eRačune vodi koordinacijska grupa u kojoj su predstavnici vodećih pružatelja usluga eRačuna i banaka.

- Tehnička radna grupa

Radna grupa se sastoji od banaka i informacijskih posrednika koji prenose eRačune od prodavača do kupaca. Zadatak tehničke radne grupe je razrješenje tehničkih pitanja u različitim formatima eRačuna i procedurama prijenosa.

- Korisnička radna grupa

Korisnička grupa se sastoji od pošiljatelja i primatelja eRačuna. Ovo podrazumijeva velike pošiljatelje eRačuna poput telekoma ili energetskih kompanija i druge kompanije koje posluju s računima. Zadatak je korisničke radne grupe odražavanje ideja korisnika i ukazivanje na probleme s korisničkog motrišta.

- Radna grupa za programsku podršku

Radna grupa za programsku podršku sastoji se od softverskih kompanija koje proizvode softver za eRačune. Zadatak je radne grupe raspravljati i rješavati pitanja interoperabilnosti, te razvijati testno okružje za eRačune.

Fizički networking (druženje) pojedinih strana omogućen je putem:

- Informacijskih sastanaka članova dva puta godišnje
- Razvoja brainstorminga s ostalim članovima kroz radne grupe
- Mogućnosti priznavanja i ostvarivanja utjecaja na definiranje potreba nacionalnih razvojnih projekata u tom području
- Uključivanja u razvoj međunarodnih eRačuna. Forum eRačuna surađuje s Un/CEFACT i CEN/ISS u problemima vezanim uz eRačun.

3.3. Danska

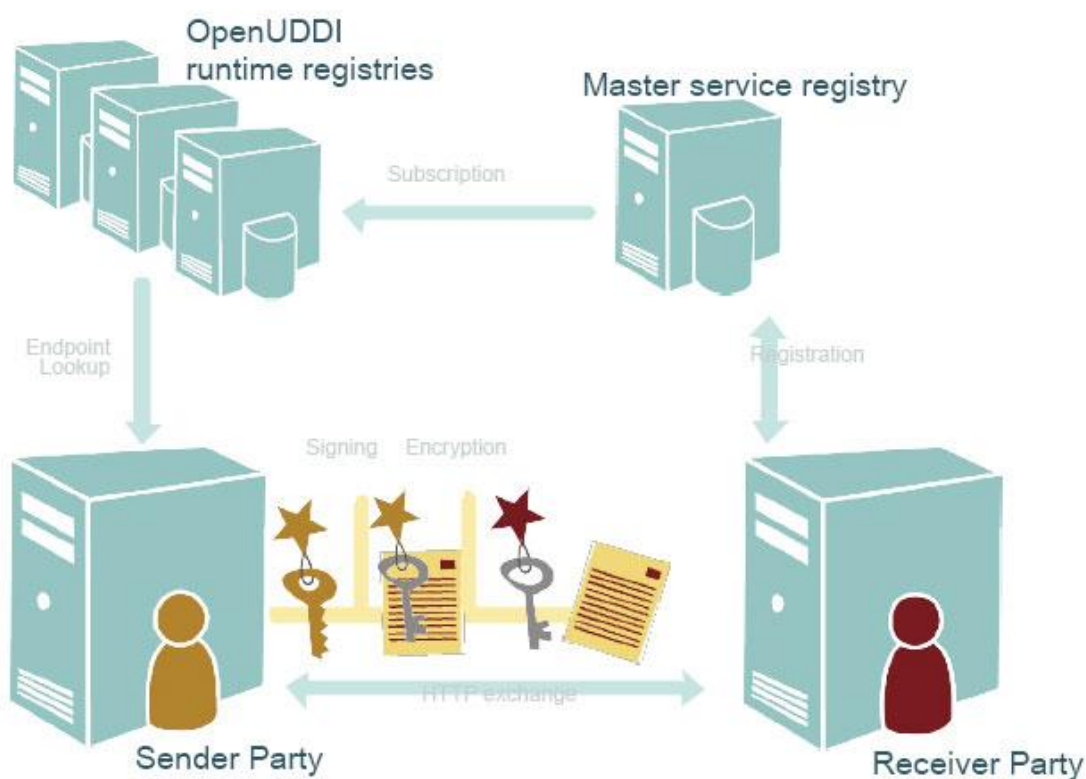
U Danskoj su aktivnosti oko eRačuna koncentrirane oko danskog eBusiness Forumu (OIO-udvalget for e-handel) i NemHandel-a. Sam registar je zasnovan na OASIS UDDI normi.

Glavni cilj eBusiness Forumu je promocija široke prihvaćenosti i korištenja elektroničkog poslovanja uključujući i račune na temelju uobičajenih normi i postupaka. Danska nacionalna IT & telekom agencija (NITA) unutar Ministarstva znanosti, tehnologije i inovacija pokrenula je nacionalni otvoreni okvir za ePoslovanje pod imenom „NemHandel“ utemeljen na nacionalnoj servisno orijentiranoj infrastrukturi i upotrebi najmodernijih otvorenih (open) standarda (OIOXML) za pojednostavljenje razmjene elektroničkih dokumenata (najčešće eRačuna) putem interneta između poduzeća i vlade (B2G) i između poduzeća međusobno (B2B).

U NemHandel-u se poslovni dokumenti razmjenjuju izravno između pošiljatelja i primatelja korištenjem tri središnje komponente NemHandel infrastrukture koje operativno vodi NITA:

- NemHandel registar – u koji se svi korisnici moraju registrirati i odabrati koje su NemHandel dokumente sposobni primiti ili slati (narudžbe i/ili račune). Sve javne službe su se morale registrirati u ovom Registru do 1. svibnja 2011. godine.
- Na Webu utemeljen Invoice Forum (pod imenom Fakturablanketten) usmjeren na poduzeća koja upućuju mali broj eRačuna javnim službama. Taj Invoice Forum je dostupan preko nacionalnog poslovnog Portala "Virk.dk".
- Izlaz prema Value-added network, koji osigurava da u prijelaznom periodu one javne službe koje još uvijek nisu prebacile poslovanje s Value-added network na Internetski NemHandel još uvijek mogu dobivati račune s NemHandela.

Slika 5: Postupak slanja eRačuna u Danskoj (NemHandel)



Izvor: European Commission ; 2009

Možda je najvažnije istaknuti da se Danski NemHandel temelji na Open source rješenju koje korisnici mogu slobodno koristiti preko Web portala ili ga integrirati u svoje ERP aplikacije. Isto tako i druge zainteresirane države mogu slobodno preuzeti svoju vlastitu NemHandel infrastrukturu i staviti ju u uporabu.

4. Zaključna razmatranja

Izgradnja i korištenje registra korisnika eRačuna nije obaveza koja proizlazi iz EU legislative tako da u EU neke zemlje uopće nemaju takvog registra, a one koje ga imaju to izvode na različite načine. Takva situacija nam ukazuje da nema standardnog obrasca za izgradnju Registra.

Komparativnom analizom provedenom na tri odabrane države koje imaju registar korisnika eRačuna utvrđeno je da one u implementaciji registra nisu primjenjivale iste norme. Talijanski registar je zasnovan na ITU X.500 - Open Systems Interconnection – The Directory normi – odnosno, prema ISO/IEC riječ je o normi 9594-1. Danski je registar utemeljen na OASIS UDDI - Universal Description, Discovery and Integration

normi, dok je za registar u Finskoj korištena norma OASIS ebXML. Što se tiče same inicijative i formiranja registra, i tu su uočene različitosti između promatranih država. U Italiji je konzorcij banaka glavni nositelj inicijative za izradu registra. U Danskoj je riječ o IT&Telekom agenciji (NITA) koja se nalazi u okviru Ministarstva znanosti, tehnologije i inovacija, dok je u Finskoj za održavanje registra zadužen Centar za razvoj informacijskog društva (TIEKE). Što se tiče preporučenih funkcionalnosti registara zasad registri ne podržavaju korištenje više različitih jezika. U slučaju Finske i Danske se javlja i problem što se eRačuni ne potpisuju elektroničkim potpisom, što može predstavljati dodatni problem prilikom prekograničnog ispostavljanja eRačuna.

S obzirom na provedeno istraživanje može se zaključiti da nema jedinstvene prakse u EU što se tiče registara eRačuna. Trebat će još puno raditi na interoperabilnosti postojećih rješenja za ePoslovanje kako bi se u budućnosti moglo ostvariti ono što je zamišljeno bankarskom inicijativom SEPA (Single Euro Payments Area).

Ograničenje ovog istraživanja je u tome što su promatrane samo tri države. Nadalje, analiza je provedena na temelju dostupne literature, tako da se nisu mogle dublje istražiti i usporediti funkcionalnosti pojedinih registara. Preporuka za buduća istraživanja bi bila proširiti broj promatranih država.

5. Literatura

1. CEN CWA 16050 A framework for the emerging network infrastructure of eInvoice service providers throughout Europe, 2009
2. European Commission : Analysis of Business Requirements for e-Invoicing in a Public Procurement Context, Brussel – Belgium, 2009
3. Fratini Passi, Liliana: The value of standardisation in public administration services: The Italian corporate banking experience, Journal of Payments Strategy & Systems Vol. 4 No. 1, pp. 42–59, 2010
4. Kalpić, Damir (voditelj projekta) i dr. : Studija normizacije u e-Poslovanju, verzija 1.7, Fakultet elektrotehnike i računarstva, Zagreb, 2009
5. Kivijärvi, Hannu; Hallikainen, Petri; Penttinen, Esko: Supporting the Supplier Scheduling Decisions in the E-Invoicing Implementation Projects - An Application of the ANP Method, Proceedings of the 44th Hawaii International Conference on System Sciences, 2011
6. Lippert, Cathrine: NemHandel – literally 'EasyTrade' An open national e-business framework, National IT and Telecom Agency, 2009
7. Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva : Strategija razvitka elektroničkog poslovanja u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2007. – 2010, Zagreb, 2007
8. National IT and Telecom Agency (NITA) and Ministry of Science, Technology and Innovation Case: Migration of NemHandel to a Commercial Cloud Computing Infrastructure, Copenhagen, 2012
9. PEPPOL Registry Infrastructure, Infrastructure, interfaces, technology, ver.0.7.0, draft, WP8, 2009
10. Salmony, Michael; Harald, Bo : E-invoicing in Europe: Now and the future, Journal of Payments Strategy & Systems, Vol. 4 No. 4, pp. 371–380, 2010
11. <http://en.itst.dk/digitisation/nemhandel/about-nemhandel> pristupljeno 04.travnja 2012

IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPAL COMPONENT ANALYSIS IN VARIOUS FIELDS OF RESEARCH

PRIMJENA METODE GLAVNIH KOMPONENATA U RAZLIČITIM PODRUČJIMA ISTRAŽIVANJA

Mandi Orlić Marija Marinović¹

*Polytechnic Zagreb, Zagreb, Croatia; Department of Informatics, University of Rijeka, Rijeka, Croatia
Tehničko veleučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska; Odjel za informatiku, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, Hrvatska¹*

Abstract

Principal component analysis (PCA) is one of the simplest and the most popular among the multivariate analysis methods implemented in almost all science disciplines. The method is used to reduce data in terms of dimension and interpretation, where principal components explain variability of data in the most concise way, revealing some hidden data connections and interrelations in the same time. The main objectives of the PCA method is to reduce and analyze linear relationship among greater number of multivariate distributed and mutually correlated variables aiming to obtain lesser number of components, new not intercorrelated variables with minimum loss of information in the process. The paper presents development of the principal component analysis and respective implementation in various research fields, such as psychology, sociology, pedagogy, medicine, chemistry but in other sciences as well.

Keywords

principal component analysis, multivariate analysis, statistics

Sažetak

Metoda glavnih komponentata (*Principal components analysis*, PCA) jedna je od najjednostavnijih i najpopularnijih metoda multivarijatne statistike koja se koristi u gotovo svim znanstvenim disciplinama. Ova metoda primjenjuje se za redukciju dimenzionalnosti i interpretaciju podataka, gdje glavne komponente objašnjavaju varijabilnost podataka na najkoncizniji način, pri čemu se pokazuju neke skrivene povezanosti i međudnosi podataka. Glavni ciljevi PCA metode su redukcija i analiza linearne povezanosti većeg broja multivarijatno distribuiranih, međusobno koreliranih varijabli s ciljem dobivanja manjeg broja komponenti, novih varijabli, međusobno nekoleriranih uz minimalni gubitak informacija. U radu je prikazan razvoj metode glavnih komponentata te njena primjena u različitim istraživačkim područjima poput psihologije, sociologije, pedagogije, medicine, kemije, ali i drugim znanostima.

Ključne riječi

metoda glavnih komponentata, multivarijatna analiza, statistika

UVOD

Multivarijatna analiza je skup statističko-matematičkih postupaka pogodnih za analizu podataka o međusobnoj povezanosti među promatranim pojavama, a primjenjuje se u svim situacijama gdje se u istraživanjima istodobno promatra veći broj varijabli koje su u međusobnim korelacijama i gdje se zahtijeva utvrđivanje osnovnih izvora kovarijacija među podacima. Analitički postupci kojima se analizira istodobno više varijabli nazivaju se multivarijatnim ili multidimenzionalnim analitičkim postupcima [1]. Budući da u skupu od p varijabli ima $p(p-1)/2$ različitih kovarijanci, a ne samo p aritmetičkih sredina i isto toliko varijanci, empirijska istraživanja, s ovakvim ili većim brojem veza, nije moguće interpretirati bez redukcije broja varijabli. U ovu svrhu najčešće se primjenjuje multivarijatna metoda *glavnih komponenti* [2].

Metoda glavnih komponenti statistička je metoda koja se koristi za redukciju dimenzionalnosti i interpretaciju skupa podataka. Zadatak metode je odrediti linearne kombinacije izvornih (originalnih)

varijabli koje će imati maksimalnu varijancu te, uz minimalni gubitak informacija, odrediti nekoliko nekoreliranih linearnih kombinacija izvornih varijabli. Ovime se izvorne varijable transformiraju u nove varijable koje se zovu glavne komponente. Pritom prva glavna komponenta sadrži najveći dio varijance izvornoga skupa podataka, dok svaka sljedeća glavna komponenta sadrži onaj dio varijance koji nije sadržan prethodno izdvojenim glavnim komponentama. Ideja metode je da se s nekoliko glavnih komponenti, što je znatno manji broj od broja izvornih varijabli, aproksimira kovarijacijska struktura skupa izvornih varijabli.

Iako je vrlo teško odrediti kada su počela prva proučavanja multivarijatnih problema, sa sigurnošću se može reći da su Gussovi (1777.-1855.) radovi ukazivali na ovu problematiku. U drugoj polovici 19. stoljeća Galton je proučavao korelacijsku matricu, dok je interpretaciju glavnih komponenti prvi dao Karl Pearson 1901. godine, rješavajući problem dimenzionalnosti skupa podataka. Za skup točaka u p -dimenzionalnom euklidskome prostoru E_p tražio je q -dimenzionalni euklidski podprostor ($q < p$) za koji je suma kvadrata dužina normala iz danih točaka na njega minimalna. Sredinom 20. stoljeća, razvojem IT tehnologije počeo je i razvoj multivarijatne analize. Veliku ulogu u ovome procesu imali su H. Hotelling, M.G. Kendall, M.S. Bartlett, S.S. Wilks, C.R. Rao te T.W. Anderson.

Modernu interpretaciju glavnih komponenti, koju koristimo i danas, dao je Hotelling 1933. godine. Hotelling je do glavnih komponenti došao tražeći linearnu kombinaciju izvornih varijabli koje imaju što veću varijancu. Ako ova varijanca ne bi sadržavala veći dio varijance izvornih varijabli, tada bi tražio sljedeću linearnu kombinaciju koja sadrži maksimalnu varijancu svih linearnih kombinacija nekoreliranih s prvom. Treća linearna kombinacija tada bi trebala biti ortogonalna na prve dvije linearne kombinacije i morala bi sadržavati maksimalnu varijancu, itd. Ovim postupkom dobio je najviše p linearnih kombinacija s navedenim svojstvima, a zvao ih je glavne komponente.

DEFINICIJA I NAJVAŽNIJI REZULTATI METODE GLAVNIH KOMPONENTI

Definicija osnovnih pojmova PCA metode

Za slučajni vektor

$$\mathbf{X} = \begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ \vdots \\ X_n \end{bmatrix},$$

gdje su $X_i, i=1, \dots, n$ jednodimenzionalne slučajne varijable definira se:

– očekivanje

$$\boldsymbol{\mu} = E(\mathbf{X}) = \begin{bmatrix} E(X_1) \\ E(X_2) \\ \vdots \\ E(X_n) \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \mu_1 \\ \mu_2 \\ \vdots \\ \mu_n \end{bmatrix},$$

pri čemu je $E(X_i) = \mu_i$ očekivanje slučajne varijable X_i .

– varijanca

$$\text{Var}(\mathbf{X}) = \sigma^2 = E[(\mathbf{X} - E(\mathbf{X}))^2]$$

– kovarijanca

$$\text{Cov}(X_i, X_j) = \sigma_{ij} = E[(X_i - \mu_i)(X_j - \mu_j)]$$

– kovarijacijska matrica $\boldsymbol{\Sigma}$

$$\text{Cov}(\mathbf{X}) = \mathbf{\Sigma} = \begin{bmatrix} \sigma_{11} & \sigma_{21} & \cdots & \sigma_{1p} \\ \sigma_{21} & \sigma_{22} & \cdots & \sigma_{2p} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \sigma_{p1} & \sigma_{p2} & \cdots & \sigma_{pp} \end{bmatrix}$$

– korelacijska matrica ρ

$$\rho = \begin{bmatrix} 1 & \rho_{21} & \cdots & \rho_{1p} \\ \rho_{21} & 1 & \cdots & \rho_{2p} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \rho_{p1} & \rho_{p2} & \cdots & 1 \end{bmatrix},$$

pri čemu je (j,k) -ti element definiran izrazom

$$\rho_{jk} = \frac{\sigma_{jk}}{\sqrt{\sigma_{jj}} \sqrt{\sigma_{kk}}}.$$

Posljednji izraz je koeficijent korelacije između dvije slučajne varijable X_j i X_k .

Glavne komponente

Neka je \mathbf{X} slučajni vektor, $\mathbf{X}=[X_1, X_2, \dots, X_p]$, s kovarijacijskom matricom $\mathbf{\Sigma}$ i vektorom očekivanja $\boldsymbol{\mu}$. *Prva glavna komponenta* je linearna kombinacija elemenata slučajnoga vektora \mathbf{X}

$$Y_1 = a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + \cdots + a_{1p}X_p = \mathbf{a}'_1 \mathbf{X},$$

gdje su $a_{11}, a_{12}, \dots, a_{1p}$ koeficijenti linearne kombinacije. Kako $\text{Var}(Y_1) = \text{Var}(\mathbf{a}'_1 \mathbf{X}) = \mathbf{a}'_1 \mathbf{\Sigma} \mathbf{a}_1$ mora imati maksimalnu vrijednost postavlja se pitanje koliki u ovome slučaju mora biti \mathbf{a}_1 , uz normirajući uvjet $\mathbf{a}'_1 \mathbf{a}_1 = 1$. Problem maksimiziranja rješava se pomoću Lagrangeovih množitelja, odnosno maksimiziranjem Lagrangeove funkcije

$$\mathbf{a}'_1 \mathbf{\Sigma} \mathbf{a}_1 - \lambda (\mathbf{a}'_1 \mathbf{a}_1 - 1),$$

gdje je λ Lagrangeov množitelj. Deriviranjem prethodnog izraza po koeficijentima \mathbf{a}_1 , te izjednačavanjem dobivenog izraza s nulom, dobije se

$$(\mathbf{\Sigma} - \lambda I) \mathbf{a}_1 = 0.$$

Kako bi se dobilo netrivialno rješenje za \mathbf{a}_1 mora vrijediti $|\mathbf{\Sigma} - \lambda I| = 0$. Prema tome λ mora biti jedan od karakterističnih korijena kovarijacijske matrice $\mathbf{\Sigma}$. S obzirom da se želi maksimizirati varijanca, λ će biti najveći karakteristični korijen npr. λ_1 . Prema tome, slijedi da je \mathbf{a}_1 odgovarajući karakteristični vektor pridružen karakterističnome korijenu λ_1 .

Druga glavna komponenta određuje se iz uvjeta da je kovarijanca prve i druge glavne komponente jednaka nuli, odnosno $\mathbf{a}'_2 \mathbf{a}_2 = 1$ i $\mathbf{a}'_1 \mathbf{a}_2 = 0$. Linearna kombinacije slučajnih varijabli $X_i, i=1, \dots, p$ je druga glavna komponenta

$$Y_2 = a_{21}X_1 + a_{22}X_2 + \cdots + a_{2p}X_p = \mathbf{a}'_2 \mathbf{X},$$

gdje su $a_{21}, a_{22}, \dots, a_{2p}$ koeficijenti linearne kombinacije. Deriviranjem Lagrangeove funkcije

$$\mathbf{a}'_2 \mathbf{\Sigma} \mathbf{a}_2 - \lambda (\mathbf{a}'_2 \mathbf{a}_2 - 1) - \Theta \mathbf{a}'_2 \mathbf{a}_1,$$

po koeficijentima \mathbf{a}_2 te izjednačavanjem dobivenog izraza s nulom, dobije se

$$\mathbf{\Sigma} \mathbf{a}_2 - \lambda \mathbf{a}_2 - \Theta \mathbf{a}_1 = 0,$$

pri čemu su λ i Θ Lagrangeovi množitelji. Kako su prva dva člana posljednjeg izraza jednaka nuli, a $\mathbf{a}'_1 \mathbf{a}_1 = 1$, slijedi da je $\Theta = 0$. Prema tome,

$$(\mathbf{\Sigma} - \lambda I) \mathbf{a}_2 = 0,$$

što znači da je λ karakteristični korijen kovarijacijske matrice Σ . Kao i u slučaju prve glavne komponente, λ mora poprimiti najveću moguću vrijednost, npr. λ_2 . Prema tome, λ_2 je drugi karakteristični korijen s odgovarajućim karakterističnim vektorom \mathbf{a}_2 .

Glavnih komponenti ima onoliko koliko ima različitih karakterističnih korijena kovarijacijske matrice Σ . Općenito, j -ta glavna komponenta je linearna kombinacija elemenata slučajnoga vektora \mathbf{X}

$$Y_j = a_{1j}X_1 + \dots + a_{pj}X_p = \mathbf{a}'_j \mathbf{X},$$

gdje je $\text{Var}(\mathbf{a}_j\mathbf{X}) = \lambda_j$ najveći karakteristični korijen kovarijacijske matrice Σ , a \mathbf{a}_j njegov pridruženi karakteristični vektor [3].

Varijanca j -te glavne komponente je λ_j , a ukupna varijanca sustava jednaka je tragu¹³⁶ kovarijacijske matrice Σ , odnosno

$$\lambda_1 + \lambda_2 + \dots + \lambda_j = \text{tr} \Sigma.$$

Relativan doprinos j -te glavne komponente ukupnome varijabilitetu sustava određen je relacijom

$$\frac{\lambda_j}{\text{tr} \Sigma} = \frac{\lambda_j}{\sum_{k=1}^p \lambda_k}.$$

Ako u analizi jedna varijabla ima znatno veću varijancu od drugih, tada će ona dominirati glavnom komponentom bez obzira na korelacijsku strukturu podataka. U ovome slučaju glavne komponente nije nužno interpretirati koeficijentima linearne kombinacije. Naime, interpretacija glavnih komponenti može se temeljiti na koeficijentima korelacije izvornih varijabli i glavnih komponenti ili se pak cijela analiza može temeljiti na korelacijskoj, a ne kovarijacijskoj matrici izvornih varijabli. Tada je koeficijent korelacije između k -te izvorne varijable i j -te glavne komponente određen izrazom

$$\rho_{X_k, Y_j} = \frac{a_{jk} \sqrt{\lambda_j}}{\sqrt{\sigma_{kk}}}.$$

Ukupan varijabilitet mjeren generaliziranom varijancom, tragom kovarijacijske matrice, jednak je dimenziji korelacijske matrice, tj. p , a koeficijent korelacije između k -te izvorne varijable i j -te glavne komponente jednak je $a_{jk} (\lambda_j)^{1/2}$. Relativan doprinos j -te glavne komponente ukupnome varijabilitetu sustava prikazuje u kojoj mjeri zadržane glavne komponente dobro aproksimiraju varijancu svake izvorne varijable i dan je izrazom

$$\sigma^2_{kk} = \sum_{j=1}^p \lambda_j a^2_{jk}, \quad k = 1, 2, \dots, p$$

Ako smo zadržali nekoliko prvih glavnih komponenti, tada odnos dobivene sume i odgovarajuće varijance izvornih varijabli daje proporciju varijance te varijable koja je objašnjena zadržanim glavnim komponentama. Ta proporcija u analizi glavnih komponenti i faktorskoj analizi zove se *komunalitet* varijable. Korištenjem korelacijske matrice umjesto kovarijacijske matrice odmah se dobiva komunalitet jer je standardizacijom varijabli vrijednost varijance jednaka jedinici [4].

U praktičnim istraživanjima središnju ulogu u teoriji glavnih komponenti ima kovarijacijska matrica Σ . Stoga se pri ocjenjivanju relativnih parametara na temelju uzorka polazi od ocjene za kovarijacijsku matricu. Pri tome se koristi pretpostavka da osnovni skup ima normalnu distribuciju, što je uobičajeno u teorijama velikih uzoraka.

Neka je $\mathbf{X}_1, \mathbf{X}_2, \dots, \mathbf{X}_n$ slučajan uzorak od n elemenata p -dimenzionalne populacije s normalnom distribucijom $N(\boldsymbol{\mu}, \Sigma)$. Uz uvjet da su $\lambda_1 > \dots > \lambda_p > 0$ različiti karakteristični korijeni i $\boldsymbol{\alpha}_1, \boldsymbol{\alpha}_2, \dots, \boldsymbol{\alpha}_p$ pridruženi karakteristični vektori matrice Σ te da je \mathbf{S} uzoračka kovarijacijska matrica s n stupnjeva slobode, s

¹³⁶ Trag kvadratne matrice definira se kao zbroj elemenata na glavnoj dijagonali.

karakterističnim korijenima $\lambda_1 > \dots > \lambda_p > 0$ i pripadnim karakterističnim vektorima $\mathbf{a}_1, \mathbf{a}_2, \dots, \mathbf{a}_p$, za velike vrijednosti od n Anderson je izveo sljedeće relacije [5]:

- asimptotska distribucija uzoračkih karakterističnih korijena λ_i je

$$n^{1/2}(\lambda_i - l_i) \sim N(0, 2\lambda_i^2)$$

- asimptotska distribucija karakterističnih vektora je

$$n^{1/2}(\boldsymbol{\alpha}_i - \mathbf{a}_i) \sim N(0, 2\boldsymbol{\Omega}_i),$$

pri čemu je očekivanje nul-vektor, a kovarijacijska matrica

$$\boldsymbol{\Omega}_i = l_i \sum_{h=1}^p \frac{l_h}{(l_h - l_i)^2} \mathbf{a}_h \mathbf{a}_h', \quad (h \neq i).$$

Prema navedenim rezultatima može se definirati interval povjerenja svakoga karakterističnog korijena s obzirom na njihovu distribuciju. Za karakteristični korijen λ_i marginalna distribucija je $\lambda_i \sim N(l_i, 2\lambda_i^2/n)$. Prema tome, interval povjerenja s koeficijentom pouzdanosti $100(1-\alpha)$ za ocjenu i -tog karakterističnog korijena je

$$\frac{\lambda_i}{\left(1 + z_{\alpha/2} \sqrt{2/n}\right)^{1/2}} \leq l_i \leq \frac{\lambda_i}{\left(1 - z_{\alpha/2} \sqrt{2/n}\right)^{1/2}},$$

gdje je $z_{\alpha/2}$ gornji 50α postotak standardnoga normalnog rasporeda. Kako interval povjerenja može biti jako širok i za velike vrijednosti od n , postupak određivanja broja glavnih komponenti ne može se zasnivati na dobivenoj intervalnoj ocjeni karakterističnog korijena.

Prethodno prikazani rezultati korisni su i u konstruiranju testova hipoteze, kojima se određuje značajnost glavnih komponenti. Najpoznatiji test koji se primjenjuje u ovu svrhu je Bartlettov test. Testira se hipoteza da su posljednja $(p-k)$ karakteristična korijena međusobno jednaka. Odnosno, nulta hipoteza je $H_0: \lambda_{k+1} = \lambda_{k+2} = \dots = \lambda_p$ protiv alternativne hipoteze H_1 da su barem dva, od posljednjih $(p-k)$ karakteristična korijena, međusobno različita. Prihvatanjem nulte hipoteze, u analizi će se koristiti samo prvih k glavnih komponenti, jer one obuhvaćaju relativan iznos ukupnoga varijabiliteta, a posljednjih $(p-k)$ glavnih komponenti mjeri šum (engl. *noise*) u podacima [4].

Statistički test za testiranje navedenih hipoteza, uz pretpostavku o normalnosti, zove se test omjera vjerodostojnosti (engl. *Likelihood Ratio test*, *LR test*) i oblika je

$$LR = \left[\prod_{i=k+1}^p \lambda_i / \left(\frac{1}{p-k} \sum_{i=k+1}^p \lambda_i \right)^{p-k} \right]^{n/2},$$

gdje su λ_i karakteristični korijeni uzoračke kovarijacijske matrice. Međutim, u primjeni ovoga testa može se koristiti asimptotski raspored statistike $-2\ln(LR)$ koji ima χ^2 -distribuciju sa $\nu=1/2(p-k+2)(p-k-1)$ stupnjem slobode, pri čemu je

$$\left[n - \frac{1}{6}(2p+11) \right] \left[(p-k) \ln \bar{\lambda}_{p-k} - \sum_{i=k+1}^p \ln \lambda_i \right] \sim \chi^2_{\nu},$$

gdje je $\bar{\lambda}_{p-k}$ aritmetička sredina posljednja $(p-k)$ karakteristična korijena uzoračke kovarijacijske matrice. Nulta hipoteza se odbacuje na razini značajnosti α ako je vrijednost statističkoga testa veća ili jednaka kritičnoj vrijednosti $\chi^2_{\nu, \alpha}$. Kako statistički testovi sugeriraju veliki broj karakterističnih korijena, a time i glavnih komponenti, izbor glavnih komponenti ne može se zasnivati na ovakvome testu.

U slučaju da se analiza glavnih komponenti zasniva na korelacijskoj matrici, tada je nulta hipoteza $H_0: \boldsymbol{\rho} = \mathbf{I}$, gdje je $\boldsymbol{\rho}$ korelacijska matrica izvornih varijabli. Testira se hipoteza da su karakteristični korijeni međusobno jednaki. Tada statistički test, koji je oblika

$$\left[-n + 1 + \frac{1}{6}(2p+5) \right] \ln |\mathbf{R}|$$

ima χ^2 -distribuciju sa $1/2 p(p-1)$ stupnjem slobode, gdje je \mathbf{R} uzoračka korelacijska matrica [4].

Metoda glavnih komponenti, iako se koristi kao samostalna metoda, najčešće predstavlja tek polazni korak za druge metode multivarijatne analize. Tako, na primjer, u diskriminativnoj analizi umjesto originalnoga skupa podataka koristi se određen broj njihovih glavnih komponenti s ciljem dobivanja diskriminativnih funkcija za razdvajanje grupa. Ako prve dvije glavne komponente imaju visok postotak ukupne varijance originalnoga skupa, tada se mogu koristiti u dvodimenzionalnome grafičkom prikazu podataka za ilustraciju kvalitete međusobnoga razdvajanja grupa. U kanoničkoj korelacijskoj analizi glavne komponente se određuju zasebno za svaki skup izvornih varijabli, nakon čega se provodi analiza na osnovi dobivenih glavnih komponenti dviju grupa. Zadržavanjem svih glavnih komponenti mogu se lakše interpretirati i razumjeti rezultati analize kanoničke korelacije [6].

Mnogi autori metodu glavnih komponenti smatraju specifičnim oblikom faktorske analize (FA). Iako su ove dvije metode vrlo bliske, jer se koriste za opis varijacija između varijabli na osnovi manjega broja varijabli, međutim konceptijski su to različite tehnike. Osnovna razlika između ovih dviju metoda je što se metodom glavnih komponenti reducira broj varijabli na nekoliko novih komponenti, tako da svaka komponenta tvori novu varijablu koja objašnjava maksimalni iznos ukupne varijance u podacima. Faktorskom analizom identificiraju se faktori kojima se objašnjavaju interkorelacije izvornih varijabli i ovime se određuje struktura varijabilnosti.

Odabir broja glavnih komponenti

Postoji nekoliko kriterija za odabir broja glavnih komponenti, a neki od njih su:

- *Kaiserov kriterij* je metoda kojom se zadržavaju one glavne komponente koje imaju karakteristične korijene veće od 1. Odnosno, to je izbor samo onih glavnih komponenti koje izdvajaju najmanje onoliko varijance koliko je i ekvivalent jedne izvorne standardizirane varijable. Poteškoću čini zadržavanje previše komponenti.
- *Kriterij postotka ekstrahirane varijance* je metoda kojom se sumiranjem varijance ekstrahiranih glavnih komponenti želi utvrditi postotak varijance koja je sadržana u dotad ekstrahiranim glavnim komponentama. Iako je, za statistička testiranja, najčešće primjenjivana granica 95%, mnogi se istraživači zadrže na puno manjem postotku (60-70%) [7].
- *Scree test* je grafička metoda koju je prvi predložio Cattell 1966. godine. Ako se svojstvene vrijednosti po komponentama predstave grafički jednostavnim linijskim grafom, tada ostatak komponenti, nakon maksimalne zakrivljenosti, predstavlja komponentni "otpad" pa se može zanemariti. Poteškoću čini zadržavanje premalo komponenti ili preblaga krivulja.
- *A Priori kriterij* je metoda kojom se unaprijed određuje broj komponenti. Najčešće se koristi za teoretska istraživanja ili za testiranja hipoteza neophodnoga broju komponenti.
- *Geometrijske sredina*. Geometrijsku sredinu karakterističnih korijena dobije se kada se produkt svih karakterističnih korijena (što je jednako generaliziranoj varijanci) stavi na potenciju $1/p$. Prema tome, prosječna generalizirana varijanca dana je geometrijskom sredinom karakterističnih korijena pa se, prema tome, zadržavaju samo one glavne komponente čiji je karakteristični korijen veći od geometrijske sredine svih karakterističnih korijena.

PRIMJENA METODE GLAVNIH KOMPONENTI

Primjena multivarijatne analize, pa tako i metode glavnih komponenti, uistinu je široka pa je nemoguće navesti sve oblasti njezine primjene. Zato će u daljnjem izlaganju biti prikazani samo neki primjeri u kojima je metoda glavnih komponenti našla svoju primjenu. Iako se metoda počela razvijati početkom 20. stoljeća, do široke upotrebe, u raznim područjima istraživanja, dolazi razvojem računala. Tako se danas koriste razni statistički paketi za obradu kvantitativnih podataka, kao što su SPSS, SAS, BMDP, UniSTAT, Statistica, Unscrambler i drugi.

Klasičan primjer primjene metode glavnih komponenti u ekonomskim istraživanjima je analiza ekonomskoga položaja stanovništava u SAD-u koju je proveo Stone 1947. godine. Pretpostavio je da je teško

odrediti veličine koje su relevantne za ocjenu općeg ekonomskoga stanja. U analizi je promatrao varijable poput, nadnice zaposlenih, potrošnje potrošnih dobara, proizvodnje trajnih dobara, neto društveni proizvod, neto porast investicija, kamate i slično. Na temelju korelacijske matrice broj izvornih varijabli sveo je na tri glavne komponente. Te tri prve glavne komponente nosile su 97,45% ukupne varijance i to prva 80,76%, druga 10,59% i treća 5% ukupne varijance. Prva glavna komponenta objašnjava ukupni dohodak, druga stopu ukupnoga dohotka i treća, linearni trend razvoja ukupne ekonomije [8].

Primjena metode glavnih komponenti, a nerijetko i u kombinaciji s ostalim metodama multivarijatne analize, ima veliku ulogu u analizi prehrambenih proizvoda. U radu „Analiza varijabli koje utječu na mikrobiološku kvalitetu u proizvodnji svježega sira“ autorice su ispitale koje varijable utječu na mikrobiološku proizvodnju svježega sira s obzirom na kvasce i plijesni. Promatrane varijable odnosile su se na ukupni broj aerobnih mezofilnih bakterija u ispirnoj vodi, ukupni broj kvasaca i plijesni u ispirnoj vodi, ukupni broj aerobnih mezofilnih bakterija u pasteriziranome mlijeku za sirenje, ukupni broj aerobnih mezofilnih bakterija u zraku i ukupni broj kvasaca i plijesni u zraku. U analizi navedenih varijabli, osim metode glavnih komponenti, korištene su metode deskriptivne statistike te metode umjetne inteligencije i stabla odlučivanja. Metodom glavnih komponenti, s obzirom na broj kvasaca i plijesni u gramu sira, izdvojene su tri komponente koje predstavljaju oko 78 % ukupne varijacije podataka, kojima se objašnjava mikrobiološka kvaliteta zraka, broj aerobnih mezofilnih bakterija u ispirnoj vodi i pasteriziranome mlijeku te ukupan broj kvasaca i plijesni u ispirnoj vodi. U rezultatu primjene ove metode autorice su došle do zaključka da s obzirom na broj kvasaca i plijesni u gramu svježega sira, najveći utjecaj na kvalitetu sira ima mikrobiološka čistoća zraka [9].

U analizi kvantitativnih i kvalitativnih parametara u procesu prerade hrane sve se češće koriste spektroskopske tehnike u kombinaciji s kemometrijskim metodama. U radu „Primjena spektroskopskih tehnika i kemometrijskih metoda u tehnologiji mlijeka“ autor opisuje na koji se način navedene tehnike koriste u preradi mlijeka te koju ulogu pritom ima metoda glavnih komponenti. Pritom je naveo na koji je način Karoui koristio PCA metodu pri analizi spektra fluorescentne spektroskopije korištene za praćenje oksidativnih promjena u siru tijekom dozrijevanja 12 polutvrđih sireva. Karoui je analizirao uzorke 2., 30. i 60. dana zrenja. Dobio je ukupno 108 vrsta spektara (12 sireva × 3 vremena zrenja × 3 ponavljanja) koji je analizirao. Rezultati analiza pokazuju da je fluorescentna spektroskopija pri 400 - 640 nm, u kombinaciji s PCA metodom, vrijedna i jeftina metoda praćenja procesa oksidacije tijekom zrenja polutvrdoga sira [10].

U radu „Utjecaj smrzavanja na impedanciju kalifornijske pastrve“ autori su rezultate ispitivanja električkih karakteristika fileta kalifornijske pastrve, koji su podvrgnuti različitim uvjetima smrzavanja, analizirali metodom glavnih komponenti te diskriminacijskom analizom. Izmjere rezistencije i reaktancije svih 100 uzoraka, analizirali su metodom glavnih komponentata te su sve varijable svedene na tri glavne komponente koje čine 99,16 % ukupne varijance. Pri tome prva glavna komponenta obuhvaća 64,19%, druga glavna komponenta 27,74% i treća glavna komponenta 7,23% ukupne varijance [11].

Faktorska analiza u kombinaciji s metodom glavnih komponenti uglavnom se koristi u sociološkim i psihološkim istraživanjima te istraživanjima marketinga. Britanski psiholog Charles Spearman začetnik je faktorske analize koja se, kao i sve ostale multivarijatne metode, razvila razvojem IT tehnologije. Primjenom faktorske analize razvio je teoriju da se intelektualne sposobnosti sastoje od dvaju faktora, generalnoga faktora (G-faktor), koji sudjeluje u svim intelektualnim operacijama i niza užih faktora koji se javljaju u pojedinim operacijama. Francuz Pieron je proširio analizu na gotovo sva područja psihologije [12].

Iako postoji niz primjera iz područja sociologije i psihologije gdje se analiza provodi upotrebom PCA i FA metode, ovdje je kao primjer rad „Patološko igranje videoigara: Uloga spola, samopoštovanja i edukacijske sredine“ autorica Vesne Bilić i Tajane Ljubin Golub. Naime problem kojim su se bavile autorice u današnje vrijeme predstavlja ogroman problem, kako u odraslih tako i u djece. Cilj istraživanja bio je utvrditi prevalenciju patološkog igranja videoigara kod djevojaka i mladića u adolescentnoj dobi i ispitati ulogu spola, samopoštovanja i edukacijske sredine za sklonost patološkom igranju videoigara. U analizi je postavljeno šest hipoteza, a PCA metodom izdvojene su dvije glavne komponente, od kojih prva nosi 35,08% ukupne varijance, a druga glavna komponenta 13,15% varijance, odnosno ove dvije komponente objašnjavaju 48,23% ukupne varijance. Primjenom metode glavnih komponenti uz quartimax rotaciju s Kaiser normalizacijom, koja je primijenjena, jer se očekuje korelacija između faktora, prva komponenta

objasnila je 34,90% varijance, a druga 13,04%, sveukupno 47,94%. Prvi faktor odgovara općim simptomima ovisnosti, a drugi faktor odražava postojanje samokontrole nad igranjem videoigara, tj. mogućnost smanjenja i prestanka igranja. Istraživanjem je potvrđeno kako su mladići, za razliku od djevojaka, skloniji patološkom igranju igrica, ali i adolescenti samopoštovanja te oni koji pohađaju strukovne srednje škole. Rezultati su pokazali i trosmjernu interakciju između varijabli spola, edukacijske sredine i samopoštovanja u odnosu na sklonost patološkom igranju videoigara. Moderatorska uloga edukacijske sredine na odnos samopoštovanja i sklonosti patološkom igranju video igara utvrđena je samo u mladića [13].

Analiza glavnih komponenti primjenjuje se i za određivanje raznih parametara u području meteorologije i klimatologije. Već 1983. godine Richman je naveo da je u razdoblju od 1980. do 1983. godine objavljeno više od 60 radova s primjenom PCA metode u meteorološkom ili klimatološkom časopisu. S razvojem statističkih alata, ovaj broj je rastao, tako je 2000. godine u 25% članaka objavljenih u *International Journal of Climatology* korištena PCA metoda [4]. Kisegi i Pandžić 1987. godine ističu kako su u posljednjih 35 godina analizu glavnih komponenti koristili mnogi meteorolozi i klimatolozi u različite svrhe. Za primjere navode radove Craddocka i Flooda (1969), Craddocka i Flintoffa (1970) te Rinne i Karhila (1979) gdje je PCA primijenjena na geopotencijal, u radu Grimmera (1963) metoda se koristila u analizi površinske temperature, Hardy i Walton (1978) primijenili su je na analizu horizontalnoga vjetera, Le Drew (1980) na vertikalnu brzinu, Stidd (1967), Sellers (1968), Klaus (1978), Gadgil i Iyengar (1980), Jonson (1980) te Molteni i sur. (1983) na oborine. Oni su koristili metodu glavnih komponenti u lokalnoj prognozi oborina. Analizirali su podatke s radiosondažne stanice Zagreb-Maksimir te na taj način dobili metodu za 12 satnu lokalnu prognozu oborine. Odredili su četiri prediktora i jednadžbe linearne regresije za prognozu oborine u hladnijem i toplijem dijelu godine. Koeficijente u jednadžbama linearne regresije odredili su metodom glavnih komponenti, a ocjena je pokazala da je kvalitativna prognoza u 74% slučajeva bila točna [14].

ZAKLJUČAK

U radu je prikazana algebarska interpretacija metode glavnih komponenti te su definirani njezini osnovni pojmovi i relacije. Kako je primjena metode glavnih komponenti uistinu široka, i obuhvaća sva područja istraživanja, navedeni su samo neki primjeri iz područja ekonomije, sociologije, pedagogije, meteorologije i klimatologije u kojima su rezultati istraživanja obrađeni PCA metodom. Dosadašnje znanstvene spoznaje iz ovoga područja bit će temelj daljnjoj primjeni metode glavnih komponenti. Međutim, potrebno je napomenuti kako važnu ulogu u obradi podataka imaju i ostale metode multivarijatne analize, koje se vrlo često međusobno kombiniraju, a pogotovo s metodom glavnih komponenti.

BILJEŠKE

- [1] Halmi, A., *Multivarijantna analiza u društvenim znanostima*, Alinea, Zagreb, 2003.
- [2] Pecina, M., *Metode multivarijantne analize*, Zagreb, 2006. (skripta–Agronomski fakultet) www.agr.unizg.hr/cro/nastava/ds/moduli/doc/ds1905_metode_mva_osnove_2006.pdf
- [3] Morrison, D.F., *Multivariate statistical methods*, McGraw-Hill book company, New York, 1976.
- [4] Jolliffe, I.T., *Principal component analysis*, Springer, New York, 2002.
- [5] Anderson, T.W., *An introduction to multivariate statistical analysis*, John Willey & Sons, New York, 2003.
- [6] Kovačić, Z.J., *Multivarijaciona analiza*, Beograd, 1994. www.fonforum.org/download/treca/LINS/MVA_Knjiga.pdf
- [7] Fulgosi, A., *Faktorska analiza*, Školska knjiga, Zagreb, 1988.
- [8] Kendall, M.G. (1957). *A Course in Multivariate Analysis*. London: Griffin
- [9] Šalamon, B.S i sur.: Mikrobiološka kvaliteta svježeg sira, *Mljekarstvo*, 2010, 60 (4), 252-259
- [10] Matijević B., Blažić M., Primjena spektroskopskih tehnika i kemometrijskih metoda u tehnologiji mlijeka, *Mljekarstvo*, 2008, 58 (2) 151-169

- [11] Vidaček, S. i suradnici, Utjecaj smrzavanja na impedanciju kalifornijske pastrve, *Ribarstvo*, 69, 2011, (2) 39-50
- [12] Spearman, C., General Intelligence, Objectively Determined and Measured", *American Journal of Psychology* 15, 201-293, 1094.
- [13] Bilić, V., Ljubin Golub, T., Patološko igranje videoigara: Uloga spola, samopoštovanja i edukacijske sredine, *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja* 2011, Vol 47, br. 2, str. 1-13
- [14] Kisegi, M., Pandžić, K., Upotreba metode glavnih komponenta u lokalnoj prognozi oborina, *Rasprave* 22, Zagreb 1987., str.3-9

LITERATURA

1. Abdi, H., Williams, L. J., Principal component analysis, *WIREs Comp Stat*, 2010., 2: 433–459.
2. Anderson, T.W., *An introduction to multivariate statistical analysis*, John Willey & Sons, New York, 2003.
3. Bilić, V., Ljubin Golub, T., Patološko igranje videoigara: Uloga spola, samopoštovanja i edukacijske sredine, *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja* 2011, Vol 47, br. 2, str. 1-13
4. Dunteman, G.H., *Principal components analysis*, Sage Publications, Newbury park, 1989.
5. Fulgosi, A., *Faktorska analiza, Školska knjiga*, Zagreb, 1988.
6. Halmi, A., *Multivarijantna analiza u društvenim znanostima*, Alinea, Zagreb, 2003.
7. Härdle, W., Simar, L., *Applied Multivariate Statistical Analysis*, Springer, New York, 2003.
8. Hasegawa, T, Nishijo, J., Umemura J. Separation of Raman spectra from fluorescence emission background by principal component analysis, *Chemical Physics Letters* 317 (2000), 642–646
9. Jolliffe, I.T., *Principal component analysis*, Springer, New York, 2002.
10. Kendall, D.G. (1984). Shape-manifolds, procrustean matrices and complex projective spaces. *Bull. Lond. Math. Soc.*, 16, 81–121.
11. Kendall, M.G. (1957). *A Course in Multivariate Analysis*. London: Griffin
12. Kendall, M.G. (1966). Discrimination and classification. In *Multivariate Analysis*, ed. P. R. Krishnaiah, 165–185. New York: Academic Press.
13. Kendall, M.G. and Stuart, A. (1979). *The Advanced Theory of Statistics*, Vol. 2, 4th edition. London: Griffin.
14. Kisegi, M., Pandžić, K., Upotreba metode glavnih komponenta u lokalnoj prognozi oborina, *Rasprave* 22, Zagreb 1987., str.3-9
15. Kolanović, I., Zenzerović, Z., Skenderović, J., Metodološki pristup empirijskom istraživanju kvalitete lučke usluge, *Pomorstvo*, god. 23, br. 1 (2009), str. 275-297
16. Kovačić, Z.J., *Multivarijaciona analiza*, Beograd, 1994.
17. Kunovac, D., Faktorske prognoze inflacije u Hrvatskoj, *Financijska teorija i praksa* 31 (4) str.365-386 (2007.)
18. Mobili, P. i sur., Multivariate analysis of Raman spectra applied to microbiology: Discrimination of microorganisms at the species level, *Revista Mexicana de Fisica*, 56 (5) 378–385
19. Morrison, D.F., *Multivariate statistical methods*, McGraw-Hill book company, New York, 1976.
20. Pearson K., On lines and planes of closest fit to systems of points in space. *Philos Mag A* 1901, 6: 559–572
21. Pecina, M., *Metode multivarijantne analize*, Zagreb, 2006. (skripta–Agronomski fakultet) www.agr.unizg.hr/cro/nastava/ds/moduli/doc/ds1905_metode_mva_osnove_2006.pdf
22. Šalamon, B.S i sur.: Mikrobiološka kvaliteta svježeg sira, *Mljekarstvo*, 2010, 60 (4), 252-259

23. Sharma, S., *Applied Multivariate Techniques*, John Willey & Sons, New York, 1996.
24. Spearman, C., "General Intelligence, Objectively Determined and Measured", *American Journal of Psychology* 15, 201-293, 1094.
25. Vidaček, S. i suradnici, Utjecaj smrzanja na impedanciju kalifornijske pastrve, *Ribarstvo*, 69, 2011, (2) 39-50

IMPROVING THE BUSINESS OF CULTURAL INSTITUTIONS USING WEB 2.0 TECHNOLOGIES

POBOLJŠANJE POSLOVANJA KULTURNIH INSTITUCIJA PRIMJENOM WEB 2.0 TEHNOLOGIJA

Lana Domšić, Petra Popek Biškupec, Marija Valčić

*College of Business and Management Baltazar Adam Krcelic, Zapresic, Croatia
Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti B. A. Krčelić, Zaprešić, Hrvatska*

Abstract

Web 2.0 and social networks are certainly one of the most prominent social phenomena of our time. Although their social and technological implications are not yet fully explained, it is clear that they have not only changed the way people communicate, but are also influencing business patterns in the so called Economy 2.0. Web 2.0 is particularly important for cultural institutions. Developed countries have already introduced this kind of business in their cultural institutions, but in Croatia such attempts are rare and without a clear strategy. World trend of gradual reduction of the budget for culture is also affecting Croatian institutions so they will consequently have to accept a new way of economic and marketing approach. Internet and Web 2.0 technologies represent the possibility of defining communication and marketing strategies that will decrease funds and achieve better and far-reaching results. This will be particularly useful for approaching younger audience and reaffirm culture and institutions in general.

Keywords

Web 2.0, social networks, cultural institutions, economy 2.0, social media marketing

Sažetak

Web 2.0 i društvene mreže zasigurno su jedan od najistaknutijih društvenih fenomena našeg doba. Sve društvene i tehnološke implikacije ove pojave još nisu posve objašnjene, no jasno je da ne samo da su promjenile načine na koje ljudi međusobno komuniciraju, već sve više utječu i na poslovanje pa se javlja nova sintagma - ekonomija 2.0. Web 2.0 je posebno važan za kulturne institucije koje u svijetu već neko vrijeme eksperimentiraju s korištenjem društvenog weba, no u Hrvatskoj su takvi pokušaji rijetki i bez jasne strategije. Svjetski trend postupnog smanjivanja proračunskih sredstava za kulturu pogađa i hrvatske institucije koje će uslijed toga morati prihvatiti novi način upravljanja po ekonomsko-marketinškim principima. Internet i Web 2.0 tehnologije predstavljaju u tom kontekstu mogućnost definiranja komunikacijskih i marketinških strategija koje će uz manja ulaganja ostvariti bolje i dalekosežnije rezultate te biti osobito korisne za približavanje mlađoj publici i reafirmiranje kulture i kulturnih institucija općenito.

Ključne riječi

web 2.0, društvene mreže, kulturne institucije, ekonomija 2.0, marketing društvenih medija

Uvod

Tijekom posljednjih deset godina kulturne institucije stavljene su pred izazov korištenja novih online komunikacijskih platformi koje potiču interakciju i aktivno sudjelovanje korisnika nasuprot pasivne patrošnje. Platforme Weba 2.0 kao što su Twitter, Facebook i YouTube redefinirale su načine na koje ljudi komuniciraju i razmjenjuju sadržaje. Prema istraživanju koje je napravljeno u SAD-u¹³⁷, područja na koja je Web 2.0 najviše utjecao su komunikacija i suradnja. „Danas se i kvaliteta i kvantiteta informacija povećava po najvećoj stopi u povijesti. Najviše zasluga za takvu brzu razmjenu informacija ima napredak u informatičkoj tehnologiji i sposobnost marketinških stručnjaka da nađu kreativne načine kako iskoristiti taj napredak.“¹³⁸ Institucije mogu iskoristiti prednosti takvog načina dijeljenja informacija u svrhu poboljšanja odnosa s potrošačima, komunikacije i marketinga. Poslovni svijet je odmah shvatio prednosti online komuniciranja s korisnicima preko društvenih mreža pa velike institucije, uključujući poslovne tvrtke, političke organizacije i sveučilišta, prihvaćaju oblike društvenih medija poput blogova, društvenih mreža i korisničkih foruma. Iako su mnoge kulturne institucije, kako u svijetu tako i Hrvatskoj, već počele eksperimentirati s Web 2.0 aplikacijama, malobrojne su razvile pravu komunikacijsku strategiju. Za kulturne institucije ovakav način oglašavanja i komunikacije s korisnicima je vrlo poželjan jer dopire do široke publike, osobito mlade populacije, a troškovno je najučinkovitiji.

Web 2.0 i revolucija u komunikaciji

Od 1971. godine¹³⁹, kada je poslan prvi e-mail, pa do danas prošlo je samo 40-ak godina, a internet je ovladao svijetom i donio prekretnicu u komunikaciji, poslovanju i cjelokupnom životu čovječanstva. Internet je srušio geografske, povijesne, političke i sve ostale prepreke. Danas je svaka informacija dostupna cijelom svijetu u samo nekoliko sati. Digitalna je tehnologija prisutna u svim aspektima naših života i u svim vrstama poslovanja. Informacijske-komunikacijske tehnologije omogućile su nove načine primjene i komunikacije informacija, a digitalizacija je omogućila lako i brzo spremanje, reprodukciju, distribuciju i korištenje različitih, pa tako i kulturnih, sadržaja. Procesi konvergencije doveli su do promjene odnosa između tehnologija, industrija, tržišta i korisnika pa tzv. masovni mediji nisu više jedini izvor informacija¹⁴⁰.

Razvoj informatičke tehnologije danas je na stupnju koji se naziva Web 2.0. Novu digitalnu kulturu prepoznamo kao participatornu, gdje korisnici sudjeluju na različite načine u njezinom stvaranju. Polazi se od pretpostavke da pojedinac, a ne informatičar, sam stavlja sadržaj na Web prostor i time ga čini dostupnim svima. Korisnici su, dakle, prestali biti samo pasivni potrošači te postali aktivni kreatori sadržaja. Revolucionarni potencijal interneta i osobito Weba 2.0 kao komunikacijskog sredstva proizlazi iz paradigme novih medija koje su posljedica specifičnih tehničkih sposobnosti koje povezujemo s određenim tehnološkim sustavima. Te paradigme između ostalog uključuju: (1.) interaktivnost, odnosno mogućnost korisnika da reagira i sudjeluje u komunikacijskom procesu što dovodi do nove dijaloške strukture Weba nasuprot starijoj monološkoj strukturi; (2.) hipertekst ili hipermedij, odnosno povezivanje odvojenih medijskih elemenata pomoću linkova, (3.) ne-lineranost i nove strategije narativnosti; (4.) virtualnost i izvanteritorijalnost; (5.) ubrzanje vremena i vremensko prostorna kompresija koja smanjuje važnost fizičkih granica i udaljenosti; (6.) demasifikacija i povezani trend ka individualizaciji i decentralizaciji koji zamjenjuje tradicionalni „jedan prema mnogima“ tijekom objavljivanja informacija i sadržaja te (7.) konvergencija, odnosno tendencija ka integriranju i spajanju hibridnih formata i tehnologija.¹⁴¹

Interaktivnost se smatra najvažnijom karakteristikom nove digitalne komunikacije. Pritom se komunikacija temelji na dvosmjernosti, a umjesto komunikacijskog modela usmjerenog prema masama, gdje je dominantan smjer „jedan na mnoge“, u interaktivnim medijima glavno mjesto zauzima komunikacijski

¹³⁷ Andriole, S.J.: Business Impact of Web 2.0 Technologies. Communications of the ACM. Vol. 53 No. 12, 2010, 67-79.

¹³⁸ Etzel, M. J., Walker, B.J, Stanton, W.J: *Marketing: Marketing and the Information Economy*. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2004, 622.

¹³⁹ Hajdarović, M: Povijesni razvoj interneta. Hrvatski povijesni portal, 2006., www.povijest.net, 07.03.2012.

¹⁴⁰ Prema Jenkins, H. *Convergence Culture: where old and new media collide*. New York, London: New York University Press, 2006.

¹⁴¹ Prema Freedman, D. *Internet transformations: 'old' media resilience in the 'new media' revolution.*, Media and cultural theory: interdisciplinary perspectives, ed. Curran, J., Morley, D., London: Routledge, 2004., 276-277.

model “jedan na jedan” i “mnogi na mnoge”.¹⁴² Prije digitalne ere konzumenti medijskih i kulturnih sadržaja bili su pasivni i nije postojao način da se aktivno uključe u stvaranje sadržaja. Danas, svatko može putem raznih internetskih oblika uključivanja u globalnu mrežu napisati ili pokazati što god želi. Servisom YouTube svatko može producirati i objaviti videosadržaj cijelom svijetu, a videoklipovi s tog servisa mogu se pratiti ne samo na računalima nego i na mobilnim telefonima, internetskoj televiziji, itd.¹⁴³ Na taj način tradicionalna podjela medijskih uloga između komunikatora i komunikanta na mreži slabi i gubi na važnosti. Komunikator više nije u povlaštenom položaju, a komunikant više nije pasivan konzument sadržaja koji su unaprijed selektirani i uređeni. Niti jedna informacija na internetu nema monopol, sve su u ravnopravnom položaju i samo je do konzumenta da se opredijeli koje će informacije konzumirati. Povratna informacija (feedback) nije nešto odvojeno od informacije već njen dio i logičan nastavak, potvrda višesmjernog i kreativnog komuniciranja.¹⁴⁴

Paradigma Web 2.0. odražava, dakle, konceptualni pomak prema Webu kao platformi za djeljenje sadržaja i informacija, pri čemu je korisnički generirani sadržaj jednako važan kao i sadržaj koji donose institucije. Termin Web 2.0 koji se upotrebljava od polovice prošlog desetljeća, od samog početka se shvaćao ne samo kao grupa tehnoloških aplikacija, već kao revolucija u komunikaciji.¹⁴⁵ Često nazivan i društvenim medijem (eng. social media) obuhvaća društvene mreže (Facebook, LinkedIn), blogove, servise za microblogging (Twitter), podcast, wikije, servisi za razmjenu videa i fotografija (Flickr, You Tube, Vimeo), virtualne svjetove (Second Life). Ti tzv. „alati umreženog društva“¹⁴⁶ omogućavaju da svatko postane kreator i komunikator medijskih sadržaja. M. Castells, jedan od najvećih teoretičara interneta i novih medija, smatra da internetska komunikacija ima svoju vlastitu logiku i potpuno novi jezik. „To je otvoreni izvor, slobodno objavljivanje, decentralizacija, emitiranje, slučajna interakcija, komunikacija orijentirana na svrhu i dijeljena kreacija koja nalazi svoj izraz na internetu.“¹⁴⁷

Danas su društveni mediji postali važan dio popularne kulture i međuljudskih odnosa, koriste se u svakodnevnom životu, obrazovanju, politici i gospodarstvu te se više ne mogu smatrati samo tehnološkom inovacijom i prolaznom modom, već strukturalnom promjenom u komunikaciji.¹⁴⁸ Facebook, najpopularnija društvena mreža, trenutno ima više od 800 milijuna korisnika širom svijeta od kojih je preko milijun i pol u Hrvatskoj što je 68% ukupnog broja korisnika interneta u Hrvatskoj.¹⁴⁹ Istraživanja pokazuju da ta mreža postaje sve važniji izvor vijesti i sadržaja te preko linkova šalje korisnike na druge Web stranice u čemu je čak oteo primat najpoznatijem pretraživaču Googleu. Trend koji proizlazi iz toga je da sada konzumacija sadržaja sve više ovisi o preporukama prijatelja: čitamo linkove koje prijatelji postavljaju, informiramo se putem news feedova i zidova prijatelja. Društveno okruženje sve više definira i određuje željeni i prihvaćeni sadržaj, a to je uistinu nova komunikacijska paradigma osobito što se tiče konzumacije vijesti i kulturnih sadržaja. Kao skup različitih Web-servisa društveni su mediji postali utjecajan skup alata na društveno mišljenje, pa i stvaranje trendova. Digitalna kultura komuniciranja temelji se na drugačijoj filozofiji razmjene informacija među pojedincima i društvenim skupinama, drugačijoj razmjeni informacija, znanja, emocija i svih drugih sadržaja.¹⁵⁰

Poslovni model Weba 2.0 i primjena u kulturnim institucijama

¹⁴² Demeterffy Lančić, R: Novi mediji i odnosi s javnošću, Medijske studije 1-2, 2010, 159.

¹⁴³ Stančić, H: Načela digitalne komunikacije, u Digitalno doba : masovni mediji i digitalna kultura / ur. Zgrabljic Rotar, N., Zadar : Sveučilište u Zadru ; Zagreb : Naklada Medijska istraživanja, 2011, 64-65.

¹⁴⁴ Miočić, B: Digitalizirano medijsko tržište i odnosi s javnošću, u Digitalno doba : masovni mediji i digitalna kultura / ur. Zgrabljic Rotar, N., Zadar : Sveučilište u Zadru ; Zagreb : Naklada Medijska istraživanja, 2011, 348.

¹⁴⁵ Vidi O'Reilly, T.: What is Web 2.0, O'Reilly Media, 2005., <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

¹⁴⁶ Vidi Castells, M: Uspon umreženog društva, Golden marketing, Zagreb, 2000.

¹⁴⁷ Castells, M: Internet galaksija : razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu. Zagreb : Naklada Jesenski i Turk, 2003., 200.

¹⁴⁸ isto

¹⁴⁹ www.checkfacebook.com, 10.3.2012.

¹⁵⁰ Zgrabljic Rotar N: Masovni mediji i digitalna kultura, u Digitalno doba : masovni mediji i digitalna kultura / ur. Zgrabljic Rotar, N., Zadar : Sveučilište u Zadru ; Zagreb : Naklada Medijska istraživanja, 2011, 32.

U Hrvatskoj oko dva i pol milijuna građana koristi internet. To je 71,3 posto populacije starije od 12 godina što nas svrstava otprilike na sredinu europske ljestvice korištenja interneta.¹⁵¹ U Hrvatskoj postoji oko 1,5 milijuna korisnika Facebooka, od toga 800.000 punoljetnih i aktivnih svaki dan. Sve je veći i broj korisnika zrelije dobi. Istraživanja pokazuju da čak dvadeset najposjećenijih hrvatskih internetskih stranica ukupno imaju manju posjećenost od Facebooka. Ta je društvena mreža prisutna u gotovo svakom segmentu društvenog života, preko nje se dogovaraju sastanci, organiziraju prosvjedi, šalju pozivnice za različita događanja. Na taj način ona postaje ozbiljan posao. Još 2009. bila je tek nekolicina brendova na Facebooku, a danas je to osnovni dio marketinškog miksa većine kompanija, što pokazuju i podaci sa stranice drustvenimediji.com, na kojoj se nalazi više od tisuću službenih stranica brendova na Facebooku u Hrvatskoj.¹⁵² Djelovanjem na stranicama društvenih mreža odnosi s javnošću dosegnuli su novu razinu te su primorani usvojiti nove metode i tehnike. Poduzetnici koriste te alate kako bi privukli korisnike na svoje stranice, kao i za jačanje branda tvrtke, proizvoda ili usluge. Primjer su agencije odnosa s javnošću koje prilično intenzivno u zadnje vrijeme koriste Facebook, Twitter i blogove. Činjenica da su prema nekim istraživanjima u ponašanju prosječnog korisnika interneta zabilježene sljedeće karakteristike: “opsesija” društvenom mrežom Facebook, korištenje interaktivnih sadržaja poput videa i mobilnog interneta te povećana interakcija sa samim medijima, kao što su komentari, grupe, slanje sadržaja, rejtinzi i ankete, govori u prilog tezi da su ozbiljne strategije djelovanja odnosa s javnošću i marketinga u današnje vrijeme primorane koristiti nove komunikacijske medije, a osobito internet kao temelj interaktivnog odnosa.¹⁵³

Nova sintagma koja se javlja u današnjem poslovnom svijetu je Ekonomija 2.0. Taj pojam usko je vezan uz brzi razvoj interneta i suvremenih komunikacijskih kanala. Brza razmjena podataka, digitalizirana poslovna dokumentacija i zaključivanje ugovora jednim klikom na računalu postali su imperativ uspješnog načina poslovanja. Ekonomski model Web 2.0 tvrtki omogućava promjenu pozicije proizvođača i potrošača (producer + consumer = prosumer) i direktan odnos između različitih sudionika komunikacijskog procesa. U novom dijaloškom tipu komunikacije produkcija sadržaja i marketinških poruka postaje kolektivno nastojanje (tzv. su-kreiranje, eng. co-creation).¹⁵⁴ Tvrtka kroz društvene medije može klijentima ponuditi kreativne mogućnosti koje donedavno nisu bile zamislive. Najveća prednost je što je djelovanje tvrtki na društvenim mrežama vrlo jednostavno, jeftinije od drugih akcija, a njegova dostupnost, brzina i kvaliteta mogu biti snažniji i bolji od bilo koje druge poslovne komunikacije.

Ako se kulturna institucija pretoči u pojam poduzeća čiji je cilj maksimizacija profita, onda se kulturne manifestacije pretvaraju u proizvode i na njih se mogu primjeniti ekonomske metode unapređenja prodaje. U tom smislu morat će pronalaziti nove marketinške alate za povećanje prodaje svojih proizvoda. Različitim marketinškim aktivnostima poduzeća nastoje animirati tržište i prezentirati svoje proizvode. U svrhu razvoja marketinških aktivnosti, poduzeća organiziraju posebne odjele prodaje i marketinga koji se bave unapređivanjem prodaje i razvijaju nove mogućnosti oglašavanja. Svaka takva aktivnost zahtijeva dodatne izdatke i traži resurse za financiranje, što je u situaciji smanjenja budžeta kulturnih institucija vrlo teško ostvarivo.

Smanjenje izdataka za kulturne manifestacije s jedne strane i maksimiziranje posjećenosti kulturnih institucija s druge strane dovodi te institucije u stanje koje se u poduzeću naziva dualitet u proizvodnji¹⁵⁵. Pretočeno u jezik mikroekonomije; radi se o istovremenoj maksimalizaciji profita i minimizaciji troškova proizvodnje. Istu politiku poslovanja može primijeniti svaka kulturna institucija, tako da proizvodnju zamijeni organiziranjem manifestacija, a profit brojem posjetitelja. Tada dolazi do lako primjenjivog modela i načina poslovanja koji će reducirati sve nepotrebne troškove i zamijeniti ih nižima, a istovremeno povećati broj posjetitelja i korisnika kulturnih institucija.

Jedan od vrlo dostupnih načina komunikacije s širom javnosti uz vrlo niske troškove predstavljaju društvene mreže. Korištenje i implementacija brojnih prednosti koje nude društvene mreže uvodi kulturne institucije u svijet poslovanja po načelima Web 2.0 tehnologije i modela ekonomije 2.0. Digitalizacija materijala koji su

¹⁵¹ Tomić, D: Maleni koraci prema naprijed unatoč krizi, *Busines.hr*, 19.9.2011, 7.

¹⁵² www.drustvenimediji.com, 10.4.2012.

¹⁵³ Demeterffy Lančić, R: Novi mediji i odnosi s javnošću, *Medijske studije* 1-2, 2010, 161.

¹⁵⁴ Prema Russo, A., Watkins, J., Kelly, L., Chan, S: Participatory Communication with Social Media, Curator, *The Museum Journal* Volume 51, Issue 1, 2008., 21-32.

¹⁵⁵ Jehle, G.A., Reny, P.J. *Advanced Microeconomic Theory: Duality in Production*. Hampshire: Pearson, 2011., 143.

dosad bili isključivo fizički dostupni, omogućava široki pristup i dopire do velikog broja krajnjih korisnika. Brz, jeftin i vremenski neograničen pristup informacijama i novim sadržajima nekad „strogih“ muzejskih ili knjižničnih prostora privlači i intrigira mlađu populaciju koja vrlo lako može odgovoriti ili postaviti pitanja i dati prijedloge, te na taj način sudjelovati u stvaranju novih sadržaja i ponuda takvih institucija.

U poslovnom svijetu gdje se informacije šire „brzinom svjetlosti“, onaj tko ne prati događanja i ne mijenja svoje poslovanje u skladu s promjenama u okruženju, neće se moći prilagoditi novim zahtjevima tržišta i konkurencija će ga vrlo brzo nadmašiti. Isto će se dogoditi u svijetu kulturnih institucija. One institucije koje se prilagode novim načinima komunikacije i pristupa publici, generirati će nove korisnike i povećati konzumaciju svojim proizvoda.

Novi načini komunikacije, oglašavanja i poslovanja proizveli su nove oblike marketinga. Činjenica da kao korisnici možemo imati društvo na „netu“, da komunikaciju možemo „grupirati“ u manje ili veće skupine i to prema različitim kriterijima, imalo je za posljedicu nastanak tzv. social marketinga. Segmentirajući tržište odnosno dijeleći ga u grupe, oglašivači mogu primijeniti različite komunikacijske strategije za svaku od tih grupa. Djelovanje odnosa s javnošću i marketinga na području interneta usmjereno je na personalizaciju i dvosmjernu kontinuiranu interaktivnost, uz stalnu prilagodbu krajnjem korisniku. Nove okolnosti zahtijevaju dugoročan, personalizirani odnos s potrošačem, utemeljen na stalnoj interakciji, koji se nalazi ispred tradicionalnog pristupa koji je u prvi plan stavljao proizvode, usluge, cijenu i profit.

Danas stoga imamo situaciju u kojoj tradicionalne tehnike kojima su se marketing i odnosi s javnošću koristili šezdesetak godina više ne vrijede, pa suvremeni odnosi s javnošću više ne zavise toliko od budžeta organizacije, skretanja pozornosti medija, nego od sposobnosti vlastitih službi da navedu ljude da ih sami nađu, ali i da proizvode i distribuiraju informacije. U tradicionalnim odnosima s javnošću i u marketingu ova se tehnika zove „Word of Mouth“ („od usta do usta“), i pretpostavlja akviziciju novih klijenata preporukama postojećih. U modernom internetskom smislu naziva se „Word of Mouse“.¹⁵⁶ Samim sudjelovanjem organizacije na nekoj od društvenih mreža poput Facebooka, MySpacea, YouTubea, tvrtke se upoznaju s korisnicima, njihovim navikama i željama. Tako se i sam proizvod pretvara u virtualnu „osobu“ koja mora redovito osvježavati svoj profil i odgovarati na komentare. Istodobno svaka organizacija, odnosno njezin odjel odnosa s javnošću mora biti svjestan da rastom broja posjetitelja raste količina vremena potrebna za održavanje profila na društvenim mrežama. Tako trajno oglašavanje na internetu obuhvaća Twitter, Facebook, ažuriranje vlastitog bloga ili web-stranice te kampanju na jednoj ili više tražilica.¹⁵⁷

Mogućnosti primjene Web 2.0 komunikacijskih tehnologija u kulturnim institucijama

Digitalizacija i primjena novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija stvorile su novo okruženje za djelovanje kulturnih institucija. Digitalizacija je omogućila lako i brzo spremanje, reprodukciju, distribuciju i korištenje različitih vrsta informacija, a nove informacijske tehnologije omogućile su nove načine komuniciranja, nastale kombinacijom i spajanjem sustava komunikacija, emitiranja, izdavaštva i računarne tehnologije.¹⁵⁸ Participacija korisnika u komunikaciji i stvaralaštvu u digitalnoj kulturi predstavlja izazov za kulturni sektor koji mora razumjeti mogućnosti koje nova situacija donosi. Evolucija Weba i rastuća upotreba društvenih medija kao prostora za ko-kreaciju i interaktivna kulturna iskustva¹⁵⁹ značajno je utjecala na način konzumacije kulturnih sadržaja. Odabir sadržaja počiva na usmenoj preporuci i popularnosti te je kod izbora sve važnija povratna informacija na društvenim mrežama, a manje vanjske reklame i cijena. Također, korisnici više nisu samo pasivni potrošači ponuđenih sadržaja i usluga. Oni sami mogu kreirati svoje mrežne resurse ili mogu sudjelovati u velikim suradničkim projektima. Njihova očekivanja i navike se mijenjaju pa ih kulturni sektor mora uzeti u obzir. Internetski mediji uvjetuju kod korisnika sasvim drukčija očekivanja, prije svega brzinu izvještavanja, interaktivnost, bogatstvo informacija i

¹⁵⁶ Demeterffy Lančić, R: Novi mediji i odnosi s javnošću, Medijske studije 1-2, 2010, 159.

¹⁵⁷ isto

¹⁵⁸ Miočić, B: Digitalizirano medijsko tržište i odnosi s javnošću, u Digitalno doba : masovni mediji i digitalna kultura / ur. Zgrabljic Rotar, N., Zadar : Sveučilište u Zadru ; Zagreb : Naklada Medijska istraživanja, 2011, 346.

¹⁵⁹ Prema Watkins, J., Russo, A.: Digital Cultural Communication: designing cocreative new media environments, Creativity & Cognition, Proceedings 2005, ed. L. Candy, ACM SIGCHI, 2005., 144-149.

sadržaja, multimedijalne pogodjenosti kao što su zvučni i video isječci, poveznice i dr.¹⁶⁰ Virtualni prostor omogućuje kulturnom sektoru da organizira svoje poslovanje na novi način gdje mogućnosti što ih pruža primjena digitalnih mreža otvaraju nove načine komunikacije i suradnje, no u praksi nisu vidljivi veliki pomaci. Čini se da interaktivnost koju je omogućila primjena digitalnih tehnologija predstavlja problem za mnoge kulturne ustanove čiji način rada nije sukladan otvorenoj logici Weba koja nije u skladu s njihovim uvriježenim uredničkim politikama.¹⁶¹

Bolja komunikacija s korisnikom donosi bolju diseminaciju kulturnih proizvoda čime se ispunjava glavna zadaća kulturnih institucija, ali i omogućuje bolje poslovanje. Za organizacije poput muzeja, galerija ili knjižnica, mnogi od koji su stari i više stotina godina te posjeduju institucionalni način rada i razmišljanja, ova faza evolucije može biti vrlo teška i izazovna. Često se vrlo teško prilagođavaju otvorenoj, nehijerarhijskoj, interaktivnoj prirodi današnjeg Weba.¹⁶² No, kulturne institucije morat će sudjelovati u ovoj revoluciji kako bi ostale relevantne nadolazećoj „net-generaciji“.

Koristi od korištenja društvenih medija za kulturne institucije su brojne budući da tako na vrlo ekonomičan način proširuju publiku i mogućnosti oglašavanja i prodaje svojih programa i proizvoda. Potreba za većom popularizacijom i približavanjem publici je jasna: kulturne institucije se suočavaju vrlo s jakom konkurencijom od drugih pružatelja zabave. Javlja se potreba da postanu komercijalnije te se uvodi uloga menadžmenta i koncepata kao što su vrijednost, upravljanje izvedbom, komercijalizacija koji prije nisu bili dio kulturnih institucija. Počinje se pratiti broj posjetitelja, uvoditi indikatori izvedbe i učinkovitosti i slične koncepti koje se čine teško pomirljivima s njihovom tradicionalnom neprofitnom ulogom. Novi način komunikacije s korisnicima preko Weba 2.0 u neprofitnim organizacijama kao što su kulturne institucije, trebao bi spojiti funkcije komunikacije s korisnicima, odnosa s javnošću, internetskog marketinga te upravljanja virtualnim imidžem institucije. Novi mediji doveli su do toga da više nema jasne granice između ovih sektora unutar strategija institucije. Da bi institucije zadovoljile potrebe novih korisnika, nije dovoljno samo imati profile na Facebooku, Twitteru ili YouTubeu. Potrebno se uključiti u interaktivnu, dvosmjernu komunikaciju s korisnikom. Nužno je ustanoviti jasnu strategiju i politiku web komunikacije.

Dok je ovakav način komuniciranja s korisnicima već uobičajem u komercijalnom sektoru, pred kulturnim institucijama još uvijek stoji izazov rješavanja prirode institucionalne poruke, pronalazaka adekvatnih načina podupiranja suradnje te potrebne tehničke infrastrukture i osoblja.¹⁶³

Društveni mediji su donijeli znatno jeftiniji, brži i efikasniji način komunikacije s korisnicima, ali i aplikacije pomoću kojih se može kreirati, distribuirati i konzumirati kulturni sadržaj. Na primjer, kulturna organizacija sa Web stranicom koja sadrži Web 2.0 aplikacije može poticati publiku na stvaranje korisnički generiranog sadržaja. Publika i umjetnici se na taj način suočavaju s novim izazovima i svježim načinima stvaranja sadržaja. Što je najvažnije, taj sadržaj može biti predstavljen na inovativan i interaktivan način korištenjem audiovizualnih tehnologija. No, da bi se to postiglo kulturne institucije moraju imati pristup ovim novim tehnologijama i znanje za njihovo korištenje.

Sljedeća tablica prikazuje neke od korisnih Web 2.0 aplikacija i načina na koji se mogu upotrebljavati u kulturnim institucijama.

APLIKACIJA

OBAVIJESTI NA MREŽI:

Alati kao što su Google Alerts, Technorati Watch List ili kreacija obavijesti preko RSS-a omogućuju praćenje onoga što se na Webu

UPOTREBA

Odličan alat za praćenje online reputacije i upravljanje korporacijskom komunikacijom. Značajno doprinosi svijesti o vidljivosti tvrtke na Webu. Osnovni alat za detektiranje

¹⁶⁰ Zgrabljić Rotar N: Masovni mediji i digitalna kultura, u u Digitalno doba : masovni mediji i digitalna kultura / ur. Zgrabljić Rotar, N., Zadar : Sveučilište u Zadru ; Zagreb : Naklada Medijska istraživanja, 2011, 28.

¹⁶¹ Uzelac, A: Kultura u digitalnom prostoru – kulturni portali između informacije i komunikacije, 2009. <http://www.vizualni-studiji.com/pdf/uzelac.pdf>, 15.3.2012., str.6.

¹⁶² Finnis, J: Turning cultural websites inside out: changes in online user behaviour, Web 2.0 and the issues for the culture sector, u Digital Culture: The Changing Dynamics / ur. Uzelac, A.; Cvjetičanin, B. Culturelink Joint Publication Series No. 12, Zagreb: Institute for International Relations, 2008., 152.

¹⁶³ Watkins, J. and Russo, A.: Digital Cultural Communication: designing cocreative new media environments, Creativity & Cognition, Proceedings 2005, ed. L. Candy, ACM SIGCHI, 2005., 144-149.

objavljuje o markama, konceptima ili ključnim osobama

RSS/SINDIKCIJA SADRŽAJA:

Alati kao što su Google Reader, Yahoo ili FeedReader, omogućuju konzultiranje informacija objavljenih na različitim web stranicama, a da se pritom ne mora posjećivati svaku posebno

FACEBOOK:

Najpopularnija opća društvena mreža na svijetu. Korisnici objavljuju i dijele različite tipove osobnih i profesionalnih informacija.

TWITTER:

Aplikacija za microblogging koja omogućava besplatno i trenutačno slanje poruka od maksimalno 140 znakova. Snažan dvosmjerni kanal. Omogućava dodavanje videa, slika i arhiva.

FLICKR:

Objavljivanje fotografija koje mogu pregledavati, dijeliti i preuzimati svi korisnici na Webu

YOUTUBE:

Objavljivanje videa koje mogu pregledavati, dijeliti i preuzimati svi korisnici na Webu

VIMEO:

Objavljivanje videa koji se mogu pregledavati, dijeliti i preuzimati. Ne dopušta komercijalne materijale i sadržaj mora proizvesti sam korisnik. Visoka rezolucija i sučelje čišće nego na Youtubu, duže trajanje videa.

LINKEDIN:

Profesionalna društvena mreža koja omogućava kreiranje i upravljanje širokim krugom profesionalnih kontakata, traženje pružatelja usluga i referenci, praćenje događanja, traženje mišljenja, itd.

SLIDESHARE:

Objavljivanje prezentacija koje mogu pregledavati, dijeliti i preuzimati svi korisnici na Webu

DELICIOUS:

Mreža za upravljanje društvenim oznakama

potencijalnih kriznih situacija

Čitanje i praćenje informacija na društvenom Webu. Osnovni alat za istraživanje online reputacije. Monitoring korporacijske komunikacije. Inkorporiranjem RSS-a u Web stranicu tvrtke obaviještavaju se mediji i korisnici o novostima. Virtualni press prostor kompanije koji omogućuje praćenje objavljenih informacija

Vrlo koristan za upravljanje imidžom. Korisnici mogu pokazati na svom profilu da im se sviđa brand. Odličan alat za stvaranje direktnog kontakta sa korisnicima. Dobra opcija za objavu događanja, aktivnosti i novosti unutar tvrtke.

Dobar alat za upravljanje reputacijom tvrtke. Omogućava tvrtki da bude aktivna: razgovar s korisnicima, poticanje interakcije, donošenje zanimljivog i kreativnog sadržaja. Odlično za obavijesti o uvođenju novih proizvoda i usluga te za istraživanje tržišta – konstantna povratna informacija.

Dobra za kreiranje i podupiranje brenda i njegovog imidža. Potreban je dobar materijal s dodanom vrijednošću, dobro opisan i etiketiran. Potiče komunikaciju, posebno sa medijima. Odličan kanal za upravljanje digitalnom komunikacijom. Trenutno jedna od najupotrebljivanih pretraživača na internetu poruke. Dobar za naglašavanje korporativne poruke. Savršen za prezentacije, konferencije za novinare, davanje izjava.

Dobar za davanje zanimljivih informacija o instituciji i proizvodima s dodanom vrijednošću. Mogu se objaviti dugački video sadržaji, koncerti, konferencije.

Najbolja promocija „osobnog brenda“.

Prisutnost zaposlenika neke institucije i njihov stav može poboljšati reputaciju. Može biti dobar alat za povećanje vidljivosti tvrtke, povećanje prometa prema Web stranici ili blogu institucije. Dobar način za održavanje veze s korisnicima. Dobar alat za osnaživanje reputacije institucije. Nužno je dodavati materijal s dodanom vrijednošću, zanimljiv i kreativan. Odlično za prezentaciju rezultata, projekata, istraživanja. Pomaže u praćenju digitalne reputacije institucije te učinaka određenih proizvoda i

(tagovima) na Webu. Omogućava spremanje oznake, kategoriziranje i djeljenje s drugim korisnicima.

FOURSQUARE:

Društvena mreža na kojoj korisnici registriraju lokacije koje posjećuju i dijele preporuke o tim mjestima sa svojim kontaktima.

usluga. Povećava vidljivost institucije na mreži.

Dobar alat za kreiranje marketinških kampanja. Ujedinjuje sadržaje sa drugih društvenih mreža (Facebook, Twitter...)

Mapa menadžmenta društvenih mreža (Prilagođeno prema J. Celaya: Social networks management map, www.dosdoce.com, 2011)

Hrvatske kulturne institucije na društvenom webu

Većina muzeja, galerija, knjižnica i arhiva u Hrvatskoj su prisutni on-line no njihova prisutnost uglavnom nije interaktivna. Daju praktične informacije, ali što se tiče izgradnje zajednica, komunikacije s korisnicima i multimedijalnog sadržaja, koriste samo mali dio dostupnih informacijskih tehnologija.

Najzastupljenija društvena mreža je Facebook na kojoj se trenutno nalazi 62 hrvatska muzeja i 144 hrvatske knjižnice.

Reprezentativni primjer uspješnog implementiranja društvenih mreža u svoje poslovanje je Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu¹⁶⁴ (u daljnjem tekstu NSK). 1. travnja 2010. godine NSK je pokrenula svoj profil na društvenoj mreži Facebook. Danas preko tog profila ima oko 3700 korisnika i oko 900 pregleda dnevno. U međuvremenu je pokrenut i profil na Twitteru gdje ima 130 pratitelja. Orijentirajući se na društvene mreže NSK je povećala interakciju s korisnicima i približila im se u njihovom okruženju. Istovremeno „strogi“ korporativni imidž NSK dobio je svoju „blažu“ osuvremenjenu inačicu na Facebook profilu. Na taj način još su se više približili mlađoj publici, a upravo je taj „opušteniji“ pristup ohrabrio mlađu publiku koja je počela intenzivnije pratiti vijesti i događaje vezane uz NSK što se može uočiti iz mnoštva upita koje svakodnevno šalju preko upitnika. Uz navedene prednosti olakšane komunikacije i privlačenja novih korisnika, društvene mreže su primjer poslovanja uz minimiziranje troškova poslovanja; za implementaciju i provođenje takvog načina poslovanja NSK nije imala nikakvih dodatnih troškova. Nadalje, u svrhu promidžbe izložbe Svjetlost glagoljice za koju se mislilo da neće polučiti znatne rezultate glede broja posjetitelja, kreiran je profil te izložbe na Facebooku. Ono što je proizašlo iz tog „pokusa“ bilo je 215 prijatelja i organizirani posjeti od strane škola i tagiranih kulturnih institucija. To je za posljedicu imalo neočekivano veliki broj posjetitelja, povećanu prodaju suvenira, uz istovremeno zanemarive troškove, obzirom da je oglašavanje bilo preko društvenih mreža, a posao organizacije obavili su volonteri.

Primjer da društvene mreže mogu pozitivno doprinijeti poslovanju malih kulturnih institucija je Gradski muzej u Virovitici.¹⁶⁵ Muzej je otvorio profil na Facebooku preko kojega obavještava korisnike o izložbama, radionicama i ostalim aktivnostima. Kreiranjem događaja na Facebooku smanjili su trošak tiskanja i slanja pozivnica te istodobno privukli veliki broj mladih ljudi u muzej. Od ostalih Web 2.0 aplikacija muzej koristi YouTube i Vimeo za objavljivanje video snimki sa događanja. Ono što smatraju glavnim doprinosom korištenja novih Web tehnologija je dvosmjernost komunikacije s korisnicima, odnosno mogućnost dobivanja brze povratne informacije o interesu korisnika za pojedine aktivnosti.

Zaključak

Kako bi poboljšale svoje poslovanje i povećale broj posjetitelja, a tako i prihode, kulturne institucije trebaju posvetiti više pažnje razvoju komunikacijskih i marketinških strategija. Jedno od rješenja za sve kulturne institucije je veća orijentiranost na nove internetske tehnologije prilagođene novoj generaciji konzumenata koji traže interakciju te brzu i multimedijски orijentiranu informaciju. Društveni mediji odlični su za kontakt i razvijanje čvršće veze s korisnicima, potiču aktivnu komunikaciju, a u kulturnim institucijama mogu poduprijeti ili zamijeniti službu za korisnike, marketing i odnose s javnošću. Najveća prednost društvenim

¹⁶⁴ Podaci dobiveni iz Nacionalne i sveučilišne knjižnice Zagreb, travanj, 2012.

¹⁶⁵ Podaci dobiveni iz Gradskog muzeja Virovitica, travanj, 2012.

mreža u kulturnim institucijama je njihova cjenovna prihvatljivost i pogodnost za provođenje uspješnih kampanja koje promoviraju usluge i proizvode te nadograđuju imidž.

Da je doista tako, govore podaci o rastućoj upotrebi društvenih mreža u Hrvatskoj, ali i rastućoj prodaju pametnih telefona i tablet uređaja što sve mijenja standardan način komuniciranja i konzumacije sadržaja. Pritom se nikako ne smije zaboraviti da je u konačnici jedino što se traži kvalitetan i dobar sadržaj koji privlači posjetitelje i korisnike.

Literatura

1. Andriole, S.J.: Business Impact of Web 2.0 Technologies. *Communications of the ACM*. Vol. 53 No. 12, 2010, 67-79.
2. Castells, M.: Internet galaksija : razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu. Zagreb : Naklada Jesenski i Turk, 2003.
3. Castells, M.: Uspon umreženog društva, Golden marketing, Zagreb, 2000.
4. Celaya, J.: Social networks management map, 2011., www.dosdoce.com, 5.4.2012.
5. Digital Culture: The Changing Dynamics / ur. Uzelac, A.; Cvjetičanin, B. Culturelink Joint Publication Series No. 12, Zagreb: Institute for International Relations , 2008.
6. Digitalno doba : masovni mediji i digitalna kultura / ur. Zgrabljić, N., Zadar : Sveučilište u Zadru ; Zagreb : Naklada Medijska istraživanja, 2011.
7. Demeterffy Lančić, R: Novi mediji i odnosi s javnošću, *Medijske studije* 1-2, 2010, 157-170.
8. Etzel, M. J., Walker, B.J, Stanton, W.J: *Marketing: Marketing and the Information Economy*. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2004.
9. Freedman, D. Internet transformations: 'old' media resilience in the 'new media' revolution.', *Media and cultural theory: interdisciplinary perspectives*, ed. Curran, J., Morley, D., London: Routledge, 2004., 275-290.
10. Hajdarović, M: Povijesni razvoj interneta. Hrvatski povijesni portal, 2006, www.povijest.net, 07.03.2012.
11. Jehle, G.A., Reny, P.J. *Advanced Microeconomic Theory: Duality in Production*. Hampshire: Pearson, 2011.
12. Jenkins, H. *Convergence Culture: where old and new media collide*. New York, London: New York University Press, 2006.
13. O'Reilly, T.: *What is Web 2.0*, O'Reilly Media, 2005.
<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
14. Russo, A., Watkins, J., Kelly, L., Chan, S: Participatory Communication with Social Media, *Curator, The Museum Journal* Volume 51, Issue 1, 2008., 21-32.
15. Simon, N.: Discourse in the Blogosphere: What Museums Can Learn from Web 2.0., *Museums and Social Issues* 2, no. 2, 2007., 257-74.
16. Tomić, D: Maleni koraci prema naprijed unatoč krizi, *Busines.hr*, 19.9.2011, 7.
17. Uzelac, A: Kultura u digitalnom prostoru – kulturni portali između informacije i komunikacije, 2009.
<http://www.vizualni-studiji.com/pdf/uzelac.pdf>, 15.3.2012.
18. Watkins, J. and Russo, A.: Digital Cultural Communication: designing cocreative new media environments, *Creativity & Cognition, Proceedings 2005*, ed. L. Candy, ACM SIGCHI, 2005., 144-149.

OLAP TOOLS IN EDUCATION

OLAP ALATI U NASTAVI

Danijela Subotić, Patrizia Pošćić, Vanja Slavuj

Department of Informatics, University of Rijeka, Rijeka, Croatia

Odjel za informatiku, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, Hrvatska

Abstract

Business intelligence systems are becoming a growing trend on the market nowadays. Reason for this is the increasing amount of information generated and collected within the company and from many external sources. In order to remain competitive on the market, it is very important to collect and select relevant information in time, from which a business decision can be made. OLAP (On Line Analytic Processing) systems represent one part of business intelligence systems. Their goal is analytic processing and data extraction for business decision-making. Given the increasing demands of the market, it is important to prepare students to work with these tools as early as in the classroom. In this paper we present an overview of the development and characteristics of OLAP systems and a method of their implementation for educational purposes. We compare the characteristics of two selected OLAP tools used in the classroom.

Keywords

information, business intelligence, decision-making, OLAP, education

Sažetak

U današnje doba sve veći trend u poslovanju postaje implementacija sustava poslovne inteligencije. Razlog tomu je rastuća količina informacija koja se stvara i prikuplja unutar samog poduzeća te iz brojnih vanjskih izvora. Kako bi poslovanje ostalo konkurentno, važno je na vrijeme prikupiti i odabrati odgovarajuće informacije na temelju kojih se zatim donose poslovne odluke. OLAP (On Line Analytic Processing) sustavi predstavljaju jedan dio sustava poslovne inteligencije. Cilj im je analitička obrada, procesiranje i izvlačenje podataka za potrebe poslovnog odlučivanja. S obzirom na sve veću potražnju, već u nastavi je važno početi pripremati studente za rad s navedenim alatima. U radu ćemo prikazati pregled razvoja i karakteristika OLAP sustava te način njihove implementacije u nastavni proces. Usporedit ćemo karakteristike dva odabrana OLAP alata korištena u nastavi.

Ključne riječi

informacija, poslovna inteligencija, odlučivanje, OLAP, nastava

1. Introduction

Information is the key element of today's business. To get the information we need, first we have to collect data - facts, numbers or text - that can be processed by a computer. Relationships among data give us information, which we then convert into knowledge. That is why many business organizations collect and store vast amounts of data in different formats and in different databases. However, there is a problem of finding meaning in that vast amount of data and transforming it into useful information. The solution to this problem can be found in the implementation of business intelligence systems (henceforth BI) and Online Analytical Processing (henceforth OLAP) tools. BI systems enable business organizations to isolate large sets of data from various sources and convert them into meaningful information. OLAP tools are a part of business intelligence systems. The goal of OLAP tools is analytical processing and data extraction for the purpose of business decision making. With the help of OLAP tools, business organizations can accurately know the state within the company and all its parts, taking into consideration the conditions of the market. These tools can reveal hidden patterns in the collected data and, thus, help managers and analysts in making good business decisions.

The paper gives an overview of the concept and structure of an OLAP system, explains the OLAP schema and the difference between OLAP and OLTP systems, shows a common architecture and types of OLAP systems, presents reasons for introducing students to OLAP systems and compares two selected OLAP tools that are being used in teaching a graduate course at the Department of Informatics, University of Rijeka.

2. OLTP systems

Most business organizations use Online Transaction Processing (OLTP) systems in order to collect and store records generated by their everyday operations. These systems execute transactions: they insert, update or delete groups of records simultaneously. For example, the information system of a food store chain inserts and updates information on prices, supplies and costs of merchandise, and does it very quickly. This is because they do not want customers waiting in line while the system updates the prices and stocks. Hence, OLTP systems have to collect, update, store, retrieve and archive information about the transactions (Claybrook, 1992). These transactional systems are designed to manage raw data on daily business operations that require effectiveness and immediate transaction processing at the lowest level of detail.

However, the design of an OLTP system that allows exceptionally fast and accurate storing of transactions, creates problems in analyzing data in the database. This is because the OLTP database contains a large number of tables which often have multiple relationships with other tables in the database. Because of this database complexity, the problem of understanding the database arises: we simply do not know where to look for the information we need.

The figure below shows a simplified example of an entity-relationship model ¹⁶⁶, which serves as the basis for building such a transactional database.

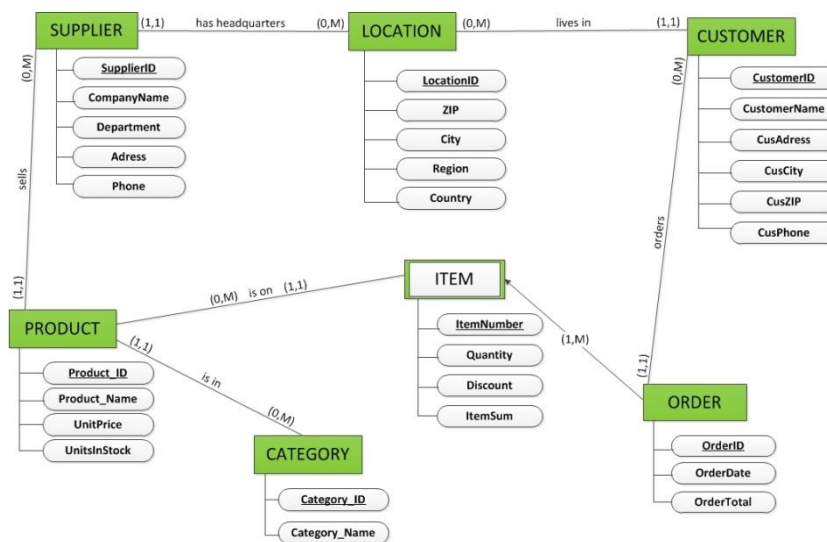


Figure 10. Entity-relationship model

During daily operation, OLTP systems are constantly updating and refreshing their data. It makes no sense to analyze data that is constantly changing because it is difficult to obtain the correct result. Also, OLTP database stores individual records. These records presents a problem for analysts because they use summarized data (total invoice amount, subtotals, quantity of items, etc.) in order to respond to business queries.

In other words, a system is needed that will extract data from the OLTP database, combine it to make totals and subtotals, and display it in a way in which the user can identify "smart" business decisions. OLAP systems are the solution to this problem.

¹⁶⁶ Modelling according to: Pavlič, M., Informacijski sustavi. Odjel za Informatiku, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, 2010

3. OLAP systems

3.1. Defining OLAP

The term OLAP (Online Analytical Processing) originated from the British mathematician E. F. Codd, who laid the foundations of the relational calculus and presented the relational data model in 1970. The relational data model forms the basis for the most popular type of databases today: relational databases. The name OLAP itself points to the difference between such systems and the already well-known tools for online transaction processing (OLTP). In 1993, Codd defined a broad set of criteria to be met by a database in which or over which OLAP tools will be applied (Codd E.F., Codd S.B., Salley C.T., 1993).

OLAP is an information system for fast, consistent and interactive access and manipulation of multidimensional historical data that comes from different sources and is stored in a data warehouse. Data warehouse is a database structured in a way suitable for analysis. OLAP functionality is achieved through the possibility of multidimensional analyses of collected corporate data, which include: modeling by using data dimensions and hierarchies, analysis of trends over a period of time, projection of data using what-if scenarios, subsets of data, drilling to higher or lower levels of data detail, etc. OLAP systems are usually implemented in a client-server environment.

3.2. The link between OLTP and OLAP systems

OLAP and OLTP databases differ in several aspects. An OLAP database is usually kept separately from an OLTP database in order to provide good performance of the transactional database and ensure that the OLAP database receives only historical business data. Data in the transactional (OLTP) database is constantly changing, which is not the case with the analytical (OLAP) database. In the OLAP database, data always remains the same and, therefore, is called historical data. Once data has entered the OLAP database, it is not possible to make changes (update and delete) to that data. It is only possible to query that data, perform various mathematical operations on it and use it to make better business decisions.

Between transactional databases and databases intended for analytical processing there is a data warehouse. A data warehouse contains a copy of transactional data specifically structured for querying and reporting (Kimball R., Ross M., 2002). In other words, data warehouse is a database structured in a way suitable for performing various analyses. It is designed according to the principles of dimensional modelling¹⁶⁷. While modelling, we divide the existing OLTP system into business processes (eg. sales) and dimensions that describe these business processes (eg. time, customer, product, vendor, etc.). The selected dimensions determine the level of detail (hierarchy) in which we monitor a business process. Along with the selection of business processes, dimensions and level of detail, we also determine measurable facts that we want to know and follow (eg. income, sales quantity, costs, etc.).

3.3. OLAP schema

OLAP databases contain less tables than transactional databases and are based on a different scheme. Using dimensional model, OLAP databases reduce the number of relationships (connections between tables) to a minimum. The following figure shows what would the entity-relationship model from Fig. 1 look like if transformed into a dimensional data model.

¹⁶⁷ More about dimensional modelling in: Kimball Ralph, Ross Margy, *The Data Warehouse Toolkit: The Complete Guide to Dimensional Modeling*. John Wiley and Sons, Inc., New York, 2002

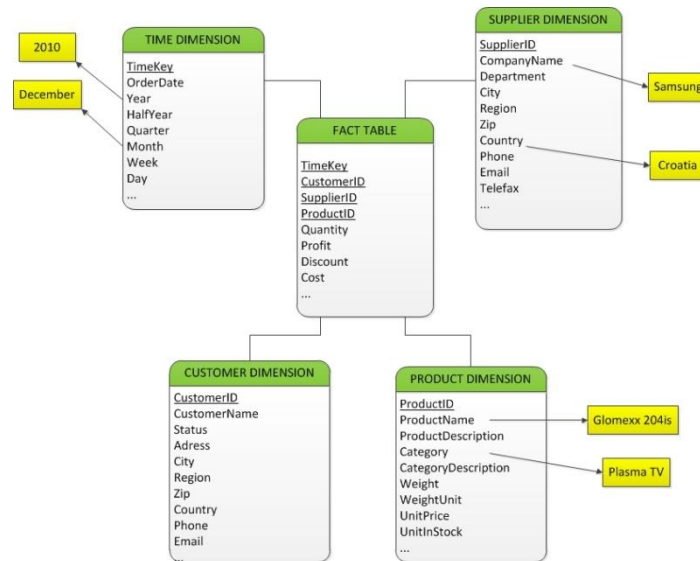


Figure 11. Dimensional model – star schema

Dimensional model scheme from Fig. 2 is called star schema. A star schema is a common schema of storing data in a data warehouse that got its name after its shape. The central table in a star schema is the fact table. It contains keys of all the other tables that are associated with it, as well as summarized measurable data, such as the *overall expences for all the milk in stock* or the *number of Samsung Glomexx 204is plasma TVs sold in December 2010 in Croatia*.

Tables associated with the fact table in the schema are called dimension tables. Each dimension table is defined by its primary key. Dimension tables contain additional data and descriptions that give meaning to the summarized data in the fact table. Given that the OLAP database is a "historical database", the answers to questions such as "When were the most plasma TVs sold?" or "What is the total quarterly/semiannual/annual profit in the cosmetics department?" are certainly of interest to us. Accordingly, we can conclude that the key dimension in the OLAP database is that of time and each star schema, along with the fact table, must include the time dimension table. Elements (data) in the dimension table are called members and can be grouped into a hierarchical structure only if the members themselves allow it. For example, the dimension of time could have the following hierarchy:

Year → Half year → Quarter → Month → Week → Day → Hour

The hierarchical structure is based on a classic parent-child relationship (Half year is the child of Year, Quarter is the child of Half year, etc.). Every time we want to search the database, we must go over this hierarchical structure¹⁶⁸. Relationships between dimension tables and fact tables allow us to view data across any number of dimensions and through any number of hierarchical structures. For example, we may need the information about the *overall profit made by selling Dorina chocolate in the year 2011 in Rijeka* or the *total expences and the number of alcoholic beverages sold in the first quarter of 2012 in Zagreb*. It is because of the simple star schema design (smaller number of tables and table relationships) that these queries are easier to write and are executed faster.

Dimensional model can also be presented in a snowflake schema. The star schema implies that each dimension in the model is fully denormalized, which is not the case with the snowflake schema. An example of the snowflake schema is given in Figure 3.

¹⁶⁸ Drill up and drill down through the levels of hierarchy

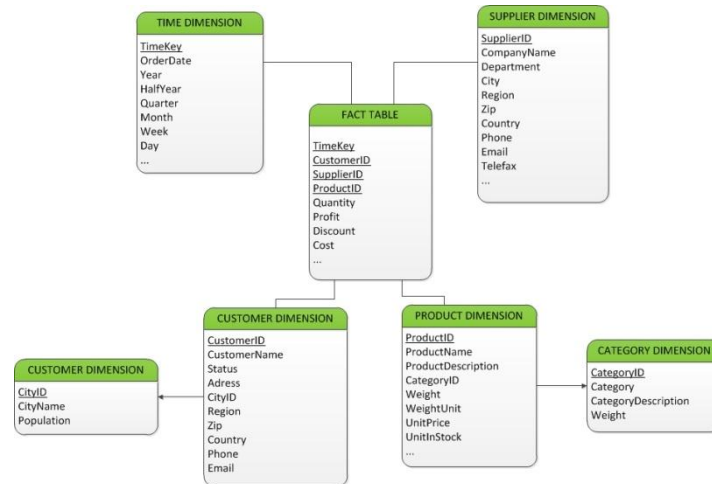


Figure 12. Dimensional model – snowflake schema

3.4. ETL processes

When a star schema is created, it is necessary to move all the data from the transactional database into the OLAP database (we have already emphasised that these two databases are separated). We must extract data from the transactional database, convert it into appropriate form and fill the tables in the OLAP database. This process is called ETL (Extract, Transform and Load) process (Kimball R., Caserta J., 2004). ETL transfers data from transactional databases into a data warehouse. During that transfer, only data which we consider important and interesting enough to store in the data warehouse is selected. Next, this data has to be properly checked, modelled and reorganized in order to be accessed quickly and easily. When transferring data into the data warehouse, it is necessary to integrate and check the data coming from various sources. Time dimension of data access is especially important. That is why we have to model the data so that certain states of business processes, for specific time periods, could be adjusted (summarised, aggregated, and that other calculations could be made). Thus formed (transformed) data is entered into the data warehouse. The transfer of data from transactional systems into a data warehouse is done periodically (daily, weekly, monthly), usually after working hours so as not to burden the transactional system.

3.5. OLAP cube

Finally, we are left to create an OLAP "cube". Given the multidimensional OLAP data model, a table is represented as a cube. The OLAP cube aggregates the facts from each level of every dimension of an OLAP schema. We use the term "cube" because it best describes the resulting data. If we were going to create a cube based on our star schema (Fig. 2), we would take the expenses, profit, quantity, discounts and other facts from the fact table, and combine them with the city, city and department, department and year and all the other possible dimensions and hierarchical levels. Suppose, for example, we want to observe sales according to suppliers, time and types of products; in that case, the data in the data warehouse would have to form a three-dimensional cube, and the sales would be seen through these three dimensions. Thus, we would get such data structure as shown in Figure 4.

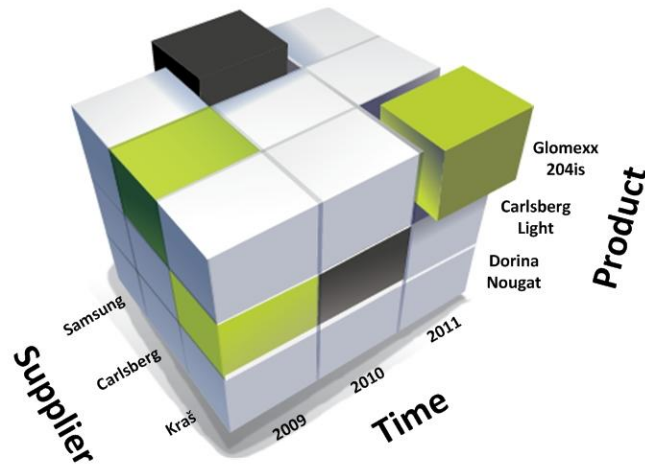


Figure 13. OLAP cube

Since the cube contains all our data in an aggregate form, all the answers (numeric data) are already in there, even before we make a query. This represents an advantage of OLAP cubes: no matter how complicated our question is, we will get the answer in record time (within seconds). Also, OLAP cubes can be viewed using any compatible OLAP tool.

3.6. Methods of OLAP analysis

There are two main methods or types of views of data during data analysis: Slice and Dice Method and Pivoting or Rotation Method. In the Slice and Dice Method, slicing represents the horizontal cross-section of the cube, while dicing represents the vertical cross-section of the cube. Also, an OLAP cube can be rotated in different ways around its axis. The rotation of a table so that the data is moved from rows to columns and vice versa is called pivoting (Celco J., 2006).

Drilling Method is also used and it comes in two varieties: drilling up and drilling down. Drilling is used to bring the analysis to a higher (eg. first we look into daily sales and then weekly, monthly and annual sales) or a lower level (eg. first we look into annual sales and then monthly, weekly and daily sales) in the hierarchy, within a particular dimension.

We can see that OLAP tools encompass a wide range of options, from simple searches, navigation and calculations, to more serious analyses such as time series analysis and complex modelling. In this way, these tools can control the whole hierarchical chain, which represents the most important part of making informed business decisions.

3.7. Architecture of OLAP systems

OLAP tools usually consist of OLAP server and OLAP client (Inmon W.H., 2005). The OLAP server is located between the user and the data warehouse and stores data in the form of multidimensional tables or cubes. The OLAP client is located on the user's computer and allows the user to query data from tables and cubes and to get graphic and tabular reports. An example of the architecture of OLAP systems is shown in Figure 5.

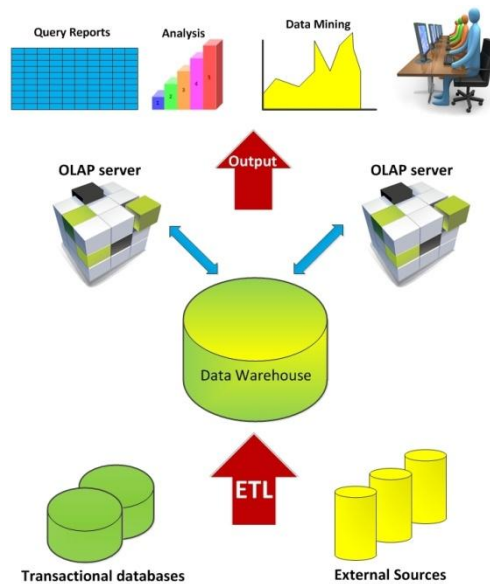


Figure 14. Architecture of OLAP system

3.8. Types of OLAP systems

There are several types of OLAP tools available on the market (Inmon W.H., 2005):

- ROLAP tools,
- MOLAP tools,
- DOLAP tools,
- HOLAP tools.

ROLAP tools (Relational OLAP tools) use relational model as the basis for a database. Because of that, they can reflect the real world very accurately. A problem with the practical usage of these tools may arise if the manufacturers of these tools decide to implement some specifics to their product. This may lead to difficulties in applying standard query languages (eg. SQL) already familiar to users: other forms of interaction with the database are considered a shortcoming.

Multidimensional OLAP, or MOLAP, is a set of tools that use their own database with a multidimensional matrix structure. One of the characteristics of such a database is that it is not built on a common model or standard, such as the relational model. Because of that, MOLAP tools are less adaptable to changes in the size of a business system. Also, all the elements of the system are considered equal and are treated in the same way: it is not possible to identify any particular hierarchy among them. The advantage of MOLAP tools is their speed. Their shortcoming lies in their need for a large amount of memory space (because of the large number of dimensions).

DOLAP (Desktop OLAP) are OLAP tools for desktop computers. These are simple OLAP tools, with lower prices, and adapted for the use on desktop computers with modest memory capacity and performance options. DOLAP tools typically support only small applications designed to meet the needs of individual users. There are also versions of these tools for portable computers.

HOLAP tools (Hybrid OLAP) are a hybrid product with which it is possible to simultaneously carry out multidimensional analyses of data from the data warehouse and data from the management system relational database. These combines the advantages of MOLAP and ROLAP tools.

Some of the best known manufacturers of OLAP tools today are Cognos, Microsoft, Oracle, SAS, IBM, Microstrategy, Business Objects, Aplix, Hyperion Solutions, etc.

4. OLAP tools in education

Today, the implementation of business intelligence systems seems to be a general trend in business worldwide. We know that quality business decisions can be made only with the help of information. For this

reason, we collect and store large amounts of data, often to the point we become overwhelmed with it. Business intelligence systems produce information based on the data obtained from internal and external sources. Information is becoming the basis for making quality business decisions which, up to recently, was done on the grounds of intuition. That is why we believe that it is important to begin preparing students to work with business intelligence systems (with OLAP tools in particular) as early as in the classroom. It is important that students become familiar with the concepts and methods of business intelligence and OLAP systems, so that when they graduate and try to find employment, they will be competitive on the labor market. Knowledge and ability to work in a business intelligence environment can be acquired by working with the selected OLAP tool.

Our course was designed as a combination of theoretical lectures and practical exercises using the computer. Through lectures, students were able to acquire some basic terms and concepts of business intelligence systems (ERP systems, data warehousing, dimensional modeling, ETL processes, OLAP and Reporting tools, etc.). During exercises, students were working in two selected OLAP tools. OLAP tools we had chosen to work in the classroom were the Palo Suite and Microstrategy Reporting Suite (both tools work on a web platform and are open source, which was the most important factor in the process of making a selection). Students, with the help of teachers, created test reports and went through the demo examples offered by each tool, thus adopting the principles of working with OLAP tools. After successfully solving demo examples, students were given the task to independently create several reports in both tools and compare the performance of both tools. Also, they had to write their own impressions of both tools.

4.1. Microstrategy Reporting Suite

MicroStrategy Reporting Suite is a Microstrategy's business intelligence software that is designed for various business organizations that want to start building and using reports quickly and easily, free of charge¹⁶⁹. It is a free reporting software that works on several operating systems (Windows, Unix, Linux, Solaris, HP-UX, and AIX) and with any data source. It has free online support and training and the license to use it cannot expire. It offers a comprehensive range of data visualizations, including: Gauges, Dials, Heat maps, Graphs, Tables, Scorecards, Speedometers, Traffic lights, Spark lines, Bullet graphs, Waterfalls, Graph matrices, Funnels, Bubble graphs, Bubble grids and Data clouds. Users have the ability to drill within the document, drill anywhere, or disable drilling. Drilling capabilities can be applied to a grid or a graph, which enables users to perform an investigative analysis and present the results directly on a dashboard, scorecard, or enterprise report. Elements can be removed or added dynamically and users can make their own calculations between various groups or individual items. Microstrategy Reporting Suite consists of several products and components which can be seen in Figure 6. Figure 7 shows a sample of a graphic dashboard and report.

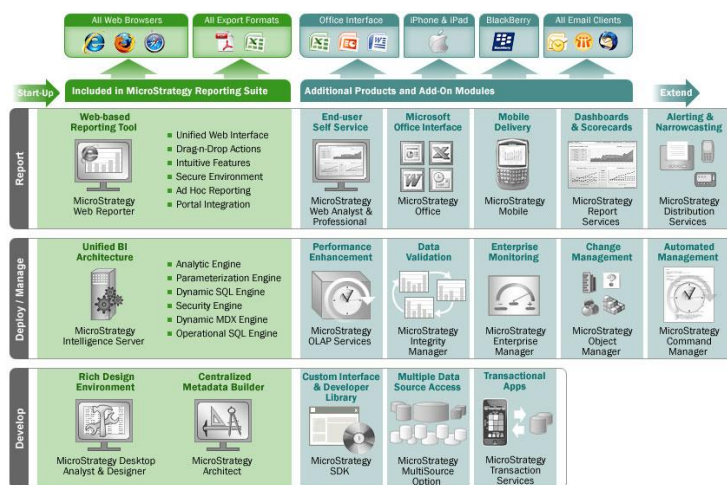


Figure 15. Microstrategy Reporting Suite components

¹⁶⁹ More about Microstrategy on: <http://www.microstrategy.com/>

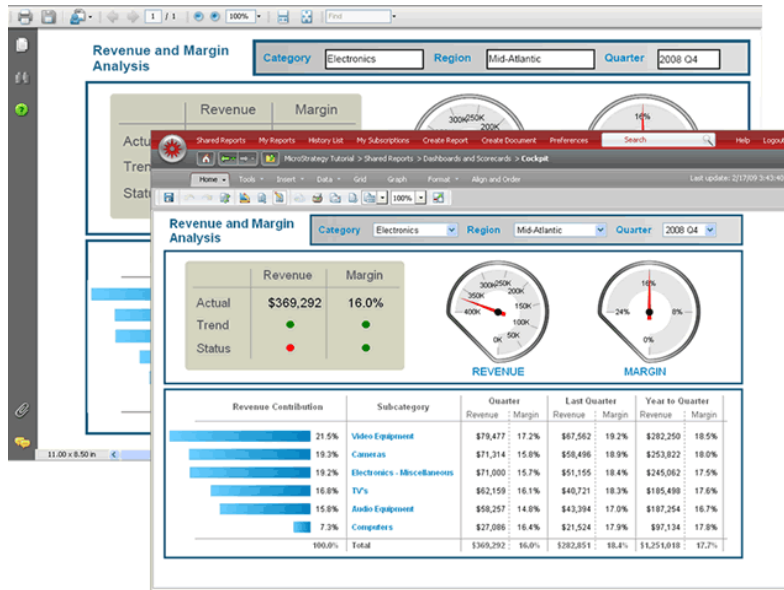


Figure 16. Microstrategy sample: graphic dashboard and report

4.2. Palo BI Suite - Palo Web

The Palo BI Suite combines four core BI applications (Palo OLAP Server, Palo Web, Palo for Excel and ETL Server) into one BI platform. Palo is an open source product which is completely free of any license fees. It was first developed in 2007 by the German-based company Jedox AG¹⁷⁰.

Palo Web is a component of the Palo BI Suite and includes all the tools and modules necessary to create comprehensive planning, analysis and reporting applications. Palo Web consists of the following: Palo Spreadsheet (offers a comfortable user interface and usability known within Microsoft Excel), Palo Pivot (allows ad-hoc requests on all Databases of the Palo OLAP Data model), Palo Pivot (allows filtering of all dimensions as well as their rows and columns), Palo User Manager (manages all users and user groups within the Palo Suite allowed to access single components and databases), Palo ETL Manager (manages the definition of source and target, transformation and loading of data into Palo OLAP databases) and Palo File Manager (sets user rights for every file within the Palo suite and offers every user and every application data space in which to save files). Figure 8 shows a sample Palo report.



Figure 17. Sample Palo report

¹⁷⁰ More about Palo on: <http://www.palo.net/>

4.3. Criteria for evaluation of OLAP tools

E. F. Codd suggested twelve rules for the evaluation of OLAP tools (Codd E.F., Codd S.B., Salley C.T., 1993). In our evaluation, we will use only some of them in order to simplify the process of evaluation and modify it to suit our needs. Also, we will add some of our own criteria appropriate for the classroom environment and teaching a course.

Codd's criteria that we will use in the evaluation are:

1. Multidimensional Conceptual View – multidimensional data displayed to the end user.
2. Accessibility – OLAP tool must access and retrieve only the required data, without the insertion of unnecessary data, regardless of data model type and database used. Further, it needs be able to make any necessary conversion of data in order to present to users unified, coherent and consistent reports.
3. Consistent Reporting Performance – performance should be the same, regardless of the number of dimensions used.
4. Client-Server Architecture – OLAP tool must be based on client-server architecture.
5. Multi-User Support – multiple users should be able to work simultaneously in the OLAP tool.
6. Intuitive Data Manipulation (simplicity of use) – user view of data must contain everything necessary so that the user does not have to resort to using the menu or multiple searches of user interface.
7. Flexible Reporting – users should be allowed to present their data in a manner in which they wish to.
8. Unlimited Dimensions and Aggregation Levels – there should not be a limit on the number of dimensions and levels of aggregation in a model. Every serious OLAP tool should be able to accommodate at least 15 to 20 dimensions in the common analytical model.

Here is a list of our own criteria that we will use in evaluation:

1. Graphic representation of the reports - visual appeal of the report
2. Presence and quality of demo examples - checking whether they are (and how many) demo examples offered by the tool and how detailed they are
3. Reporting speed - how much time passes from the moment user sends a request for creating a report, until the final report is presented on the screen

4.4. Microstrategy Reporting Suite vs. Palo Suite

After a semester of working with both tools and completing the task of independently generating several reports, we asked our students to express their opinion of these tools. Taking into consideration their opinion, we came to a conclusion that both tools meet the set criteria, as is presented in Table 1. Report generating speed is great for both tools: reports are generated in a very short time. Further, both tools are free of charge, which is extremely important to us. Both tools are fairly simple to use, although a larger number of students (around two-thirds) said that Palo Suite is more intuitive and easier to use. They consider Palo Suite to be simpler than Microstrategy Reporting Suite: we ascribe that to the differences in structure and to the smaller number of components. As the advantage of Microstrategy Reporting Suite students pointed out a large number of demo tables and examples through which users can learn, try out options and generate reports. Running on various operating systems and working with all data sources is said to be yet another advantage of Microstrategy Reporting Suite. Finally, students consider it to have better support and a larger number of free online tutorials and webinars.

However, as a tool that better suits teaching purposes, they chose the Palo Suite. They consider it smaller and simpler, more intuitive and more detailed, and, overall, more appropriate for learning and classroom usage.

Table 1. Comparison of tools by set criteria

Criteria	Microstrategy	Palo
Multidimensional Conceptual View	✓	✓
Accessibility	✓	✓
Consistent Reporting Performance	✓	✓
Client-Server Architecture	✓	✓
Multi-User Support	✓	✓
Intuitive Data Manipulation (Simplicity of use)	✓	✓
Flexible Reporting	✓	✓
Unlimited Dimensions and Aggregation Levels	✓	✓
Graphic representation of the reports	✓	✓
Presence and quality of demo examples	✓	✓
Reporting speed	✓	✓

5. Conclusion

Today's market is characterized by great dynamism and competitiveness. The amount of business data is growing on daily basis. Business organizations are becoming more and more reliant on collecting information in order to respond to business requirements and to predict the situation on the market. They either survive or fail, depending on the quality, flexibility and speed of their information systems. In order to successfully make appropriate business decision, it becomes necessary for them to implement a business intelligence system and OLAP tools that generate "smart, tailor-made" business reports. The quality of business decisions made with the help of business intelligence systems is considerably higher than of those made on the basis of intuition. Because of this growing trend of relying on business intelligence systems and because of the constant demand for educated and competent workforce, we began to familiarize students with the concepts of business intelligence and OLAP systems. Students were required to work with two OLAP tools, followed by evaluation of both tools. During the course, students had the opportunity to familiarize themselves with the tools' interfaces, understand the concepts of OLAP reporting, generate different types of reports and compare the performance and functions of both tools they used. They also got an insight into the structure and working mode of selected OLAP tools. This knowledge gives them great flexibility and makes them more competitive on the market.

BIBLIOGRAPHY

- [1] Celco Joe, Joe Celko's Analytics and OLAP in SQL, Morgan Kaufmann, San Francisco, 2006.
- [2] Claybrook, Billy G., OLTP: Online Transaction Processing Systems. John Wiley and Sons, Inc., New York, 1992.
- [3] Codd E.F., Codd S.B., Salley C.T., Providing OLAP (On-line Analytical Processing) to User-Analysts: An IT Mandate. Codd & Date, Inc., 1993., Volume 32, Pages 31.
- [4] Inmon William H., Building the Data Warehouse. John Wiley and Sons, Inc., Indianapolis, 2005.
- [5] Kimball Ralph, Ross Margy, The Data Warehouse Toolkit: The Complete Guide to Dimensional Modeling. John Wiley and Sons, Inc., New York, 2002.
- [6] Kimball Ralph, Ross Margy, Thornthwaite Warren, Mundy Joy, Becker Bob, The Data Warehouse Lifecycle Toolkit. John Wiley and Sons, Inc., Indianapolis, 2008.

- [7] Kimball Ralph, Caserta Joe, The Data Warehouse ETL Toolkit: Practical Techniques for Extracting, Cleaning, Conforming and Delivering Data. John Wiley and Sons, Inc., Indianapolis, 2004.

CLOUD CLASSROOM

UČIONICA U OBLAKU

Andrej Šafhalter

Elementary School Anice Černejeve, Makole, Slovenia

Osnovna škola Anice Černejeve, Makole, Slovenija

Abstract

Students and teachers spend several hours a day in school, where two-way communication, discussion, gathering and recording of information and data is conducted between them. Cloud computing enables all these activities beyond the confinement of physical location. Since students already use the internet and cloud computing extensively during their pastime, we wish to encourage them to employ this technology for educational purposes as well, where their application is practically limitless. The cloud classroom provides all the participants of the education process with reliable, flexible, efficient and free services accessible through a convenient interface. Major advantages of cloud computing may be observed in its capacity for cooperative learning, relatively safe remote data storage, access from various locations, availability of information during absence from class, adaptation of content to students of various ability levels (differentiation) and its customization to the individual needs and preferences of students (individualization). Future expectations in the field include educational applications based on artificial intelligence and the use of the semantic web.

Keywords

cloud computing, Google apps for education, moodle

Sažetak

Učenici i učitelji u školi svakog dana provode po nekoliko sati, a tamo se odvija obostrana komunikacija, razmjena mišljenja, dobivanje informacija i pohranjivanje različitih podataka. Računalstvo u oblaku omogućuje nam sve to i s različitih lokacija. Učenici svaki dan koriste internet i usluge u oblaku za zabavu, a mi ih želimo usmjeriti da to rade i u obrazovne svrhe bez ograničenja. Na taj način svi učesnici odgojno-obrazovnog procesa mogu koristiti pouzdane, prilagodljive i besplatne usluge, kojima se može pristupiti pomoću jednostavnih korisničkih sučelja. Prednosti računalstva u oblaku vidljive su u mogućnosti učenja sa sudjelovanjem, relativno sigurnom pohranjivanju podataka na udaljenom računalu, pristupu iz različitih lokacija, dobivanju informacija za vrijeme izostanka iz nastave, prilagođavanju sadržaja učenicima s različitim sposobnostima (diferencijacija), te uzimanju u obzir individualnih mogućnosti i potreba učenika (individualizacija). U budućnosti možemo očekivati obrazovne aplikacije na osnovu umjetne inteligencije i korištenje semantičkog interneta.

Ključne riječi

računalstvo u oblaku, Google apps for education, moodle

1 Uvod

Za učenike su računala i mobilni telefoni s internetom, društvenim mrežama te komunikacijom pomoću elektroničke pošte dio svakodnevice. Već u ranoj dobi žive s ICT-om te ga rabe u školi i kod kuće. Moderne nas tehnologije povezuju te ih možemo korisno rabiti i u obrazovanju. Učenici žele dinamičan nastavni proces u kojemu mogu aktivno sudjelovati. Stoga im možemo ponuditi mogućnost e-obrazovanja pomoću Web 2.0 alata. Kad govorimo o e-obrazovanju, imamo na umu informacijsko-komunikacijsku tehnologiju (ICT). Pod time razumijevamo mrežno poduprto učenje, učenje pomoću virtualnih učionica, e-komunikaciju

te ostala oruđa koja nam nudi računalstvo u oblaku. Velika je prednost što je učenicima sve gradivo dostupno i kod kuće, dakle na različitim mjestima u različito vrijeme. Čak i u slučaju izostanka zbog bolesti, sportskih i kulturnih aktivnosti, učenici mogu propuštene školske sate nadoknaditi kod kuće. Pritom i inače pasivni učenici postaju aktivni oblikujući i priređujući sadržaj sami. Komunikaciju je moguće uspostaviti među pojedinim učenicima te između učenika i učitelja.

2 Računalstvo u oblaku

Pojmom računalstva u oblaku označujemo različite oblike izvora informacija, koji se ne nalaze na samom računalu korisnika, nego u mrežnom prostoru na udaljenim računalima. Glavna ideja računalstva u oblaku jest ponuditi korisniku rješenja velikih mogućnosti, pouzdana, prilagodljiva, besplatna (i po pitanju cijena prihvatljiva), dostupna bez obzira na vrijeme i mjesto, i to pomoću web-preglednika. Dok se prijašnjih godina komunikacija odvijala prije svega putem elektroničke pošte, danas raspoložemo širokom paletom usluga i uređaja, koji nam omogućuju suradnju s drugim korisnicima. Danas imamo mogućnost uporabe mrežnih usluga zahvaljujući različitim uređajima: osobnim te prijenosnim računalima, tablet računalima, pametnim telefonima... U oblaku možemo spremati mrežne sadržaje, uređivati i pohranjivati različite tipove datoteka, dijeliti i primati informacije, surađivati s drugim korisnicima. Za potrebe obrazovanja lako je dostupna cijela paleta besplatnih usluga u oblaku. Programska oprema u oblaku je postala dovoljno snažna pa je istinski konkurent lokalno instaliranoj programskoj opremi. Na taj način možemo izbjeći instaliranje na računalo kao i održavanje, te je, k tome, dostupna s bilo kojeg računala. Kod nas na školi učitelji i učenici koriste različite usluge i aplikacije u oblaku: Google Apps, Moodle, Dropbox, Issuu, Prezi, Glogster, Mind42, Spaaze, Aviary Phoenix, Pixlr, Picnic, Picasion, Noteflight, Wordle, Gliffy,...

2.1 Google Apps (for Education)

Google Apps je paket mrežnih, u smislenu cijelinu zaokruženih usluga. Za škole i obrazovne ustanove je besplatan. Škola tako dobiva sustav koji nam mnogo nudi u smislu komunikacije i organizacije. Sam sustav smo uspostavili pod domenom škole (os-makole.si). Korisnička smo imena dodijelili svim zaposlenim stručnim djelatnicima i učenicima. Trenutno imamo oko 200 registriranih korisnika od mogućih 300. Tu je brojku preko kontakta s Googleom moguće povećati.

Google Apps je paket mrežnih usluga koji obuhvaća aplikacije elektroničke pošte, kalendara, mrežnu pohranu datoteka, Web Office (uređivač tekstova, uređivač elektroničkih tablica, uređivač prezentacija), mrežna mjesta, chat i videochat. I korisničko je sučelje na slovenskom jeziku. Web Office sadrži alate namijenjene radu po skupinama. Administriranjem se isto tako upravlja preko mreže što omogućava jednostavno upravljanje korisnicima i njihovim pravima. Sustav djeluje u svim najčešće rabljenim operacijskim sustavima (Windows, Mac OS, Linux) te web-preglednicima.

Content, Community, Collaboration



Slika 1: Aplikacije Google Apps for Education (izvor: <http://opensourcecio.blogspot.com/>)

2.1.1 E-pošta

Škola ostvaruje mogućnost uporabe e-pošte pomoću web-preglednika. Usluga je identična klasičnoj Gmail pošti i možemo je koristiti s vlastitom domenom, npr. andrej.safhalter@os-makole.si, te svakom korisniku nudi 25 GB prostora. Na taj način nije više potrebno brisati e-poštu, a i dostupna je bilo kad i bilo gdje, pod uvjetom da nam je na raspolaganju web-preglednik i internetska veza.

Prednosti sa stajališta komunikacije i sa stajališta nastave su slijedeće:

- Mogućnost komunikacije putem e-pošte s drugim stručnim djelatnicima i učenicima,
- Komunikacija među samim učenicima,
- Stvaranje skupina pojedinačnih kontakata,
- Upravljanje oznakama (npr. učitelji, 6. razred, fizika...),
- Obavješćavanje roditelja,
- Suradnički rad u pojedinim projektima,
- Primanje obavijesti vezanih uz kalendar,
- Mogućnost chata i videochata u realnom vremenu
- ...

2.1.2 Kalendari

Aplikacija kalendara omogućava organizaciju događaja vezanih uz školu. Svaki korisnik može kreirati svoj kalendar i upravljati njime, a jednako tako ima mogućnost i pravo rabiti kalendare drugih te zajedničke kalendare. Može pozvati druge na neki događaj putem e-pošte. Pozvani odgovaraju namjeravaju li se odazvati pozivu na događaj. Također, postoji mogućnost postavljanja upozorenja na pojedinačni događaj preko pop-up prozora ili SMS-poruke putem mobilnog telefona.

Primjeri uporabe:

- Privatni ili zajednički kalendari,
- Školski kalendar, propisan od strane ministarstva,
- Kalendar djelatnosti škole,
- Kalendar odsutnih učitelja i njihovih zamjena,
- Kalendar sastanaka, pedagoških konferencija, roditeljskih sastanaka, sastanaka savjeta zavoda, savjeta roditelja,
- Kalendar dana aktivnosti, školskih aktiva
- Kalendar zauzetosti pojedinih prostorija (npr. multimedijске učionice),
- Umetanje zanimljivih podataka: praznika u Sloveniji, vremenskih prilika, izlaska i zalaska Sunca, športskih događaja...

2.1.3 Dokumenti

U sustav Google Apps integriran je i paket Web Officea u oblaku. Za uređivanje dokumenata tako ne trebamo instaliranje na računalo, nego samo internetsku vezu.

Prednosti:

- Spremanje dokumenata u oblaku (1024 MB, oblici zapisa Googleovih dokumenata ne zauzimaju prostor za pohranjivanje),
- Mrežni uređivač tekstova, preglednih tablica, prezentacija, obrazaca, crteža,
- Mogućnost rada po skupinama na istim dokumentima u realnom vremenu s različitih lokacija; mogućnost praćenja promjena u dokumentima,
- Autor dokumenta može pristup istome zaštititi,
- Zajedničko korištenje mapa (npr. školsko zakonodavstvo),
- Promjena dokumenata, prezentacija, preglednih tablica,
- Dokumente stvorene u Google Appsu lako spremimo u vidu formata .docx, .xlsx, .pptx, .pdf.

2.1.4 Mrežna mjesta

U Google Apps je integriran i paket Mrežna mjesta, koji nam predstavlja jednostavno oruđe za postavljanje različitih mrežnih stranica u okviru organizacije. Mrežna mjesta može stvoriti svaki korisnik koji ima dodijeljeno korisničko ime. Tom aplikacijom možemo stvoriti mrežne stranice koje nam služe kao sekcija pojedinog odjela ili projektne skupine, u što možemo uključiti i kalendare.

2.1.5 Chat

Oruđe nam nudi mogućnost neposredne izmjene poruka pisanom, glasovnom ili videokomunikacijom. Postoji mogućnost komuniciranja u realnom vremenu s drugim sudionicima (učitelj – učitelj, učitelj – učenik, učenik – učenik) što omogućuje suradnički rad na daljinu na raznim projektima. Kod glasovne i videokomunikacije potrebna nam je još i zvučna kartica, mikrofon te web-kamera. U usporedbi s pisanom komunikacijom, one omogućavaju i prijenos slike te zvuka.

2.2 Moodle

Riječ Moodle je kratica za Modular Object Oriented Developmental Learning, dakle modularno predmetno usmjereno razvojno učenje.

Moodle je programski paket koji nam nudi uređivanje i upravljanje tečajevima preko mreže. Spada u sustave za upravljanje poučavanjem (LMS – Learning Management System), odnosno sustave za upravljanje tečajevima (CMS – Course Management System). Oruđe Moodle nam nudi mogućnost postavljanja

virtualne učionice, tj. e-učionice. U virtualnim učionicama učitelji mogu dodavati gradivo, najaviti različite aktivnosti, testove, provjeravati znanje, komunicirati s ostalim sudionicima... Učenici mogu gledati gradivo, prenositi ga na svoje računalo, rješavati testove, pisati zadaće, komunicirati s učiteljima i drugim učenicima...

Ideja Moodlea temelji se na tome da učenici najviše nauče ako nastavni materijal aktivno koriste. Znači, ne samo čitanjem gradiva, već i aktivnim raspravljanjem o njemu te izrađivanjem novog nastavnog materijala s drugim učenicima. Takav način rada u Moodleu omogućuju forumi, chatovi, kvizovi, wiki-oruđa...

E-učionica naše škole postavljena je na virtualnom arnesovom serveru. Svakom se korisniku može dodijeliti uloga s određenim pravima što je prikazano u tablici 1.

Uloga	Opis	Kratko ime
Administrator	Administratori mogu obično činiti bilo što, u svim predmetima.	admin
Stvaratelji predmeta	Ustvarjalci predmeta mogu stvarati nove predmete koje predaju.	coursecreator
Izvođači	Izvođači mogu činiti bilo što u predmetu; također, mijenjaju aktivnosti te ocjenjuju sudionike.	editingteacher
Izvođač bez prava upravljanja	Izvođači bez prava uređivanja mogu poučavati i ocjenjivati sudionike u predmetu, premda ne smiju mijenjati aktivnosti.	teacher
Sudionik	Sudionici imaju obično manje povlastica unutar predmeta.	student
Gost	Gosti imaju minimalna dopuštenja te obično ne mogu nikamo unositi tekst.	guest
Registrirani korisnik	Svi prijavljeni korisnici.	user

Tablica 1: Uloge korisnika i njihova prava

U pojedinoj e-učionici možemo poučavati više predmeta. Predmete smisleno udružimo: prirodoslovni predmeti, društveni predmeti, 5. razred... Svaki predmet može imati svoje sudionike. Kad dodamo određeni predmet, drugi se korisnici mogu prijaviti za nj ili pak mu pristupaju kao gosti.

Stranica je podijeljena u tri dijela. U srednjem se dijelu nalaze skupine predmeta s pojedinim predmetima. Lijevo i desno su blokovi s informacijama i postavkama. U e-učionicama naše škole lijevo se nalazi poveznica na web-stranicu škole te imena predmeta za koje je korisnik prijavljen. Desno možemo pronaći točno vrijeme, kalendar, trenutno prijavljene korisnike te vrijeme.

Kao gradivo moguće je dodati stranice s tekstovima, poveznice prema datotekama ili mrežnim stranicama, kvizovima i slično. Za dodavanje gradiva potrebno je imati status učitelja ili ulogu koja podrazumijeva dodavanje gradiva. Forum u virtualnoj učionici služi kao prostor za razmjenu mišljenja te objavljivanje sadržaja koje stvaraju korisnici. Ti sadržaji mogu biti komentari na određenu temu, pri čemu učenici i učitelji, ili učenici međusobno komentiraju bez obzira na vrijeme i prostor. Forum možemo koristiti i za pisanje poruka, davanje uputa za rad i slično.

U e-učionici možemo objaviti i kviz provjere znanja. Učenici mogu kviz riješiti više puta, a njihova ostvarenja ocjenjuje računalo. Na raspolaganju su nam slijedeći oblici pitanja ili zadataka:

- **Višestruki izbor:** učenik bira među ponuđenima odgovor na postavljeno pitanje. Točnih može biti više odgovora ili samo jedan.
- **Točno/Netočno:** učenik mora odlučiti je li tvrdnja u postavljenom pitanju točna ili ne.

- **Kratki odgovor:** učenik odgovara na postavljeno pitanje unosom odgovarajuće riječi ili izraza pomoću tipkovnice u za to predviđeno polje. Kao pravilan odgovor možemo predvidjeti više različitih danih unosa, koje možemo i različito ocijeniti.
- **Brojčano:** za učenika je izgled pitanja i način odgovaranja jednak tipu Kratki odgovor. Razlika je u tome što kod ovog tipa pitanja možemo odrediti dopušteno odstupanje. Na taj način pravilnim odgovorima priznajemo i različito zaokružene rezultate.
- **Računalski:** taj tip pitanja omogućuje izradu više različitih računalskih pitanja koja sustav slučajno prikazuje korisnicima.
- **Povezivanje:** učenik mora povezati unaprijed ponuđene odgovore s odgovarajućim pitanjima.
- **Opis:** Rabi se isključivo za pisanje teksta bez zahtjeva za odgovorom.
- **Povezivanje slučajnih kratkih odgovora:** taj nam tip pitanja omogućava izradu pitanja tipa Povezivanje pomoću metode slučajnog odabira između postojećih pitanja u trenutnoj skupini pitanja tipa Kratki odgovor.
- **Ugrađeni odgovor:** učenici moraju kod tog tipa pitanja utvrditi dijelove teksta koji nedostaju. Tekstove mogu unositi u obliku kratkih odgovora, izborom pravilnih odgovora u obliku padajućih izbornika ili u obliku brojčanih odgovora.

2.3 Dropbox

DropBox je jedna od poznatijih usluga u oblaku, koja omogućuje dijeljenje i sinkronizaciju datoteka te je zbog svoje jednostavnosti i besplatnosti prilično omiljena. Jednostavno sučelje te 2 GB prostora jamče veliku korist od uporabe DropBoxa u oblaku, koji omogućava spremanje i sinhronizaciju podataka s oblakom. Koristi se također za rad po skupinama jer omogućava dijeljenje datoteka s bilo kojim korisnikom DropBoxa. Usluga je u osnovi besplatna i za nju dobijemo prostor od 2 GB u oblaku. Želimo li taj prostor povećati, možemo to učiniti uz plaćanje. Za korištenje usluge potrebna je registracija.

Dropbox možemo koristiti pomoću web-preglednika ili instaliranjem aplikacije na lokalno računalo. U tom slučaju odaberemo popis u kojemu spremamo datoteke, koje se automatski prenese u oblak.

Učenici u Dropbox spremaju gradivo koje su izradili u školi te ga dijele među sobom.

2.4 Issuu

Issuu je program za prikaz dokumenata u različitim oblicima (časopis, prezentacija, knjiga, katalog, foto-album, izvješće...). Izgled Issuua si možemo prilagoditi. Prezentaciju možemo javno objaviti ili URL prezentacije dijelimo samo s određenim osobama. Kad učitavamo datoteku, moramo unijeti i naziv, kratak opis te ključne riječi. Jednako tako, možemo odabrati tematsku kategoriju naše publikacije. Prezentaciju možemo preko koda umetnuti i na svoju mrežnu stranicu te je možemo predstaviti na mreži u obliku e-časopisa. Program je lako dostupan na web-stranici <http://issuu.com/>. Za uporabu usluge potrebno se je registrirati putem e-pošte. Dokumenti za prikaz mogu biti različiti budući da program podržava više vrsta (PDF, DOC, PPT, ODT, WPD, SXW, RTE, ODP, SXI...).

2.5 Prezi

Mrežna aplikacija u oblaku Prezi (<http://prezi.com/>) omogućuje izradu prezentacija. Aplikacija nam nudi relativno jednostavno oblikovanje uz mogućnost uporabe različitih boja, fonta, povezivanja sadržaja, određivanje veličine te lokacije pojedinih jedinica, 3D-uređivanje, zumiranje, povezivanje na druge datoteke ili mrežne stranice (npr. YouTube). Način prikazivanja možemo odrediti ili ga po potrebi proizvoljno mijenjamo te nije ovisan o lokaciji i redoslijedu po kojemu smo stvarali prezentaciju. Velika prednost pred

ostalim načinima prikazivanja jest mogućnost zumiranja pojedinoga objekta, što nam otvara nove dimenzije rada s tekstom, koji se po potrebi može povećati. Istodobno nam zumiranje omogućava usredotočenost gledatelja samo na dio koji u tom trenutku želimo predstaviti te približavanje detalja, npr. slika, fotografija, misaonih obrazaca i slično. Činjenica da redosljed prikazivanja nije nužno linearan, također je velika prednost u interaktivnom odnosu slušatelja i predavača.

Aplikacija nam nudi i dijeljenje samoga građiva te zajedničko stvaranje Prezija.

2.6 Glogster

Aplikacija Glogster dostupna je na <http://www.glogster.com/>. Omogućava nam izradu interaktivnih plakata. Prednosti aplikacije su jednostavno oblikovanje, uporaba glede različitih tematskih sklopova, poveznica na slikovne, zvučne te videodatoteke, mrežne poveznice... Pri izradi plakata tako ne trebamo papir niti olovku, nego samo pristup mreži. Na taj način plakate možemo koristiti bez obzira na vrijeme i mjesto. Glogster, jednako kao i Prezi, koristi svoj potencijal i na interaktivnoj ploči. Ta nam aplikacija na jednom mjestu čini dostupnima različite medijske sadržaje.

2.7 Mind42

Aplikacija Mind42 (<http://www.mind42.com/>) je oruđe za izradu mentalnih mapa. Napravljene mape moguće je dijeliti s drugim korisnicima ili ih poslati na određenu adresu. Otvara nam mogućnost suradničkog učenja budući da svaki učenik može izraditi pojedinačnu granu mentalne mape, te istodobno pratiti napredak ostalih članova s kojima usklađuje raspoređivanje pojedinih elemenata. Nudi nam se mogućnost naprednijih aktivnosti, npr. »oluje mozгова« (brainstorming). Usluga je jednostavna za primjenu jer su korisniku na raspolaganju jednostavna rješenja za umetanje slika, poveznica, različitih boja i oblika tekstova.

2.8 Gliffy

Mrežna aplikacija Gliffy (<http://www.gliffy.com/>) je alat za crtanje dijagrama i nacрта. Nudi nam više prijedloga za izradu dijagrama ili nacрта te bogatu knjižnicu za uređivanje pojedinačnoga dijagrama. Predmete mišem povučemo na radnu površinu, a možemo unijeti i svoje fotografije. Predmetima možemo odrediti boju i veličinu. Dijagrame možemo spremirati u formatima .svg, .jpeg, .png i .gxml (gliffy).

2.9 Spaaze

Aplikacija Spaaze (www.spaaze.com/) nam nudi virtualnu ploču na koju učenici mogu postaviti različite sadržaje u obliku slika, poveznica, podsjetnika, multimedijских datoteka ili teksta. Pruža nam mogućnost suradničkog učenja budući da učenici zajedno biraju ideje i sadržaje vezane uz određenu temu. Učenici mogu u mreži potražiti zajedničke sadržaje koje objave na virtualnoj oglasnoj ploči, a koja pak se može organizirati po skupinama omogućujući jednostavno uređivanje prikupljenih sadržaja po načelu »povuci i spusti« (drag and drop).

2.10 Mrežni uređivači fotografija

Za uređivanje i obradu fotografija učenici posizu za besplatnim mrežnim uređivačima fotografija. Prednost je u jednostavnim korisničkim sučeljima te mogućnosti uporabe bez instaliranja na računalo. Neki od navedenih (Aviary Phoenix, Pixlr) podržavaju čak i rad sa slojevima, dok s drugima možemo izrađivati gif animacije. Glede slabosti tih aplikacija, spomenimo manju prilagodljivost, nepreciznost, manje naprednih mogućnosti, kao i povremeni slabiji odziv mrežnih stranica na kojima se izvršavaju. No, unatoč svim nedostacima, oni su manje naprednim korisnicima ili za manje zahtjevan posao odličan nadomjestak namjenskih programa za obradu fotografija, koji se instaliraju na računalo.

Oruđa koja najčešće koristimo su slijedeća:

- Aviary Phoenix (<http://advanced.aviary.com/online/image-editor>),
- Pixlr (<http://pixlr.com/editor>),
- Picnic (<http://www.picnik.com>),
- Adobe PhotoShop Express (<http://www.photoshop.com/tools>),
- FotoFlexer (<http://fotoflexer.com/>),
- Lunapic (<http://www.lunapic.com>),
- DrPic (<http://www.drpic.com/>),
- Picture2Life (<http://www.picture2life.com/>),
- Pixenate (<http://pixenate.com/>),
- Picasion (<http://picasion.com/>),
- Sumopaint (<http://www.sumopaint.com/app/>).

2.11 Noteflight

Noteflight je aplikacija u oblaku pomoću koje možemo skladati skladbe, tj. stvarati, uređivati ili mijenjati notne zapise. Omogućava nam stvaranje novih dokumenata, unášanje nota i tekstova, transponiranje te reprodukciju zvuka najčešćih instrumenata. Nudi nam mogućnost suradničkog rada prilikom stvaranja te jednostavnu instalaciju na mrežne stranice. Korisna je u predmetu glazbeni odgoj. Uslugu možemo rabiti na mrežnoj stranici <http://www.noteflight.com>, gdje se je potrebno registrirati.

2.12 Wordle

Aplikacijom Wordle (<http://www.wordle.net/>) možemo grafički prikazati pojedini tekst. Oruđe nam generira oblak riječi iz teksta koji umetnemo u sućelje. Svoje oblake riječi možemo oblikovati različitim fontovima i pozadinama. Važnije odnosno višestruko spominjane riječi prikazane su veće i jaće. To nam oruđe u nastavi može pomoći u tzv. oluji mozgovâ, gdje ućenici iznose pojedinačne pojmove kao asocijaciju na određenu temu

3 Suradničko ućenje

Spomenute nam mrežne aplikacije u velikoj mjeri nude i mogućnost suradničkog ućenja. O suradničkom ućenju govorimo onda kad manje skupine ućenika međusobno surađuju kako bi dosegle ćim bolje rezultate. Suradnja među ućenicima u ovom je primjeru drukćijeg oblika budući da nisu u neposrednom kontaktu, već surađuju na različitim mjestima u različito vrijeme. Zadaća ućenilja je usmjeravanje i poticanje ućenika.

S obzirom na to da živimo u vrijeme velikih i brzih promjena, škola mora ućenike pripremiti za život u takvome svijetu. Ućenike je potrebno pripremiti za različite načine komuniciranja i rješavanja problema te prikladnu selekciju informacija. Zadaća je ućenilja dodjeljivanje aktivne uloge ućeniku, pri ćemu će on znati utemeljiti svoje zamisli, navesti razloge za pravilnost rješanja, kritićeno ocijeniti svoj rad. Pozitivna međuovisnost izvora postoji kad svaki ćlan ima samo dio informacija, izvora ili materijala za dovršenje zadatka. Primjer istodobnog uređivanja u dvostrukoj je prednosti. Skraćuje se vrijeme izrade budući da nije potrebno ćekanje pojedinoga ćlana na ostale ćlanove, a ujedno je nepotrebno konaćno spajanje pojedinih sadržaja ćjeline jer konaćni proizvod nastaje istovremeno s nastajanjem pojedinih dijelova. Međuovisnost izvora podupire i jedan od osnovnih principa konektivizma, kao novog načina ućenja, koji, pak, kao jedan od ključnih principa istiće sposobnost prepoznavanja dijelova, poveznica među njima te stvaranja ideja i koncepata na toj osnovi.

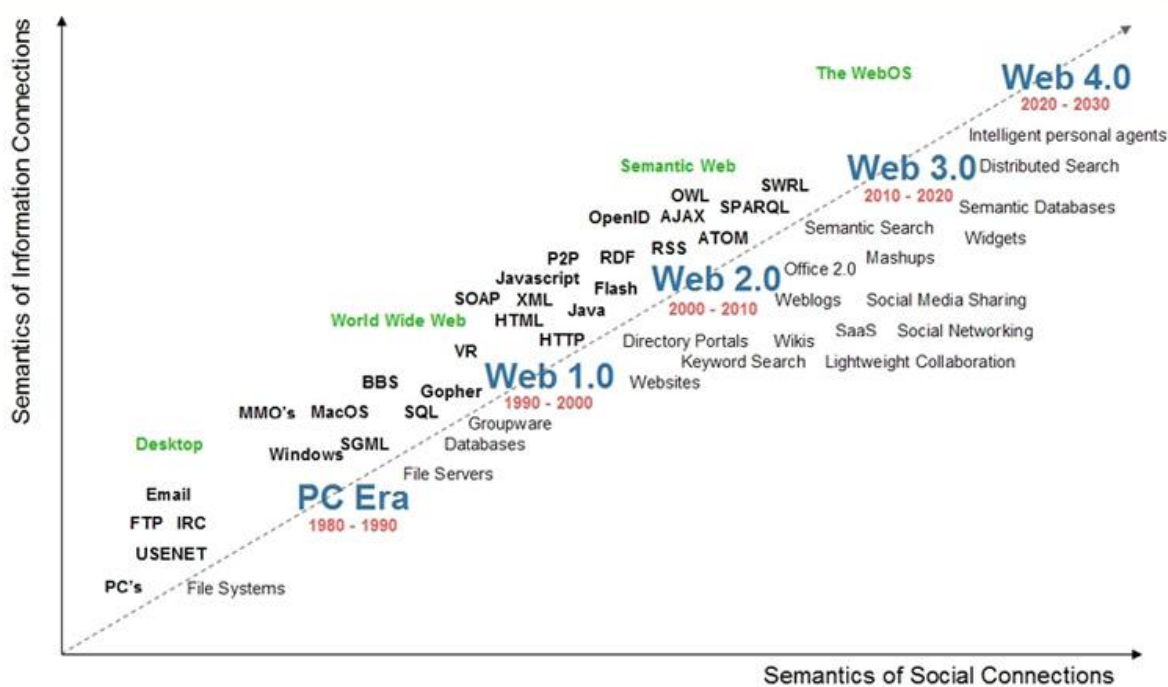
Prednosti suradničkoga ućenja su u pozitivnoj međuovisnosti ćlanova skupine, odgovornosti pojedinaćnoga ćlana te vježbanju suradnićkih vješćtina.

4 Pogled u budućnost

Dok je Web 1.0 alat bio pretežno statičan, namijenjen čitanju i pregledavanju mrežnih stranica, Web 2.0 alat je interaktivan s blogovima, društvenim mrežama, forumima, dinamičnim mrežnim stranicama. Pri Web 2.0 alatu su sustvaratelji sadržaja ujedno i korisnici, no, unatoč svemu, on je još uvijek web-stranica pojedinačnih dokumenata i aplikacija, koji pohranjuju centralizirane podatke.

Web 3.0 ili semantična mreža u razvoju, za razliku od Weba 1.0 i 2.0 koji su povezani skup dokumenata, ogromna je baza podataka distribuiranih u mreži. Govorimo o mreži podataka. Bit Weba 3.0 je pridodana inteligencija. Sama mreža ima podatke, poveznice, svakodnevno se širi, iako »ne zna« što bi s time učinila jer ne zna logično povezivati, osim ako je to naučimo. I u tome su prednosti Weba 3.0, koji djeluje kao pametno sučelje koje podacima daje važnost.

Uređaji koji pregledavaju mrežu u potrazi za podacima su bez potrebne inteligencije, zato ne razumiju web-stranice koje otvaramo. Stoga, da bi Web 3.0 zaživio, trebamo upravo takve uređaje. Da bismo postigli to da uređaji razumiju mrežne stranice, počeo se razvijati standard HTML5. Tako bismo se približili inteligentnome traženju, gdje bi nam pretraživač na temelju dvije ili tri ključne riječi osigurao željeni podatak. Mreža za svoje »pametno razmišljanje« treba dovoljno odgovarajućih podataka na temelju kojih se može učiti. Za uspješno djelovanje Weba 3.0, kao i zametka ideje simbiotičke mreže, tj. mreže učenja (Web 4.0), trebamo jednu veliku podatkovnu zbirku koja će biti dostupna svim uređajima koji će se bilo kako povezivati sa svijetom.



Slika 2: Vremenska linija razvoja interneta (izvor: Radar Networks & Nova Spivack, 2007)

Sasvim iskreno, moramo priznati da e-obrazovanje kakvo poznajemo danas oponaša klasično obrazovanje. U LMS sustavima imamo gradivo i virtualne učionice. Sadržaji se temelje na tekstovima te su najčešće knjige u elektroničkom formatu (npr. u .pdf), iako tehnologija omogućuje interaktivna, multimedijaska gradiva. Još ima mnogo rezerve u prilagođavanju sadržaja učenja pojedincu.

Jedan od putova razvoja obrazovnih sustava potpomognutih novim tehnologijama doveo je i do prilagodljivih obrazovnih hipermedija. Prilagodljivi hipermedijski sustavi plod su istraživanja na području hipermedija i modeliranja korisnika, a njihova je svrha poboljšanje korisnosti tradicionalnih hipermedija. Ti su sustavi sposobni prilagoditi se svakom pojedincu koji ih rabi pri učenju. Upravo ta sposobnost prilagodbe uveliko doprinosi poboljšanju nastavnog procesa jer poznato je da je najbolji način

učenja upravo individualno učenje.

Uobičajeno je nastavna praksa bila takva da se sve učenike u skupini poučava jednakom brzinom i na jednak način. Kad su, tako, tempo učenja kao i način poučavanja jednaki za sve, uspjeh svakoga pojedinca ovisi o njegovim sposobnostima (nadarenosti). Ako pak se tempo učenja ili način poučavanja mijenja za pojedine učenike, daleko je vjerojatnije da će biti više uspješnih učenika.

5 Zaključak

Uporaba opisanih alata učenicima može biti od velike pomoći jer do njih mogu doći bez obzira na prostor i vrijeme. Nude im neprekidnu povezanost s drugim učenicima i učiteljima te potiču suradničko učenje. Mrežne učionice omogućuju u velikoj mjeri individualizaciju i diferencijaciju. Diferencijacija nam omogućava brže dosizanje obrazovnih ciljeva. Sposobniji učenici svoje znanje prodube i prošire, dok manje sposobni usvoje temeljno znanje. Učenike možemo razdvojiti glede potreba, interesa i predznanja. Individualizacija nam omogućava prilagodbu individualnim, odgojnim i obrazovnim posebnostima te potrebama ili željama i sklonostima pojedinih učenika. Veliku prednost uporabe usluga računalstva u oblaku primjećujemo i pri izostanku učenika jer mogu izmjenjivati podatke s ostalim učenicima i učiteljima ili koristiti e-učionice. Također, aplikacije Google Apps nude učiteljima veliko olakšanje što se tiče pohranjivanja podataka, komunikacije i organizacije.

6 Literatura

- [1] Bagon, Š. 2012. Prezi in Glogster pri učencih z disleksijo. Mednarodna multikonferenca Splet izobraževanja in raziskovanja z IKT – SIRikt 2012, str. 841-846.
- [2] Harej, S., Harej, J. 2011. Možnost hkratnega oblikovanja vsebin v spletu vzpodbuja sodelovalno učenje. Mednarodna konferenca Splet izobraževanja in raziskovanja z IKT – SIRikt 2011, str. 394-397
- [3] Jurgele, A. 2010. Integriranje spletne aplikacije Bubbl v vzgojno – učni proces. Preuzeto 24.03.2012, sa http://profesor.gess.si/marjana.pograjc/%C4%8Dlanki_VIVID/Arhiv2010/18Jurgele01.pdf.
- [4] Klemenčič, D. 2007. Moodle, priročnik za uporabo. Preuzeto 20.03.2012, sa <http://www2.arnes.si/~sopdklem/moodle/index.htm>.
- [5] Klemenčič Glavica, M., Osvald, M. 2012. Prezi in Glogster kot uporabna oblaka pri pouku slovenščine. Mednarodna multikonferenca Splet izobraževanja in raziskovanja z IKT – SIRikt 2012, str. 446-452
- [6] Kopold, D., Krapša, M. 2010. Vodenje informatizirane šole z uporabo računalništva v oblaku na primeru google apps. Mednarodna konferenca Splet izobraževanja in raziskovanja z IKT - SIRIKT 2010, str. 100-106.
- [7] Plut, J. 2011. Kaj je semantični splet? MonitorPro, Poletje 2011, str. 18-19.
- [8] Stanojev, S. 2010. Izobraževanje v oblaku. Mednarodna konferenca Splet izobraževanja in raziskovanja z IKT - SIRIKT 2010, str. 425-434
- [9] Sulčič, V., Sulčič, A. 2006. Navodila za uporabo e-učilnice FM. Navodila za učitelja, Verzija 2.0, Moodle 1.6.2. Univerza na primorskem, Fakulteta za management Koper, Center za e-izobraževanje.
- [10] Valenčič, S. 2007. Spletne učilnice in sistem wiki, diplomska naloga. Preuzeto 24.03.2012, sa http://rc.fmf.uni-lj.si/matija/OpravljeneDiplome/Diplomska%20naloga_SonjaValencic.pdf.

APPLICATION OF CLOUD COMPUTING IN HIGHER EDUCATION IN CASE OF MODEL FOR FINAL WORK APPLICATIONS DISPLAYED WITH SDL LANGUAGE

PRIMJENA CLOUD COMPUTING – A U VISOKOM OBRAZOVANJU NA PRIMJERU MODELA PRIJAVE ZAVRŠNIH RADOVA PRIKAZANOGA SDL JEZIKOM

Anita Prelas Kovačević, Marijana Špoljarić, Ivan Heđi

College for Management in Tourism and Informatics, Virovitica, Croatia
Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica, Hrvatska

Abstract

Cloud computing is not only the buzz phrase at the moment but is a complete transformation of the technology industry. Experience shows that cloud implementation in the education sector, is not only cost-effective in certain situation, but it will foster development by improving collaboration between researchers, educators, students etc. This paper provides insight to Cloud Computing and explains how it can be apply to a final project registration model. For modeling the informational system authors used language called Specification and Description Language (SDL). SDL is a specification language targeted at the unambiguous specification and description of the behaviour of reactive and distributed systems. The Specification and Description Language provides both a graphical *Graphic Representation* (SDL/GR) and textual *Phrase Representation* (SDL/PR), which are both equivalent representations of the same underlying semantics. Our model is shown in the graphical SDL/GR form. This graphical model allow complete code generation directly from SDL descriptions.

Keywords

Cloud computing, cloud – based collaboration, higher education, SDL, final project

Sažetak

Cloud Computing nije samo *buzz* fraza ono predstavlja kompletnu transformaciju u tehnološkoj industriji. Iskustva pokazuju da implementacija Cloud – a u obrazovanju nije samo isplativija u određenim situacijama nego će poticati i razvoj putem poboljšane suradnje između znanstvenika, profesora, studenata, itd. Ovaj rad prikazuje što je Cloud Computing i objašnjava kako se može primjeniti prilikom prijave završnog rada studenta. Za modeliranje informacijskog sustava autori su koristili *Specification and Description Language (SDL)* koji predstavlja specifični jezik usmjeren na jednoznačnu specifikaciju i opis ponašanja reaktivnih i distribuiranih sustava. Jezik omogućuje grafički (SDL/GR) i tekstualni (SDL/PR) prikaz koji su ekvivalentni u prikazu iste inherentne semantike. Model autora je izrađen u grafičkom prikazu i omogućuje direktnu izradu programskog koda.

Ključne riječi

Cloud computing, suradnja pomoću cloud – a, visoko obrazovanje, SDL jezik, završni rad

1. Uvod

Informacijska tehnologija (IT) predstavlja kritičnu komponentu današnjeg poslovanja pa tako i modernog visokog obrazovanja. Unatoč nevjerojatnim poboljšanjima u cijeni i izvedbi, ukupni IT troškovi u visokom obrazovanju predodređeni su da ostanu na gornjoj putanji, dijelom zbog povećane potražnje za prijenosom

podataka i računalne snage, dijelom zbog potražnje studenata za audio-video intenzivnim aplikacijama i sl. Danas se visokoobrazovne institucije susreću s velikim izazovom. S jedne strane, ekonomska recesija, možda jedna od gorih u zadnjih nekoliko desetljeća, dovodi do toga da se one moraju suočiti s smanjenjem troškova, ograničenim sredstvima itd., pri čemu je pitanje da li visokoobrazovne institucije mogu nastaviti sa dugogodišnjim i jedinstvenim modelom poslovanja i ogromnim troškovima IT okruženja čini retoričkim, dok s druge strane rastu očekivanja i samih studenata jer nove generacije sve više koriste online sadržaje, odrasli su u računalnom okruženju i njihov alat nije bilježnica i olovka nego prijenosno računalo, tablet računalo, mobilni uređaji nove generacije itd.

Oblak usluge olakšat će institucijama dostupnost od strane studenta i nastavnika različitih ustanova (Morris). Izbor oblaka usluga treba biti oblikovan na način da prilagođava ili modificira infrastrukturu i razvojem modela kako se mijenja potražnja (Howard). Ove usluge su isporučene od strane mnogih IT stručnjaka na temelju privatnog oblaka, javnog oblaka i hibridnog modela oblaka (Smith).

Iskustva pokazuju da primjena oblaka u sektoru obrazovanja omogućuje fleksibilno sigurno okruženje. Predavač može doprinijeti pokazivajući studentima evoluciju Just-in-time učenja (Brown).

Računarstvo u oblaku nudi mogućnost outsourcing IT zahtjeva prema dobavljačima usluga na internetu. Da biste u potpunosti iskoristili mogućnosti koje nudi Oblak potrebno je profesionalno pristupiti njegovoj nabavci i znati koje sve mogućnosti ICT pruža, te znati iskoristiti ih u roku za istraživanja, učenje, poučavanje, upravljanjem. Oblak je jedan od načina postizanja kratkoročnih ciljeva u potražnji za računalnim zahtjevima, software-skim aplikacijama ili većim i dugoročnim podrškama.

Najčešći primjer računalstva u oblaku danas se naširoko iskoristava od strane mnogih visokoškolskih ustanova, kao što je pružanje e-mail usluga studentima. Mnogi fakulteti i sveučilišta koriste web 2.0 alate kao što su YouTube i Wikipedija za širenje informacija i blogove za komunikaciju za daljinu. Svi ovi alati olakšavaju suradnju između studentskih klasa i istraživačkih timova.

2. Definicija računalstva u oblaku (cloud computing)

U novije vrijeme računalstvo u oblaku (engl. Cloud computing) je privukao mnogo pažnje kako od strane medija tako i od strane analitičara, akademske zajednice, IT kompanija itd. koji su općenito vrlo pozitivni o mogućnostima koje on nudi. Pozitivan stav prema važnosti i utjecaju računalstva u oblaku, rezultiralo je optimističnom tržišnom prognozom vezanu za sam oblak (engl. Cloud). Tako 2009. godine IDC¹⁷¹ prognozira rast potrošnje usluga iz Oblaka do 2013. godine i to postizanje čak 44.2 milijarde američkih dolara. Ista analitička kuća izvijestila je da troškovna prednost povezana s modelom Oblaka postaje još atraktivnija u vrijeme gospodarskog usporavanja.¹⁷²

Što je zapravo računalstvo u oblaku nemoguće je definirati jednom univerzalnom definicijom jer unatoč njegovoj širokoj prisutnosti u različitim medijima, knjigama, člancima i sl. još uvijek ne postoji usuglašenost među analitičarima, akademskoj zajednici, IT stručnjacima oko toga što ono zapravo jest budući da svatko pristupa definiranju Oblaka sa svog stajališta, što je u konačnici rezultiralo i cijelim nizom definicija o istom. Prema tome, računalstvo u oblaku se definira na različite načine. Definicija koju nudi IDC je „...novi model razvijanja, raspoređivanja i isporuke informacijskih tehnologija, koji omogućuje isporuku usluga i rješenja u stvarnom vremenu putem interneta (tj. osiguravajući usluge „u oblacima“). Merrill Lynch¹⁷³, jedna od vodećih financijskih savjetodavnih kuća definira računalstvo u oblaku kao ideju isporučivanja osobnih aplikacija (npr. elektronska pošta, obrada teksta, prezentacije) i aplikacija poslovne produktivnosti (npr. automatizacija prodajne snage, služba za korisnike, računovodstvo) s centraliziranih poslužitelja.

¹⁷¹ IDC (International Data Corporation) je globalna analitička tvrtka koja pruža usluge istraživanja tržišta te savjetovanja na području informatičke tehnologije, telekomunikacijske industrije te tržišta tehnologija široke potrošnje (<http://www.idc.com/home.jsp?t=1322223454774>)

¹⁷² Hugos, M., Hulitzky, D. (2011): Business in the Cloud: WHAT EVERY BUSINESS NEEDS TO KNOW ABOUT CLOUD COMPUTING, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

¹⁷³ Jedna od vodećih financijskih savjetodavnih kuća (http://www.ml.com/index.asp?id=7695_15125)

Kao što je spomenuto, pokušaj definiranja računalstva u oblaku predmet je mnogih debata i u akademskim krugovima, tako, prema Berkeley RAD Lab, računalstvo u oblacima se odnosi na aplikacije isporučene kao usluge putem interneta te na hardver i systemske softvere u računskim centrima koji daju ove usluge i koji zajedno čine sam Oblak. Kad oblak postane dostupan javnosti na način plaćanja u hodu, to se onda zove javni oblak, a usluga koja se prodaje zove se *uslužno računalstvo* (engl. utility computing). Primjeri za *utility computing* su Amazon web servisi, Google applications i Microsoft Azure. Prema tome računalstvo u oblacima predstavlja spoj softvera kao usluge i uslužnog računalstva, ali ne uključuje privatne oblake budući da oni predstavljaju unutarnje računске centre poslovne ili neke druge organizacije koji nisu dostupni javnosti.¹⁷⁴

Nadalje, jedna od opće prihvaćenih definicija računarstva u oblaku je definicija koju je dao Nacionalni institut za standarde i tehnologije SAD-a (National Institute of Standards and Technology- NIST) prema kojoj računalstvo u oblaku predstavlja „...model (plati koliko koristiš) koji, na zahtjev, omogućuje praktičan pristup, putem računalne mreže, skupu konfigurabilnih računalnih resursa (mrežama, poslužiteljima, spremištima podataka, aplikacijama i ostalim uslugama) koji se mogu brzo pripremiti za upotrebu i staviti na raspolaganje, uz minimalan napor ili interakciju davatelja usluga.¹⁷⁵“

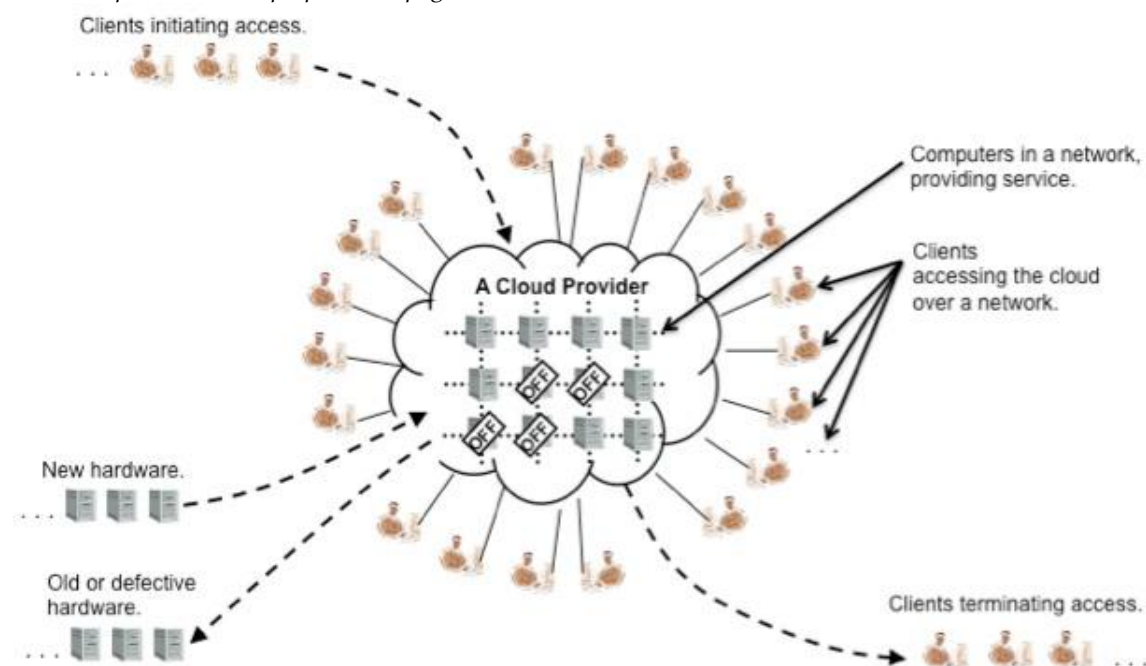
Sve ove definicije ukazuju na to da je računalstvo u oblaku fenomen koji obuhvaća brojne aspekte te je povezano s novom paradigmom dostave odnosno isporuke i razvoja IT- a (hardvera i aplikacije). Općenito, računalstvo u oblaku brine o isporuci IT kapaciteta vanjskim kupcima, ili, s aspekta korisnika, dobivanje IT kapaciteta od vanjskog pružatelja na način plati po korištenju i putem Interneta. Nadalje, skalabilnost i virtualizacija se često vide kao ključne karakteristike računalstva u oblaku gdje skalabilnost upućuje na dinamičko prilagođavanje postojećih IT resursa za učitavanje varijabli, povećanje ili smanjenje broja korisnika, potreban kapacitet skladištenja podataka ili procesorsku snagu (snagu obrade), a virtualizacija, koja se smatra „kamenom temeljcem“ arhitekture računalstva u oblaku, je tehnologija koja omogućava da više operativnih sustava istovremeno radi na istom fizičkom poslužitelju. Ona također povećava prilagodljivost jer sklopovlje čini apstraktnim od točke do točke te omogućava postojanje dinamičkih baza gdje fizički poslužitelji osiguravaju resurse i dohvaćaju ih po potrebi tako da se aplikacije brzo raspoređuju i skaliraju, bez potrebe za fizičkim poslužiteljem¹⁷⁶.

¹⁷⁴ Armbrust, M. i sur (2009): Above the Clouds: A Berkeley View of Cloud Computing, Technical Report No. UCB/EECS-2009-28, EECS Department, University of Berkeley, California, 3

¹⁷⁵ Žganec, T. (2011): *Ni na nebu ni na zemlji*, Osvrt: WinDays 11, U: InfoTrend, br.184, 07/2011, ur: Kosec, B. prema: Badger, L., et. al. (2011): *DRAFT Cloud Computing Synopsis and Recommendations, Recommendations of the National Institute of Standards and Technology*, U.S. Department of Commerce, National Institute of Standards and Technology, Information Technology Laboratory, 4-13 (<http://csrc.nist.gov/publications/drafts/800-146/Draft-NIST-SP800-146.pdf>)

¹⁷⁶ Stanojevska-Slabeva, K., Wozniak, T., Ristol, S. (2010): *Grid and Cloud Computing- A business Perspective on Technology and Applications*, Springer

Slika 1: Općeniti oblak i preplatnički pogled



Izvor: NIST (2011)

Slika 1 opisuje općeniti pogled na Oblak i njegove klijente: resursi računarstva u oblaku su opisani kao mreža računala kojoj klijenti pristupaju preko interneta. Kako je prikazano na slici, novi klijenti mogu doći, stari klijenti mogu otići što znači da je broj klijenata u Oblaku promjenjiv u svakom trenutku. Slično, Oblak je skup hardverskih resursa koji omogućuje maksimalnu uslugu za minimalni trošak. Kako bi se održale visoko dostupne usluge unatoč očekivanih kvarova i usluga koje se više ne koriste, Oblak uključuje nove hardverske komponente koje po potrebi u rad uključuju i stare komponente¹⁷⁷.

Zaključno može se reći da računarstvu u oblaku osigurava sredstva od računalne snage do računalne infrastrukture, aplikacija, poslovnih procesa do osobne suradnje, može biti dostavljeno korisniku kao usluga kadgod i gdje god to korisnik zatreba, iz čega proizlazi da ono predstavlja sljedeći stupanj u evoluciji Interneta.

3. Osnovne karakteristike računarstva u oblaku

Pet bitnih obilježja odnosno karakteristika računarstva u oblaku koje navodi Nacionalni institut za standarde i tehnologije SAD-a u *Nacrtu sinopsisa preporuka za računarstvo u oblaku*, objavljenog u svibnju 2011. godine, a koje su prihvaćene od strane mnogih autora koji se bave ovom tematikom (npr. Kapes) su sljedeće¹⁷⁸:

- *On-Demand Self-Service*: klijenti mogu sami automatski rezervirati računalne mogućnosti i resurse bez posrednika.
- *Broad Network Access*: pristup i mogućnosti su dostupni preko mreže putem standardnih uređaja, kao što su npr. prijenosna računala, tablet računala itd.

¹⁷⁷ Badger, L., et. al. (2011): *DRAFT Cloud Computing Synopsis and Recommendations, Recommendations of the National Institute of Standards and Technology*, U.S. Department of Commerce, National Institute of Standards and Technology, Information Technology Laboratory, 4-13

¹⁷⁸ Badger, L., et.al. (2011): *DRAFT Cloud Computing Synopsis and Recommendations, Recommendations of the National Institute of Standards and Technology*, U.S. Department of Commerce, National Institute of Standards and Technology, Information Technology Laboratory, 2-1
Mell, P., Grance, T (2011): *The NIST Definition of Cloud Computing*. U.S. Department of Commerce, National Institute of Standards and Technology, Information Technology Laboratory.

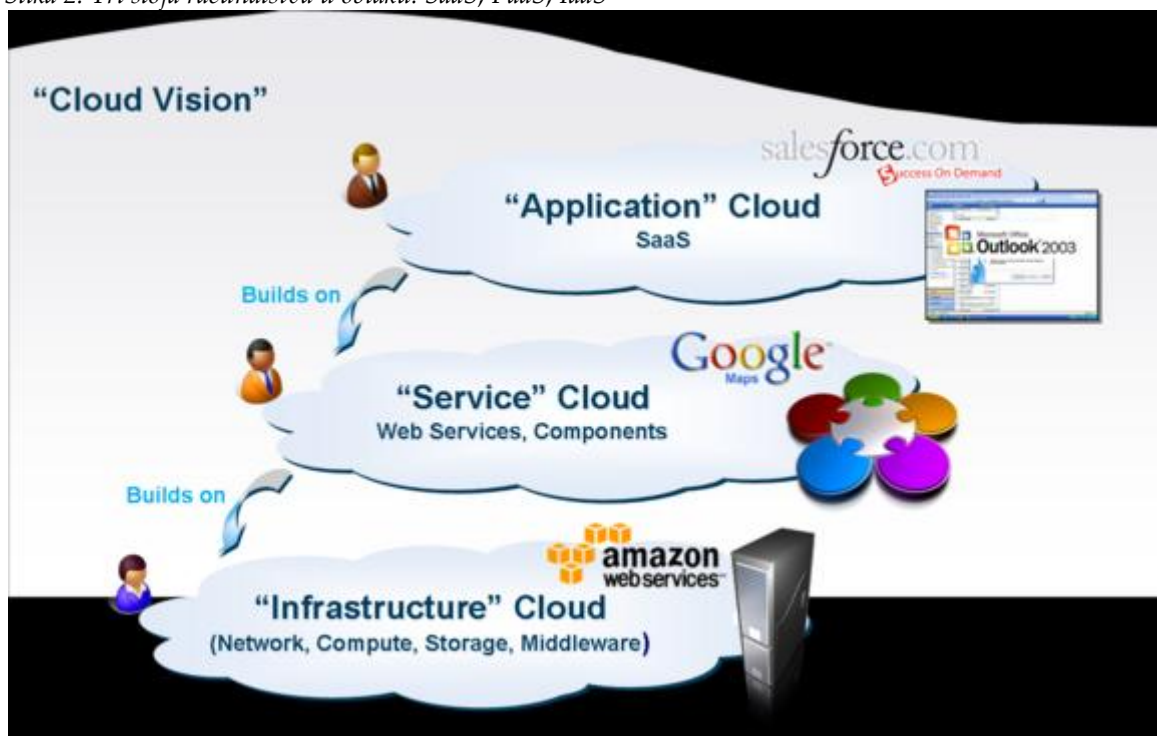
- *Resource Pooling*: resursi kao što su mrežna širina, virtualni resursi, memorija, snaga obrade, kapacitet pohrane, itd. zajedno koriste više klijenata pomoću udruženih višestrukih servisa. To jest, virtualni i fizički resursi dinamički se dodjeljuju i raspodjeljuju na temelju potreba klijenta.
- *Rapid Elasticity*: ovisno o potražnji resursi i mogućnosti se mogu brzo i automatski koristiti i skalirati u bilo kojem trenutku.
- *Measured Service*: korisničko korištenje se od dobavljača usluga automatski prati i kontrolira kako bi se osigurao visok stupanj transparentnosti za klijenta i dobavljača usluga.

4. Modeli usluga

Unatoč postojanju mnogih definicija računalstva u oblaku, ono se u konačnici može specificirati kao softver kao usluga (SaaS), gdje se softverskoj aplikaciji može pristupiti *online*, kao što je Sales.com, Google Apps ili Zoho. Također, računarstvo u oblaku uključuje oblik infrastrukture kao usluge (IaaS), gdje korisnik pristupa stranici, kao što je Amazon Web Services Elastic Compute Cloud (EC2,) i iznajmljuje vrijeme na serveru. Na posljetku, ono uključuje i oblik platforme kao usluge (PaaS), gdje su pojedini alati dostupni za kreiranje (razvoj) softvera koji će biti *hostan* odnosno biti dostupan u Oblaku¹⁷⁹. Kako jednu od glavnih karakteristika računalstva u oblaku predstavlja dostava IT resursa ili kapaciteta kao usluge, računarstvo u oblaku čini troslojni koncept¹⁸⁰ (slika 1):

1. Infrastruktura kao usluga (IaaS)
2. Platforma kao usluga (PaaS)
3. Softver kao usluga (SaaS)

Slika 2: Tri sloja računalstva u oblaku: SaaS, PaaS, IaaS



¹⁷⁹ Stanoevska-Slabeva, K., Wozniak, T., Ristol, S. (2010): Grid and Cloud Computing- A business Perspective on Technology and Applications, Springer

¹⁸⁰ Kapes, B. (2011): UNDERSTANDING THE CLOUD COMPUTING STACK: SaaS, PaaS, IaaS (www.rackspace.com/cloud/cloudu)

Izvor: <http://infoonsoftwaretesting.blogspot.com/2010/10/cloud-cloud-computing.html>

IaaS (Infrastructure as a Service) – Infrastruktura kao usluga (IaaS) pruža infrastrukturu računalstva u oblaku – poslužitelje, prostori za pohranu podataka, mreža i operacijski sustavi kao usluge na zahtjev. Umjesto kupnje softvera, baza ili mrežne opreme klijent na vlastiti zahtjev koristi usluge koje su ponuđene u Oblaku.

PaaS (Platform as a Service) – donosi prednosti u aplikacijama koje je SaaS kupio od razvoja softvera. PaaS se može definirati kao računalna platforma koja omogućuje stvaranje web aplikacija brzo i jednostavno bez kupovine, održavanja i poznavanja infrastrukture softvera. PaaS je analogno SaaS osim što se softver ne isporučuje preko interneta nego je to platforma za stvaranje novih aplikacija. Neki od primjera su: Salesforce.com, Force.com, Coghead i Google App Engine.

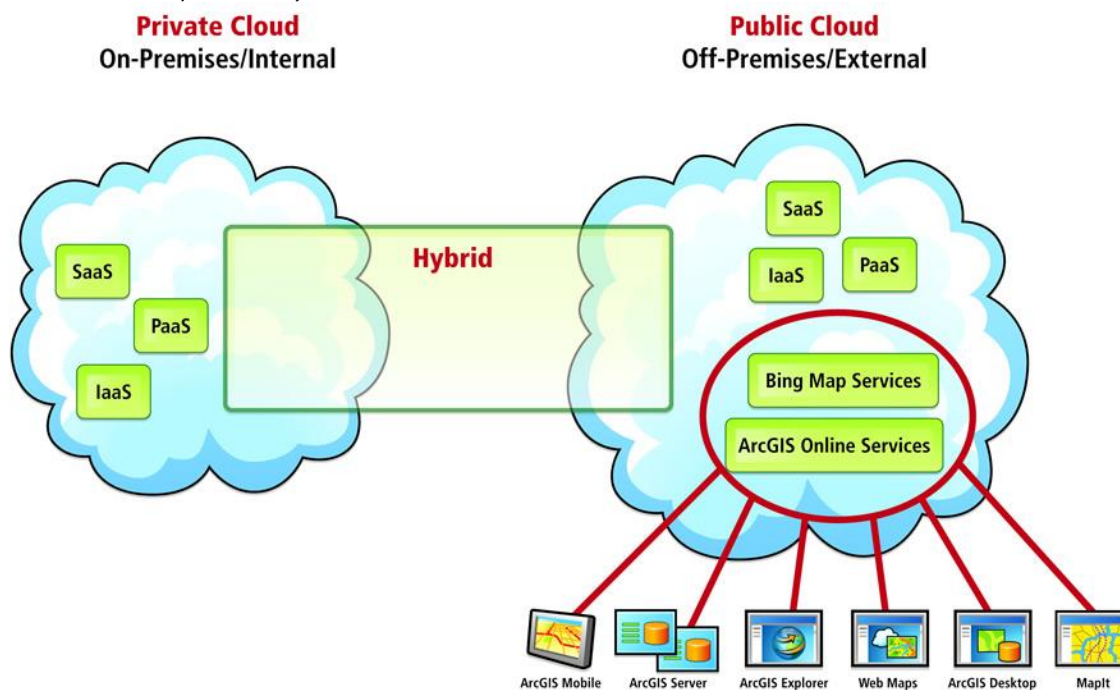
SaaS (Software as a Service) – se definira kao softver koji se koristi preko interneta. Sa SaaS-om korisnik na vlastiti zahtjev dobiva licencu za aplikaciju koju plaća putem pretplate po modelu „pay-as-you-go“, ili ju koristi bez naknade kao pružatelj usluga u obliku oglašavanja

Nadalje, ubrzan je trend prijelaza na taj poslovni model, koji tvrtkama omogućuje najam tekstualnih, tabličnih, kalendarskih ili drugih programa prema potrebi, čime se izbjegava trošak kupovine, instalacije, nadgradnje i održavanja programa na uredskim računalima. Ovaj model cloud computinga dostavlja jednu aplikaciju preko korisničkog preglednika tisućama korisnika koji koriste arhitekturu predviđenu za mnoštvo zakupa. S korisničke strane to znači da nema dodatnog ulaganja u poslužitelje ili programske licence, a davateljima usluga troškovi su mali u odnosu na tradicionalnu uslugu držanja datoteka na poslužitelju¹⁸¹. Neki od primjera SaaS-a su Google Apps i Zoho Office.

5. Modeli implementacije

Općenito računalstvo u oblaku ima četiri implementacijska modela: interni ili privatni Oblak, vanjski ili javni Oblak, hibridni ili integrirani Oblak i zajednica ili vertikalni Oblak, a svaki model ima svoje značajke i karakteristike koji odgovaraju klijentovim određenim razlozima za korištenje računalstva u oblaku (slika 3).

Slika 3: Modeli implementacije Oblak računarstva



¹⁸¹ CarNet: <http://www.cert.hr/sites/default/files/NCERT-PUBDOC-2010-03-293.pdf>

Izvor: <http://www.esri.com/news/arcwatch/0110/feature.html>

Unutarnji ili privatni Oblak je implementacija gdje je unutarnji razmještaj planiran, projektiran a koristi se kako bi podržao interne poslovne potrebe, dok se izbjegavaju rizici sigurnosti, privatnosti o kojima se bavi Oblak industrija. Privatni oblak prvenstveno donosi vrijedne virtualne tehnologije koje se mogu proširiti od virtualnog oblaka do platformnog oblaka, pa čak i na poslovni skup oblaka.

Vanjski ili javni oblak daje vanjski nezavisni entitet, obično pružatelj usluga Oblaka. Amazon, Salesforce, Google i mnogi drugi davatelji usluga predstavljaju vanjski javni model implementacije oblaka. Prema Marks i Lozano (autori Izvršnog vodiča za računalstvo u oblaku) neki od ključnih obilježja javnog oblaka mogu se opisati na slijedeći način¹⁸²:

- Pružatelji nezavisne treće strane Oblaka usluga
- Pristup preko interneta i korisničko sučelje
- Dostupni korisnički vodiči i tehnička podrška
- Primjeri višestrukih virtualnih strojeva dostupni su u različitim konfiguracijama temeljeni na specifičnim zahtjevima klijenta, uključujući i konfiguraciju procesorskih jedinica i radne memorije, operacijski sustav poslužitelja aplikacija i razvojnih okruženja.
- Dostupni su resursi višestrukih Oblaka na primjer Amazon pruža slijedeće mogućnosti Oblak resursa potencionalnim klijentima: Amazon Simple DB; Amazon CloudFront (Content delivery, similar to Akamai); Amazon Simple Queue Service (SQS); Amazon Elastic Map Reduce

Hibridni ili integrirani oblak je kombinacija privatnog oblaka s mogućnostima koje pružaju javni oblaci odnosno treća strana je pružatelj usluga. Hibridni oblaci zahtjevaju integracije. Oblak integracija i interoperabilnosti je u nastajanju i veliki je izazov za Oblak industriju

Prema prethodno navedenim autorima neka od obilježja hibridnih ili integriranih oblaka su¹⁸³:

- Kombinacija unutarnjih oblaka i vanjskih resursa
- Iskorištavanje oblaka treće strane u ekonomske svrhe, dok se unutarnji oblak koristi samo za kritične procese i podatke.
- Zahtjevi integracije vanjskih i unutarnjih mogućnosti oblaka uvjetovani su mogućnošću integriranja vanjskog i unutarnjeg sučelja.
- Omogućava da unutarnji oblak bude privatni oblak u kojem će biti pohranjeni podaci, a vanjski oblak omogućava ostale potrebe.

Zajednica ili vertikalni Oblak je obrazac predložen od strane NIST-a, gdje se poluprivatni oblaci povezuju po interesnim skupinama. Interesne zajednice (COI) konstruira tipičan savez vlada koji omogućuje zajednicama oblaka veću suradnju i bolje sposobnosti. Oblak zajednica može biti privatna ili može biti hibrid koji integrira pojedine privatne oblake, ali im omogućuje da dijele i surađuju preko svojih oblaka izlaganjem podataka ili resursa u zajednici oblaka.

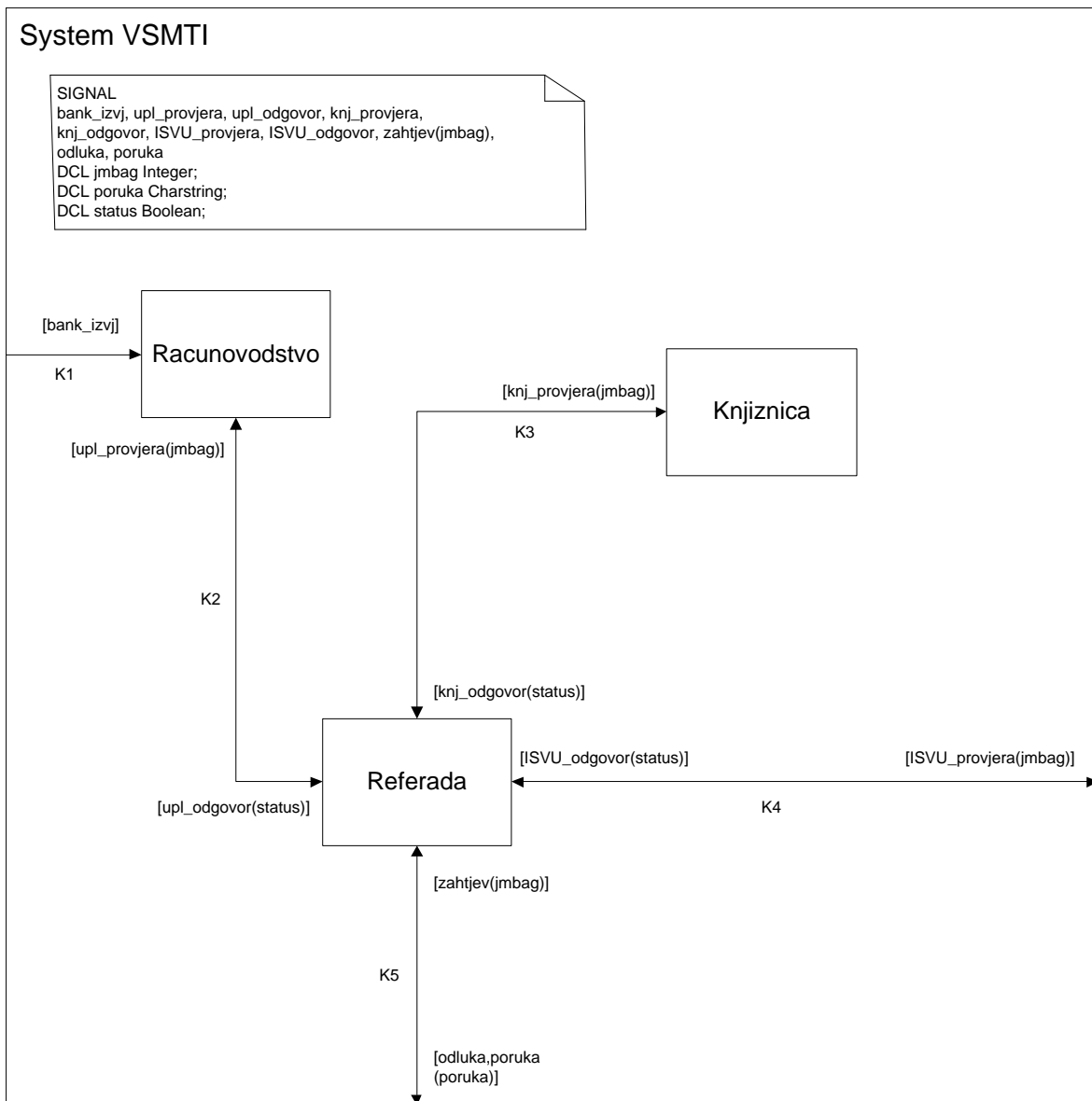
6. Primjena Cloud computing na modelu prijave završnog rada

Studenti su obvezni do kraja studiranja, u skladu sa studijskim programom, izraditi završni rad. Završnim radom, student dokazuje je li sposoban primjenjivati znanje stečeno tijekom studija i može li uspješno rješavati zadatke svoje struke na razini naziva stečenog svjedodžbom. Student je dužan prijaviti završni rad u studentsku referadu koja mora provjeriti je li student ispunio sve obaveze, kao što su: položeni svi ispiti, je li sve knjige vratio u knjižnicu, te je li platio školarine. Sve ove provjere studentska referada mora obaviti telefonski jer u Visokoj školi za menadžment u turizmu i informatici ne postoji informatički sustav koji povezuje studentsku referadu, knjižnicu i računovodstvo.

¹⁸² Mark, E.A., Lozano, B., (2010): EXECUTIVE'S GUIDE TO CLOUD COMPUTING, John Wiley & Sons, Inc., 172.

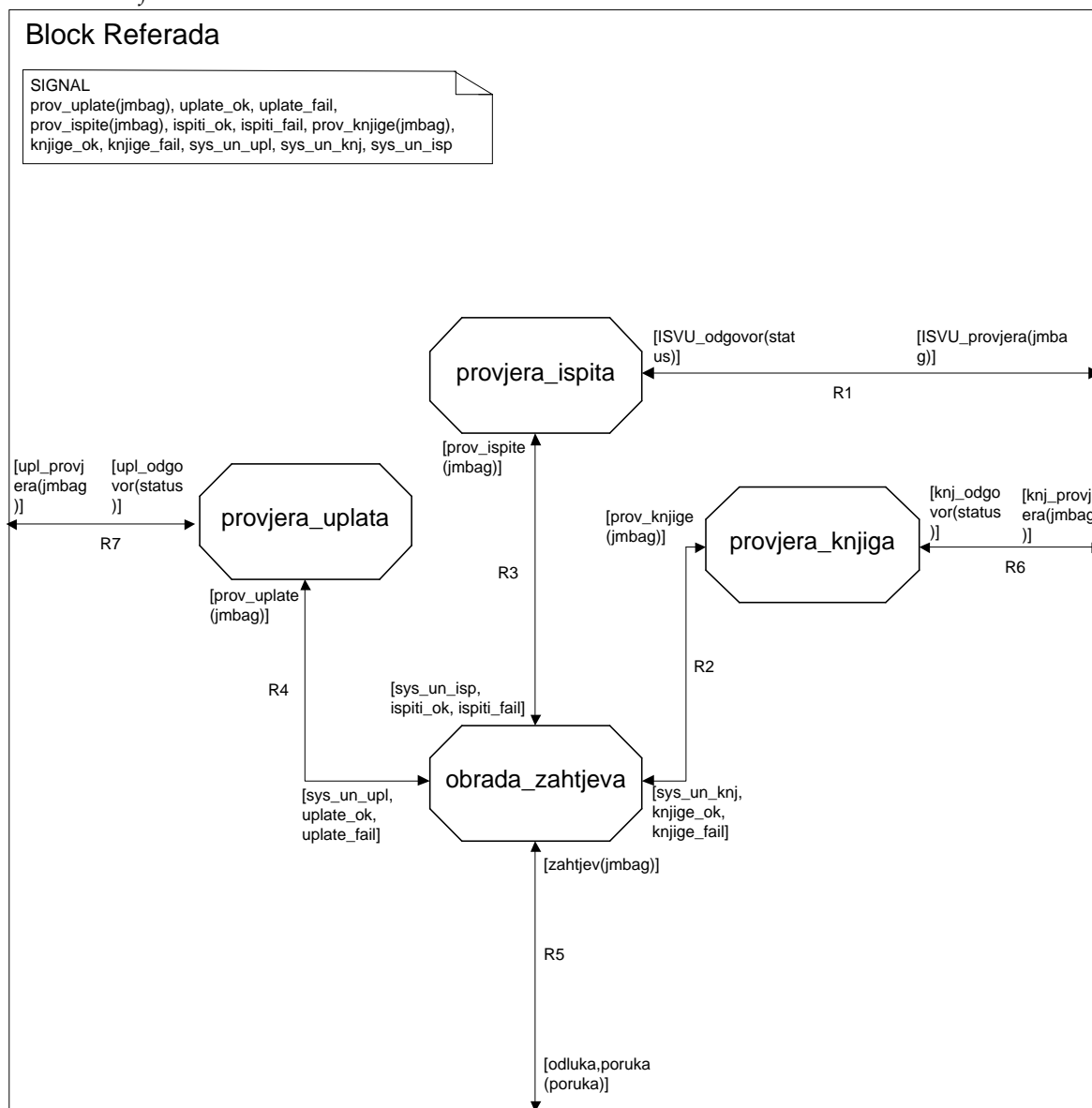
¹⁸³ Ibid. 173.

Slika 4: Sustav VSMTI



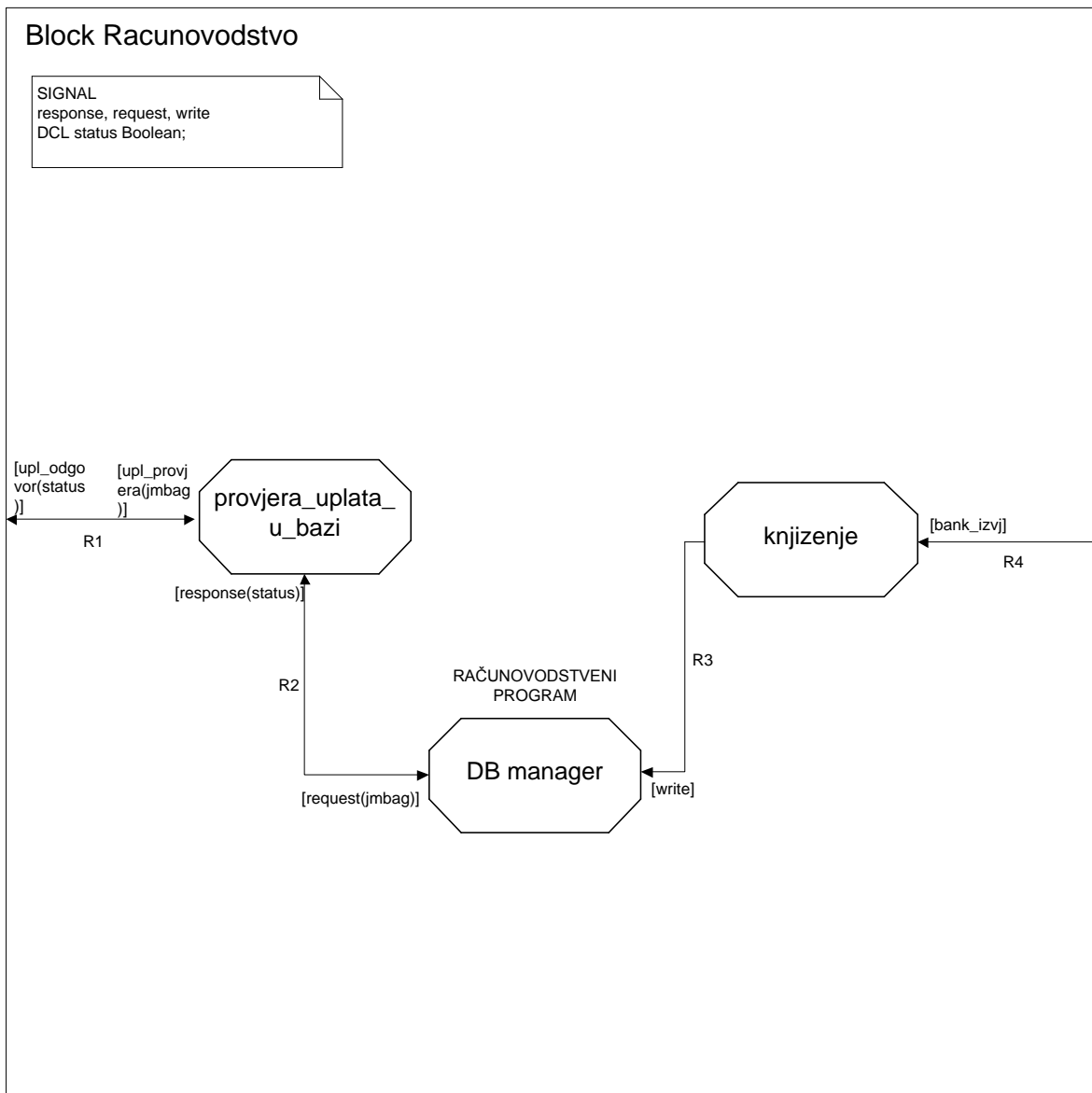
Informacijski sustav se sastoji od 3 bloka: referada, knjižnica i računovodstvo koji su povezani.

Slika 5: Blok referada



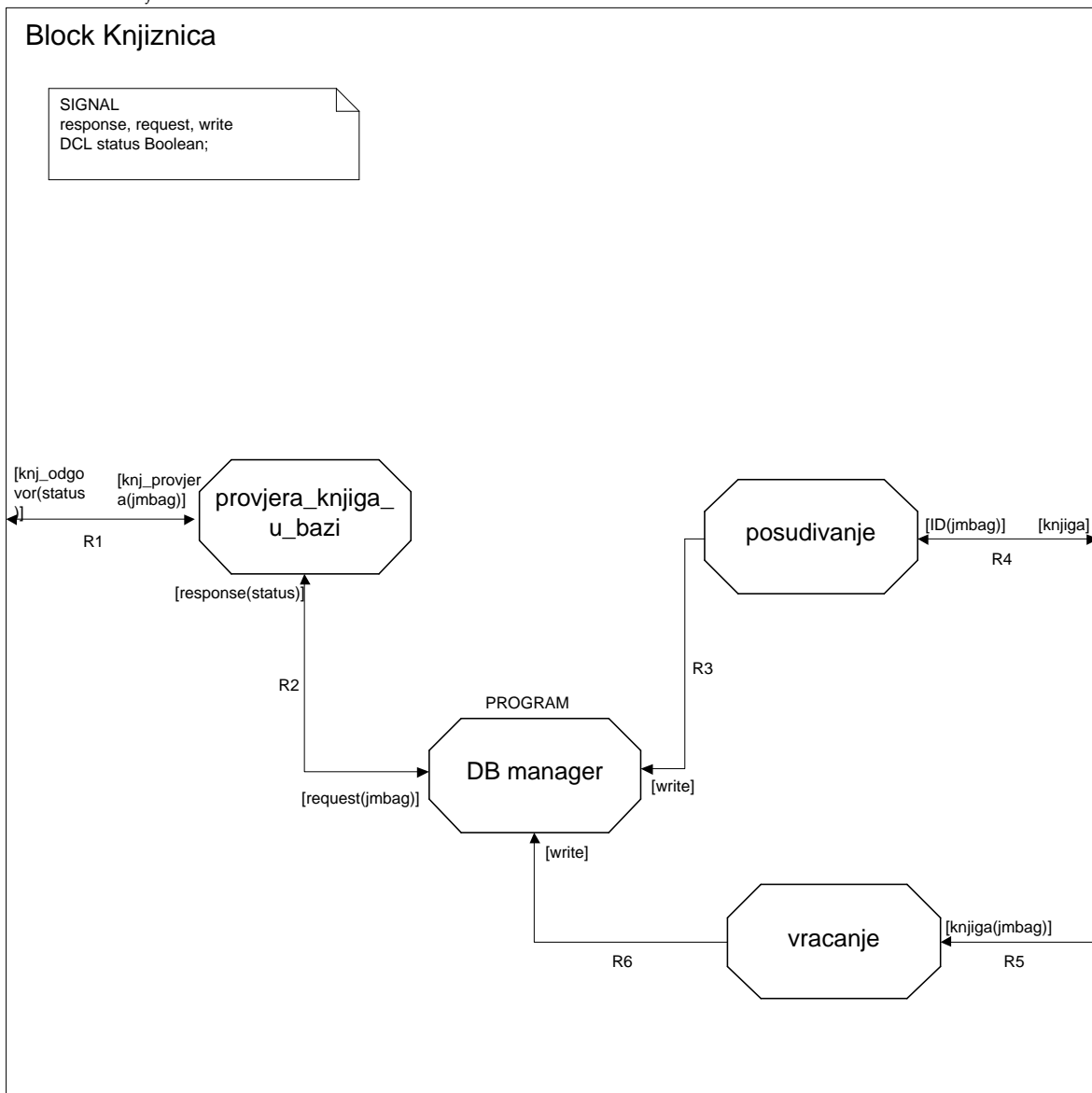
Referada provjerava dobivene statuse knjižnice i računovodstva, te provjerava jesu li položeni svi ispiti i koliko bodova student ima nakon toga. Na temelju tih statusa donosi se odluka o pravu studenta na prijavu završnog ispita i postupku obrane.

Slika 6: Blok računovodstvo



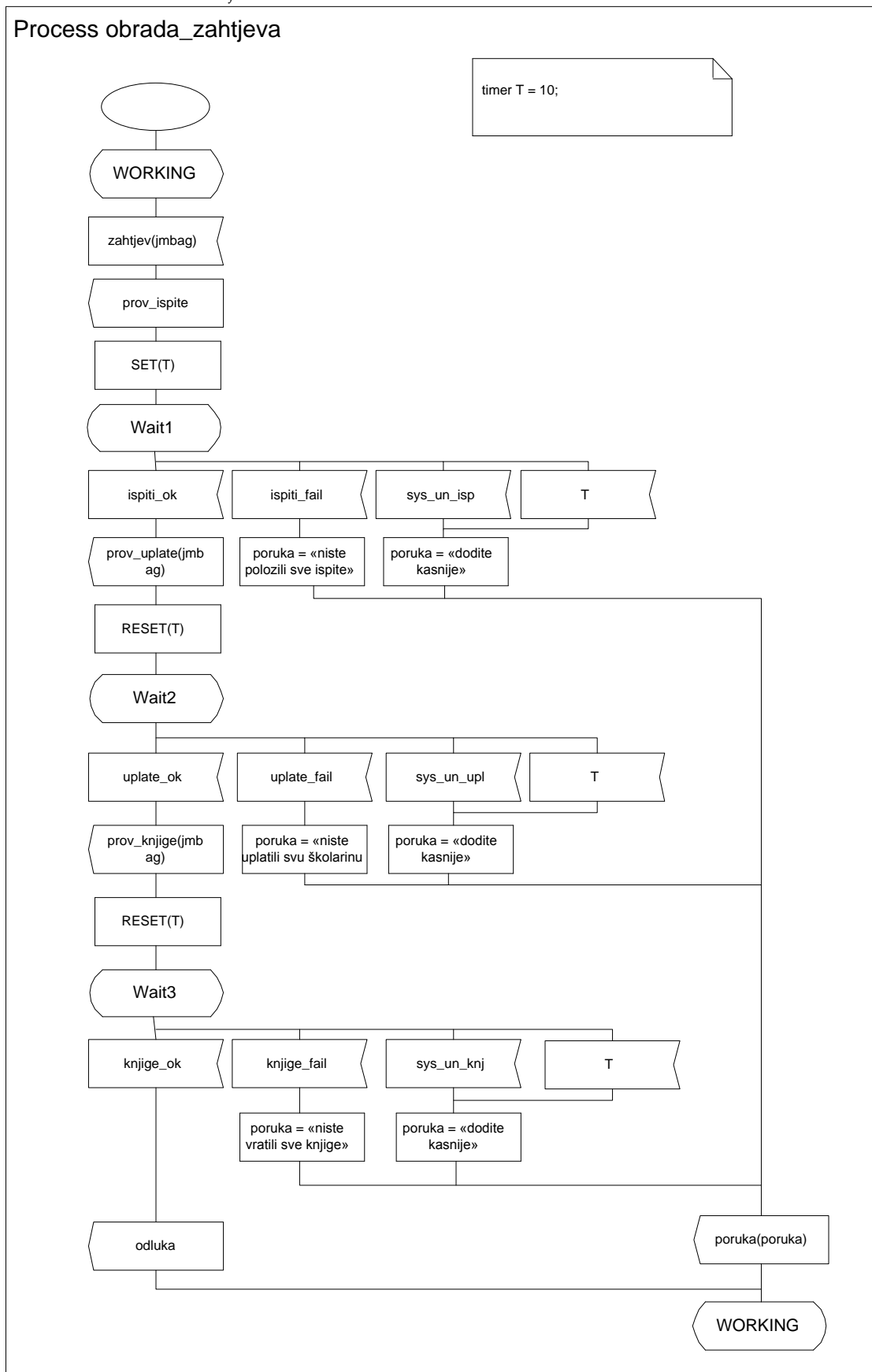
Računovodstvo provjerava jesu li uplaćene sve školarine. Provjera se vrši pomoću JMBAG-a u softveru koji šalje status u blok studentske administracije.

Slika 7: Blok knjižnica



Knjižnica provjerava pomoću JMBAG-a je li student vratio sve knjige koje je posudio tijekom studiranja, nakon čega šalje status natrag studentskoj administraciji.

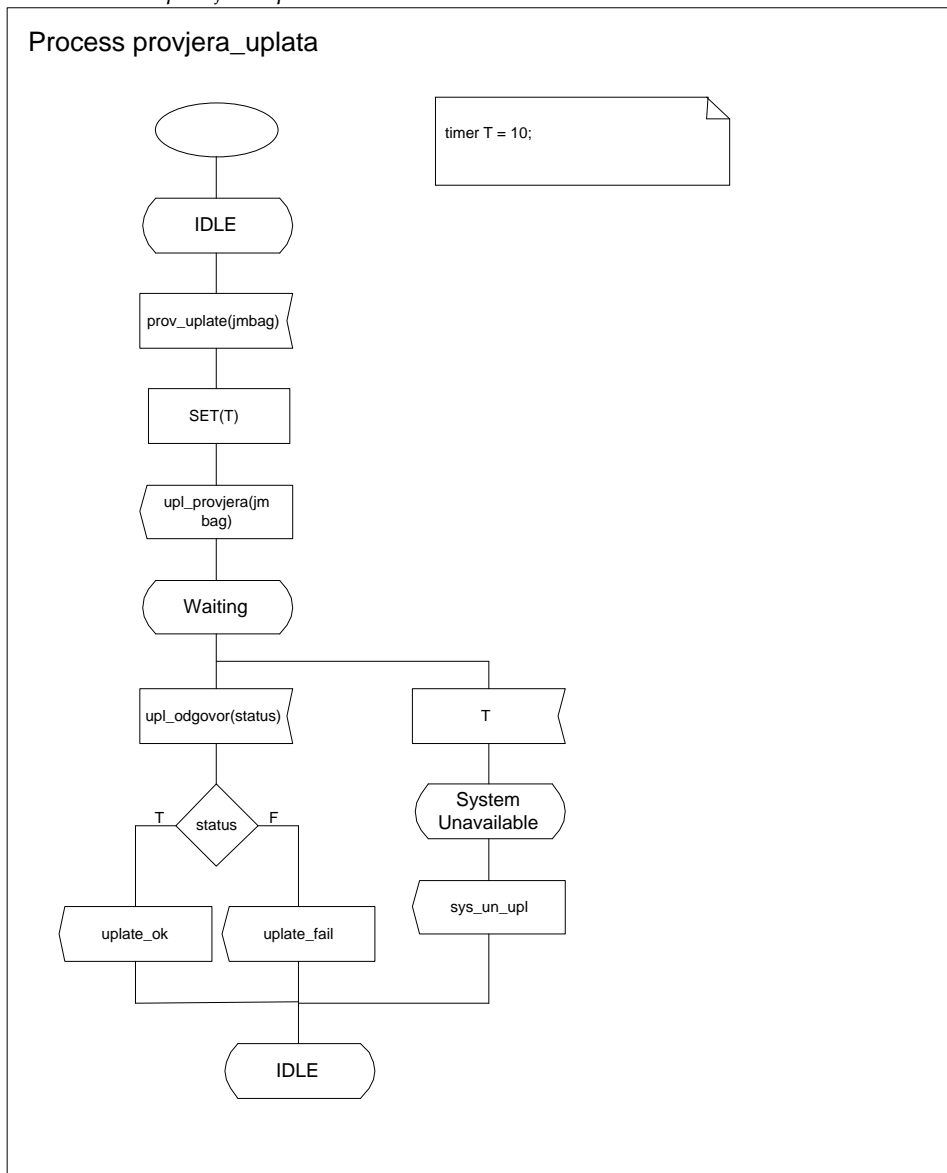
Slika 8: Proces obrada zahtjeva



Process obrada zahtjeva opisuje proces analize svih obaveza koje je student morao obaviti kako bi moga prijaviti završni rad. Prvo se provjerava je li student položio sve ispite. Ako nije položio student se upućuje

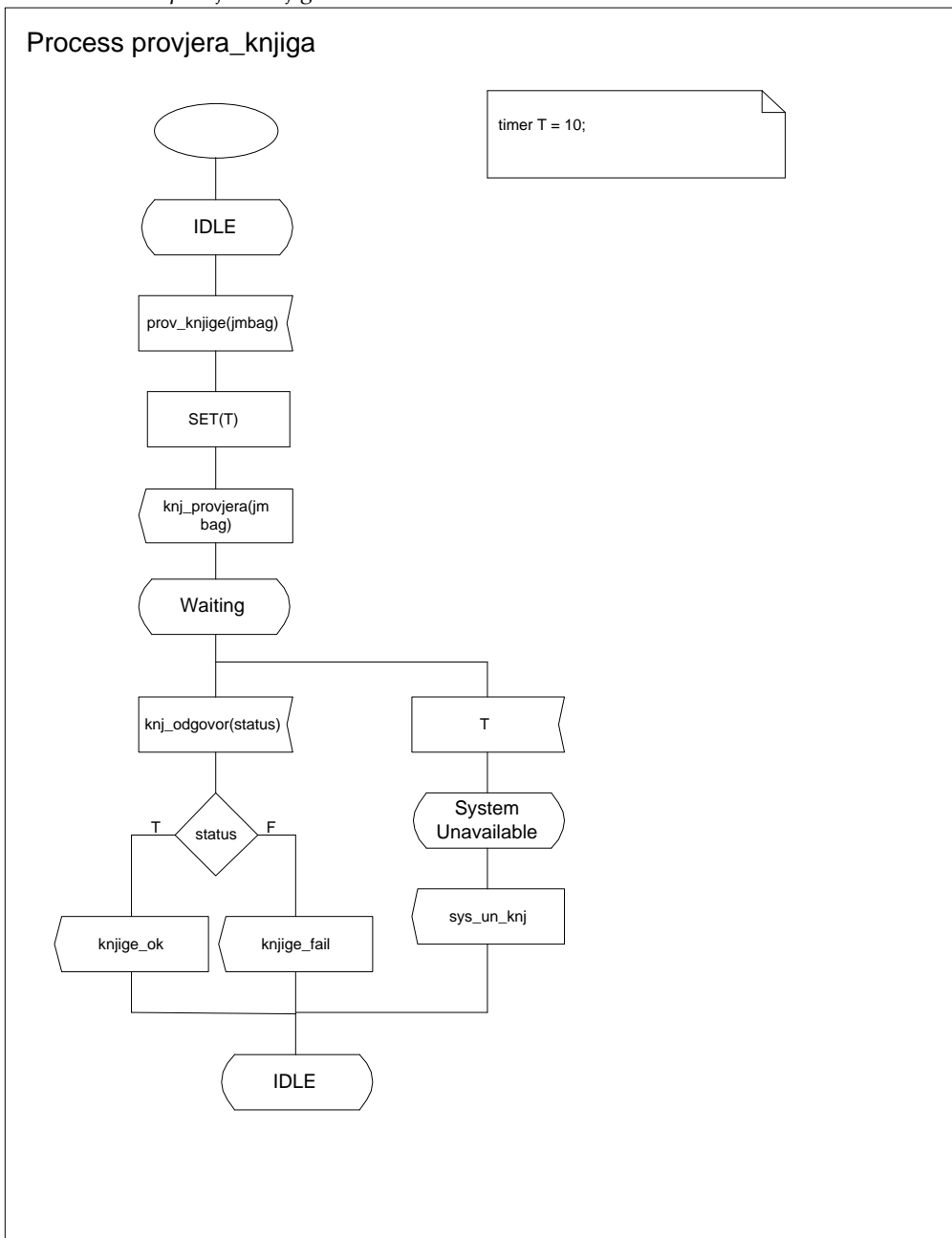
na polaganje ispita koji nisu položeni i pridjeljuje mu se „status“ „niste položili sve ispite“. Ukoliko je student položio sve ispite započinje provjera je li platio sve školarine. Ako student ima dugova prema školi pojavljuje se „status“ „niste uplatili svu školarinu“ i upućuje ga se na izvršenje obaveza. Ako je sva školarina plaćena prelazi se na provjeru je li student vratio sve knjige u knjižnicu. Provjerom je li student vratio sve knjige završava odlučivanje o mogućnosti prijave završnog rada. Ako student nije vratio sve knjige dobiva „status“ „niste vratili sve knjige“ i upućuje se da ih vrati, a ako je sve knjige vratio donosi se odluka o mogućnosti prijave završnog rada.

Slika 9: Proces provjera uplata



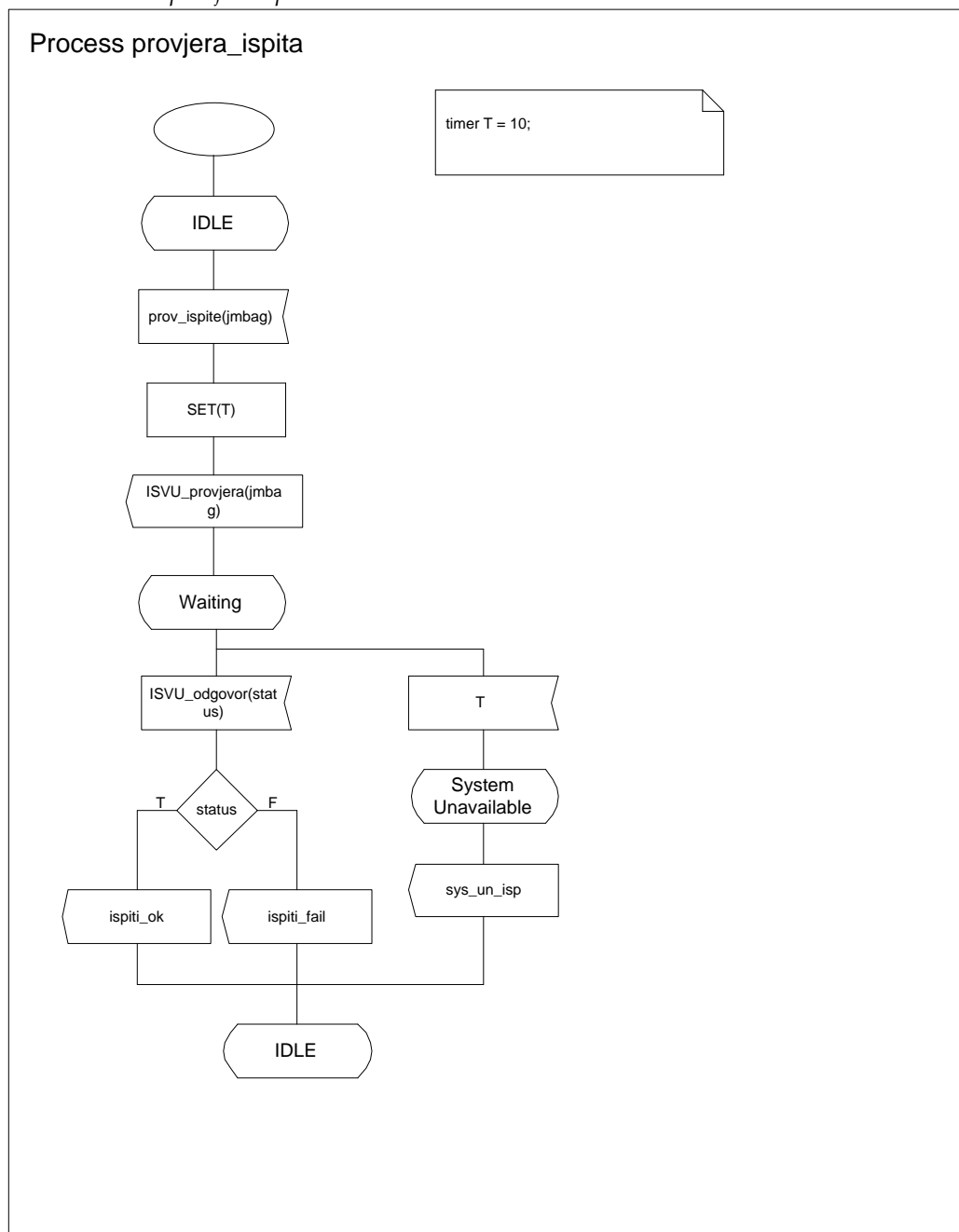
Proces „provjera uplata“ opisuje provjeru je li student platio sve školarine. Ukoliko ih nije platio šalje se negativan odgovor studentskoj referadi, a ako je sve uplaćeno šalje se pozitivan odgovor.

Slika 10: Proces provjera knjiga



Proces „provjera knjiga“ opisuje kako se provjeravaju je li student vratio sve posuđene knjige tijekom studiranja u knjižnicu. Ako nije vratio šalje se studentskoj referadi negativan odgovor, a ako je šalje se pozitivan odgovor.

Slika 11: Proces provjera ispita



Proces „provjera ispita“ opisuje kako se preko ISVU sustava provjerava je li student položio sve ispite. Ukoliko nije položio pojavljuje se negativan odgovor, a ako je položio pojavljuje se pozitivan odgovor.

7. Zaključak

Informacijska tehnologija (IT) predstavlja kritičnu komponentu današnjeg poslovanja pa tako i modernog visokog obrazovanja. Studenati novih generacije sve više koriste online sadržaje, odrasli su u računalnom okruženju i njihov alat nije bilježnica i olovka nego prijenosno računalo, tablet računalo, mobilni uređaji nove generacije itd. Jedna od novijih tehnologija je Cloud Computing koja predstavlja kompletnu transformaciju u tehnološkoj industriji. Implementacija Cloud – a u obrazovanju ubrzat će i olakšati procese kao što je npr. prijava završnog rada studenta što je prikazano u *Specification and Description Language (SDL)*.

LITERATURA

- Armbrust, M. i sur (2009): Above the Clouds: A Berkeley View of Cloud Computing, Technical Report No. UCB/EECS-2009-28, EECS Department, University of Berkeley, California, 3
- Badger, L., et. al. (2011): *DRAFT Cloud Computing Synopsis and Recommendations, Recommendations of the National Institute of Standards and Technology*, U.S. Department of Commerce, National Institute of Standards and Technology, Information Technology Laboratory, 4-13
- Badger, L., i sur. (2011): *DRAFT Cloud Computing Synopsis and Recommendations, Recommendations of the National Institute of Standards and Technology*, U.S. Department of Commerce, National Institute of Standards and Technology, Information Technology Laboratory, 2-1.
- Britto, M., (2012): Cloud Computing in Higher Education, University of Wisconsin–Milwaukee, Milwaukee, Wisconsin, United States, Library Student Journal
- CarNet: Cloud computing NCERT-PUBDOC-2010-03-293 (<http://www.cert.hr/sites/default/files/NCERT-PUBDOC-2010-03-293.pdf>)
- Gartner (2010): Cloud Computing: Defining and Describing an Emerging Phenomenon, ID Number: G00156220, 17 June 2008,
- Hugos, M., Hultizky, D. (2011): Business in the Cloud: WHAT EVERY BUSINESS NEEDS TO KNOW ABOUT CLOUD COMPUTING, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Kapes, B. (2011): UNDERSTANDING THE CLOUD COMPUTING STACK: SaaS, PaaS, IaaS (dostupno na: www.rackspace.com/cloud/cloudu)
- Mark, E.A., Lozano, B., (2010): EXECUTIVE'S GUIDE TO CLOUD COMPUTING, John Wiley & Sons, Inc., 172-173
- Mell, P., Grance, T (2011): *The NIST Definition of Cloud Computing*. U.S. Department of Commerce, National Institute of Standards and Technology, Information Technology Laboratory.
- Stanoevska-Slabeva, K., Wozniak, T., Ristol, S. (2010): Grid and Cloud Computing- A business Perspective on Technology and Applications, Springer
- Žganec, T. (2011): *Ni na nebu ni na zemlji*, Osvrt: WinDays 11, U: InfoTrend, no.184, 07/2011, ur: Kosec, B.

COGNITIVE NETWORKS THE NETWORKS OF THE FUTURE

KOGNITIVNE MREŽE - MREŽE BUDUĆNOSTI

Valter Popeškić, Božidar Kovačić

*Odjel za informatiku, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, Hrvatska
Department of Informatics, University of Rijeka, Rijeka, Croatia*

Abstract

Today's computer networks will not be able to resolve the tangled problems that emerge from increasingly throughput-demanding services after their need for resources exceed the capabilities of today's networking technologies. Cognitive networks have the means to resolve this issue incorporating intelligence to the network functions. Introduction to Cognitive network as a concept brings the view into the future of communication, information and learning using modern technology. A cognitive

Sažetak

Današnja tehnologija računalnih mreža neće biti u stanju riješiti kompleksne probleme proizašle iz sve zahtjevnijih usluga. Potrebe za količinom mrežnog prometa budućih usluga koje će se koristiti u komunikaciji premašiti će mogućnosti današnjih mreža. Kognitivna mreže imaju potencijal za rješavanje ovog problema uključivanjem inteligencije kao nove komponente u mrežnoj tehnologiji. Kognitivne mreže kao koncept donose pogled u budućnost komunikacije, informiranja i učenja korištenjem

network is a network consisting of elements that reason and have the ability to learn. In this way they self-adjust according to different unpredictable network conditions in order to optimize data transmission performance. In a cognitive network, judgments are made to meet the requirements of the network as an entire system, rather than the individual network components. The main reason of the emergence of cognitive networks is to achieve the goal of building intelligent self-adjustable networks and in the same time improve the performance. Intelligent self-adjustable networks will be able to use intelligence to determine ideal network operating state for many tunable parameters.

Keywords

Cognitive network, dynamically changing state, network intelligence, network design, future development.

moderne tehnologije. Kognitivne mreže su mreže sastavljene od elemenata koji imaju razum i sposobnost učenja. Tim se načinom mrežno stanje samostalno podešava s obzirom na trenutne uvjete kako bi se optimizirale performanse prijenosa podataka. Kod kognitivnih mreža, prosudbe se donose kako bi udovoljile zahtjevima mreže kao cjelovitog sustava, umjesto zahtjevima pojedinih mrežnih komponenti.

Glavni razlog nastajanja kognitivnih mreža je razvoj inteligentnih samopodesivih mreža koje u isto vrijeme donose znatno poboljšanje performansi. Inteligentne samopodesive mreže moći će koristiti inteligenciju kako bi odredile idealno stanje mnogih podesivih parametara.

Ključne riječi

Kognitivne mreže, dinamička prilagodba stanja, mrežna inteligencija, mrežni dizajn, razvoj mreža u budućnosti.

Cognitive Networks

The world is a living witness of the beginning and development of wireless technology. From communication to networking, wireless technology has been part of the personal and professional lives of people. Today's world is obviously operated by technology with the presence of wireless gadgets ranging from big to small sizes with varying costs. Since problems arise due to the increasing demands in services concerning networking technologies, cognitive networks can be used as a resolution. The present technology used in data networking is limited and not open to possible changes leading to low quality performance and results. The limitations of the current data networking technology include the limitations in response, state and scope mechanism, which lead to the incapability of network elements such as nodes, protocol layers, policies and behaviours to perform intelligent adaptations. With this, the concept of cognitive networks is to be presented to the people for their comprehension on its benefits on modern ways of communication, information and learning.

Thomas¹⁸⁴ defined cognitive networks (CN) as a network with a cognitive process that can perceive current network conditions, plan, decide, act on those conditions, learn from the consequences of its actions, all while following end-to-end goals. The authors also added that the loop also referred as the cognition loop can has the ability to sense the environment, plan action as based on the inputs from sensors and network policies, decide the best scenario for its end-to-end purpose with its reasoning engine and act on the selected scenario. Cognitive networks are said to learn from the former situations, plans, decisions and actions and can use its knowledge to improve future decisions. Cognitive networks are formed when a collection of communication nodes organize to achieve network-level goals with the aid of some form of cognitive processing. The concept is an outgrowth of research in cognitive radios, which couples intelligent, or cognitive, processing with a platform that provides the ability to both sense the radio environment and react by changing its configuration (Friend, 2009).

According to Mathur and Subbalakshmi¹⁸⁵, cognitive radio is characteristically related with the opportunistic use also termed as secondary users who utilize the unused parts of primary users' spectrum.

¹⁸⁴ Qusay H. Mahmoud (2007.), Cognitive networks: towards self-aware networks

¹⁸⁵ Qusay H. Mahmoud (2007.), Cognitive networks: towards self-aware networks

The secondary users are usually with license but have the ability to sense white spaces in the spectrum of licensed primary users. These secondary users must not cause harmful interference to primary users. Priority access to the spectrum is given to primary users this requires the secondary users to vacate the bands when primary users ask to.

The term cognitive is related to the ability of a network to be aware of its operational status and adjust its operational parameters to fulfill specific tasks, such as detecting changes in the environment and user requirements (Kliazovich & Granelli, 2010). In a cognitive network, autonomous and adaptive radios select their operating parameters to achieve individual and network-wide goals (Komali *et al.* 2010). Research in cognitive networks seeks to provide a solution to the difficulty of electively using the expanding capabilities of wireless networks by embedding greater degrees of intelligence within the network itself (Friend, 2009). Cognitive networking is rich with opportunities for novel research. The areas of learning and reasoning are particularly ripe and central to the success of cognitive network implementations (Friend *et al.* 2007).

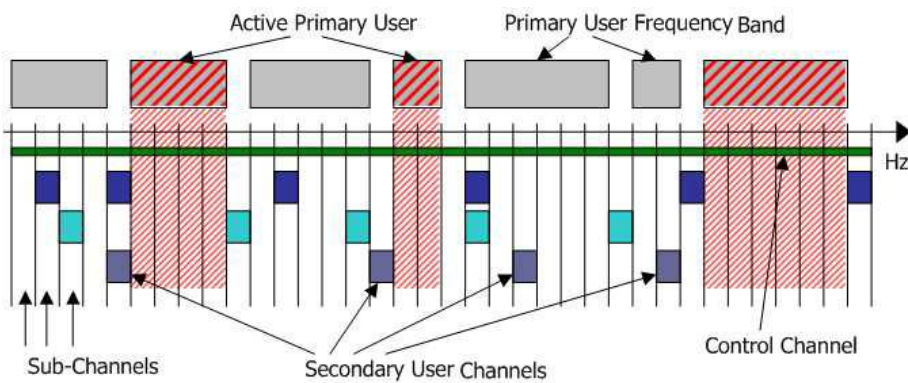


Figure 1: Spectrum pooling idea (Mahamuni *et al.* 2010)

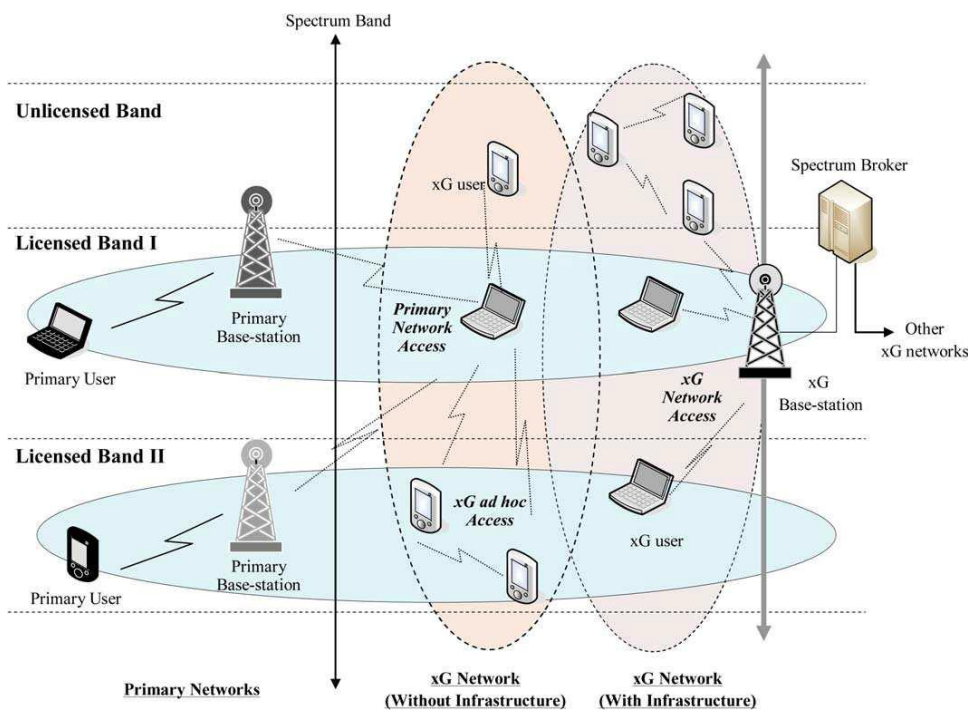


Figure 2: Cognitive radio system

Mahmoud¹⁸⁶ mentioned the different definitions of Cognitive Networks from various authors. Sifalakis *et al.* (2004) defined cognitive network as a networks with a capability to adapt itself in response to conditions and events based on reasoning and the prior knowledge that it has acquired. Whereas Boscovic's (2005) definition for cognitive network was a network that can perform dynamic alteration on its topology and/or operational parameters to answer the necessities of a specific user while enforcing operating and regulatory policies and optimizing overall network performance. In general, cognitive network is a type of network, wireless or not, that has a capability to think learn and remember. To add, cognitive networks are unique because of its capabilities such as self optimization, self monitoring, self repair, self protection, self adaptation and self healing. In order to optimize network operation, reconfiguration, management, and improving performance, a proposal to introduce self-awareness, self-management, and self-healing properties by bringing "intelligence" into the network, creating a new paradigm in networking, referred to as cognitive networking (Kiliazovich & Granelli 2010). One of the key requirements of a cognitive network is to learn the relationships among network protocol parameters spanning the entire stack in relation with the operating network environment (Quer, 2011). Certain cognitive networks are structurally similar to one another. The network and cognitive element objectives align in a manner that, when particular strategies are used by the cognitive elements, the network can be assured of converging to desirable network and cognitive element performance. When it is possible to identify this similar underlying structure, we say that the cognitive networks that share this similarity are part of the same class (Thomas, 2007).

Boutaba and Xiao (2007), discussed the capability of cognitive network to self-manage. The self management vision cited IBM's research on "autonomic computing", a term defined as a distributed system where a set of software/network components can regulate and manage themselves in areas of configuration, fault, performance and security in order to achieve some common user-defined objectives. According to the self management vision, the four *self* properties of autonomic computing are: *self configuration* which enables the entities to automate system configuration following high level specifications while self organizing desirable structures and/or patterns; *self optimization* allows entities to constantly look for improvement on their performance and efficiency while adapting to environmental changes without inputs from humans; *self healing* enables automatic detection, diagnosis and recovery from faults resulting from internal errors or external inconsistencies; lastly is the *self protection* capability which allows the entities to have automatic defence against malicious attacks while isolating attacks for the prevention of system-wide failures.

Self managing networks face challenges. These networks must undergo laborious and careful engineering to assure the system's validity, consistency and correctness from the time of its development until operation and removal. Monitoring should also be performed as it has a supreme importance in self managing networks. This may answer questions like when and where to monitor. Since cognitive networks are known for learning and reasoning, knowledge is considered to be critical to autonomic reasoning, analysis and decision making. Questions concerning the determination of over-all system behaviour from interactions of individual components, coordination resulting to achievement of system-wide objectives and the likes are answered by interactions among autonomic components or autonomic systems.

System stability, robustness, resilience and correctness are also challenges faced by self managing networks. Although not easily understood, Boutaba and Xiao (2007) explained these in the form of questions like How does localized reasoning based on limited information lead to stable global behaviour? How does one avoid global inconsistencies and undesirable system behaviours in autonomic systems? As mentioned by other studies, cognitive networks must adapt to environmental changes. This characteristic will provide consistency and maintenance of optimality of the system. Successful network design should make assumptions explicit, handle common failures, understand the interactions between different control loops, make goals explicit, make systems more user friendly and understandable and have built in validation according to Boutaba and Xiao (2007).

Self optimization is a characteristic that enables the system to provide data service requests the optimum resource distribution amongst a group of data servers. Self optimization may be related to QoS performance management, resource scheduling, queuing modelling and management of multi-tier network

¹⁸⁶ Qusay H. Mahmoud (2007.), Cognitive networks: towards self-aware networks

applications. Efficient self-healing and protection mechanisms require the autonomic system to be predictive about the status of its environment and itself, and be able to reason about the changing environment for the purpose of fault localization and recovery (Boutoba & Xiao, 2007). Self organization is necessary for the achievement of comparable constructs including clustering and election in networks utilizing stigmergy concepts. As the primary function of a network is to transport traffic between source and destination nodes with efficiency, it is important to examine the concept of stability in the context of network paths (Boutoba and Xiao, 2007). The idea of self-organization is implicit in society design; furthermore software agents are designed to operate in large, distributed environments (Thomas, 2007).

Cognitive radio¹⁸⁷ (CR) today includes a relatively wide range of technologies for making wireless systems computationally intelligent. This has resulted from an interdisciplinary integration of complementary but somewhat isolated technologies: perception, planning and machine learning technologies from artificial intelligence on the one hand, and on the other hand software radio technologies that had come to include self-description in the extensible markup language, XML (Mitola, 2007).

Killiazovich and Granelli (2010) cited the similarities of cognitive networks to cognitive radio. According to the authors, cognitive radio provides efficient and dynamic spectrum access by adaptively changing transmission and reception parameters to avoid interference with other communication systems. In contrast, cognitive radios operate locally at the radio link level whereas cognitive networks perform with an end-to-end optimization. Thomas (2007) cited Mitola (2007) views of cognitive radio which according to him was built upon the foundation of system defined radio (SDR) and defined as “a radio that employs model-based reasoning to achieve a specified level of competence in radio-related domains”. Another citation used by Thomas (2007) was Haykin’s (2005) who defined cognitive radio as an “intelligent wireless communication system that is aware of its surrounding environment (i.e., outside world), and uses the methodology of understanding by building to learn from the environment and adapt its internal states to statistical variations in the incoming radio frequency stimuli by making corresponding changes in certain developing parameters (e.g., transmit power, carrier frequency, and modulation strategy) in real time, with two primary objectives in mind: highly reliable communications whenever and wherever needed and efficient utilization of the radio spectrum”. Cognitive radios offer the requisite agility in employing dynamic spectrum selection by rapidly adapting itself to changes in spectral usage with interoperability among multiple interface standards (Pitchaimani *et al.* 2007). Emerging cognitive radio technology has been identified as a high impact disruptive technology innovation, that could provide solutions to the “radio traffic jam” problem and provide a path to scaling wireless systems for the next 25 years (Steenkiste *et al.* 2009).

Thomas (2007) also discussed that cognitive radio’s knowledge are comprised within a modelling language like Radio Knowledge Representation Language (RKRL). RKRL is defined as an instantiation of Knowledge Query Markup Language (KQML) which is a language of interaction created for communication between software agents. KQML is said to be based on Standard Generalized Markup Language (SGML) which enables expression and exchange of information between intelligent agents and other entities. KQML is also intended to make and react to information requirements and identification of qualified agents.

According to Mitola (2007), RKRL is composed of components including the mappings between the real world and the various models formed by the cognitive process, a syntax defining the statements of the language, models of time, spaces, entities and communications among entities such as people, places and things, an initial set of knowledge including initial representation sets, definitions, conceptual models, and radio domain models, and lastly, mechanisms for modifying and extending RKRL. Cognitive networking is different from cognitive radios or cognitive radio networking in that the latter two typically apply cognition only at the PHY layer to dynamically detect and use spectrum holes, and focus strictly on dynamic spectrum access (Quer, 2011).

¹⁸⁷ Ryan W. Thomas (2007.), **Cognitive Networks**

The main motivation behind cognitive radios has been to increase spectrum utilization by allowing the unlicensed (secondary) users to opportunistically access the frequency band actually owned by the licensed (primary) user. In contrast to other network security architectures, in cognitive radios networks, the users are categorized into two distinct classes: primary users and secondary users (Mathur & Subbalakshmi, 2007).

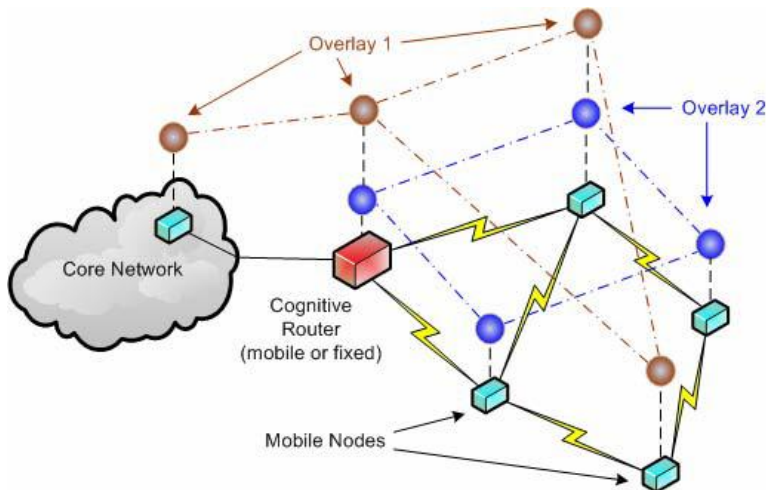


Figure 3: Cognitive wireless network with multiple network-layer overlays (Pitchaimani *et al.* 2007)

Mitola added that awareness stops short of perception and it is required for adaptation. However, awareness does not give guarantee that adaptation would be performed. One example the author has prepared is “embedding a GPS receiver into a cell phone makes the phone more location-aware, but unless the value of the current location is actually used by the phone to do something that is location-dependent, the phone is not location-adaptive, only location aware. These functions are a subset of the CRA that enable adaptation”. *Perception functions of radio* enables the identification of track knows, unknowns and backgrounds in an available sensor domain. The author defined backgrounds as subsets of a sensory domain that share common features that entail no particular relevance to the functions of the radio. *The sensory functions of radio* is described as hardware and/or software capabilities that allows a radio to measure sensory domain features. These sensory domains are anything that can be sensed including audio, video, vibration, temperature, time, power, fuel level, ambient light level, sun angle, barometric pressure, smell etc. According to Mitola (2007), sensory domains for fixed infrastructure could include weather features like ultraviolet sunlight, wind direction and speed, humidity, traffic flow rate or rain rate. All of these roles are under the CRA which allows perception.

The cognitive cycle discussed by Mitola (2007) stated with a stimuli entering the cognitive radio. This interrupts the sensory and results to removal of the cognition cycle creating a response. The cognitive radio’s flow of control may possibly move in the cycle from observing the action in a single processor inference system. Whereas, in a multi-processor system, there are parallel and complex temporal structures of sensing, pre-processing, reasoning and acting. CNs represent the evolution of the CR concept that has swept the radio communications field by storm. Although the concept of CNs may seem an extension of CRs, it should be noted that most CR research has focused on how changes to the physical layer affect the radio (Thomas, 2007). Cognitive radios offer the promise of being a disruptive technology innovation that will enable the future wireless world. Cognitive radios are fully programmable wireless devices that can sense their environment and dynamically adapt their transmission waveform, channel access method, spectrum use, and networking protocols as needed for good network and application performance (Steenkiste *et al.* 2009).

The field of machine learning attempts to characterize how such changes can occur by designing, implementing, running, and analyzing algorithms that can be run on computers (Dietterich & Langley,

2003). The discipline adapted by cognitive networks are based on ideals from various fields such as cognitive psychology, information theory, logic, complexity theory, statistics and operation research. All of these disciplines are intended to achieve the cognitive networks' goal to understand and to acquire learning for a better and more concrete reasoning in the future.

Mitola *et al* (2007) stated that the cognitive cycle consisted of six processes including observation, orientation, planning, learning, decision making, and action. Likewise, Kiliazovich and Granelli (2010) discussed that the fundamental techniques that enable cognitive properties of networking algorithms are summarized into functions such as observation, analysis, decision making and action. Functions including analysis and decision making receive feedback depending on the observation to give action commands to the action elements. Cognitive networks should use observations of network performance as input to a decision-making process and then provide output in the form of a set of actions that can be implemented in the modifiable elements of the networks. Ideally, a cognitive network should be forward-looking, rather than reactive, and attempt to adjust to problems before they occur (Friend, 2009).

Cognitive networks are intended to create dynamic wireless networks with no topology set in advance and to launch dependable communications using large scale wireless networks. A typical cognitive network has the following four major phases of operation: Observe, Learn, Plan and Decide, and Act. The Observe phase focuses on sampling the network protocol parameters as a function of time (Quer, 2011). Learning is considered as the core of the cognitive system. It gives the functional elements the capability to execute various actions depending on past experiences. Learning is a function of perception, observations, decisions and actions. Initial learning is mediated by the Observe-phase perception hierarchy in which all sensory perceptions are continuously matched against all prior stimuli to continually count occurrences and to remember time since last occurrence of the stimuli from primitives to aggregates (Mitola, 2007). The learning process includes an important portion which is the feedback adaptation loop. This loop enables the cognitive system to examine the reactions towards an action performed by doing observations, analysis and decision making. Upon the performance of these actions, a conclusion would be yielded which will be stored in the system for future references.

The reasoning and learning mechanism distinguishes the cognitive process from the adaptive process. In the cognitive routing algorithm, the reasoning and learning entity evaluates the execution results of routing policy and then amends the policy selection algorithm and routing policy itself (Hongyan *et al.* 2010).

Thomas (2007) used the definition of Thathachar (1999) of *machine learning* which is any algorithm that improves its performance through experience gained over a period of time without complete information about the environment in which it operates. This definition gives the cognitive network a comprehensive possibility of probable mechanisms used in learning. Aside from learning, reasoning is one of the characteristic of a cognitive network. Thomas (2007) used the definition of reasoning provided by Papadimitriou (2001) which is the immediate decision process, using historical and current knowledge, that chooses the set of actions for the network. Whereas learning is considered as a long-term process of gaining knowledge from former actions resulting to improvement of future reasoning. According to Thomas (2007), the actual reasoning process may have various forms like pure or hybrid versions but any reasoning method should have the capacity to give solutions faster than the changes on network state.

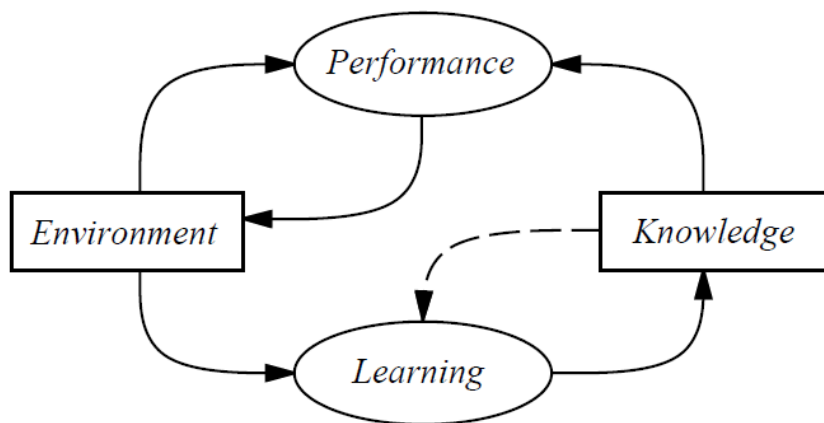


Figure 4: Relationship between learning, performance, knowledge, and the environment (Dietterich & Langley, 2003)

Dietterich and Langley (2003), discussed the three broad formulations of machine learning. According to the authors, the most common formulation focuses on learning knowledge for the performance task of *classification* or *regression*. Classification comprises the test case assignment to one of a finite set of classes while regression involves the prediction the value of cases on some continuous variable or attribute. This formulation enables a description of specific situation in terms of node connections and whether numeric attributes at one node are higher than those at an adjacent node. Another under this formulation are *unsupervised learning* which anticipates training cases without related classes or values for the attribute to be predicted given to the learner whereas *supervised learning* is described otherwise. A formulation called *semi-supervised learning* according to Blum and Mitchell (1998), this formulation falls between the two approaches which are the *supervised* and *unsupervised learning*. According to the authors, some of the training instances come with associated classes or value for predicted attributes while typically or majority of the classes do not possess information in this framework.

The second broad formulation according to Dietterich and Langley (2003) addresses learning of knowledge for selecting actions or plans for an agent to carry out in the world. Approaches under this formulation can be used form problem solving, planning and scheduling. These approaches are also utilized in making cognitive choices for future actions instead of instant actions in the environment. The last broad formulation is concentrated on learning knowledge that enables a user to interpret and comprehend situations or events. To sum up, these formulations recommend various approaches to the diagnostic task during the process of learning to support the task. These are also used as criteria for evaluation of the success of the learning component.

According to Thomas, complexity, wireless networking and Quality of Service (QoS) are the problems from which the requirements and motivations for cognitive networks were born. Thomas (2007) defined complexity as a term used to describe many large, disordered systems of interactions; wireless networking as a rapidly growing area of networking that exhibits many of the features of complexity and; QoS¹⁸⁸ as the original motivation for end to end network control. Network complexity involves the functions of the number of nodes, communication medium, protocols and alternate routes working in particular network. The relation of the wireless nodes to the network complexity is its capacity to change the notion of connectivity. . In cognitive networks, all nodes track the spatial, temporal, and spectral dynamics of their own behavior, as well as of the environment. The information gathered is used to learn, plan and act in a way that meets network or application Quality of Service (QoS) requirements (Quer, 2011). QoS has seen a dilution in meaning, with many previously unrelated metrics being including in the definition. This dilution

¹⁸⁸ Erol Gelenbe, Ricardo Lent, Alfonso Montuori , and Zhiguang Xu School of Electrical Engineering and Computer Science University of Central Florida Orlando, Cognitive Packet Networks: QoS and Performance

may be related to the fact that while networks operate as collections of connections, for the user (regardless of what application they are using) the only connection that matters is his end-to-end connection. This desire for an end-to-end viewpoint can be seen as desirable for most network (as opposed to network node) operations (Thomas, 2007). Cognitive networks are motivated by complexity. Particularly in wireless networks, there has been a trend towards increasingly complex, heterogeneous, and dynamic environments. While wired networks can also take on any of these characteristics and are not excluded from potential cognitive network applications, wireless networks are a natural focus of research in complex networks because of the significant additional complexity introduced by the wireless medium (Friend, 2009).

Dietterich and Langley (2003) also discussed the three capabilities that the vision of the Knowledge Plane (Clark, 2002; Partridge, 2003) assumes in terms of cognitive functionalities. These three capabilities are anomaly detection and fault diagnosis, responding to intruder worms, and rapid configuration of networks. Anomaly and fault diagnosis answers to the detection of unusual and undesirable behaviours, diagnosis of faults, isolation of sources, and repair of problem. The first activity called *anomaly detection* is the capability to recognize the unusual and undesirable occurrence in a particular network. An anomaly is defined as a low probability state of network (Dietterich and Langley, 2003). *Fault isolation* entails the identification of locus of an anomaly or fault within a network. Whereas, *diagnosis* is the process of making some conclusions about the cause of the anomalous behaviour. This activity may constitute the detection of old problems that had existed before or a new recognized problem. It is important to know that once diagnosis is performed, repair should follow. Responding to intruders and worms may be performed by prevention tasks which enable the manager to minimize the possibility of future intrusions by performing security audits. These security audits involve testing of the computers' weaknesses, vulnerabilities and exposures to intrusions. Next method of responding to intruders and worms is the detection task, wherein the detection of intrusion has already been established. This activity aims to reduce the window of permeability. Lastly, the response and recovery tasks is done when a diagnostic intrusion is available. This activity aims to reduce the effect of the intrusions on the operations by trying to narrow the window of compromisibility. As cognitive networks rely on knowledge acquisition and exchange between network nodes to ensure proper function, it is likely that the knowledge management processes will be the target of attacks (Debar, 2007).

The adaptation of criteria for effective Cognitive Specification Language (CSL) was performed by Thomas (2007). The author stated that the criteria that were adapted are just measured of successful CSL and not requirements. The criteria included expressiveness, cognitive process independence, interface independence and extensibility. Expressiveness is a characteristic of a CSL which enables it to specify a wide variety of end-to-end goals. These expressions include constraints, goals, priorities and behaviours towards a cognitive element in a specific process. In addition, the author said that expressiveness of a CSL should enable it to express new goals without the need of a new language. Cognitive process independence makes the CSL independent from the cognitive process architecture and functionality's dictations. This characteristic allows the system to be reused with slight alterations. Interface independence enables the user to be presented as an abstract interface regardless of the distribution or centralization in operation of the cognitive process. Just like the cognitive process independence, this characteristic results to reusability of the system. Lastly is the extensibility which enables CSL to adapt to new network elements, applications and goals. The overall goal of any technology is that it meet some need in the best way possible for the least cost. With the rest half of this goal in mind, a cognitive network should provide, over an extended period of time, better end-to-end performance than a non-cognitive network (Friend, 2009).

Kiliazovich and Granelli (2010) stated that there are two main driving forces for cognitive networks. These are technological and business oriented. The authors mentioned that from the technological perspective, cognitive networking is seen as a logical evolution towards the definition of a united QoS aware environment while covering multiple technologies currently present in the wireless network domain. The perspective of the business side on cognitive networks is that it will increase profits for wireless service providers through reduction of cost and development of new revenue streams by having the heterogenous wireless access solutions. According to the authors, the benefits of cognitive networks on businesses are the possibility to rely on common hardware and software platforms while simultaneously supporting the

evolution of radio technologies, development of new services, minimization of infrastructure upgrades, accelerated innovation and maximization of return-on-investment through the reuse of currently available network equipment. Efficient service preparations and implementations can also be achieved with the use of cognitive networks by continuously analysing the configuration and performance of a network segment.

The perspective of business on cognitive networks relates to Strassner's (2007) statements on the role of autonomic networking in cognitive networks. The author stated that the network equipment vendors, service providers and network operators responded to the desire of consumers to have more for less by creating and manufacturing smarter devices packed with features.

Strassner (2007) included at least five sources of complexity concerning the autonomic networking in cognitive networks. First complexity is the separation of specific information relating to both business and technology followed by inherently different network management data which cannot be harmonized. Third complexity is the lacking of common design philosophy used by all components which results to the inability to cope with new functionality and new technologies. Fourth complexity is the isolation of common management data into separate repositories, and lastly, the inability of the user to respond to environmental changes over the course of the system lifecycle.

According to Strassner (2007), autonomics is the first and foremost *a way to manage complexity*. It is said that the networking analogy of autonomics are the manual which can be compared to the functions of the body, the time consuming tasks executed by the network administrator, planning and optimization of the network which are comparable to the complex cognitive functions of the brains. In general, these autonomics are created to perform tasks that are time consuming to make humans more resourceful. However, this does not mean that autonomics can replace humans. Complexity, particularly in wireless networks, is a problem that cannot be solved or understood easily using local and reactive networking protocols. The layered approach to the network stack at times prevents the network from achieving end-to-end goals. Although other networking concepts have addressed some of these shortcomings, none have addressed all of them (Thomas, 2007).

While it is tempting to convert the most human-like cognitive architectures to cognitive network architectures, we must not forget that the purpose of the cognitive network is to exchange data between users and applications within the network. Therefore, it may be appropriate to simplify a human-like cognitive architecture to remove the elements that are superfluous to the achievement of that purpose (Thomas, 2007). Kliasovich and Granelli (2010) mentioned the different researches on cognitive networks. First project that the authors cited was the E²R (End-to-end Reconfigurability) by Bourse *et al.* (2003) which benefit from the Next Generation Network (NGN) and utilizes a wide range of network technologies including cellular, fixed and WLAN. Next is the m@ANGEL platform by Demestichas *et al.* (2006) which brings in a special method of solution for mobility problems in heterogenous network environments with the assistance of cognition. m@ANGEL platform is said to have two planes which are the infrastructure plane comprised of reconfigurable elements like hardware transceivers, base stations and network core and the management plane is composed of the m@ANGEL entities. The functions of these entities are for monitoring, resource brokerage, goals management and reconfigurable element control. CogNet (Cognitive Complete Knowledge Network) is a research that proposes new cognitive network architecture for the maintenance of layered abstraction of TCP/IP protocols stack. CogNet's exceptional propose architecture is that the cognitive functions executed in intra-layer cognitive elements are disseminated between various protocol layers. Whereas the proposal of Thomas *et al.* (2006) comprised of three horizontal layers wherein the top layer represents the elements responsible for specification and interpretation of user/application requirements into goals that can be understood by cognitive process. Gelenbe *et al.* (1999) suggested a cognitive packet networks which moves routing and flow control capabilities from network nodes into packets.

Communication networks have traditionally been engineered following the principle of protocol layering. This means designing specific network functionalities (such as flow control, routing, medium access) in isolation from each other, and putting together the

complete system through limited interfaces between the *layers* performing these specific tasks (Srivastava & Motani, 2007). The CN must support trade-offs between multiple goals, whereas cross-layer designs typically perform single objective optimizations. Cross-layer designs perform independent optimizations that may not account for the end-to-end performance goals. Trying to achieve each goal independently is likely to be sub-optimal, and as the number of cross-layer designs within a node grows, conflicts between the independent adaptations may lead to adaptation loops (Thomas, 2007). Cross layer design proposal's principles are concentrated on rapid prototyping, transferability and efficient application of cross-layer entities while maintaining TCP/IP modularity. The following are several cross layer signalling architectures have been proposed under this framework as discussed by Kliazovich and Granelli (2010): *Interlayer signalling pipe* which is one of the first approaches utilized for the implementation of cross-layer signalling. This architecture enables the propagation of signalling messages layer-to-layer along with the packet data flow. However, the disadvantage of interlayer signalling pipe is the limited propagation of the signalling information to the course of the packet flow which results to inappropriate cross-layer schemes which require instant signalling. Next architecture is the *Direct interlayer communication* which is another signalling method proposed by (Wang & Abu-Rgheff, 2003) which aims to improve the interlayer signalling pipe method by introducing signalling shortcuts which are performed beyond control. In this way, the proposed Cross-Layer Signaling Shortcuts (CLASS) approach allows non-neighboring layers of the protocol stack to exchange messages, skipping processing at every adjacent layer (Kliazovich & Granelli, 2010). *Central cross layer plane* is said to be the most widely proposed cross layer signalling architecture as it is executed in parallel to the protocol stack. In the study of Quer (2011), it was stated that adapted cognitive networking architecture does not adopt a fully cross-layer approach, but keeps the layered structure of the network intact. At the same time, however, it uses some cross-layer principles, as the core of the cognitive architecture is the BN that represents the relationships among network parameters belonging to different layers.

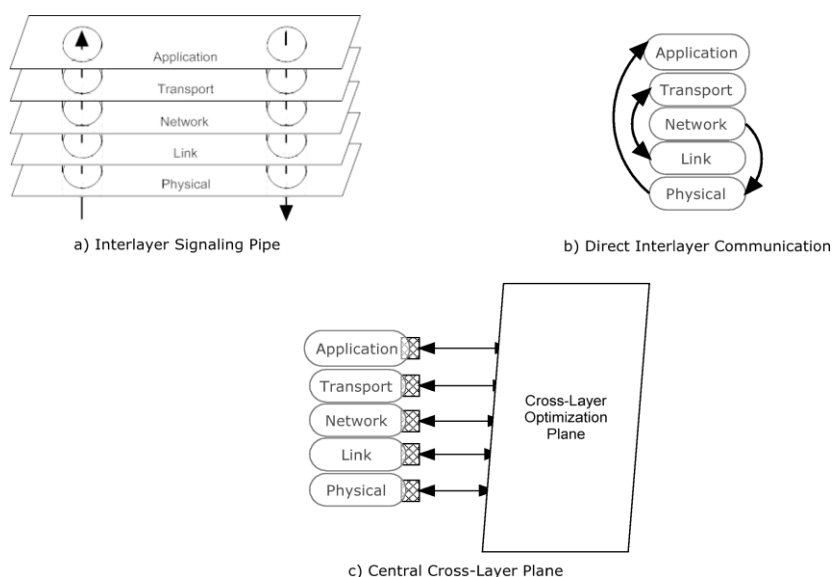


Figure 5: Architectures and Cross-Layer Design for Cognitive Networks (Thomas, 2007).

Bayesian networks (BNs) are methodologies comprised of reasoning under uncertainty. The uncertainty may be a consequence of limited observations, noisy observations, unobservable conditions or unsure states or uncertain relationships concerning inputs, states and outputs found in a system. All of these causes for uncertainty are common in communications networks. In particular, the ability of cognitive networks to potentially control parameters at different layers in the protocol stack gives rise to concern over interactions between different protocol layers, interactions that are currently not well understood.

Summary

This work is written to be an early insight of the new emerging technology called Cognitive Network and

whole new technology field Cognitive Networking. Today in the world we have some examples of the implementation of cognitive networking but only in the form of Wireless sensor networking. In these technologies each network node has the ability to modify his state based on the intern calculations that are based on the information from other sensors in surroundings. The word cognitive is simply taken to represent this ability to make decision about state change by itself.

The Cognitive Networks are more than that in every way but Wireless sensor networks are the simplest cognitive network system and the only one in use today. In the future we will have much more complex network nodes that will be able to make our network run faster, safer and in the same time have the ability to adapt and change the complete way of designing network infrastructure. To be completely honest, maybe there will not be nodes at all, in the way we are used to see the network nodes today.

This is what is this document all about. Its about giving a summary of all the best Cognitive Network ideas in the worlds biggest networking minds with a bit of my imagination on the top of them.

Throughput-demanding services in the future will eat the whole internet network alive. The technology use today to make the communication across the network possible is simply not enough to make computers from the future connect and communicate in right way. Computers in the future and most likely beginning to be simple consoles with big bright screens and all the computational part of the applications are on the server side. Welcome to the CLOUD. The buzzword in the IT world that will make todays network unusable in couple of years. All the applications will need more and more throughput and todays networking technology is not able to expand the speed on the network much more without serious change in the networking technology and design.

In this situation we are pointing our view to Cognitive Networking which will make our network go faster, be smarter and change we do networking.

Literature

1. Qusay H. Mahmoud (2007.), **Cognitive networks: towards self-aware networks** ISBN 978-0-470-06196-1
2. Beasley, Jeffrey S. (2009.), **Networking**, Second Edition ISBN-13: 978-0-13-135838-6 (hardcover w/cd)
3. Ryan W. Thomas (2007.), **Cognitive Networks**
4. Rajiv Ramaswami, Kumar N. Sivarajan, Galen H. Sasaki (2007.), **Optical Networks: A Practical Perspective** ISBN: 978-0-12-374092-2
5. Erol Gelenbe, Ricardo Lent, Alfonso Montuori , and Zhiguang Xu School of Electrical Engineering and Computer Science University of Central Florida Orlando, **Cognitive Packet Networks: QoS and Performance**
6. A. Manzalini, P.H. Deussen, S. Nechifor, M. Mamei, R. Minerva, C. Moiso, A. Salden, T. Wauters and F. Zambonelli, **Self-optimized Cognitive Network of Networks**

CORRELATION BETWEEN MEDIA PRODUCT QUALITY AND CROATIAN MEDIA ORGANIZATIONS PERFORMANCE INDICATORS

KORELACIJA KVALITETE MEDIJSKE PRODUKCIJE I POKAZATELJA USPJEŠNOSTI POSLOVANJA HRVATSKIH MEDIJSKIH ORGANIZACIJA

Mario Plenković¹, Slobodan Hadžić², Jelena Hadžić³

Department of Communication, Faculty of Graphic Arts, University Of Zagreb, Zagreb, Croatia¹; MediaNet, Zagreb, Croatia²; Presscut, Zagreb, Croatia³

Katedra za komunikologiju, Grafički fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska¹; MediaNet, Zagreb, Hrvatska²; Presscut, Zagreb, Hrvatska³

Abstract

The quality of media products in a dominantly neoliberal concept of media policy correlates with financial performance indicators of a media organisation, conglomerates and the industry. Convergence between and inside media organisations and convergence between media and other industries – telecommunications in particular – has not resulted with added value in financial performance indicators, as had been expected. The correlation between informativeness and media organisation performance indicators, types of their capital mergers and media industry in general, as showed in Croatian environment through a 2007-2011 longitudinal research with extrapolation of the key trends, poses before economic and media policy makers the task of finding a new model for survival of media organisations. The trends in the context of achieving the social functions of the media show a disproportion between expectations and real possibilities. The authors conclude that the converging media trends, in the context of achieving the social role of the media, show a disproportion between the quality of converging media production and the expected performance of Croatian media organisations."

Key words

media product, financial performance, media convergence

Sažetak

Kvaliteta medijske produkcije u dominantno neoliberalnom konceptu medijske politike korelira sa financijskim pokazateljima uspješnosti medijske organizacije, velikih medijskih konglomerata i sektora /industrije/ medija. Medijska konvergencija između i unutar sustava medijskih organizacija te između medijskih i ostalih sektora /industrije/, prije svega telekomunikacija (kao što se i predviđalo), nije rezultirala novim vrijednostima izraženim u financijskim pokazateljima poslovanja. U radu je provedeno longitudinalno istraživanje korelacije informativnosti konvergentnih medija s pokazateljima financijske uspješnosti medijskih organizacija u vremenskim granicama (2007.-2011.). Dobiveni istraživački rezultati su pokazali da korelacija kvalitete medijske produkcije i pokazatelja uspješnosti poslovanja hrvatskih medijskih organizacija, kao mogućih oblika njihovih kapitalnih udruživanja u industriji medija, ekstrapolacijom glavnih medijskih trendova, nalaže kreatorima ekonomske i medijske politike urgentnu obvezu pronalaženja novog optimalnog modela održivog gospodarskog preživljavanja medijskih organizacija, kao objektivno mogućeg stanja, na prostorima Republike Hrvatske. Autori zaključuju da konvergentni medijski trendovi, u kontekstu ostvarivanja društvene funkcije medija, pokazuju disproporciju između kvalitete konvergentne medijske produkcije i očekivane poslovne uspješnosti hrvatskih medijskih organizacija.

Ključne riječi

Medijska produkcija, medijska konvergencija, financijska uspješnost

**KOMUNIKACIJSKI
MENADŽMENT I ODNOSI S
JAVNOSTI(MA)**

**COMMUNICATION
MANAGEMENT AND PUBLIC
RELATION(S)**

COMMUNICATION IN NEGOTIATIONS

KOMUNIKACIJA U PREGOVARANJU

Ksenija Čulo, Vladimir Skendrović

*Građevinski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, Hrvatska; Ured Svjetske banke, Zagreb, Hrvatska
Faculty of Civil Engineering, Josip Juraj Strossmayer University, Osijek, Croatia; World Bank, Zagreb, Croatia*

Abstract

Reduced to its essence, negotiation is a form of interpersonal communication. Good communication is the most important prerequisite for successful negotiations. Communication is a two-way street that requires everyone involved to exchange messages. The goal is to make the own position or proposal understood by the other party, and this relies on communication ability. Therefore, negotiators need to express themselves clearly and concisely in order to speak with a devotion to the purpose of the negotiation. They should have both verbal and non-verbal skills in order to communicate effectively. There are certain techniques that can improve communication skills in a negotiation. In addition, successful negotiation requires accepting the other person despite differences in values, beliefs, education, ethnicity, or perspective. Communication processes are critical to achieving negotiation goals and to resolving conflicts. However, communication processes vary according to the formality of the negotiation situation. As the rules and procedures of negotiation, become increasingly detailed and specific, the impact of communication becomes less significant.

Key words

communication, negotiations, communication skills, communication techniques

Sažetak

Reducirano do svoje biti, pregovaranje je oblik komunikacije među osobama. Dobra komunikacija je najvažniji preduvjet uspješnog pregovaranja. Komunikacija je dvosmjerna ulica koja zahtjeva od svakog sudionika razmjenu poruka. Cilj je drugoj strani učiniti razumljivom vlastitu poziciju ili prijedlog, a to ovisi o sposobnosti komuniciranja. Zato se pregovarači trebaju jasno i koncizno izražavati kako bi predano govorili u odnosu na svrhu pregovaranja. Ako žele efektivno komunicirati, moraju imati i verbalne i neverbalne sposobnosti. Postoje određene tehnike koje mogu poboljšati komunikativne sposobnosti u pregovaranju. Uz to, uspješno pregovaranje zahtijeva prihvaćanje druge osobe bez obzira na razlike u vrijednostima, uvjerenjima, obrazovanju, narodnosti ili stavovima. Komunikacijski procesi su kritični za postizanje ciljeva pregovaranja i rješavanje sukoba. Ipak, komunikacijski procesi se razlikuju ovisno o formalnosti pregovaranja. Kako pravila i procedure pregovaranja postaju detaljnija i specifičnija, utjecaj komunikacije postaje sve manje značajan.

Ključne riječi

komunikacija, pregovaranje, komunikacijske sposobnosti, komunikacijske tehnike

Negotiation

Negotiation is a dialogue between two or more people or parties, intended to reach an understanding, resolve point of difference, or gain advantage in outcome of a dialogue, to produce an agreement upon courses of action, to bargain for individual or collective advantage and to craft outcomes to satisfy various interests of two parties involved in negotiation process. Negotiation is a process where each party involved in negotiating tries to gain an advantage for themselves by the end of the process. Therefore, negotiation is intended to aim at compromise. Negotiation occurs in business, non-profit organizations and government branches, legal proceedings, among nations and in personal situations such as marriage, divorce, parenting, and everyday life. Negotiations have particular importance in business. Some people say that “the business

life is a permanent negotiation with other people who are defending their own interests". Many people wrongly assume that nothing is negotiable unless the other party indicates that this is the case - a more realistic view is that everything is negotiable.

There are numerous definitions of negotiations. The simplest and most precise one was given by Richard Shell, in his book "Bargaining for Advantage" [1] wherein he defines negotiation as "an interactive communication process that may take place whenever we want something from someone else or another person wants something from us."

The list of reasons for choosing to negotiate is long. Among them are [2]:

- Test the strength of other parties;
- Obtain information about issues, interests and positions of other parties;
- Change perceptions;
- Buy time;
- Bring about a desired change in a relationship;
- Develop new procedures for handling problems;
- Make gains;
- Solve a problem.

Even when many of the preconditions for negotiation are present, parties often choose not to negotiate. Their reasons may include:

- Parties are fearful of being perceived as weak by a constituency, by their adversary or by the public;
- Discussions are premature. There may be other alternatives available--informal communications, small private meetings, policy revision, decree, elections;
- Negotiating could intensify the dispute;
- Parties lack confidence in the process;
- There is a lack of jurisdictional authority;
- Authoritative powers are unavailable or reluctant to meet;
- Meeting is too time-consuming;
- Parties want to avoid locking themselves into a position; there is still time to escalate demands and to intensify conflict to their advantage.

Whilst there are an infinite variety of negotiation scenarios, most negotiations are defined by three characteristics:

1. There is a conflict of interest between two or more parties. What one wants is not necessarily what the other want.
2. Either there is no established set of rules for resolving the conflict, or the parties prefer to work outside of an established set of rules to develop their own solution.
3. The parties prefer to search for an agreement rather than to fight openly, to have one side capitulate, to break off contact permanently or to take their dispute to a higher authority.

The principles of negotiation are not dependent on the identity of the parties involved, their cultures or the amounts at stake. The skill of negotiation can be applied universally - whether you are seeking a promotion, commissioning a nuclear power plant or simply buying a used car. Because negotiation is such a common problem-solving process, it is in everyone's interest to become familiar with negotiating dynamics and skills. A variety of conditions can affect the success or failure of negotiations. For a negotiation to result in positive benefits for all sides, the negotiator must define what is the problem and what each party wants. In defining the goals of negotiation, it is important to distinguish between issues, positions, interests and settlement options.

An issue is a matter or question parties disagree about. Issues can usually be stated as problems. Issues may be substantive (related to money, time or compensation), procedural (concerning the way a dispute is handled), or psychological (related to the effect of a proposed action).

Positions are statements by a party about how an issue can or should be handled or resolved; or a proposal for a particular solution.

Interests are specific needs, conditions or gains that a party must have met in an agreement for it to be considered satisfactory. Interests may refer to content, to specific procedural considerations or to psychological needs.

Settlement options are possible solutions which address one or more party's interests. The presence of options implies that there is more than one way to satisfy interests.

Regarding negotiation process, Richard Shell [1] distinguishes four stages:

1. **Preparation.** When it comes to preparation, there is basically a need to have a clear idea of how to go about with starting points. One of the keys to effective negotiation is the ability to express own thoughts clearly to the other party.

2. **Exchanging Information.** The information provided to other party must always be well-researched and must be communicated effectively. If there are any doubts, they should always be clarified.

3. **Bargaining.** The bargaining stage could be said to be the most important of the four stages. This is where most of the work is done by both parties. This is where the actual deal will begin to take shape. Bargaining is never easy. Both parties would have to learn to compromise on several aspects to come to a final agreement. This would mean that each party would therefore have to give up something to gain another.

4. **Closing and Commitment.** The final stage would be where the last few adjustments to the deal are made by the parties involved, before closing the deal and placing their trust in each other for each to fulfill their role.

The complexity of the negotiating process will vary according to the size and complexity of the proposed deal as well as the attitudes adopted by the parties involved. The actual negotiation process in terms of time and intensity depends on the following factors:

- the goals and interests of the parties,
- the perceived interdependence between the parties,
- the history that exists between the parties,
- the personalities of the people involved, and
- the persuasive ability of each party.

Basically there are two types of negotiation process that differ fundamentally in their approach and in the relative prospects for the stability of the agreement that is reached [3]. The first is called the integrative or win/win approach. In these negotiations the prospects for both sides' gains are encouraging. Both sides attempt to reconcile their positions so that the end result is an agreement under which both will benefit - therefore the resultant agreement tends to be stable. Win/win negotiations are characterized by open and empathetic communications and are commonly referred to as partnership agreements. The second is called the distributive or win/lose approach. In these negotiations each of the parties seeks maximum gains and therefore usually seeks to impose maximum losses on the other side. This approach often produces agreements' that are inherently unstable. Capable negotiators understand that the stability of the outcome is important and focus on more than simply maximizing the concessions that can be extracted from the other side.

2. Communication

Communication is a two-way street that requires everyone involved to exchange messages. Between parties, communication includes acts that confer knowledge and experiences, give advice and commands, and ask questions. These acts may take many forms, in one of the various manners of communication. The form depends on the abilities of the group communicating. Together, communication content and form make messages that are sent towards a destination.

Good communication requires both verbal and non-verbal skills [4] as well as listening skills to find solutions that respond to the underlying issue at hand. It is the cornerstone of any productive negotiation. Cultivating the ability to understand others and to listen well can also help to build a solid foundation for congenial and productive working relationships.

Research shows that about seventy percent of our communication is nonverbal, also known as body language. Nonverbal communication includes gestures, such as facial expressions, body movements and eye contact. It is comprised of physical signs and twitches that are performed and repeated with a degree of consistency though our conscious selves may not be aware of what we are doing. Speech also contains nonverbal elements known as paralanguage. These include voice quality, emotion and speaking style as well as prosodic features such as rhythm, intonation and stress. Nonverbal communication can provide information on what one participant in a negotiation may be concealing from the other one. It is significant in normal interpersonal exchange, and it differs between places and cultures. Although the words coming out of the mouth may mean one thing, the body language could be quite hostile. Therefore, it is advisable to always check on body language in order not to send out negative vibes, which may put off the negotiator completely. It is important to be aware that facial expressions and body posture may have different meaning in different cultures, and to know what kind of physical contact is appropriate with special attention to the physical distance between the communicating persons.

Oral communication skills include organization of thoughts before speaking, taking notes and planning what to say, outlining the main points to be covered, determining the logical conclusion of an idea and evaluating the possible reactions. It should be understood that also the silence can be a powerful negotiating tool. The speech must be concise and to the point without being blunt. The main point should be emphasized often, focusing on the benefit to the other party.

Recently some researches have studied what is called manipulative communications. These are intentional and unintentional ways of manipulating words, gestures, etc to "get what we want", by demeaning, discounting, attacking or ignoring instead of respectful interaction. Sarcasm, criticism, rudeness and swearing are examples

3. Negotiation as a communication process

Negotiations can be characterized by a set of common properties [5]:

- There are two or more parties and a conflict of interest among these parties.
- The conflict can be resolved by an agreement, which is accepted by all parties.
- There is a mutual dependency between the parties, one needs the other and vice versa.
- The parties communicate because they want a better agreement instead of simply accepting what the other side will voluntarily give them.

This definition clarifies that negotiation is a communication process, and that this process can be distinguished from a decision process, where no communication might occur. Reduced to its essence, negotiation is a form of interpersonal communication. Communication processes, both verbal and nonverbal, are critical to achieving goals and to resolving conflicts [6]. Negotiation can occur in a variety of forums, and each forum requires the use of numerous communication tools.

The dictionary defines communication as the act of transmitting or conveying information. Negotiation depends on information. Generally, the more information one can get, the better is his/her position to negotiate. When negotiating, both parties involved usually prefer to keep certain information private. Still, because each side wants to obtain some information and to conceal other information, and because each side knows that the other side wants to obtain and conceal information, communication can become very complex.

A lack of communication between parties leads to breakdowns and misunderstandings. Without ongoing communication there is also risk of impasse and deadlock. Open communication aids mutual understanding and this in turn leads to better long-term agreements between parties.

In negotiation process communication functions to (i) coordinate outcomes, (ii) exchange information, intentionally and unintentionally, (iii) express strategic intentions and tactical actions and (iv) identify patterns of behavior. However, communication processes vary according to the formality of the negotiation situation. As the rules and procedures of negotiation become more formal and increasingly detailed and specific, the impact of communication on the outcome becomes less significant.

Communication in negotiation focuses on:

- Substantive issues.
- Offers and counteroffers; proposals, demands, interests.
- Procedural issues.
- The interpersonal negotiation relationship.
- Intangible issues (e.g., face, respect).

To negotiate more effectively, one must relate to the other party with strong communication skills. To be successful in negotiations, it is vital to understand the importance of nonverbal communication which certainly affects the resolution of conflicts and disputes. Nonverbal behavior in negotiation is culture-bound; the cultural identification of negotiators and the cultural context of negotiation will influence what nonverbal behavior is appropriate and how nonverbal behavior should be interpreted. Yet some negotiators may regard certain nonverbal behaviors as culturally universal,

Some nonverbal behavior "categories" relevant to negotiation are:

- Chronemics¹⁸⁹ (time): Some negotiators place great importance on time; being prompt, meeting deadlines, and using time efficiently. However, this emphasis on time may translate into impatience.
- Proxemics¹⁹⁰ (space and distance): Some negotiators prefer maintaining secondary relationship distance when negotiating; they prefer negotiating in environments that ensure distance (e.g. sitting on opposite sides of a table).
- Kinesics¹⁹¹ (body): Some negotiators prefer environments that support formal, controlled behavior (e.g., sitting vs. standing).
- Physical appearance and dress: Negotiators may rely on appearance attributes to indicate respect for the negotiation situation.
- Paralanguage: Like face/eye expression, negotiators may trust judgments based on vocal tone, rate, etc.
- Social/cultural rituals, manners, and conventions: These areas may be particularly critical in the pre-negotiation phase.

Nonverbal behavior must be interpreted in context, including the sequence in which it occurs. Nonverbal behaviors are particularly significant when they are inconsistent with verbal messages. Negotiators should check their perceptions of inconsistency with the other negotiator if the inconsistency is significant.

Some negotiations are processed in a language which is not the mother tongue of one or even both parties. Little research, if any, has been done to assess the role of nonverbal communication in such negotiation settings. The issue becomes even more complex if the communication between parties is interpreted or translated where the focus is split on both the speaker and interpreter and nonverbal messages become blurred and not consistent with verbal ones.

¹⁸⁹ Chronemics refers to the study of the use of time in [communication](#)

¹⁹⁰ Proxemics refers to study of spatial distances between individuals in different cultures and situations

¹⁹¹ Kinesics refers to study of nonlinguistic bodily movements, such as gestures and facial expressions, as a systematic mode of communication

Even so, the role of nonverbal behavior has not been researched in distant communication settings such as video conferences. The authors' own experiences in negotiations via video conferences reveal some significant differences in nonverbal behavior of participants compared with their behavior in face-to-face communications. It is understood without saying that nonverbal behavior plays no role in negotiation setting where participants do not have visual contacts, such as communication via phone or through audio conferences, except for nonverbal elements known as paralanguage, including voice quality, emotion and speaking style as well as rhythm, intonation and stress.

Great negotiators are great listeners [7]. They don't do a lot of talking and spend much of the time asking smart questions and concentrating on the answers. They also take their time responding to what they've heard as opposed to reacting in an unnecessarily adversarial fashion. The psychological benefit of being a good listener is that the person to whom one is listening tends to be more cooperative and understanding in reaching a solution to the problem. The good listening skill helps evaluating and analyzing the situation. Because everyone wants to be heard and to be understood, one can often effectively diffuse a situation and have a desirable outcome.

Successful negotiation requires accepting the other person despite differences in values, beliefs, education, ethnicity, or perspective. It allows considering an issue from all sides and promoting understanding and interest in the other person without agreeing with his or her point of view. Negotiation is a matter of choosing a solution to which no one has an objection.

4. Conclusion

There is no doubt that reduced to its essence negotiation is a form of interpersonal communication. To achieve success in negotiations, effective communications must be a focal point of the strategy employed. Mastering the art of effective communication in today's business climate is a challenge. To be an effective communicator, professionals must master both verbal and nonverbal communications to achieve their goals. From listening to communicating both verbally and nonverbally, all the signals sent (and received) affect the outcome of negotiation efforts. Successful negotiation also requires accepting the other person despite differences in values, beliefs, education, ethnicity, or perspective.

4. References

- [1] Shell, G.R.: „Bargaining for Advantage: Negotiation Strategies for Reasonable People“, Penguin Book, 2006.
- [2] Moore, C.W.: “Negotiation”, www.au.af.mil/au/awc/awcgate/army, 2008.
- [3] Francis, A.: “International Business Negotiation Process”, www.socyberty.com/issues, 2011.
- [4] Wade, L.: “Importance of Good Communication Skills in Negotiation”, www.twitter.com/eHow, 2011.
- [5] Zhao, Y., Ye, S., and Ford, J.: “On Visualizing Negotiation Communication Networks” , www.citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc, 2011.
- [6] Barry, B., Lewicki, R. and Sanders, D.: “Negotiation”, New York, McGraw-Hill Irwin 2006.
- [7] Adubato, S.Jr.: “Negotiation and Communication: Perfect Together”, The Star Ledger, New Jersey on-line newspaper, 2012.

KNOWLEDGE DISCOVERY PROCESS FOR BUILDING CUSTOMER PROFILES

PROCES OTKRIVANJA ZNANJA ZA IZGRADNJU PROFILA KUPACA

Brano Markić

*Faculty of Economics, University of Mostar, Mostar, Bosnia and Herzegovina
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, Mostar, Bosna i Hercegovina*

Abstract

The knowledge about customer preferences and behavior is fundamental for personalization of products and service. Personalization products and services are possible only if we have enough knowledge of who customers are, how they are similar among, how they behave. Knowledge discovery is process of transforming data into knowledge by adequate algorithms and software tools. In the paper is developed an approach that uses data in the form of transactional databases to construct accurate individual profiles. In developed data model are integrated transactional data and rules describing customer's behavior. The rules are extracted from transactional data and cover individual customer behavior as well as the common behavior of all customers in the market segment. There are two rules types: first, for describing individual customer behavior and second, for the market behavior. Knowledge discovery plays a crucial role as an enabler to the organizations to integrate effective analytical data mining methods for prediction, classification, cluster, anomaly detection with data management and information visualization. Knowledge discovery is oriented to learning. In the process of learning we are implementing the functions of R language and this tool has shown satisfactory application and development power.

Key words

knowledge discovery, customer profile, association rules, R language

Sažetak

Znanje o ponašanju kupaca i njihovim preferencijama je ključno za personalizaciju proizvoda i usluga. Personalizacija proizvoda i usluga je moguća samo ako imamo dovoljno znanja o tome tko su kupci, koliko su međusobno slični, kako se ponašaju. Otkrivanje znanja je proces transformacije podataka u znanje primjenom odgovarajućih algoritama i softverskih alata. U radu je razvijeno pristup koji koristi podatke u obliku transakcijske baze podataka kako bi se izgradio individualni profil. Pravila se ekstarhiraju iz transakcijskih baza podataka i otkrivaju pojedinačno ponašanje kupaca ali i njihovo zajedničko ponašanje unutar nekog klastera. Zato postoje pravila koje otkrivaju pojedinačno ponašanje kupca ali i cijelog tržišta (klastera). Otkrivanje znanja je tako orijentirano učenju. U procesu učenja primjenili smo funkcije jezika R i taj softverski alat je pokazao zadovaljavajuću aplikacijsku i razvojnu moć.

Ključne riječi

otkrivanje znanja, profil kupca, asocijativna pravila, R jezik

1. INTRODUCTION

Knowledge discovery in data is a complex process of extracting hidden relationships that exist among data and cannot be uncovered by implementing trivial (simple) sequence of steps, by simple algorithm. Therefore

we stress that the relationships among data are hidden and can be discovered by application adequate algorithms. In theoretical sense the steps in knowledge discovery process are prescribed and defined [5]. The process starts with data stored in relational or objects oriented databases. At the first view to the Figure 1. it would be wrong to make conclusion that knowledge discovery is a linear process consisting of a few sequence steps: data cleaning, selection, implementing data mining algorithm and finally is produced knowledge in the form of patterns and models. Although we must divide the complex task into parts because it is only reasonable way of analyzing complex systems, in each step is necessary to monitor the whole knowledge discovery process. Timely most required step is data cleaning and preprocessing and may take 60% of the whole effort. In this step we have to know and understand the nature and objectives of knowledge discovery in business context.

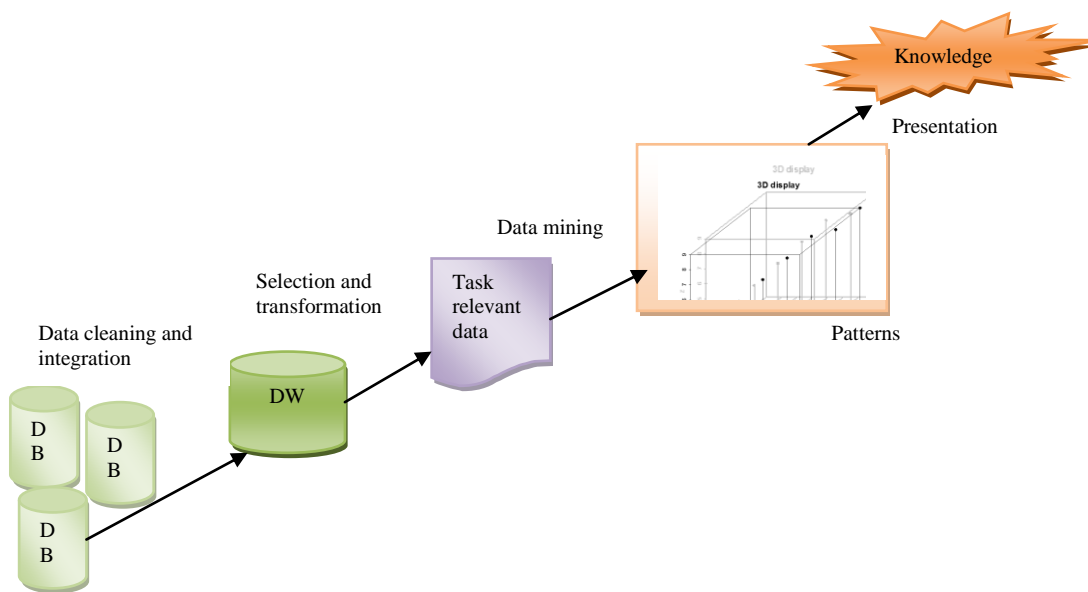


Figure 1. Knowledge discovery process

If the objective is classification then various model are at disposals such as: rule induction, neural networks, case based reasoning, logistic regression, Bayesian networks, and decision trees. Data mining algorithm is only one step in the whole process with the goal to discover and identify truly interesting patterns. The data mining algorithm is applicable to any data repository such as relational and objects oriented databases, data warehouse, transactional databases, and text. Finally, the patterns are evaluating and the knowledge is presenting. [4]

Knowledge discovery is learning process. In business context the discovered knowledge and skills allow us to direct the system to set goals and predict their behavior in the future. Today dominates two types of learning: supervised and unsupervised learning.

2. THE INTEGRATION OF CLUSTER ANALYSE AND ASSOCIATION RULES FOR CUSTOMER PROFILES

The data model is a set of relations (or classes), attributes and relations among tables (classes) and its attributes. In semantic sense data model use two basic types: factual-uncover who the customer is- and transactional- uncover what the customer does.

"The data in the database are dynamic. Change over time, unlike the data warehouse, which is time-dependent, but fixed and subject-oriented information " [2] . There is a chain of interrelated and dependent

activities. The first is the selection of data, and then their filtering and cleaning (a process known as extraction (E), transformation (T) and filling (L)) [4].

Data are stored in relational database tables:

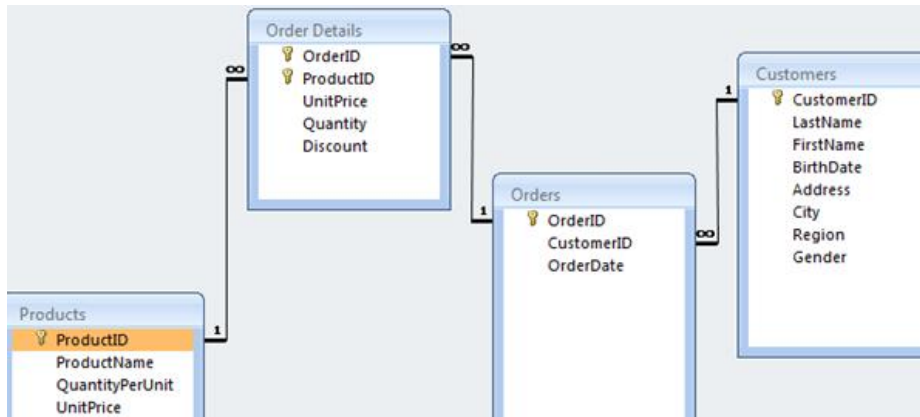


Figure 2.: Data model for discovering customer profiles

There are four tables: Products, Orders, Order Details and Customers. The factual data about customers are stored in the table Customers and includes the attributes: CustomerID (identification number assigned to each customer and this attribute is primary key), LastName, FirstName, BirthDate, City, Region and Gender. The transactional data are stored in three tables: Orders, Orders Details and Products. Customer behavioral variables are hidden in these three tables. We will first calculate frequency of purchase for each customer (how many times during the given period the customer buys the products), then the amount of orders. The next SQL query selects the required data from database:

```
SELECT Customers.CustomerID, Count(Orders.OrderID) AS [Frequency of purchase], SUM(((Order
Details].UnitPrice)*([Order Details].Quantity)) AS [Amount of all orders]
FROM (Customers INNER JOIN Orders ON Customers.[CustomerID] = Orders.[CustomerID]) INNER JOIN
[Order Details] ON Orders.[OrderID] = [Order Details].[OrderID]
GROUP BY Customers.CustomerID;
```

The result of the query will be the next data set:

Customer ID	Frequency of purchase	Amount of all orders
ALFKI	13	2.667,91 KM
ANATR	10	1.402,95 KM
ANTON	17	7.515,35 KM
AROUT	30	13.806,50 KM
BERGS	52	26.968,15 KM
BLAUS	14	3.239,80 KM
BLONP	26	19.088,00 KM
BOLID	6	5.297,80 KM

Table 1.: Data set for clustering

The next step is clustering the given data set using two variables: frequency of purchase and amount of all orders for given customer during the monitoring time period.

3. CLUSTERING AS UNSUPERVISED LEARNING TECHNIQUES

Clustering is the process of dividing a set of data on a predefined number of clusters so that the similarity between the elements of the cluster is the largest and difference (distance) between clusters is large as possible. There are different types of clustering. For example, agglomerative hierarchical clustering in the beginning joins each one point (object, record, row, tuple) to a cluster. In the next step, agglomerative

hierarchical clustering collects the closest pair of clusters (those who are closest) to a new cluster. Collection procedure continues until the last one (or k) clusters [5].

Divisive clustering begins with a cluster which is containing all points (objects, records). The following steps of divisive clustering are continuation the splitting process until each cluster becomes a single point. The paper applies the k-means clustering procedure [5].

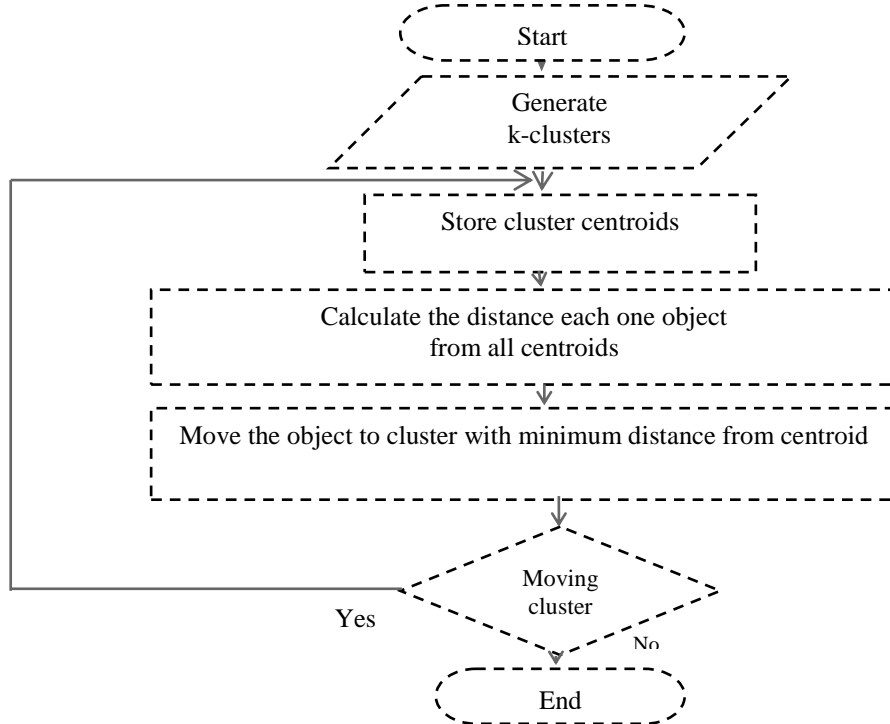


Figure 3. : Block diagram of the k-means algorithm

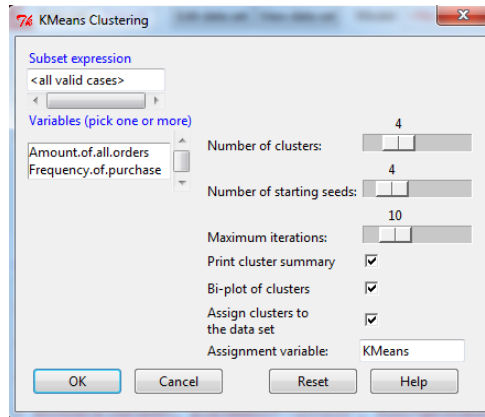
The algorithm k-means clustering is a series of next steps:

1. Randomly select k-clusters
2. Determine the center (centroid) for each cluster
3. Repeat:
 - Determine the distance of objects from the center of the cluster and assign object to the nearest cluster.
 - Recalculate the center of the cluster.
 - Repeat until the objects are moving from one cluster to another (provided the completion of the algorithm).

For cluster analysis we are using R language. "R is a free software environment for statistical computing and graphics. Together they provide a sophisticated environment for data mining, statistical analyses, and data visualization"[4].

Data are located in a relational table that is extracted from operational databases (financial accounting). K-means clustering is implemented in R language. *R Commander* uses graphical user interface and it's very easy for learning and quick application.

Statement: Dataset <- sqlQuery(channel = 4, select * from [Sheet1\$])
selects all records from Sheet1\$ in Dataset.



Statement

```
.cluster <- KMeans(model.matrix(~-1 + Amount.of.all.orders + Frequency.of.purchase, Dataset), centers = 4, iter.max = 10, num.seeds = 4)
```

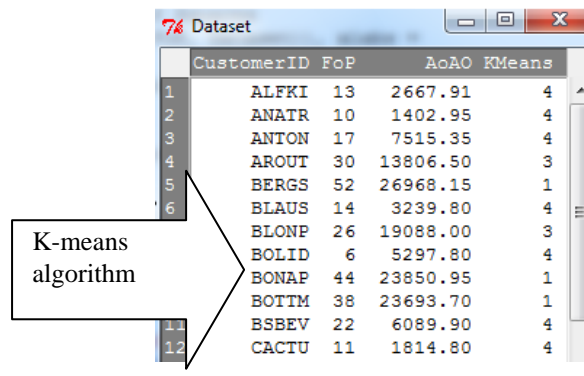
assigns to variable *.cluster* the clustering results. There are four clusters with corresponding centers (centroids) for attributes: Amount of all orders and Freaquency of purchase:

```
.cluster$size # Cluster Sizes
> .cluster$size # Cluster Sizes
[1] 15 3 25 46
> .cluster$centers # Cluster Centroids
new.x.AoAO192 new.x.FoP
1 31818.709 42.86667
2 115464.487 101.33333
3 14565.625 26.04000
4 3604.382 12.19565
> .cluster$withinss # Within Cluster Sum of Squares
[1] 1394917889 9083184 326966494 237621111
```

After applying k-means algorithm, objects (customers) are joined to one of the four clusters what illustrates the following table:

	CustomerID	FoP	AoAO
1	ALFKI	13	2667.91
2	ANATR	10	1402.95
3	ANTON	17	7515.35
4	AROUT	30	13806.5
5	BERGS	52	26968.15
6	BLAUS	14	3239.8
7	BLONP	26	19088
8	BOLID	6	5297.8
9	BONAP	44	23850.95
10	BOTTM	38	23693.7
11	BSBEV	22	6089.9

Table



2.: Applying k-means algorithm to data in the *Data* table

Using the programming language R [2] it is possible to visualize the results of k-means algorithm in two dimensional system.

¹⁹² AoAO is abbreviation from Amount of All Orders and FoP stands from Frequency of Purchase.

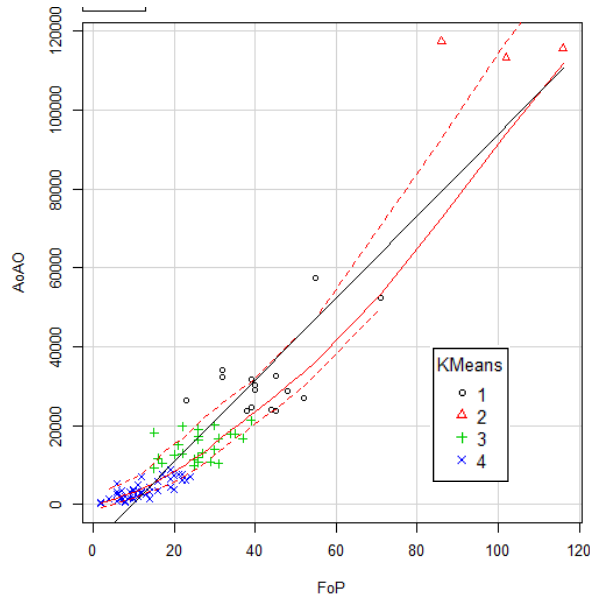


Figure 4.: The visualization of the results of clustering objects

Customers are now clustered into four clusters and their behavior may be analyzed using association rules. For each cluster will be implemented association rules algorithm because is reasonable suppose that the customers in the same cluster are behaving on similar way.

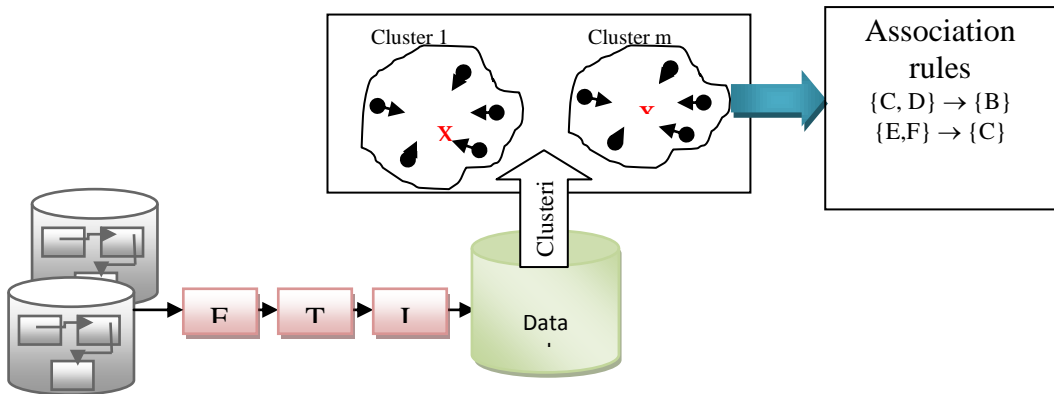


Figure 5.: The model of integration cluster analyses and association rules

The result of selecting the data often must be further transformed and processed by simply aggregating. Algorithm will depend on the given task. For discovering the customer profiles will be implemented cluster analysis (k-means algorithm) and association rules. Cluster analysis (k-means algorithm) and association rules are implemented by R language. Association rules algorithm often generate many irrelevant rules that are subsequently rejected during the validation process. Domain expert has to specify constraints on the types of rules of interest before the rule discovery stage and reduce the number of discovered rules that are irrelevant.

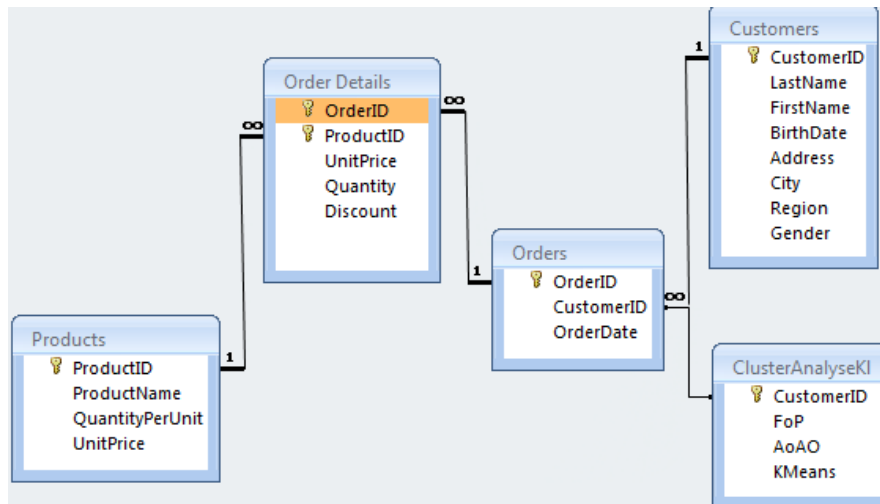


Figure 6.: Data model for implementation association rules

Therefore we will select only the customers which belong to the same cluster and analyze their purchase behavior.

Our data model is now extended with new table ClysterAnalyseKL. New data model is data source for data mining algorithm association rules.

4. ASSOCIATION RULES

Data mining algorithms are finite set of steps that find out pattern in large data set. Patterns may be described by rules IF...THEN, decision tables, neural networks, genetic algorithms, linear and nonlinear models. There is not a general acceptable and good data mining algorithm applicable to all situation and decision problems.

Generally speaking knowledge discovery in databases may be applicable to any data repository. Data applicable for association rules must be in transactional form.

Basically, data mining systems can identify frequent sets in transactional databases and perform *market basket data analysis*.

The goal of algorithm a priori is extracting rules of the form $A \rightarrow B$, where A i B are itemsets. Rule is an implication expression. Data must be in transaction databases where does exists one table with attributes transaction_id (unique identifies the record) and transation_items (items which belong to one transaction).

It is obviously that such relation is not in the first normal form. Therefore is necessary prepare data from transactional databases for implementation a priori algorithm. Before we present experimental results of implementation algorithm apriori in R language is necessary to analyze the steps of the algorithm.

The mining of association rules has two main steps:

1. Find out the itemset (the products in transactions) with support greater or equal to specified minimal support factor s .
2. Use that itemset (itemset with support greater or equal to s) for generating association rules with confidence factor c (strong association rules) .

Data may be in the form of transactional databases or transformed into matrix [4].

transaction_Id	transaction_itemset
1	A,B,C
2	A,B,C,D,E
3	A,C,D
4	A,C,D,E
5	A,B,C,D

transaction_Id	Items	A	B	C	D	E
T ₁		1	1	1	0	0
T ₂		1	1	1	1	1
T ₃		1	0	1	1	0
T ₄		1	0	1	1	1
T ₅		1	1	1	1	0

Figure 7.: Data in the transaction database form

Figure 8.: Data in the matrix form

Association rule is an implication expression of the form $X \rightarrow Y$, where X and Y are item sets. Example (Figure 8.):

$$\{C, D\} \rightarrow \{B\}$$

There are two main parameters as evaluation metrics: support (s) and confidence (c). Support (s) is fraction of transactions that contain both X and Y . The second parameter, confidence (c) measures how often items in Y appear in transactions that contain X .

Example:

$$s = \frac{s(C, D, B)}{|T|} = \frac{2}{5} = 0.4 \quad \text{and} \quad c = \frac{s(C, D, B)}{s(C, D)} = \frac{2}{4} = 0.5$$

Data mining algorithm association rules has the next steps:

Step 1. Generate frequent itemsets of length 1.

Step 2. Repeat until no new frequent itemsets are identified

- a) Generate length (k+1) candidate itemsets from length k frequent itemsets
- b) Prune candidate itemsets containing subsets of length k that are infrequent
- c) Count the support of each candidate by scanning the DB
- d) Eliminate candidates that are infrequent, leaving only those that are frequent.

Given a set of transactions T , the goal of association rule mining is to find all rules having thresholds support $\geq \text{minsup}$ and confidence $\geq \text{minconf}$.

List all possible association rules, compute the support and confidence for each rule and choose rules that pass the *minsup* and *minconf* thresholds is computationally prohibitive.

The total number of possible association rules is given by formula

$$R = \sum_{k=1}^{d-1} \left[\binom{d}{k} \times \sum_{j=1}^{d-k} \binom{d-k}{j} \right] = 3^d - 2^{d+1} + 1$$

where d is the number of unique items.

We will now prepare the data for implementation association rules in R language. First, we extract orders and products for cluster denoted as cluster "3".

```
SELECT Orders.OrderID , [Order Details].ProductName
FROM (ClusterAnalyseKI INNER JOIN Orders ON ClusterAnalyseKI.[CustomerID] = Orders.[CustomerID])
INNER JOIN [Order Details] ON Orders.[OrderID] = [Order Details].[OrderID]
ORDER BY ClusterAnalyseKI.KMeans =3;
```


ClusterAnalyseKI Query	
Order ID	ProductName
10275	Guaraná Fantástica
10818	Jack's New England Clam Chowder
10890	Jack's New England Clam Chowder
10311	Singaporean Hokkien Fried Mee
10311	Gudbrandsdalsost
10635	Gustaf's Knäckebröd
10635	Chef Anton's Gumbo Mix

Figure 9.: The market segment identified as cluster 3

The result of SQL query is the table with two columns: OrderID and Product name.

After data filtering and pre-processing we have to remove noise, outliers, missing fields, time sequence information and choose data mining tasks: classifications, segmentations, deviation detections, link analysis. In our example the knowledge discovery process revolves around discovery paradigm. It is association rules, an unsupervised learning approach for exploratory data analysis.

We are interested only to build association rules for nine products:

"Mozzarella di Giovanni" , "Queso Cabrales" , "Singaporean Hokkien Fried Mee" , "Manjimup Dried Apples" , "Ravioli Angelo" , "Chang" , "Pavlova" , "Schoggi Schokolade" , "Sir Rodney's Scones".

Therefore we make a new query that will extract only orders with this nine products. In SQL is enough to write the next code:

```
SELECT AR.OrderID, AR.ProductName
FROM AR
GROUP BY AR.OrderID, AR.ProductName
HAVING (((AR.ProductName)="Mozzarella di Giovanni" Or (AR.ProductName)="Queso Cabrales" Or
(AR.ProductName)="Singaporean Hokkien Fried Mee" Or (AR.ProductName)="Manjimup Dried Apples" Or
(AR.ProductName)="Ravioli Angelo" Or (AR.ProductName)="Chang" Or (AR.ProductName)="Pavlova" Or
(AR.ProductName)="Schoggi Schokolade" Or (AR.ProductName)="Sir Rodney's Scones"));
```

After running this query we get the table with two columns OrderID and ProductName and the table is imported in Excel and saved as ban.xls.

In R language¹⁹³ are prepared the functions for implementing association rules. Using the next sequence of statements is relatively easy to perform the analysis and produce the association rules based on desired level of satisfaction and confidence¹⁹⁴.

```
> library(arules)
> library(RODBC)
> file.choose()
[1] "C:\\Users\\Branco\\Documents\\ban.xls"
```

Data are stored in Excel file ban.xls. Package RODBC provides an interface to database sources supporting an ODBC interface. This is very widely available, and allows the same R code to access different database systems. In our example we access to data stored in Excel.

¹⁹³ R started in the early 1990's as a project by Ross Ihaka and Robert Gentleman at the University of Auckland, New Zealand. Assumptions for using R language are that the user has a basic knowledge of statistics, econometrics, modeling, etc. An interesting of language R is that the user can create their own packages (package) and distribute them to other users. The package may contain a dataset, functions, reformulation of existing functions and more.

¹⁹⁴ Arules (Hahsler et al., 2011) provides the package apriori() for implementation in R language. The package provides an interface to freely available apriori software from Christian Borgelt.

```
> conExcel<-odbcConnectExcel("C:\\Users\\Branov\\Documents\\ban.xls")
> data<-sqlFetch(conExcel,"Sheet1")
```

In data frame with name **data**, are stored data from file ban.xls. The function sqlFetch() enables to get data from a worksheet (Sheet1).

Split the data frame into two columns, one being identifier (OrderID) and other being an item (ProductName) contained in the data frame named dtra.

```
> dtra<-as(split(data$ProductName, data$OrderID),"transactions")
```

```
> data
  Orders_OrderID      ProductName
1      10250      Manjimup Dried Apples
2      10257      Schoggi Schokolade
3      10264      Chang
4      10269      Mozzarella di Giovanni
5      10272      Mozzarella di Giovanni
6      10298      Chang
7      10309      Singaporean Hokkien Fried Mee
8      10325      Mozzarella di Giovanni
9      10327      Chang
10     10327      Queso Cabrales
11     10332      Singaporean Hokkien Fried Mee
12     10335      Chang
13     10335      Manjimup Dried Apples
14     10337      Mozzarella di Giovanni
```

```
> dtra
```

transactions in sparse format with
71 transactions (rows) and
9 items (columns)

We can now build the model using dataset dtra:

```
> evalq({model<-apriori(dtra,parameter=list(support=0.01,confidence=0.01))})
```

The rules can be extracted and ordered using the function inspect(). In the following code block we use only first eight association rules.

```
> inspect(head(sort(model, by = "confidence"), 8))
lhs                rhs                support  confidence  lift
1 {Schoggi Schokolade} => {Sir Rodney's Scones} 0.01408451 0.3333333 2.6296296
2 {Ravioli Angelo}   => {Manjimup Dried Apples} 0.01408451 0.3333333 2.1515152
3 {}                 => {Pavlova}                0.18309859 0.1830986 1.0000000
4 {}                 => {Chang}                  0.18309859 0.1830986 1.0000000
5 {}                 => {Queso Cabrales}         0.16901408 0.1690141 1.0000000
6 {}                 => {Manjimup Dried Apples} 0.15492958 0.1549296 1.0000000
7 {Pavlova}          => {Chang}                  0.02816901 0.1538462 0.8402367
8 {Chang}            => {Pavlova}                0.02816901 0.1538462 0.8402367
9 {}                 => {Mozzarella di Giovanni} 0.12676056 0.12676056 1.0000000
10 {}                => {Singaporean Hokkien Fried Mee} 0.12676056 0.12676056 1.0000000
11 {}                => {Sir Rodney's Scones}    0.12676056 0.12676056 1.0000000
12 {Sir Rodney's Scones} => {Schoggi Schokolade} 0.01408451 0.1111111 2.6296296
13 {Mozzarella di Giovanni} => {Pavlova}                0.01408451 0.1111111 0.6068376
14 {Singaporean Hokkien Fried Mee} => {Manjimup Dried Apples} 0.01408451 0.1111111 0.7171717
15 {Sir Rodney's Scones} => {Chang}                  0.01408451 0.1111111 0.6068376
```

16 {Manjimup Dried Apples}	=> {Ravioli Angelo}	0.01408451	0.09090909	2.1515152
----------------------------	---------------------	------------	------------	-----------

We notice that the rules seven and eight are symmetric, that means everyone who purchases one of these products always also purchases the other.

CONCLUSION

Knowledge discovery is a process that requires an understanding of the business domain and business data. The nature of business domain determines the data preprocessing and creating target data set. Then we choose adequate data mining algorithm. The final goal is in this learning process extract new knowledge

In this paper, we have shown how knowledge discovery can be integrated into a marketing knowledge management framework. Major problem is to filter, sort, process, analyze and manage data in order to extract the information relevant to customer profiles.

Learning ability and knowledge are two preconditions of survival and development. The paper clearly shows the integration of cluster analysis and a priori algorithm using R language. Cluster analyze is implemented on the given data set and result was the segmentation of customers. Similar customers are included in the same clusters. Then we discovered the behavior of customers inside the clusters using a priori algorithm. Cluster analysis and association rules have shown a strong implementation power in discovering customer's profiles. The quality of learning and discovering the hidden relationships among variables of data mining algorithm is dependent the quality of data and its amount. In the paper primary goal was to generate the conceptual framework of knowledge discovery and its practical value and consequences. The complexity of experimental results is reduced using simplicity and high applicable power of R language and its packages.

REFERENCES

1. Graham Williams,(2011) *Data Mining with Rattle and R, The Art of Excavating Data for Knowledge Discovery*, Springer New York Dordrecht Heidelberg London
2. John Maindonald and John Braun, (2003) *Data Analysis and Graphics Using R - An Example-Based Approach*, Cambridge University Press.
3. Markic, B. (2010) *Marketing Intelligent Systems Using Soft Computing Studies in Fuzziness and Soft Computing*, Volume 258/2010, Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2010., pp 79-111.
4. Markic, B. (2011) *Integrating Theory and Practice: Knowledge Discovery and Unsupervised Learning*, Meeting of Management Departments the Faculties of Economics, Faculty of Economics University of Split, September 2011.
5. Markic, B. (2011) *Customer segmentation by integrating unsupervised and supervised learning*, Proceeding from international conference Economic Theory and Practice: Meeting the New Challenges, Faculty of Economics University of Mostar, october 2011, Mostar.

THE IMPACT OF ECONOMIC GROWTH ON THE MARKET VALUE OF REAL ESTATE: CASE SLOVENIA

UTJECAJ GOSPODARSKOG RASTA NA TRŽIŠNU VRIJEDNOST NEKRETNINE: PRIMJER SLOVENIJE

Igor Pšunder, Mirko Pšunder, Ksenija Golob

Faculty of Civil Engineering, University of Maribor, Maribor, Slovenia

Građevinski fakultet, Sveučilište u Mariboru, Maribor, Slovenija

Abstract

In the last five years is on the Slovenian real estate market observed highly trend in market volatility in property prices. Developments in the housing market have drastically changed and also represent an important indicator of overall economic trends. There is a lot of factors that affect the market price of real estate. With research we were focus on the problem of the impact of economic growth in the market value of real estate in Slovenia. We were present trend of economic growth in the last decade and its impact on growth or decline in real estate transactions. We were also established if declining real estate transactions affect the provision of more and bigger discounts on the sale of real estate. Among the research parameters, we were presented as well as their interdependence. With constant monitoring of parameters and statistical methods, we were collect data on the impact of economic growth and offered discounts on the real estate market prices, for future periods. The aim of the research is to define those factors that need to be considered for the analytical prediction of the trend of market prices and selling real estate in the future. The results obtained will help real estate valuers in the drawing up of reports assessing the value of real estate.

Keywords

real estate market, economic growth, property prices, market factors, the statistical method

Sažetak

U posljednjih pet godina je na slovenskom tržištu nekretnina promatrati izuzetno volatilnost u kretanju tržišnih cijena nekretnina. Kretanja na stambenom tržištu drastično su se promijenila i također važan su pokazatelj ukupnih gospodarskih kretanja. Čimbenika koji utječu na tržišnu cijenu nekretnine je puno. Istraživanje je usmjereno na problem utjecanja gospodarskog rasta na tržišne vrijednosti nekretnina, u Sloveniji. Predstavili smo trend gospodarskog rasta u posljednjem desetljeću i njegov utjecaj na rast ili pad u prometu nekretnina. Također smo promatrali ili padanje prometa nekretnina utječa na davanje velikih popusta na prodaju nekretnina. Tijekom istraživačkih parametara, mi smo također prezentirali njihovu korelaciju. Uz stalno praćenje parametara i statističkih metoda, prikupili smo podatke o utjecaju gospodarskog rasta i ponuđenih popusta, na tržišne cijene nekretnine, za buduća razdoblja. Cilj istraživanja je definiranje tih faktora koje treba uzeti u obzir za analitičko predviđanje trenda kretanja tržišnih cijena i prodaje nekretnina u budućnosti. Dobiveni rezultati pomoći će ocjenjivačima nekretnina pri sastavljanju izvješća procjene vrijednosti nekretnina.

Ključne riječi

tržište nekretnina, gospodarski rast, cijene nekretnina, tržišni čimbeniki, statističke metode

1. Introduction

The trend of volatility in market prices of real estate has a major impact on the entire Slovenian economy. With the fall of real estate prices is consequently expected to reduce investment. Those causing a potential increase in unemployment in industries tied to the domestic market.

Decline in real estate sales lead to falling property prices and thus reducing the value of each individual home. This leads to a reduction in the quantity and amount of loans and in turn reduces consumer spending. Reduction in consumer spending contributes to the collapse of the economy, resulting in further unemployment, further reducing revenues and further reduced consumer spending. If the central bank does not provide timely manner by reducing interest rates, the country falls into recession. The only good news of lower property prices in the domestic market is that it reduces the possibility for inflation.

That inflation reduces investment and thus economic growth was also noted by Clark (1993). Huizinga (1993) and Zion, Spiegel and Yagil (1993) argue that inflation leads to lower relative price stability, which leads to greater uncertainty about investment.

Problem to be dealt with, in the past did not devote much attention. Research on "real estate market or the impact on economic growth and vice versa," progress a lot of research. Detected, however it is, that different authors give different views.

Guo and others (2011) found that the real estate market is the impact on economic growth. LHT C. and KW C (2005) In their study examining relations between the prices of real estate, real estate investment and economic growth. The results showed no relationship between GDP and investment in real estate which is in opposed to the results of previous similar studies in other economies.

Due to the different views of authors, we decided to carry out a survey in which we determined whether economic growth in Slovenia affects the functioning of the housing market or not. We have also detected the drastic fall in property prices over the period 2008 – 2011, established or falling real estate transactions affect the provision of more and bigger discounts on the sale of real estate.

The survey results will help valuers, real estate in the drawing up of reports assessing the value of real estate. The survey will help us determine whether the treated parameter (Growth and discounts provided to) important for predicting the future operation of the housing market in Slovenia.

2. Methods

In an empirical study, we selected in the sample from the actual population included 150 respondents from Slovenia. To verify the hypothesis, we used quantitative and qualitative research techniques.

To obtain quantitative data, ie data of standardized techniques and data suitable for statistical processing and induction, we used a standardized structured interview using a questionnaire consisting of closed questions. The views of respondents were measured on a five-Likert scale.

In drawing up the questionnaire were collected in support primary data. Data were collected in the designing and construction companies, real estate agencies, banks, potential buyers, the Statistical Office, SMA-U, SLOnepu, secondary sources such as information from books, manuals, articles in professional and scientific journals and tertiary data. The data were examined and analyzed using statistical computer program.

To obtain qualitative data, ie data standardized techniques, instruments which bring qualitative data, ie data suitable for qualitative analyzes, we used unstructured observation and document analysis.

The data were treated quantitatively and qualitatively. Quantitative data were processed according to the tendency to generalize, using descriptive and inferential statistics, and according to the number of variables, by univariate and bivariate analysis.

The descriptive statistics, which is a method of analysis without the tendency to generalize across the range of collected data, we show the frequency distribution (graphical and tabular displays) and the extent of correlation (Pearson correlation coefficient).

By univariate analysis, which is a method of analysis of one variable, we show the frequency distribution (graphical and tabular displays), with bivariate analysis, which is a method of analysis of two variables, we show the analysis of association (Pearson correlation coefficient).

The hypothesis was tested as follows:

- Stakeholders in the Slovenian real estate market perceive a positive correlation between what was "reducing the impact of economic growth in the fall of real estate" and "due to the deterioration of real estate are increasingly offering discounts on the sale of real estate."

Hypothesis was verified on the basis of the views of all respondents. The views of respondents were measured on a five-Likert scale. Under the hypothesis, we studied the following variables: "reduce the impact of economic growth on the reduction of real estate" and "offer higher discounts due to the deterioration of real estate." For the first variable, 1 means that there is no correlation between economic slowdown and the fall of real estate, 5 means, that there is a strong correlation between economic slowdown and the fall of real estate. For other variables, 1 means that there is no dependence between falling real estate transactions and increasing discounts on the sale of real estate, 5 means, that there is a strong relationship between the decline in real estate transactions and increasing discounts on the sale of real estate. The hypothesis was tested by correlation analysis and adopted, if the correlation coefficient is positive and significantly different from zero.

Verification of hypotheses

In verifying the hypothesis, we studied the following variables V1, "reducing the impact of economic growth in the fall of real estate" and V2 "due to the deterioration of real estate are increasingly offering discounts on the sale of real estate."

The findings show that the most that 61.3% of stakeholder completely convinced that the reduction in economic growth affect the drop in real estate transactions. That due to the deterioration of real estate offering increasing discounts on the sale of real estate is absolutely sure 26% of participants. Most that 30% of stakeholders was held to answer 4, on a five-Likert scale. That is to say that more than half of those surveyed believe that "the reduction in economic growth affect the fall of real estate" and "due to the deterioration of real estate are increasingly offering discounts on the sale of real estate", as shown in Tables 1 and 2.

Table 1: Frequency distribution of the variable V1.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	0.7	0.7	0.7
	3.00	6	4.0	4.0	4.7
	4.00	51	34.0	34.0	38.7
	5.00	92	61.3	61.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Table 2: Frequency distribution of the variable V2.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	0.7	0.7	0.7
	3.00	6	4.0	4.0	4.7
	4.00	51	34.0	34.0	38.7
	5.00	92	61.3	61.3	100.0
Total		150	100.0	100.0	

Given the interdependence of variables we measured the views of stakeholders on a five-Likert scale. For variable V1, 1 means that there is no correlation between economic slowdown and the fall of real estate, 5 means that there is a strong correlation between economic slowdown and the fall of real estate. For variable V2 means 1 that there is no relationship between the decline in real estate transactions and increasing discounts on the sale of real estate, 5 means that there is a strong relationship between the decline of real estate and major discounts on property sales.

The hypothesis was tested by correlation analysis and adopted, if the correlation coefficient is positive and significantly different from zero. Below we show the results of correlation analysis for the variables V1 and V2.

Table 3: Correlation between variables V1 and V2.

		VAR00001	VAR00002
VAR00001	Pearson Correlation	1.00	-.048
	Sig. (2-tailed)	0.00	0.558
	N	150	150
VAR00002	Pearson Correlation	-.048	1.00
	Sig. (2-tailed)	0.558	0.00
	N	150	150

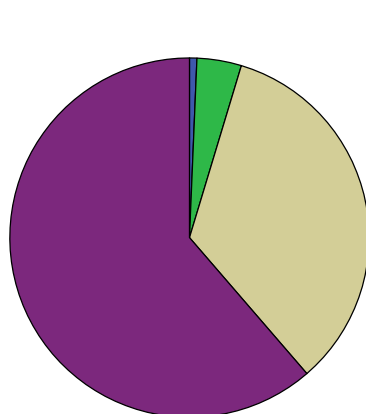


Figure 1: Graphical distribution of variable V1.

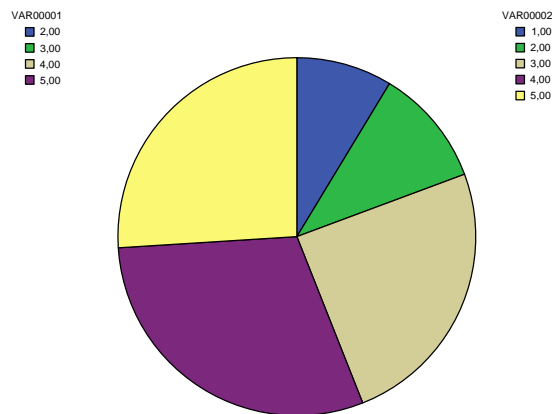


Figure 2: Graphical distribution of variable V2.

The results of correlation analysis, we found the correlation coefficient between the variables V1 and V2 is -0.048 and not significantly different from zero at significance level 0.05 (0.0558), which means that the data do not confirm the correlation between these two variables. Hypotheses do not accept. Means that stakeholders do not perceive the interdependence between what was "reducing the impact of economic growth in the fall of real estate" and "due to the deterioration of real estate are increasingly offering discounts on the sale of real estate."

Table 4: Descriptive statistics for the variables V1 and V2.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	150	2.00	5.00	4.5600	0.60734
VAR00002	150	1.00	5.00	3.5400	1.22956
Valid N (listwise)	150				

With the help of descriptive statistics for the variables V1 and V2, we found that the average value of responses to variable V1 is 4.56, for the variable V2 is 3.54. Argument as each accepted and written, that stakeholders in the Slovenian real estate market perceived that the reduction in economic growth affect the decline of real estate, due to the deterioration of real estate to offer greater discounts on the sale of real estate. Data on the impact of economic growth in the fall of real estate in Slovenia is also confirmed by data we have obtained on the SORS (2011) and shown in the graph below. The graph is a perception that economic growth in Slovenia strong growth and falling real estate prices.

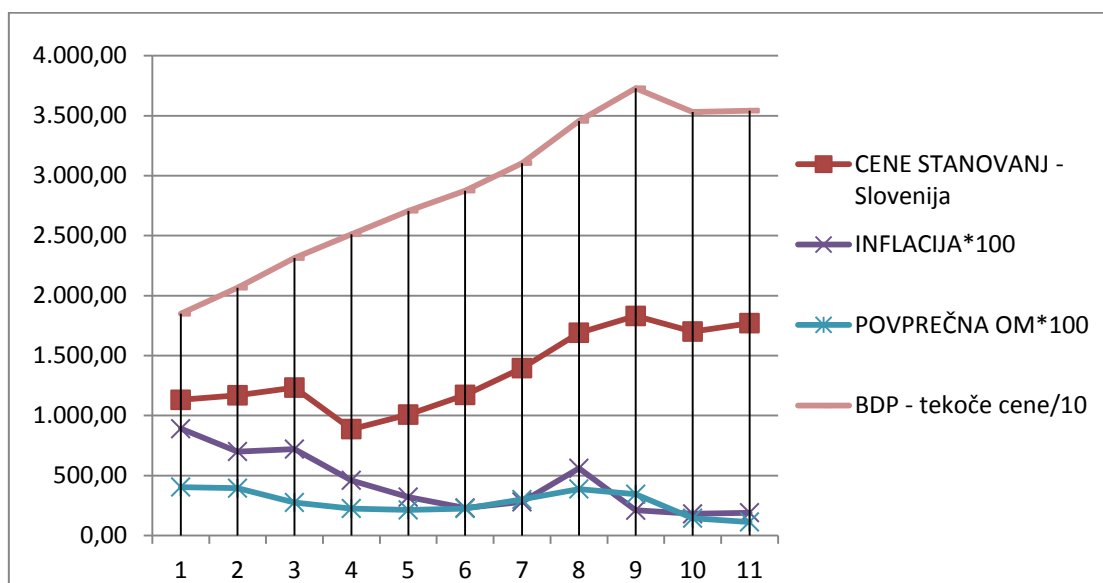


Figure 3: Graphical representation of the interdependence of the average house price in Slovenia, inflation, average interest rates and GDP from the year 2000 to 2011.

3. Discussion and conclusion

Empirical research, which determine the impact of economic growth on the functioning of the housing market and offering discounts because of falling sales of real estate is very little.

Changes in the housing market caused different expectations of investors and the requirements at the price of real estate. The fall market prices of real estate due to the impact of the financial and economic crisis, unified views of researchers, scientists and stakeholders in the housing market, on account of defining and influencing factors in the real estate market and the deviation of methodological approaches for the acquisition of data for real estate appraisers, were the reason for conducting the survey

We found that the arguments in "reducing the impact of economic growth in the fall of real estate" and "due to the deterioration of real estate are increasingly offering discounts on the sale of real estate," there is no correlation. Each of these statements is confirmed by the stakeholders, but in different percentages.

Economic growth is therefore one of the influential factors, which should be necessarily take into account in defining the methodology for calculating the final value of the property within a specified period. Provided to discounts on property sales are dependent on demand in the housing market. If demand is low, the discounts are growing.

By the definition, treatment and analysis of the two arguments and their interdependencies, which are crucial to determine the influential factors in the housing market and commercial real estate prices in the future, we have contributed to science in the construction industry, partly scientific disciplines, building economics. The results obtained will help valuers, real estate in drawing up reports and designing further methodological approaches for assessing the value of real estate.

Literature and sources

1. Clark, T. E. *Cross-country evidence on long-run growth and inflation*. Working paper, Federal Reserve Bank of Kansas City. (1993).
2. Guo, J., Yuan, J., Chen, H. Analysis on the Influences of Local Economic Growth about Real Estate in Jilin. *Energy Procedia*. Vol. 11, pg. 3406-3414. (2011).
3. Huizinga, J. *Inflation uncertainty, relative price uncertainty, and investment in US manufacturing*. Journal of Money, Credit, and Banking, 25, 521-549. (1993).
4. LHT C., KW C. *An Empirical Study of the Relationship between Economic Growth, Real Estate Prices and Real Estate Investments in Hong Kong*. Surveying and Built Environment vol. 16 (2). (2005).
5. *Statistični letopisi RS in drugi podatki Statističnega urada RS (2000 - 2011)*.
6. Zion, U. B., Spiegel, U., & Yagil, J. *Inflation, investment decisions and the fisher effect*. International Review of Economics and Finance, 2, 195-206. (1993).

ROLE OF PACKAGING AND INFRAREDESIGN OPPORTUNITIES AS PART OF MARKETING MIX - BUILDING OF CONSUMER TRUST THROUGH THE INCREASED LABELLING PROTECTION

ULOGA PAKIRANJA I MOGUĆNOSTI INFRAREDIZAJNA U UKUPNOM MARKETINŠKOM MIXU I IZGRADNJI POVJERENJA POTROŠAČA PODIZANJEM SIGURNOSTI AMBALAŽE

Olivera Međugorac¹, Jana Žiljak Vujić², Ivana Žiljak Stanimirović³

Nestlé Adriatic Region, Zagreb, Croatia¹; Polytechnic Zagreb, Croatia²; Faculty of Graphic Arts, University of Zagreb, Zagreb, Croatia³

Nestlé Adriatic Regija, Zagreb, Hrvatska¹; Tehničko veleučilište, Zagreb, Hrvatska²; Grafički fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska³

Abstract

When launched on the market product has to create an advantage in relation to the competition, generate a first purchase and lead to repeated ones. Marketing experts use packaging as a platform to differentiate products on shelves, i.e. to transmit key messages / advantages of the product to the end consumer. Importance of packaging and design elements of labelling continuously increases, especially when it comes to the part that is displayed at the point of sales.

Apart from its' traditional role of product protection during transport, storage, sales and at consumption, as well as informing and sales, packaging plays a special role in terms of protecting the original product from counterfeits. Labelling represents the first moment of encounter between the end consumer and the desired product, thus making it the first point of differentiation between originals and counterfeit goods. Invention of double image (visible and invisible) and application of Infraredesign with the goal of advanced visual communication, as well as advanced brand protection, is certainly significant. When using Infraredesign, the product/labelling visually stays the same but is supplemented with additional information, i.e. one that is impossible to copy. Through the application of Infraredesign product maintains its' authenticity, and at the same time differentiates itself from a possible copy. With an incredibly simple usage of Infraredesign, the consumer becomes certain that he/she is getting

Sažetak

U svom prvom pojavljivanju na tržištu proizvod u kratkom vremenu mora stvoriti prednost u odnosu na konkurenciju, generirati prvu kupnju te dovesti do ponovljene. Marketinški stručnjaci koriste pakiranje kao platformu za razlikovanje proizvoda na polici odnosno prenošenja ključnih poruka / prednosti proizvoda prema krajnjem potrošaču. Time izgled i dizajn pakiranja postaju sve važniji element u promociji proizvoda i marki, posebno onaj dio izložen na mjestu prodaje. Povrh svoje tradicionalne uloge zaštite proizvoda tijekom transporta, skladištenja, prodaje i konzumacije kao i informiranja i u konačnici prodaje, pakiranje ima posebnu ulogu u smislu zaštite originalnog proizvoda nasuprot falsifikata. Ambalaža predstavlja prvi trenutak susreta krajnjeg potrošača i željenog proizvoda, a time i prvu točku razlikovanja originala od falsificiranog artikla. Otkriće dvostruke slike (vidljivonevidljive i vidljive) i primjena Infraredizajna u cilju naprednog vizualnog komuniciranja kao i napredne zaštite marke ili brenda zasigurno ima poseban značaj. Pri korištenju Infraredizajna proizvod vizualno ostaje isti ali mu se dodaje nova informacija, tj ona koju je nemoguće kopirati. Tako oblikovan proizvod zadržava svoju autentičnost, a razlikuje se od moguće kopije. Krajnje jednostavnom primjenom Infraredizajna potrošač postaje siguran da dobiva originalni proizvod i time sve prednosti i kvalitete koje proizvod, odnosno marka ili brend za njena znači. Jednako tako vidljivo naspram

an original product and all the advantages and quality that come with it, or in other words, the brand equity. Furthermore, not only does visible in contrast to invisible enable incorporation of a double information that is guarantee for product originality, it also represents an additional platform for sending key messages and brand ideas and thus new possibilities for brand management.

Key words

Double information, Brand equity, Consumer trust, original and counterfeited products, role of labelling/packaging, infraredesign, improved visual communication, visible and invisible image

nevidljivog omogućuje ne samo ugradnju dvostruke informacije već i garanciju o originalnosti proizvoda koja predstavlja dodatnu platformu za slanje ključnih poruka i ideja a time i nove mogućnosti upravljanja markom ili brendom.

Ključne riječi

Dvostruka informacija, vrijednost marke / branda, povjerenje potrošača, originalni proizvod i falsifikati, uloga pakiranja, infraredizajn, napredno vizualno komuniciranje, vidljivonevidljiva i vidljiva slika

Pakiranje kao integralni dio proizvoda

U prvom pojavljivanju na tržištu proizvod u kratkom vremenu mora stvoriti prednost u odnosu na konkurenciju, generirati prvu kupnju te dovesti do ponovljene. Kada je lansiran, novi proizvod u kratkom vremenu mora stvoriti prednost u odnosu na konkurenciju, generirati prvu kupnju te dovesti do ponovljene. U sferi robe široke potrošnje prodajni prostor postaje sve skuplji i utakmica sve dinamičnija a broj novo-lansiranih proizvoda duplo veći nego prije jednog desetljeća. Obzirom da marketinški stručnjaci koriste pakiranje kao platformu za razlikovanje proizvoda na polici i prenošenja ključnih poruka / prednosti proizvoda prema krajnjem potrošaču gdje su izgled i dizajn pakiranja važan element promocije proizvoda i marki, posebno onaj dio izložen na mjestu prodaje (2). Prema brojnim istraživanjima 72% potrošača konačnu odluku o kupnji donosi na prodajnom mjestu, stoga dobro planirana i dizajniranja pakiranja predstavljaju onaj dio marketinškog spleta koji utječe na potrošačevu percepciju opipljivih i neopipljivih osobina i prednosti proizvoda i posredno njegovu odluku o kupnji. (3). Pakiranje povrh svoje tradicionalne uloge, zaštite proizvoda tijekom transporta, skladištenja, prodaje i korištenja kao i informiranja i u konačnici prodaje, tekako utječe na percepciju potrošača te uvelike doprinosi vrijednosti marke ili brenda. Njegova kompleksna uloga izvrsno je ilustrirana u konceptu matrice pakiranja. Matrica pojednostavljeno prikazuje brojne aspekte pakiranja kao važnog elementa promocijskog spleta te ujedno mogućnosti koje pakiranje proizvoda nudi u izgradnji imidža neke marke ili brenda.

Tablica 1. Koncept matrice pakiranja

		Packaging Functions		
		Protection	Utility	Communication
Environments	Human	Tamper evident features Child resistance features Designs that do not require scissors or knives to open	Reclosable designs Easy to open designs Pre measured units Compliance packaging (packaging that, by nature of its design, helps people comply with medication regiments) Talking packages Material; Shape; Configuration; Texture	Brand name Warnings, Directions Expiration dates Storage information Graphics, Material, Shape, Colour, Configuration, Texture Photographs, Text

	Biospheric	Amber Colour to protect from UV damage UV absorbers to protect from UV damage Water vapour Barriers Oxygen Barriers to protect from oxidation Oxygen absorbers to protect form oxidation Antimicrobial films to retard microbial degradation Water Vapour barrier to protect from Moisture Loss	Controlled atmosphere packaging Modified atmosphere packaging Edible films Wet strength corrugated	Time and temperature indicators Pictorials
	Physical (Distribution Channels)	Cushioning Shipping containers Corner posts Air bags Materials with Adequate compression strenght to withstand stacking	Strech wrap Shrink wrap Self heating packages Self cooling packages Freezer to oven capable Handles for carrying Appropriately sized cases	"This side up"; "Fragile" Bar codes Radio frequency identification "handle with care" "Temperature not to exceed 70 degrees Fahrenheit" Pictorials Accelerometers

Na razini upravljanja, pakiranje ispunjava trostruku funkciju – ima svoju ulogu u lancu nabave, marketinškom spletu te ulogu u korištenju i čuvanju proizvoda (4). Pakiranje tako sadržava proizvod, čuva i štiti njegov sadržaj te predstavlja platformu za prenošenje informacije o proizvodu uključujući sastavne elemente, uputstva za upotrebu, rok trajanja i cijenu. Današnja najveća vrijednost pakiranja je ta što ono predstavlja integralni dio proizvoda. Iako to proizvođači nerijetko odvajaju, u očima potrošača nema razlike između pakiranja, proizvoda i njegove vrijednosti. Pakiranje je alat isporuke te ima ključnu ulogu u njegovoj prodaji. U svijetu robe široke potrošnje ključni pokretači razvoja novih proizvoda su nove pogodnosti i funkcionalnosti proizvoda kao i zadovoljavanje specifičnih zahtjeva potrošača. Pakiranje, kao integralni dio proizvoda aktivno sudjeluje u ispunjenju tih očekivanja.

Naime, inovacije i novi proizvodi sve češće se dešavaju upravo na razini pakiranja. Prisjetimo li se nekih od recentnih inovacija poput *Cedevite Go*, zatvorenog sistema espreso kave za kućnu upotrebu *Nescafé Dolce Gusto* ili rješenja za pripremu jela *Maggi sočno iz pećnice* inovacija nije u teksturi proizvoda već naprotiv u pakiranju koji omogućava novi način konzumacije odnosno pripreme proizvoda. U navedenim primjerima pakiranje samo da predstavlja inovaciju nego je i nositelj ilustracija i uputa za pravilno korištenje iste. U svjetlu sve racionalnijeg trošenja sredstava namijenjenih promociji, pakiranje u svojoj izravnoj komunikaciji sa potrošačem i dalje ostaje najdjelotvorniji način oglašavanja posebnih akcija i popusta poput 25% gratis, promotivna cijena, 5+1 gratis, te ističe vezu proizvoda i sponzorstava (Medveđi menu u Mcdonaldsu, Medveđa pašeta Argeta, i posebno pakiranje Nesquik-a povodom sponzorstva hokejaškog kluba Medveščak). Globalna vrijednost tržišta pakiranjima procijenjena je 2001. Godine na oko 500 milijardi američkih dolara, od čega preko jedne trećine otpada na ambalažu korištenu u industriji hrane. Papir, valoviti karton zajedno sa ostalim proizvodima od kartona čine preko trećine svjetskog pakiranja pri čemu raste i upotreba plastične ambalaže uslijed njene male težine te izvrsnih svojstava nepropusnosti. (5)

Tablica 2: Vrijednosti ambalaže po vrsti i korištenju

Tip ambalaže	Vrijednost u USD	%
Staklo	30	6
Mašinerija pakiranja	25	5
Metal	120	24
Plastika	140	28
Papir i karton	160	32
Ostalo	25	5
Ukupno	500	100

Razdioba funkcije ambalaže na dva osnovna područja - u lancu nabave i u marketinškom spletu - ilustrirana je u tablici u nastavku:

Tablica 3: Funkcija ambalaže u lancu nabave i marketinškom spletu

FUNKCIJA PAKIRANJA	FUNKCIJA MARKETINGA
Pakiranje kao zaštita	Fizička distribucija i pohrana. Kvaliteta proizvoda
Pakiranje kao čuvanje proizvoda	Fizička distribucija i pohrana. Kvaliteta proizvoda
Pakiranje u službi distribucije proizvoda	Fizička distribucija i pohrana. Lanac nabave
Pakiranje u službi prepoznavanja brenda i tržišnog natjecanja	Promocija i prodaja, marketinška komunikacija
Pakiranje u službi prodaje	Promocija i prodaja, marketinška komunikacija, dizajn
Pakiranje u službi informiranja i uputa za upotrebu	Marketinška komunikacija
Pakiranje u službi jednostavnosti primjene	Standardizacija / diferencijacija i distribucija. Prilagodba
Pakiranje u službi isticanja cijene	Cijena proizvoda
Pakiranje u službi higijene i sigurnosti	Fizička distribucija i pohrana. Promocija
Pakiranje u službi inovacije	Razvoj pakiranja, dizajn pakiranja usko vezan za ispunjenje određenog marketinškog zahtjeva

Za razliku od oglašavanja čiji je učinak kratkotrajan pakiranje prenosi ključne poruke i marke ili brenda kroz čitavo vrijeme konzumacije te na taj način postaje važnim elementom izgradnje lojalnosti potrošača. Kada je riječ o impulsnim proizvodima koji se u pravilu manje oglašavaju uloga ambalaže je itekako važna budući je riječ o kategorijama male potrošačke lojalnosti. Prema istraživanjima, marketinška poruka na pakiranju proizvoda na polici ima manje od sekunde da zaokupi pažnju potrošača gdje je pri uobičajenoj kupnji u supermarketima potrošač suočen sa oko 300 artikala u minuti. (6). Pakiranje tako u kratkom vremenu mora izvršiti mnoge prodajne funkcije od privlačenja, poticanja interesa, želje do same akcije kupnje (*AIDA model: Attractiveness, Interest, Desire, Action*). Povrh toga, potrošači su danas spremni platiti više da bi dobili jednostavnost korištenja i konzumacije proizvoda te uživali prestiž bolje, skuplje ambalaže. „Subjektivna perspektiva potrošača doprinosi njegovoj odluci o kupnji, a ne objektivna vrijednost proizvoda i upravo to naglašava ključnu ulogu pakiranja u marketinškom spletu. Potrošač procjenjuje sve prednosti proizvoda prije nego je donio odluku o kupnji. A preko 95 % kupljenih proizvoda odnosi se ipak na one koji nisu bili najpovoljniji na polici“ (7). Jednako tako, pakiranje predstavlja prvi trenutak susreta krajnjeg potrošača i željenog proizvoda, a time i prvu točku razlikovanja originala od falsificiranog artikla.

Infraredizajna u marketinškom mixu

Falsifikate definiramo kao reprodukcije identične legitimnim proizvodima u smislu pakiranja i zaštitnog znaka, (8) odnosno kao ilegalno proizvedene predmete koji nalikuju originalima ali su cjenovno pristupačniji najčešće niže kvalitete u smislu izvedbe, pouzdanosti i trajnosti (9). Prema izvješću Svjetske Carinske Organizacije iz 2004. Godine vrijednost tržišta lažiranim proizvodima iznosila je preko 7% ukupne svjetske trgovine, odnosno preko 600 milijardi američkih dolara. Govorimo li o tržištu lijekova, situacija je krajnje zabrinjavajuća – tržište krivotvorinama predstavlja 10% ukupne globalne trgovine lijekovima (10).

Sa stanovišta potrošača falsificiranje može biti varljivo ili ne-varljivo. Varljivo falsificiranje je ono kada potrošač nije svjestan kupnje lažiranog proizvoda umjesto originala što je čest slučaj u farmaciji, trgovini auto-dijelovima i elektronskim uređajima. Suprotno tome, kupnja ne-varljivih falsifikata je od strane potrošača svjesna i namjerna. (11) U slučaju varljivih falsifikata (potrošač je nesvjesno izložen falsificiranom proizvodu) upravo pakiranje postaje platforma inicijalne kontrole, provjere i u konačnici odabira originala pred falsifikatom. Zakonodavstvo također postavlja sve specifičnije zahtjeve kada je riječ o pakiranju. Tako je EU direktiva iz 1994. Donijela smjernice za smanjenje ambalažnog otpada i recikliranje. Najnovija direktiva iz studenog 2011. Godine propisuje najmanju veličinu fonta korištenog na pakiranju prehrambenih artikala od 1.22 mm a u pripremi je i direktiva koja će kao obaveznu informaciju za ambalaži zahtijevati ukupni učinak proizvoda na okoliš na putu od polja do stola.

Kao što vidimo, uloga ambalaže je u svom širokom promišljanju krajnje kompleksna i zahtjevi naspram njene funkcionalnosti se, kako tehnološki tako i oni vezani za sadržaj, iz dana u dan povećavaju. Dnevno nas okružuju intrigantna i savršeno dizajnirana i realizirana vizualna rješenja koja imaju za cilj što bolje komunicirati i osvojiti potencijalno tržište. Mogućnost kreiranja novog, inovativnog pakiranja može stvoriti brojne prednosti kako za potrošače tako i za proizvođače proizvoda. Primjena je moguća na različitim materijalima u cilju naprednog vizualnog komuniciranja. IRD svojim doprinosom dizajnerskoj struci i njenim kreativnim pripadnicima nudi posve nove mogućnosti razvoja i realizacije ideja. Možemo reći da je pojedinu ideju moguće realizirati na dvije razine vidljivo/nevidljivoj i vidljivoj čime se poboljšava sustav komuniciranja te otvara nova, alternativna razina slanja ključnih poruka prema potrošaču. Važno je naglasiti da se oba dizajna nalaze na istoj površini, te da se realiziraju sa istim financijskim troškovima, kao da se radi o samo jednoj slici, tj. istim sredstvima koja su rezervirana za realizaciju pojedinog projekta. Pri tome, dvije poruke mogu biti sadržajno povezane, ili mogu biti posve različite. Za odnos među porukama ne postoje nikakva kreativna ograničenja.

Danas su u svijetu izuzetno velika ulaganja u promociju, kao i u stvaranje novog proizvoda, odnosno u okupaciju pažnje za pojedini sadržaj ili proizvod. Brojnim primjerima, od kojih su neki i realizirani dokazali smo funkcionalnost i aplikativnost.

Kada govorimo o zaštiti moguće je da proizvod vizualno ostane isti, da zadrži svoj karakter, te da mu se doda nova informacija, tj ona koju je nemoguće kopirati. Tako oblikovan proizvod zadržava svoju autentičnost, a razlikuje se od moguće kopije.

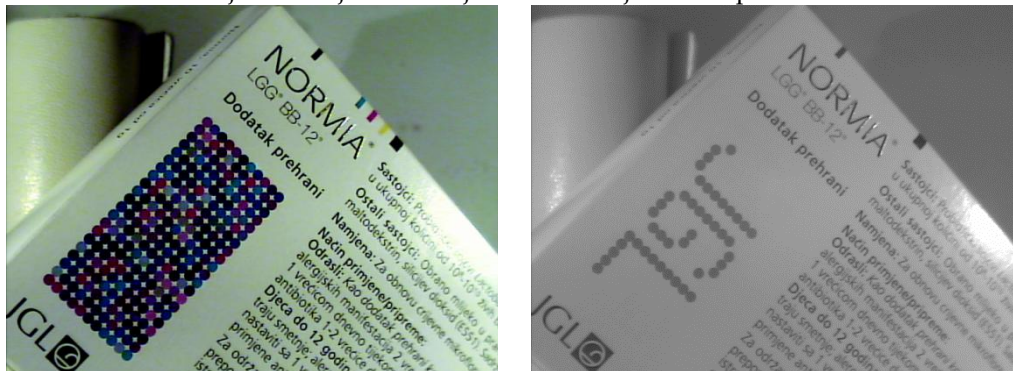
Obziro da svaka informacija mora imati izvor i primatelja ili korisnika informacije, možemo ju promatrati kroz komunikacijski kanal, kao materiju koja se razmjenjuje i kao takva treba biti pripremljena u obliku koji posjeduje određena svojstva. Zaštićena informacija daje osjećaj sigurnosti i podiže povjerenje potrošača. Naša opća znanja upućuju na činjenicu da je proizvod zaštićen kada je na papiru vodeni znak, hologram, UV boja i infracrvena boja. Navedene zaštite nije uvijek moguće aplicirati. Neke od zaštita traže dodatnu strojnu obradu ambalaže. Prednost imaju zaštite koje se nanose u procesu izrade ambalaže, koje su sastavni dio i ne utječu na cijenu proizvoda. Možemo reći da otkriće infraredizajna nudi navedene prednosti. Prednost u dizajnu imati će proizvodi koji od samog početka promišljaju zaštitu kao svoj sastavni dio. Pripremajući za tisak takav proizvod zapravo projektiramo dvije slike, jednu koja će biti vidljiva pod dnevnim svjetlom, a jednu koja će biti vidljiva pod infracrvenim osvjetljenjem. Dizajnom trebamo definirati odnos tih dviju slika i količinu informacija koju će nositi pojedina slika. Pri uključivanju Infraredizajna, nove napredne metode za obilježavanje i zaštitu u dizajn proizvoda omogućava se da dizajn vizualno ostane isti ali mu se dodaje nova informacija, tj ona koju je nemoguće kopirati. Tako oblikovan proizvod zadržava svoju autentičnost, a razlikuje se od moguće kopije.

Dvostruka informacija i zaštita brenda

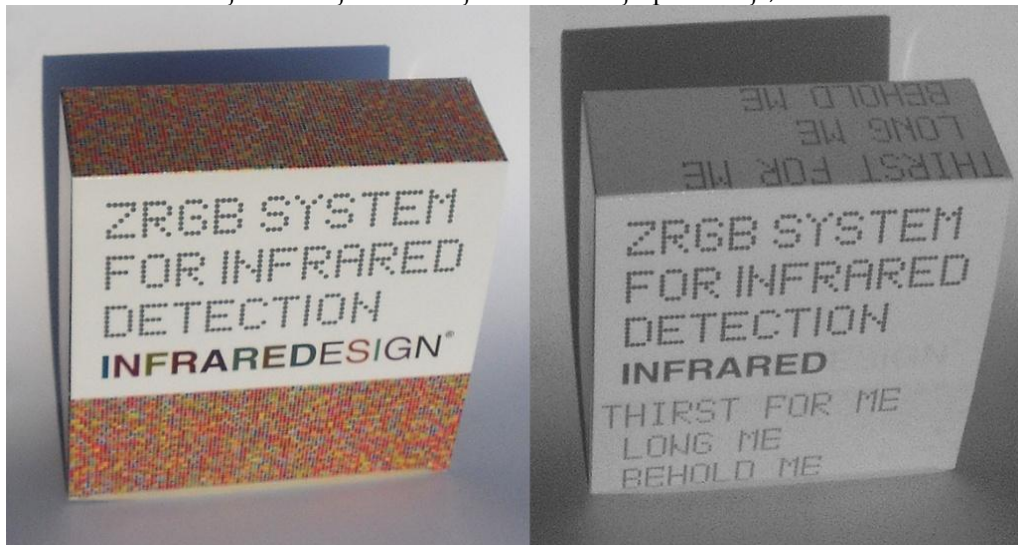
Krajnje jednostavnom primjenom Infraredizajna potrošač postaje siguran da dobiva originalni proizvod i time sve prednosti i kvalitete koje proizvod, odnosno marka ili brend za njega znači. Jednako tako vidljivo naspram nevidljivog omogućuje ne samo ugradnju dvostruke informacije već i garanciju o originalnosti proizvoda koja predstavlja dodatnu platformu za slanje ključnih poruka i ideja a time i nove mogućnosti upravljanja markom ili brendom. U prvom slučaju IRD može biti nositelj poruke i stvoriti samostalnu igru odnosom uvijek vidljivo i vidljivo nevidljivo.

Na slikama su prikazani realizirani primjeri koji potvrđuju da su mogućnosti neograničene.

Slika 1. Odnos vidljive i vidljivo nevidljive slike u cilju zaštite proizvoda



Slika 2. Odnos vidljive i vidljivo nevidljive slike u cilju promocije, odnos može biti intrigantan i duhovit



Zaključak

Otkrće IRD-a daje novi pogled na promociju proizvoda, doprinos je razvoju dizajnerske struke, ne ograničava kreativnost autora već mu nudi nove mogućnosti. Istovjetnom vidljivošću i nevidljivošću, otvaraju se posve nove mogućnosti obilježavanja proizvoda koje su do datuma ovog otkrića bile nezamislive. Istraživanja i prve realizacije pokazuju da se primjenom IRD-a podiže atraktivnost proizvoda, te da sam proizvođač pokazuje posebnu brigu za osuvremenjivanjem ambalaže. Istim se povećava povjerenje kupca.

Uloga dizajna ambalaže koje nosi vlastite informacije, u svom širokom promišljanju je krajnje kompleksna i zahtjevi naspram njene funkcionalnosti se, kako tehnološki tako i oni vezani za sadržaj, iz dana u dan povećavaju.

Ambalaža je danas ne samo platforma za ispunjenje zakonskih obaveza, promocije i očekivanja potrošača, ona je sve češće nositelj novog načina korištenja i konzumacije proizvoda odnosno nositelj inovacije proizvoda naspram konkurencije.

Obzirom da živimo u doba koje se može nazvati informacijsko doba, doprinos IRD-a - vidljive i vidljivo/nevidljive informacije - postaje izuzetno otkriće u području vizualnog komuniciranja i grafičkog dizajna jer ovo otkriće kako dizajneru tako i marketinškom stručnjaku širi kreativan prostor. Primjena IRD-a bilo u promocijskom ili inovacijskom segmentu lansiranja proizvoda dodatno pojačava njegovu razlikovnu snagu kao i mogućnost kompeticije na trgovačkoj polici.

Reference:

- /1/ Žiljak, V., Pap, K., Žiljak, I., Žiljak-Vujić, J. (2009) „Upravljanje informacijama u infracrvenom dijelu spectra, *Informatologia*. Vol. 42, br. 1; str. 1-9.
- /2/ Međugorac, O., Žiljak Vujić, J., (2012), *Infraredesign u ukupnom marketinškom mixu i izgradnji povjerenja potrošača podizanjem sigurnosti ambalaže, Tiskarstvo 2012 & Design*, 35 – 38
- /3/ Bix, L., Rifon, N., Lockhart, H., de la Fuente, J. (2003) „*The packaging matrix: Linking Package Design Criteria to the Marketing Mix*, School of Packaging, Michigan state university
- /4/ Prendergast, G. and Pitt, L. (1996), „*Packaging, marketing logistics and the environment: are there trade-offs?*“, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 26 No 6, pp 60-72.
- /5/ Rundh, B., (2005), „*The multy-faceted dimension of packaging*“, *British food journal*, Vol. 107, No 9, pp 670 – 684
- /6/ Sara, R. (1990), „*Packaging as a Retail Marketing Tool*“, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol.20 No.8, pp.29-30
- /7/ *Ibidem*, str.30
- /8/ Kay, H. (1990), „*Fak’s progress*“, *Management today*, Srpanj, str.54-9
- /9/ Lai K.K-Y. i Zaichowski J.L. (1999) „*Brand imitation: do the Chinese have differend views?*“, *Asia Pacific Journal of Management*, Vol.16, Br.2, str. 179 - 92
- /10/ Tomić, S., Milčić, N., Sokolić, M., Filipović Sučić, A., Ilić Martinac, A., „*Ima li u Hrvatskoj krivotvorenih lijekova?*“ (2010) *Liječnički Vjesnik*, vol. 132, str. 81-86
- /11/ Wilcox, K., Kim, M.,H.,Sen, S. (2009) „*Why do consumers buy Counterfeit Luxury brands?*“*Journal of Marketing Reserach*, April, str. 247 - 259

STUDENTS KNOWLEDGE ABOUT THE EUROPEAN UNION AND COMPLETION CROATIAN NEGOTIATION PROCESS

INFORMIRANOST STUDENATA O EUROPSKOJ UNIJI I ZAVRŠETKU HRVATSKIH PRISTUPNIH PREGOVORA

Goran Popović, Tanja Grmuša¹, Maša Popović

Croatian Communication Association, Zagreb, Croatia; Business College Zagreb, Zagreb, Croatia¹

Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb, Hrvatska; Visoka poslovna škola Zagreb s pravom javnosti, Zagreb, Hrvatska¹

Abstract

Completion of the Croatian accession negotiations with the EU was marked as one of the most exposed media issues in the past period. After the initial euphoria of realization one of the most important foreign policy goals, the public expressed deprecation and criticism addressed to the political elites which were driven by lack of transparency of the process together with the insufficient information of the citizens about the content of negotiation chapters. The elements which created the strengthening of Euro-skepticism idea together with the negative sentiment towards the EU and European integration in general, can be find in education deficit, which was based on lack of information, along with prejudices and stereotypes. Previous studies made on the same target group shown, that young people are certainly one of the most favorable group to communicate about EU topics. Their knowledge were often overestimated about it. Young people generally has pro-European orientation which has based on the possibility to move toward EU what are giving them new opportunities and prospects primarily in terms of education and employment in the area of the EU. Those are not surprisnig results specially in the content of their nearby future living in the EU as equal citizens. A survey was conducted during the late October 2011. Results were given by 105 respondents, students of communication science who analyzed the information about the functioning of the European Union, which included enlargement policy and the internal market, together with the special emphasis on the European integration path of the Republic of

Sažetak

Završetak hrvatskih pristupnih pregovora s EU bila je jedna od najekspoziranih medijskih tema u proteklome razdoblju. Nakon početne euforije zbog ostvarivanja jednog od najvažnijih vanjsko-političkih ciljeva, u javnosti se moglo čuti sve više negodovanja i prozivki upućenih političkim elitama zbog netransparentnosti samoga procesa kao i loše informiranosti građana oko sadržaja pregovaračkih poglavlja. Obrazovni deficit, temeljen na nedostatku informacija, samo je jedan od faktora koji, uz predrasude i stereotipe, rezultira jačanjem euroskepticizma i negativnoga raspoloženja prema EU i eurointegracijama općenito. Ranija istraživanja pokazala su kako su mladi svakako jedna od poželjnijih skupina za informiranje budući da nerijetko precjenjuju svoje znanje o EU, ali su uglavnom proeuropski orijentirani budući da ulazak u EU za njih otvara nove mogućnosti i perspektive ponajprije u smislu obrazovanja i zapošljavanja, što ne čudi budući da je riječ o skupini koja će jednoga dana i živjeti u EU. Istraživanje provedeno krajem listopada 2011. na uzorku od 105 ispitanika, studenata komunikologije, analiziralo je informiranost studenata o Europskoj uniji, uključujući politiku proširenja te funkcioniranja unutarnjeg tržišta EU-a, s posebnim naglaskom na hrvatski eurointegracijski put i završetak hrvatskih pristupnih pregovora. Rezultati su pokazali kako su studenti (mladi) jako dobro informirani o hrvatskom eurointegracijskom putu kao i završetku pregovora. Nadalje, suprotno očekivanjima pokazalo se kako su ispitanici dobro informirani i oko politike proširenja, dok je kod funkcioniranja unutarnjeg tržišta EU-a uočena slabija informiranost što

Croatia and completion of accession negotiations. Results showed that students (young people) are very well informed about each step of Croatian's Euro-integration process and the completion of negotiations. Furthermore, contrary of expectations, the results showed that the participants are also well informed about the enlargement policy. In the field of the functioning of the internal EU market the results were little bit weaker which creates more space for improvement which should be delivered by the media and political elites.

Ključne riječi

EU, the completion of negotiations, information, youth, media

otvara dodatan prostor za poboljšanje kako medijima tako i političkim elitama.

Ključne riječi

EU, završetak pregovora, informiranost, mladi, mediji

1. Uvod

Ispunjavanjem svih traženih kriterija u posljednjem i najspornijem poglavlju 23 (pravosuđe), Hrvatska je početkom lipnja 2011. godine završila dugogodišnji pregovarački proces oko ulaska u Europsku uniju. Početni entuzijazam zbog velikog povijesnog događaja nije dugo trajao, budući da se u javnosti sve više iskazuje nezadovoljstvo zbog nepoznavanja sadržaja pregovaračkih poglavlja, kao i načela dogovorenih tijekom šestogodišnjega pregovaračkoga procesa. U prilog tomu svjedoče i rezultati ispitivanja javnoga mnijenja koji pokazuju slabu informiranost običnih građana. Iako se političke elite opravdavaju kako je cijeli proces bio otvoren i transparentan, pozivajući se na dostupnost svih podataka i sadržaja na internetskim stranicama državnih institucija i sudionika pregovora, porazna je činjenica proizašla iz istraživanja nevladinih udruga i organizacija koja pokazuje kako ni tri mjeseca nakon završetka pregovora s EU čak trećina građana ne zna za to. Slaba informiranost o bilo kojem pitanju, pa tako i o EU, rezultira neosnovanim strahovima i pogrešnim percepcijama temeljenima na predrasudama i stereotipima i kao takva je plodno tlo za jačanje euroskepticizma. Nakon potpisivanja pristupnoga ugovora slijedi kampanja za referendum, u kojem će ciljna skupina za informiranje svakako biti mladi. Za očekivati je kako su mladi, kao najbrojnija i internetski najaktivnija publika ujedno i najinformiraniji o EU, no je li tome doista tako vidjet ćemo u nastavku rada.

2. Hrvatski put u Europu

Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju zaokružiti će se i drugi vanjsko politički prioritet RH. Prvi je ispunjen 2009. godine članstvom u NATO Savezu. Početak eurointegracijskog procesa formalno je započeo potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju (SSP) 29. listopada 2001. godine, te dobivanjem statusa države potencijalnog kandidata. Ovo je politički termin koji je prvi put dodijeljen jednoj državi aspirantici za članstvom čime su se željeli nagraditi i potaknuti daljnji hrvatski naponi u ispunjavanju eurointegracijskih uvjeta za članstvo u ovoj nadnacionalnoj zajednici država. Potpisivanjem Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju (SSP) s EU-om započelo je institucionaliziranje odnosa Hrvatske s EU-om. Sporazum je stupio na snagu 1. veljače 2005. godine. Zahtjev za članstvo u Europskoj uniji 21. veljače 2003. godine u Ateni, Vijeće EU-a je Europskoj komisiji dalo mandat za izradu mišljenja o zahtjevu Republike Hrvatske za članstvom. Temeljem pozitivnog mišljenja Europske komisije o tom zahtjevu, Europsko je vijeće u lipnju 2004. godine Republici Hrvatskoj dodijelilo formalni status države kandidatkinje za članstvo u Europskoj uniji. Formalni pregovori za članstvo u EU započeli su 3. listopada 2005. godine, a zaključeni su 30. lipnja 2011. godine. Republika

Hrvatska je zaključila 35 poglavlja pregovora¹⁹⁵ i ispunila uvjete iz političkih kriterija koji su obuhvaćeni Kopenhaškim i Madridskim kriterijima. Pristupni ugovor potpisan je 9. prosinca 2011. u Bruxellesu čime je završen formalni proces pregovora, ali se krenulo s još aktivnijom komunikacijskom promidžbom među građanstvom RH s ciljem pozitivnog ishoda na referendumu koji je Ustavom planiran u periodu od 90 dana od formaliziranja pristupnog Ugovora. Na referendumu održanom 22. siječnja 2012. godine, 66,27 % birača glasovalo je za ulazak Hrvatske u Europsku uniju. Nakon procesa ratifikacije od strane svih država članica i Hrvatske, predviđeno je pristupanje 1. srpnja 2013. čime će RH postati 28. država članica EU. Na samom početku eurointegracijskog procesa 2000. godine započele su i informativne aktivnosti tijela državne uprave vezano za komunikacijsku strategiju s građanstvom. Mladi svih dobnih skupina bili su jedni od glavnih ciljnih skupina informiranja od samih početaka. Nosioci glavnine komunikacijsko-edukativnih aktivnosti u čitavom periodu eurointegracijskog procesa (2001. - 2011.) bio je tadašnji MEI¹⁹⁶, kasnije MVPEI¹⁹⁷, u suradnji s drugim TDU¹⁹⁸ (kao što su SDURF¹⁹⁹, SDU²⁰⁰, SAFU²⁰¹), te DEK²⁰² u RH, NGO²⁰³ sektor, Sveučilišta u RH te tiskovni i elektronski mediji u manjoj mjeri.

Prva *Komunikacijska strategija za informiranje hrvatske javnosti o Europskoj uniji* i pripremama za članstvo Vlade Republike Hrvatske predstavljena je 2001. godine, čime je postavila strateške odrednice informiranja hrvatskih građana o procesu pristupanja Europskoj uniji, dok je kao formalni dokument Vlade usvojena 27. siječnja 2006. godine. „Informiranje mladih u području euro integracijskih procesa između ostalog imalo je za cilj: podizanje svijesti o ideji europskih integracija i upoznavanje s događanjem euro-integracijskih procesa u Republici Hrvatskoj, upoznavanje mladih s EU i mogućnostima koje pruža za njihov razvoj i stručno usavršavanje unapređivanje povezivanja mladih Hrvatske s vršnjacima i udrugama mladih u državama EU i državama kandidatima za članstvo, poticanje stvaranja mreže udruga mladih koje se bave europskim integracijama u Republici Hrvatskoj promicanje sudjelovanja mladih Hrvatske u EU programima.“²⁰⁴ Ne smije se zaboraviti i tzv. neformalni segment komunikacijske politike - uspostavljanjem parlamentarnog konsenzusa svih stranaka o pristupanju Hrvatske EU kao hrvatskog vanjskopolitičkog prioriteta donesenog na samom početku eurointegracijskog procesa, stoga su se aktivnosti namijenjene mladima bazirale na međusobnu interakciju s njima u obliku predavanja, ljetnih i zimskih škola, debata, izdavanja specijaliziranih brošura, obilježavanja aktivnosti Dana Europe, nagradnih igara i slično što je također doprinijelo njihovom ne formalnom stjecanju znanja o ovim temama. Stoga je cilj ovog istraživanja, između ostaloga, provjeriti koliko je stvarna razina znanja i informiranost hrvatskih studenata o eurointegracijskom procesu i EU politikama s obzirom na to da u periodu od zadnjih deset godina njihovog odrastanja, a koliko i traje proces pregovora, kontinuirano vršila edukacija i informiranje mladih. Naša ciljna skupina, studenti komunikologije na određeni su način svakodnevno bili izloženi određenoj vrsti formalne i neformalne medijske informiranosti vezano za EU politike, stoga se njihova razina znanja iz područja europskih politika može sagledati i u kontekstu opće kulture i informiranosti koje su stjecali kroz različite medije kojima su bili izloženi. Za kraj je važno napomenuti, da je ovo istraživanje izvršeno tri mjeseca prije

¹⁹⁵Podsjetimo, pregovorima je prethodio i screening koji je u slučaju RH bio i uvjet i za otvaranje i zatvaranje određenih područja pregovora.

¹⁹⁶ Ministarstvo europskih integracija

¹⁹⁷ Ministarstvo vanjskih poslova i europskih integracija, a sada Ministarstvo vanjskih i europskih poslova (MVEP)

¹⁹⁸ Tijela državne uprave

¹⁹⁹ Središnji državni ured za fondove

²⁰⁰ Središnji državni ured uprave, sada Ministarstvo uprave

²⁰¹ Središnja agencija za financiranje i ugovaranje

²⁰² Delegacija Europske Komisije sada Delegacija Europske Unije u RH

²⁰³ nevladini sektor (non government sector) anglicizam koji se koristi u hrv. jeziku

²⁰⁴ Komunikacijskom strategijom za informiranje hrvatske javnosti o Europskoj uniji i pripremama za članstvo Vlada Republike Hrvatske iz 2006. godine, više na <http://www.mvep.hr/ei/default.asp?ru=135&sid=&akcija=&jezik=1>, pristup ostvaren 13. veljače 2012.

referenduma za ulazak u EU kada medijske aktivnosti na tu temu nisu bile u fokusu najvećega intenziteta jer je parlamentarna kampanja bila u tijeku kada se prekinula komunikacijska kampanja.

3. Mladi - poželjna ciljna skupina za informiranje

Mladi Hrvatske svakako su jedna od najpoželjnijih ciljnih skupina za informiranje, budući da su pod velikim utjecajem društvenih promjena (zanimljiva su njihova mišljenja, stavovi, vrijednosti, utjecaji o aktualnim društveno-gospodarsko-političkim pitanjima), a na kraju je riječ o ljudima koji će jednoga dana i živjeti u Europskoj uniji. Govoreći o informiranosti o EU i završetku hrvatskih pristupnih pregovora, neizbježno se nameću pitanja je li moglo više i bolje te zašto (su)dionici pregovaračkoga procesa nisu od samoga početka (po)dijelili s javnošću sve relevantne informacije. Kao glavni problem Ilišin (2005a) ističe zatvorenost političkih elita koje ne dopuštaju građanima i svekolikoj javnosti neposredno sudjelovanje u javnim raspravama kao ni uvid u projekte o kojima ovisi njihova budućnost na političkoj sceni. To povlači i činjenicu da su oni i bolje informirani od svojih građana, ali ujedno i odgovorniji za donošenje odluka. Stupanj informiranosti građana o europskim integracijama ujedno je i pokazatelj kvalitete i tempa njenoga razvoja, budući da se odluke koje donose političke elite a koje istodobno imaju i monopol na informacije, ujedno pozitivno ili negativno reflektiraju na njih. Stoga i ne čudi da se fokus djelovanja premješta na mlade kao poželjnu ciljnu skupinu za informiranje, nastojeći pritom ispitati njihovu spremnost za ulazak u europsko društvo. Mladi su nerijetko marginalizirana društvena skupina, pasivni su (ne zanima ih politika niti imaju vremena za nju), a njihov je sustav vrijednosti drugačiji od starije populacije. Tom idejom vodila se i Ilišin 2005. godine kada je, nedugo nakon početka pregovaračkoga puta, ispitala povezanost mladih i politike i njihovih stavova o EU, što je bilo motivirano trima razlozima. Prvo, o uključivanju mladih u politiku ovisi i jačanje demokratizacije u zemlji, drugo bilo bi zanimljivo vidjeti koliko se stavovi, vrijednosti i mišljenja mladih u Hrvatskoj poklapaju sa stavovima njihovih europskih vršnjaka i konačno ispunjavanje obaveze države prema aktivnom uključivanju mladih u društvene procese (Ilišin 2005b). U središtu tadašnjega istraživanja bila je komparacija istraživanja iz 1999. godine i onim iz 2004. godine pri čemu su suprotstavljeni stari i mladi, te mladi Hrvatske i mladi EU-a. Širenje granica Europske unije uzrokovalo je i promjene u istraživanju europskih integracija budući da se dogodio pomak od prvobitnih istraživanja u čijem su središtu zanimanja bile europske institucije i politike ka analizama "utjecaja EU na dinamiku i opseg promjena u zemljama članicama" (Hix i Goetz 2000 prema Ilišin i Mendeš, 2005). To je posebice aktualizirano nakon vala proširenja 2004. godine kada su u europsku obitelj ušle bivše komunističke i socijalističke zemlje, koje kako navode Ilišin i Mendeš (2005) nisu ni po čemu bile kompatibilne s tadašnjim članicama. Najviše je istraživanja rađeno o "utjecaju integracije na javno mnijenje i to ponajprije na percepciju EU među građanima uključenih zemalja" (Ilišin, Mendeš, 2005: 198). Kada je riječ o ispitivanju javnoga mnijenja i potpori hrvatskih građana Europskoj uniji, istraživanja su pokazivala oscilacije u rastu i padu podrške što je bilo uvjetovano društveno-političkim okolnostima (odgoda početka pregovora, problematična suradnja s haaškim sudom kao i blokada pregovora). Istraživanje provedeno 2004. godine, pokazalo je kako su mladi imali neutralan stav prema EU, ali su u usporedbi sa starijima svakako bili optimističniji što je vjerojatno odraz pozitivnoga *avisa*, ali i velikih očekivanja. Uočene su dvije tendencije; 1) mladi su se doživljavali najvećim dobitnicima u procesu pridruživanja Hrvatske Europskoj uniji i 2) "mladi u odnosu na starije konzistentno demonstriraju izraženu proeuropsku orijentaciju" (Ilišin, Mendeš, 2005: 250).

Istraživanje se sastojalo od dva dijela; u prvome su ispitanici trebali procijeniti vlastito poznavanje Europske unije (ispitivanje samopercepcije - subjektivna (pr)ocjena), dok je drugi dio bio zamišljen kao objektivna provjera znanja ispitanika čime se, koristeći pitanja s ponuđenim odgovorima po principu točno / netočno, nastojalo utvrditi je li znanje ispitanika doista onakvo kakvim ga oni doživljavaju. Analiza informiranosti mladih o EU ispitala je općenitu informiranost o EU i zbivanjima u njoj, zatim približavanje Hrvatske EU-u, nadalje teme vezane uz politike i ustanove EU-a te načine informiranja vezane uz te teme (Mendeš, 2005). Istraživanje je pokazalo da se ispitanici o EU najviše informiraju putem svih medija (no pretežu elektronički mediji i tisak), slijede razgovori i rasprave s

rodbinom i prijateljima. No, razina aktivnosti informiranja bila je manja u usporedbi s njihovim vršnjacima koji žive u Uniji. Nadalje, mladi su rijetko dodatne informacije tražili u brošurama i promotivnim materijalima MVPEI-ja, to je činio tek svaki peti pripadnik mlađe dobne skupine. Teme koje su najviše zanimala mlade vezane su uz društvene, kulturne i obrazovne probleme kao i politiku Unije prema mladima, a manje uz svakodnevnu politiku, dok njihovi europski vršnjaci pokazuju zanimanja i za ostale teme. U usporedbi sa stanovnicima EU-a "gdje čak 73 % ispitanika smatra da su slabo informirani o toj problematici" (Mendeš, 2005: 280), hrvatski su ispitanici svoju informiranost (pr)ocijenili visokom. Međutim, kontrolna pitanja vezana uz utvrđivanje objektivnoga znanja o EU pokazala su kako mladi ipak slabije poznaju EU institucije od svojih vršnjaka koji žive u EU-u, te kako se njihova percepcija znanja ne poklapa sa stvarnim stanjem. Također, rezultati tadašnjega istraživanja neugodno su iznenadili pokazavši slabo znanje o hrvatskom procesu pridruživanja. Razlog takvim rezultatima može se dvojako tumačiti; prvo mladi "znaju kako je tema za EU važna za Hrvatsku danas, nisu ni u anketi željeli priznati da nisu zadovoljavajuće informirani, a drugo bi moglo biti da su ispitanici samo činjenicu kako mediji pojačano prate probleme europske integracije i odnosa Hrvatske s EU zamijenili s vlastitim praćenjem tih tema" (Mendeš, 2005: 281). Kakva je situacija danas, šest godina kasnije kada je Hrvatska napokon završila svoj dugi pregovarački put, i jesu li mladi informiraniji o pitanjima vezanima uz EU ali i tijekom hrvatskoga eurointegracijskoga puta, vidjet ćemo u istraživanju u nastavku rada.

4. Euroskepticizam u Hrvatskoj - ima li mjesta za zabrinutost?

Spomenuto je kako je, prema istraživanjima nevladinih udruga i organizacija²⁰⁵, čak trećina građana neupoznata s činjenicom da je Hrvatska završila pregovore s EU. Grubiša (2005) upozorava kako je razumljivost i transparentnost procesa pridruživanja smanjena upravo zbog niske informiranosti građana o pitanjima vezanima uz EU (funkcioniranje EU, njenih institucija i aktera). Osim demokratskog deficita koji muči EU, a koji se odnosi na monopol političkih elita na informacije, tu je i "obrazovni deficit koji obuhvaća deficit znanja ali i puke informiranosti o onome što se događa, uslijed čega europska javnost na mnoge pojave unutar Europske unije reagira predrasudama i stereotipima" (Grubiša, 2005: 35). Slično misli i Blanuša (2006) koji tvrdi kako euroskepticizmu u prilog ide hipoteza jaza o znanju²⁰⁶, tvrdeći kako političke elite doista najviše znaju o EU budući da su direktno uključene u cijeli proces, za razliku od običnih građana, te im je stoga i lakše manipulirati njima. Istraživanja doista i pokazuju da o EU najviše znaju najobrazovaniji, ali i oni kojima je EU svakodnevno u središtu interesa (novinari, poslovni ljudi, pravnici, akademska zajednica). "Neinformiranost i neznanje o EU

²⁰⁵ Trećina građana ne zna da su završili pristupni pregovori između Hrvatske i Europske unije. Tako pokazuju rezultati istraživanja Promocije plus provedenog na 1300 ispitanika u više od sto naselja, a za Transparency International. Na pitanje "znate li da je Hrvatska završila pregovore s Europskom unijom o članstvu" točno je odgovorilo 67,3 % ispitanika, dok je 15,5 % kazalo kako pregovori nisu gotovi. Istodobno 16,2 % ispitanika ne zna jesu li pregovori gotovi ili pak nisu sigurni u davanju odgovora na to pitanje.

Članak: Ponoš, Tihomir: "Trećina građana ne zna da smo završili pregovore za članstvo"

http://www.novolist.hr/Vijesti/Hrvatska/Trecina-gradana-ne-zna-da-smo-završili-pregovore-za-clanstvo_pristup_ostvaren_13, prosinca 2011.

Nadalje, porazno je da je svega 29,7 % građana zadovoljno informiranostću o tom procesu. U Transparency Internationalu posebno su zabrinuti što je manje od 1 % ispitanika znalo točan odgovor na probno pitanje o specifičnoj točki pregovora, a koja se odnosi na moratorij na prodaju poljoprivrednoga zemljišta budući da je tema bila često naglašavana u medijima, ali i tijekom samih pregovora. Ističu kako je nedovoljna informiranost građana posljedica nepoštivanja Zakona o pravu na pristup informacijama donesenoga još 2003. godine, a koji jamči otvorenost vlasti i njenih odluka što još nije slučaj. 'Za ovaj zakon, koji je jedan od ključnih u suzbijanju korupcije, zna tek 44 posto građana, s time da samo njih 20 posto zna da informacije može tražiti od svih tijela javne vlasti. A sve dužnosnike bi posebno trebala zabrinuti činjenica da preko tri četvrtine građana, njih čak 76,8 posto smatra da tijela javne vlasti ne pružaju dovoljno informacija iz svog djelokruga rada', nastavio je Petrović.

članak: "Rezultati istraživanja informiranosti građana o pristupanju EU", http://politika.hr/hrvatska/5889-rezultati-istrzivanja-informiranosti-gradana-o-pristupanju-u-eu_pristup_ostvaren_13, prosinca 2011.

²⁰⁶ Znanstveno istraživanje jaza u znanju bilo je motivirano činjenicom kako ljudi ne prate jednako medije, kao što i nemaju jednaki pristup njima. Riječ je o hipotezi jaza o znanju koju su postavili Tichenor, Donohue i Olien a prema kojoj osobe slabije obrazovne razine kasnije stječu znanja o temama o kojima mediji izvješćuju što su pokušali opravdati petorim čimbenicima: komunikacijskim sposobnostima pojedinaca, predznanjem o određenoj temi, društvenim kontaktom, selektivnom pristupanju informacijama te djelovanju medijskog sustava u cjelini (Kunczik, 2006)

isprepliću se s pogrešnim predodžbama i dezinformacijama, a rezultat je negativno raspoloženje spram EU, njenih institucija i funkcioniranja" (Grubiša, 2005: 36). Svi ti faktori svakako idu u prilog jačanju euroskepticizma koji dodatno usporava eurointegracijski put pojedine države, ali i pridonosi zatvaranju EU članica i povlačenju u nacionalne okvire.²⁰⁷ Ranije je spomenuto kako je proširenjem Unije 2004. godine na deset novih, uglavnom postsocijalističkih i tranzicijskih država, nastupio pomak u istraživanjima javnoga mnijenja koja su počela tematizirati utjecaj proširenja na odnose unutar Unije. I dok su starija istraživanja pokazivala kako građani zbog neinformiranosti daju političarima legitimitet da odlučuju umjesto njih, novija pokazuju kako se nezainteresiranost građana koristi kao manipulativno sredstvo "kako bi što više promovirale integraciju, ali se s druge strane u velikoj mjeri vode preferencijama biračkoga tijela, odnosno njihovim 'političkim raspoloženjem'" (Carruba, 2001: 154 - 156 prema Blanuša 2006: 328). Razlozi koji su pridonosili jačanju euroskepticizma u Hrvatskoj, kao i povremenu negativnu precepciju EU-a, su i loša Vladina komunikacijska strategija te selektivno i prilično šturo informiranje, koje se uglavnom odvijalo u vidu priopćenja nakon svakog završenog poglavlja. Dio odgovornosti snose i mediji koji su o svakoj prepriki koja se javljala tijekom hrvatskoga pregovaračkoga puta izvještavali koristeći senzacionalistički i negativistički pristup "u skladu s obrascem 'toplo - hladno', tj. 'vole nas - ne vole nas'" (Blanuša, 2006: 332). Štulhofer (2003) upozorava na dvije temeljne dimenzije euroskepticizma u Hrvatskoj; teorijskome i praktičnome. S jedne se strane radi o porastu nesklonosti pridruživanju, a s druge razmjerno stabilnome nepovjerenju u EU. Budući da je riječ o promatranju odnosa građana prema EU, a ne političkih elita, autor dopušta i korištenje izraza popularni euroskepticizam, kojega treba razlikovati od radikalnoga oblika kojega bi obilježavalo izuzetno nepovjerenje u EU te bezuvjetno protivljenje pridruživanju.²⁰⁸

Osim različitih društvenih skupina koje obično imaju različite motive za negativnu percepciju EU, isključivoga nacionalizma, treba istaknuti još i tzv. situacijske utjecaje (korištenje eurointegracijskih tema u dnevno-političke svrhe, najčešće stranačke obračune, ili kao stvaranje posebnih medijskih naglasaka) te nacionalne institucije kao važan faktor oblikovanja povjerenja u EU. Štulhofer upozorava (2003: 147) kako je reputacija EU, "djelom odraz reputacije vlade i pravnoga sustava, institucija o kojima akteri imaju više informacija (a ponekad i osobnog iskustva)". O tome će svakako ovisiti i uspjeh informacijskih kampanja kao jednoga od mehanizama za smanjenje euroskepticizma.

5. Metodologija istraživanja

5.1. Istraživački ciljevi i hipoteze

Osnovni cilj istraživanja bio je analizirati informiranost studenata i poznavanje hrvatskoga eurointegracijskoga puta s posebnim naglaskom na završetak hrvatskih pregovora. Nadalje, istraživanjem se željela utvrditi informiranost o politici proširenja u posljednjih sedam godina, točnije od 2004. godine do 2011. godine te poznavanje funkcioniranja unutarnjeg tržišta EU-a. Polazne pretpostavke bile su kako su studenti dobro informirani, tj. znaju više o tijeku hrvatskoga eurointegracijskoga puta, budući da je ta tema medijski eksponiranija, nego o politici proširenja EU-a u posljednjih sedam godina. Također, pretpostavili smo da su studenti dobro informirani o funkcioniranju unutarnjega europskoga tržišta (u smislu poznavanja Unijinih institucionalnih predstavnika, funkcioniranja eurozone itd).

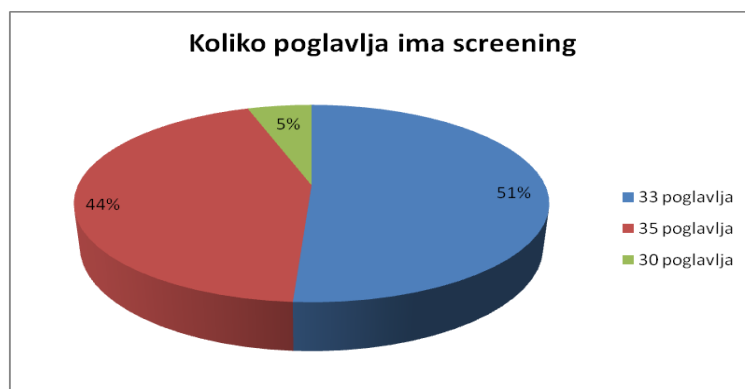
²⁰⁷ O tome najbolje svjedoči posljednja sjednica EU-a u 2011. na kojoj je dogovoren financijski fond koji bi trebao stabilizirati krizom uzdrmanu eurozonu, a prema kojemu bi se spriječili scenariji kakav je doživjela Grčka. Plan i prijedlog je gotovo jednoglasno usvojen, jedini protivnik ideji bila je Velika Britanija čiji je premijer opravdao svoj stav zaštitom nacionalnih interesa, čime je ostao usamljen. Mediji su to protumačili kao dodatno udaljavanje Velike Britanije od Europske unije.

²⁰⁸ Iako se dimenzije promatranja popularnoga euroskepticizma na prvi pogled čine istovjetnima radikalnome, Štulhofer (2003) upozorava kako netko može imati povjerenja u određenu instituciju, ali i dalje biti mišljenja kako mu/joj je bolje ostati izvan nje. Podsjeća na slučaj dijela norveškoga javnoga mnijenja oko eurointegracija, ali i većine švedske javnosti koja se protivila zamjeni nacionalne valute eurom.

5.2. Metoda istraživanja

Sudionici istraživanja bili su studenti diplomskog studija komunikologije Hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu, a uzorak je obuhvatio 105 ispitanika. Metoda korištena u istraživanju bila je anketa, čiji je upitnik kreiran sa zatvorenim pitanjima, a ispitanici su između ponuđenih odgovora trebali odabrati onaj koji su smatrali točnim. Struktura upitnika bila je podijeljena na tri dijela. U prvome dijelu ispitala se informiranost o hrvatskome eurointegracijskome putu s posebnim naglaskom na završetak hrvatskih pristupnih pregovora. Tu se pokušalo doznati znaju li studenti kada su započeli pregovori Hrvatske i Europske unije o pristupanju, koliko poglavlja ima i u koliko od njih su pregovori vođeni, zatim koja su poglavlja bila najspornija, koje je sve kriterije Hrvatska morala ispuniti tijekom pregovaračkoga procesa, koja je zemlja blokirala hrvatske pregovore te koliko je trajala blokada. Nadalje, zanimalo nas je znaju li ispitanici u vrijeme čije vlade su započeli pregovori između Hrvatske i Europske unije, a u vrijeme čije vlade su završeni, u kojem se vremenskom roku od potpisivanja pristupnog ugovora mora održati referendum te kako glasi slogan vladine kampanje za referendum. Kraj prvoga dijela upitnika obilježila su pitanja o tome tko je šef Delegacije Europske unije u Hrvatskoj te gdje se nalazi adresa spomenutoga ureda. Drugi dio upitnika ispitivao je znanje o politici proširenja Europske unije od 2004. do 2011. godine, gdje se nastojalo utvrditi znaju li ispitanici koje su zemlje postale EU članicama proširenjem 2004. godine, a koje 2007. godine. Također, istraživanjem se pokušalo utvrditi znaju li ispitanici koje su zemlje sljedeći kandidati za ulazak u EU, a koje imaju status kandidata s otvorenim pregovorima. Treći, ujedno i posljednji dio upitnika, pokušao je istražiti informiranost o funkcioniranju unutarnjeg tržišta EU-a; koje tri stare države članice nisu prihvatile euro, koja je zadnja država članica primljena u eurozonu početkom 2011. godine te koja jedina država članica Unije nije bila obuhvaćena financijskom krizom. Nadalje, zanimalo nas je koje države članice EU-a nisu obuhvaćene Schengenom, te koje države nisu članice EU-a, a obuhvaćene su schengenskim režimom. Posljednji set pitanja u trećem dijelu propitivao je znanje o vodećim ljudima na čelu europskih institucija (tko je predsjednik EU-a, tko je predsjednik Europske komisije, koje su glavne europske institucije te koliko država članica ima EU).

5.3. Grafički prikaz rezultata istraživanja



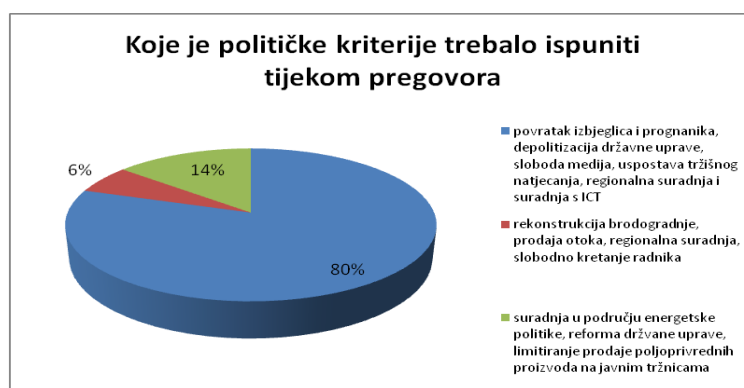
Grafikon 1.



Grafikon 2.



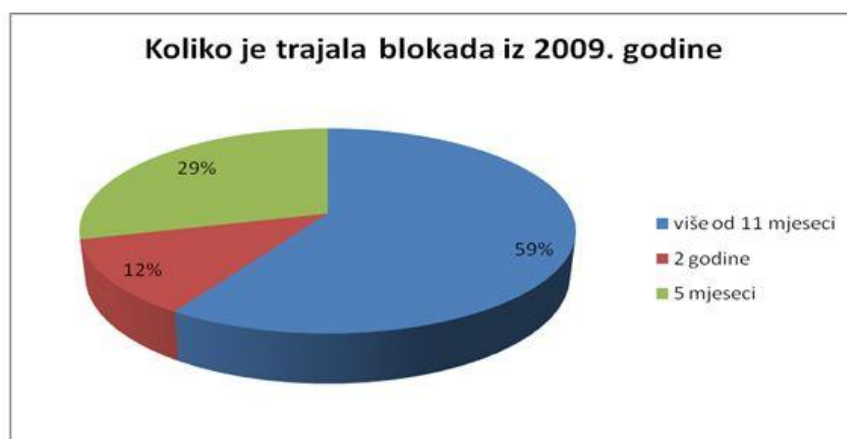
Grafikon 3.



Grafikon 4.



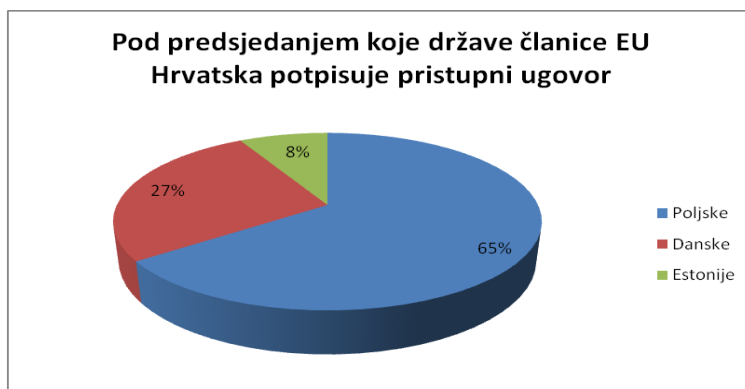
Grafikon 5.



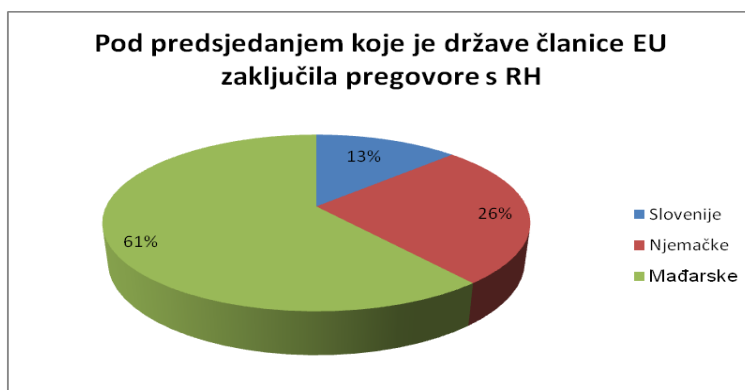
Grafikon 6.



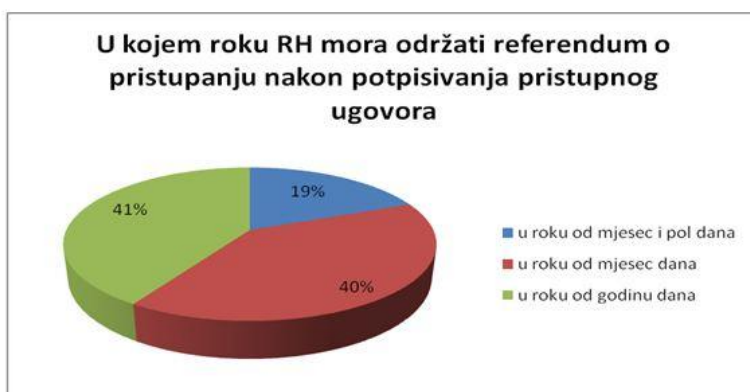
Grafikon 7.



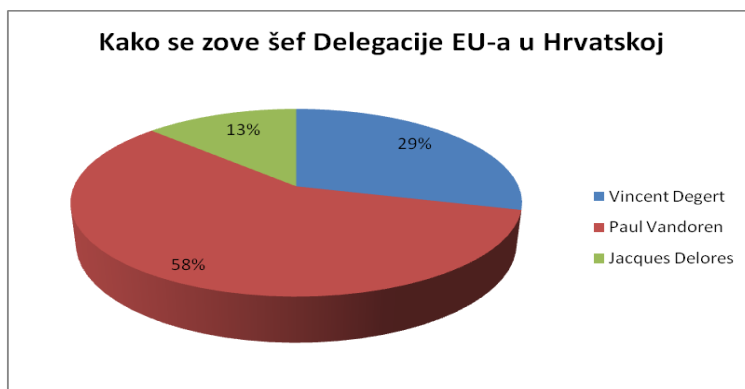
Grafikon 8.



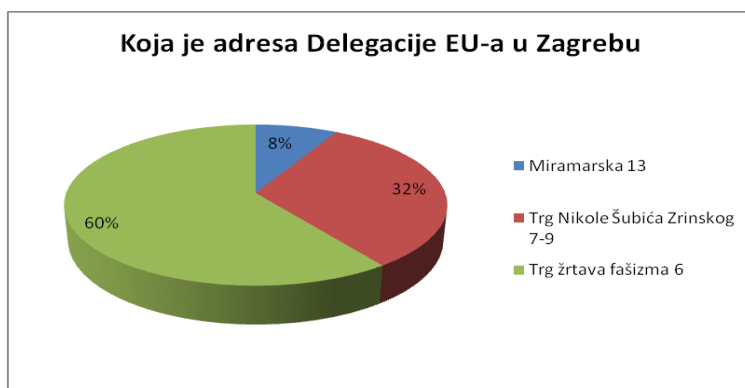
Grafikon 9.



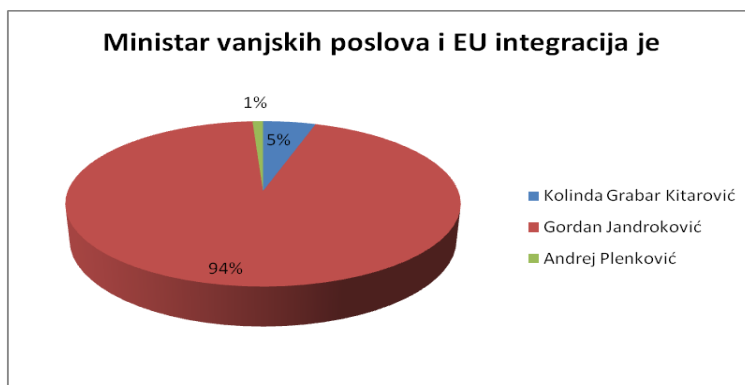
Grafikon 10.



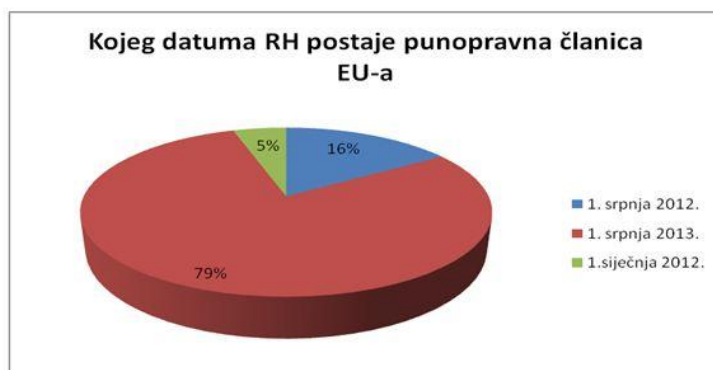
Grafikon 11.



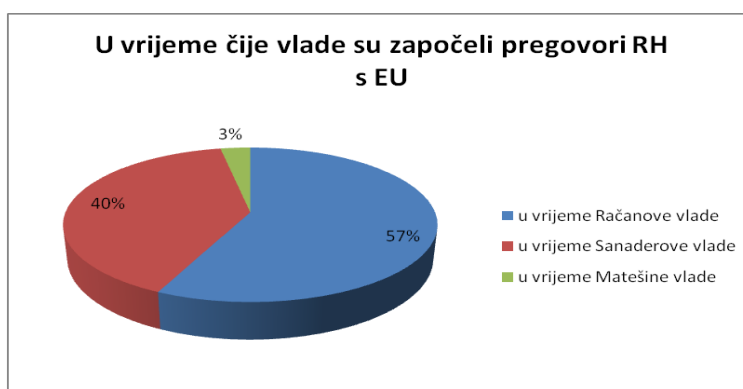
Grafikon 12.



Grafikon 13.



Grafikon 14.



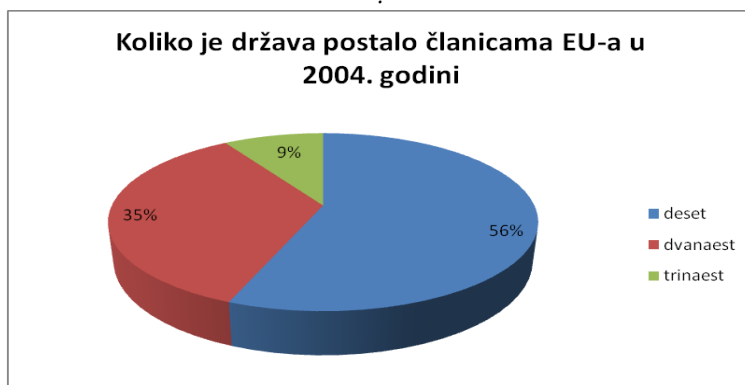
Grafikon 15.



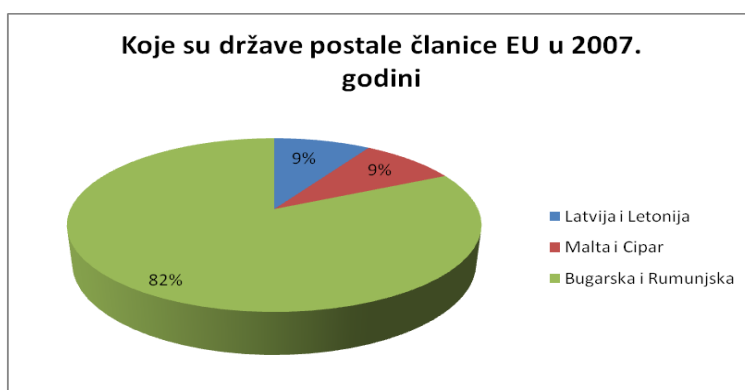
Grafikon 16.



Grafikon 17.



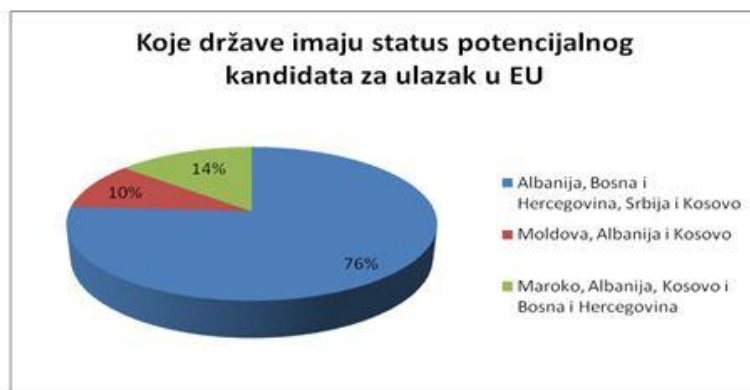
Grafikon 18.



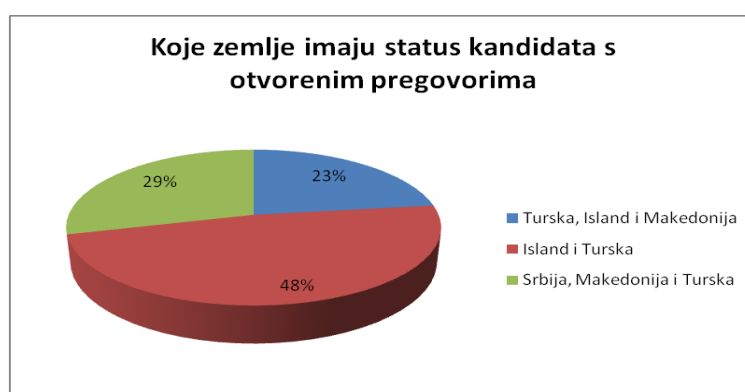
Grafikon 19.



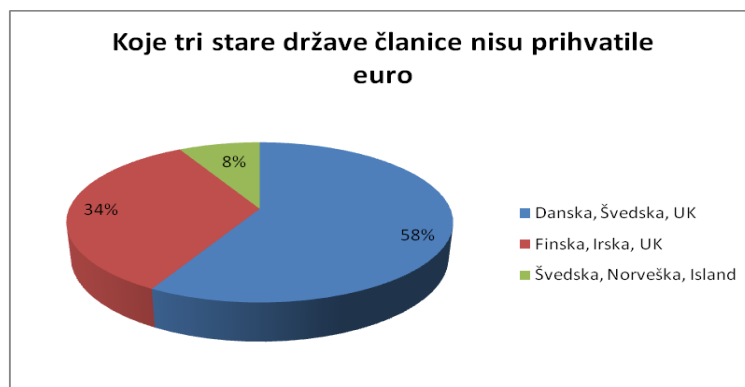
Grafikon 20.



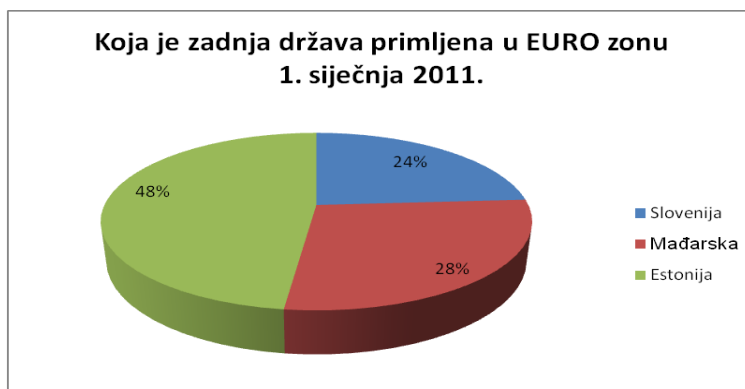
Grafikon 21.



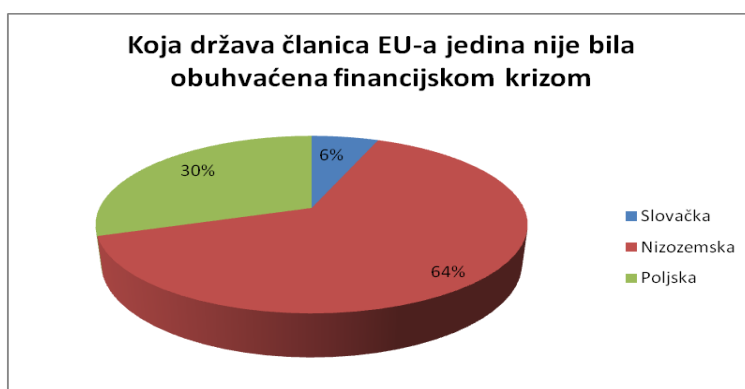
Grafikon 22.



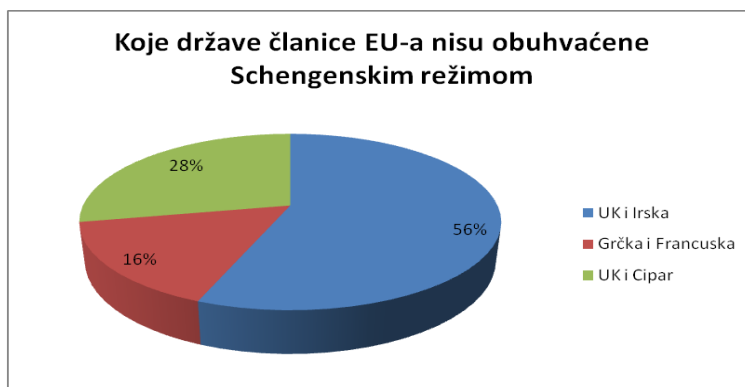
Grafikon 23.



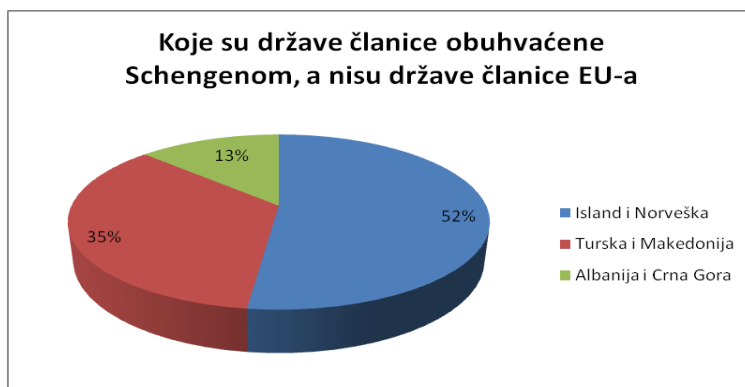
Grafikon 24.



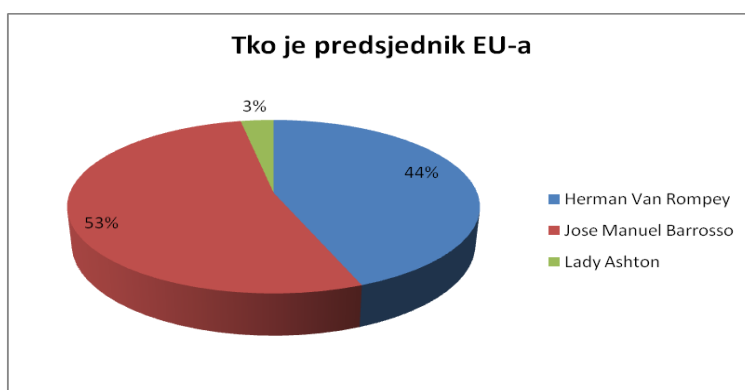
Grafikon 25.



Grafikon 26.



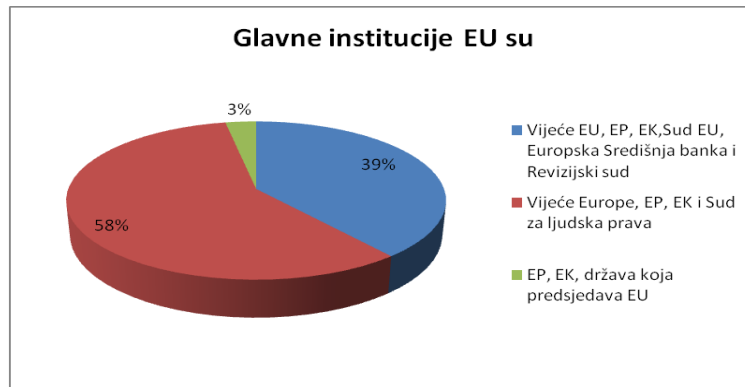
Grafikon 27.



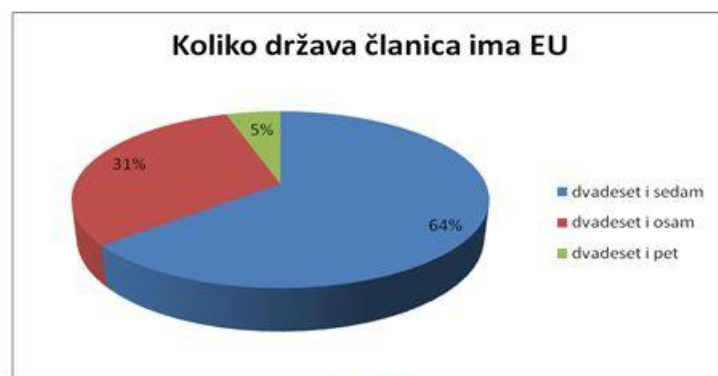
Grafikon 28.



Grafikon 29.



Grafikon 30.



Grafikon 31.

5.4. Interpretacija rezultata i rasprava

Prvi dio upitnika odnosio se na ispitivanje znanja iz područja hrvatskog eurointegracijskog puta. 49 % ispitanika zna da su pregovori s EU počeli 2004. godine, no 38 % njih misli kako su pregovori započeli 2000. godine, a 13 % kako je cijeli proces započet 2005. godine. Screening ima 33 poglavlja što je znalo 49 % ispitanika, dok 42 % ispitanika misli kako je riječ o 35 poglavlja, a 9 % kako je taj broj 30. Ukupno ima 35 poglavlja pregovora, a pregovaralo se u 33 poglavlja što je točno odgovorilo 64 % ispitanika, dok 22 % smatra kako postoji 31 poglavlje pregovora te da se pregovaralo u 27 poglavlja. Istodobno, 14 % ispitanika misli kako su područja iz svih 35 poglavlja ispregovarana. Dva najspornija poglavlja bila su Poglavlje o pravosuđu i tržišnom natjecanju, što je znalo 86 % ispitanika. 8 % njih smatra kako je riječ o poglavljima Poljoprivreda, okoliš i zdravstvo, a 6 % kako se radi o Tržišnom natjecanju i EU institucijama. Povratak izbjeglica i prognanika, depolitizacija državne uprave, sloboda medija, uspostava tržišnog natjecanja, regionalna suradnja i suradnja s ICT sudom u Haagu samo su neki od političkih kriterija koje je Hrvatska morala ispuniti tijekom pregovora, što je znalo 80 % ispitanika. Nadalje, 14 % ispitanika smatra kako je riječ o suradnji u području energetske politike, reforma državne uprave, limitiranja prodaje poljoprivrednih proizvoda na javnim tržištima, dok 6 % anketiranih misli kako u tu skupinu pripadaju rekonstrukcija brodogradnje, prodaja otoka, regionalna suradnja te slobodno kretanje radnika. Uvjerljivo najveći broj točnih odgovora ispitanici su ponudili na pitanje koja je zemlja blokirala hrvatski pristupni put 2009. godine. 99 % ispitanika zna kako je to bila Slovenija što je posljedica velike medijske ekspanzije toga problema u medijima, dok 1 % njih smatra kako je riječ o Austriji. Trajanje slovenske blokade prilično je podijelilo mišljenja; 59 % ispitanika zna kako je blokada trajala više od 11 mjeseci, 29 % anketiranih smatra kako je to bilo puno kraće, svega 5 mjeseci, dok 12 % njih misli kako je blokada potrajala dvije godine. Lipanj 2011. godine ostat će upamćen kao mjesec završetka hrvatskih pristupnih pregovora, što zna 86 % ispitanika.

Istodobno, 9 % anketiranih smatra kako su pregovori završeni u lipnju 2010. godine, dok 5 % njih misli kako se to dogodilo u prosincu 2011., što je vjerojatno pod utjecajem datuma potpisivanja pristupnog ugovora. Nadalje, 65 % ispitanika zna da će Hrvatska pristupni ugovor potpisati pod poljskim predsjedanjem, dok ostatak smatra kako je riječ o nekoj od skandinavskih zemalja (27 % odabralo je Dansku, a 8 % Estoniju). Istodobno, 61 % ispitanih zna kako je Hrvatska završila pregovore pod mađarskim predsjedanjem, 26 % smatra kako je na čelu EU-a tada bila Njemačka, a 13 % Slovenija. Istraživanje je pokazalo kako ispitanici nisu upoznati s rokovima održavanja referenduma nakon potpisivanja pristupnoga ugovora, budući da je na to pitanje ponuđeno najviše netočnih odgovora. Svega 19 % ispitanih zna da to mora biti u roku mjesec i pol dana, a čak 40 % smatra kako je rok održavanja referenduma mjesec dana, a 41 % kako je riječ o godini dana. Šef Delegacije EU-a u Hrvatskoj je Paul Vandoren što je znalo 58 % ispitanika, 29 % smatra kako je to još uvijek Vincent Degert, a 13% odabralo je Jacquesa Deloresa. Jednako podijeljeni odgovori zabilježeni su i na pitanje o adresi Delegacije EU-a u Zagrebu; 60 % ispitanih zna kako se ured Delegacije nalazi na Trgu žrtava fašizma 6, dok 32 % smatra kako je prava adresa Trg Nikole Šubića Zrinskoga gdje je smješteno i Ministarstvo vanjskih poslova i europskih integracija, a 8 % anketiranih misli kako je riječ o Miramarskoj ulici. Većina ispitanih (94 %) zna kako je Gordan Jandroković hrvatski ministar vanjskih poslova i europskih integracija, dok 5 % njih misli kako je to još uvijek Kolinda Grabar Kitarović te 1 % kako je tu funkciju obnaša državni tajnik Andrej Plenković. Istraživanje je pokazalo i veliku podijeljenost oko toga u vrijeme čije vlade su započeli pregovori Hrvatske s EU; 57 % ispitanih zna kako je proces započet u vrijeme Račanove vlade, dok 40 % njih smatra kako je to ipak bila vlada Ive Sanadera. Istodobno, 98 % ispitanika zna činjenicu kako su pregovori završili u vrijeme vlade Jadranke Kosor. Slogan vladine kampanje za referendum "EU-Tu pripadamo!" zna 74 % ispitanih, dok 25 % njih smatra kako slogan glasi "u Europu zajedno!", a svega 1 % anketiranih misli kako je geslo slogana "Svoj na svome u EU!".

Drugi dio istraživanja proučavao je znanje i informiranost studenata o politici proširenja EU od 2004. do 2011. godine, gdje su ispitanici ponovno pokazali znanje. Proširenjem 2004. godine EU je dobila 10 novih članica što je točno odgovorilo 56 % ispitanih. Istodobno, 35 % anketiranih smatra kako se broj EU članica povećao za 12, a 9 % njih kako je riječ o 13 zemalja. Ispitanici su nešto bolje upoznati s proširenjem iz 2007. godine budući da 82 % ispitanih zna kako su te godine Bugarska i Rumunjska postale dvije nove članice EU-a, no podjednak je broj onih (9 %) koji misle kako je riječ o Latviji i Letoniji, odnosno Malti i Cipru. 78 % ispitanih zna da su uz Hrvatsku kandidati za ulazak u EU još Makedonija, Turska, Island i Crna Gora, dok 13 % anketiranih smatra kako su to Makedonija, Turska, Albanija i Crna Gora, a 9 % njih kako je riječ o Srbiji, Crnoj Gori i Islandu. Status potencijalnog kandidata za ulazak u EU imaju Albanija, BIH, Srbija i Kosovo što zna 76 % ispitanih, 14 % anketiranih smatra kako taj status uz Albaniju, Kosovo, BIH ima i Maroko, dok 10 % njih smatra kako je riječ o Moldovi, Albaniji i Kosovu. Nadalje, rezultati istraživanja pokazali su podijeljena mišljenja ispitanika oko zemalja koje imaju status otvorenih pregovora; 48 % ispitanih zna kako su to Island i Turska, 29 % anketiranih smatra kako taj status uz Tursku dijele Srbija i Makedonija, dok 23 % njih uz Tursku i Makedoniju smještaju i Island.

Treći, ujedno i posljednji dio istraživanja, analizirao je osnovnu informiranost oko funkcioniranja unutarnjeg tržišta EU. Tako 58 % ispitanika zna kako su Danska, Švedska i UK tri stare države članice koje nisu prihvatile euro, dok 34 % ispitanih smatra kako je riječ o Finskoj, Irskoj i UK-u, a svega 8 % anketiranih tvrdi kako je riječ o Švedskoj, Norveškoj i Islandu. Zadnja država primljena početkom 2011. godine u eurozonu je Estonija, što je znalo 48 % ispitanih, a ostala mišljenja su podijeljena između Mađarske (28 %) te Slovenije (24 %). Svega 30 % ispitanika zna kako je Poljska jedina EU članica koja nije bila obuhvaćena financijskom krizom, a čak 64 % anketiranih misli kako je riječ o Nizozemskoj, dok se za Slovačku odlučilo 6 % ispitanih. Države članice EU-a koje nisu obuhvaćene schengenskim režimom su Velika Britanija i Irska, što zna 56 % ispitanih. Istodobno, 28 % anketiranih smatra kako je riječ o Velikoj Britaniji i Cipru, a 16 % ispitanika kako Schengen ne obuhvaća Grčku i Francusku. Island i Norveška također su obuhvaćene schengenskim režimom, no nisu države članice EU-a, što je znalo 52 % ispitanika. Da je riječ o Turskoj i Makedoniji smatra 35 % anketiranih, dok 13 %

misli kako je riječ o Albaniji i Crnoj Gori. Odgovori na pitanja vezana uz vodeće ljude europskih institucija pokazala su kako 44 % ispitanih zna činjenicu kako je Herman Van Rompey predsjednik EU-a, a čak 53 % smatra kako tu funkciju obnaša Jose Manuel Barroso, dok je 3 % anketiranih misli kako je riječ o Lady Ashton. Jednako podijeljena mišljenja su i oko pitanja tko je predsjednik EK-a; 47 % ispitanika zna da je to Jose Manuel Barroso, 41 % smatra kako je riječ o Romanu Prodiu, a 12 % o Carlu Bildtu. Svega 39 % ispitanih zna da su glavne EU institucije Vijeće EU-a, EP, EK, Sud EU-a, Europska Središnja Banka i Revizijski sud. Nadalje, 58 % anketiranih smatra kako je to Vijeće Europe, EP, EK i Sud za ljudska prava, a 3 % kako glavne institucije čine EP, EK i država koja predsjedava EU-om. I na kraju, 64 % ispitanika zna kako EU ima 27 država članica, 31 % smatra kako je brojka 28, dok 5 % misli kako EU klub broji 25 članica.

6. Zaključak

Istraživanje je pokazalo kako su sudionici istraživanja (studenti) vrlo dobro informirani o tijeku hrvatskog eurointegracijskog puta i završetku hrvatskih pristupnih pregovora čime je prva hipoteza istraživanja u potpunosti potvrđena. Rezultat je očekivan budući da su u ciljnoj skupini bili studenti komunikologije koji i više prate medije od ostalih vršnjaka. Najviše točnih odgovora dano je na pitanja koja su dugo bila u središtu medijskoga zanimanja kao što su broj pregovaračkih poglavlja, najspornija poglavlja, ispunjavanje političkih kriterija za ulazak u EU, datum završetka pregovora, blokada te činjenice u vrijeme čije Vlade je proces okončan kao i koja je država tada predsjedala EU-om. Indikativan je podatak kako svega 19 % ispitanih zna u kojem se razdoblju mora održati referendum oko ulaska Hrvatske u EU, što je novi informacijski izazov na koji će trebati spremno odgovoriti u predstojećoj referendumskoj kampanji. Drugi dio istraživanja koji je analizirao informiranost i znanje studenata o politici proširenja u posljednjih sedam godina (2004. – 2011.) pokazao je dobru informiranost studenata, čime je druga hipoteza opovrgnuta. Ispitanici su pokazali kako uz hrvatski eurointegracijski put s jednakim zanimanjem prate i eurointegracijske procese susjednih zemalja (BiH, Albanija, Srbija, Crna Gora). Posljednji dio istraživanja pokazao je polovičnu informiranost ispitanika o funkcioniranju unutarnjeg tržišta EU-a, čime je treća hipoteza djelomično potvrđena. Ispitanici su točno odgovorili na pitanja koje zemlje članice nisu prihvatile euro, koja je zemlja zadnja primljena u eurozonu, koje su zemlje obuhvaćene Schengenom, a koje nisu, dok su slabu razinu znanja pokazali oko pitanja vezanih uz vodeće ljude EU institucija (predsjednik EU-a i EK-a) što je vjerojatno posljedica slabije medijske pokrivenosti. Na kraju možemo biti zadovoljni razinom informiranosti mladih, studenata, oko EU-a i tijeka hrvatskog eurointegracijskog puta, budući da je riječ o skupini koja će jednoga dana živjeti i odlučivati u EU i koja, suprotno očekivanjima, nije pasivni već aktivni sudionik društvenih promjena. Bilo bi zanimljivo ispitati znanje i informiranost i ostalih društvenih skupina, no to je tema za neki drugi rad.

Popis literature

- **Blanuša, Nebojša (2006):** Euroskepticizam: razine istraživanja i oblici iskazivanja, *Anali Hrvatskog politološkog društva* 3(2006[i.e.2007]); str. 325. – 346.
- **Grubiša, Damir (2005):** Politička aksiologija Europske unije: ciljevi i vrijednosti europske integracije, u: *Mladi Hrvatske i europska integracija* (ur. Vlasta Ilišin), Biblioteka znanost i društvo, Institut za društvena istraživanja, Zagreb, 2005
- **Ilišin, Vlasta (2005a):** Mladi, Hrvatska i Europa: Uvod u istraživanje, u: *Mladi Hrvatske i europska integracija* (ur. Vlasta Ilišin), Biblioteka znanost i društvo, Institut za društvena istraživanja, Zagreb, 2005
- **Ilišin, Vlasta (2005b):** Političke vrijednosti, stavovi i participacija mladih: kontinuitet i promjene, u: *Mladi Hrvatske i europska integracija* (ur. Vlasta Ilišin), Biblioteka znanost i društvo, Institut za društvena istraživanja, Zagreb, 2005

- **Ilišin Vlasta, Mendeš, Ivona (2005):** Mladi i Europska unija: Percepcija posljedica integracije, u: *Mladi Hrvatske i europska integracija* (ur. Vlasta Ilišin), Biblioteka znanost i društvo, Institut za društvena istraživanja, Zagreb, 2005
- **Kunczik, Michael, Zipfel, Astrid (2006):** *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zaklada Friedrich Ebert, Zagreb
- **Mendeš, Ivona (2005):** Znanje i informiranost o Europskoj uniji, : *Mladi Hrvatske i europska integracija* (ur. Vlasta Ilišin), Biblioteka znanost i društvo, Institut za društvena istraživanja, Zagreb, 2005
- **Štulhofer, Aleksandar (2003):** Euroskeptizam u Hrvatskoj: s onu stranu racionalnosti?, u: *Pridruživanje Hrvatske Europskoj uniji*, sv. 4. (ur. Katarina Ott), Institut za javne financije : Zaklada Friedrich Ebert, Zagreb, str. 135 – 154

Izvori:

- <http://www.novolist.hr/Vijesti/Hrvatska/Trecina-gradana-ne-zna-da-smo-završili-pregovore-za-clanstvo-pristup-ostvaren-13-prosinca-2011>
- <http://politika.hr/hrvatska/5889-rezultati-istrazivanja-informiranosti-gradana-o-pristupanju-u-eu-pristup-ostvaren-13-prosinca-2011>
- <http://www.mvep.hr/ei/default.asp?ru=135&sid=&akcija=&jezik=1>, pristup ostvaren 13. veljače 2012.

CONSTRUCT VALIDITY OF THE QUESTIONNAIRE OF THE CONFLICT MANAGEMENT STRATEGIES AT CIVIL SERVANTS IN THE CONSTITUTIONAL COURT

KONSTRUKTNA VALJANOST UPITNIKA STRATEGIJA UPRAVLJANJA KONFLIKTIMA KOD DRŽAVNIH SLUŽBENIKA USTAVNOG SUDA

Joško Sindik¹, Snježana Konopljak², Ljubica Bakić-Tomić³

Institute for Anthropological Research, Zagreb; Croatia¹; Croatian Constitutional Court, Zagreb, Croatia²,

Faculty of Education, University of Zagreb, Zagreb, Croatia³

Institut za antropologiju, Zagreb; Hrvatska¹; Ustavni sud Republike Hrvatske, Zagreb, Hrvatska²; Učiteljski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska³

Abstract

The aim of our research was metric redefinition of the instrument questionnaire Use of conflict strategies, to determine which are the most common ways of managing conflict with state officials in the Croatian Constitutional Court, and to describe the relationship between the ways of managing conflicts with work experience. The study involved a 71 subjects, 68% of the total, even from the basic population, i.e. the total number of employees in the Croatian Constitutional Court. For data collection we used questionnaire Use conflict strategies, which measures the representation of conflict

Sažetak

Cilj istraživanja bio je metrijski redefinirati instrument upitnik Uporaba konfliktnih strategija, utvrditi najzastupljenije načine upravljanja konfliktima kod državnih službenika u Ustavnom sudu Republike Hrvatske, te ustanoviti povezanost načina upravljanja konfliktima s duljinom radnog staža. U istraživanju je sudjelovao 71 ispitanik, ukupno čak 68 % iz osnovne populacije, tj. svih zaposlenika u Ustavnom sudu Republike Hrvatske. Za prikupljanje podataka korišten je upitnik Uporaba konfliktnih strategija, koji mjeri zastupljenost različitih stilova upravljanja

management styles. There are three latent dimensions of redefined measurement instrument for examining the ways of managing conflict: avoidance, competition / combat and the combined strategy (cooperation / adjustment / compromise). Dimensions defined on the basis of items that determine the particular way of managing conflict showed satisfactory reliability. There are statistically significant differences in the representation of ways of managing conflict, in the sample of employees of the Constitutional Court: the most common way to resolve conflicts is avoidance, and least common competition / combat. No statistically significant correlations were found between the dimensions of conflict management and work experience. An overview of the advantages and disadvantages, and practical implications of research and guidelines for the future, was given.

Keywords

communication, latent dimensions, redefinition

konfliktima. Rezultati su pokazali da umjesto pet očekivanih, postoje zapravo samo tri latentne dimenzije koje metrijski i sa stanovišta interpretabilnosti zadovoljavajuće reprezentiraju načine upravljanja konfliktima: izbjegavanje, kompeticiju/borbu te kombiniranu strategiju (suradnja / prilagođavanje / kompromis). Postoje statistički značajne razlike u zastupljenosti načina upravljanja konfliktima u uzorku ispitanika zaposlenika Ustavnog suda: najčešći način rješavanja konflikata je izbjegavanje, a najrjeđi kompeticija/borba. Nema statistički značajne povezanosti između dimenzija načina upravljanja konfliktima i radnog iskustva.

Ključne riječi

komunikacija, latentne dimenzije, redefinicija

Uvod

U komunikacijskim procesima sukobi se neizbježni, a njihove su posljedice uvijek bitne, jer utječu na ishod komunikacijskog procesa, a odatle (u poslovnom svijetu) i na radnu uspješnost. Vještina upravljanja sukobima bitna je za funkcioniranje institucije u cjelini, ali i za unaprjeđenje osobnosti i radne učinkovitosti svakog pojedinca. Vještina rješavanja konfliktnih situacija važna je za unaprjeđenje cjelokupne komunikacije i u svakodnevnom životu. Neizbježnost konflikta postoji na svim razinama ljudskog komuniciranja, jer ga stvaraju disharmonija i različitosti ne samo u ponašanju već i u osjećajima, ciljevima, željama, osnovnim životnim potrebama. Bahtijarević Šiber (1999) definira konflikt kao proces socijalne interakcije i socijalnu situaciju u kojoj se interesi ili aktivnosti sudionika (pojedinaca ili grupa) međusobno stvarno ili prividno suprotstavljaju, blokiraju i onemogućavaju ostvarivanje njihovih ciljeva. Obično uključuje borbu za osiguranje resursa, moći, statusa ili nekih drugih povlastica, želja, interesa i ciljeva pojedinaca, grupa ili organizacija. Konflikt je uvijek vezan uz grupne interakcije, te je to dinamičan proces koji se odražava na različitim razinama (Mayers, 1993). Konflikt se pojavljuje u latentnom ili manifestnom obliku, o čemu ovisi i mogućnost njihova razrješavanja. Ponašanje pojedinca u konfliktu ovisi o tome u kojoj mjeri nastoji uvažiti interese drugih (integracija), a u kojoj mjeri vodi računa o vlastitim interesima (distribucija). Različiti su načini na koje ljudi pokušavaju razriješiti konfliktnu situaciju. Upravljanje konfliktima (engl. conflict management) je proces i aktivnost usmjerena na sprječavanje disfunkcionalnih i destruktivnih posljedica konflikata, uz istovremeno usmjeravanje energije nastale iz konfliktnih situacija i sučeljenih grupa u akciju identificiranja i rješavanja problema. O načinu i uspješnosti upravljanja konfliktima ovisi djelotvornost neke radne organizacije. Nekoliko je pristupa upravljanju (razrješavanju) konflikata, koji imaju i različite efekte, ovisno o situaciji. Glavni stilovi upravljanja konfliktima, koji se najčešće navode u literaturi su: izbjegavanje (neuvažavanje ni svojih ni tuđih interesa), prilagodba (uvažavanje tuđih ali ne i svojih interesa), konfrontacija (uvažavanje samo svojih interesa), kompromis (djelomično uvažavanje i svojih i tuđih interesa), suradnja (uvažavanje i svojih i tuđih interesa) (Deutch, Gordon i Robins, iz Brajša, 1994). Drugi autori navode i druge strategije, npr. Vera Birkenbihl navodi i dodatne stilove: ujedinjavanje, udvajanje i mimoilaženje (Brajša, 1994). Da bi se kvalitetno upravljalo konfliktima, potrebno je posjedovati nekoliko bitnih saznanja. Treba poznavati konfliktnu situaciju, dotadašnje odnose sukobljenih, znati vrijeme kad je konflikt nastao i vrijeme raspoloživo za rješavanje

sukoba. Nema «univerzalnog» načina razrješavanja konflikata koji bi bio najbolji u svim životnim i radnim situacijama. Međutim, može se reći da su suradnja i kompromis ipak najprikladnije strategije, primjenjive za većinu uobičajenih konfliktnih situacija. Kompeticija, izbjegavanje i prilagodba, češće su manje prikladne strategije, ali mogu u određenim prilikama biti vrlo korisne (WMD, 2009).

Državni službenici su osobe koje kao redovno zanimanje obavljaju poslove iz djelokruga državnih tijela koji je utvrđen Ustavom, zakonom ili drugim propisom donesenim na temelju zakona. Uloga državnih službenika u hrvatskom društvu mijenjala se i mijenja se kroz različita vremenska razdoblja. Moderno, demokratsko društvo zahtijeva državnog službenika od integriteta, koji ne samo da poznaje pravo i zakon svoje države već sada i pravo Europske unije, ali i drugih država. Osim znanja iz područja koje obavlja u državnoj službi, državni službenik nužno bi trebao pratiti pravce cjelokupnog društvenog razvoja i tehnologije. Jednako tako, komunikacijske vještine bitan su dio dodatne edukacije državnih službenika u okvirima organiziranih stručnih usavršavanja. Za efikasnu komunikaciju, uz ostale komunikacijske vještine državnih službenika, potrebno je upoznati i usvojiti različite stilove u upravljanju konfliktom. Osvještavanjem njihovih pozitivnih strana, pojedinac uči prepoznati situacije u kojima su određeni stilovi upravljanja konfliktima najpogodniji za uspješnu komunikacijsku interakciju, i s aspekta socio-emocionalnih odnosa (tj. organizacijske klime) i s aspekta radne učinkovitosti. Stilovi upravljanja konfliktima i njihovo poznavanje te uspješna odgovarajuća primjena posebno je značajna kod zaposlenika u visoko hijerarhijski pozicioniranoj državnoj instituciji, Ustavnom sudu Republike Hrvatske. Ustavom Republike Hrvatske ustrojen je, uz zakonodavnu, izvršnu i sudbenu vlast (tzv. trodioba vlasti), i Ustavni sud Republike Hrvatske kao, uvjetno rečeno, četvrta vlast ili „međuvlast“. Ova institucija utječe na sve tri vrste državne vlasti u granicama utvrđenim Ustavom Republike Hrvatske. Osnovna zadaća Ustavnog suda je „apstraktna kontrola ustavnosti zakona odnosno ustavnosti i zakonitosti drugih propisa u kojoj Ustavni sud ima kasacijske ovlasti, ali postoji i konkretna kontrola pojedinačnih akata tijela državne i javne vlasti koja se provodi pomoću instituta ustavne tužbe radi zaštite ljudskih prava i temeljnih sloboda zajamčenih Ustavom“ (Omejec, 1999, str. 41). Posebnost ove visoke državne institucije u praksi se prepoznaje kao njegovanje vlastitih implicitnih normi ponašanja i standarda komunikacije koje se prenose s generacije na generaciju. Ovi standardi obuhvaćaju i formalni i neformalni aspekt komunikacijskih obrazaca, koji prate, prema percepcijama samih zaposlenika, visok standard rada, učinka i poštivanja međusobnih odnosa. Može se pretpostaviti da su ovakvi obrasci komuniciranja nužni u instituciji u kojoj se odnosi temelje na velikim generacijskim i hijerarhijskim (statusnim) razlikama između pojedinaca. Sve to potencijalno za posljedicu ima različitost u iskustvu, percepciji, mišljenju, vrijednostima, i konačno statusu. Strogi hijerarhijski ustroj s podjelom poslova koji su međusobno povezani, stvaraju specifičnu organizacijsku klimu, koja se vjerojatno reflektira i na zastupljenost načina upravljanja konfliktima. S obzirom da u literaturi nismo pronašli istraživanja koja su ispitivala načine upravljanja konfliktima kod ovakvog profila državnih službenika, željeli smo to ispitati.

Cilj istraživanja koje su proveli Konopljak i Sindik (2009) bio je utvrditi koji su najzastupljeniji načini upravljanja konfliktima kod državnih službenika u Ustavnom sudu Republike Hrvatske, te u kakvoj su relaciji ti načini upravljanja konfliktima s pojedinim demografskim varijablama (spol, razina stručne sprema, duljina radnog staža). Rezultati su pokazali da postoje statistički značajne razlike u zastupljenosti različitih načina upravljanja konfliktima u uzorku ispitanika zaposlenika Ustavnog suda: najčešći način rješavanja konflikata je suradnja/integracija, a najrjeđi kompeticija/borba. Nema statistički značajne povezanosti između dimenzija načina upravljanja konfliktima i radnog staža. Jedina statistički značajna (i to negativna) povezanost pronađena je između razine stručne sprema i strategije kompeticija/borba. Ne postoje spolne razlike u odnosu na pretpostavljene «spolno neutralne» dimenzije načina upravljanja konfliktima (kompromis, suradnja te izbjegavanje). Sukladno očekivanjima, pronađena je statistički značajna razlika u očekivanom smjeru za dimenziju prilagođavanja (veći prosječni rezultati žena). Suprotna očekivanjima je statistički neznačajna spolna razlika u dimenziji kompeticije/borbe, gdje su očekivani veći rezultate muškaraca. Međutim, glavni nedostatak ovog istraživanja bio je korištenje hrvatskoj populaciji neprilagođenog mjernog

instrumentarija, koji je pokazao relativno nisku pouzdanost. Naime, vrijednosti koeficijenta pouzdanosti (Cronbachov α) za pojedine dimenzije (stilovi upravljanja konfliktima) upitnika su se kretale u intervalu od ,09 do ,65. Dakle, u prosjeku se moglo reći da je pouzdanost dimenzija upitnika bila relativno niska. Čak i prema najblažim kriterijima pouzdanosti, tj. pouzdanost iznad ,50 (Nunnally, 1978), dvije su se dimenzije pokazale nezadovoljavajuće pouzdanima: suradnja/integracija ($\alpha=,36$), te kompromis ($\alpha=,09$). Analogno, nije se mogla očekivati ni zadovoljavajuću konstruktivnu valjanost (moglo se očekivati da je također niska), pa je u tom istraživanju autori nisu ni provjeravali (Konopljak i Sindik, 2009).

Bitan razlog ovakve niske pouzdanosti jest činjenica da metrijske karakteristike instrumenta, tj. korištenog upitnika Uporaba konfliktnih strategija (Johnson i Johnson, 1987), nisu bile provjeravane na hrvatskoj populaciji. Međutim, jedan od nužnih koraka kod primjene nekog od instrumenata na populaciji neke druge države jest potreba «podomaćenja» konstrukta na populaciji koja je entitet, tj. kulturalno prilagođavanje instrumentarija (Sindik, 2009). Naime, većina istraživanih konstrukta koncipirana je na temeljima istraživanja provedenih na populacijama u zapadnjačkim kulturama (Golby i Sheard, 2003). I stilovi upravljanja konfliktima, kao i ostali komunikacijski obrasci, bitno se kulturalno razlikuju, što smo pretpostavili da je vjerojatno i u našem istraživanju. Stoga smo kao cilj istraživanja postavili metrijsko redefiniranje instrumenta upitnika Uporaba konfliktnih strategija (Johnson i Johnson, 1987, iz Bakić-Tomić, 2003), uvjetima hrvatske populacije, konkretno uzorku državnih službenika zaposlenika Ustavnog suda.

U svrhu odgovora na cilj istraživanja, definirali smo tri podcilja (problema):

1. Utvrditi osnovne metrijske karakteristike (pouzdanost i valjanost) redefiniranog mjernog instrumenta za ispitivanje načina upravljanja konfliktima.
2. Utvrditi razlike u zastupljenosti načina upravljanja konfliktima u ispitanom uzorku ispitanika.
3. Utvrditi povezanost između svih dimenzija načina upravljanja konfliktima i duljine radnog staža.

Pretpostavili smo da:

- postoje interpretabilne latentne dimenzije (a istovremeno zadovoljavajuće pouzdane) koje mogu objasniti strategije upravljanja konfliktima u interpersonalnoj komunikaciji kod državnih službenika u Ustavnom sudu Republike Hrvatske.
- postoje statistički značajne razlike između svih strategija upravljanja konfliktima u interpersonalnoj komunikaciji kod državnih službenika u Ustavnom sudu Republike Hrvatske, u smislu češćeg korištenja konstruktivnijih načina upravljanja konfliktima (suradnja i kompromis), u odnosu na manje konstruktivne (ostale tri strategije). Naime, u svrhu koordiniranog uspješnog djelovanja u opisanoj hijerarhijskoj strukturi zaposlenika u Ustavnom sudu, nužno je posjedovanje razvijenih komunikacijskih vještina, a odatle i konstruktivnih načina upravljanja konfliktima. S druge strane, za neke se načine upravljanja konfliktima može iskustveno općenito reći da su djelotvorniji na razini svakodnevnih komunikacija (suradnja, kompromis, ali i izbjegavanje, prilagođavanje, rjeđe borba/kompeticija).
- radno iskusniji ispitanici trebali bi značajno različito koristiti načine upravljanja konfliktima od manje iskusnih ispitanika, u smislu češćeg korištenja konstruktivnijih načina upravljanja konfliktima. Naime, osnovano je pretpostaviti da će iskusniji zaposlenici imati bogatiji repertoar djelotvornih komunikacijskih vještina, a odatle i vještina u odabiru konstruktivnih načina upravljanja konfliktima, u različitim radnim situacijama.

Metode

Ispitanici

Istraživanje je korelativnog tipa, a provedeno je tijekom srpnja 2009. godine. U istraživanju je sudjelovao 71 ispitanik, različitog stupnja stručne sprema (strukturu uzorka po stručnoj sprema vidjeti u tablici 1), ukupno čak 68 % iz osnovne populacije, tj. ukupnog broja zaposlenika u ovom sektoru rada (državni službenici Ustavnog suda Republike Hrvatske). Podaci o dobi ispitanika nisu se prikupljali, jer smo pretpostavili da su varijable radnog iskustva relevantnije (tablica 2). Riječ je o prigodnom uzorku ispitanika (svi službenici osim visokih dužnosnika, koji su pristali na sudjelovanje u istraživanju).

Tablica 1. Struktura uzorka s obzirom na spol i stručnu sprema

Ispitanici	STRUČNA SPREMA				Ukupno spol	% spol
	SSS	VŠS	bacc	VSS		
ŽENE	18	9	3	22	52	73 %
MUŠKARCI	9	1	0	9	19	27 %
Ukupno stručna sprema	27	10	3	31	71	100 %
UKUPNO %	38 %	14 %	4 %	44 %	100 %	

Tablica 2. Struktura uzorka s obzirom na spol i radno iskustvo

Ispitanici	RADNO ISKUSTVO				Ukupno spol	% spol
	do 5 god.	do 10 god.	do 30 god.	više od 30 god.		
ŽENE	5	8	30	9	52	73 %
MUŠKARCI	0	3	15	1	19	27 %
Ukupno radno iskustvo	5	11	45	10	71	100 %
UKUPNO %	7 %	16 %	63 %	14 %	100 %	

Istraživanje je provedeno anonimno, uz naglašenu povjerljivost podataka (korištenje isključivo u znanstvene svrhe), te uz odobrenje predsjednice Ustavnog suda.

Varijable

Demografske varijable u istraživanju bile su: stručna sprema (SSS, VŠS, univ./struč.bacc, VSS), spol, duljina radnog iskustva.

Za prikupljanje podataka korišten je upitnik Uporaba konfliktnih strategija (Johnson i Johnson, 1987), koji se sastojao od 20 tvrdnji, koji se odnose na zastupljenost stilova upravljanja konfliktima. Upitnik je u našoj zemlji koristila Bakić-Tomić (2003) u izradi doktorske disertacije. Skala procjene u Upitniku je bila Likertova tipa od pet stupnjeva, gdje je procjena brojkom 5 značila potpuno slaganje, a 1 potpuno neslaganje sa sadržajem tvrdnje.

Dimenzije upitnika u izvornoj verziji upitnika bile su: suradnja/integracija, kompromis, prilagođavanje, kompeticija/borba i izbjegavanje konflikta (strategije upravljanja konfliktima). Međutim, na temelju rezultata analize pouzdanosti izvornih dimenzija upitnika, dvije su se dimenzije pokazale nezadovoljavajuće pouzdanima: suradnja/integracija ($\alpha=,36$), te kompromis ($\alpha=,09$). Stoga su

primjenom postupka faktorske analize (analiza glavnih komponenti s varimax rotacijom), a prema kriterijima Guttman-Kaiserova kriterija, uz poštivanje zahtjeva o interpretabilnosti dobivenih dimenzija, dobivene samo tri dimenzije strategija upravljanja konfliktima (tablica 3). Dimenzije kompeticija/borba (12,23 % objašnjene varijance) te izbjegavanje konflikta (12,65 % objašnjene varijance) bile su praktički istovjetne izvornim dimenzijama upitnika, dok su se suradnja/integracija, kompromis, prilagođavanje «spojile» u jedinstvenu dimenziju prilagođavanje / kompromis / suradnja (17,52 % objašnjene varijance). Sve dobivene dimenzije su pokazale zadovoljavajuću pouzdanost (tablica 4), a tumače zajedno 42,40 % ukupne varijance. Ove tri varijable definirane su kao jednostavna linearna kombinacija procjena za čestice koje ih definiraju (koje čestice definiraju koju dimenziju vidljivo je u tablici 3).

Tablica 3. Upitnik Uporaba konfliktnih strategija - Korelacije varijabli s varimax faktorima nakon rotacije; karakteristični korijeni i postotak objašnjene varijance te kvadrati multiple korelacije (komunaliteti) varijabli

Čestica	kompromis, prilagođavanje , suradnja	izbjegavanje	kompeticija / borba	Komunaliteti
Nježne riječi jače su od tvrdih srca.	,79			,65
Ljubazne riječi puno daju, a malo koštaju!	,69			,57
Ništa nije toliko važno da bi se zbog toga trebalo sa suradnicima sukobljavati.	,64			,46
Ubij svoje neprijatelje ljubaznošću!	,60			,39
Niti jedna osoba nema konačan odgovor, ali može dati svoj skroman doprinos.	,56			,40
Tko stalno traga za istinom taj ju i nađe.	,52			,30
Iskrenost, poštenje i vjerovanje mogu pokrenuti planine.	,50			,31
Kada dvoje popuste na pola puta, prihvatljiva odluka je na pomolu.	,47	,33		,41
Ako se otvoreno suočimo s konfliktom, pronaći ćemo najbolje rješenje.	,35			,23
Tko tebe kamenom, ti njega kruhom!	,31			,13
Treba izbjegavati svadljive osobe, jer nam one mogu donijeti samo zlo.		,81		,69
Treba držati na odstojanju ljude s kojima se ne slažemo.		,70	,32	,59
Dobiti dio onoga što želimo bolje je nego ne dobiti ništa.		,69		,56
Najbolji način upravljanja konfliktima jest - da ih izbjegnemo.		,67		,53

Postoje samo dvije vrste ljudi: dobitnici i gubitnici.			,70	,51
Koliko ti meni toliko i ja tebi - to je poštena igra!			,70	,49
Bitke dobivaju oni koji vjeruju u pobjedu.	,37		,60	,49
Cilj opravdava sredstvo.	-,33		,58	,49
Poklonima se stvaraju prijateljske veze.			,34	,15
Osoba koja je nepopustljiva, dovodi druge u poziciju da moraju odustati.			,31	,15
Karakteristični korijen	3,50	2,53	2,45	Ukupno
Objašnjena varijanca	17,52 %	12,65 %	12,23 %	42,40 %

Za svaku je pojedinu dimenziju izračunat koeficijent pouzdanosti Cronbachov α , a njegove vrijednosti su se kretale u intervalu od ,60 do ,74. Dakle, u prosjeku možemo reći da je pouzdanost dimenzija upitnika bila relativno niska ali zadovoljavajuća, prema najblažim kriterijima pouzdanosti, koje za konativne karakteristike predlaže Nunnally (1978). Dakle, uz 20 varijabli koje su zapravo čestice upitnika, izveli smo dodatne 3 varijable, koje su rezultati po dimenzijama Upitnika.

Tablica 4. Pouzdanost dimenzija upitnika Uporaba konfliktnih strategija

Dimenzija	Koeficijent pouzdanosti (Cronbach's α)	Čestice koje definiraju dimenziju
IZBJEGAVANJE	,74	6, 9, 11, 16
KOMPETICIJA / BORBA	,60	2, 7, 12, 14, 17, 19
PRILAGOĐAVANJE, KOMPROMIS, SURADNJA	,71	1, 3, 4, 5, 8, 10, 13, 15, 18, 20

Metode obrade podataka

Obrada podataka provedena je programskim paketom SPSS. Uz postupak metode glavnih komponentata s varimax rotacijom te koeficijente pouzdanosti mjerenja (metrijske karakteristike upitnika), za odgovore na ostale probleme istraživanja korištene su metode deskriptivne statistike (aritmetička sredina, standardna devijacija, minimum i maksimum), koeficijenti rang-korelacije (povezanost dimenzija Upitnika s duljinom radnog staža).

Za testiranje razlika u rezultatima između različitih dimenzija Upitnika, korišteni su neparametrijski testovi: Friedmanov test razlika između više zavisnih uzoraka, te Wilcoxonov test ekvivalentnih parova radi pojedinačne usporedbe razlika između prosječnih rezultata parova dimenzija Upitnika (tj. načina upravljanja konfliktima). Prije korištenja navedenih neparametrijskih testova, prosječne rezultate za pojedine dimenzije upitnika (koje definira različit broj čestica) podijelili smo brojem čestica koje ih definiraju.

Rezultati i rasprava

Najprije smo izračunali temeljne **deskriptivne parametre** za sve čestice upitnika Uporaba konfliktnih strategija. Uvidom u tablicu 5, najveće vrijednosti aritmetičke sredine pronađene su za tvrdnje: br. 8. (Ljubazne riječi malo daju a puno koštaju); br. 10. (Iskrenost, poštenje i vjerovanje mogu pokrenuti planine); br. 18. (Nježne riječi jače su od tvrdih srca); br. 20 (Niti jedna osoba nema konačan odgovor, ali može dati svoj skroman doprinos). Najmanje vrijednosti aritmetičke sredine pronađene su za

tvrdnje: br. 2. (Postoje samo dvije vrste ljudi: dobitnici i gubitnici.); br. 14. (Poklonima se stvaraju prijateljske veze). Većina tvrdnji s najvećim vrijednostima aritmetičkih sredina definira dimenziju prilagođavanje / kompromis / suradnja. Najmanje vrijednosti aritmetičkih sredina najčešće pripadaju dimenziji kompeticija / borba.

Najveće vrijednosti standardnih raspršenja (tablica 5), odnosno najveće razlike među ispitanicima pronađene su u sljedećim tvrdnjama: br. 7. (Cilj opravdava sredstvo); br. 12. (Osoba koja je nepopustljiva, dovodi druge u poziciju da moraju odustati). U sljedećim tvrdnjama ispitanici se međusobno najmanje razlikuju odnosno za sljedeće su tvrdnje nađene najmanje vrijednosti standardnih raspršenja: br. 8. (Ljubazne riječi puno daju, a malo koštaju); br. 18. (Nježne riječi jače su od tvrdih srca). Većina tvrdnji s najvećim vrijednostima standardnih raspršenja definira dimenziju kompeticija / borba, dok one s najmanjim standardnim raspršenjima najčešće pripadaju dimenziji prilagođavanje / kompromis / suradnja..

Tablica 5. Prosječne vrijednosti za upitnik Uporaba konfliktnih strategija

Varijabla - tvrdnja	Min.	Max.	Aritmet. sredina	Std. devijacija
Ništa nije toliko važno da bi se zbog toga trebalo sa suradnicima sukobljavati.	1	5	3,87	1,04
Postoje samo dvije vrste ljudi: dobitnici i gubitnici.	1	5	2,13	1,31
Tko tebe kamenom, ti njega kruhom!	1	5	2,92	1,32
Kada dvoje popuste na pola puta, prihvatljiva odluka je na pomolu.	2	5	4,21	0,77
Tko stalno traga za istinom taj ju i nađe.	1	5	3,77	1,22
Najbolji način upravljanja konfliktima jest - da ih izbjegavamo.	1	5	3,70	1,29
Cilj opravdava sredstvo.	1	5	2,55	1,44
Ljubazne riječi puno daju, a malo koštaju!	1	5	4,66	0,72
Dobiti dio onoga što želimo bolje je nego ne dobiti ništa.	1	5	4,21	0,79
Iskrenost, poštenje i vjerovanje mogu pokrenuti planine.	1	5	4,44	1,05
Treba izbjegavati svadljive osobe, jer nam one mogu donijeti samo zlo.	1	5	4,13	1,04
Osoba koja je nepopustljiva, dovodi druge u poziciju da moraju odustati.	1	5	3,35	1,39
Ubij svoje neprijatelje ljubaznošću!	1	5	3,92	1,11
Poklonima se stvaraju prijateljske veze.	1	5	1,93	1,20
Ako se otvoreno suočimo s konfliktom, pronaći ćemo najbolje rješenje.	1	5	4,30	0,85
Treba držati na odstojanju ljude s kojima se ne slažemo.	1	5	3,75	1,13
Bitke dobivaju oni koji vjeruju u pobjedu.	2	5	4,24	0,82
Nježne riječi jače su od tvrdih srca.	2	5	4,46	0,75
Koliko ti meni toliko i ja tebi - to je poštena igra!	1	5	3,18	1,32
Niti jedna osoba nema konačan odgovor, ali može dati svoj skroman doprinos.	1	5	4,52	0,79
kompromis, prilagođavanje, suradnja	20	44	36,86	4,93
izbjegavanje	7	20	15,79	3,23

kompeticija / borba	8	28	17,38	4,39
----------------------------	---	----	-------	------

Nakon analize prosječnih rezultata za čestice upitnika, provjerili smo postoje li statistički **značajne razlike u načinima upravljanja konfliktima** u ispitanom uzorku ispitanika (tablica 6). Potvrdili smo našu hipotezu, po kojoj će pojedini načini suočavanja s konfliktima zastupljeniji od drugih. Premda inspekcijom rezultata možemo jasno vidjeti da je izbjegavanje u prosjeku najčešći način upravljanja konfliktima, a kompeticija/borba najrjeđi, nastojali smo utvrditi među kojim parovima strategija postoje statistički značajne razlike, u odnosu na čestinu korištenja (tablica 7).

Tablica 6. Friedmanov test razlika u prosječnim rezultatima između dimenzija upitnika Uporaba konfliktnih strategija (čestina korištenja pojedinih načina upravljanja konfliktima)

Varijabla	Prosječni rang	χ^2 -test	Značajnost
izbjegavanje	2,53	58,24	<,01
kompeticija/borba	1,30		
prilagođavanje, kompromis, suradnja	2,18		

Sve razlike u čestini korištenih načina upravljanja konfliktima su statistički značajne. Međutim, pokazalo se da je izbjegavanje najčešće korištena, a borba/ kompeticija najrjeđe korištena strategija upravljanja konfliktima. Premda iz iskustva znamo da je u većini životnih situacija suradnja smatrana kao najkonstruktivnija i društveno najpoželjnija strategija, u kombinaciji s prilagođavanjem i kompromisom, ova kombinirana strategija društveno poželjnih strategija (koje istovremeno uključuju uzimanje u obzir vlastitih i tuđih potreba) pokazala se nešto rjeđe korištenom od izbjegavanja. Borba/ kompeticija je u većini različitih životnih i poslovnih situacija u različitim kulturama najmanje poželjna strategija suočavanja s konfliktima, pa je njena najrjeđa zastupljenost razumljiva i za ispitanu uzorak.

Tablica 7. Wilcoxonov test ekvivalentnih parova – pojedinačne usporedbe razlika u prosječnim rezultatima između dimenzija upitnika Uporaba konfliktnih strategija (čestina korištenja pojedinih načina upravljanja konfliktima)

Parovi varijabli	kompeticija/ borba - izbjegavanje konflikta	prilagođavanje, kompromis, suradnja - izbjegavanje konflikta	prilagođavanje, kompromis, suradnja - kompeticija/ borba
Z	-6,26	-2,57	5,67
Značajnost	p<,01	p<,01	p<,01

Glavni cilj istraživanja bio je utvrditi zastupljenost načina upravljanja konfliktima kod zaposlenika Ustavnog suda Republike Hrvatske. Identificirana su tri različita načina-strategije, pomoću kojih se ljudi pokušavaju suočiti s konfliktima na poslu. To su kompeticija/ borba, suradnja / kompromis / prilagodba te izbjegavanje. Kod naših ispitanika, najčešći načini suočavanja s konfliktima su izbjegavanje, pa potom suradnja / kompromis / prilagodba. Weeks (1994) zagovara suradnju kao najbolji obrazac ponašanja za rješavanje socijalnih sukoba. Tako suradnju / integraciju možemo shvatiti kao jednu od najefikasnijih strategija za rješavanje konflikta. Na temelju rezultata prethodnog istraživanja (Konopljak i Sindik, 2009) možemo pretpostaviti da se uz suradnju/ integraciju naši

ispitanici najčešće koriste strategijama koje se zapravo svode na izbjegavanje konflikta (izbjegavanje i prilagođavanje), dok se rjeđe se koriste drugom u pravilu konstruktivnom strategijom (kompromis). U stvari, izbjegavanje konflikta je nerijetko u praksi najracionalnije rješenje, budući da je objektivno teško procijeniti koliko će neko razrješenje konflikta biti uspješno, ukoliko koristimo neku od više aktivnih strategija (kompeticija, suradnja, kompromis). Naime, mi možemo biti suradnički raspoloženi, ali nije sigurno da li će to biti i naš sugovornik, s kojim smo u konfliktu. Sugovornik može popustiti pred našim odlučno iskazanim zahtjevima (kompeticija), ali i ne treba. Moguće je da ljudi u konfliktu nastoje izbjeći potencijalni negativni «kontraefekt» primijenjene aktivne strategije (produbljenje konflikta), odabirući manje rizičnu (izbjegavanje i prilagođavanje).

Odatle, moguće je pretpostaviti da je ispitanici u komuniciranju s poslovnim suradnicima možda više pridaju veću važnost međusobnom odnosu (njegovanje «dobrih odnosa»), dok pritom češće zapostavljaju osobne ciljeve, a možda i ciljeve komunikacije. Moguće je da im je prvenstvena težnja izbjegavati sukob (prvenstveno borbu/ kompeticiju), te se odlučuju na prilagođavanje ili izbjegavanje sukoba (Devine, 1989). To može biti povezano s vjerovanjem da ljudi ne mogu raspravljati s drugima bez neprijateljskog sukoba, te da bi taj sukob mogao dugoročno štetiti njihovom međusobnom odnosu, ali i osobnoj dobrobiti (Konopljak i Sindik, 2009). Podaci o najvećim raspršenjima (tablica 5) možda ukazuju na mogućnost da neki ispitanici možda zanemaruju važnost dobre komunikacije sa suradnicima u korist ispunjenja osobnih ciljeva (veliki varijabilitet u kompeticiji/borbi), dok neki istovremeno vode/ne vode računa i/niti o dobroj komunikaciji i/niti o ispunjenju osobnih ciljeva (Konopljak i Sindik, 2009).

Sljedeći problem istraživanja bio je utvrditi **povezanosti** između svih dimenzija načina suočavanja s konfliktima i duljine radnog staža, te razine stručne spreme (tablica 7). Hipotezu o povezanosti konfliktnih strategija s duljinom radnog staža potpuno odbacujemo, jer nismo pronašli niti jednu statistički značajnu povezanost radnog staža i načina upravljanja konfliktima. Hipotezu o statistički značajnoj povezanosti stručne spreme i načina upravljanja konfliktima samo djelomično možemo podržati. Naime, pronašli smo samo jednu i to negativnu statistički značajnu povezanost između razine stručne spreme i korištenja strategije kompeticija/borba. Dakle, obrazovaniji ispitanici rjeđe koriste ovu u većini situacija nekonstruktivnu strategiju upravljanja konfliktima, što smo mogli teorijski i očekivati. S obzirom da je vrijednost ove korelacije dosta niska, mogli bismo općenito reći da ni stručna sprema, ni radni staž, ne pokazuju povezanost s korištenjem konfliktnih strategija, te je vjerojatno da je sklonost korištenju pojedinih strategija uvjetovana drugim faktorima (ličnost, radno okruženje, itd.). Naime, vjerojatno je da učenje djelotvornih načina upravljanja konfliktima više ovisi o ličnosti pojedinca (njegove općenite sklonosti da na konflikte u određenim situacijama reagira na određen način), ili pak o specifičnoj edukaciji (vještine upravljanja konfliktima).

Tablica 8. Povezanost između pojedinih dimenzija upitnika Uporaba konfliktnih strategija s radnim iskustvom

Varijable	prilagođavanje, kompromis, suradnja	izbjegavanje	kompeticija / borba
radno iskustvo	,09	,07	-,11
prilagođavanje, kompromis, suradnja	1	,15	-,07
izbjegavanje		1	,25*
kompeticija / borba			1

Napomena: * korelacije značajne uz $p < ,05$; ** korelacije značajne uz $p < ,01$

Međutim, kao dodatne informacije o rezultatima, izračunali smo **međusobne povezanosti** dimenzija načina suočavanja s konfliktima (tablica 8), te utvrdili da postoji značajna pozitivna povezanost između izbjegavanja konflikta i kompeticije/borbe. U principu su rjeđe konstruktivne strategije povezane međusobno. Niti jedna od strategija nije značajno povezana s radnim iskustvom. Dakle, vjerojatno je da su načini suočavanja s konfliktima, usprkos činjenici da se mogu učiti, u praksi većim dijelom (barem na ispitanom uzorku ispitanika) dio «osobnog nasljeđa». Moguće je da su ljudi skloni odabirati češće one načine suočavanja s konfliktom kojima su osobno skloniji, bez obzira na radno iskustvo, a možda i bez obzira na eventualnu educiranost upravo u tim vještinama.

Rezultati istraživanja u cjelini ukazuju na dominantnost načina upravljanja konfliktima koji isključuju otvoreni sukob, ali i dijalog, pa se problemi vjerojatno radije negiraju kad se može anticipirati otvoreni sukob (Konopljak i Sindik, 2009). Dakle, vjerojatno i ovi rezultati podržavaju hipotezu o antikonfliktnoj kulturi organizacije (Rijavec, 1995), gdje ljudi koji izazivaju sukobe nisu osobito popularni. Ali ovakva je kultura poslovno manje funkcionalna. S tog aspekta, rezultati našeg istraživanja ipak nisu obeshrabrujući, jer su ipak konstruktivne strategije relativno često zastupljen način rješavanja sukoba.

Glavna prednost istraživanja je svakako u činjenici da nismo pronašli istraživanje koje je provedeno postojećim instrumentarijem prilagođenim hrvatskoj populaciji, baš na zaposlenicima Ustavnog suda. Uzorak (premda je prigodan) reprezentira veći dio cjelokupne populacije zaposlenika ove institucije, te vjerojatno daje uvid u dominantne strategije rješavanja konflikata u ovoj populaciji. Međutim, istraživanje posjeduje i brojna ograničenja. Ponajprije, kod zaključivanja o cjelokupnom uzorku, moramo biti svjesni ograničenja da je u ispitanom uzorku ispitanika puno veći broj žena, u odnosu na broj muškaraca. Nadalje, u istraživanju nismo uzeli u obzir moguće razlike u položajima u poslovnoj hijerarhiji (nismo prikupljali i tu vrstu podataka). Vjerojatno je da postoji mala mogućnost generalizacije rezultata, primjerice za populaciju državnih službenika, iz barem dva razloga: heterogenosti populacije državnih službenika u Republici Hrvatskoj, te zbog specifičnosti populacije zaposlenika Ustavnog suda. Daljnje ograničenje proizlazi iz mogućnosti davanja društveno poželjnih odgovora na tvrdnje, usprkos garantiranoj anonimnosti i znanstvenoj svrsi istraživanja. Konstruktivne strategije rješavanja konflikata su društveno poželjnije, u odnosu na nekooperativne.

Iz ograničenja ovog istraživanja proizlazi i mogućnost poboljšanja. Također, moglo bi se u budućim istraživanjima prikupiti podatke o položaju ispitanikova radnog mjesta u hijerarhiji državnog suda. Nadalje, uzorak ispitanika bi mogao biti slučajan, ili pak obuhvatiti cjelokupnu populaciju zaposlenika Ustavnog suda. Jedna od strategija izbora ispitanika mogla bi biti i njihova stratifikacija u odnosu na spol. Na eventualnu društvenu poželjnost danih odgovora na upitnik te na manju mogućnost generalizacije ne može se bitno utjecati, pa u tom smislu i nismo sugerirali poboljšanja.

Sa stanovišta praktičnih implikacija istraživanja, svakako možemo sugerirati da je potrebno usavršavati službenike Ustavnog suda u primjeni boljih strategija rješavanja sukoba, u skladu sa zahtjevima trenutka i situacije. Edukacijom je potrebno osvijestiti među zaposlenima potrebu uvažavanja različitih mišljenja i stavova, poticati ih na samokritičnost i traženje kreativnih rješenja, a za to je potrebna stanovita količina sukoba mišljenja. Institucija u kojoj među službenicima „nema sukoba“, postaje statična, apatična i neprilagodljiva na promjene, a potiskivani problemi postaju sve intenzivniji i teže rješivi. Dakle, nužno je stvarati uvjete za slobodnu i otvorenu komunikaciju, prihvaćati različitosti i usmjeravati sve službenike ka zajedničkom cilju. Dakle, potrebno je razvijati asertivno ponašanje, raditi na vlastitoj osobnosti, učiti kako uspješno upravljati samim sobom, a posljedično tome i kako upravljati konfliktima. Pojedinaac i institucija u cjelini u konačnici trebaju prihvatiti sukobe kao korisne, neizbježne, ali i prijeko potrebne sastavnice života. Rezultati ovog istraživanja ukazuju na potrebu trajnog stručnog usavršavanja, s naglaskom na razvijanje strategija i vještina poželjnog asertivnog ponašanja u upravljanju sukobima. Barem u poslovnom svijetu, naprosto je nedopustivo prepustiti upravljanje konfliktima osobnim predispozicijama.

Zaključci

1. Tri su latentne dimenzije redefiniranog mjernog instrumenta za ispitivanje načina upravljanja konfliktima: izbjegavanje, kompeticija/borba te kombinirana strategija (suradnja / prilagođavanje / kompromis). Dimenzije definirane na temelju čestica koje određuju pojedini način upravljanja konfliktima pokazuju zadovoljavajuću pouzdanost.
2. Postoje statistički značajne razlike u zastupljenosti načina upravljanja konfliktima u uzorku ispitanika zaposlenika Ustavnog suda: najčešći način rješavanja konflikata je izbjegavanje, a najrjeđi kompeticija/borba.
3. Nema statistički značajne povezanosti između dimenzija načina upravljanja konfliktima i radnog staža.

Literatura

1. Bahtijarević Šiber, F. Izvori stresa u suvremenim radnim uvjetima. *Slobodno poduzetništvo*, 4 (1999): 265-275.
2. Bakić-Tomić, Lj. *Komunikološko-menadžerski profil rukovoditelja u hrvatskoj policiji*. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet. 2003.
3. Brajša, P. *Pedagoška komunikologija*. Zagreb: Školska knjiga, 1994.
4. Devine, P.G. Stereotypes and Prejudice: Their Automatic and Controlled Components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(1) (1989): 5-8.
5. Golby, J., i Sheard, M. Mental toughness and hardiness at different levels of rugby league. *Personality & individual differences*, 37(5) (2003): 933-942.
6. Konopljak, S., Sindik, J., Božić, J. *Zastupljenost i spolne razlike u strategijama upravljanja konfliktima kod državnih službenika u Ustavnom sudu Republike Hrvatske*. U: 8. specijalizirani ICESKS simpozij: informacijske, komunikacijske i ekonomske znanosti u društvu znanja. 12-13.11.2009., Zadar. Zagreb: Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2009.
7. Mayers, D.G. *Social Psychology*. New York: McGraw-Hill, 1993.
8. Nunnally, J. C. *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill, 1978.
9. Omejec, J. *O potrebnim promjenama u strukturi hrvatskog ustavnog sudovanja*. Okrugli stol Hrvatsko ustavno sudovanje da lege lata i de lege ferenda. Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, 2009.
10. Sindik, J. *Povezanost konativnih obilježja vrhunskih košarkaša i situacijske učinkovitosti u košarci*. Doktorska disertacija. Zagreb: Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2009.
11. Weeks, D. *Osam najvažnijih koraka u rješavanju sukoba*. Osijek: Sunce, Društvo za psihološku pomoć. Skinuto 24.8.2009. s: <http://www.aimpress.ch/dyn/pubs/archive/data/199705/70520-006-pubs-sar.htm>. 1994
12. WMD Rječnik *Upravljanje konfliktima*. Skinuto 30.9.2009. s: <http://wmd.hr/rjecnik-pojmovi-u/web/upravljanje-konfliktima/>

THE SYSTEMATIC DEVELOPMENT OF BUSINESS COMMUNICATION IN BANKING

SUSTAVNI RAZVOJ POSLOVNOG KOMUNICIRANJA U BANKARSTVU

Jadranka Kunac

Raiffeisen Bank, Zagreb, Croatia

Raiffeisen banka, Zagreb, Hrvatska

Abstract

Banking was created and developed in the Mediterranean as well as supporting activities of trade and tax collection. Thanks to the climate and touch three continents, the peoples on the shores of the Mediterranean since prehistoric times have been keeping very brisk maritime, religious and especially commercial links. In the ethnic, religious and cultural diversity originated the concept of the bank and the concept of money as an abstraction of its value associated with the metal. The continuity of ancient and medieval banking began in the thirteenth century. Banking was created and developed in the Mediterranean as well as supporting activities of trade and tax collection. The importance of the Adriatic Croatian was outstanding at the time for trade routes to the Levant, so that in our cities on the coast took place a very lively trade and the establishment of banks was a necessity. Banks were founded Siena and the Florentine merchants and until the end of the sixteenth century banking was separated from the trade and tax collection.

Keywords

Banking, tax, business communication

Sažetak

Bankarstvo je nastalo i razvilo se na Sredozemlju kao prateća djelatnost trgovine i naplate poreza. Zahvaljujući podneblju i dodiru triju kontinenata, narodi na obalama Sredozemlja od prapovijesti su održavali vrlo žive pomorske, vjerske i posebno trgovačke veze. U toj etničkoj, vjerskoj i kulturnoj raznolikosti nastao je pojam banke i pojam novca kao apstrakcije njegove vrijednosti vezan uz kovine. Kontinuitet antičkog i srednjovjekovnog bankarstva počinje u XIII. stoljeću. Bankarstvo je nastalo i razvilo se na Sredozemlju kao prateća djelatnost trgovine i naplate poreza. Značaj jadranske Hrvatske bio je izuzetan u to doba radi trgovačkih putova za Levant, tako da se u našim gradovima na obali odvijala vrlo živa trgovina i osnivanje banaka bila je nužnost. Banke su osnivali sienski i firentinski trgovci i sve do kraja XVI. stoljeća bankarstvo nije bilo odvojeno od trgovine i naplate poreza.

Ključne riječi

Bankarstvo, porez, poslovna komunikacija

Povijesni razvoj bankarstva

Bankarstvo je nastalo i razvilo se na Sredozemlju kao prateća djelatnost trgovine i naplate poreza. Zahvaljujući podneblju i dodiru triju kontinenata, narodi na obalama Sredozemlja od prapovijesti su održavali vrlo žive pomorske, vjerske i posebno trgovačke veze. U toj etničkoj, vjerskoj i kulturnoj raznolikosti nastao je pojam banke i pojam novca kao apstrakcije njegove vrijednosti vezan uz kovine. Kontinuitet antičkog i srednjovjekovnog bankarstva počinje u XIII. stoljeću, a prati se kroz *Bibliju* i *Talmud* te u djelima teologa. Značaj jadranske Hrvatske bio je izuzetan u to doba radi trgovačkih putova za Levant, tako da se u našim gradovima na obali odvijala vrlo živa trgovina i osnivanje banaka bila je nužnost. Banke su osnivali sienski i firentinski trgovci i sve do kraja XVI. stoljeća bankarstvo nije bilo odvojeno od trgovine i naplate poreza.

Nakon propasti starih Ekumena, srednjovjekovna Europa postaje središte ekonomske moći i kulture. Pojava organiziranih oblika trgovine novcem vezana je za razvijenije regije Europe, a tim su se poslom bavili bogati trgovci, feudalci, crkvene organizacije i drugi. Prve bankarske ustanove osnovane su u tadašnjim trgovačkim središtima Genovi, Veneciji, Milanu, Amsterdamu, Londonu itd. Razvoj proizvodnih snaga, jačanje građanskih slojeva u XIII. i XIX. stoljeću donosi i masovno širenje bankarske djelatnosti.

U jadranskim lukama ali i slobodnim kraljevskim gradovima u unutrašnjosti Hrvatske značajno je jačala trgovina novcem, tako da različiti oblici štednje i zajmovnih odnosa datiraju uglavnom iz XIII. stoljeća. Poznati hrvatski autonomni novac, banovci, izrađivao se ubrzo nakon sklapanja saveza s Mađarima, krajem XII. stoljeća. Dubrovačka Republika već u XV. stoljeću postaje važan bankar koji zajmovima pomaže razvoj trgovine, obrta, manufakture, komunalne izgradnje i drugog. Kraj XIII. stoljeća donosi Hrvatskoj polet razvoja trgovine, obrta, ali ne i osnivanje banaka jer stranom kapitalu nije bilo u interesu konsolidiranje domaćeg kapitala, tako da osnivanje novčarskih ustanova počinje tek polovicom XIX. stoljeća.

Pojava novca i prvi bankari u starom vijeku

Preko 5000 godina postojanja bankarstva zaslužuje osvrt na njegov nastanak i razvoj kroz povijest. Oblici bankarskog poslovnog komuniciranja pojavili su se u vrijeme naturalne razmjene. Tako prvi poznati oblici primitivnog bankarstva datiraju iz 3400. g. pr. Kr. Na glinenoj ploči iz Sumera, iz XXXV. stoljeća prije Krista prikazana je tablica kakve su koristili svećenici kako bi zapisali vrijednost procijenjene robe.

Na papirusu iz 85. g. pr. Kr. piše:

*“PROLOMEJ, SIN ESTIJEZIJA POZDRAVLJA BANKARA PROTARKA .
MOLIM ISPLATITE EPITENKSU 500 (PETSTOTINA) BAKRENIH DRAHMI.²⁰⁹*

Na kolekciji papirusa koji se čuvaju u muzeju u Berlinu pronađeno je sedamnaest naloga za isplatu bankaru Hefestionu što pokazuje veliku rasprostranjenost uporabe naloga za isplatu već u prvom stoljeću poslije Krista.

Novac kao jedna od najstarijih stečevina kulture, usko je vezan uz bankarstvo. Nastao je iz potrebe da se omogući razmjena ekonomskih dobara.

Već prije 3000. g., obitelj koja je vladala malom kolonijom Lidija na teritoriju današnje Turske, iskivala je prve do sada poznate novčiće. Bili su to obostrano označeni komadi metala.²¹⁰

Solon iz Atene izradio je oko 594. g. pr. Kr. atenske kovanice iz srebra i utvrdio da nominalna vrijednost novca mora biti istovjetna s vrijednošću stvarnog sadržaja. Antička valuta je postala model drugim polisima²¹¹

Prvi primjer šire distribucije novca datira nakon 550. g. pr. Kr. zahvaljujući kralju Croesusu čije je bogatstvo ostalo mitsko do današnjih dana zbog velike količine čistog zlata u kovanicama²¹²

Godine 477. pr. Kr. Atena je odredila da svaki polis mora dati 460 srebrenih telenta u Deloski trezor u cilju obrane i održavanja velike flote brodova. Tako je sakupljena velika količina vrijednosti pa je trezor prebačen na Akropolu, u Partenon, gdje je započela velika proizvodnja kovanica koje su se upotrebljavale u cijeloj Grčkoj i njenim kolonijama. U grčkoj klasičnoj eri oko 260 gradova, među kojima i jadranska Issa, Faros i drugi, izrađivalo je kovani novac u 2750 različitih tipova kovanica²¹³

Zbog tih je razloga nastala profesija razmjenjivača novca koji se zvao **trapezit**. Kako je razlika između kupovne i preprodajne cijene donosila profite i to oko 5%, a zamjena bakrenih kovanica za srebrene i

209

210

211

212

213

do 20%, trapeziti su se uskoro pretvorili u bankare, odobravajući ljudima zajmove uz kamatu od 12-36% što ih je, naravno, brzo obogatilo²¹⁴

Pozajmljivanje novca i kamata kao poklon ili nagradu dužnika vjerovniku javlja se i u ostalim razvijenim društvima. Tako su kamate u starom Egiptu za vrijeme faraona Bachorisa u VIII. st. pr. Kr. iznosile do 30% za žito²¹⁵

Poznati Hamurabijev zakonik iz Babilona priznavao je mjesečnu kamatu. Banka Egidi bila je najjača banka prije perzijskih osvajanja. Asirski zajmovi, za razliku od babilonskih, bili su vrlo precizni; imali su datum i rok vraćanja duga.

Židovi, koji su doselili iz Egipta u Palestinu, zatekli su na tim prostorima Kananajce, Feničane i Filistejce koji su ih smatrali uljezima. Tako su vjerovnici bili pripadnici jednih, a dužnici drugih naroda što je bilo tipično za tadašnje Sredozemlje na kojem su se održavali živi trgovački, pomorski i vjerski dodiri.

Židovski Talmud je zabranjivao uzimanje kamata, prijetio kaznama i vjerovniku i dužniku, ali je dopuštao kreditiranje trgovaca i uzimanje profita na rad s pozajmljenim novcem ako je vjerovnik sudjelovao u riziku posla²¹⁶

I grčki filozofi Aristotel i Platon bili su protiv uzimanja kamata smatrajući da kamata stvara siromaštvo i društvenu nejednakost. Vjerojatno zbog toga su grčki Ptolomejevići imali banku u Egiptu i posuđivali novac uz visoke kamate. U Aleksandriji je postojala kraljevska banka Basiliske trapeza. Tamošnji su se bankari služili novcem Banke, uzimali depozite, mijenjali novac, plaćali gotovinom i obavljali novčane transakcije.²¹⁷

Rimski Senat je propisao da se kovnica novca stavi pod zaštitu Juno Moneta, važnog rimskog božanstva u čijem je hramu g. 296. pr. Kr. postavljena rimska kovnica.²¹⁸ Rimljani su organizirali svoj monetarni sustav prema uzoru na grčki, ali bez kovanja u zlatu jer je zlato bilo izvor pohlepe i skrivenog nagomilavanja novca. Kako godine 210. pr. Kr. rimski Senat nije imao dovoljno novca za naoružavanje i opremanje velike flote brodova koja bi se oduprla osvajaču Hanibalu, pozvao je Senatore da ustupe svoje zlato i srebro kao pomoć. Sve su patricijske obitelji donijele na Forum svoje bogatstvo, a Senat je odlučio da mensariji upišu svaki doprinos kako bi se nakon rata točno znalo kome treba nadoknaditi štetu²¹⁹

Godine 33. u Rimu su se proširile glasine da je jedno aleksandrijsko poduzeće izgubilo tri broda u Crvenom moru i da je na rubu bankrota. U isto vrijeme zbog štrajka feničkih radnika, drugo je poduzeće postalo insolventno, a banka Kvincija Maksimusa i Lucija Viba bila je u velikim zajmovima kod tih poduzeća. Bojeći se za svoj novac, rimski su građani u panici podizali depozite. Panika se brzo širila i dalje na banku braće Pecij, zatim na banke u Korintu i Kartagi. Tek proglasom cara Tiberija o tome da daje 100 milijuna **sestercija** iz carske riznice provjerenim bankarima koji su trebali taj novac posuditi dužnicima bez kamata tijekom tri godine, završila je bankarska panika i Via Sacra – rimski Wall Street, vratila se uobičajenom poslovanju²²⁰

U Rimu se rano pojavila kamata i to najprije na zajmove strancima. Justinijanov zakonik ograničio je kamatu na 6%, a za žito, zbog kolebanja cijena, na 12%. Ipak, kamata nije bila glavno pitanje rimskog bankarstva, više je to bilo pitanje zajma i depozita, tako da iz tog vremena potječe i današnje načelo bankarstva da banka daje jednu kamatu na depozit, ali uzima drugu, veću na zajmove.

Bankari srednjeg i novog vijeka

214

215

216

217

218

219

220

Nakon Cezarove smrti pojavio se najznačajniji lik naše povijesti Isus za kojeg zapisi kažu da je svojom riječi značajno utjecao na život i savjest čovječanstva. Priznao je ulaganje kod mjenjača, kamatu kao i opravdanost gospodarskog rasta što je bilo presudno za razvoj trgovine i bankarstva u srednjem vijeku, ali i kasnije.

Raspalom Zapadnog Rimskog Carstva godine 476. pa do kraja srednjeg vijeka nestao je optjecaj novca. Bilo je to vrijeme pljački urbanih centara, čestih upada barbara, emigracija građana, nesigurnosti i straha pa su se ljudi vratili robnoj razmjeni i plaćanju u naturi. U Rimu je poslije VII. st. postojao samo jedan razmjenjivač novca. U isto vrijeme Crkva i njene monaške institucije neprestano su povećavale svoje bogatstvo, posebno Benediktinci. Izgrađivali su centre duhovne renesanse i financijske aktivnosti u spoju učenja, molitve i rada. Iz prakse Židova naučili su kako izrađivati ugovore o nekretninama i pokretninama koje su se mogle davati kao jamstvo za zajam.

Početakom VII. st. u Francuskoj su učinjeni pokušaji obnove optjecaja novca, ali te kovanice nitko nije želio prihvatiti. Pipin Mali je i zabranio optjecaj zlatnih kovanica, ali Karlo Veliki je godine 800. na vrhuncu svoje slave kovao zlatni **tremissis**.

I dok je u Europi prestao optjecaj kovanog novca, u Kini su se g. 807. pojavile prve papirnatu novčanice, zapravo potvrde o pologu kovanica. Iste je godine u Kini otvoren Ured vlade za izdavanje i upravljanje papirnatim novcem koji se zvao **praktični novac**. Kasnije, u XIII. st., točnije 1264. g. u vrijeme velikog mongolskog carstva, bila je uspostavljena riznica koja je izdavala i kontrolirala optjecaj novčanica i na taj način prvi put u povijesti uspostavila nadzor nad optjecajem papirnateg novca.²²¹

Putovanja mnogih desetaka križara prekinula su izolaciju u kojoj je stoljećima živjelo stanovništvo Europe. Nestalo je barterske ekonomije i opet se javila potreba za novcem.

U XIII. st. po cijeloj Europi su se održavali sajmovi, a trgovci su, da bi izbjegli opasnost, novac ulagali kod bankara. Bili su to u početku zlatari koji su se od običnih čuvara kovanica pretvorili u bankare. Oni su trgovcima izdavali potvrde kojima su se obvezivali isplatiti kovanice onome koji prezentira potvrdu. Najpoznatiji bankari toga vremena bili su Talijani i to najčešće Lombardani. Slobodni grad Milano izdavao je obveznice-brevie s odgodom plaćanja. Lombardi su izumili glavnu knjigu, račun i mnoga pravila administracije novca. Giovanni de Medici trgujući s istokom, utemeljio je najznačajniju trgovačku kuću Europe i banku. Engleski kralj John davao je Papi godišnje doprinose, a iz Engleske je u Rim dolazio novac vjernika. Kako se radilo o velikoj količini srebrnog novca, bankari su predložili Papi da sakupe za njegov račun novac u Londonu te mu isplate odgovarajući iznos u Rimu.²²²

Tako je nastao bankarski sustav srednjeg vijeka s težištem u Sieni, Firenci, Genovi, Milanu, Mlecima a osloncem u gradovima hrvatske obale Jadrana. Bankarstvo je nastalo zbog trgovine, naplate poreza i prijenosa novca.

Mleci su kovali libre, solide, denare, Karolinzi funte. Novac srednjovjekovnog Sredozemlja bio je podrijetlom iz Bizanta gdje se još od 309. godine kovao bizantski solid.²²³

Razvoj europskog bankarstva

Papirnatu novac i mjenica

Iako je kineski car već 105. godine službeno objavio da je izumljen papir, put do Europe bio je dug tisuću godina. Vijest o postojanju papira prenio je u Europu Korčulanin Marco Polo. Prve papirnatu novčanice pojavile su se godine 1438. u Španjolskoj za vrijeme arapske invazije.²²⁴

Oko 1250. godine pojavila se mjenica po nalogu u sjevernoj Italiji i vrlo brzo proširila od Sredozemlja do Engleske kao neophodno sredstvo vanjske trgovine, ali i kao sredstvo kojim se zaobilazila zabrana izvoza novca. Mjenica je postala opći instrument kreditnog prometa, kod odgode plaćanja u robnoj trgovini kao i kod davanja zajmova u prekomorskom trgovačkom prometu, a kasnije i u sajamskoj trgovini Europe.

221

222

223

224

Burze i prva banka

Kroz XV. i XVI. stoljeće razvijale su se burze nastale iz srednjovjekovnih sajмова, najprije u Brugesu, a zatim u Antwerpenu gdje je trgovina mirodijama okupljala Nijemce, Talijane i Portugalce.

Takve su međunarodne burze bile stalne, cijene tržišne, a pojavili su se bankovni mešetari, brokери.

Bankari su se zvali financijerima sve do XIX. st. kada je porez odvojen od bankarstva.

Uz mjenice, predmet trgovanja na burzama bili su i nizozemski blagajnički zapisi i obveznice državnih zajmova.

Prva nacionalna burza u Americi osnovana je 1790. g. u Philadelphiji.²²⁵

Prva organizirana banka osnovana je 1407. godine u Genovi.²²⁶

Godine 1694. osnovana je Bank of England jedina kreditna banka koja je mogla izdavati kamatne banknote izdane na ime stranke. Uskoro po osnivanju, Banka je pozajmila sav kapital svojih deponenata državi, pa su Banka, država i depozitari postali **dioničko društvo**. Banka je čuvala sav državni novac, vršila sva državna plaćanja i primala sve državne prihode.²²⁷

Ček i banknote

Već od 1715. g. u uporabi je riječ ček, tada papir s kontralistom kao osiguranjem protiv moguće prijevare.

Prvi čekovi suvremenog izgleda tiskani su 1772. g. u banci CHILD and Co. u Londonu. Veliki broj pokušaja unifikacije i kodifikacije čekovnog prava rezultiralo je 1931. Ženevskom konvencijom o čeku.²²⁸

Prve banknote izdane su 1661. g. u Švedskoj. Imale su datum izdanja, potpise dužnosnika banke, pečat, bile su isplative donositelju, numerirane i imale su pojedinačnu denominaciju.²²⁹

Oblici papirnatoг novca brzo su se širili svijetom. Tako je guverner Kanade izrađivao novac od igračih karata, a ako ih nije bilo dovoljno, karte su rezane na pola ili manje dijelove. Godine 1690. u britanskoj koloniji Massachusetts izdana su kolonijalna kreditna pisma nazvana kolonijalna valuta.

Pojam **nacionalne valute** također je nastao u Americi. Kako Engleska nije dopuštala uvoz zlata i srebra u svoje kolonije, trebalo je pronaći način kako financirati rat protiv britanske dominacije. Tiskar Benjamin Franklin je izradio papirnati novac zelene boje – **dolar** koji je imao podlogu u zlatu ili srebru i u svakom trenutku mogao se zamijeniti za odgovarajuću količinu plemenite kovine.

Ekspanzija europskog bankarstva XVII. i XVIII. stoljeća

Otkrićem Amerike, europsko bankarstvo je u XVI. stoljeću dobilo novi zamah zbog većeg optjecaja zlata pristiglog iz Novog svijeta, ali i zbog dopuštanja uzimanja kamate.

Bankarstvo se razvijalo paralelno s razvojem proizvodnih snaga, osobito u XVII. i XVIII. stoljeću. U Rimu je 1606. g. osnovana državna banka koja je primala novac na depozit, davala kamate i jamstva. Osnovana je kapitalom od 150000 škuda koji se ulagao u industriju i izgradnju sustava za natapanje.²³⁰ Sustav je postajao sve savršeniji, pojavile su se emisije banke ovlaštene za emitiranje novca. Poznate banke tog vremena su Wisselbanka osnovana 1609. g. u Amsterdamu, Markbanka osnovana u Hamburgu 1619. g., zatim Banco del Giro koja je od 1617. do 1806. g. bila službena ustanova Mletačke Republike u Veneciji. Znamenita banka iz tog vremena je i francuska banka Rotchild koja je imala podružnice u svim trgovačkim središtima Europe, a posluje i danas. Švedska banka osnovana je 1650. g., Škotska banka 1795. g., Danska banka 1736. g. kada je osnovana i Norveška banka, zatim

225

226

227

228

229

230

Petrogradska banka 1768. g., samo su neke od banaka koje su nastale razvojem proizvodnih snaga, nastajanjem građanske klase i kapitalističkim društveno-ekonomskim odnosima.²³¹

Bankarstvo toga vremena okrenulo se najširim slojevima stanovništva; tako je u Hamburgu već 1778. g. osnovana prva štedionica, u Parizu 1818. g. osnivanjem akcionarskog bankarskog društva London and Westminster Bank godine 1833., pokret masovne štednje nezadrživo se proširio kako Europom, tako i svijetom.²³²

Stanovništvo je tada, ali i danas, bilo najvažniji izvor sredstava financijskog tržišta, a bogatiji, ali i oni siromašniji, sve su više željeli ulagati svoja slobodna sredstva uviđajući da od neaktivnog novca nemaju puno koristi. U početku je plasiranje slobodnih sredstava bilo gotovo tajno jer se na one koji su uzimali kredite gledalo sumnjičavo.

Štednja kao oblik privređivanja, ali i kao način života, podržavana je i od strane države. Tako je u Milanu 1924. g. utemeljen Međunarodni institut za štednju.

Hrvatsko bankarstvo

Razvoj hrvatskog novčarstva

Hrvatska novčarska baština seže daleko u eneolitik što su dokazala iskapanja na Vučedolu. Tamo su pronađeni 300 grama teški sjekirasti ingoti (vagani komadi kovine) koji su bili ekvivalent naturalnom novcu. Tijekom starog i srednjeg vijeka na našim prostorima otvoreno je 40 kovnica od kojih su neke radile stotinama godina. Poznate su bile kovnice novca u Sisku, Mitrovici i Zagrebu.

Pleme Bijelih Hrvata koji su živjeli na tlu današnje Češke, kovali su novac već u X. stoljeću.

Herceg Andrija u XII. st. je kovao srebrne denare i poludenare koji se nazivaju hrvatski frizatici (naziv potječe od grada Friesach u Koruškoj).

U Dubrovniku se kovao novac pod mletačkom vlašću 1337. godine, u Splitu već od 1196. g., u Zadru 1371. g.²³³

Uz dubrovačke srebrnjake, najpoznatija srednjovjekovna autohtona srebrna moneta bio je slavonski banovac koji se kovao u Pakracu od 1237. g. Zbog lijepe izrade, ali i visoke čistoće srebra, banovci su postali europski novac i tako zapravo bili prva hrvatska konvertibilna valuta .

Od XIV. st. banovi Šubići kovali su svoj novac od kojih se najljepšim smatraju groševi i taliri Nikole III. Zrinskog.

Razvoj papirnatog novca na tlu Hrvatske

I na tlu Hrvatske vrlo se rano pojavio oblik papirnatog novca. Bilo je to u Pagu 1778. godine. Naime, pod Mletačkom Republikom, paška je solana imala veliki značaj i omogućavala je Veneciji monopol u trgovini solju. Kako su tamošnji državni službenici plaćani solju koju nisu mogli svu i preuzimati, tako se obračunska sol pretvarala u kovani novac zamijenjen tiskanim priznamicama, asignatima, na kojima se moglo rukom dopisati detalje transakcija, iznos, vrijeme i primatelj.

Paški asignat je vrlo vrijedan dokument svoga vremena, kako numizmatički, tako i povijesno-gospodarski.²³⁴

Francuska uprava je u Zadru izdavala 1809. g. novčanice od jednog i dva *franka*. U Dardi, u Baranji izdavale su se novčanice od 6, 15 i 30 *krajcara* godine 1811. U Srijemu su se godine 1827. i 1830. izdavale papirnatu *rabotne marke*.²³⁵

Ban Jelačić je izdavao kratko vrijeme novčanice od 25, 100 i 1000 *forinti*.

Za vrijeme II.svjetskog rata, Nezavisna država Hrvatska izdavala je *kune*.

231

232

233

234

235

Vrijedno kunino krzno služilo je u naturalnom plaćanju o čemu je na Cresu pronađena potvrda s početka XI stoljeća, ali i kasniji zapisi su potvrdili kunino krzno kao obračunsku novčanu jedinicu.²³⁶ Lik kune nalazio se više od stoljeća na banovcima, najreprezentativnijem novcu hrvatske prošlosti koji je kovao herceg Andrija krajem XII stoljeća.²³⁷

Osamostaljivanjem Republike Hrvatske 30. svibnja 1990. godine, nametnula se potreba uvođenja nacionalne novčane jedinice pa je 1991. godine uveden hrvatski dinar kao prijelazna, odnosno privremena novčana jedinica do uvođenja kune koja je postala zakonsko sredstvo plaćanja 30. svibnja 1994. godine.²³⁸

Papimate kune izrađene su u tiskari GIESECKE & DEVRIENT u Njemačkoj, a kovani novac je izrađen u Hrvatskom novčarskom zavodu u Zagrebu, a kalupi za prvu godinu kovanja izrađeni su u kovnici u Stuttgartu. Kako je zbog visoke inflacije 1994. g. zamjena dinara u kune obavljena u omjeru 1000:1, tako se i potreba za tiskanjem dodatnih količina kuna pojavila tek 2002. g. Novčanice tog izdanja tiskane su u bečkoj tiskari «OESTERREICHISCHE BANKNOTEN UND SICHER HEITSDRUCK GmbH».²³⁹

Razvoj hrvatskog bankarstva

Bankarstvo XVI. i XVII. stoljeća u našim je krajevima zastalo u razvoju. Bilo je konzervativno, vodilo se prema crkvenim nazorima o ograničenoj kamati, nije priznavalo mjenicu, ček ili vrijednosne papire. Ipak bankarstvo u našim gradovima uz more razvijalo se radi žive trgovine i svega vezanog za luke, protok robe i ljudi.

Značaj jadranskih gradova u povijesnom razvoju hrvatskog bankarstva

U Dalmaciji su se osnivale žitne banke ili fontici, u Rabu 1533. g, Trogiru 1608. g. Primale su depozite privatnika, a prodavale pšenicu po cijeni za 20 novčića višoj od kupovne pa su ulagači dobivali kamatu.

Dubrovački je Senat 1675. g. obnovio kovnicu za tada vrlo traženi novac **grossetto**.²⁴⁰

Osnovana je i banka Monte Mercantile, komercijalna banka u kojoj su se zaduživali trgovci da bi platili carinu ili bi ostavljali robu u zalag ako ne bi mogli vratiti dug.

Godine 1674. osnovana je državna štedionica Monte di San Biago koja je štedišama davala 4% kamate. Najznačajniji bankari toga razdoblja bili su u Zadru, upravnom sjedištu Dalmacije: Frane Lantana, Blaž Giordani, Ante Chirardin Kaličina i drugi.²⁴¹

U Zadru su djelovali firentinski i mletački bankari i u spisima su često spominjane mjenice. Tako u priznanici Tome Olićeva iz 1392. g. piše da je «ukrcao stoku u Trogiru, a novac primio u Zadru od Andrea di Jacopa iz Firence koji je tamo imao komercijalnu banku».²⁴²

Prvi poznati podatak o zajmu u Splitu datira iz 1256. g. Split je bio poznati trgovački grad s razvijenom brodogradnjom i luka preko koje se u Bosnu uvozilo firentinsko sukno tako da su se pojavili bankarski i trgovački agenti koji su nabavljali i prodavali robu, naplaćivali mjenice, kreditirali trgovce suknom i obavljali transfer novca.

Prva banka u Splitu bila je banka Marka Brijača iz 1366.godine.²⁴³

U Dubrovniku su pronađeni najstariji pisani podaci o kreditnoj trgovini. U Zakonu od 3. veljače 1190. g. pisalo je da dužnici koji na dan sv. Vlaha dođu u grad, neće biti stavljeni u dužnički zatvor.²⁴⁴

²³⁶

²³⁷

²³⁸

²³⁹

²⁴⁰

²⁴¹

²⁴²

²⁴³

²⁴⁴

Vrlo razvijena i živa trgovina pridonijela je razvitku bankarstva u Dubrovniku koje se kontinuirano može pratiti od 1282. godine. Poznate su bile bankarske kuće Mata Menčetića, Damjana Sorokočevića i drugih, uglavnom vlastelina.

U drugoj polovici XV. stoljeća, 1462. godine, franjevci su osnovali prvu banku u Peruggi koja se zvala Sveto brdo milosrđa - Sacro Monte di Pieta. Monte banke davale su zajmove siromašnima uz 5% kamate za troškove poslovanja, a osnivale su se u sjevernoj i srednjoj Italiji, osim u Mlecima. Kako su djelovale na vjerskim i dobrotvornim načelima, a ne na gospodarskim, brzo su se i gasile. Ipak, Monte banke dale su bankarstvu socijalni i milosrdni karakter.²⁴⁵

I u Hrvatskoj su se u XV. stoljeću razvijale bratovštine koje su davale zajmove, ali ne spominju kamate. U njihovoj su upravi sudjelovali svećenici, osobito franjevci. Bratovštine su postale bogate jer su im mnogi oporučno ostavljali imanja i novac. Nalazile su se u Rabu, Zadru, Splitu i drugdje.

U Rijeci je u XV. i XVI. stoljeću bilo razvijeno založno bankarstvo. Prema Statutu iz 1530. g. za dugove iznad 200 libara trebalo je imati obveznicu. U Rijeci, ali i u cijeloj Dalmaciji, postojali su procuratori, osobe koje su s mjenicama naplaćivali dugove.²⁴⁶

U Rabu se pojavilo i depozitno bankarstvo. Postoji zapis o tome da je godine 1471. Marin Frankopan ostavio ulog u novcu i srebru kod rapskog kneza.²⁴⁷

Kada su Mleci dobili Zadar, počeli su davati bankarima u zakup naplatu tridesetine za izvoz sira, ulja i vune iz Zadra. Naplata poreza postala je unosan posao bankarima ne samo u Zadru nego i cijeloj Dalmaciji. Tadašnji su bankari morali dobro znati knjigovodstvo i aritmetiku. Postoji podatak da je u Splitu aritmetiku poučavao Grk iz Janjine godine 1460.²⁴⁸

Značajnu ulogu u europskom bankarstvu toga vremena imala je banka obitelji Fugger koji su stekli imetak izvozom srebra i bakra u Mletke. Fuggeri su postali bankari Maksimilijana Habsburškog ali su novac pozajmljivali i papama u Rimu. Imali su podružnice u Lisabonu odakle su zavladao tržištem mirodija u Antwerpenu i tako prenijeli težište bankarstva u Južnu Njemačku, Lisabon, Antwerpen i Seville. Već oko 1470. g. imali su svoja predstavništva u Zagrebu, Varaždinu, Senju i Karlovcu, a potomci slavne bankarske obitelji i danas žive u Zagrebu.²⁴⁹ Banka Fugger ugasila se 1605. g. nakon što je Španjolska doživjela tri državna bankrota i ostala dužna Banci osam milijuna guldena.

Prva hrvatska štedionica

Panonska Hrvatska i njena središta Zagreb, Križevci, Osijek, Virovitica, Varaždin, nisu mogli ostati daleko od europskog gospodarskog razvoja. Nakon prestanka opasnosti od turskih prodora u XVIII. st. u Hrvatskoj su se razvijali obrt i trgovina. Gradovi su postali središta pojave i razvoja bankarskog poslovanja. Bankari su bili bogati trgovci, plemići, crkva, ali i gradska uprava što je vidljivo iz dokumenata o sudskim sporovima u Varaždinu već u XV. st. gdje se desetak spisa bavi problematikom zajma ili zaloga. Jačali su izravni utjecaji bankarskih organizacija iz Beča, Graza, Budimpešte i Trsta.

Kako stranom kapitalu nije bila u interesu konsolidacija domaćeg, hrvatskog kapitala, tako se sve do polovice XIX. st. čekalo na osnivanje prvih banaka u Hrvatskoj.

Tek buđenjem nacionalne svijesti nakon revolucije 1848./49., otvorio se put procesu modernizacije među kojem je bilo i osnivanje prvih novčarskih zavoda.

Tako su najstarije bankarske ustanove osnovane u Ljubljani 1820. g., u Dubrovniku 1840. g., Zadru 1841. g. te Splitu 1845. g. Sve su banke osnovane stranim kapitalom.²⁵⁰

Prva banka osnovana domaćim kapitalom bila je Prva hrvatska štedionica, osnovana 14. prosinca 1846. g. u Zagrebu na Harmici (današnjem Trgu bana Jelačića). Tada je u optjecaj pušteno 400 dionica

245

246

247

248

249

250

u vrijednosti od po 100 forinti srebra koje je otkupilo 120 dioničara. Zaposleni činovnici bili su stranci pa se govorilo njemački sve do 1861. g.²⁵¹

Bansko vijeće i ban Jelačić kovali su u Zagrebu, u vlastitoj kovnici **bakreni križar** i **srebrni forint**, a gradske općine, trgovačke kuće i poduzeća izdavali su papirne novčanice s vlastitim jamstvom.

Privredni razvoj gradova, posebno Zagreba promijenio je i njegovu socijalnu strukturu. Prevladavalo je radništvo kojem su bili potrebni stanovi a time i pripadajuća infrastruktura, a takav razvoj banke nisu mogle pratiti. Iz takvih su potreba nastale štedionice. Tako se 1894. g u Gradskoj skupštini Zagreba predložilo osnivanje Gradske štedionice, iako je počela s radom tek 1914. godine. Načelo poslovanja je glasilo :

«SVRHA JE GRADSKOJ ŠTEDIONICI S JEDNE STRANE DA SVAKOM, A OSOBITO SIROMAŠNIJEM DIJELU PUČANSTVA OMOGUĆI SVOJE PRIŠTEDNJE SIGURNO I KORISNO ULAGATI I DO ŠTO JEFTINIJE VJERESIJE DOĆI A, S DRUGE STRANE, DA RASPOLOŽIVIM ČISTIM DOBITKOM PRIMIĆE OPĆE KORISNE I DOBROTVORNE SVRHE GRADSKE OPĆINE.»²⁵²

Kada je godine 1920. Kraljevina SHS uvela **dinar** kao valutu Kraljevine umjesto dotadašnjih **kruna**, **perpera**, **maraka** i **leva**, došlo je do inflacije i velikog rasta cijena. I u tim burnim vremenima Gradska štedionica je zadržala povjerenje građana i nastavila s ulaganjem osiguravši relativno niske kamate na zajmove, sudjelujući u otkupu zemljišta i stanogradnji. Godine 1930. štedni ulozi su iznosili 475 milijuna dinara.²⁵³

Odmah nakon stvaranja Kraljevine SHS nastao je i Savez novčanih osiguravajućih zavoda Kraljevstva SHS.

U prvom desetljeću nakon 1918. g., hrvatsko je bankarstvo bilo glavni pokretač industrijskog i trgovačkog razvitka u Hrvatskoj, a Prva hrvatska štedionica najjači financijski zavod koji je svoju poslovnu kulminaciju imao 1924. g. Ipak, dolaskom svjetske ekonomska krize počeli su problemi svih banka, pa tako i Prve hrvatske štedionice. Zakon o novcu kao i slom bečkog Kredit-Anstalta pokrenuli su paniku i navalu na šaltere Prve hrvatske štedionice u sve četiri poslovnice u Zagrebu: Ilici 5, Ilici 117 a, Vlačkoj 78 i Esplanadi, kao i u brojnim podružnicama Banke van grada. Osiromašenu štedionicu pogodio je još jedan udar: prema Zakonu o radnjama iz 1931. g. izvršena je revizija svih radnji u tadašnjoj državi i nije odobren rad podružnicama Prve hrvatske štedionice izvan Zagreba. Oporavila se tek 1939. g. i kasnije za vrijeme Nezavisne Države Hrvatske.²⁵⁴

Bankarstvo u Hrvatskoj nakon II. svjetskog rata

Nakon II. svjetskog rata Pravilnikom o organizaciji državne uprave narodnih odbora od 18. kolovoza 1945. g., konfiscirane su sve banke, samo u Zagrebu 24 novčarska zavoda s domaćim i 4 zavoda sa stranim kapitalom.

Napuštaju se tržišni principi u bankarskom poslovanju i prelazi na administrativno-centralističko planiranje. Čitavo emisiono, kreditno poslovanje, financiranje i kontrolu preuzela je Narodna banka Federativne Narodne republike Jugoslavije s podružnicama.

Godine 1949. donesena je Uredba o ulozima građana kojom se štedišama daju određene olakšice i pogodnosti, a jamstvo države za štedne uloge postalo je za ulagače najvažnije. Određuje se kamatna stopa od 5% godišnje.

Nakon 1954. g. ponovo se javlja višebankarski sistem te se osnivaju komunalne banke i mjesne i zadružne štedionice. Reformom iz 1965. g. banke su postale privredni subjekti koji su mogli samostalno djelovati uz Narodnu banku.

Godine 1963. liberalizirali su se potrošački krediti pa se i stanovništvu povećala kupovna moć. U bankama se 1966. godine uvodi devizna štednja prijenosom računa iz Narodne banke. U lipnju 1970. u

251

252

253

254

poslovne banke se uvode tekući računi građana a time i instrumenti bezgotovinskog plaćanja za potrebe građana. Sredstva stanovništva na taj su se način usmjeravala u banke na obostranu korist.

Dinamičan rast dinarske i devizne štednje u Hrvatskoj dogodio se sedamdesetih godina prošlog stoljeća jer je hrvatsko proljeće uz politički uzlet donijelo i liberalizaciju poslovanja, mogućnost kupovanja strane robe sa konsignacije i druge pogodnosti.

Zakon o udruženom radu i bankama iz 1971. godine, omogućio je osnivanje osnovnih i udruženih banaka, a zakon iz 1977. g. dozvolio je da uz savezne, republičke i pokrajinske banke djeluju i poslovne, lokalne banke. Posebnu ulogu imala je Služba društvenog knjigovodstva osnovana 1959. g. i imala je zadaću vođenja društvenog knjigovodstva, statističke obrade, evidencije novčanih tijekova kao i kontrole istih.

Cjelokupno bankarstvo u socijalizmu bilo je državno, netržišno pa time i neučinkovito, samostalnost poslovnih banaka bila je ograničena političkim mjerama i utjecajem lokalnih političkih vlasti.

Sektor stanovništva u bankama uobičajeno je nositelj više od polovine ponude novčanih viškova na tržištu. Tako je u bivšoj državi priljev od doznaka radnika migranata od 1964. g. do kraja 1989. g. iznosio 65 milijardi USD.

Stvaranjem samostalne države, priljev se sve više povećavao doznakama iseljenika iz dijaspore, pomoraca i svakako domaćom štednjom tako da je samo tijekom 1993. godine priljev od doznaka iznosio 128 milijuna USD.

Desetljeće između 1980.-1990. godine bilo je vrijeme velike inflacije, visokih kamata, nepopularnih mjera tadašnje vlade kao što je npr. bila isplata dinarske kamate na štedne uloge u devizama i sl.

Sve je to izazivalo veliku nesigurnost i nepovjerenje klijenata u cijeli bankarski sustav. Najčešće su građani konvertirali dinare u njemačke marke tako da je i najveći dio štednje u bankama bio u devizama. Kulminacija se zbila u travnju 1991. g. zamrzavanjem zatečenih deviznih sredstva građana u poslovnim bankama i pretvaranjem istih u tzv. staru deviznu štednju.

Nastankom samostalne Republike Hrvatske 1990. g. i bankarski je sustav doživio velike promjene proizašle iz nužnosti prilagodbe sustavu tržišnog gospodarstva, transformacije vlasništva i restrukturiranja cjelokupnih odnosa u društvu. Naročito snažan odraz na bankarstvo imale su okolnosti proizašle iz Domovinskog rata.

Broj banaka u neovisnoj Hrvatskoj znatno je porastao, tako da je na kraju 1996. godine bilo ukupno 60 banaka, od toga četiri nove inozemne banke. Strani je kapital u hrvatskom gospodarstvu počeo zauzimati značajniju ulogu. Promjena strukture hrvatskog bankarstva u svom je razvojnom procesu počela slijediti put tranzicije koji su već prije prošle razvijene zemlje. Iako je većina banaka uživala, ali i još uživa, u blagodati visoke cijene novca, konkurencija je počela polako okretati stvari u povoljnije tijekove. Ekstremno visoke kamate počele su poprimati realnije okvire i nekoliko je banaka otišlo u stečaj; Gradska banka Osijek, Komercijalna banka Zagreb, Glumina banka te neke manje štedionice. Razlika između aktivnih i pasivnih kamata bila je još uvijek vrlo visoka zbog neracionalno organiziranog poslovanja uz visoke troškove, zaostale tehnologije, niske obrazovanosti i motiviranosti zaposlenika kao i nekvalitetnog portfelja financijskih proizvoda. Tu su svoju priliku vidjele i iskoristile manje, nove, uglavnom strane banke neopterećene starim kreditima ili velikim brojem zaposlenika.

Ulaskom i zaoštavanjem konkurencije dolazi do brzih promjena u cijelom bankarskom sektoru. Jača povjerenje štediša u banke što je vidljivo po stalnom porastu depozita. Kao posljedica integrativnih procesa u bankarskom segmentu, godine 2004. u Hrvatskoj posluje 18 banaka u većinskim stranom vlasništvu i 22 banke u većinskom domaćem vlasništvu s ukupno 1041 poslovnice i podružnice.²⁵⁵

Ulazak stranih banaka na hrvatsko tržište značio je poboljšanje konkurentnosti, efikasnosti te kvalitetu bankarskih proizvoda i usluga.²⁵⁶

Hrvatska nacionalna valuta kuna, iako je od svog nastanka 1994. g. stabilna, nije uspjela iz svakodnevnog života istisnuti strani novac.

Oko 70% ukupne štednje u bankama deponirano je u devizama, oko 76% bankovnih kredita odobreno je s valutnom klauzulom. Gotovo 60% hrvatske robne razmjene odvija se sa zemljama euro područja.

²⁵⁵

²⁵⁶

Polovica turističkih noćenja ostvaruju gosti iz Europe. Oko dvije trećine izravnih stranih ulaganja također je iz euro zona pa je tako i većina banaka u Hrvatskoj u rukama ulagača zemalja Europske unije.²⁵⁷

Nove komunikacijske tehnologije u bankarskom poslovanju

Poslovanje banaka zasnovano na primjeni novih tehnologija naziva se elektroničko bankarstvo.

Razdoblje nakon 1970. g. u svjetskom bankarstvu se smatra razdobljem tehnološke revolucije u smislu tehnoloških inovacija koje značajno mijenjaju sva područja života pa tako i oblike financija.

Razvoj mikroelektronike, automatizacije i telekomunikacija, naročito interneta, označio je pojeftinjenje i inovacije financijskih proizvoda, usluga i procesa, ali je bankama nametnuo skupo tehnološko, organizacijsko i kadrovsko restrukturiranje te promijenilo kanale distribucije novca. Tehnološke promjene dovele su do automatizacije postupaka kontrole i informiranja te izvršile snažan utjecaj na tradicionalne bankarske poslove i njihovu funkcionalnost.

Današnji razvoj funkcionalnosti elektroničkog bankarstva moguće je pratiti kroz četiri razvojne faze²⁵⁸:

1. inicijativa
2. interaktivnost
3. personalizacija
4. virtualizacija.

U prvoj se fazi tehnologija počinje shvaćati kao osnova za stjecanje konkurentske prednosti. Druga faza donosi obrat u shvaćanju filozofije pružanja bankarskih usluga. Online usluge omogućuju klijentima da dio poslovanja obavljaju sami. U trećoj su fazi online usluge dominantan oblik odnosa banke i klijenta. Primjenom interneta razvijaju se ideje o stvaranju virtualnih banaka, dakle onih koje ne postoje kao fizičke tvorevine, već isključivo kao web mjesta kojem se obraćaju klijenti.

Tradicionalno se bankarstvo isprva transformira u daljinsko, ono u izravno ili direktno, da bi u najnovije vrijeme počelo poprimati oblik virtualnog bankarstva²⁵⁹.

Informacijska era afirmira neopipljive parametre poslovanja – prvenstveno zadovoljstvo kupaca, kvalitetu usluge, imidž, emocije, ideje, inovacije, znanje i konačno zadovoljstvo samih zaposlenika²⁶⁰.

Alternativni kanali distribucije novca nastali razvojem novih tehnologija doprinose višem nivou kvalitete usluge i povećanom zadovoljstvu klijenata. Prednosti su vrlo velike: rasterećenje poslovnica, smanjenje troškova procesiranja transakcija, generiranje dodatnih prihoda te promidžba proizvoda i usluga.

Kompjuterska komunikacija smanjuje gužve na šalterima banka, pojeftinjuje transakcije i štedi vrijeme klijenata.

Tehnologija je omogućila milijunske evidencije te znatno snizila troškove poslovanja pa su tako građani postali segment tržišta na koji su danas usmjerene sve banke.

Popis korištene literature

- /1./ 2500 godina kulture štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu, PBZ, Zagreb, 1998., str. 278.
- /2./ 2500 godina kulture štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu, PBZ, Zagreb, 1998., str. 23.
- /3./ 2500 godina štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu, PBZ, 1998., str.
- /4./ 2500 godina kulture štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu, PBZ, 1998., str. 25.
- /5./ 2500 godina kulture štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu, PBZ, 1998., str. 26.
- /6/ 2500 godina kulture štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu, PBZ, 1998., str. 27.
- /7/. Ibidem, str.28.

²⁵⁷

²⁵⁸

²⁵⁹

²⁶⁰

- /8/. Pederin, I.: *Jadranska Hrvatska u povijesti starog europskog bankarstva*, Književni krug, Split, 1996., str. 14.
- /9/. Pederin, I.: *Jadranska Hrvatska u povijesti starog europskog bankarstva*, Književni krug, Split, 1996., str. 16.
- /10/. Pederin, I.: *Jadranska Hrvatska u povijesti starog europskog bankarstva*, Književni krug, Split, 1996., str. 21..
- /11/. *2500 godina štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu*, PBZ, 1998., str.31
- /12/. Miller, R. L., Vanhoose: *Moderni novac i bankarstvo*, Mate, Zagreb, 2005., str. 282.
- /13/. *2500 godina štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu*, PBZ, 1998., str. 283.
- /14/. Ibidem, str. 44.
- /15/. Pederin, I.: *Jadranska Hrvatska u povijesti starog europskog bankarstva*, Književni krug, Split, 1996., str. 34.
- /16/. *2500 godina štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu*, PBZ, 1998., str. 284.
- /17/. Mandić, M.: *Novac, bankarstvo i vrijednosni papiri*, Visoka poslovna škola Libertas, Zagreb, 2005., str. 118.
- /18/. *Prilozi za povijest varaždinskog bankarstva 1863.-1983.*, Varaždinska banka, Varaždin, 1983., str. 8.
- /19/. Pederin, I.: *Jadranska Hrvatska u povijesti starog europskog bankarstva*, Književni krug, Split, 1996., str. 178.
- /20/. Mandić, M.: *Novac, bankarstvo i vrijednosni papiri*, Visoka poslovna škola Libertas, Zagreb, 2005., str. 126.
- /21/. *2500 godina štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu*, PBZ, 1998., str. 285.
- /22/. *2500 godina štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu*, PBZ, 1998., str. 279.
- /23/. *Prilozi za povijest varaždinskog bankarstva 1863.-1983.*, Varaždinska banka, Varaždin, 1983., str. 10.
- /24/. *Prilozi za povijest varaždinskog bankarstva 1863.-1983.*, Varaždinska banka, Varaždin, 1983., str.9-10.
- /25/. Pederin, I.: *Jadranska Hrvatska u povijesti starog europskog bankarstva*, Književni krug, Split, 1996., str. 35.
- /26/. *2500 godina štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu*, PBZ, 1998.,str. 293-295.
- /27/. *2500 godina štednje i novčarstva na povijesnom hrvatskom tlu*, PBZ, 1998.,str.298.
- /28/. Brozović, D.: *Kune i lipe-novac Republike Hrvatske*, HNB, Zagreb, drugo izdanje, str.18-19.
- /29/. Ibidem, str.22.
- /30/. Mandić, M.: *Novac, bankarstvo i vrijednosni papiri*, Visoka poslovna škola Libertas, Zagreb, 2005., str.82.
- /31/. Brozović, D.: *Kune i lipe-novac Republike Hrvatske*, HNB, Zagreb, drugo izdanje, str. 57.
- /32/. Pederin, I.: *Jadranska Hrvatska u povijesti starog europskog bankarstva*, Književni krug, 1996., Split, str. 197.
- /33/. Ibidem, str. 206.
- /34/. Ibidem, str. 69.
- /35/. Ibidem, str. 76.
- /36/. Ibidem, str. 69.
- /37/. Ibidem, str. 96.
- /38/. Ibidem, str. 112.
- /39/. Ibidem, str. 114.
- /40/. Ibidem, str. 116.
- /41/. Milinović, A.: *Tisuću godina povijesti bankarstva*, u: *Moja banka, interno glasilo Privredne banke Zagreb*, studeni, 2003., str. 54.
- /42/. *Prilozi za povijest varaždinskog bankarstva*, Varaždinska banka, Varaždin, 1983., str. 13.
- /43/. Kolar-Dimitrijević, M., Feletar, D.: *Kratka povijesnica Prve hrvatske štedionice*, Nakladna kuća Feletar, Koprivnica, 1994., str. 11.
- /44/. *70 godina Gradske štedionice*, Zagrebačka banka d.d. Zagreb, 1985. str. 10.
- /45/. Ibidem, str. 20.

- /46/. Kolar-Dimitrijević, M., Feletar, D.: *Kratka povjesnica Prve hrvatske štedionice*, Nakladna kuća Feletar, Koprivnica, 1994., str. 46.
- /47/. www.hnb.hr. (27/12/2011).
- /48/. Mandić, M.: *Novac, bankarstvo i vrijednosni papiri*, Visoka poslovna škola Libertas, Zagreb, 2005., str. 106.
- /49/. Ibidem, str. 107.
- /50/. Panian, Ž.: *Izazovi elektroničkog poslovanja*, Narodne novine, Zagreb, 2003., str. 89.
- /51/. Ibidem, str. 91.
- /52/. Srića, V., Spremić, M.: *Informacijskom tehnologijom do poslovnog uspjeha*, Sinergija, Zagreb, 2000., str. 31.

MANAGEMENT GOALS ANALYSES OF PRIVATE FOREST OWNERS IN CROATIA

ANALIZA GOSPODARSKIH CILJEVA PRIVATNIH ŠUMOVLASNIKA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Stjepan Posavec, Karlo Beljan

*Faculty of Forestry, University of Zagreb, Zagreb, Croatia
Šumarski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska*

Abstract

Forestry is an important source of income for forest owners and for employees in rural areas. The future of the people, who make a living in rural areas from forestry, will considerably depend on how individuals and institutions react in view of the changes, how forest owners and managers obtain new knowledge and put it into practice in forestry, and how institutions, especially forest administration, extension services, forest research or other institutions best deal with emerging changes. The new EU strategies for economic and social revival of rural areas included the diversification of economic activities, especially into tourism and leisure, the promotion of local products and new markets, the development of human resources and the support of national and international cooperation at the same time that promoted the participation of local stakeholders in the creation of rural employment (Serafim, 1999). Forest Act from 2005 is the basic law that defines the key entities and their relationships with regard to forests and forestry in the Republic of Croatia. The principle of sustainable management of forest resources is

Sažetak

Šumarstvo je važan izvor prihoda za šumovlasnike i zaposlene u ruralnim područjima. Budućnost ljudi koji žive u ruralnim područjima a rade u sektoru šumarstva, znatno će ovisiti o tome kako će pojedinci i institucije reagirati na promjene, kako će šumovlasnici i menadžeri usvajati nova znanja te ih koristiti u praksi i kako će se nadležne šumarije, istraživačke i ostale institucije prilagoditi nastalim promjenama. Nova strategija Europske unije za gospodarski i društveni oporavak ruralnih područja uključuje različite ekonomske aktivnosti, posebno u turizmu i rekreaciji, promicanju autohtonih proizvoda i novih tržišta, razvoju ljudskih resursa i potpora nacionalnoj i međunarodnoj suradnji uz istovremeno promoviranje sudjelovanja lokalnih dionika radi stvaranju novih radnih mjesta (Serafim, 1999). Zakon o šumama (2005) osnovni je dokument koji definira ključne subjekte i njihove odnose prema šumama i šumarskom sektoru u Republici Hrvatskoj. Načelo održivog gospodarenja šumskim resursima obvezno je za sve subjekte koji gospodare šumama i šumskim zemljištem. Vlasništvo nad privatnim šumama u

obligatory for all entities dealing with forests and forest land. The private forest ownership in Croatia is highly fragmented. On average each owner holds two parcels which are not connected. The borders are not marked and in practice there is no certainty of ownership. Accessibility of private forests by forest roads is limited. The paper presents sociological forest functions and forest management goals among small-scale forest owners based on a sample of 350 owners in Croatia.

Key words

private forest owners, forest management, forest economics, Croatia

Hrvatskoj vrlo je fragmentirao. U prosjeku svaki vlasnik ima dvije parcele koje nisu povezane. Granice parcela nisu označene i u praksi često ne postoji suglasnost o vlasništvu. Dostupnost parcela šumskim prometnicama je ograničena. U radu su prikazane sociološke funkcije šuma i ciljevi gospodarenja privatnih šumovlasnika temeljeni na uzorku od 350 vlasnika u Republici Hrvatskoj.

Ključne riječi

privatni šumovlasnici, gospodarenje šumama, šumarska ekonomika, Hrvatska

1. INTRODUCTION

The results of the First National Forest Inventory in the Republic of Croatia (Čavlović, 2010) have shown that the total area of forests and forestland is 2,580,826 ha while forested areas account for 2,377,686 ha of which 77% are state owned and 23% are privately owned. According to the same source, the total growing stock is 552,146,000 m³ of which 84% is state owned and 16% is privately owned. This indicates size and quality of the majority of private forests. The average growing stock in state forests is 255.84 m³/ha and in private forests 155.84 m³/ha. The annual cut in state forests is 7,325,000 m³, whereas in private forests it is 1,087,000 m³. As much as 84% of forests are dominated by deciduous tree species, while 16% of forestland is covered with conifers (Posavec, S., Čavlović, J., Šporčić 2005). Degradation of private forests in Croatia began with their segregation into privately owned forests in accordance with the Royal Patent of 17 May 1877. This is still an ongoing practice. According to Starčević (1984, 1992), the main causes of degradation include private property fragmentation, owners' social status, disintegration of villages, lengthy production cycle, uncertainty of private ownership, inadequate treatments, poor control and sanctioning, and disobedience of legal regulations. For all the above reasons, these forests were, consciously or not, left out of forestry experts and institutions controls and inspections. The early 19th century saw no interest in an integral forest development that would also incorporate forest regeneration. The forest estate was treated restrictively and prohibitively, while any interest of the forest owner was disregarded. After the Second World War only public and small-scale private forest estates remained. Private forests were subjected to degradation because the forestry policy did not provide for any incentives aimed at improving the forest estate status. Private forest owners mainly belong to the older population of the rural inhabitants. Many of them do not take care of their forest property, or they do not live in the same place where their forests are. Government support to private forestry almost does not exist, in the same way as there is no related scientific research. Management of small forest properties is not part of the knowledge of most forestry experts. Younger forest owners are not interested in work and investments into forests. Besides, all public services (financed by forest owners), all expenses, taxes and forestry financing are conveyed through „Hrvatske šume“ Ltd., which is an enterprise with a primary function of national forests management. Private forest owners and Croatian public are poorly informed on forestry in general. The beginning of communication and education of private forest owners between government bodies and forest owners has started with establishment of private forest owners associations. With the establishment of the Forest Advisory Service (February 2007), intended as a measure of forest policy with the goal of improving the status and management of private forests and a tool for allocating the funds collected from the use of non-wood forest functions

(NWFF), the procedure of organizing forest owners into associations gained momentum (as a "triggering factor", Waddock 1991). During 2008 the "Croatian Union of Private Forest Owners' Associations" was founded as an umbrella union comprising all the associations in the Republic of Croatia with its headquarters in Zagreb and with the goal of representing the interest of all forest owners. The Union currently represents 37 associations from the whole country. The programmes for private forest management are not being renewed, while there are valid programmes for only 8% of all areas. The recorded logging is carried out within the frames of the allowed volume of the necessary assignment, without management guidelines and prescribed obligations of silvicultural activities. Such situation does not attract forest owners to develop interest for their forest property, and leads to further devastation and decrease of the growing stock in private forests. There is the principle of forest management where forest owner cuts the most valuable wood, leaving the remaining area to natural development. As a result of administrative obstacles, the uncontrolled and illegal logging together with illegal wood trade is on the rise. However, the regulations of the current Forest Law (2005) prescribe equal obligations for both private forest owners and national forests, which is practically impossible to enforce, considering all that was said before.

Because of the importance of rural development the intention of research was to analyse non-wood forest functions and forest management goals among small-scale forest owners based on a sample of 180 owners in Croatia.

2. MATERIALS AND METHODS

Forestry is an important source of income in rural areas for forest owners. The future of the people who make a living from forestry in those areas, will considerably depend on how individuals and institutions react to changes in business environment, how forest owners and managers obtain new knowledge and put it into practice in forestry, and how institutions, especially forest administration, extension services, forest research and other institutions deal with those emerging changes. The preferences of private forest owners have been analysed in two rural areas of Croatia, North-West private forests and Gorski Kotar, chosen because of significant number of private forest owners and forest-covered areas.

2.1. Croatia's North-West Private Forests

Forest management preferences of private forests owners were investigated in three north-western counties: the Koprivničko-Križevačka County, the Virovitičko-Podravska County and the Bjelovarsko-Bilogorska County. The study area is characterized by a large number of small plots, which constitute bigger or smaller forest complexes surrounded by arable land and meadows. Research items consist of small forest properties which make up forest complexes totalling 2.95 ha in size, and consisting of a larger number of cadastral plots. The terrain is intersected by water courses. The inclinations are mostly mild and the terrain is hilly, while in the southern part of the study area it is flat. The lowest point of the study area is 80 m above sea level, and the highest point is 646 m above sea level. The forest stands are in the area of the Euro-Siberian – North-American region. The largest part of the study area is covered by forests of pedunculate oak and common hornbeam (ass. *Carpino betuli* – *Quercetum roboris*) and forests of sessile oak and common hornbeam (ass. *Festuco drymeiae* – *Carpinetum betuli*). In the sessile oak - common hornbeam belt there is a large number of stands dominated by common beech (Šašek 2009).

2.2. Forests of Gorski kotar

State forests in Gorski Kotar region are managed by the company Croatian Forests UŠP Delnice. The total forest area of Delnice Forest Administration Office is 97 749 ha. Of these, 78 897 ha are commercial forests, 15 263 ha are protective forests and 1,185 ha forests for special purposes. Growing

stock is 27,383,093 m³ or 287 m³/ha. The increment is 519 766 m³, cutting volume 457 613 m³. Forests and forestry have significantly influenced the development of settlements and the existence of majority of the population. Forest area of Gorski Kotar is largely indigenous, natural forests. Great biodiversity of forest and marked elevation separations are result of geological substrate, terrain and climate influences. Forest and forest land cover more than 130 890 ha of Gorski Kotar, which is 83% of the surface. State forests are represented with 73% or 95 897 ha, private owned by 28 155 ha or 22%, while the rest 5% of the forest, or 6838 ha is managed by other legal subjects, primarily Faculty of Forestry Zagreb and National Park Risnjak. The beginnings of establishment of private forest owners' associations go back to 2004 when the first associations were founded in north-western and western Croatia (UPŠ Gorski kotar – Delnice, Husto – Bednja and Kesten – Lepoglava) initiated by the Ministry of Agriculture, Forestry and Water management. The First meeting of private forest owners in Croatia was held in Delnice in 2005.

2.3. Research methods

As the research has arisen in the context of the Finnish project "Forest Policy Education and Research in the Western Balkan region (FOPER)" it was founded by the European Forest Research Institute (EFI) Republic of Finland. The respondents' answers have been used only for scientific purposes and are anonymous. The purpose of the survey was to evaluate how many forestlands may be available for the production of woody biomass according to the owners' willingness, to describe those private forest owners who are willing to supply wood biomass energy feedstock, and evaluation of factors affecting owners' decision to supply biomass. Questionnaire was developed after the definition of hypothesis. The questionnaire defines questions which measure variables within several aspects (knowledge about the renewable resources, membership, economic, institutional, silvicultural and sociological aspect), and tests hypothesis. The questionnaire was divided in three different parts:

- 1) Questions about the owned forestland, as well as the landowners' motivations and attitudes toward it;
- 2) Landowners' knowledge about wood-based bioenergy, their perspectives about local wood-bioenergy markets, as well as their willingness to produce woody biomass for energy purposes and small scale forest management objectives.
- 3) Landowners' personal information, such as age, gender, ethnicity, education, and income. Before its implementation, the questionnaire was pre-tested on a small sample of landowners to assure its appropriate language and sequence of the questions.

The different question types were defined. Time needed for finishing the questionnaire was adjusted to the target group, and finally decided after pre test (approximately 30 minutes per respondent to finish a questionnaire). Based on specific target group (rural remote areas, lack of telephone lines, internet not available, etc...) only door-to-door survey has the best respondent rate and is optimal for longer questionnaires.

The private forest owners were asked to rate their forest management objectives on on the Likert scale from 1 to 5 based on their importance (1 very important, 2 important, 3 neither important nor unimportant, 4 unimportant, 5 completely unimportant). It was possible to give only one answer per question.

The proposed preferences for forest management goals in questionnaire were:

- a) Investment for the future: Finance investment is putting money into something with the expectation of gain, that upon thorough analysis, has a high degree of security for the principal amount, as well as security of return, within an expected period of time.
- b) To leave as a heritage: Refers to something inherited from the past, natural heritage, an inheritance of fauna and flora, geology, landscape and landforms, and other natural resources
- c) Income and employment: to consider forest as a capital from which you make a living
- d) Timber production: Timber production is the process of managing stands of deciduous trees to maximize woody output.

- e) Non-wood forest products: Considered as any commodity obtained from the forest that does not necessitate harvesting trees. It includes wildlife, nuts and seeds, berries, mushrooms, oils, foliage, medicinal plants, peat, fuelwood, forage, etc
- f) Hunting: to use forest for game management
- g) Outdoor recreation: different kinds of nature recreation (adventure racing, backpacking, bicycling, camping, caving, fishing, hiking, horseback riding, mountaineering, photography, rock climbing, running, skiing).

3. RESEARCH RESULTS

To understand the divergent views on the development scope of small-scale forestry it is increasingly acknowledged that forestry needs to be conceptualized not only as a sectorial activity, but also within the context of rural development (Glueck and Weiss 1996).

The preference for private property rests on the argument that only private property rights ensure that the holder will use the resource efficiently and responsibly. Thus, private property and common property are more usefully seen not as being mutually exclusive, but as two types of property with a good deal in common (Ostrom, 2007). The main product from private forests is fuelwood. About 35% of annual cut is mostly roundwood. The most of the private forest owners are not able to cut and log timber by themselves, because they do not have the equipment needed. In case when forest owner wants to sell timber, he is required to obtain and pay for a permit from the state forest company "Hrvatske Šume" Ltd., who mark and measure the trees. According to the National Inventory in Croatia the total annual cut in private forests is 1,087 mil. m³. In the realized annual cut, most important tree species are common beach, peduncled oak and silver fir. The comparison of growing stock and increment in state and private forest by regions is presented in table 1.

With regard to the climatic, topographic and geological diversity as well as to the geographic position, Croatia can be divided into three different geographical regions and vegetation zones: the Pannonian lowlands in the east, the hilly and mountainous region and the Mediterranean coastal zone.

Privately owned forests in Croatia are not equally distributed; 13% of private forests are in the lowland area, 82% are in the hilly-mountainous area, and 5% are in the high-mountainous and pre-alpine area (Anon, 2006). Private forests are divided into approximately 1.5 million cadastral plots, which are owned by more than 600,000 forest owners. Accordingly, one forest owner has in his possession 2 cadastral plots sized 0.76 ha on average.

Table 1. Regional distribution of forest areas in Croatia (Čavlović 2003)

REGIONAL DISTRIBUTION										
	State forests					Private forests				
	Area	Growing stock		Increment		Area	Growing stock		Increment	
	ha	m ³	m ³ /h a	m ³	m ³ /h a	ha	m ³	m ³ /ha	m ³	m ³ /h a
Lowland region	350.164	79.157.932	226	2.391.051	7	106.989	10.400.244	97	374.915	4
Mountain region	837.704	187.489.76	224	5.351.698	6	192.409	18.867.455	98	712.657	4
Mediterranean region	63.552	5.337.741	84	226.814	4	135.009	8.757.400	65	262.850	2

In the lowland region, the main management class in private forests are seed forests of other hard-leaved tree-species like ash and common elm. Second are low value coppice forests of hornbeam.

In mountain region, private forest consists of beech, but with half growing stock and increment per hectare (compare with state forests). Coppice of other hard-broadleaved tree species with low growing

stock and increment are second. In Mediterranean region, the state owns coppice forests and high forests, artificial afforestations of *Pinus halepensis*. Private owners do not have high forests, but a lot of different coppice wood. The distribution of private forest by Counties in Croatia shows that Istarska and Primorsko Goranska County have 70-80 000 hectares of private forests. On the other hand, due to the large amount of state forest property Osječko-Baranjska, Šibensko-Kninska and Vukovarsko-Srijemska County have private forest areas of up to 10 000 hectares (Figure 1).

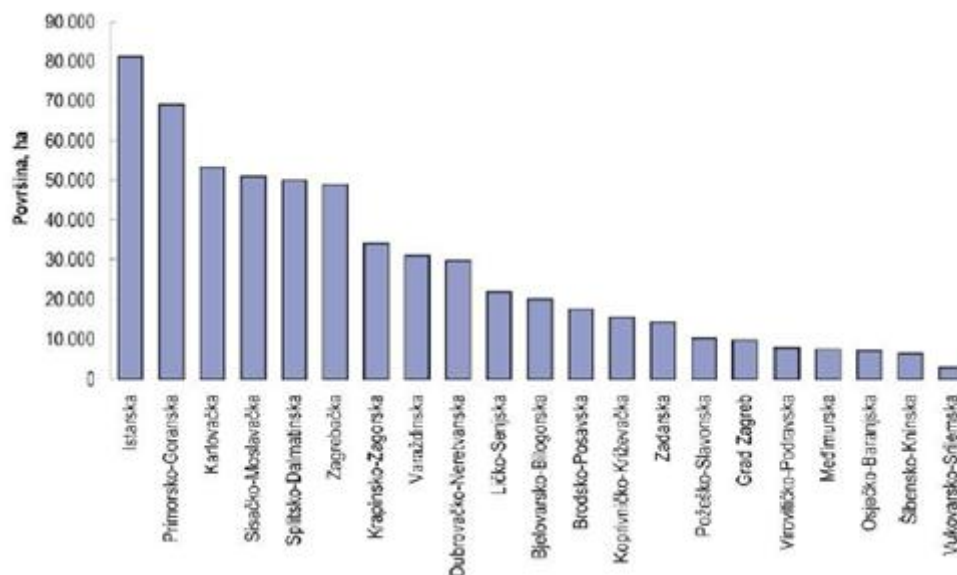
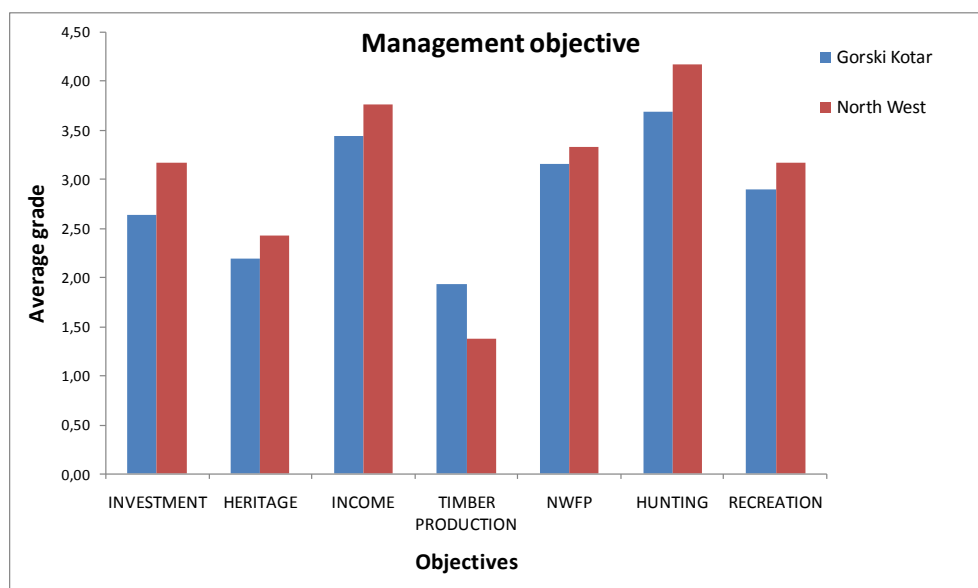


Figure 1: Private forests coverage per County in Croatia

According to the distribution of private forests research was conducted in Counties which have the biggest number of private forest owners. Data collection has been chosen randomly. The selected research areas are those with the biggest share of private forests. From the list of all villages in 4 counties, 18 villages have been chosen randomly and data has been collected from 10 people in each of 18 villages. Total number of questionnaires was 180. For the purpose of the paper two representative forest regions have been presented in the results. Overall, private forest owners in North West region considered forest management goals more important than owners in Gorski Kotar, giving them higher rates. The most favourable management objectives are to use forest for hunting (game management) or as an income. In the North West region perception of a forest as an investment for the future is more important than in Gorski Kotar. Hunting is perceived as common and important objective for both regions. After hunting, income is the most important component in forest management; it is obvious that private forest owners have financial expectations from their forest property. Forest as heritage has almost the same average grade in both regions. Non-wood forest products are described as important because of their potential for additional income or products and services such as nuts and seeds, berries, mushrooms, oils, foliage, medicinal plants production. On the other hand, timber production has lower importance.

Differences by the region and management goals are shown in Figure 2.

Figure 2: Average grades of management objectives



The different impacts could have influence on presented results like: small forest property size which causes limitations in forest management, lack of forest roads could cause inaccessibility of the forest property, fragmentation of forest property, non-existence of private forest owners associations, unsolved proprietary, ownership rights due to the cadastral issues, and illegal logging.

According to the research results on this sample, private forest owners are not generally interested in using their forests for timber production. The reason for this perception is the low growing stock and poor quality in private forests (mostly coppice forests) than in the state forests.

4. CONCLUSIONS

The small size and fragmentation of the private forests in the region makes it difficult for individual owners to manage them efficiently in a sustainable way. Most of the forest owners have no interest in managing their forest without any economic benefit (income). Woody biomass production could offer one opportunity for the additional income in rural areas and create supply and use of renewable energy. The main beneficiaries should be private forest owners in rural areas, local communities and policy makers in the end. With good political framework and clear strategy, the share of woody biomass use in the region has the potential to double in the future. Thus, the main research benefit of the project is to define the preconditions of the woody biomass production from independent interest associations of private forest owners in the region. It is necessary to develop cross-sectorial collaboration of stakeholders (energy, forestry and statistics), the communication of private forest owners among themselves and raise awareness about the potentials of private forests. There is a strong interest association of private forest owners on national and regional levels, which has participated in the creation of forest policy and lobbying for the interests of private forest owners. Unsolved cadastre and ownership books are one of the major issues, which can not be solved easily. Regional inventory of private forest was conducted in 2006 with the usage of GIS, and it showed 21% larger surface of private forests than ten years previously. The area has not really increased, but the cadastre books did not cover the actual situation due to the small size of parcels of private forests. The ownership status is generally unsolved, and that is one of the major reasons for the non existence of market for forests. Current forest management plans are comprehensive, and it requires a lot of work to create them. It is impossible to have forest management plans of such scale for the private forests. Such management plans are appropriate for large management units, but in private hands there are

none, and in the current state of very small parcels, simplification of forest management plans is necessary. How to manage Croatian private forests in the future? There are two possible management models that should be acceptable for private forest owner; to choose between self employment and contracting the management of private forests with forest management association. With the aim of improving the condition and the management of private forests there is a need to continue financing the overall private forestry sector from the green tax funds (OKFŠ); to introduce financial support for capital investment into forestry and support incentives for rehabilitation and conversion of forests, as well as forest property integration. In accordance to the rising awareness about the renewable energy, there is a need to support incentives for investments in the projects of building the systems for energy generation by using forest biomass. Forestry as a part of rural development policy plays important role in EU development strategy, as LEADER+ projects which use policy initiative for supporting new forest institutions and a range of forest-related actions in the development of non-wood forest products, value added products and environmental service (Feliciano et al 2011). Private forest owners, through the private forest owners associations, should make more efforts to prepare projects and apply for the EU-membership funds which are mostly intended for the use of private forest owners. For the future development of private forests it is necessary to issue a good and enforceable legislative, reduce the expenses of the private forest owners, stimulate the management of private forests, settle the property rights and simplify forest management plans for private forests.

REFERENCES

1. Anon. (2006): ŠGO RH, prostorna rasprostranjenost privatnih šuma RH, Oikon, Zagreb
2. Čavlović, J., Pelzmann, G., (2003): Small scale forests and small scale forest owners in Croatia. Rural development strategy for Croatia, FAO, Rome, Italy. 29 p.
3. Čavlović, J. (2010): Prva nacionalna inventura šuma RH, Ministarstvo ruralnog razvoja, šumarstva i vodnog gospodarstva, Zagreb
4. Feliciano, Weiss, Matilainen, Rimmler 2011: The contribution of Leader+ to the implementation of innovative forest-related projects. Innovation in forestry. CABI (H ISBN 9781845936891)
5. Forest Law (OG 140/2005)
6. Glück, P., Weiss, G. 1996: Forestry in the Context of Rural Development: Future Research Needs. EFI-Proceedings No. 15, 1996.
7. Ostrom, E., Hess, C, 2007: Private and Common Property Rights. Indiana University, Bloomington: School of Public & Environmental Affairs Research Paper No. 2008-11-01.
8. Posavec, S., Vuletic, D. (2004): Vision of forestry development in Croatia through national forest policy and strategy, Forest in Transition II, Challenges in the Strengthening of Capacities for Forest Policy Development in Countries with Economies in Transition, 211-222, United Nations University, Hong Kong.
9. Posavec, S., Čavlović, J., Šporčić, M.(2005): Small-scale Private Forest Management in Croatia, IUFRO International Symposium 2005, Small-scale Forestry in a Changing Environment, pg. 159-165. Vilnius, Lithuania.
10. Starčević, T. 1984: Provođenje zakona o šumama na kojima postoji pravo vlasništva. Šumarski list 108/09-10. P 447-449
11. Starčević, T. 1992: Neka iskustva u gospodarenju privatnim šumama, Šumarski list 116/6-8. P 331-336
12. Šašek, M. (2005): Analiza stanja privatnih šuma u Republici Hrvatskoj: Prvi susret privatnih šumovlasnika Republike Hrvatske, Delnice, 2003
13. Šašek, M., (2009): Analiza stanja privatnih šuma na području Podružnice Gornja Podravina – Bilogora, IV. susret šumoposjednika Republike Hrvatske, Gudovac
14. Waddock, S., Post, E., 1991: Social Entrepreneurs and Catalytic Change. Public Administration Rewired 51(5):393

CONNECTION BETWEEN BRANDS AND THE ALPHABET

POVEZANOST BRENDOVA I ABECEDA

*Filip Cvitić**Faculty of Graphic Arts, University of Zagreb, Zagreb, Croatia
Grafički fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska**Abstract*

This article explains the connection between brands and the alphabet since both carry a deeper meaning than just those which are visually accessible to the user. The letters from the alphabet cause similar effect as brand when formed into words and sentences. Glagolitic Script, an old Croatian Script, can attract attention of a broad audience, but it is necessary to promote it in a way how big companies promote their own products or services. By redefining values that Glagolitic Script had in the past and its modernization this script can be brought closer to the man in 21st century, when individual letters are seen as a separate brand with its own story. Such considerations will be shown in practice through newly created project called Fabula Croatica (project that modernizes parts of Croatian cultural heritage, adapts it to modern times and adequately presents it to the public using visual communications and design) and through presentation of a product based on the idea of letters as brands.

Key words

brand, alphabet, Glagolitic Script, Fabula Croatica, product

Sažetak

Ovaj rad objašnjava povezanost brendova i abecede s obzirom da jedno i drugo podrazumijeva dublja značenja od samo onih koji su korisniku vizualno dostupni kroz znak. Slova kod korisnika izazivaju sličan učinak kao brendovi kada su slova oformljena u riječi i rečenice. Da bi glagoljica, staro hrvatsko pismo, privukla pozornost što većeg broja ljudi, potrebno joj je pristupiti na način kako to čine velike tvrtke prilikom promoviranja vlastitih proizvoda ili usluga. Redefiniranjem vrijednosti koju je glagoljica imala u prošlosti i njenom modernizacijom može je se približiti čovjeku u 21. stoljeću upravo ako se pojedinačna slova promatra kao zaseban brend sa svojom vlastitom pričom. Takvo razmatranje pokazat će se u praksi kroz novostvoreni projekt nazvan Fabula Croatica (projekt koji modernizira dijelove hrvatske kulturne baštine, prilagođuje ih današnjem vremenu i adekvatno prezentira javnosti koristeći se svim sredstvima vizualnih komunikacija odnosno dizajna) i predstavljanja proizvoda zasnovanog na ideji slova kao brenda.

Ključne riječi



brend, abeceda, glagoljica, Fabula Croatica, proizvod

Upoznavanje abecede i brendova

Ljudska komunikacija temelji se na prenošenju poruka i težnji njihova pojednostavljivanja. Oblici današnjih slova latinice nastali su reduciranjem i linearizacijom piktograma. Ovim reduciranjem složene slike su svedene na konvencionalne znakove koji se oblikuju jednostavnim pisanim pokretima. Abeceda je nastala na temelju *piktograma* - pojednostavljenim crtežima prikazanih objekata (Clair, 1999.). Umjesto pamćenja stvari koje je čovjek vidio počeo ih je crtati, a kasnije samo osnovne konture onoga što je vidio. *Piktogrami* su prikladni za izražavanje ljudi, životinja, mjesta i stvari, ali nisu učinkoviti za komuniciranje kompleksnih i apstraktnih ideja, emocija i akcija. *Ideogrami*, za razliku od piktograma izražavaju ideju. Čine ih kombinacije dvaju ili više piktograma (Clair, 1999.). Da bi se moglo komunicirati pismom, jednostavne su slike morale biti prepoznatljive i lako

protumačene od najvećeg dijela populacije, odnosno, korisnika pismovnog sustava (Clair, 1999.). S prolaskom vremena zbog želje za bržim bilježenjem okoline, oblici koje je čovjek crtao počeli su spontano mijenjati forme (Yardeni, 2003.). Broj znakova je u svim pismima, u početku, bio velik zbog čega je znanje pisanja bilo limitirano uskom krugu ljudi. Evoluiranjem pismovnih sustava i smanjivanjem broja znakova, pismo je postalo dostupno širokom krugu ljudi. Abecedni sustav se razvijao od piktograma i ideograma pa sve do apstraktnih znakova kojima se danas služimo kako bi preneli naše ideje i misli drugim ljudima. Kako bi se objasnila povezanost brenda i abecede potrebno je na početku dati definiciju i navesti karakteristike brendova. Naziv brendiranje ima svoj izvor u označavanju vlasništva. Američka marketinška asocijacija definira brend kao ime, termin, dizajn, simbol ili bilo koje drugo svojstvo koje identificira robu prodavača ili uslugu kao distinktivan od drugih konkurenata (American Marketing Association, 20.5.2012.). Brend sažima dvije vrste vrijednosti, materijalne i nematerijalne. Materijalne vrijednosti uključuju elemente dizajna poput logotipa, boje, tipografije, ambalaže. A nematerijalne vrijednosti podrazumijevaju niz asocijacija, priču, simbole, misli, osjećaje, percepciju, očekivanja, iskustva, uvjerenja, stavove, čime se osoba poistovjećuje i povezuje s brendom. Ti elementi su vrlo važni i određuju da li će osoba kupiti određeni proizvod ili ne, a da bi se ta akcija dogodila korisnici moraju razumijeti koje se poruke komuniciraju dizajnom. Brend stvara snažni i trajni identitet proizvoda ili usluge, sažima osobnost poduzeća i potiče osjećaj povjerenja, korisnosti, dobrobiti i sigurnosti u određeni proizvod ili uslugu (Skoko, 2009.). Također brend podrazumijeva i kvalitetu, stvorenu na temelju ulaganja u usavršavanje proizvodnje proizvoda, pozitivnog iskustva potrošača koji su taj proizvod konzumirali ili koji su u njegovom posjedu. Kako bi neki brend postao uspješan, potencijalni ih potrošači moraju biti svjesni. Svijesnost o brendu (brand awareness) omogućuje potrošaču razumijeti kojoj kategoriji proizvoda ili usluga brend i njegovi podbrendovi pripadaju te informira potrošača koji se proizvodi i usluge prodaju pod imenom tog brenda. Kada se potrošač upozna s tim informacijama, onda može brend usporediti sa svojim potrebama, željama i sa svojim karakterom te vidjeti da li je brend kompatibilan s potrošačem. Ono što vlasnici brendova žele postići je izjednačiti sliku brenda kod potrošača stvorenu iskustvom sa željenom slikom koju vlasnik (poduzeće) ima, u cilju jačanja i uspjeha tog brenda. Što je manja razlika između onog što brend govori o sebi i našeg iskustva s njim, to je brend uspješniji u odnosu na konkurenciju. Danas se brendovima komuniciraju kompleksne poruke društvenih, ekonomskih i političkih pitanja. Brendovi imaju snagu prenjeti kompleksne poruke, potiču uvjerenja i navode na određena ponašanja, daju proizvodima dodatnu vrijednost, a potrošačima sigurnost da će taj brend isporučiti određena obećanja (Skoko, 2009.). A jedno od najvažnijih karakteristika brenda je izazivanje emocija (pozitivnih ili negativnih) kod velikog broja ljudi u kratkom vremenu. Stvaranje brenda zahtjeva konstantna ulaganja resursa i planiranje, a ako brend nema jasnu strategiju neće opstati na tržištu. Uspješan brend s druge strane nema samo korisnike već i obožavatelje (Nike, Apple). Brendirati se može bilo što, proizvodi, usluge, osobe, ideje, pa tako i države (Skoko, 2009.). Danas korisnici percipiraju razlike kod proizvoda ili usluga na temelju emocionalnih odluka, a ne više toliko racionalnih. Kod mnogih proizvoda koji imaju slične vrijednosti i koji nemaju izražena razlikovna obilježja, brendovi predstavljaju bitan element uočavanja međusobnih razlika te njihove diferencijacije u odnosu na konkurenciju.

Veza abecede i brendova

Pa tako slovo **A**, prvo slovo latinice potječe od piktograma kanaanskog pisma (1500. g. prije nove ere) koji predstavlja glavu vola (Sophocles, 1854., 20.5.2012.). Piktogram za glas **A** , simbolizira snagu i moć djelovanja ove životinje, te je ujedno predstavljao i poglavara. Aleph korespondinara grčkom imenu alpha i arapskom imenu aleph što znači "vol" odnosno "glava vola". Svako od ovih značenja povezano je sa značenjem piktograma  (Northington, 2009., 20.5.2012.). Feničani su preuzeli značenje imena aleph i u svojoj ga abecedi koristili u pojednostavljenom obliku. S obzirom da su pisali s desne na lijevo, bilo im je jednostavnije oblik vola crtati bočno. U 9.-8. st. prije nove ere, znaku **A** Grci, koji ga preuzimaju od Feničana, daju glasovnu vrijednost "A" te se znak s vremenom reducirao

samo na tu oznaku, na samoglasnik 'a'. Grci znaku daju naziv ALFA, smještaju ga na prvo mjesto abecede, a s obzirom da su generalno pisali s lijeva na desno, okrenuli su znak za 180 stupnjeva i dodatnom redukcijom njegove forme nastao je znak A kojim se služimo i danas (Prilog 1). Od Grka slovo A kasnije preuzimaju Etrušćani i Rimljani. U glagoljici razvoj slova A odnosno slovo AZ ima svoju vlastitu povijest. Az je prvo slovo glagoljske abecede i koristi se za pisanje slova A. Prvo glagoljsko slovo nastalo je od znaka križa (+) koji je kasnije na krajevima poprečne crte, dobio najprije kratke, a poslije i dulje povlake prema dolje kako bi se u liturgijskim tekstovima razlikovao od znaka križa (Bogović, 2004.). A je pored svojih semantičkih značenja označavao i simbolične pojmove poput osobe, ličnosti, čovjeka, zamjenice ja i početka. Svako glagoljsko slovo je, pored svoje fonetske oznake, imalo i simbolično značenje, pa se tako glagoljica razumijevala i iz samog konteksta. **Slovo B** dolazi od kannanskog znaka  koji u hebrejskom nosi naziv "BETH", a znači "kuća" ili "labirint" (Naveh, 2004.). Grci slovo B preuzimaju prema glasovnoj vrijednosti, ali mu mijenjaju vizualnu formu i daju mu onu kakvu i danas poznajemo. S vremenom su mu promijenili i glasovnu vrijednost tako da ga danas izgovaraju kao "V" dok mu današnji izgovor u latinici daju Rimljani u 7. st. prije nove ere. BUKI je naziv drugog slova glagoljske abecede, koje u latinici odgovara slovu B. U glagoljskim knjigama Buki se koristio kao simbol Boga, označavao je pojam učenja napamet od kojeg je proizišao i glagol bubati, zatim prolaznost, materijalne vrijednosti i dr. (Horvat, 2007.). **Treće latinično slovo C** razvilo se iz semitskog linearnog znaka 'GIMEL', što znači 'sjekira', istog znaka od kojeg se razvilo i slovo G. Postoji teorije da slovo C potječe od piktograma  nalik bumerangu, zvan gaml, dok ga drugi povezuju sa devinom grbom (hebrejski gamal). U natpisima pisanim na proto-kannanskom pismu, slovo ima oblik kuta , formu koja se također pojavljuje u ranim grčkim natpisima (Yardeni, 2003.). Abeceda istočne Grčke zadržala je formu s dva poteza korištenu u klasičnom grčkom pismu. Grci ga preuzimaju u istoj vizualnoj formi, daju mu ime 'GAMMA' iz kojeg se kasnije u latinskoj abecedi razvijaju 'C' i 'G'. Iz ova tri primjera može se primjetiti da slova nose duboku simboliku, gdje svaki abecedni znak ima svoju piktogramsku povijest te da je današnji izgled rezultat njihova 5000 godina dugog stvaranja. Slova su nositelji simbola koja su ljudi ugradili u njihove forme prilikom korištenja u svojem pismu i govoru. S vremenom su se ta značenja izgubila prelazeći iz jedne civilizacije u drugu te suvremenik 21. stoljeća više ne zamjećuje slikovno značenje, već samo fonetski prikaz slova (Danesi, 2004.). Ona su s druge strane postala univerzalna, bez značenja, što ih čini ponovno polaznom točkom za stvaranje novih značenja. Jean Dalby Clift kaže kako ljudi ne dodaju samo vlastite interpretacije simbola, već također stvaraju osobne simbole koje predstavljaju njihovo osobno viđenje vlastitog života tzv. 'slikovne jezgre' osobe. Logotipi brojnih poduzeća su dokaz toga. U izradi znakova i logotipa, poduzeća današnjice prate Zipfov zakon (Danesi, 2004.) (sklonost čovjeka pojednostavnjivanju svoje okoline) jer umjesto da se u cijeli naziv poduzeća stavi opis svega onoga čime se određeno poduzeće bavi, sve to je sadržano u znaku ili logotipu koji je kreirao čovjek. Ljudi pamte i povezuju vizual sa vlastitom percepcijom onoga čime se to poduzeće bavi te im tada više nije potreban opis. Najraniji vizualni oblici brendova (prije monograma i imena) su prema Blackettu simboli (Skoko, 2009.). Principi funkcioniranja abecede bili su temelj i industriji barkodova, alatima, metodama pohranjivanja informacija, zapisanih u jeziku razumljivom računalo koje potom računalo skenira, interpretira i dekodira te radi određene akcije temeljene na kodiranim informacijama u grafičkom znaku. Kao što danas brendovi stvaraju novu kulturu, tako su i značenja ugrađena u slova, utjecala na kulture gdje su se ta slova odnosno to pismo primjenjivalo. Slova su poput brendova jer imaju moć i utjecaj na ljude, koja kod istih pobuđuju emocije. Slova su ljudima poznati kao što su određeni brendovi poznati određenim potrošačima te u oba slučaja nije potrebno opisivati njihove znakove, značenja i ono što predstavljaju jer su već postali poznati dijelovi današnje kulture. Ova se razmatranja mogu primjeniti i u praksi. Za Hrvatsku sredinu poznato je da je dio kulturne baštine pisan na glagoljskom pismu koja se, na ovim prostorima, upotrebljavala oko 1000 godina (Nazor, 2008.). Danas je mišljenje većine da je glagoljica staro i izumrlo pismo čijim karakteristikama i upotrebom šira javnost nije detaljno upoznata. S obzirom da su pismo i jezik najvažnije odrednice nacionalnog identiteta jednog naroda potrebno je istražiti i razvijati vrijednosti koje ga čine. Pa je tako i glagoljica dio Hrvatske kulture i njenog identiteta s obzirom da se

u povijesti ona aktivno koristila. Zbog prethodnih činjenica te zbog toga što je glagoljica prožimala život svih društvenih segmenata Hrvatske, to pismo je uzeto kao vizualni temelj novostvorenog projekta Fabule Croaticae. Kako bi se informirala javnost o glagoljici, o njenoj nomenklaturi i karakteristikama grafičkih formi, u prvoj fazi projekta naziva Epistula Croatica (lat. Hrvatsko pismo) izradio se digitalni font glagoljice. Font naziva Epistula Croatica, je dan na slobodno korištenje u periodu od godinu dana (11. studenog 2009. – 11. studenog 2010.) sa svrhom promatranja reakcija javnosti na taj dio hrvatske kulturne baštine. Font je rađen na temelju autentičnog uzora za koji je odabrana prva hrvatska tiskana knjiga Misal po zakonu rimskoga dvora iz 1483. godine (Prilog 2). Uz font napravljena je web stranica i promotivni film kako bi se projektu dao dodatan značaj. S obzirom da je većini priča o glagoljici nepoznata stvar reakcije javnosti na projekt su bile pozitivne. Priča koja se nalazi iza glagoljice i njeno povezivanje sa drugim vrijednostima iz hrvatske kulture pruža novi doživljaj korisnicima i potrošačima koji može biti oformljen kroz proizvode ako je se promatra i pristupa kao brendu. Projekt Fabula Croatica promiče kulturu kao temeljnu odrednicu hrvatskog nacionalnog identiteta, modernizira je i prilagođuje današnjem vremenu koristeći se vizualnim komunikacijama odnosno dizajnom. Prva kategorija proizvoda Fabule Croaticae ima za cilj promicati hrvatske ličnosti koji su svojim stvaralaštvom i radom doprinjeli Hrvatskoj i svijetu. Zbog toga se prva kategorija proizvoda naziva AZ s obzirom da prvo glagoljsko slovo simbolički označava čovjeka, osobu i ličnost.

Za prvi proizvod Fabule Croaticae izabrana je Ivana Brlić Mažuranić kao prva zastupnica takve inicijative. 2008. godine bilježila se 70 obljetnica njene smrti, a osim što je stvarala najljepša književna djela hrvatske i svjetske literature, manje je poznata informacija da je u studenom 2010. godini u Tokio Japanu njeno djelo "Priče iz davnine" prevedeno na japanski i time otvorila vrata na japansko tržište koje je poznato kao jedno od najkonkurentnijeg i najstrožeg tržišta dječje književnosti (Žubrinčić, 2010., 20.5.2012.). Pozornost kritike skrenula je svojim romanom "Čudnovate zgone šegrta Hlapića", a najveći uspjeh postigla knjigom "Priče iz davnine". Hrvatska Akademija Znanosti i umjetnosti (tada Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti - JAZU) je 1937. godine primila hrvatsku književnicu za svog člana, čime je postala prva žena u Akademijinu članstvu (Ivana Brlić Mažuranić, službene stranice grada Ogulina, 20.5.2012.). Ista ju je institucija dva puta predlagala za Nobelovu nagradu, a djela su joj prevedena na mnoge svjetske jezike čime se ubrojila u red najprevođenijih hrvatskih autora. Sve te činjenice govori o kvaliteti kakvu Ivana Brlić Mažuranić posjeduje, a time i Hrvatska. S obzirom da je Ivana Brlić Mažuranić prva ličnost ove kategorije proizvoda, označena je sa brojem 1, pa je cijeli kodni naziv proizvoda AZ 1 (Prilog 3).

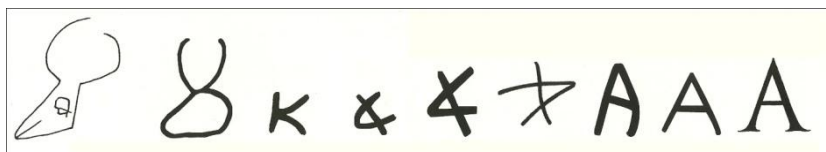
Glagoljica je postavljena uz Ivanu Brlić Mažuranić kao vizual koji komunicira njezino profesionalno zvanje s obzirom da je glagoljica postavila temelj hrvatskoj književnosti.

Zaključak

Danas glagoljicu nije potrebno promatrati kao uporabno pismo koje bi zamijenilo latinicu, iz razloga što su današnje društvene okolnosti i kultura drugačija od onog doba kada se glagoljica aktivno koristila. Potrebno ju je promatrati kao pismo identifikacije hrvatskog naroda i njegove kulture. Glagoljica se može ponovno popularizirati u široj javnosti ako je se promatra kao novi hrvatski brend u pravom smislu te riječi. Svako slovo glagoljice brend je već samo po sebi i kao što je već spomenuto slova pobuđuju emocije, pa tako glagoljica može, povezivanjem korisnika sa hrvatskom kulturom te njezinim povezivanjem sa osobnošću korisnika, stvoriti novu hrvatsku priču sa promicanjem vrijednosti prilagođenih za današnje društvo, čime se promiče i dio hrvatskog nacionalnog identiteta.

Prilozi

Prilog 1



Razvoj slova 'A'

Izvor: Sack, David, *Letter Perfect, The Marvelous History of our Alphabet from A to Z*, Broadway Books, New York, 2003.

Prilog 2



Epistula Croatica font

Prilog 3



AZ 1, Prikaz Ivane Brlić Mažuranić

Literatura

1. Clair, K. *A Typographic Workbook: A Primer to History, Techniques, and Artistry*, Wiley, New York, 1999.
2. Yardeni, Ada, *A-dventure-Z' The Story of the Alphabet*, Carta, Carta Jerusalem, 2003.
3. American Marketing Association, *Dictionary, Brand*, [internet] <rasploživio na: http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=B> [pristupljeno 20.5.2012.]
4. Skoko, Božo, *Država kao brend, Upravljanje nacionalnim identitetom*, Matica hrvatska, Zagreb, 2009.
5. Sophocles, Evangelinus A., *History of the Greek alphabet and Pronunciation*, John Bartlett, Cambridge, 1854., pristupljeno preko Internet Archive, <http://www.archive.org/stream/historygreekalp01sophgoog/historygreekalp01sophgoog_djvu.txt> [pristupljeno 20.5.2012.]
6. Northington, Dennis, *Aleph Tav Herald of Messiah*, str. 180, 2009., [internet] <rasploživio na: <http://www.scribd.com/doc/72379827/Aleph-Tav-Study-Book-Word-Format>> [pristupljeno 20.5.2012.]
7. Bogović, Mile, *Okolnosti pojave i razvoja glagoljice na hrvatskom području do 1248. godine*, Glagoljica i Hrvatski glagolizam, Staroslavenski institut, Krčka biskupija, Zagreb - Krk, 2.-6. listopada 2002.
8. Naveh, Joseph, *Origins of the alphabets, Introduction to Archaeology*, Concordia Publishing House, Hahagana, 2004.
9. Horvat, Jasna, Az, Naklada Ljevak, Zagreb, 2007.
10. Danesi, Marcel, *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory*, Canadian Scholars' Press, Toronto, 2004.
11. Nazor, Anica, *Knjiga o Hrvatskoj glagoljici "Ja slovo znajući govorim..."*, Erasmus, Zagreb, 2008.
12. Žubrinić, Darko, *Croatian Tales of Long Ago by Ivana B. Mazuranic published in Japanese in 2010*, 2010., [internet] <rasploživio na: <http://www.croatia.org/crown/articles/10045/1/Croatian-Tales-of-Long-Ago-by-Ivana-B-Mazuranic-published-in-Japanese-in-2010.html>> [pristupljeno 20.5.2012.]
13. Ivana Brlić Mažuranić, službene stranice grada Ogulina, [internet] <rasploživio na: <http://www.ogulin.hr/povijest/poznati/poznati-ogulinci/ib-mazuranic>> [pristupljeno 20.5.2012.]

POLITICAL COMMUNICATION AND THE CREATION OF PUBLIC

POLITIČKO KOMUNICIRANJE I KREIRANJE JAVNOSTI

Zoran Jevtović, Dragana Pavlović, Tatjana Vulić

Faculty of Social Sciences, University of Niš, Niš, Serbia

Filozofski fakultet, Sveučilište u Nišu, Niš, Srbija

Abstract

Political communication is an essential element of modern democracy, which in the times of transformed public and digitized media structures, leads to more sophisticated public management processes. New forms of narration reveal the dominant contents: the text is changed by aestheticized image, the critical depth - by narcissistic surface, and strong arguments and journalistic researches withdraw before marketing claims, spinning and tabloidization. By analyzing the daily press in Serbia, the authors determine how the press sprinkle itself with gold dust of PR services and agencies, mediating the reality in which powerful elite and rich advertisers live, but not ordinary citizens as well, impoverished, and concerned for the future. Instead of "Argus eye" of the public, press increasingly becomes a bulletin board of political parties and undercover tycoons, ground for ideological opponents slandering and discrediting. Reference political framework is created far behind the public scenes, so it can be concluded that Serbian society is still far from the participatory model of democracy, where citizens comprehensively participate in process of freeform thinking and will changing the community for the common good.

Keywords

communication, advertising, PR, information management, civil society, the new journalism

Sažetak

Politička komunikacija je suštinski element suvremene demokracije, što u vremenima transformirane javnosti i digitaliziranih medijskih struktura vodi sofisticiranim procesima upravljanja javnostima. Novi oblici naracije otkrivaju dominantan sadržaj: tekst se mijenja estetiziranom slikom, kritička dubina – narcisoidnom površinom, a čvrsta argumentacija i novinarska istraživanja povlače pred marketinškim uvjeravanjima, spinom i tabloidizacijom. Analizirajući dnevni tisak u Srbiji autori konstatiraju kako se ona dobrovoljno posipa zlatnom prašinom PR službi i agencija, posredujući stvarnost u kojoj žive moćne elite i bogati oglašivači, ali ne i obični građani, osiromašeni i zabrinuti za budućnost. Umjesto "Argusovog oka" javnosti, tisak sve više postaje oglasna ploča političkih stranaka i prikrivenih tajkuna, poligon za blaćenje i diskreditiranje ideoloških protivnika. Referentni politički okvir kreira se daleko iza kulisa javnosti, pa se može konstatirati da je srpsko društvo još uvijek udaljeno od participatornog modela demokracije, sa sveobuhvatnim učešćem građana koji procesima slobodno formiranog mišljenja i volje mijenjaju zajednicu radi općeg dobra.

Ključne riječi

komuniciranje, propaganda, PR, upravljanje informacijama, civilno društvo, novi žurnalizam

ACHIEVING COMPETITION ADVANCEMENT THROUGH COMMUNICATION

KOMUNIKACIJOM DO KONKURENTSKIH PREDNOSTI

Neven Garača¹, Milijanka Ratković, Saša Raletić

College of Management in Tourism and Informatics, Virovitica, Croatia¹; College of Management and Business Communications, Sremski Karlovci, Serbia

Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici, Virovitica, Hrvatska; Visoka škola za menadžment i poslovne komunikacije, Sremski Karlovci, Srbija

Abstract

In order to survive, business organizations need to create and maintain the ability to overcome their rivals in the competitive market of today's globalized and networked world. To achieve this, business organizations need to find an answer to the question of how to do something better, or different than their competitors, and to have that so accepted by the potential customers. In theory and in practice, this kind of activity is known as strategic management. To achieve its goals, a business organization communicates with its surroundings, and by doing this, the communication itself becomes an important part of strategic management. To put it most simply, the surroundings can be perceived as the interior or the exterior one. Communication with the interior surroundings has in its goal to create a product or a service, and communication with the exterior surroundings has in its goal to sell that product or service. The process of exchange begins and ends with communication. Therefore, communication becomes an instrument for, and the area of achieving competition advancement. The satisfaction of customers can't be achieved without the satisfaction of people who communicate with the customers directly, or indirectly.

Keywords

communication, management, competition advancement

Sažetak

U suvremenom globaliziranom i umreženom svijetu poslovne organizacije da bi opstale na tržištu moraju stvoriti i održati sposobnost pobjeđivanja svojih suparnika u tržišnom natjecanju. Kako bi to uspjele poslovne organizacije moraju nalaziti odgovor na pitanje kako nešto učiniti bolje i/ili drugačije od konkurenata, a što će prihvatiti potencijalni potrošači. U teoriji i praksi ovakvo djelovanje poznato je kao strateški menadžment. Da bi ostvarila svoje ciljeve poslovna organizacija komunicira sa svojom okolinom, a time i komunikacija postaje važan dio strateškog menadžmenta. Okolina se može najjednostavnije promatrati kao unutarnja i vanjska. Komunikacija sa unutarnjom okolinom ima za cilj proizvesti, stvoriti proizvod ili uslugu, a komunikacija sa vanjskom okolinom prodati proizvod ili uslugu. Proces razmjene počinje i završava komunikacijom, tako komunikacija postaje i alat i područje za ostvarivanje konkurentске prednosti. Zadovoljstvo potrošača ne može se postići bez zadovoljstva ljudi koji sa tim potrošačima komuniciraju direktno ili indirektno.

Ključne riječi

komunikacija, menadžment, konkurentska prednost

1. UVOD

Tipično poduzeće u gospodarstvu ima konkurenciju, koja nije toliko rigorozna da bi se mogla opisati kao tržište savršene konkurencije. Tipično poduzeće također ima određeni stupanj

tržišne moći, ali ta tržišna moć nije toliko velika da bi se moglo nazvati monopolistom. Drugim riječima tipično poduzeće je nesavršeno konkurentno, s tim da se mogu razlikovati tržišta oligopola sa svega nekoliko prodavatelja, ili tržište monopolističke konkurencije čiju strukturu čini mnogo poduzeća koja nude slične ali ne i identične proizvode. Na tržištu monopolističke konkurencije svako poduzeće ima monopol nad proizvodom koji proizvodi, ali mnogo drugih poduzeća nudi slične proizvode tako da međusobno konkuriraju za iste potrošače (Mankiw, 2006). U nekim slučajevima je teško odrediti strukturu koja najbolje opisuje tržište jer je teško odrediti što znači „mного“, a što „malo“ kada se radi o broju poduzeća, a u nekim slučajevima ne postoji siguran način da se odredi kada se radi o identičnim, a kada o diferenciranim proizvodima. Kako god definirali i promatrali tržišnu strukturu, razvidno je da danas ne postoje tržišta na kojima niste izloženi konkurenciji. Čak i u slučaju monopola ne možete raditi što vas je volja već morate voditi računa o cijeni i količini proizvoda jer granični prihod može postati čak i negativan (Mankiw, 2006:321), a i izloženost zakonima o povećanju konkurencije i zaštiti tržišnog natjecanja sve je veća.

Da bi poduzeće opstalo na tržištu mora imati tržišnu prednost nad svojim konkurentima. Prednost na tržištu, ili konkurentna prednost je *punctum aliens* strategijskog djelovanja poduzeća, a njezino posjedovanje osnova razlikovanja uspješnih od neuspješnih (Tipurić, 1999). Svaka se strategija temelji na izgradnji i održavanju konkurentne prednosti, a konkurentna prednost je stvar sposobnosti poduzeća da dugoročno i dosljedno pobjeđuje svoje suparnike u tržišnom natjecanju (Sikavica i dr. 2008). Strategija nekog poduzeća ukazuje na menadžerske odluke o tome kako će privlačiti i ugađati kupcima, kako će reagirati na promjene tržišnih uvjeta, kako će se uspješno natjecati, kako će povećati poslovanje, kako će upravljati svakim funkcijskim dijelom djelatnosti, te kako će ostvariti rezultate rada. Općenito, strategija nekog poduzeća bi trebala biti usmjerena prema ponudi proizvoda ili usluga koja se razlikuje od ponuda konkurenata, ili na razvijanje konkurentskih sposobnosti s kojima se konkurenti teško mogu mjeriti. (Thompson i dr. 2008). Posebno je važna održivost konkurentne prednosti, jer bez sposobnosti održavanja prednost se brzo gubi. Prema tome temeljni cilj strategijskog menadžmenta je odrediti, kreirati i održati konkurentsku prednost kroz relativno dulje razdoblje (Sikavica i dr. 2008).

Komuniciranje egzistira koliko i sama ljudska vrsta, a čovjek je oduvijek komunicirao sa svojim okruženjem. Evolutivnim sazrijevanjem ljudska vrsta razvila je i komunikaciju, izdigla se iznad drugih, a razum je dobio svoje puno značenje (Kutnjak i dr. 2011). Komunikacija predstavlja osnovu socijalizacije čovjeka, a socijalizacija se odvija kako prilikom oblikovanja proizvoda i usluga tako i prilikom njihove razmjene. Prihvaćajući ovu činjenicu može se parafrazirati Zvonarevićeva (Zvonarević, 1985) tvrdnja da je homo sapiens - čovjek koji govori, u tvrdnju da je čovjek koji proizvodi i razmjenjuje - čovjek koji komunicira.

Kako konkurentna prednost postaje *punctum saliens* djelovanja na suvremenim tržištima, tako komunikacija postaje *conditio sine qua non* strategijskog djelovanja kao alat kojim, i kao područje na kojem se stječu konkurentne prednosti.

2. TEMELJNI PRISTUPI

Kao što je uvodno rečeno odgovor na pitanje kako poduzeće postiže i održava konkurentsku prednost nalazi se u strategiji poduzeća, a proces kroz koji se formulira i primjenjuje strategiju najjednostavnije se i najčešće određuje kao strategijski menadžment (Sikavica i dr. 2008). Strategijski menadžment se može definirati kao proces kojim se organizaciji jamči postojanje i korist od korištenja odgovarajuće organizacijske strategije, a proces strateškog menadžmenta sastoji se od pet uzastopnih i kontinuiranih koraka: analize okoline, formiranje organizacijskog usmjerenja, formulacija strategije, provedba strategije i strateška kontrola (Certo, S., Certo, T. 2008).

O tome kako postići konkurentsku prednost, kao i koji su njeni temeljni izvori postoje različite teorije i pristupi. Pristup strategijskog pozicioniranja vidi ključni aspekt konkurentnosti u industriji ili industrijama u kojima se konkurrira. Konkurentnost je rezultat atraktivnosti industrije i pozicije poduzeća unutar industrije (Porter, 1980. prema Sikavica i dr. 2008). Resursni pristup

negira vezu između industrijske strukture i profitabilnosti, a izvore uspješnosti i konkurentске prednosti traži unutar organizacije i povezuje ih sa resursima koje ona posjeduje. Prema ovom pristupu konkurenti se mogu identificirati ne samo prema sličnosti proizvoda nego i prema sličnosti svojih resursa (Peteraf i Bergen 2003., prema Sikavica i dr. 2008). Dinamičko procesni pristup naglašava da je konkurentска sposobnost organizacije u njezinim menadžerskim i organizacijskim procesima, a dinamičke sposobnosti organizacije su da integrira, gradi i rekonfigurira kompetencije kako bi odgovorila na okolinu koja se stalno i brzo mijenja (Tece i dr. 1997., prema Sikavica i dr. 2008). Relacijski pristup konkurentску prednost vidi u odnosima s dobavljačima, investitorima, partnerima pa i konkurentima, a na uspješnost organizacije utječu njezine veze s drugima, odnosno njezine strategijske mreže. Ovaj pristup izvore konkurentске prednosti traži izvan granica organizacije i naglašava da su ključni izvori konkurentске prednosti osebujni odnosi i suradnja između konkurenata (Dyer, J. H., Singh, H. 1998., prema Sikavica i dr. 2008). Ove pristupe ne bi trebalo smatrati isključivim nego prije komplementarnim u smislu da pokazuju što treba analizirati i razvijati kako bi se postigla konkurentска prednost. Isto tako razvoj ovih pristupa ukazuje i na razvoj menadžerske misli i usmjerenja prilikom traženja odgovora na pitanja kako postići i održati konkurentскую prednost na što značajno utječe razvoj i primjena novih komunikacijskih kanala i tehnologija.

O komunikaciji kao načinu djelovanja, i kao pojmu postoje brojni pristupi pa tako i definicije, što ukazuje na interdisciplinarnost i slojevitost ovog fenomena. Sama riječ komunikacija potječe od latinske riječi *communicare* što znači učiniti općim, zajedničkim (Klaić, 1986:718). Isto tako pojam komunicirati znači prenijeti, proslijediti, prenositi, a komunikacija se definira kao prenošenje i primanje informacija, signala i poruka govorom, gestama, pismom i drugim (Craighead, E., Nemerof, B. 2004:486). Pojam komuniciranja označuje u svom najopćijem vidu izmjenu poruka između dviju ili više osoba. Osoba ili osobe od kojih poruke potječu nazivaju se tvorci ili davaoci poruke, a oni koji primaju primaoci poruke. (Zvonarević, 1985:41). Komunikaciju se može shvatiti i kao odnos između pošiljatelja i primatelja, a središnji element komunikacije predstavlja društvena interakcija koja pomaže da se informacije interpretiraju prema namjeri pošiljatelja (Kesić, 2003). Svaka se komunikacija temelji na znakovima. Znak je sve ono što prenosi informaciju: riječ, predmet, gesta, slika ili glas, a oblici komunikacije mogu se promatrati kao verbalna, neverbalna, usmena, pisana, međusobna, javna, vizualna, masovna, a čak šutja i slušanje predstavljaju važan dio komunikacijskog procesa (Rouse, M., Rouse, S. 2005).

Komunikacija koja služi ostvarivanju ciljeva poduzeća, može se nazvati i promatrati kao poslovna komunikacija. Ova se komunikacija odvija kako unutar poduzeća, tako i unutar određenog ekonomskog prostora, stoga se ona može kategorizirati obzirom na poslovnu komunikaciju unutar organizacije i obzirom na poslovnu komunikaciju izvan organizacije (Fox, 2006).

Komunikacija unutar poduzeća²⁶¹ izravno je povezana s ostvarivanjem planova i ciljeva, funkcijama i organizacijskom strukturom. Temeljna svrha ove komunikacije je proizvesti, stvoriti proizvod ili uslugu, odnosno predmet razmjene. Unutarnja komunikacija uobičajeno se promatra kao formalna i kao neformalna. Formalna komunikacija je ona koja se odvija u skladu sa organigramom. Može biti silazna (odozgo prema dolje), uzlazna (odozdo prema gore) ili lateralna (bočna). Neformalna komunikacija je ona koja se ne odvija prema hijerarhijskim odnosima prikazanim organigramom (Certo, S., Certo, T. 2008).

Komunikacija izvan poduzeća s vanjskim okruženjem obuhvaća svu komunikaciju u vezi s nastajanjem i plasmanom proizvoda i usluga (Fox, 2006). Dominantni oblik komunikacije kojim se organizacije obraćaju izvanjskoj okolini je marketinška komunikacija. Ovo je i razumljivo s obzirom da u okolini zadatka svake organizacije posebno važno mjesto imaju kupci, potrošači, klijenti i korisnici. Za marketinšku komunikaciju posebno je to, što za razliku od ostalih oblika, koristi medije masovne komunikacije i pretežno je nagovarajuća i uvjeravajuća. Uobičajeni oblici marketinške komunikacije su oglašavanje, unapređenje prodaje, odnosi s javnošću, publicitet i sponzorstvo.

²⁶¹ Ponekad se naziva i organizacijska komunikacija jer se poduzeće može promatrati i kao organizacija.

Neki autori ovo opsežno područje komunikacija koje imaju vitalnu upravljačku funkciju u okviru suvremenih organizacijskih sustava i mogućeg načina djelovanja i učinka na sveukupni poslovni nastup poduzeća, nazivaju korporacijske komunikacije. Kod korporacijskih komunikacija prepoznaju tri dominantna oblika komunikacije (van Riel, C.B.M. 1995. prema Pirić, 2008):

1. menadžerska odnosno upravljačka komunikacija, usmjerena prema internim i eksternim skupinama;
2. marketinška komunikacija (oglašavanje, direktni marketing, osobna prodaja, sponzorske aktivnosti i sl.);
3. organizacijska komunikacija (odnosi s javnošću, korporacijsko oglašavanje, odnosi s investitorima, interna komunikacija, krizna komunikacija i dr.).

3. KOMUNIKACIJA I STRATEGIJSKI MENADŽMENT

Temeljna karakteristika suvremenih tržišta je izloženost konkurenciji i nema tržišta gdje ste sami, gdje se možete „sakriti“ i gdje konkurencija neće uskoro stići. Isto tako danas se konkurencija odvija najvećim dijelom u neopipljivim i fluidnim sastavnicama proizvoda i usluga. Nije više dovoljno da proizvod ima određene tehničke karakteristike, funkcionalnost, povoljnu cijenu i slično. On mora uspostaviti ili iskomunicirati poseban odnos sa potencijalnim potrošačem, mora mu se svidjeti, mora potaknuti njegove emocije, proći kroz selektivni proces percepcije, „kliknuti“ i zauzeti posebno mjesto u njegovoj svijesti.

Isto tako linija koja odvaja uspješne od onih koji to nisu, sve je tanja. Ne postoje male ili bezazlene prednosti. Slično kao i u skijaškoj utrci, kada se poredak prvih deset nalazi unutar jedne sekunde, a razlika između prvog i drugog je stotinka sekunde. U percepciji potrošača razlika između pobjednika i ostalih je u cijeloj vječnosti. Dva su važna razloga za ove karakteristike suvremenih tržišta:

a) potrošači raspolažu informacijama koje im omogućavaju donošenje kupovnih i postkupovnih odluka;

b) potrošači su svjesni svoje važnosti, konkurentne borbe koja se odvija za njihovu naklonost, žele da im se ugoditi, da se ispune i nadmaše njihova očekivanja. Kada se govori o važnosti emocionalnog, percipiranog, iskomuniciranog, zauzimanja mjesta u svijesti, o sve tanjoj liniji razdvajanja, mora se istaknuti i posebna uloga neverbalne komunikacije. Najvećem dijelu sudionika na tržištu jasna je važnost onoga što kažemo, ali je nedovoljno shvaćena važnost načina kako to kažemo. Ako prihvatimo da je „riječ data čovjeku da sakrije svoju misao“²⁶², tada mu je isto tako dato neverbalno ponašanje da ju otkrije.

Neverbalna komunikacija je nejezični prijenos informacija kroz vizualni, slušni, taktilni kanal i kanal pokreta. Proces kodiranja uključuje izraze lica, geste, držanje, ton glasa, dodire, pokrete tijela, blizinu ili daljinu u prostoru sugovornika. Proces dekodiranja uključuje doživljaje kombinirane sa prethodnim iskustvom i interpretira ih u razumljive informacije. Neverbalna komunikacija se može uputiti i putem sredstava masovne komunikacije, proizvodima, licem u lice ili putem telefona (Craighead, E., Nemeroff, C. 2004:627). Neverbalno ponašanje se prvenstveno koristi za izražavanje emocija, otkrivanje stavova, odražavanje osobina ličnosti i reguliranje verbalne komunikacije. Isto tako neverbalni znakovi naglašavaju ili nadopunjuju izgovorenu poruku (Elliot i dr. 2005). U većini komunikacijskih situacija verbalna i neverbalna komunikacija se međusobno ne isključuju. Menadžeri moraju paziti da im u komunikaciji verbalni i neverbalni čimbenici ne budu u suprotnosti. Ako riječi na primjer, izražavaju odobravanje, a neverbalno pokazuje neodobravanje, rezultat će biti dvoznačnost poruke. Menadžeri koji su sposobni uspješno komunicirati spojem verbalnih i neverbalnih komunikacijskih elemenata od ključne su važnosti za uspješnost svake organizacije (Certo, S., Certo, T. 2008).

3.1. Komunikacija u formuliranju strategije

²⁶² Marie - Henry Beyle Stendhal, Francuski pisac, 1783 - 1842.

Strateški menadžment kao proces kojim se žele izgraditi i održati konkurentske prednosti sastoji se od nekoliko faza. Komunikacija omogućuje provedenje i integraciju svake od tih faza, ali presudnu ulogu ima u fazama analize okoline, formuliranju i provedbi strategije. Uobičajeno se okolina poduzeća može promatrati kao vanjska i kao unutarnja okolina. Vanjska okolina se odnosi na pravno-političke, tehnološke, ekonomske i sociokulturne varijable poslovanja na koje poduzeće ne može utjecati, već im se mora prilagođavati. Elementi vanjske okoline koji su više pod utjecajem poduzeća podrazumijevaju tržište rada, dobavljače, potrošače i konkurenciju. U elemente unutarnje okoline ubrajaju se menadžment, zaposleni i kultura organizacije. Temeljna pretpostavka i kritičan korak u formuliranju strategije je analiza situacija, odnosno analiza okoline (Sikavica i dr. 2008).

Analiza vanjske okoline je u osnovi komunikacijski proces kojim se prikupljaju, obrađuju, interpretiraju i distribuiraju podaci i informacije koje predstavljaju temelj za donošenje odluka o strateškom usmjerenju organizacije. Kako je prvi korak procesa strateškog menadžmenta analiza okolina (Certo, S., Certo, T. 2008), tako će od komunikacijske strategije korištene u ovoj fazi ovisiti i sveukupno strategijsko ponašanje organizacije. Isto tako praćenjem komunikacijskih aktivnosti iz vanjske okoline organizacija može mnogo toga saznati o industriji u kojoj se natječe, o konkurentima, potrošačima, dobavljačima. Godišnja izvješća, brošure, oglašavanje, nastupi i izjave menadžera, dobavljača, praćenje medija, trgovački predstavnici, intervjui, fokus grupe, ankete, samo su neki od najčešće korištenih izvora za prikupljanje podataka (Renko, N., Pavičić, J. 2001). Korištenje ICT (informacijsko-komunikacijskih tehnologija) postalo je ključno u razumijevanju pitanja od važnosti za organizaciju, kako u prikupljanju i pretraživanju podataka, tako i u formiranju baza podataka koje pružaju osnovu za novo strategijsko djelovanje.

Internet je postao instrument koji menadžeri mogu koristiti za promatranje i uočavanje trendova u okolini. Kako su kalkulatori učinili svakoga stručnjakom za računanje, tako Internet može menadžere učiniti stručnjacima u uočavanju i praćenju trendova u okolini. Jedna od najuobičajenih metoda za „špijuniranje“ je koristiti informacije koje pružaju glavni pretraživači. Uobičajeno je da pretraživači kontinuirano objavljuju i daju komentare za najčešće pretraživane teme, a neki poput Yahooa i Googlea daju i rangiranja najčešćih pretraživanja (Certo, S., Certo, T. 2008).

Analiza unutarnje okoline, kao i analiza vanjske okoline, čini svojevrsan komunikacijski sustav i proces koji mora uključivati sve komponente unutarnje okoline kako bi se identificirale snage i slabosti organizacije. Temeljno obilježje unutarnje okoline je da ona postoji u organizaciji, pod neposrednim je utjecajem organizacije i ima trenutni učinak na upravljanje organizacijom. Bazični koncept u analizi konkurentske sposobnosti organizacije su resursi. Oni su polazište i temelj za razvoj sposobnosti i kompetencija (Sikavica i dr. 2008). Kao što je već rečeno, materijalni i fizički resursi (zemlja, zgrade, oprema, materijal, novac, itd.) dostupni su većini sudionika na tržištu, a tehnološka rješenja uprkos sustavu patenata lako se oponašaju. „Neopipljivi“ resursi: marka proizvoda, reputacija, znanje, kultura, image, vještine i znanja, motivacija, odanost i radni moral, postaju presudni u izgradnji i stjecanju konkurentske prednosti. Jedini alat koji „neopipljivo“ pretvara u „opipljivo“ je komunikacija. Ovo pred aktivnosti i oblike komunikacije postavlja nove zahtjeve, čije zadovoljavanje i rješavanje predstavlja poseban dio ukupne strategije organizacije, a komunikacija postaje presudna u stjecanju i održavanju konkurentske prednosti.

Formuliranje ili izrada strategije slijedi nakon detaljne analize okolina, sa ciljem da se razviju strategijske opcije koje maksimiziraju prilike i snage, a izbjegavaju prijetnje i slabosti. U složenim, višeproizvodnim organizacijama postoje tri strategijske razine za koje menadžeri moraju odrediti strategije: organizacijska ili korporacijska razina, razina poslovnih jedinica i funkcijska razina (Sikavica i dr. 2008). U malim poduzećima kojima upravlja vlasnik, vlasnik funkcionira i kao strateški vizionar i glavni tvorac strategije. Ipak u većini poduzeća utjecajne uloge na stvaranje strategije imaju voditelji poslovnih sektora, proizvodnih linija, voditelji funkcijskih odjela. Danas je uobičajeno decentralizirano odlučivanje i ključni dijelovi strategije nastaju na srednjim i nižim razinama. Što se operacije poduzeća odnose na veći broj proizvoda, industrija ili geografskih područja, to su viši menadžeri skloni delegirati ovlasti osoblju na „licu mjesta“ jer ono ima informacije iz prve ruke o

zahtjevima kupaca, može bolje procijeniti tržišne prilike i odgovarati na promjenu tržišnih i konkurentskih uvjeta. (Thompson i dr. 2008).

Kako bi se relevantne informacije mogle prikupljati i distribuirati unutar većih i složenijih poduzeća, a koje predstavljaju temelj za izgradnju strategije, organizacija i strategija unutarnje komunikacije mora biti prilagođena potrebama poduzeća. Kako su komunikacijski povezane razine menadžmenta silaznom i uzlaznom komunikacijom, kako su pojedine funkcijske cjeline povezane lateralnom komunikacijom, da li je komunikacija izraženo formalna ili se u neformalnom obliku komunikacije potiče kreativnost i daje sloboda svim članovima organizacije da daju svoj doprinos u strateškim odlukama, da li se dovoljno i pravilno koristi ICT, ima li zastoja u protoku informacija? Od odgovora na ova pitanja ovisit će i cjeloukupno strateško ponašanje poduzeća.

3.2. Komunikacija u provedbi strategije

Provedba strategije i njena implementacija u prvom koraku podrazumijeva upoznavanje i informiranje članova organizacije sa strategijom, organizacijskim promjenama koje zahtjeva provedba strategije, zadacima, ciljevima i ostalim taktičkim i operativnim akcijama koje stoje pred zaposlenicima, odjelima, linijama proizvoda i svim ostalim resursima organizacije. Od jasne, nedvosmislene i razumljive komunikacije već na početku provedbe strategije ovisit će i njena daljnja uspješnost. Glavne zadaće menadžmenta u procesu provedbe strategije među ostalim obuhvaćaju: uvođenje informacijskog i operativnog sustava koji zaposlenima omogućuje uspješno izvođenje strateških odluka; stvaranje radnog okruženja i organizacijske kulture usklađene sa strategijom kao i postizanje predanosti vodstva i motiviranja svih članova organizacije (Thompson, 2008). Tako za ukupnu uspješnost organizacije sve važnija postaje tzv. kooperativna komunikacija. Riječ je o stilu komuniciranja kojim se točno prenosi poruku i ističe međusobno poštovanje i suradnja, potiču dobri odnosi i razumijevanje između osoba koje komuniciraju. Među ostalim razlozi za unapređivanje komunikacijskih vještina unutar organizacije i prihvaćenja kooperativnog stila komuniciranja su: obavi se više posla i s više zadovoljstva, više je međusobnog poštovanja, više utjecaja, bolje se rješavaju problemi, bliskiji je odnos sa drugima. Osim toga kooperativne komunikacije pružaju potporu, potiču i motiviraju ljude te su za menadžere djelotvorno sredstvo za povećanje radne uspješnosti, poticanje inovacija i kreativnosti (Bahtijarević -Šiber i dr. 2008). Ključni dio posla menadžera je utjecati na članove organizacije da ostvaruje strateške ciljeve, a utjecaj se odnosi na proces vođenja aktivnosti članova organizacije u odgovarajućem smjeru (Certo, S., Certo, T. 2008:326), a u središtu utjecajnog podsustava, kao dijela cjelokupnog sustava upravljanja nalazi se upravo komuniciranje. Najosnovnija motivacijska strategija za menadžere je dobra komunikacija s članovima organizacije. Efikasna komunikacija između menadžera i podređenog može zadovoljiti osnovne ljudske potrebe poput priznanja, osjećaja pripadnosti i sigurnosti. Opće je pravilo da bi menadžeri trebali nastojati često komunicirati sa ostalim članovima organizacije zato što je to osnovno sredstvo za zadovoljavanje ljudskih potreba članova organizacija (Certo, S., Certo, T. 2008:390).

Jedan od oblika komunikacije kojim se nastoji djelovati na unutarnju okolinu organizacije su i odnosi s javnošću, koji se u ovom slučaju promatraju kao interni odnosi s javnošću. Kao dio šireg koncepta funkcije odnosa s javnošću, osnovni ciljevi internog komuniciranja su identificiranje, ustanovljavanje i održavanje obostrano korisnih odnosa između organizacije i zaposlenih, a od kojih zavisi uspjeh ili neuspjeh. Najvažnije aktivnosti internih odnosa s javnošću su: potpuno i pravovremeno informiranje zaposlenih, upoznavanje zaposlenih s poslovnom strategijom, sprečavanje glasina, motiviranje zaposlenih za rad i promjene (Stanišić, 2008.) Isto tako stručnjaci ističu nove trendove poslovnog ponašanja koji postaju presudni za ostvarivanje konkurentskih prednosti koji podrazumijevaju da organizacije postaju sve manje hijerarhične, sve se više oslanjaju na timski rad, a za uspjeh postaje presudan „ženski stil“ komuniciranja i suradnje, odnosno „ženski stil vođenja“. Današnje organizacije karakterizira participacija zaposlenih u odlučivanju, dijeljenje informacija, povjerenje, prijateljstvo i suradnja. Striktni kanali informacija postali su kamen spoticanja, a pojedinci koji primjenjuju „ženski stil“ vođenja ističu važnost uzajamnih odnosa i timskog rada, a dijeljenje informacija dobiva posebnu

važnost. Djeljenje moći i informacija pokazuje povjerenje menadžera u suradnike, vjerovanje u inovativnost i kreativnost, a menadžeri potiču kolanje informacija i zbog toga što smatraju da su informacije osnovni resurs današnjih organizacija, odnosno njihovog rasta i napretka (Pološki, 2003). Naredni korak provedbe strategije podrazumijeva određeno djelovanje i ponašanje na tržištu gdje se proizvod ili usluga susreće sa svim elementima vanjske okoline. Moderna koncepcija tržišnog ponašanja u prvi plan stavlja potrošača, prepoznavanje i zadovoljavanje njegovih potreba. Ovakav način djelovanja u teoriji i praksi poznat je pod pojmom marketing, a marketing se može promatrati kao koncepcija, kao proces i kao znanstvena disciplina. Razmjena je temeljni pojam na kojem počiva marketing i tako određen marketing može se shvatiti prije svaga kao komunikacijski proces, dvosmjerni komunikacijski sustav u kojem se razmjenjuju, odašiljaju i primaju informacije, financijska sredstva, proizvodi i usluge (Sudar, J., Keller, G. 1991). U tom smislu može se govoriti i o posebnom komunikacijskom obliku, marketinškoj komunikaciji koja predstavlja proces prenošenja informacija, ideja i emocija od pošiljatelja do primatelja posredstvom medija a s ciljem postizanja određenih efekata (Kesić, 1999:395). Razumljivo je da marketinške strategije moraju slijediti glavnu korporacijsku strategiju i strategiju poslovnih jedinica. U tom smislu ciljevi marketinga, odnosno efekti marketinške komunikacije mogu biti povećanje prodaje, postizanje željenog tržišnog udjela, stvaranje upoznatosti s proizvodom, stvaranje interesa, pozitivno mišljenje, stvaranje pozitivnog stava o marki, stvaranje pozitivnog imidža i željenog ugleda (Kesić, 2003:326). U suvremenim gospodarstvima raste važnost marketinga i marketinške komunikacije, a u suvremenoj komunikacijskoj filozofiji javlja se i novi pristup i termin: integrirana marketinška komunikacija - IMK. IMK kao imperativ postavlja integrirani pristup i povezivanje svih oblika komunikacije kao neminovnost suvremenog poslovanja i postizanja sinergijskih učinaka (Kesić, 2003:28). Oblici integrirane marketinške komunikacije su: oglašavanje, izravna marketinška komunikacija, unapređenje prodaje, osobna prodaja, odnosi s javnošću, publicitet i vanjsko oglašavanje. Ipak mogu se izdvojiti dvije podgrupe s aspekta korištenih puteva i vremena dobivanja željenih učinaka i ciljeva. U prvu grupu ubrajaju se oglašavanje, izravno oglašavanje, unapređenje prodaje čiji je cilj izravno komuniciranje i dobivanje neposrednih učinaka koji su najčešće vezani uz marku proizvoda ili uslugu. U drugu grupu ubrajaju se odnosi s javnošću, publicitet, inztitucionalno oglašavanje i sponzorstvo, kao komunikacijski oblici koji zahtjevaju dulje razdoblje za postizanje željenih učinaka. Učinci su obično vezani uz stvaranje pozitivne slike o poduzeću i proizvodu, stvaranje željenog imidža i dr. (Kesić, 2003).

4. KONKURENTSKE PREDNOSTI KAO KOMUNIKACIJSKI UČINAK

U središtu interesa poduzeća nalazi se potrošač, a o razumijevanju i zadovoljavanju njegovih potreba ovisi i sudbina poduzeća. Stoga je razumljivo da su sve aktivnosti poduzeća usmjerene na što bolje razumijevanje ponašanja potrošača i mogućnosti utjecanja na njega kroz raznovrsne oblike komunikacije. Rezultat ovakvog ponašanja poduzeća su koncept imidža i koncept upravljanja odnosa s potrošačima, kao područja za stjecanje konkurentskih prednosti koji počivaju na korištenju modernih komunikacijskih tehnologija i komunikacijskih učinaka na ponašanje potrošača.

4.1. Imidž i konkurentska prednost

Pojam „image“ uveo je u poslovnu praksu Sidney Levy, (Northwestern University), 1955. godine i od tada se primjenjuje na razne objekte. Imidž je moguće definirati kao spoznajnu sliku o poduzeću, proizvodu, osobi ili situaciji koju pojedinac oblikuje na temelju sveobuhvatnog prethodnog iskustva, stavova, mišljenja i predodžbi koje su više ili manje usklađene s stvarnim obilježjima, dok je uloga komunikacije, posebice odnosa s javnošću, publiciteta i oglašavanja u formiranju imidža posebno značajna (Kesić, 2003). Dobar imidž poduzeća znači da su njegove komunikacijske aktivnosti dobro postavljene, a na osnovi imidža poduzeće može crpiti izuzetne koristi poput povećanja konkurentnosti. Imidž poduzeća povezan je sa fizičkim i biheviorističkim atributima samog poduzeća

kao što su ime poduzeća, njegova arhitektura, raznolikost proizvoda i usluga, tradicija, ideologija i ukupan dojam o kvaliteti komuniciran od strane svakog zaposlenika poduzeća (Pirić, 2008.). Brojne su prednosti koje se mogu postići pozitivno izgrađenim imidžom:

- brže i lakše prepoznavanje određenog proizvoda u mnoštvu jednakih ili vrlo sličnih,
- imidž „pomiče“ potrošača kroz sve faze procesa kupovnog odlučivanja i ubrzava sam proces donošenja odluke,
- imidž utječe na osjećaj zadovoljstva i na taj način motivirat će na ponavljanje kupnji i stvaranje vjernosti kod potrošača,
- pozitivne asocijacije i iskustva stvorene imidžom prenest će se i na druge proizvode i olakšati njihovo uvođenje na tržište,
- imidž smanjuje elastičnost cijena, drugim riječima proizvodi sa pozitivnim imidžom mogu ostvariti višu cijenu od konkurentske, a da se ne smanji njihova potražnja,
- menadžment i zaposlenici poistovjetit će se sa imidžom i razviti osjećaj odanosti i privrženosti poduzeću (Garača, 2005.)

Željeni imidž je često najsnažniji čimbenik diferencijacije određenog poduzeća, njegovih proizvoda i/ili usluga u usporedbi sa konkurencijom. Neiscrpne su prednosti koje poduzeće može imati ukoliko pravilno iskoristi korporacijske komunikacije kao strateški važan alat za kreiranje imidža poduzeća i stvaranje izravne konkurentske prednosti kroz provedbu komunikacijskih aktivnosti (Pirić, 2008.).

4.2. Upravljanje odnosa sa potrošačima (CRM)

Danas je potrošač, kao individua osnova konkurentske prednosti. Takvo poslovanje zahtjeva detaljno upoznavanje potrošača, što je moguće jedino interakcijom i komunikacijom potrošača i kompanije sa ciljem stalnog praćenja zahtjeva potrošača. Glavni cilj orijentiranosti na potrošača je osiguravanje iskustva kroz određeni vremenski period, u kome će potrošači imati sliku da je tržišni subjekt u svakom trenutku sposoban da ostvari ili nadmaši njegova očekivanja, čime se stječe lojalnost potrošača. Kao sredstvo za postizanje navedenog cilja razvilo se *Upravljanje odnosa sa potrošačima - Customer relationship management (CRM)* koji omogućava da se razumiju zahtjevi i želje sadašnjih, ali i budućih potrošača. CRM u suvremenom marketinškom poslovanju doživljava ekspanziju, a istraživanja u 2000. godini pokazuju da je investiranje u implementaciju CRM-a iznosilo 18 milijardi dolara i da svake godine raste za 30% (Stojković, 2008).

CRM je širok pojam i najčešće podrazumijeva dvije komponente. Prva je neophodnost primjene tehnologije za proces sticanja obilnih informacija o svakom kupcu i mogućnost da se sa svakim kupcem ima odnos jedan na jedan. Drugo obilježje je osjetljivost i empatija prema svakom potrošaču, kao odnosu kompanije, odnosno zaposlenih u kompaniji i potrošača, zasnovano na humanijim poslovnim odnosima (Kotler, 2003). Ne postoji jednoznačna definicija CRM poslovne strategije, a jedna od definicija je „upravljanje odnosa sa potrošačima je bolje razumijevanje zahtjeva potrošača i izgradnja nove organizacijske kulture na osnovu stečenog znanja kroz implementaciju želja potrošača u sve procese, operacije i kompletnu strategiju privrednog društva“ (Aćimović, 2002:50).

CRM se, dakle, fokusira na stvaranje i održavanje dugoročno dobrih odnosa sa potrošačima pri čemu se u velikoj mjeri oslanja na nove informatičke tehnologije i Internet usluge. Iako su ideje koje su sastavni dio CRM koncepta postojale i ranije informatičke tehnologije su unaprijedile njegovo provođenje i dovele do nagle ekspanzije softvera za CRM. Uvjetovanost CRM-a razvojem informatičkih tehnologija je posljedica činjenice da bi bez informatičkih sredstava bilo praktično i tehnički nemoguće upravljati tako širokim spektrom informacija o svakom pojedinačnom potrošaču i transformirati informacije u korisno primjenljivo znanje. CRM obuhvaća aplikacije bazirane na informatičkim tehnologijama koje povezuju informacije kompanije o potrošačima sa znanjem kako koristiti te informacije za efektivno kreiranje i održavanje obostrano korisnih dugoročnih donosa (Milenović, B., Ratković, M. 2009:252.).

Industrijsku eru karakterizirali su standardni proizvodi i usluge na bazi masovne proizvodnje, te se konkurentska prednost najčešće stjecala vodstvom u troškovima i nižim cijenama, dok se u informatičkoj eri, proizvodi i usluge kreiraju prema preferencijama potrošača na bazi relevantnih informacija o njima. Tako je razvoj tehnologije, odnosno Interneta uslovio promjenu načina na koji poduzeća posluju, odnosno kako komuniciraju sa potrošačima i drugim zainteresiranim subjektima. Osnovni doprinos CRM tehnologije je u dobijanju odgovarajućih informacija na osnovu kojih je moguće jednostavnije i brže donošenje poslovnih odluka. Tako je na primjer, moguće identificirati sadašnje i buduće kupce, CRM baza podataka omogućava praćenje stope napuštanja i stope zadržavanja potrošača, kao i analizu nivoa usluga namjenjenih povećanju zadovoljstva potrošača.

Osnovni cilj CRM-a je pružanje superiornije usluge koja se zasniva na omogućavanju brže obrade narudžbi i upita, kao i automatsku sinhronizaciju informacijskih tokova sa drugim poslovnim procesima. Informacije se mogu upotrijebiti za razvoj novih proizvoda, proširenje upotrebljivosti proizvoda, smanjenje marketinških troškova, prepoznavanje i zadržavanje ključnih kupaca, optimizaciju troškova dostave, omogućavanje osobne komunikacije, povećavanje profitabilnosti proizvoda i strateško pozicioniranje na tržištu (Kenneth, C. L., Guercio Traver, C. 2010.).

Kupci i potrošači danas se uobičajeno opisuju kao kraljevi, za čiju se privrženost i lojalnost bore mnogi konkurenti, sa ciljem da zadovolje njihove potrebe, zahtjeve i želje. Isto tako, današnji kupci sve češće podižu nivo očekivanja koja imaju tendenciju rasta prema kvaliteti i prema brzini isporuke. Ali nije dovoljno samo ispuniti očekivanja kupaca, često ih je potrebno i nadmašiti, iznenaditi ih i pružiti im više koristi od kupovine proizvoda nego što su oni očekivali. Dakle nadmašivanje očekivanja potrošača i uspostavljanje konkurentske prednosti na taj način počinje sa CRM-om koji je prilagođen različitim profilima potrošača i istovremeno usklađen sa ukupnom strategijom kompanije.

5. ZAKLJUČAK

Da bi poduzeće opstalo na tržištu mora imati tržišnu prednost nad svojim konkurentima. Prednost na tržištu, ili konkurentna prednost je *punctum aliens* strategijskog djelovanja poduzeća, a njezino posjedovanje osnova razlikovanja uspješnih od neuspješnih. Komunikacija predstavlja osnovu socijalizacije čovjeka, a komunikacijom se ostvaruje proces oblikovanja i razmjene proizvoda i usluga. Tako konkurentska prednost postaje *punctum saliens* djelovanja na suvremenim tržištima, a komunikacija postaje *conditio sine qua non* strategijskog djelovanja kao alat kojim, i kao područje na kojem se stječu konkurentske prednosti.

O tome kako postići konkurentnu prednost, kao i koji su njeni temeljni izvori postoje različite teorije i pristupi. Pristup strategijskog pozicioniranja, resursni pristup, dinamičko procesni pristup i relacijski pristup konkurentskim prednostima. Ove pristupe ne bi trebalo smatrati isključivim nego prije komplementarnim, a isto tako razvoj ovih pristupa ukazuje i na razvoj menadžerske misli i usmjerenja prilikom traženja odgovora na pitanja kako postići i održati konkurentnu prednost na što je značajno utjecalo razvijanje i primjena novih komunikacijskih kanala i tehnologija.

Opsežno područje komunikacija koje imaju vitalnu upravljačku funkciju u okviru suvremenih organizacijskih sustava naziva se korporacijske komunikacije. Kod korporacijskih komunikacija prepoznaju se tri dominantna oblika: menadžerska odnosno upravljačka komunikacija, usmjerena prema internim i eksternim skupinama; marketinška komunikacija (oglašavanje, direktana marketing, osobna prodaja, sponzorske aktivnosti i sl.); organizacijska komunikacija (odnosi s javnošću, korporacijsko oglašavanje, odnosi s investitorima, interna komunikacija, krizna komunikacija i dr.).

Strateški menadžment kao proces kojim se žele izgraditi i održati konkurentske prednosti sastoji se od nekoliko faza. Komunikacija omogućuje provedenje i integraciju svake od tih faza, ali presudnu ulogu ima u fazama analize okoline, formuliranju i provedbi strategije. U središtu interesa poduzeća nalazi se potrošač, a o razumijevanju i zadovoljavanju njegovih potreba ovisi i sudbina poduzeća. Stoga je razumljivo da su sve aktivnosti poduzeća usmjerene na što bolje razumijevanje ponašanja potrošača i mogućnosti utjecanja na njega kroz raznovrsne oblike komunikacije. Dva najizraženija i najčešće

korištena koncepta koji se dominantno oslanjaju na komunikacijske aktivnosti i njihove učinke na ponašanje potrošača su koncept imidža i koncept odnosa sa potrošačima CRM.

Dobar imidž poduzeća znači da su njegove komunikacijske aktivnosti dobro postavljene, a na osnovi imidža poduzeće može crpiti izuzetne koristi poput povećanja konkurentnosti. Neka od područja stjecanja konkurentskih prednosti imidžom su: brže i lakše prepoznavanje određenog proizvoda, ubrzavanje procesa donošenja potrošačkih odluka, povećanje osjećaja zadovoljstva, olakšano uvođenje novih proizvoda, smanjivanje elastičnosti cijena, kao i razvijanje odanosti i privrženosti poduzeću.

Kao sredstvo za praćenje stalnih zahtjeva potrošača razvilo se upravljanje odnosom sa potrošačima - Customer relationship management (CRM) koji omogućava da se razumiju zahtjevi i želje sadašnjih, ali i budućih potrošača. CRM-a je uvjetovan razvojem informatičkih tehnologija jer bi bez informatičkih sredstava bilo praktično i tehnički nemoguće upravljati tako širokim spektrom informacija o svakom pojedinačnom potrošaču i transformirati informacije u korisno primjenljivo znanje. O zadovoljavanju i nadmašivanju očekivanja potrošača ovisi i uspostavljanje konkurentne prednosti, a ovaj proces počinje sa CRM-om koji je prilagođen različitim profilima potrošača i istovremeno usklađen sa ukupnom strategijom kompanije.

Knjige:

1. Bahtijarević - Šiber, Fikreta, i dr.; „*Suvremeni menadžment*“, Školska knjiga, Zagreb, 2008.
2. Certo, Samuel; Certo, Trevis; „*Moderni menadžment 10. izdanje*“, MATE d.o.o., Zagreb, 2008.
3. Craighead, Edward; Nemeroff, Charles; „*The Concise Encyclopedia of Psychology and Behavioral Science*“ John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2004.
4. Elliot, Aronson, i dr.; „*Socijalna psihologija*“, MATE d.o.o., Zagreb, 2005.
5. Fox, Renata; „*Poslovna komunikacija*“, Hrvatska sveučilišna naknada, Zagreb, 2006.
6. Kesić, Tanja; „*Integrirana marketinška komunikacija*“, Opinio d.o.o., Zagreb, 2003.
7. Kesić, Tanja; „*Ponašanje potrošača*“, Adeco, Zagreb, 1999.
8. Klaić, Bratoljub; *Riječnik stranih riječi*, Nakladni zavod Matice Hrvatske, Zagreb, 1986.
9. Kotler, Philip; „*Marketing od A do Z*“, Adžies, Novi Sad, 2003.
10. Laudon, Keneth; Guercio Traver, Carol; „*E-commerce*“, 6th edition, Pearson Education, New Jersey, 2010.
11. Mankiw, Gregory; „*Osnove ekonomije*“, MATE d.o.o., Zagreb, 2006.
12. Milenović, Božidar; Ratković, Milijanka; „*Strategije marketinga, kako ući na tržište i uspješno opstati na njemu*“, Univerzitet BK, Beograd, 2009.
13. Renko, Nataša; Pavičić, Jurica; „*Marketinška strategija*“ u: Previšić, J., Bratko, S., (ur.), *Marketing, Sinergija*, Zagreb, 2001.
14. Rouse, Michael; Rouse, Sandra; „*Poslovne komunikacije*“, Masmedia, Zagreb, 2005.
15. Sikavica, Pere, i dr. „*Temelji menadžmenta*“, Školska knjiga, Zagreb, 2008.
16. Sudar, Josip; Keler, Goroslav; „*Promocija*“, Informator, Zagreb, 1991.
17. Thompson, Arthur, i dr. „*Strateški menadžment*“, MATE d.o.o., Zagreb, 2008.
18. Tipurić, Darko; „*Konkurentna sposobnost poduzeća*“, u: Tipurić, D. (ur.), *Sinergija*, Zagreb, 1999.
19. Zvonarević, Mladen; „*Socijalna psihologija*“, Školska knjiga, Zagreb, 1985.

Članci u časopisima:

1. Aćimović, Vera; „*Menadžment odnosa sa potrošačima - formula uspeha*“, *Kvalitet*, vol. 12. (2002), br. 1 - 2, str. 50.
2. Garača, Neven; „*Image i održiva konkurentna prednost*“, *Računovodstvo i financije*, vol. 51. (2005), br. 11. str. 133 -135.
3. Pirić, Valentina; „*Utjecaj korporacijskih komunikacija na imidž i konkurentnost poduzeća*“, *Tržište*, vol. 20 (2008), br. 2. str. 149 - 162.
4. Pološki, Nina; „*Ženski stil vođenja - empirijsko istraživanje primarnih nositelja u hrvatskim poduzećima*“, *Ekonomski pregled*, vol. 54. (2003), br. 1 - 2. str. 38 - 54.

5. Stanišić, Dragiša; „*Uticao internih odnosa s javnošću na poslovanje*“, LD: Lider - Direktor, vol. 2. (2008), br. 3. str. 27 - 31.
6. Stojković, Dejan; „*Customer relationship management - poslovna strategija za savremeno poslovanje*“, Poslovna politika, vol. 37. (2008), br. 2. str. 66.

Članci u zbornicima:

1. Kutnjak, Goran, i dr.; „*Komuniciranje poslovnih subjekata u suvremenom poduzetništvu*“, Društvo i tehnologija 2011., Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb, 2011.

BASIC FACTORS OF THE TEAM WORK IN THE CIVIL ENGINEERING

TEMELJNI ČIMBENICI TIMSKOG RADA U GRADITELJSTVU

Zlatko Lacković, Krešimir Lacković¹

Faculty of Civil Engineering, Josip Juraj Strossmayer University, Osijek, Croatia; Glas Slavonije, Osijek, Croatia¹

Građevinski fakultet, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, Osijek, Hrvatska; Glas Slavonije, Osijek, Hrvatska¹

Abstract

The article defines the basic factors of team work in civil engineering. In this sense, the special characteristics, as well as advantages and disadvantages of team work, especially in civil engineering are defined. Further to this conditions for successful functioning with special emphasis to communication processes in team are indicated. The origin of the research is in the forming of the team and methods of functioning, by taking into consideration particularities of the civil engineering.

Keywords

Team, communication, organization, civil engineering

Sažetak

Članak obrađuje temeljne čimbenike timskog rada u građevinarstvu. U tom se smislu definiraju posebne značajke te prednosti i nedostaci timskog rada, osobito u graditeljstvu. Usto se navode uvjeti za uspješno funkcioniranje s posebnim naglaskom na komunikacijske procese u timu. Ishodište razmatranja je u oblikovanju tima i metodama funkcioniranja, pri čemu se uvažavaju posebnosti graditeljstva.

Ključne riječi

Tim, komunikacija, organizacija, graditeljstvo

1. Uvod

Timski rad, odnosno sve vrste ljudskih aktivnosti koje se obavljaju grupno, osobito su bitne u djelatnosti graditeljstva. U tom smislu se nameće potreba za istraživanjem svih elemenata i posebnih značajki timskog rada. Razlozi proizlaze iz činjenice da i sama graditeljska djelatnost ima posebne značajke, koje impliciraju određenu istraživačku multidisciplinarnost. To se ne odnosi samo tehničke aspekte složenosti nego i na potrebu za nekim oblicima društvenih istraživanja. Timski je rad u graditeljstvu ne samo tehnička i organizacijska činjenica i potreba nego određeni društveni fenomen koji zaslužuje posebnu pozornost. Naime učinkovitost timskog rada bitan je čimbenik ukupne učinkovitosti svakoga građevinskog projekta. Zato je ishodište istraživanja u analizi čimbenika koji mogu utjecati na učinkovitost timskog rada. Takva se istraživanja prožimaju i obuhvaćaju tehničke, društvene ali i neke druge znanosti. Sve polazi od utvrđivanja posebnih značajki graditeljstva, koje su sljedeće:

- nepokretnost građevinskih objekata kao rezultata rada
- opsežnost i nedjeljivost proizvoda
- dužina proizvodnog procesa
- upotreba velikih količina materijala
- sezonski karakter građevinske proizvodnje
- pojedinačni karakter građevinske proizvodnje
- proizvodnja po narudžbi.²⁶³

Iz analize posebnih značajki graditeljstva može se uočiti nekoliko bitnih činjenica vezanih za timski radi. Prije svega ovdje je riječ o složenim aktivnostima u kojima je živi ljudski rad prisutan u svim fazama procesa. Ako se uz to uzme u obzir dinamika, a često su i otežani uvjeti rada, onda formiranje tima i njegova učinkovitost ovisi o više čimbenika. S jedne strane to je želja i potreba za određenom razinom proizvodnosti rada, a s druge su to sve veći zahtjevi i ograničenja glede olakšanja fizičkog rada. Ovome se može pridodati i često složena situacija u komunikaciji između timova i između članova tima.

Formiranje, veličina i struktura tima proizlazi iz same vrste, složenosti i dinamike određenih vrsta graditeljskih djelatnosti. U tom smislu, za potrebe daljnjih istraživanja i analiza, graditeljstvo treba podijeliti na sljedeće tri skupine radnih aktivnosti:

- projektiranje
- izgradnja i održavanje
- proizvodnja građevinskih materijala i opreme.

U navedenoj se podjeli izdvajaju posebnosti projektnih djelatnosti gdje je prisutna visoko stručna radna snaga, a timovi se formiraju prema zadanim projektnim zadacima. Izgradnja i održavanje građevinskih objekata sastoji se od manje ili više složenih procesa uz sudjelovanje grupacija i pojedinaca različitih građevinskih, montažnih i instalacijskih struka. Proizvodnja građevinskog materijala, dijeli sudbinu ostalih proizvodnih aktivnosti. U ovom će se istraživačkom zadatku posebna pozornost posvetiti timskom radu u projektiranju i građevinskoj operativi, a manje u proizvodnji.

Uvažavajući posebne značajke graditeljstva i vrste graditeljskih aktivnosti, moguće je formirati sljedeće vrste timova:

- radni-formalizirani tim, koji može obuhvaćati jednu specijaliziranu tvrtku ili stručnu udrugu;
- projektni tim, koji se formira na temelju projektnog zadatka u svrhu projektiranja ili izgradnje nekoga složenog objekta;
- procesni tim, koji se formira sukladno složenosti pojedinih radova u izgradnji ili proizvodnji građevinskog materijala.

Formirati učinkovit tim u graditeljstvu može se tek ako se utvrde sve pretpostavke i čimbenici za njegovu uspješnost. Naime moraju se znati za svaku konkretnu situaciju moguće prednosti i nedostaci timskog rada. Posebnu pozornost treba obratiti komunikacijama između članova tima ali i među različitim timovima. Na temelju prethodnih pretpostavki mogu se formirati različiti timovi sukladno složenosti, stručnoisti i količini odnosno dinamici radnih aktivnosti.

2. Pretpostavke za uspješnost tima

Uspješan rad u timu moguć je ukoliko se, prije svega, definira tim. Naime nije svaka skupina ili grupa radnika koja zajednički obavlja neke poslove i zadatke ujedno i tim. Skupinu primjerice povezuju zajedničke osobine ili prostor, ali članovi nisu dovoljno svjesni svoje povezanosti i zajedničkog cilja. Za razliku od prethodnog članovi grupe su svjesni zajedničkog cilja svojega djelovanja, ali niti to još

²⁶³ Medanić, B.: Management u građevinarstvu, Građevinski fakulteti u Osijeku, Rijeci, Splitu i Zagrebu, Osijek, 1977, str. 6.

uvijek nije tim. Timom se može nazvati ona grupa čiji su članovi povezani, svjesni zajedničkog cilja djelovanja, po mogućnosti komplementarnog djelovanja pojedinih članova uz izraženu kolektivnu odgovornost. U tom smislu postoji 17 pravila za uspješan timski rad, koja je osmislio John C. Maxwell, a u nastavku su navedene interpretacije pravila, posebice za timski rad u graditeljstvu:²⁶⁴

1. *Pravilo važnosti*
2. *Pravilo šire slike*
3. *Pravilo pravog mjesta*
4. *Pravilo Mount Everesta*
5. *Pravilo lanca*
6. *Pravilo katalizatora*
7. *Pravilo kompasa*
8. *Pravilo trule jabuke*
9. *Pravilo: Možemo računati jedni na druge*
10. *Pravilo prave cijene*
11. *Pravilo semafora za rezultate*
12. *Pravilo klupe*
13. *Pravilo identiteta*
14. *Pravilo komunikacije*
15. *Pravilo granice*
16. *Pravilo visokog morala*
17. *Pravilo dividendi*

S obzirom na posebnosti graditeljstva uspješan je timski rad moguć ako svi članovi znaju važnost cilja, kompleksnost zadataka i budu komplementarni te svjesni kvalitete pojedinih članova. Osim toga neki članovi tima trebaju otklanjati nedostatke drugih te stvarati veću razinu zajedništva. Svi članovi moraju biti svjesni vrijednosti - cijene cilja te imati mogućnost praćenja dinamike izvršenja kao i mogućnost zamjene članova. Posebna je pozornost usmjerena na međusobno komuniciranje te na spoznaji o vrijednosti tima i pojedinaca u njemu. Tako se stvara osjećaj za učinkovitost i održava moral koji vodi izvršenju cilja.

3. Prednosti i poteškoće u timskom radu

Prilikom formiranja tima, osobito u građevinarstvu gdje su greške teško ispravljive, treba imati u vidu određene prednosti kao i nedostatke timskog rada.²⁶⁵

Prednosti:

- Timska je produktivnost veća od zbroja pojedinačnih učinaka članova koji bi djelovali svaki zasebno. ($2 + 2 = 5$).
- Zbog sinergijskog djelovanja timovi mogu brže doći do zadanih ciljeva.
- Omogućeno je jednostavnije prenošenje znanja i iskustava između članova.
- Financijske koristi zbog povećanja produktivnosti i optimalnoga korištenja resursa.
- Viša razina kritičnosti spram kvalitete rada i rezultata. Veća razina odgovornosti.
- Timovi manje griješe.
- Niža je razina stresa.

Nedostaci:

- Ne postoji jasan i precizno definiran cilj.
- Zaduženja i odgovornosti članova tima nisu u potpunosti definirani.
- Proces odlučivanja nije ustanovljen.

²⁶⁴ Tomić, Z., <http://zorantomic.net>, *The 17 indisputable laws teamwork*

²⁶⁵ <http://www.icweb.hr-integrator>

- Voditelj tima ne upravlja timom na adekvatan način.
- Nedovoljni i/ili neadekvatni resursi koje tim koristi.
- Pojedini članovi tima smatraju se značajnijima od drugih članova tima.
- Članovi tima koji manje doprinose rezultatima (iz objektivnih razloga) umanjuju značaj postojanja tima i/ili rezultate tima.
- Slaba dokumentiranost prethodnih saznanja i postignuća.

4. Komunikacije u timu

Općepoznato je da je dobra komunikacija jedan od temeljnih čimbenika timskog rada. To se osobito odnosi na vezanost članova te na mogućnost izražavanja pozitivnih osjećaja i posebice raznih poteškoća izazvanih raznim unutarnjim i vanjskim čimbenicima. Na taj se način izbjegavaju i lakše otklanjaju konfliktne situacije. Dakle bitno je komuniciranje jer se time usklađuje djelovanje pojedinaca i lakše se rješavaju nadolazeće poteškoće. Komunikacija treba biti iskrena i spontana te neopterećena formalnom ili neformalnom hijerarhijom. Posebna pozornost treba biti usmjerena prema komunikaciji jednog prema ostalim timovima koji rade na nekom kompleksnom zadatku u graditeljstvu. U cilju uspješne komunikacije u timu mogu se i u graditeljstvu koristiti sljedeća pravila:²⁶⁶

Temeljna pravila za uspješno komuniciranje:

1. Raditi u timu znači - zajednički misliti.
2. Timski rad je najlošija prigoda za iskazivanje zamišljene premoći pojedinca.
3. Izbjegavajte riječi kakve su: ne ide nam, besmisleno je, niste napravili, potpuno je pogrešno. U sugovornikovim riječima tražite pozitivne težnje i usmjeravajte ga prema unaprijed određenom cilju.
4. Dobro slušajte druge, kao što i sami želite da drugi slušaju vas.
5. Ispravno je svoje ideje žrtvovati u korist zajedničkog rješenja.
6. Svoja pitanja i zamisli po mogućnosti uvijek utemeljeno obrazložite. Tako će ih drugi lakše prihvatiti.
7. Tvrdoglavost guši svaki rad u timu.
8. Ne postoji uvijek samo jedna istina, i nema uvijek samo jednog rješenja.

5. Oblikovanje i veličina tima

Kompleksnost poslova i zadataka u graditeljstvu određuje veličinu, kvalitetu i stručnu komplementarnost pojedinih timova. Naime poznato je da u graditeljstvu sudjeluju uz glavnog izvođača i više kooperantskih izvođača radova. Zajednička posebna značajka svih sudionika upravo je u činjenici da se gotovo sve operacije moraju obavljati timski. Zato je bitna, prije svega, veličina tima. U tom smislu treba imati u vidu sljedeće činjenice:²⁶⁷

- Osjećaj pripadnosti skupini opada s rastom broja njezinih članova.
- Skupine sastavljene od pet članova postizale su znatno veću suglasnost kod odabira rješenja od skupina sastavljenih od dvadeset članova.
- Ljudi misle da su sretniji u manjim skupinama.
- Komunikacija u većim skupinama teži tome da se usmjeri na jednog čovjeka (neslužbenog vođu).
- Ukupan broj ideja raste s veličinom skupine, premda ne i razmjerno povećanju broju članova.
- U većim skupinama svoje mišljenje mogu izraziti samo energični pojedinci, a u manjima svatko ima dovoljno prostora i širine za izražavanje svojih mišljenja.

²⁶⁶ <http://www.korak.com.hr>

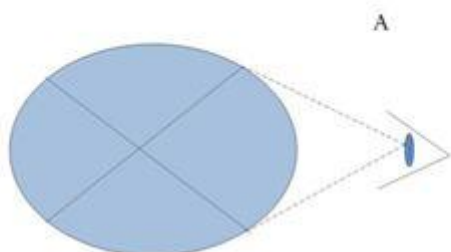
²⁶⁷ <http://www.korak.com.hr>

- Stvaralačke skupine, sastavljene od tri člana, brže su i jednako učinkovite u rješavanju konkretnih problema kao i skupine sastavljene od šest članova. One su ipak brže u rješavanju apstraktnih problema.

Prema istom izvoru optimalna veličina je tima od tri do šest ili najviše sedam članova. Naime velike se skupine teško organiziraju za učinkovit rad i zato imaju manje ideja. Zaključno bi se moglo ustvrditi da je u graditeljstvu bitna stručna i iskustvena komplementarnost. Imajući u vidu kompleksnost i dugotrajnost rada u graditeljstvu, nakon utvrđivanja početnog broja članova treba uspostaviti uspješnu komunikaciju, terminiranje i raspored poslova i zadataka te postaviti formalnu ili neformalnu hijerariju. Veličinu tima treba prilagoditi dinamici, obujmu i kompleksnosti radnih operacija.

6. Primjena metoda timskog rada u graditeljstvu

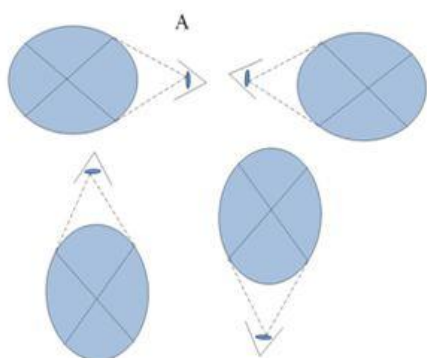
Već je konstatirano da se najveći broj radnih operacija u graditeljstvu može odvijati isključivo timskim radom. Iznimke od toga odnose se na neke visokostručne odnosno visokospecijalizirane poslove i zadatke kao što su: određeni projekti, nadzor nad izgradnjom i montaža pojedine specijalne opreme. U nastavku su navedene metode i posebne značajke pojedinih vrsta radova s posebnim naglaskom na timski rad..



Slika 1. Pojedinačni rad

Značajke pojedinačnog rada:

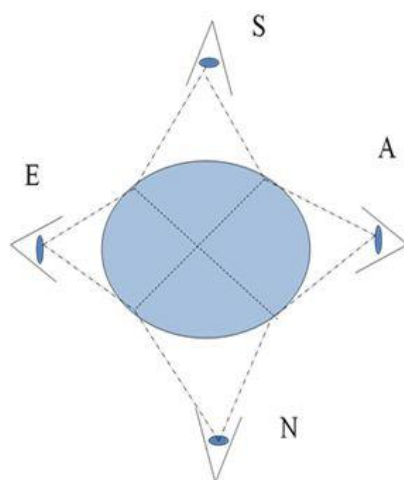
- ograničenje uskim specijalističkim znanjima
- može rješavati ono što zna
- rješenje je parcijalno
- kvalitetno rješenje osnovnog područja rada pogodno za rješavanje uskih područja rada.



Slika 2. Skupni rad pojedinaca

Značajke takovog rada su manje ili veće nezadovoljstvo korisnika, što se manifestira kroz:

- nepovezana specijalistička rješenja
- postojanje preklapanja, prekrivanja i neriješenih područja
- gubitak povjerenja u projektante, izvođače, instalatere, nadzor
- rješenja koje treba biti za više godina

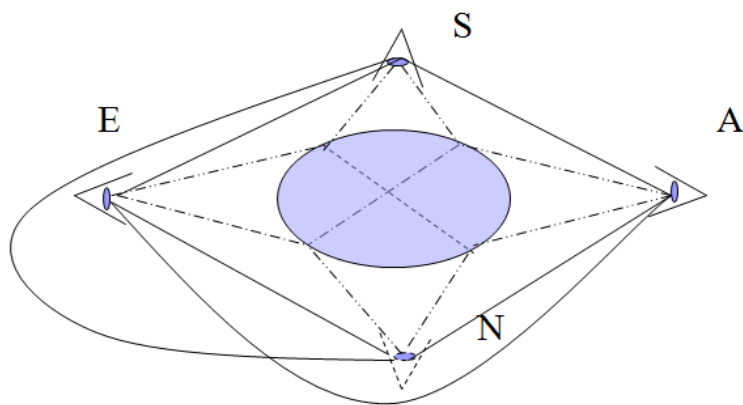


Slika 3. Skupni rad u projektantskom društvu sa skupinama projektanata

U skupnom radu skupina radi zajedno, ali svaka struka rješava svoje područje uz manje ili veće interakcije. Skupine mogu biti komplementarne projekne ili izvođačke.

Osnovne značajke su:

- Prema vrsti problema biraju se struke koje ih rješavaju.
- Podjela je preko projektnih zadataka.
- Svatko kvalitetno rješava svoj dio problema.
- Rješenja neujednačene kvalitete.
- Preklapanja i praznine u rješenju.



Slika 4. Timski rad

Prema slikama 3. i 4. može se uočiti bitna razlika između suradnje članova pojedinih skupina u odnosu na timskim rad. U timskom je radu veća interakcija, što omogućuje bolja rješenja kao plod djelovanja stručno i kvalitativno komplementernih članova. Članovi se tima svojim razlikama i nadopunjavaju te omogućuju sinergijske učinke tima. Sinergija se može proširiti upravo kvalitetnom komunikacijom. Kvaliteta tima se povećava međusobnim upoznavanje i otklanjanjem ostalih barijera. Uspješni timovi mogu povećati kvalitetu, osim tehnike i tehnologije, i promjenom organizacije i načina rada. Prema tome uspješan timski rad u graditeljstvu bitan je čimbenik povećanja kvalitete, dinamike i osobito proizvodnosti rada, a to sve bitno utječe na troškove.

7. Zaključak

Iz prethodnih razmatranja može se donijeti više zaključaka. Prije svega, treba imati u vidu posebne značajke građevinarstva i pojedinih vrsta građevinskih radova, kako bi se mogla utvrditi razina formalnosti tima. Osim toga posebno je važno analizirati osnovne pretpostavke za uspješan rad tima. Posebno je istaknuta moguća primjena određenih teorijskih pravila timskog rada i njihova aplikacija u građevinarstvu. Uspješan timski rad moguć je i uz uvažavanje prednosti i nedostataka osobito kod primjene u građevinarstvu. Na temelju prethodnih zaključaka kao bitan cilj ovog rada predložena su određena rješenja za oblikovanje timskog rada i moguće primjene u građevinskim djelatnostima.

8. Literatura

1. Adizes, I., *Kako riješiti krizu upravljanja*, Globus, Zagreb, 1989.
2. Berger, R., Borkel, W., *Grundwissen Betriebsorganisation*, Heyne, München, 1988.
3. Buble, M., *Primjena projektne organizacije*, Informator, Zagreb, 1979.
4. Buble, M., *Projektiranje organizacije*, Informator, Zagreb, 1976.
5. Van Gigch, *Aplied General Systems Theory*, Harper & Row, New York, 1978, prijevod na ruski, Mir, Moskva, 1981.
6. Naisbitt, J., Aburdene, P., *Megatrends Arbeitsplatz*, Heyne, München, 1989.
7. Wilcke, H., J., *Krisen Management für mittelständische und Kleinbetriebe*, Wilhelm Heyne Verlag, München, 1993.
8. Witt, F., J., und Witt, K., *Controlling für Mittel-und Kleinbetriebe*, DTV, München, 1993.
9. Wolf, J., (urednik), *Management-Handbuch*, Heyne, München, 1993.

10. Yaseen, L, C, *Izbor lokacije*, Knjiga Maynard, Industrijski inženjering, Privredni pregled, Beograd, 1973.

INTEGRITY OF INSURANCE PRODUCTS

INTEGRALNOST OSIGURATELJNIH PROIZVODA

Josip Ostojić

Autocesta Rijeka-Zagreb, Zagreb, Croatia

Autocesta Rijeka-Zagreb, Zagreb, Hrvatska

Abstract

The area of non-life insurance consists of more than one type of insurance which results in different insurance products. The distinction between different types of non-life insurance is presented. Each insurance product can be described using a data model. The paper describes data models of insurance products from a standpoint of shared and private entity types. A shared entity type is an entity type which exists in the intersection of two or more data models of certain insurance products. The data models of International Marine Insurance, Fire Insurance and insurance against some other risks are illustrated. The entity-relationship method is used for modelling. Information System Integration means building a unique database in which various program modules of certain insurance products access the same shared data tables. The percentage of shared and private entity types in comparison to the total number of entity types of a specific insurance product points to the degree of complexity and integrity of each insurance product.

Keywords

data model, entity type, non-life insurance, insurance product, ER diagram

Sažetak

Područje neživotnih osiguranja sadrži više vrsta osiguranja, što rezultira sa više različitih osigurateljnih proizvoda. Izložena je podjela vrsta neživotnih osiguranja. Svaki osigurateljni proizvod se može opisati modelom podataka. U radu se analiziraju modeli podataka osigurateljnih proizvoda s aspekta zajedničkih i vlastitih tipova entiteta. Zajednički tip entiteta je tip entiteta koji se nalazi u presjeku dva ili više modela podataka pojedinih osigurateljnih proizvoda. Za ilustraciju su prikazani modeli podataka za Osiguranje međunarodnog pomorskog kaska i Osiguranje imovine od požara i nekih drugih rizika. Za modeliranje je korištena metoda entiteti-veze. Integracija informacijskog sustava podrazumijeva izgradnju jedinstvene baze podataka u kojoj zajedničkim tablicama pristupaju različiti programski moduli pojedinih osigurateljnih proizvoda. Postotak zajedničkih i vlastitih tipova entiteta u odnosu na ukupan broj tipova entiteta pojedinog osigurateljnog proizvoda ukazuje na stupanj složenosti svakog osigurateljnog proizvoda i na stupanj integralnosti.

Ključne riječi

model podataka, tip entiteta, neživotna osiguranja, osigurateljni proizvod, E-V dijagram

1. Uvod

Postoji izuzetno puno kriterija temeljem kojih se vrši podjela osiguranja. Jedna od najprisutnijih podjela je podjela na skupine odnosno vrste osiguranja. Pri tome se pod vrstom osiguranja smatra osiguranje stvari ili osoba obuhvaćenih jednakim uvjetima osiguranja (Andrijanić, 2002). Europska Unija usvojila je direktive za rad osiguratelja pod nazivom SOLVENCY II, gdje su vrste osiguranja grupirane prema poslovnim linijama. Područje neživotnih osiguranja sadrži više vrsta osiguranja.

Svaka vrsta osiguranja ima svoj model podataka koji je specifičan za pojedinu vrstu. Modeli podataka se odnose na specifične vrste osiguranja, ali niz tipova entiteta je zajedničko nekima ili svim modelima osigurateljnih proizvoda. U radu se analiziraju modeli podataka osigurateljnih proizvoda s aspekta zajedničkih i vlastitih tipova entiteta.

U radu su kao primjer prikazani modeli DEV Osiguranje međunarodnog pomorskog kaska i DEV Osiguranje imovine od požara i nekih drugih rizika. Svi modeli podataka osigurateljnih proizvoda su tablično prikazani s podacima o broju vlastitih i zajedničkih tipova entiteta, a iz čega se može zaključiti na stupanj složenosti osigurateljnog proizvoda i na stupanj integralnosti.

2. Podjela osiguranja

Prema Zakonu o osiguranju²⁶⁸ poslovi osiguranja su sklapanje i ispunjavanje ugovora o neživotnom i životnom osiguranju, odnosno reosiguranju, osim obveznih socijalnih osiguranja. Dakle, osnovna i standardna podjela osiguranja je na:

- Skupine osiguranja
- Vrste osiguranja unutar skupina.

Skupine osiguranje dijele se na :

- Neživotna osiguranja
- Životna osiguranja.

Neživotna osiguranja dijele se na sljedeće vrste osiguranja:

01. osiguranje od nezgode
02. zdravstveno osiguranje
03. osiguranje cestovnih vozila
04. osiguranje tračnih vozila
05. osiguranje zračnih letjelica
06. osiguranje plovila
07. osiguranje robe u prijevozu
08. osiguranje od požara i elementarnih šteta
09. ostala osiguranja imovine
10. osiguranje od odgovornosti za upotrebu motornih vozila
11. osiguranje od odgovornosti za upotrebu zračnih letjelica
12. osiguranje od odgovornosti za upotrebu plovila
13. ostala osiguranja od odgovornosti
14. osiguranje kredita
15. osiguranje jamstva
16. osiguranje raznih financijskih gubitaka
17. osiguranje troškova pravne zaštite
18. putno osiguranje.

Na osnovi Zakona o osiguranju usvojena je podjela na skupine i vrste osiguranja, jer je prikupljanje i obrada statističkih podataka jedan od preduvjeta razvoja osigurateljnih proizvoda. Raspored vrsta rizika po skupinama i vrstama osiguranja propisuje nadzorno tijelo²⁶⁹. Na nižoj razini skupine i vrste osiguranja može se podijeliti na vrste rizika, a još detaljnije na statistička obilježja. Podjela na statistička obilježja je vrlo opširna i internoga karaktera za osiguravajuće društvo.

Zbog vrijednosti kapitala koji se nalazi u poslovanju financijskih institucija međunarodne organizacije su pristupile razradi određenih standarda, kako bi bolje i kvalitetnije kontrolirale poslovanja. Europska Unija usvojila je direktivu o zahtjevima o visini kapitala banaka, poznatu pod nazivom BASEL II. Analogno tome, usvojene su i direktive za rad osiguratelja pod nazivom SOLVENCY II.

²⁶⁸ Zakon o osiguranju, čl.3., Inženjerski biro d.d. Zagreb, 2008.

²⁶⁹ HANFA od 07.prosinca 2006. na temelju čl.3 st.5 Zakona o osiguranju

Tablica 1. Podjela osiguranja prema Solvency II

LOBs / Poslovne linije	Vrste osiguranja
Accident and health/ Osiguranje od nezgode i zdravstveno osiguranje	
<ul style="list-style-type: none"> • Health (long-term)/Zdravstveno osiguranje (dugoročno) • Workers' compensation/Nadoknade djelatnicima • Health (short-term)/Zdravstveno osiguranje (kratkoročno) • Health (other)/Zdravstveno osiguranje (ostalo) 	2, 21 2, 21 1, 21
Non life / Neživotna osiguranja	
<ul style="list-style-type: none"> • Motor, third party liability/Osiguranje automobilske odgovornosti • Motor, other classes/Osiguranje automobilskog kaska • Marine, aviation and transport/Pomorski i zračni kasko, kargo (transport) • Fire and other damage to property/Osiguranja imovine • Third-party liability/Osiguranja odgovornosti • Credit and suretyship/Osiguranje kredita i jamstava • Legal expenses/Osiguranje troškova pravne zaštite • Assistance/Putna i turistička osiguranja • Miscellaneous non-life insurance/Ostala neživotna osiguranja 	10 3 4, 5, 6, 7 8, 9 11, 12, 13 14,15 17 18 16

Solvency II – je zakonski okvir kojim se revidiraju dosadašnji zahtjevi za kapitalnom adekvatnošću osigurateljne industrije (Solvency I). Primjenjuje se na cijelu industriju, te postavlja nova, čvršća pravila i zahtjeve za kapitalnom adekvatnošću i procese upravljanja rizicima društava s ciljem smanjenja mogućnosti gubitka osiguranika, odnosno korisnika osiguranja i poremećaja na tržištu osiguranja²⁷⁰.

S ciljem praćenja poslovanja i izvještavanja nadležnih tijela, vrste osiguranja su grupirane prema poslovnim linijama (engl. LOB-line of business). Ta podjela se donekle može usporediti s podjelom prema predmetu osiguranja, ali je nešto detaljnija i prikazana je u Tablici 1. (izvor: HANFA). Druga razlika je izdvajanje osiguranja od nezgode u posebnu kategoriju, zajedno sa zdravstvenim osiguranjem (engl. accident and health). Sva ostale vrste neživotnih osiguranja su grupirane prema poslovnim linijama u kategoriju 'non-life'. Pripadnost pojedine vrste osiguranja određenoj poslovnoj liniji je definirana drugim stupcem tablice 1. gdje su navedene šifre vrste osiguranja koje pripadaju određenoj poslovnoj liniji.

U cilju kvalitetnijeg opisivanja modela osigurateljskih proizvoda i stupnja integralnosti modela podataka, potrebno je definirati određene pojmove.

Osigurateljni proizvod je rezultat uzajamnih potreba različitih subjekata u procesu osiguranja radi pružanja ekonomske zaštite od određenih opasnosti koje ugrožavaju imovinu i osobe (Bijelić, 2002). Zato osigurateljni proizvod može sadržavati jednu ili više vrsta osiguranja koje osiguratelj, putem odgovarajuće isprave – dokumenta, nudi ugovaratelju osiguranja. Svaki osigurateljni proizvod ima svoj model (procesa i podataka) i odgovarajući programski proizvod.

Integralni model podataka je jedinstven model podataka koji je unija modela podataka pojedinih osigurateljskih proizvoda i po kome se gradi jedinstvena baza podataka.

²⁷⁰ <http://www.hanfa.hr>

Zajednički tip entiteta je tip entiteta koji se nalazi u presjeku dva ili više modela podataka pojedinih osigurateljnih proizvoda.

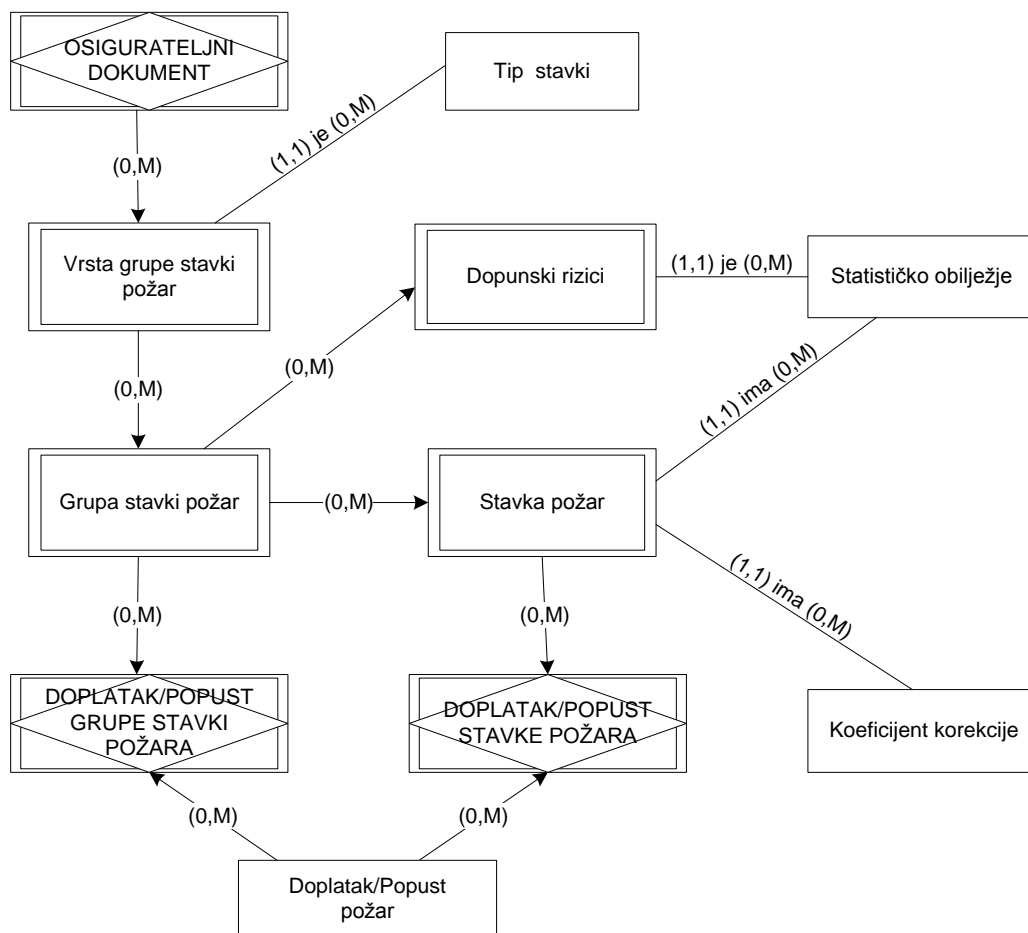
Vlastiti tip entiteta je tip entiteta koji pripada jednom i samo jednom osigurateljnom proizvodu.

3. Modeli osigurateljnih proizvoda

Iz vrste osiguranja koja se odnosi na Osiguranje od požara i elementarnih šteta ili poslovnu liniju Osiguranja imovine odabrano je za modeliranje Osiguranje imovine od požara i nekih drugih rizika.

Imovinska osiguranja daju pokriće osiguraniku za gubitak ili oštećenje materijalne imovine. Razlikujemo osnovne i dopunske rizike koji su pokriveni imovinskim osiguranjima. Rizik požara je osnovno imovinsko osiguranje koje ne obuhvaća samo rizike požara i eksplozije već i ostale rizike, kako rizike elementarne nepogode (vjetar, udar groma, oluje, tuče,) tako i rizike manifestacije, demonstracije, pada zračne letjelice, udara vlastitog ili tuđeg motornoga vozila u osigurani građevinski objekt itd. Prema tome, sam rizik požara u sebi obuhvaća paket imenovanih rizika ili opasnosti (Klobučar, 2007).

Na slici 1. prikazan je DEV Osiguranje imovine od požara i nekih drugih rizika.



Slika 1. DEV Osiguranje imovine od požara i nekih drugih rizika

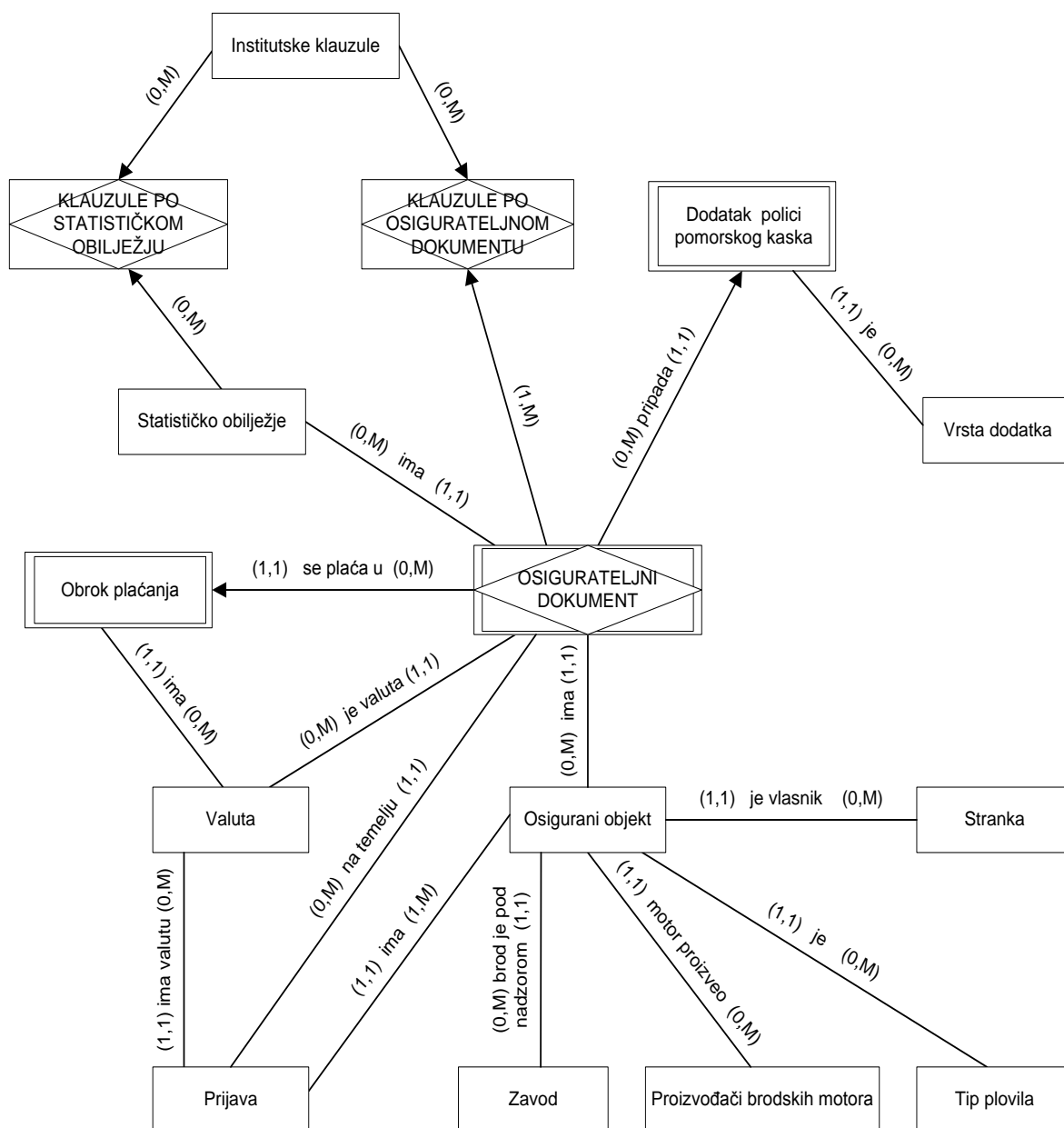
Iz vrste osiguranja koja se odnosi na Osiguranje plovila ili poslovnu liniju Pomorski i zračni kasko, kargo (transport) odabrano je za modeliranje Osiguranje međunarodnog pomorskog kaska.

Brod je temeljni element materijalne osnove plovidbenoga poduzetništva. Zbog toga se brod javlja kao element ugovornog odnosa u svim vidovima pomorskih osiguranja, neovisno o tome radi li se o osiguranju broda, vozarine ili tereta. U svim tim osiguranjima brod ima najveću važnost. Osiguranje

broda bitno je obilježeno činjenicom da se u okviru toga odnosa brod javlja kao osigurani predmet. Sve vrste plovih objekata mogu biti predmeti osiguranja.

Na slici 2. prikazan je DEV Osiguranje međunarodnog pomorskog kaska.

Koristeći metodu entiteti-veze mogu se modelirati i ostali osigurateljni proizvodi npr. za Osiguranje od automobilske odgovornosti (Ostojić, 2009). Na isti način mogu se modelirati i zajednički tipovi entiteta npr. Stranka (Ostojić, 2008) ili Osigurateljni dokument (Ostojić, 2010).



Slika 2. DEV Osiguranje međunarodnog pomorskog kaska

4. Zajednički tipovi entiteta

Za modele podataka Stranka, Osigurateljni dokument, Tarifni sustav i Doplatak-popust tablica 2. prikazuje ukupan broj tipova entiteta i broj zajedničkih tipova entiteta. Tipovi entiteta iz modela tarifnoga sustava, osigurateljnog dokumenta i stranke su zajednički tipovi entiteta za cijeli

informativni sustav neživotnih osiguranja. Tipovi entiteta iz modela za doplatke-popuste su zajednički tipovi entiteta za određeni broj osigurateljnih proizvoda iz skupine neživotnih osiguranja. U prvome stupcu tablice je naziv modela, a drugi stupac sadrži ukupan broj tipova entiteta koji se nalaze u navedenim modelima podataka. Treći stupac se odnosi na broj zajedničkih tipova entiteta.

Tablica 2. Zajednički tipovi entiteta

Naziv modela	Ukupan broj TE ²⁷¹	Broj ZTE ²⁷²
Stranka	16	16
Osigurateljni dokument	30	19
Tarifni sustav	10	10
Doplatak-popust	6	6

Može se kreirati tablica 3. koja prikazuje broj tipova entiteta po grupacijama (poslovnim linijama) za sve modele podataka osigurateljnih proizvoda.

Za neke grupacije, odnosno vrste osiguranja nisu načinjeni modeli podataka, pa nisu ni prikazani u tablici 3. To su sljedeće vrste osiguranja: 14 (osiguranje kredita), 15 (osiguranje jamstava), 16 (osiguranje raznih financijskih gubitaka), 17 (osiguranje pravne zaštite) i 18 (putno osiguranje), a ove vrste su prema podacima HANFA-e na tržištu Republike Hrvatske zastupljene manje od 5%.

U prvom stupcu tablice je kratica za naziv grupacije. Drugi stupac je naziv osigurateljnog proizvoda. Sljedeća tri stupca prikazuju redom: ukupan broj tipova entiteta, vlastiti broj tipova entiteta i broj zajedničkih tipova entiteta samo za taj osigurateljni proizvod. Posljednji stupac prikazuje postotak zajedničkih tipova entiteta u odnosu na ukupan broj tipova entiteta tog osigurateljnog proizvoda.

Tablica 3. Broj tipova entiteta za modele osigurateljnih proizvoda

Grupacija	Osigurateljni proizvod (OP)	Ukupan broj TE	Broj VTE ²⁷³	Broj ZTE	ZTE/TE*100 %
AO	Osiguranje automobilske odgovornosti	77	32	45	58,44
AK	Osiguranje automobilske kaska	56	4	52	92,85
PIK	Osiguranje međ. pomorskog kaska	57	12	45	78,94
	Osiguranje domaćeg pomorskog kaska i osiguranje brodica	60	7	53	88,33
	Osiguranje robe u prijevozu	57	12	45	78,94
IM	Osiguranje imovine od požara	54	2	52	96,29
	Osiguranje strojeva od loma	52	0	52	100,00
	Osiguranje stakla od loma	51	0	51	100,00
	Osiguranje kućanstva	61	16	45	73,77
	Osiguranje usjeva i nasada	61	10	51	83,60
ODG	Osiguranje od opće odgovornosti	52	7	45	86,53
ZDR	Zdravstveno osiguranje	58	12	46	79,31

²⁷¹ Tipovi entiteta.

²⁷² Zajednički tipovi entiteta.

²⁷³ Vlastiti tipovi entiteta.

NEZ	Osiguranje od nezgode	61	14	47	77,04
-----	-----------------------	----	----	----	-------

5. Zaključak

Područje neživotnih osiguranja ima veliki broj osigurateljnih proizvoda. Svaki osigurateljni proizvod ima svoj model (procesa i podataka) i odgovarajući programski proizvod. Model podataka je preduvjet za povezivanje i skup svih tako definiranih modela podataka je osnova za izgradnju modela integralnog informacijskog sustava prodaje neživotnih osiguranja i izgradnju jedinstvene baze podataka.

Modeli podataka osigurateljnih proizvoda imaju zajedničke i vlastite tipove entiteta. Količina zajedničkih tipova entiteta je mjera za integralnost informacijskog sustava. Postotak zajedničkih tipova entiteta u odnosu na ukupan broj tipova entiteta pojedinog osigurateljnog proizvoda ukazuje na stupanj složenosti svakog osigurateljnog proizvoda i na stupanj integralnosti.

Osiguranje od automobilske odgovornosti ima najmanji postotak zajedničkih tipova entiteta u odnosu na ukupan broj tipova entiteta odnosno 58,44%. Osigurateljni proizvodi u grupaciji imovinskih osiguranja (osiguranje strojeva od loma i osiguranje stakla od loma) imaju najveći postotak zajedničkih tipova entiteta. Modeli podataka za ova dva osigurateljna proizvoda imaju tipove entiteta koji su zajednički tipovi entiteta za cijeli informacijski sustav neživotnih osiguranja.

Zajednički tipovi entiteta se u procesu projektiranja preslikavaju u zajedničke tablice jedinstvene baze podataka. Ovim tablicama pristupaju različiti programski moduli pojedinih osigurateljnih proizvoda. Izrada odgovarajuće programske potpore za izdavanje polica neživotnih osiguranja u izravnoj je ovisnosti od stupnja integralnosti osigurateljnih proizvoda.

Za sve grupacije aritmetička sredina postotaka zajedničkih tipova entiteta je 66,371 %, pa možemo reći da je to i stupanj integralnosti osigurateljnih proizvoda. Zajednički tipovi entiteta olakšavaju projektiranje, skraćuju vrijeme razvoja i smanjuju troškove izgradnje integralnog informacijskog sustava.

Bilješke

1. Andrijanić, I., Klasić, K., *Tehnika osiguranja i reosiguranja*, Microrad, Zagreb (2002), ISBN 953-6286-55-6
2. Bijelić, M., *Osiguranje i reosiguranje*, Tectus, Zagreb (2002), ISBN 953-97026-5-8
3. Hoberman, S., *Data Modeling Made Simple*, Technics Publications, LLC, NJ 07720 USA (2005), ISBN 0-9771400-0-8
4. Klobučar, D., *Risk management i osiguranje*, Tectus, Zagreb (2007), ISBN 978-953-7512-00-2
5. *Zakon o obveznim odnosima*, Narodne novine, br. 35/2005 i 41/2008
6. *Zakon o osiguranju*, Inženjerski biro d.d. Zagreb (2008)
7. Ostojić, J.; Pavlić, M.; Mikulić, Ž., 'A Proposition for Client Data model in Insurance Company', Annals of DAAAM for 2008 & Proceedings of 19th International DAAAM symposium, DAAM International Vienna, Trnava (2008).
8. Ostojić, J., 'Model podataka automobilske odgovornosti', XVI Međunarodni znanstveni skup 'Društvo i tehnologija 2009', Zadar (2009).
9. Ostojić, J., 'Model podataka osigurateljnog dokumenta', XVII Međunarodni znanstveni skup 'Društvo i tehnologija 2010', Zadar (2010).

PUBLIC RELATIONS AND RELATIONS WITH THE MEDIA

ODNOSI S JAVNOŠĆU I ODNOSI S MEDIJIMA

Slavko Šimundić, Danijel Barbarić

*Faculty of Law, University of Split, Split, Croatia
Pravni fakultet, Sveučilište u Splitu, Split, Hrvatska*

Abstract

The role of public relations is often incorrectly linked to exclusively ensuring the desired publicity through means of public communication. The work of experts for public relations is equated to the work of mediators in relations with the media. In understanding the complex functions of public relations, the mistake of equating public relations with relations with the media is often made. In the last few years serious discussion has taken place in public relations and journalism, both at a normative and theoretical level. No one seriously hides the opinion that antagonism dominates between these two sides. The media are often a key source of information for the majority of multi-goal groups and that is why relations with the media are the most often used techniques in public relations. Building good relations with the media assumes knowledge of the media scene and the way certain media companies function – which editorial offices and which journalists are specialised in the area someone is dealing with, the deadlines for the preparation of programmes etc.

Key words

the public, relations, media, communicating

Sažetak

Uloga odnosa s javnošću često se pogrešno vezuje samo uz osiguranje željenog publiciteta u sredstvima javnog priopćenja, a djelatnost stručnjaka za odnose s javnošću se izjednačava s djelatnošću posrednika u odnosima s medijima. U razumijevanju složene funkcije odnosa s javnošću često se čini pogreška u izjednačavanju odnosa s javnošću i odnosa s medijima. U odnosima s javnošću i novinarstvu u posljednjih se nekoliko godina vodi ozbiljna rasprava, kako na normativnoj tako i na teorijskoj razini. Nitko ozbiljan ne krije mišljenje da između ovih dviju strana vlada antagonizam. Mediji su često ključni izvor informacija za većinu viših ciljnih grupa i zato su odnosi s medijima jedna od najčešće korištenih tehnika u odnosima s javnošću. Izgradnja dobrih odnosa s medijima podrazumijeva poznavanje medijske scene i načina funkcioniranja pojedinih medijskih kuća – koje redakcije i koji novinari su specijalizirani za oblast kojom se netko bavi, rokovi u kojima se pripremaju emisije itd.

Ključne riječi

javnost, odnosi, mediji, komuniciranje

1. ODNOSI S JAVNOŠĆU

Danas u literaturi postoji više vrsta upoarabljivih definicija pojma odnosa s javnošću. najučinkovitiji način da se započme razumijevati što su odnosi s javnošću definiranje je pojma.²⁷⁴

Američko udruženje za odnose s javnošću (Public Relations Society of America)²⁷⁵, 1982, istaklo je da odnosi s javnošću pomažu našem kompleksnom, raznolikom društvu u donošenju odluka i omogućuje mu da funkcionira efikasnije, na taj način što doprinosi postizanju međusobnog razumijevanja između institucija (organizacija) i njihova okruženja (ciljanih skupina).

²⁷⁴ Britanski institut za odnose s javnošću (kratica: IPR) definirao je odnose s javnošću kao svjesno planiranu i održivu aktivnost kojom se uspostavlja i održava međusobno razumijevanje između organizacije i njezine javnosti.

²⁷⁵ www.prsa.org

Njemačko društvo za odnose s javnošću (Deutsche Public Relations Gesellschaft)²⁷⁶ definiralo je kao svjesno, planirano i trajno nastojanje oko odnosa povjerenja između poduzeća, institucija ili osoba i njihove okoline. Odnosi s javnošću znači aktivno djelovati kroz informaciju i komunikaciju na konceptijskoj osnovi.

Za A. Barry u knjizi PR Power (2002.) odnosi s javnošću su:

1. Postizanje pozitivne uredničke pokrivenosti medijima
2. Proces privlačenja pozornosti javnosti u poduzeću
3. Aktivno rukovođenje komunikacijama
4. Primjena strategije i kreativnosti u pravljanju reputacijom
5. Povezivanje potencijalnim klijentima na seminarima, izložbama i sl. događajima
6. Odvođenje važnih klijenata i potrošača na ručak

Albert Oeckl (1964.) karakterizira odnose s javnošću kao svjesno planiranje i trajno nastojanje da se sagradi i njeguje međusobno razumijevanje i povjerenje u javnosti. Pojam odnosi s javnošću izražava tri stvari: rad u javnosti, rad za javnosti, rad s javnošću.

Definicija odnosa s javnošću kao vještinu kojom se – koristeći dosege komunikacije, psihologije i sociologije – utječe na stvaranje i jačanje pozitivnog imageda i ugleda poduzeća (institucije, pojedinca ili države) u javnosti te održavanju kvalitetni odnosi sa svim segmentima javnosti, radi vlastitog uspjeha, međusobnog razumijevanja i suradnje te sprječavanja ili neutralizacije nepovoljnog publiciteta.²⁷⁷

1. 1. ULOGE U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU

Američka udruga za odnose s javnošću (Public Relations Society of America-PRSA) obavila je 1993. godine izvješće temeljem kojega je moguće dobiti dodatni uvid što zapravo danas rade praktičari u odnosima s javnošću. PRSA je istražila funkcije i taktike koje danas obavljaju praktičari u odnosima s javnošću. Izvješće nam je dalo dodatni uvid u razlike u aktivnostima između:

- a) Tehničara početne razine
- b) Supervizora
- c) Menadžera
- d) Direktora i
- e) Izvršnog direktora

Izvješće sadrži puno detalja o vrsti dnevnih, tjednih i godišnjih aktivnosti koje se izvode na svakoj od pet profesionalnih razina. Većina studija pravi manju dramatičnu razliku, ograničenu na tehničare i menadžere.

Tehničari su u prvom redu angažirani na pisanju, istraživanju i razvoju načina pomoću kojeg će prenijeti poruku. Oni mogu pisati novinske priče, urediti bilten i dr.

Supervizori će vjerojatno raditi neke od tehničkih funkcija, ali primarna odgovornost supervizora je da tehničarima dijele posao, vode provedbu posla, podupiru napore tehničara, nadgledaju i koordiniraju rad više tehničara. I tehničari i supervizori mogu raditi s agencijom i zaključiti posao s osobljem koje obavlja slične funkcije.

²⁷⁶ www.dprg.de

²⁷⁷ v. Skoko Božo, Hrvatska (Identitet, image i promocija), Školska knjiga, Zagreb, 2009. god.

Menadžeri i izvršni dužnosnici znatno su više angažirani u strategijskom planiranju nego u provođenju plana. Planira se na obje razine, i na razini izvršnog menadžmenta i na razini odjela za odnose s javnošću.

Poradi što boljeg razumijevanja odnosa s javnošću G.Broom i brojni drugi autori istraživali su praksu odnosa s javnošću razlike u ulogama. Ta istraživanja prikazuju četiri uloge koje se mogu koristiti u predstavljanju razlika između aktivnosti koje PR-praktičari obavljaju.

1. Savjetnik
2. Pomoćnik u komunikacijama
3. Pomoćnik u procesu rješavanja problema
4. Komunikacijski tehničar

1. 2. ODNOSI S JAVNOŠĆU I ODNOSI S MEDIJIMA

Uloga odnosa s javnošću često se pogrešno vezuje samo uz osiguranje željenog publiciteta u sredstvima javnog priopćenja, a djelatnost stručnjaka za odnose s javnošću se izjednačava s djelatnošću posrednika u odnosima s medijima.

Tako npr., danas postoji posebna djelatnost press relations, čiji je osnovni cilj da privuče pozornost što većeg broja ljudi i sredstava javnog priopćenja radi širenja publiciteta na račun svojih klijenata.

S obzirom da isti cilj imaju i stručnjaci za odnose s javnošću, njihova se aktivnost nepravilno vezuje samo na pronalaženje načina i tehnike da bi se osiguralo što veće zanimanje javnosti i sredstava javnog priopćenja za pojedine osobe iz svijeta glazbe, filma, sporta te za različite događaje i manifestacije.

Poistovjećivanje djelatnosti public relations (odnosi s javnošću) i press relations (odnos s medijima) uvjetovano je povijesnom vezanošću ovih djelatnosti jer su se na samome početku razvoja djelatnosti odnosa s javnošću njome bavili najprije press agenti, tj. Posrednici u odnosima s tiskom.

Pored toga, zabunu često izazivaju i kadrovi koji su zaposleni u djelatnostima press relations, jer sebe nazivaju stručnjacima za odnose s javnošću, a svoju djelatnost proglašavaju za public relations. Time treba imati u vidu da su odnosi s javnošću znatno šira djelatnost u odnosu na odnose s medijima i da kreiranje publiciteta predstavlja samo jednu od aktivnosti stručnjaka za public relations, koji se pri tom ne koristi trikovima i etički ne opravdanim sredstvima.

2.0. MEDIJI I ODNOSI S MEDIJIMA

Mediji su često ključni izvor informacija za većinu viših ciljinih grupa i zato su odnosi s medijima jedna od najčešće korištenih tehnika u odnosima s javnošću (tzv. PR). Odnosi s medijima zahtjevaju visok nivo stručnosti kako biste u javnosti bili zapaženi na odgovarajući način i kako bi vaše poruke bile kredibilne. Što je vaša poruka i kome se obraćate, da li se izabrali prava način i sl.? Poželjno je izgraditi dobre odnose s novinarima i skrenuti pažnju na sebe onda kada je to potrebno.

Izgradnja dobrih odnosa s medijima podrazumjeva poznavanje medijske scene i načina funkcioniranja pojedinih medijskih kuća – koje redakcije i koji novinari su specijalizirani za oblast kojom se vi bavite, rokovi u kojima mediji pripremaju emisije ili novinu, kreiranje i održavanje lista medija, forme izražavanja, a upravo to ćete saznati u okviru ovog modula.

Modul je namijenjen glasnogovornicima organizacija, voditeljima pojedinih programa i odjeljenja koji kontakritaju s medijima, kao i onima koji organiziraju razne vrste javnih događanja.

Za početnike u odnosima s javnošću izuzetno je bitno proučiti:

- a) Odnose s medijima tj. ciljeve, metode i tehnike,
- b) Kako funkcioniraju mediji

- c) Novinarske forme te
- d) Kako uspostaviti dobre odnose s medijima

2.1. PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

Priopćenja su jedna od najčešće korištenih tehnika u odnosima sa medijima. Međutim, suprotno općem uvjerenju nisu uvijek najjednostavnija forma za prenošenje poruke. Da bi priopćenje dobilo vrijeme i prostor u medijima, morate poštovati način komunikacije u medijima koji se prvenstveno zasniva na prezentaciji novosti.

2.2. USPJEŠNI ODNOSI S MEDIJIMA

Dobri odnosi s medijima mogu pridonijeti strateškim ciljevima, poput:

1. Poboljšanja imidža kompanije ili marke proizvoda
2. Boljeg profita u medijima
3. Promjene stavova ciljane javnosti (npr. kupaca)
4. Poboljšanje odnosa sa zajednicom
5. Povećanje udjela u tržištu
6. Utjecaja na vlastitu politiku
7. Poboljšanje komunikacije s ulagačima i njihovim savjetnicima
8. Poboljšanje odnosa u industriji²⁷⁸

Da bi uspješno komunicirali s medijima, od djelatnika u odnosima s javnošću traži se da vode računa o četiri važne zadaće koje se ukratno mogu svesti na:

1. Utvrđivanje politike organizacije u odnosima s medijima
2. Planiranje izdavanja materijala za medije
3. Popisi medija za distribuciju materijala
4. Planiranje i organiziranje susreta s medijima

Odnosi s medijima ne trebaju biti obična serija ad hoc aktivnosti, nego jedan trajan program. Praktirači ukazuju da u praksi odnosa s medijima mogu postojati dvije krajnosti. Jedna krajnost sugerira da ima javnih djelatnika koji kontakte s medijima pozdravljaju, uživaju u tome što su poznati, pridaju najveću važnost posjetima medija i učiniti će sve da budu na raspolaganju. Druga krajnost sastoji se od onih koji će se nadugačko i naširoko ispričavati kako bi izbjegli susret ili čak i telefonski razgovor s novinarima. Vrlo je važno u odnosima s medijima postići ravnotežu.

Bespotrebno „udvaranje“ medijima može predstavljati problem ako se u tome ode predaleko, naročito ako se to čini radi postizanja kulta pojedinca. Također, nije mudro obratiti se medijima sugerirajući im da imate nešto zanimljivo za njih, a to ne možete opravdati sadržajem. S druge strane jednostavan susret sa novinarima, s kojima ima izgleda za buduću suradnju, dobrodošao je, a cilj mu je da ga mediji uvažavaju ako im se pruži prilika da iznese svoje mišljenje.

Zbog stalnog sukoba interesa, odnos između novinara i djelatnika za odnose s javnošću odnos je suparništva, odnosno između njih vlada tzv. dinamična napetost. Takav odnos utjecao je na razvoj smjernica za dobre odnose s medijima. One se mogu realizirati ako djelatnici odnosa s javnošću poštuju nekoliko temeljnih načela kao što su: govoriti otvoreno, biti na usluzi, ne treba ni moliti ni kудiti, ne smije se tražiti da se priča zataji, i nije dobro zasipati medije informacijama.²⁷⁹

²⁷⁸ Theaker, Alison, *The Public Relation Handbook* Routledge, 2004.

²⁷⁹ Skoko, Božo, *Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću*, Millenium promocija, Zagreb, 2006. god. str. 191.

ZAKLJUČAK

U današnje vrijeme potrebno je imati učinkovitu i prikladnu komunikaciju s drugim osobama. U komunikaciji s drugima potrebno se voditi vještinama govorne komunikacije, kao što je: kvalitetna upotreba jezika i bogat vokabular, razumijevanje prirode i izvora anksioznosti u govoru, učenje vokalnih principa učinkovitog govora, učenje neverbalnih principa učinkovitog govora, korištenje vizualnih pomoćnih sredstava kako bi se razjasnila verbalna poruka.

Danas je jako bitno razumijeti medije, te izgraditi dobre odnose s medijima. Možemo zaključiti da dobri odnosi s medijima mogu pridonijeti strateškim ciljevima kao što je poboljšanje imidža firme ili marke proizvoda i sl. Nije poželjno bespotrebno se „udvarati“ medijima, već treba govoriti otvoreno, biti na usluzi, ne moliti i ne kудiti, te pokušati ostvariti harmonijski odnos pun poštovanja.

LITERATURA

1. Balle, Francis, Moć medija – mandarin i trgovac, Clio, Beograd, 1997. god.
2. Black, Sam, Odnosi s javnošću, Clio, Beograd, 1997. god
3. Skoko Božo, Hrvatska (Identitet, image i promocija), Školska knjiga, Zagreb, 2009. god.
4. Skoko, Božo, Priručnik za razumijevanje odnosa s javnošću, Millenium promocija, Zagreb, 2006. god.
5. Šimundić, Slavko; Franjić, Siniša, Komunikacije i komunikacijske vještine (skripta), Sveučilište u Splitu, Pravni fakultet Split, 2010.
6. Theaker, Alison, The Public Relation Handbook Routledge, 2004.
7. Vuković, Joško, Komunikacijske vještine, odnosi s javnošću i medijski nastup, završni rad, Specijalistički diplomski stručni upravni studij, Sveučilište u Spltu, Pravni fakultet Split, 2011. god.

VERBAL COMMUNICATION AND NEGOTIATION IN DIPLOMATIC RELATIONS

NEVERBALNA KOMUNIKACIJA I PREGOVORI U DIPLOMATSKIM ODNOSIMA

Filip Matošić

Abstract

Diplomatic relations are sensitive area in foreign policy of each country. Their sensitivity is manifested primarily in the interpersonal relationships that are present in diplomacy, and then in the interstate relations, which require the same from people; wisdom, experience, knowledge of different areas, fast locking, composure and subjectivity. Diplomats in their interaction with other diplomats must skillfully, quickly and correctly come to conclusions about who is what, what's on his mind and what his intentions are. For such a job a person in itself

Sažetak

Diplomatski odnosi, osjetljivo su područje svake, vanjske politike neke države. Njihova osjetljivost očituje se prvenstveno u međuljudskim odnosima koji su prisutni u diplomaciji, a potom u međudržavnim odnosima koji od tih istih ljudi iziskuju: mudrost, iskustvo, znanje različitih područja, brzo zaključavanje, staloženost i subjektivnost. Diplomata u svojoj interakciji sa drugim diplomatima mora vješto, hitro i ispravno donositi zaključke o tome tko je kakav, što mu je na pameti i kakve su mu namjere. Za takav posao čovjek u sebi treba imati tri srodne discipline, u

must have three related disciplines, in our surrounding unfortionally under-studied, which are essential to survive in diplomatic circles. The first of them is non-verbal communication which says more to us through their "codes" than mere words. In fact, no one will come to you openly and say what he/she thinks about you and the country that you represent, and perhaps they will, just as these words will not be sincere and it will contain words "Well," "may," "if", etc. as non-verbal communication "reads " as the "code" for negation and refusal. Diplomacy is closely related to the negotiations, second discipline that is required from negotiator, as to negotiate default terms in favor of their country, while at the same time not damaging or offending other side, which would lead to a cooling in diplomatic relations with a particular state. As a third remained discipline are diplomatic relations that makes the whole of this triplet, the discipline in which the person who represents his country and outside its borders. Nonverbal communication, as a discipline and science, is never used enough in interpersonal and human relations, which are ahead of all other relationships, including diplomacy, its contribution to the people through various aspects. This research paper is to show the non-verbal communication as a tool in diplomatic relations.

Keywords

Diplomacy, non-verbal communication, interpersonal communication

nas, nažalost, nedovoljno proučavane, a koje su bitne da bi opstali u diplomatskim krugovima. Prva od njih je neverbalna komunikacija koja nam putem svojih "kodova" govori više od pukih riječi. Naime nitko Vam otvoreno neće prići i reći što misli o Vama i državi koju predstavljate, možda i hoće; samo što te riječi neće biti iskrene u sebi će sadržavati "pa", "možda", "ako" itd. što neverbalna komunikacija "čita" kao "kod" negacije i neprihvatanja. Diplomacija je usko vezana uz pregovore, drugu disciplinu koja od pregovarača traži da što je bolje moguće izpregovara zadane uvjete u korist svoje države a da pritom ne ošteti ili ne uvrijedi drugu stranu što bi dovelo do zahlađenja diplomatskih odnosa s pojedinom državom. Kao treća disciplina ostaju diplomatski odnosi koji čine cjelinu ovoga trojstva, disciplina u kojoj se nalazi osoba koja predstavljau svoju državu unutar i van njezinih granica. Neverbalna komunikacija, kao disciplina i znanost, nikada dovoljno upotrebljena u interpersonalnim i međuljudskim odnosima, koji su ispred svih drugih odnosa, pa tako i diplomacije, svoj doprinos daje ljudima kroz razne aspekte. Ovim znanstvenim radom želim prikazati kakav je alat neverbalna komunikacija u diplomatskim odnosima.

Ključne riječi

Diplomacija, neverbalna komunikacija, interpersonalan komunikacija

Diplomacija ima višestruko značenje, no svima je poznata kao zadiranje u odnos dviju država na vanjskopolitičkom planu. Diplomacijom se koristimo u svakodnevnom životu, kada želimo biti fini i reći ono što mislimo, premda to nije ono što bi naš sugovornik želio čuti. Diplomacija u vanjskopolitičkim odnosima je vrlo osjetljiva, stoga zahtjeva: stalozhenost, promišljenost, intuitivnost i komunikativnost. Kako bi došli do kvalitetne diplomatske komunikacije, osobe uključene u diplomatske odnose trebaju imati razvijene sljedeće vještine, koje olakšavaju diplomatsku komunikaciju. Interpersonalnu komunikaciju, neverbalnu komunikaciju, poslovno pregovaranje, iskonsko saznanje težine i značenja diplomacije.

Interpersonalna komunikacija je početak svih komunikacija. Komunikacija se odvija unutar čovjeka. Ista osoba je emiter i receptor, ista osoba je na oba dva kraja komunikacije. Kada razgovaraju dva čovjeka, istovremeno se odvijaju barem tri procesa komunikacije: svaki od njih *komunicira sam sa sobom, sa svojim mislima*, a uz to se odvija i *međusoban razgovor*. Dok razmišljamo mi zapravo komuniciramo unutar sebe. Premda ne govorimo glasno, niti izražavamo neverbalne poruke, komunikacija se odvija unutar nas. Ako interpersonalna komunikacija koja se odvija unutar nas, nije u skladu s izrečenim, naše poruke verbalne i neverbalne postaju nepouzdanе za receptor. Stoga ono što

promišljamo i razmišljamo unutar sebe mora biti u skladu sa izrečenim, kako u verbalnoj tako i u neverbalnoj komunikaciji. Na taj način smo cjelovita osoba u komunikaciji, u suprotnom dolazi do razilaženja promišljenog i izrečenog, jednom riječju čovjek u komunikaciji mora biti što spontaniji a opet promišljen i pripremljen kako komunikacija koju vodi ne bi ličila na: zastajkivanje, zamuckivanje, čitanje natuknica, češkanje, osvrtnje i sve ono što nas može dovesti u položaj neozbiljnog i nesavjesnog komunikologa.

Neverbalna komunikacija je veći dio komunikacije uopće. Tjekom verbalne komunikacije svaka osoba svojim glasom, odjevanjem, gestama, mimikom, iznosi svoje impresije stečene o svome sugovorniku. Diplomatska komunikacija je “najplodnije tlo” za korištenje neverbalne komunikacije, stoga što neverbalna komunikacija iz svakog “izvlači” ono što on uistinu misli. Tako primjerice, ako pilikom verbalne komunikacije u svojem sugovorniku primjetite: meškoljenje, zabrinuto lice, češkanje ili bilo koje druge geste koje ukazuju na neslaganje sa vašim iznjetim stavovima i željama, moći će te primjeniti drugu strategiju diplomatske komunikacije, koja će Vas dovesti do željenog cilja. Vrijeme i mjesto također igraju veliku ulogu u diplomatskim odnosima, stoga ako ste pozvani u vrijeme koje odgovara samo Vašem sugovorniku znati će te da ste “na tankom ledu”. Sugovornik Vam nije dao mogućnost odabira vremena, ista je situacija sa mjestom, ako Vam je mjesto nametnuto morate se prilagoditi ambijentu, bez obzira koliko Vam se sviđao ili ne morate održati pribranost i nepokazivati nezadovoljstvo, kojim se lako može koristiti Vaš sugovornik.

Pregovaranje je jedna od najstarijih ljudskih aktivnosti kojom se ljudi koriste u privatnoj i poslovnoj interakciji s drugima, a da nisu sigurni koriste li se njime na ispravan način. Izučavanje pregovaranja u znanstvenim sferama je, nažalost, započelo relativno kasno, jer da tome nije tako, možda neki od sukoba današnjice ne bi eskalirali u tolikoj mjeri. U suvremeno doba pregovaranje se smatra univerzalnim procesom i kao takvo primjenjivo je u mnoštvu različitih životnih situacija. Ipak, nije pravilo da se svi ljudi, a ponekad i države ili poslovne organizacije, koriste pregovorima kao alatom za rješavanje raznih situacija, već pribjegavaju nasilju ili prijjetnjom sile kako bi dobili ono što žele. Trgovina kao osnovni oblik ekonomske razmjene u određenom povijesnom trenutku, zamijenilo je otimanje i pustošenje te učinilo ljudsku vrstu bitno različitom od životinja. Neizbježno, trgovanje je stvorilo humani fenomen pregovaranja kao suprotnost tiraniji u kojoj uvijek netko želi nešto u zamjenu nizašto i koji ne priznaje potrebu za dobrovoljnim pristankom druge osobe prije negoli se dobije ono što se želi. No, još i danas se susreću ljudi koji pregovaranje doživljavaju kao nepošten proces u kojem jači uvijek dobiva, a slabiji neminovno gubi. Ta se slika o poslovnim pregovorima stvorila iz jednostavnog razloga, što ljudi nedovoljno proučavaju vještine poslovnog pregovaranja i kao takvi, nespremni ulaze u pregovore i gube. Naime, za vođenje kvalitetnih poslovnih pregovora potrebno je uz neprekidno proučavanje nove literature poslovnih pregovora bit u vječitoj kondiciji koju stječemo upotrebom vještine pregovaranja u krugovima ljudi za koje znamo da nam neće nauditi i iskoristiti naše slabosti u vježbanju pregovaranja. Konačni rezultat pregovora nikada nije predodređen i često puta dobro pripremljen i iskusan pregovarač može nadjačati svojeg protivnika koristeći se upravo njegovim oružjem u ostvarenju vlastitih ciljeva. Ipak, da ne bi idealizirao stanje, ukazujem i na činjenicu da se u stvarnom životu, bilo privatnom ili poslovnom, javljaju prilike kada smo zbog ostvarenja vlastitih ciljeva primorani pregovarati s kompliciranim i po naravi ili ponašanju neugodnim ljudima. U ovakvim situacijama opravdava se principijelan pristup pregovaranju i nastojanje za zadovoljavanjem potreba druge strane, ali bez ugrožavanja temeljnih vlastitih interesa. Kako se u pregovaranju susrećemo s različitim situacijama, tako su i za poslovne pregovore utvrđene različite definicije, meni jedna od dražih je: „Proces putem kojega iznalazimo uvjete za dobivanje onoga što želimo od nekoga tko želi nešto od nas”.

Istraživači ovog područja općenito u pristupu rješavanja konfliktnih situacija identificirali su dva opća procesa: integrativni i distributivni koji obično vode k različitim konačnim ishodima pregovora. Riječ “integrativni” odnosi se na okupljanje ili ujedinjavanje u jednu cjelinu. Integrativno pregovaranje, kasnije popularno nazvano “win-win” pristupom, odnosi se na proces diskusije putem kojega se dolazi do sporazuma, koji zadovoljavaju obje ili više strana pregovarača. Drugi proces je distributivan

u svojoj naravi. Distributivno pregovaranje obično na konkurentski način dijeli raspoložive resurse. Nekooperativne ili nametnute taktike mogu, i obično dovode, do “win-lose” ishoda, u kojem jedna strana ostvaruje svoje ciljeve na račun druge strane, koja neminovno gubi. Isključivo je i pomisliti da se poslovni pregovori svode na samo ova dva opća procesa poslovnog pregovaranja u kojima je očito tko dobiva a tko gubi. U nastavku ovoga rada pokušati ću navesti i objasniti neke od situacija u kojima se znaju naći pregovarači i koje nisu očite, te se u njima ne znaju snaći i čine pogreške otkrivajući svoje namjere suparničkom pregovaraču. Važno je reći, kao što poslovni pregovori imaju dva opća procesa integrativan i distributivan, tako se i pregovarači mogu podijeliti u dvije osnovne skupine crveni i plavi, no kako sam već spomenuo u pregovorima nije sve „crno-bijelo“ pa stoga imamo jednu vrlo važnu skupinu pregovarača prikriveni crveni pregovarači. Osnovne karakteristike crvenih pregovarača su agresivnost, prikrivenost i uzimanje nečega ni za što, za razliku od njih plavi pregovarači su podložni, uvjerljivi i razmjenjuju nešto za nešto drugo dok prikriveni crveni pregovarači imaju sve karakteristike crvenih pregovarača a prikazuju se kao plavi pregovarači. Kroz ovu podjelu pregovarača lako je zaključiti kako plavi pregovarači teže postizanju „win-win“ ili integrativne situacije dok je crvenim pregovaračima draža „win-lose“ ili distributivna situacija. Prikriveni crveni pregovarači težiti će postizanju „win-lose“ ili distributivne situacije ali na način da u toku pregovora i do samoga kraja ne ćemo toga biti svjesni. Iz ovog šturog uvoda u vještine poslovnog pregovaranja vidljivo je da postoji više mogućih situacija pa tako i konačnih rezultata samih pregovora. Također treba navesti da u vještinama poslovnih pregovora veliku ulogu igraju vrijeme i mjesto održavanja samih poslovnih pregovora koji su nerijetko ključni čimbenik rezultata poslovnih pregovora. Također treba naglasiti kako je vrlo bitno paziti na osoban stil i držanje prilikom ugovaranja samih poslovnih pregovora, s toga što ljudi iz prvoga dojma vuku utiske o vama.

Diplomacija je najsloženija vrsta komunikacije, kada se dva posve različita stajališta glede nekoga subjekta, razmatraju širokim pristupom sudionika i obilatim razmjenom argumenata, dokaza. Sudionici nastoje braniti svoj stav, svoje poglede i odnose prema subjektu, potiskujući stajalište i odnos suparnika, u polemici. Stajališta se bruse snagom i brojem argumenata glede temeljnoga subjekta polemike i izbjegava se osobno vrijeđanje suparnika i nedolična atribucija protivnika, izvan temeljnoga polja sadržaja diplomacije. Složenost i delikatnost diplomacije pokazuje da je, općenito u javnom prostoru, na javnoj sceni, vrlo malo vrsnih diplomata, polemičara, erudita s naglašenom etikom uz motive polemike, u profilu komunikatora, poglavito sudionika diplomacije. Komunikacijske varijacije u ime vještina kao vrline! U relaciji s ljudima treba vladati egzaktnim znanjima u ime mogućnosti da ih uvjerimo u vrijednost i korist stajališta koja zastupamo. U takvom pristupu treba vladati argumentima koji su svima sudionicima u komunikaciji poznati, a time i bliski. Takvi argumenti su i najbolje vezivno tkivo za sve ostale oblike i razine u komunikaciji koja proširuje spoznaje i pridonosi novim opsezima i značajkama komunikacijskih dostignuća.

Davno, u antičko vrijeme, je Aristotel (Trakija, 384. pr. Kr. - Halkida, 322. pr. Kr.), starogrčki filozof, isticao da govor ne smije biti „predavanje“ i ne smije nametati novo znanje na koje ljudi nisu spremni, nego ih treba poticati zanimanjem za nove spoznaje „iz sebe“ a ne „iz vana“.

Diplomata mora biti vješt, znati razmjenjivati misli i iskustva s manje iskusnim ljudima, s pukom, različitim od njega osobno. Dakle, slušateljstvo i varijacije pristupa i odnosa s njim, je osobito važno u komunikaciji.

Sve naznačeno nas podsjeća da je komuniciranje temeljni socijalni proces koji omogućava nastajanje, funkcioniranje i kontinuitet društvenih zbivanja i pratećih nastajućih vrijednosti. Komunikacijska poruka sadrži:

Kognitivne (Kognitivna psihologija je znanost koja je usmjerena na otkrivanje psihičkih procesa koji se nalaze u osnovi ponašanja, unutarnjih mentalnih stanja, primjerice vjerovanja, želje i motivacije) i emocionalne elemente, a u prenošenju informacija su uvrštene i tehničke, semantičke (značenja izražena u jeziku, kodu, šifri, ili nekom drugom obliku predstavljanja) i empatijske vrijednosti.

Budući da je u dvosmjernom prenošenju informacije, na relaciji šiljalatelj – primatelj, najčešća pojava „buke“ kao smetnje u primanju i poimanju volumena odaslane informacije, šiljalatelj mora uvoditi

redundanciju, mora ponavljati signal, simbol, znak poruke, da bi se, ponavljam, sve uspjelo razumjeti ispravno u punoči željenoga smisla.

Kada se objedine ove tri znanstvene grane tvori se osoba sposobna kvalitetno voditi diplomatske odnos sa drugim državama i unutar same države, a da pri tom ne šteti sebi i svojim sugovornicima u diplomatskim odnosima.

MANAGEMENT OF CRISIS COMMUNICATION IN TOURISM

UPRAVLJANJE KRIZNOM KOMUNIKACIJOM U TURIZMU

Mario Plenković¹, Vlado Galičić², Vlasta Kučič³, Daria Mustić¹

Department of Communication Science, Faculty of Graphic Arts, University of Zagreb, Zagreb, Croatia¹;

Faculty of Tourism and Hospitality Management, University of Rijeka, Opatija, Croatia², Faculty of Arts, University of Maribor, Maribor, Slovenia³

Katedra za komunikologiju, Grafički fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska¹; Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Opatija, Hrvatska²; Filozofski fakultet, Sveučilište u Mariboru, Maribor, Slovenija³

Abstract

Authors are basing management of crisis communication in tourism on strategic model structural holistic analysis and theoretical principles of crisis communication management practices in communication management. Advocating a thesis for a systematic model and strategic management of crisis communications in tourism (tourism management communication), the paper carries an explication of the problem and redefines the basic theories and models on managing crisis communications in tourism. The goal of crisis communication management in tourism, for the authors, is a purposeful daily holistic synthetic sublimated communicative management of work and crisis touristic processes (hardware and software) at all levels of global, regional, national and local touristic management communication. Management of crisis communications in tourism, authors are basing and proving through six initial hypothetical assumptions: (H1) Crisis communication management in tourism is a new development process of control computerization, communication, tourism and media digitization in terms of use of new media technologies and knowledge about managing crisis communication; (H2) For the effective managing of crisis communication in tourism, it is necessary

Sažetak

Upravljanje kriznom komunikacijom u turizmu autori temelje na strateškim modelskim strukturalnim holističkim analizama i teorijskim zakonitostima upravljanja kriznom komunikacijom u praksi komunikacijskog menadžmenta. Zagovarajući prolegomenu za sustavno modelsko strateško upravljanje kriznom komunikacijom u turizmu (komunikacijski turistički menadžment) u radu se problemski provodi eksplicacija i redefiniranje temeljnih teorija i modela o upravljanju kriznom komunikacijom u turizmu. Cilj upravljanja kriznom komunikacijom u turizmu za autore rada je svrhovito svakodnevno holističko sintetsko sublimirano komunikativno upravljanje radnim i kriznim turističkim procesima (softwer i hardwer) na svim razinama globalne, regionalne, nacionalne i lokalne upravljačke turističke destinacijske komunikacije. Upravljanje kriznom komunikacijom u turizmu autori temelje i dokazuju kroz šest polaznih hipotetskih pretpostavki: (H1) Upravljanje kriznom komunikacijom u turizmu je novi razvojni proces upravljačke informatizacije, komunikacije i medijske turističke digitalizacije s aspekta upotrebe i korištenja novih spoznaja i medijskih tehnologija o upravljanju kriznom komunikacijom; (H2) Za učinkovito upravljanje

to have effective education and training of tourist destination management (management of human resources) for the effective management of new information, media and communications technologies in tourism, (H3) Implementation of new destination management model of crisis communication in tourism should be obligatory on all levels of management in tourist destinations, (H4) Can we establish a rational destination management function "Crisis communication management in tourism" (as a continuous and evolving strategic communicative control function), (H5) Crisis communication management in a converging media destination environment is a continuous conjunctive (approaching) or disjunctive (drift) communication destination management process of crisis communication in tourism, (H6) Managing crisis communication in tourism is the communicative function of the dominant strategy of each crisis communication management (convergent / divergent diversity) in determining the number and conflicting relationships in tourism (personal, group, cultural, religious, sporting, political, economic, local, national, regional and global interests). In the final synthetic elaboration, authors warn and conclude that the new management model of crisis communication in tourism is realized as a "communicative crisis management of the third dimension."

Key words

tourism, communication, management, communication management, tourist destination, crisis communications

destinacijskom kriznom komunikacijom u turizmu nužna je učinkovita edukacija i osposobljenost destinacijskog turističkog menadžmenta (menadžment ljudskih komunikativnih potencijala) za učinkovito upravljanje novim informacijskim, medijskim i komunikacijskim tehnologijama u turizmu; (H3) Implementacija novih destinacijskih modela upravljanja kriznom komunikacijom u turizmu mora biti obligatorna na svim razinama menadžmenta u turističkim destinacijama; (H4) Možemo li uspostaviti racionalnu destinacijsku upravljačku funkciju „Krizni komunikacijski menadžment u turizmu“ (kao strateška evolutivna i kontinuirana komunikativna upravljačka funkcija); (H5) Upravljanje kriznom komunikacijom u konvergentnom medijskom destinacijskom okruženju je kontinuirani konjunktivni (približavajuć) odnosno disjunktivni (udaljavajući) komunikacijski destinacijski proces upravljanja kriznom komunikacijom u turizmu ; (H6) Upravljanje kriznom komunikacijom u turizmu je komunikativna funkcija dominantnih strategija svakog kriznog komunikacijskog menadžmenta (konvergentno/divergentne različitosti) u suočavanju i odmjeravanju brojnih konfliktnih suprostavljenih odnosa u turizmu (osobni, grupni, kulturni, vjerski, športski, politički, gospodarski, lokalni, nacionalni, regionalni i globalni interesi); U zaključnom sintetskom elaboriranju autori rada upozoravaju i zaključuju kako se novi model upravljanja kriznom komunikacijom u turizmu ostvaruje kao „komunikativna upravljačka krizna dimenzija trećeg«.

Ključne riječi

turizam, komunikologija, upravljanje, komunikacijski menadžment, turistička destinacija, krizno komuniciranje

EFFICIENCY AND EFFECTIVENESS OF MANAGEMENT KNOWLEDGE AND ITS COMPETENCE

EFIKASNOST I UČINKOVITOST MENADŽMENTA ZNANJA I NJEGOVIH KOMPETENCIJA

Igor Rosić

Abstract

The paper is starting from the scientific assumption that the performance, efficiency and effectiveness of management knowledge and its competence is the fundamental factor of development of each organization. Efficiency and effectiveness of the educational processes interconnected terms, which depend on many factors (knowledge, skills, human potential, craft work, organization, structure, environment, strategy, goal, time, space, technology, labor, etc.), which we observed with the help of role and task of communication and interpersonal relations in educational work. The basic factors of the effectiveness and efficiency of management are knowledge and competence. Knowledge is the human potential which is systematically created, but also manifested through abilities. Competence and knowledge management based on competence is considered in the context of European and global changes. Work is focused on the discovery of theoretical competence of management based on three contemporary approaches to competence; behavioristic, constructivistic and holistic. The established similarities and differences indicate a tendency of interpreting competence and knowledge from the perspective of a significant "human capital" in the context of contemporary demands towards management.

Keywords

efficiency, effectiveness, management, knowledges, competence

Sažetak

U radu se polazi od znanstvene pretpostavke da je uspješnost, efikasnost i učinkovitost menadžmenta znanja i njegovih kompetencija temeljni čimbenik razvoja svake organizacije. Efikasnost i učinkovitost odgojno-obrazovnog procesa su međusobno povezani pojmovi koji ovise o mnogim čimbenicima (znanju, sposobnostima, ljudskom potencijalu, umijeću rada, organizaciji, ustrojstvu, okruženju, strategiji, cilju, vremenu, prostoru, tehnologiji rada itd.), koje smo sagledali pomoću uloge i zadatke komunikacije i međuljudskih odnosa u odgojno-obrazovnom radu. Osnovni činitelji učinkovitosti i efikasnosti menadžmenta su znanje i kompetencije. Znanje je ljudski potencijal koji se sustavno stvara, ali i očituje preko sposobnosti. Kompetencije i znanja menadžmenta temeljeno na kompetencijama razmatraju se u kontekstu europskih globalnih promjena. Rad je usmjeren na otkrivanje teorijske kompetencije menadžmenta temeljen na tri suvremena pristupa kompetenciji: bihevioristički, konstruktivistički i holistički. Ustanovljene sličnosti i razlike ukazuju na tendenciju tumačenja kompetencije i znanja iz perspektive značajnog « ljudskog kapitala » u kontekstu suvremenih zahtjeva prema menadžmentu.

Ključne riječi

efikasnost , učinkovitost, menadžment, znanje, kompetencija

SUVREMENI MENEDŽMENT- IZAZOV ZA OSNOVNE I SREDNJE ŠKOLE

MODERN SCHOOL MANAGEMENT – CHALLENGES FOR PRIMARY AND SECONDARY SCHOOLS

Linda Juraković, Nevenka Tatković¹

*Visoka poslovna škola Višnjan, Višnjan, Hrvatska; Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, Hrvatska¹
Business College Višnjan, Višnjan, Croatia; University of Juraj Dobrila, Pula, Croatia¹*

Abstract

The authors address the issue of the position of primary and secondary schools in the light of modern concepts of management. The authors transform the traditional role of primary and secondary schools as the place in which the prescribed education and training process is implemented, into the role of a social entity which communicates with all the other social segments and processes, which is why these schools require a modern, team-based and socially acknowledged management. In this paper, management refers to an expert team lead by a headmaster, based on the principles of interdisciplinarity and transdisciplinarity. Their theses are applied in the practice of a smaller local community. The aim of the research was to review the competences of primary and secondary school headmasters in the area of school and school climate management using scientific research methods.

Key words

Managemnt, school, students

Sažetak

Autori problematiziraju poziciju osnovne i srednje škole u svijetlu suvremenih shvaćanja menadžmenta. Tradicionalnu ulogu osnovnih i srednjih škola koju označavaju kao mjesto izvršenja zadanog odgojno-obrazovnog programa, autori transformiraju u ulogu društvenoga entiteta koji komunicira sa svim ostalim društvenim segmentima i procesima, za što im je neophodan suvremeni ekipirani i društveno priznati menadžment. Pod pojmom menadžment autori podrazumijevaju stručni tim na čelu s ravnateljem, koncipiran na načelima interdisciplinarnosti i transdisciplinarnosti. Svoje teze apliciraju na primjenu jedne uže lokalne sredine. Cilj istraživanja bio je sagledati kompetencije ravnatelja u osnovni i srednjim školama u domeni upravljanja školom i školskom klimom služeći se znanstvenim metodama istraživanja.

Ključne riječi

Menadžment, škola, učenici

1. UVOD

Pod pritiskom sve većih zahtjeva tržišta za specijaliziranim i modernijim kadrovima koji bi svojom stručnošću i znanjem zadovoljili zahtjeve i potrebe modernog društva za progresijom u sferi ekonomskog djelovanja, škole imaju važnu zadaću i ulogu nositelja preobražaja u školovanju mladih ljudi prema kriterijima moderno orijentiranog društva sa svim poticajnim konotacijama razvoja. Takva uloga škole za sobom vuče cijeli sustav reorganizacije u prosvjeti što je 2005. godine započelo reorganizacijom visokoškolskih ustanova Bolonjskom deklaracijom, a nastavlja se promjenama u srednjem i osnovnoškolskom odgojno-obrazovnom radu. „Proces obrazovanja treba se temeljiti na spoznajama znanosti, odnosno rezultata istraživanja, a temeljni cilj bi mu trebao biti njihovo prenošenje u svakodnevnu gospodarsku praksu“ (Meler, 2003., str. 287.). Smisao promjena, posebice

kada je riječ o školskom sustavu, pretendira razvoju veće stručnosti te razvoju kadrova koji bi trebali sukladno modernim školskim trendovima postati nositelji uloge upravljanja školom kao prosocijalnom zajednicom. Prema Nacionalnoj klasifikaciji, škole po svojoj funkciji pripadaju neprofitnim organizacijama što znači da se ne osnivaju radi direktnog stjecanja profita (isključujemo privatne škole), već radi zadovoljenja potreba društva (privatne i državne škole). Takav stav apelira na sintezu okoline (društva) i školske sredine te prikazuje uzročno-posljedičnu vezu između škole i društva kao dva entiteta koja ne mogu funkcionirati neovisno jedan od drugog. Društvo svojim potrebama za kadrovima nameće određene zahtjeve koje škola treba ispunjavati „proizvedući“ ih, kako bi se društvo moglo razvijati na različitim područjima koji ga i definiraju kao cjelovit sistem. Sinkroniziranim djelovanjem školske sredine i društvene kulture, u konačnici se proizvodi jedna cjelovita civilna organizacija gdje bi svaka mlada osoba po završetku svoga dugogodišnjeg obrazovanja preuzela adekvatnu poziciju i ulogu u sistemu koji bi je podržavao. Možemo reći da se škole, osnovne i srednje, nalaze pred velikim izazovima moderne menadžment kulture koja u sebi inkorporira cjelovit put prema stvaranju novih vrijednosti i sukcesivnih reorganizacija radi boljeg plasmana škole na tržištu kao još jednog moderatora uspješnijeg društva. Menadžment u odgoju i obrazovanju je relativno nov pristup. Usporedimo li studije na University of Ulster, Western Governors University, Bachelor Degree itd., možemo zaključiti i da naš odgojno-obrazovni sustav zahtijeva brzo uvođenje menadžment kadrova u škole. Radi komparacije navodimo podatak da istraživanjem provedenim u ožujku 2004. u pet županija koje gravitiraju Gradu Osijeku: Osječko-baranjska, Vukovarsko-srijemska, Brodsko-posavska, Požeško-slavonska, Virovitičko-podravska, vidimo da njih približno 50% nema visoku stručnu spremu, ni bilo koje menadžment obrazovanje. S obzirom na ratni period i poteškoće u godinama iza, pretpostavka je da i u ostalim županijama rezultati mogu biti sličnog karaktera. Onaj koji će dobro upravljati školom trebao bi proći i sam školovanje u domeni menadžmenta. Vrijeme je da se organizira još jedan studij čija bi funkcija bila doškovanje, dopunski studij za ravnatelje s višom školskom spremom i za sve ostale kojima nedostaje znanja o upravljanju školom. Radni naziv menadžer odgojno-obrazovne struke koji bi se dobio doškovanjem trebao bi biti uvjet daljnjega poslovnog funkcioniranja u školskoj sredini.

2. SUVREMENI I TRADICIONALNI PRISTUP ORGANIZACIJI RADA U ŠKOLI

Škola je kao nositeljica uloge odgoja i obrazovanja generacijama bila na udaru različitih društvenih, socijalnih, kulturnih i političkih promjena. Intenzivno se pokušavala prilagođavati i na što bolji način asimilirati u postojeće promjene kako bi koliko-toliko zadržala svoju samostalnost što je nerijetko bila prepreka ostvarivanju zadovoljstva učenika u procesu naukovanja. Nove spoznaje u pedagogiji i prirodnim znanostima dovele su početkom XX. stoljeća do „pedagogijskog obrata“, orijentacija učitelja prebacuje se na orijentaciju učenika. Nova „radna škola“, preko različitih pravaca reforme pedagogije (Henting, 1997.) i „humana škola potenciraju stvaralačke sposobnosti djece, učenika. Današnjica, međutim, nije zadovoljna samo prilagodbom škole kao još jednog kooperatora u razvoju, već se postavljaju pred nju novi zahtjevi koji uključuju naprednije oblike menadžmenta kao ekipiranog rada stručnjaka neopterećenih starim tenzijama koji će školom razviti društvo, a ono će mu zahvaliti uspjehom stručnih kadrova koje je ona i proizvela. „Menadžment je proces oblikovanja i održavanja okruženja u kojemu pojedinci, radeći zajedno u skupinama, efikasno ostvaruju odabrane ciljeve“ (Weihrich, Koontz, 1998., str. 4.). Dakle, menadžment zahtijeva ekipu – tim stručnjaka koji će na osnovi poznavanja tehnika i načina dobrog upravljanja unaprijediti razvoj događaja u odgojno-obrazovnoj sredini. „Obrazovanje treba članove društva u optimalnoj mjeri osposobiti za društvene promjene koje su u tijeku ili koje se mogu očekivati“ (Meler, 1999., str. 228.). Tradicionalni pristup obrazovanju temeljio se na mehaničkom usvajanju priznatih činjenica i generalizacija te na jednosmjernoj komunikaciji između nastavnika i učenika gdje je onaj drugi bio u ulozi pasivnog slušatelja. U suprotnom, svaki oblik samostalnog izražavanja vlastitih ideja mogao je biti okarakteriziran kao neposluš prema autoritetu ili sumnja u njegovu nastavničku kompetenciju. Rigidnost takvoga školskog sustava nije dopuštala naglašavanje kreativnih pojedinaca ili nekoga

drugog inovativnog eksponiranja, jer je takvo ponašanje moglo svojom mladenačkom ekspresivnošću unijeti poremećaj u strogo određeni pravilnik koji je svoj model poslušne ličnosti kao jedinoga moralnog savršenstva već plasirao u javnost generacijama ranije. Što se dogodilo? Takav frontalni oblik rada u nastavi bez mogućnosti plasmana ideja sa strane i opterećen velikim obimom nastavnog sadržaja doveo je učenike u šah-mat poziciju. Naučiti novo, a da prethodno nije naučeno staro i opet sve to povezati u jednu cjelinu kao novo stečeno znanje, dovelo je u krizu cijeli način rada u predavačkoj nastavi i rezultiralo velikim brojem sve «lošijih učenika», sukobima, *bullingom* i nejasnim ciljevima mladih u sferi egzistencijalnog istraživanja tržišta. Dakako, takvim tradicionalnim metodama, zakinuti su ostali i mnogi talentirani pojedinci kao i svi kreativni učenici. „Prema mišljenju studenata učiteljska profesija nalazi se u strukturalnoj transformaciji. Brze i globalne promjene društvenog okruženja utječu na transformaciju učiteljske profesije“ (Vrcelj, Mušanović, 2001., str. 176.). Događa se da kreativnost ukoliko ne nađe svoj izlaz kroz sebi adekvatna područja često mijenja svoj oblik u ponašanje koje neki promatraju kao devijacije u ponašanju ili poremećaj ličnosti ili tek kao pubertetski fenomen razvoja identiteta. Godinama je težište za odgoj pojedinca bilo potkrijepljeno slučajevima iz prakse koji su glorificirali utjecaj obitelji kao prvoga čimbenika odgoja, a potom škole kao drugog nositelja te zahtjevne uloge. Takav pristup mogli bismo uvažiti prije trideset i više godina, ali danas kad prosječni učenik u školi provede trećinu dana, a kod kuće još ti do četiri sata mora učiti i pisati zadaće i k tome ostatak dana provesti na nekoj od slobodnih (obveznih) slobodnih aktivnosti, zaključujemo da su djeca školi podređena 70% dana, a ostalih 30% provedu spavajući. Prilagodimo li k tome i torbe sa sadržajem teškim od cca 7 – 8 kilograma, teško da se slažemo s teorijom da je obitelj najvažniji nositelj funkcije odgoja, iako ne minoriziramo njezin ugled pred očima javnosti niti u znanstvenom dijelu. Suvremeni pristupi organizaciji strategija obrazovanja i nastavnih kadrova koji provode obrazovni rad, za razliku od postojećega (tradicionalnog) ističu ličnost djeteta, potenciraju inovacije i kreativne ideje te pokušavaju teoretski – stručni dio nastavnoga gradiva implementirati u praktične situacije koje nameće nova ekonomija. „Većina se zagovornika slaže da je krajnji cilj unaprijediti kvalitetu učeničkog učenja“ (Stoll, Fink, 2000., str. 95.). Takav pristup školi zahtijeva i kvalitetan menadžment, tj. tim ljudi koji će kroz osnovne funkcije menadžmenta, a to su: planiranje, organiziranje, vođenje, kontrola i koordiniranje upravljati školom na najkvalitetniji način ne bi li ona svojom organizacijom zadovoljila potrebe ponude i potražnje. U ovom slučaju potražnja za stručnim kadrovima u privredi i mogućnost tih istih da se zaposle po završetku svoga školovanja. Kao i u ekonomiji, tako i u odgojno-obrazovnom procesu težište stavljamo na marketing-mix koji čini:

PROIZVOD – čini ga cjelokupni odgojno-obrazovni rad

CIJENA – predstavlja ga društvo koje plaća da bi se taj proces odvijao

DISTRIBUCIJA – prostorna udaljenost škole od mjesta prebivanja učenika

PROMOCIJA –odnosi s javnošću i propaganda kojom se informira o radu škole.

Proizvod se predstavlja kao: nastavni planovi i programi, učitelji koji ih izvode, prostor i oprema te razina usvojenog znanja koje se može upotrijebiti u praksi.

Kvalitetan tim školskog menadžmenta svaki od tih elemenata treba pomno isplanirati i organizirati te izvesti strategije prije konačne primjene. Radi se o poslu koje težište stavlja na „novo“, a temelje za promjene i nadogradnje nalazi u pomnom analiziranju negativnosti i pozitivnosti prethodnog rada. To upućuje da novo u cijelosti ne isključuje staro iskustvo, ali isto tako upućuje na kidanje emocionalnih veza s onim što se u praksi pokazalo neučinkovitim.

Ukoliko obrazovanje kao društvenu aktivnost shvatimo kao preobrazbu ljudskog individuuma u smjeru razvoja njegovih psihofizičkih snaga i usvajanja različitih sadržaja koji su u kontekstu s prirodom, kulturom i društvenom stvarnošću, „tada primjena marketinga u toj aktivnosti potencira njegovu ishodišnu važnost u oblikovanju članova društva i promjena koje se u njemu neprekidno događaju“ (Pavičić, 2003., str. 340.). Antagonizam i strah koji pokazuju obrazovne institucije i rukovoditelji tih institucija prema suvremenim principima menadžment kulture proizlazi iz pogrešnog shvaćanja marketinga, menadžmenta kao dijelova čiste ekonomije koji asociraju na neemocionalni način komunikacije s okolinom ili kao sredstva prodaje (proizvoda). Površno prihvaćanje menadžment marketinga koje je u stvarnosti samo organizirani način komuniciranja s

okolinom, a ne prodaja proizvoda putem TV-a, barijera je koju mogu opovrgnuti samo educirani kadrovi menadžera čija se specijalizacija vezuje uz problematiku upravljanja školom kao cjelinom. Timskim radom, uvažavajući ličnosti nastavnika i učenika dobar menadžer može i tradicionalno ukorijenjene negativnosti prilagoditi trenutnim potrebama škole jer nije sve staro potpuno loše kao što ni sve novo nije savršeno. Menadžerski pristup ovakvoj problematici promjene nije neosjetljiv i pretpostavljamo da konstruktivistički pristup odgoju i obrazovanju kojem teži pedagoška djelatnost, ima svoje uporište i u ekonomskoj sferi realizacije profita. U ovom slučaju najveći profit škole su sami učenici i njihova spremnost za uključenje u proces rada po završetku školovanja.

3. SUVREMENI MENADŽMENT U ŠKOLI

„Školi je uvijek bilo teško pripremiti materijal za budućnost jer je u našim postojećim odnosima sve teže simulirati tu budućnost“ (Hentig, 1997., str. 195.). Što se tiče početaka modernijih sustavnih istraživanja ozračja odgojno-obrazovnih ustanova, ona spadaju u kasne šezdesete godine kada je H. Walberg započeo s razvijanjem inačice, kasnije rabljenog instrumenta „ljestvice ozračja učenja“ u sklopu novog pristupa učenju fizike (Harvard Project Physics). Iako svjesni situacije da u školama vlada nasilje, samovolja nastavnika i ponekih učenika, a netko bi to nazvao krizom obrazovanja, kulturološkom krizom, jedno ne isključuje drugo. Kultura sredine u uzročnoj je vezi s kulturom obrazovne institucije. Pretpostavimo da upravljati školom podrazumijeva dobro poznavanje sredine u kojoj se ona nalazi kao i njezina očekivanja. Shvatimo li proizvod kao znanje učenika na primjer, polazimo od toga da stečena znanja ne smiju predstavljati „zbrku u glavama učenika“, već da ona mogu koristiti kao baza za stjecanje novih saznanja. Riječ je o metaučenju ili učenju učenja te stvaralačkom, divergentnom mišljenju. Nastavnik postaje taj koji „izaziva potrebu, budi interes i razvija unutrašnju motivaciju“ (Stevanović, 2004., str. 6.), za novim spoznajama. Takav oblik rada u nastavi koncipiran je kao samostalni ili timski istraživački rad koji uključuje: problemska pitanja u radu, hipotetičke stavove, formuliranje hipoteza, povezivanje i otkrivanje problemskih situacija. Ako je «vrijeme novac» tada, sukladno s time i radni dio u nastavi (školski sati) treba biti prilagođen efikasnosti utrošenog vremena u određenoj jedinici za što kvalitetniju obradu i usvajanje novih sadržaja kako bi učenici «dobili na vremenu» slobodno vrijeme koje će iskoristiti za neku njima važnu aktivnost (slobodne aktivnosti, sport, šetnje, razgovor, druženje). Čak je i pojam dokolice personificiran kao oblik aktivnog odmora, jer misaoni procesi nesmetano teku oslobađajući kreativne zamisli. „Ljudi sa zamislama oblikuju i izgrađuju posao. Graditelji stižu na vrh.“ (Fox, 2002., str. 183.) Druga važna instanca kvalitetnoga školskog menadžmenta, osim organizacije vremena tijekom procesa izvođenja nastave, vezana je uz međuljudske odnose samih nastavnika i tima menadžera s nastavnim kadrom. „Jedan od najsloženijih zadataka menadžera tiče se ostvarenja dobrih međuljudskih odnosa u organizaciji“ (Srića, 1995., str. 240.). Učenici znaju i osjećaju. Svaka negativnost u nastavi – školi, direktno se preslikava na opći učinak motivacije kao noseće komponente rada kako nastavnika, tako i samih učenika. Dobar menadžment regulira odnose u kolektivu, utječe na motivaciju predavača (učenika) te ne umanjuje ulogu emocija u međuljudskim odnosima.

Tablica 1. Utjecaj kohezije i privlačnosti grupe na međuljudske odnose

Čimbenici kohezije	
Čimbenici pojačanja kohezije i privlačnosti grupe	Čimbenici smanjenja kohezije i privlačnosti grupe
- Prestiž i status grupe	- Nerazumni ili neopravdani zahtjevi prema članu grupe
- Stupanj kooperativnosti članova i spremnost na suradnju unutar	- Neslaganja članova grupe

grupe	oko njenih aktivnosti ili pravila ponašanja
- Visoki stupanj druženja i interakcije članova	- Neugodna iskustva u grupi
- Relativno mali broj članova u grupi	- Nesklad između onog što grupa želi raditi i onog što se od nje očekuje
- Uzajamna sličnost članova	- Nepovoljna slika grupe u javnosti
- Dobar ugled grupe u javnosti	- Privlačnost drugih grupa
- Postojanje zajedničke prijete u okruženju	

Izvor: Cartwright, D., Zander, A., «Group Dynamics: Research and Theory», Harper and Row, New York, 1982., str. 89 – 96.

3.1. Strateško djelovanje školskog menadžmenta

Strateški dio djelovanja svakoga školskog menadžmenta trebao bi funkcionirati koliko ovisno o pravilnicima s najviših državnih instanci, toliko i samostalno razvijajući određenu konkurentsku poziciju naspram drugim školskim menadžerima kao pozitivnu motivaciju za još kvalitetniji rad. Svaka je škola jedna specifična zajednica i zato svaki tim menadžera u školi s ravnateljem (TOP menadžerom) treba razviti vlastitu strategiju/e rada. Ovisno o potrebi gdje se škola nalazi izrađuju se posebni planovi i programi u funkciji: uređenja školske zgrade (interijera, eksterijera), povećanja ili smanjenja broja zaposlenika, organizacije i raspodjele vremena (predavanja, broja nastavnih sati, slobodnih aktivnosti, ekskurzija...), povezivanje školskog teoretskog dijela s praktičnim radom (povezivanje s organizacijama u privredi), uključenje škole u širu zajednicu (suradnja s građanima, neprofitnim organizacijama), specificiranje nastavnih pomagala i drugih sredstava za rad, postavljanje točnih ciljeva obrazovanja (ovisno o vrsti škole), poticanje nadarenih pojedinaca, individualizacija rada s posebnim učenicima, omogućavanje uvida javnosti u rad i život školske zajednice. Moderni menadžment, iako orijentiran na faktor rezultata uspjeha, ne isključuje empatično razumijevanje prilikom razvoja strategija u odgojno-obrazovnom radu. «To je prihvaćanje drugog pojedinca kao odvojenog bića koje vrijedi samo po sebi» (Desforges, 2001., str. 251.), kao i prepoznavanje složenosti emocionalnog djela karaktera učenika u različitim fazama njegova sazrijevanja. Osnovna strategija koju bi menadžment škole trebao zastupati jest upućivanje nastavnika na razvoj kreativnog stvaralaštva kroz sustav apsorbiranih spoznaja, kako samih sebe, tako i kod učenika.

3.2. Uloga školskog menadžmenta u lokalnoj sredini

Svjesni smo činjenice da je svaka manja sredina entitet za sebe te da potrebito svojim specifičnostima kulturološkog identiteta, zahtijeva poseban tretman. Takve specifičnosti apliciraju se na vrste škola i na njihov tretman. Iako školski sadržaji, tj. planovi i programi, po svom sadržaju mogu biti isti za sve škole na razini Republike, strateški dio njihove realizacije trebao bi se u određenim segmentima prilagoditi području gdje se škola nalazi, i tu se uključuje menadžment kao nositelj prilagodbe općeg i specifičnog interesa. Uzmimo za primjer grad Poreč i njegovu okolicu, tzv. Poreštinu, gdje djeluje osam škola: četiri osnovne škole (Osnovna škola Poreč, Talijanska škola «Bernardo Parentin» u Poreču, Osnovna škola u Taru i Muzička škola u Poreču) koje spadaju pod upravu Grada Poreča. Četiri srednje škole (Hotelijsko-turistička, Gimnazija, Poljoprivredna škola i Ekonomska škola) koje se kontroliraju iz Županije s centrom u Labinu. Istra kao regija čija je privreda prvenstveno vezana uz turizam, a zadnjih godina sve više i uz razvoj poljoprivrede (vinova loza, masline), svoj napredak povezuje i uz kadrove koji se školuju za dotična zanimanja. Govorimo o «školama po mjeri». Tržište je to koje zahtijeva i formira nova radna mjesta i paralelno s time škole trebaju slijediti trendove tržišta. Kako se radi o stručnim zanimanjima i uslužnim djelatnostima, spoj teorije i prakse je neizbježan.

Učinkovitost menadžmenta škole trebala bi omogućiti budućim mladim stručnjacima izlazak iz školskih klupa u sredinu gdje bi se oni direktno uklopili sa što manje pripreme u područje rada za koje su osposobljavani. Školski menadžment zato preuzima dvostrukost upravljanja:

Upravljanje prema unutra – organiziranje obrazovnog procesa sa svim tekućim obvezama (ljudski resursi – nastavni kadar, pomagala u nastavi, program rada itd.).

Upravljanje prema van – povezivanje škole (učenika i nastavnika) sa sadržajima i organizacijama u privredi.

Određena vrsta autonomije škole, posebno kada se radi o stručnim zanimanjima, potrebna je iz razloga što svaka sredina prepoznaje vlastiti potencijal te ima specifične potrebe. Centralizirani način upravljanja prosvjetom donosi željeni rezultat u slučaju kada mladi ljudi potaknuti vlastitim ambicijama nastave svoje školovanje u smjeru znanosti gdje bi svoja «viša» znanja determinirana i iskustvom jednog dana mogli aplicirati na lokalnu sredinu i šire kao profesori, magistri ili doktori u službi onih istih stručnih kadrova neophodnih zajednici.

Kvaliteta školskog menadžmenta lokalne sredine osim što regulira procesima u školi treba biti u tijeku stalnih promjena u društvu, pratiti razvoj privrede, dogovarati moguća zaposlenja za nove kadrove u firmama, davati preporuke učenicima, sudjelovati u svim aktualnim zbivanjima koja mogu biti vezana uz školu, dogovarati kvalitetu i poticati sve aktivnosti ili inovacije svojih djelatnika. Poticanje kreativnosti djelatnika, važno je utoliko što su oni direktno u kontaktu s učenicima, razgovaraju s njima i najkompetentniji su u formiranju novih ideja rada unutar same škole ili cijele zajednice. Cilj svih zaposlenih u školi prvenstveno je sam učenik i kada se djeluje s ljubavlju i razumijevanjem prema njemu, lakše je premostiti vlastite slabosti i probleme koje učenici donose u školu iz svoje sredine da bi se u nju ponovo vratili po završetku nastave. Uzmimo za primjer i dobar menadžment Srednje škole Mate Balota u Poreču. Godinama je škola korisnik jednoga plodnog zemljišta na kojem učenici praktično upotpunjuju i provjeravaju svoje teorijsko znanje (sijanje, sjetva, obrada zemlje). Isto tako Srednja škola Antuna Štifanića razvija dobru suradnju s nekoliko turističkih poduzeća kako bi učenici znanje o turizmu direktno provjerili i usavršili u gospodarskim objektima (hotelskim kućama) koji „žive“ od turizma.

Zaključak

Kvalitetan menadžerski tim kada govorimo o školi kao prosocijalnoj zajednici može uključivati: pedagoga, socijalnoga pedagoga, psihologa, nastavnika, profesionalnog menadžera i druge stručne suradnike koji direktno ili indirektno sudjeluju u oblikovanju nastavnoga odgojno-obrazovnog rada. Međutim školski menadžer kao poseban kadar (specificirano radno mjesto) ne postoji u školskom sustavu, iako tu ulogu može preuzeti svaka stručna osoba u domeni obrazovanja koja će naknadnim usavršavanjem i specijalizacijom dobiti kvalifikaciju menadžera (mr. sc. menadžmenta, dr. sc. menadžmenta). Cilj je svake škole školovati mlade kadrove. To je odgovoran i aktivan proces koji uključuje sve sudionike odgoja i obrazovanja, a to su nastavnici i učenici. Oni nisu izolirane jedinice gdje će svaki od njih tjerati vlastitu «politiku», već kao kompaktna cjelina moraju djelovati u istom smjeru, a taj smjer određuje znanje. Društvo smo koje uči i svi ciljevi određeni su putovima učenja. Ponekad je teško odrediti koliko smo kao prosvjetni radnici spremni sudjelovati u novim preokretima organizacije rada u školama, ali je evidentno da bez dobrog upravljanja blokiramo svoj put napretku i stalnom usavršavanju. Globalizacija svojom masovnom tržišnom politikom uvela je mnoge promjene u naše živote. Svjesni turbulencije okružja u kojem živimo ne možemo zatvarati oči pred nadolazećim još većim promjenama na svim razinama društvenog očitovanja. Tržište je svugdje oko nas i mi smo dio tog tržišta. Budućnost nije pred nama, već smo svi mi već postali dio te budućnosti. Učenici nisu ti koje samo mi odgajamo i obrazujemo, oni to već čine interakcijom sa sredinom u kojoj žive. Upravo zato školu ne možemo promatrati kao izoliranu sredinu jer je i ona kao svi mi predmet socijalnih i društvenih transformacija. Naša odgovornost leži u pokušaju da nove generacije učenika usmjerimo i naučimo kako da opstanu u tako razvijenim očekivanjima i događanjima. Odgovorni smo za njihovu stvarnost iz koje izlaze rano ujutro i ponovo joj se vraćaju kad zazvoni zvono posljednjega školskog

sata. Promatramo li školu ne samo kao mjesto mehaničkog usvajanja znanja, već i kao prenosnicu kulture i mjesto dječjeg razvoja, ili kao društvenu instituciju, smatramo da ravnatelji škola moraju imati i specifična znanja o vođenju škole kao minijaturne sociokulturne zajednice. Takvo znanje obuhvaća područje pedagogije, sociologije, psihologije, prava, ekonomije, itd. Ravnatelji škola trebaju biti podložni cijeloživotnom obrazovanju s multidisciplinarnim spoznajama, jer dobar organizator i vođa predstavlja 80% uspjeha, a to je i cilj svakog dobrog menadžera, menadžmenta.

Literatura

1. Cartwright D., Zander, A.: *Group Dynamics: Research and Theory*, Harper and Row, New York, 1982.
2. Desforjes, C.: *Uspješno učenje i poučavanje, psihologijski pristupi*, Educa, Zagreb, 2001.
3. Fox, J. J.: *Kako postati i biti uspješan direktor*, Barka, Zagreb, 2002.
4. Hentig, H.: *Humana škola*, Educa, Zagreb, 1997.
5. Meler, M.: *Neprofitni marketing*, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 2003.
6. Meler, M.: *Marketing*, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, 1999.
7. Pavičić, J.: *Strategija marketinga neprofitnih organizacija*, Masmedia, Zagreb, 2003.
8. Srića, V.: *Inventivni menadžer*, Sterngrafika, Zagreb, 1995.
9. Stevanović, M.: *Škola po mjeri učenika*, Tonimir, Varaždinske Toplice, 2004.
10. Stoll, L., Fink, D.: *Mijenjajmo naše škole*, Educa, Zagreb, 2000.
11. Vrcelj, S.; Mušanović, M.: *Prema pedagoškoj futurologiji*, Graftrade, Rijeka, 2001.
12. Weihrich, H., Koontz, H.: *Menedžment*, Mate, Zagreb, 1998.

COMMUNICATIVE MODEL OF A SCHOOL OF CULTURAL MANAGEMENT - A NECESSARY NEED FOR THE AFFIRMATION OF CULTURAL HERITAGE AND THE RECENT CULTURE IN THE SPHERE OF TOURISM

KOMUNIKATIVNI MODEL UČILIŠTA ZA ORGANIZACIJU KULTURNIH DJELATNOSTI - KAO NUŽNA POTREBITOST ZA AFIRMACIJU KULTURNE BAŠTINE I RECENTNE KULTURE U SFERI TURIZMA

Zoran Bručić

Abstract

This work presents an examination of the cause of inadequate exploitation of cultural heritage and the recent culture in the sphere of tourism. The research has been conducted on the training and education of personnel employed in tourism, specifically in the segment which should promote Croatian culture. As a solution to the perceived problems: lack of professional managers that link culture, economy and tourism - there is an offer of a solution in the sphere of education. The establishment of new, communicative models of education for the organization of cultural activities, which should produce the lack of staff that would help the promotion of cultural heritage and recent culture in the sphere of tourism. Thus, making the overall prosperity of tourism more efficient and profitable.

Keywords

Communication, Model, School, Organization, Culture

Sažetak

Ovaj rad donosi propitivanje uzroka neadekvatnog iskorištavanja kulturne baštine i recentne kulture u sferi turizma. Provedeno je znanstveno istraživanje o osposobljenosti i educiranosti kadrova zaposlenih u turizmu i to u onom segmentu koji bi trebao afirmirati kulturni potencijal Hrvatske. Kao rješenje uočenog problema: nedostatak profesionalnih menadžera u kulturi koji bi povezali kulturu, gospodarstvo i turizam - nudi se rješenje u sferi obrazovanja, uspostavom novog komunikativnog modela učilišta za organizaciju kulturnih djelatnosti koji bi trebao proizvesti te, nedostatne kadrove koji bi potpomogli afirmaciji kulturne baštine i recentne kulture u sferi turizma, te ukupni prosperitet turizma učinili učinkovitijim i profitabilnijim.

Ključne riječi

komunikacija, model, učilište, organizacija, kultura

**ZNANOST, KULTURA,
RELIGIJA, TEHNOLOGIJA I
RAZVOJ DRUŠTVA**

**SCIENCE, CULTURE, RELIGION,
TECHNOLOGY AND SOCIETY
DEVELOPMENT**

BETWEEN THE SOCIETY OF WORK AND THE SOCIETY OF KNOWLEDGE

IZMEĐU DRUŠTVA RADA I DRUŠTVA ZNANJA

Antun Šundalić

*Faculty of Economics, University of Osijek, Osijek, Croatia
Ekonomski fakultet, Sveučilište u Osijeku, Osijek, Hrvatska*

Abstract

The nineteenth century industrialization brought at first to Europe, a then to the world, a new society of work, called capitalism. That capitalism still exists just not in the way of the nineteenth century. The past two centuries have shown the whole capacity of adaptation, rearrangement, flexibility and networking of the capitalist society of work in a manner that it has become more known like the society without work. Globalization brought an open, free, world market in which the new paradigm of information technology has become dominant. It enforced the priority of symbolic capital over physical capital, the worker of knowledge over the physical worker, to the economy. In addition, it changed the old syntagma "society of work" with the new "society of knowledge". Is the society of knowledge a step towards freedom of labor as an existential necessity, or is it the way towards a new susceptibility to large capital is the subject of this paper. This paper also shows the state of Croatian society which is trying to enter the society of knowledge from the society of work.

Keywords

society of work, society of knowledge, symbolic capital, worker of knowledge, the paradigm of information technology, globalization

Sažetak

Industrijalizacija 19. stoljeća je donijela prvo Europi, a potom i svijetu, novo društvo rada nazvano kapitalizam. Taj kapitalizam i dalje postoji samo ne na način 19. stoljeća. Protekla su dva stoljeća pokazala svu sposobnost prilagođavanja, preslagivanja, fleksibilnosti i umrežavanja kapitalističkog društva rada i to tako da se ono sve više prepoznaje kao društvo bez rada. Globalizacija je donijela otvoreno, svjetsko, slobodno tržište na kojemu je zavladao nova paradigma informacijske tehnologije. Ona je ekonomiji nametnula prioritet simboličkog kapitala pred fizičkim kapitalom, radnika znanja fizičkom radniku. Također je staru sintagmu „društvo rada“ zamijenila novom „društvo znanja“. Koliko je društvo znanja iskorak prema slobodi od rada kao egzistencijalne nužde, a koliko je ono put u novu podložnost krupnom kapitalu, tema je kojom se članak bavi. Također se u članku naznačuje stanje u hrvatskom društvu koje se trudi ući iz društva rada u društvo znanja.

Ključne riječi

društvo rada, društvo znanja, simbolički kapital, radnik znanja, paradigma informacijske tehnologije, globalizacija

1. Uvod

Suvremeni je čovjek naviknut na sintagmu *globalno društvo* koja ima, pojmovno kazano, vrlo široki opseg i uzak sadržaj. U njen opseg ulaze sva društva suvremenog kapitalizma koja se nisu uspjela odhrvati umrežavanju suvremene informacijske tehnologije, uključivanju u svjetsko (tj. globalno) tržište, prihvaćanju svjetskih trendova u kulturi i slično. Kada je riječ o sadržaju sintagme globalno društvo, tada se on svodi na tip društva koji je određen otvorenosću i povezanošću tehnologijom, tržištem i kulturom. Dakle, tu su sva suvremena društva u zadnjih nekoliko desetljeća kojima je (1)

svjetsko gospodarstvo okvir za razvijanje vlastitog nacionalnog gospodarstva, (2) svjetska politika integriranja okvir za očuvanje vlastitog nacionalnog suvereniteta, (3) svjetska kultura pluralizma okvir za očuvanje vlastitog nacionalnog identiteta.

Ova uvodna vrlo uopćena deskripcija globalnog društva se može svesti na Beckovo poimanje globaliteta. *Globalitet* ili *svjetsko društvo* je pojam koji znači činjenicu da već dugo živimo u svjetskom društvu, da više nema zatvorenih prostora. *Globalizacija*, pak, je ukupnost procesa kojima se transnacionalni akteri povezuju i potkopavaju suverenitet nacionalnih država. Ona donosi transnacionalnost, bezmjesnost, globalnu ekološku svijest, cirkulaciju globalnih kulturnih industrija i slično. Ako globalizaciju reduciramo na ekonomsku dimenziju, tada je na djelu, reći će Beck, *globalizam* koji ostale dimenzije globalizacije gura u okvir dominacije svjetskog tržišta (poput ekološke, kulturne političke, civilno društvene globalizacije) (Beck, 2003:24-35). Upravo na tragu ove redukcije u članku će biti analizirana u okviru ekonomske dimenzije globalizacije jedna značajna promjena/prijelaz od društva rada u društvo znanja. Ova se promjena najčešće pokazuje kao važno obilježje postindustrijskog društva i postmoderniteta, a prezentira je porast moći kapitala nad radom, kao i naglašavanje prioriteta simboličkog kapitala pred fizičkim (Dahrendorf, 2005; Castells, 2000; Gray, 2002; Leonard, 1997; Verdone, 2007.).

2. Od društvo rada do društva znanja

Nekadašnje „zlatno doba kontroliranog kapitalizma“ (između 1945. i 1975.), inspirirano Keynesovim učenjem o važnosti snažne i utjecajne države koja osigurava politiku pune zaposlenosti, regulira tržište i poreze te skrbi za socijalna pitanja (Ferenčak, 2011:340), naslijedio je kapitalizam otvorenog tržišta, multinacionalnog kapitala i globalnih političkih integracija koji volimo sažeti u pojmu globalizacija. Novi, aktualni stadij u životu kapitalizma najčešće se predstavlja kao prijelaz iz industrijskog („fordizam“) u postindustrijsko društvo („postfordizam“). Taj se prijelaz ujedno predstavlja i kao prijelaz iz „društva rada“ u „društvo znanja“. Oba ova prijelaza nisu donijela ukinuće prethodnog stanja već njegovo očuvanje, ali u podređenoj poziciji. Zagovornici nove ekonomije ovu promjenu, tj. prijelaz s proizvodnje i raspodjele roba na proizvodnju i raspodjelu znanja smatraju vrlo radikalnom koja se ne može prikazati kao povijesni ili teorijski kontinuitet u okvirima „stare“ ekonomske teorije (Schmeder, 2007:57).

Kada se govori o društvu rada, tj. o društvu u kojemu je rad osnova stjecanja vlasništva, izgrađivanja profesionalne karijere, postizanja društvenog ugleda i slično, tada se redovito vraćamo u početnu industrijalizaciju i razvoj kapitalizma od 19. stoljeća. To je vrijeme obilježeno industrijskom revolucijom koju se može opisati *trostrukom zamjenom*: zamjenom ljudskog rada strojevima, zamjenom živih izvora energije neživima, zamjenom prirodnih sirovina neprirodnima (Landes, 2003:241). No, unatoč ovim zamjenama rad je važan resurs koji stavlja u funkciju promjene nastale industrijskom revolucijom. Ove promjene, znatno razvijenije i složenije, žive i u društvu rada dvadesetog stoljeća s tom razlikom da se u njegovoj zadnjoj četvrtini sve češće čuje kvalifikacija o nastajanju društva znanja. Društvo rada je dalo kapitalizmu uglavnom obilježja negativne konotacije. Tako kapitalizam iz Marxova vremena prepoznajemo kao društvo koje je razdvojilo rad i vlasništvo, koje je vlasništvu dalo moć nad radom, koje je zaoštrilo klasne razlike, koje je snizilo cijenu rada i slično²⁸⁰. No, tu je i jedna važna pozitivna odrednica: kapitalizam je prepoznat kao najnaprednija ekonomska formacija glede količine proizvoda (masovna proizvodnja), njihove dostupnosti (za većinu građana) i tržišne otvorenosti (pozitivni učinci „nevidljive ruke“ tržišta). Društvo rada je, također, izgradilo društvenu stratifikaciju kojoj je osnovno uporište razlika u bogatstvu, a na kojoj su se gradile razlike ugleda i moći.

²⁸⁰ U „Ekonomsko-filozofskim rukopisima“ Marx je prikazivao promjene koje je kapitalizam pretvorio u obrasce tvorničke proizvodnje, ostvarivanja profita, određivanja nadnice, pretvaranja radnika u jeftino plaćenu robu i drugo (vidi Marx, 1978:189-354).

No, po drugima, društvo rada kapitalizma je dalo mogućnosti promjene, poticalo je socijalnu mobilnost i oslobođenje pojedinca. To M. Novak pokazuje kao ključna obilježja kapitalizma nastajanje demokratske političke zajednice, tržišnog poduzetništva kao temelja ekonomije, moralnog kulturnog sustava koji je pluralističan i liberalan. Kao takav, demokratski kapitalizam ograničava moć države te oslobađa snage pojedinca i nezavisno organiziranih zajednica. Sustav je to koji omogućuje talentiranima razvijanje talenata na opću korist društva, time potiče ekonomski aktivizam koji doprinosi kako bogatstvu nacije tako i rastu osobne slobode svakog pojedinca (Novak, 1993:10-57, 103-126). F. Fukuyama će također u kapitalizmu naći oslobođenje pojedinca kroz priznanje individualnih prava i sloboda u okviru vladavine zakona. Liberalna je demokracija zamijenila povijesno prisutnu želju za dominacijom, potrebom za priznanjem jednakosti i orijentacijom na ekonomizaciju života (Fukuyama, 1994:96-99, 350). Društvo rada je inauguriralo odvajanje rada od vlasništva, ali i spajanje moći i vlasništva, kao i ugleda i vlasništva. Ono je polariziralo društvo na vlasnike i radnike, bogate i siromašne. Vlasništvo je donosilo ekonomsku moć, rad na tuđem vlasništvu je donosio nadnicu. Apstrahirajući od brojnih promjena, možemo ustvrditi da je taj obrazac moći i bogatstva živ i u suvremenom kapitalizmu. No, moć i bogatstvo danas postavljaju drugačije osnove vlasništva, a onda i drugačije poimanje klasnih razlika. Moderna analiza klasa počinje ekonomskom teorijom A. Smitha, D. Ricarda i J. Benthama koji su pokušali filozofske rasprave o moralu i etičkom djelovanju primijeniti na tumačenje problema vezanih uz kapitalističko tržište. Interes ekonomista za društvenu stratifikaciju bio je potaknut korjenitom promjenom ekonomskih okolnosti, tj. transformacijom poljoprivredne proizvodnje u rastuću tekstilnu i ostalu industriju. Ekspanzija tržišta, inovacije u tehnologiji proizvodnje i ubrzana industrijalizacija značajno su promijenile tradicionalnu sliku društva. Nove klase, radnička i kapitalistička, obilježile su daljnji razvoj društvenih odnosa. (Turner, 1999:219-221). Suvremeni američki sociolog Peter L. Berger društvenu stratifikaciju vidi kroz klasni sustav koji živi u suvremenom kapitalizmu. Berger daje jednu eklektičku definiciju klase (uvažava i Marxovu i Weberovu tradiciju) kojom objedinjuje sve za klasu bitno – odnos prema vlasništvu i radu, interes i kulturni identitet skupine: *“Klasa je skupina koja izvodi svoj privilegij iz svoje uloge u proizvodnom procesu, a obilježavaju je zajednički interesi i zajedničke kulturalne značajke; klasno društvo je ono u kojem je klasa dominantna forma stratifikacije.”* U industrijskom je društvu klasa potisnula sve ostale oblike stratifikacije društva, jer u kapitalizmu *“novac najglasnije govori”*, a ne *“porijeklo, obiteljska tradicija, osobna čast”*. Međutim, polazna točka socijalne mobilnosti nije klasa već *obitelj*. U njoj se rađaju želje za popravljanjem položaja novih generacija. To najčešće ide kroz visoko vrednovanje uloge obrazovanja, ističe Berger: *“U svim razvijenim industrijskim društvima obrazovanje je postalo daleko najvažnije sredstvo mobilnosti prema gore.”* Berger uočava *specifičan klasni sukob* u suvremenom zapadnom društvu: riječ je o sukobu *dviju srednjih klasa – stare* (koja se bavi proizvodnjom i distribucijom materijalnih dobara i usluga) i *nove* (koja se bavi proizvodnjom i distriucijom simboličkog znanja). *“Nova klasa onih koji imaju znanje u zapadnim društvima, glavni je antagonist kapitalizma.”* (Berger, 1995:74-93) Bergerova nas analiza društvene stratifikacije vodi do značajne promjene koja je upravo prijelaznica iz društva rada u društvo znanja. Nova društvena elita postaje nova srednja klasa koju će P. Drucker nazvati *radnici znanja*.²⁸¹ Riječ je o pojedincima koji trebaju zadovoljiti dva osnovna zahtjeva: da imaju formalno obrazovanje, koje im omogućuje da uđu u svijet radnika znanja, te da budu spremni nastaviti obrazovanje tijekom radnog vijeka kako bi unapređivali to znanje. Radnici znanja su postali novi kapitalisti, a njihovo znanje ključni i jedini nedostajući resurs. Radnici znanja kao novi kapitalisti se profesionalno organiziraju i kao takvi su jednaki onima koji naručuju njihovu uslugu. Time se društvo znanja treba gledati kao društvo „seniora“ i „juniora“, a ne kao društvo poslodavaca (kapitalista) i zaposlenih (najamnih radnika) (Drucker, 2007:181-182). Zaživljavanje društva znanja najavio je Drucker već 1989. godine poglavljem *Društvo znanja* u knjizi

²⁸¹ „Pojmovi ekonomija znanja, posao znanja i radnik znanja, stari su samo četrdeset godina. Nastali su oko 1960., istodobno, ali nezavisno; prvi je pojam skovao ekonomist s Princetona Fritz Machlup. Danas ih svi koriste, ali još malo tko razumije njihovo djelovanje na ljudske vrijednosti i ljudsko ponašanje, na upravljanje ljudima i produktivnost, na ekonomiju i politiku. Međutim, već je sada jasno da će društvo znanja i ekonomija znanja, koji su na pomolu, biti radikalno drukčiji od društva i ekonomije posljednjih godina 20. stoljeća.“, tvrdi P. Drucker (2007:179).

Nova zbilja. On će vrijeme 21. stoljeća – a ono je već nastupilo svojim problemima krajem 20. stoljeća – nazvati *postposlovno* društvo. Takvo društvo obilježavaju tri komponente: *informacija, management i umni radnik*. Imperativ umnosti radnika postavila je suvremena tehnologija koja traži sposobnost pretvaranja informacije u znanje. Stoga, kada se govori o perspektivi razvoja društva, govori se o ulaganju u obrazovanje. Ono je najisplativije ulaganje za samo gospodarstvo i predstavlja njegovo „pogonsko gorivo“. Školovana, pak, osoba je nositelj gospodarskih procesa i oblikovatelj društvenih odnosa (Drucker, 1992:217). Hoće li se u uvjetima ekonomske potrebe za demokratizacijom obrazovanja stvoriti društveni odnosi koji će društvo znanja predstaviti kao povijesno bitan napredak u odnosu na društvo rada, ili će oni i dalje biti ogledalo društvene stratifikacije s razlikom što je simbolički kapital zamijenio ulogu fizičkog kapitala? Također pitati se je hoće li se rad kao egzistencijalna nužda u društvu rada supstituirati radom kao slobodnim stvaralaštvom u društvu znanja?

3. Društvo znanja

Od 19. st. naovamo kretali smo se od društva rada prema društvu znanja. To je kretanje bilo svojevrsna borba da svijet rada prestane biti „carstvo nužnosti“, te da društvo rada postane ono što može biti – društvo slobodnog vremena. Transformiranje društva rada u *društvo bez rada* Dahrendorf pokazuje kao skraćenje radnog vijeka, skraćenje radne godine, skraćenje radnog dana. Ne samo da je radno vrijeme kraće, i sam rad je drugačiji: „manuelna ekonomija“ zamijenjena je „ekonomijom ekrana“. Rad sve više postaje sredstvo kontrole, dok se kapital pojavljuje u svojoj samostalnosti i neovisnosti o radu. Radnici znanja, koji se pojavljuju kao nositelji nove ekonomije rade sve duže dnevno, u tjednu, godišnje. Jesu li sretni, imaju li ono ključno – slobodu? Ova je dilema ujedno i dilema koliko je društvo znanja učinkovit nasljednik društva rada, tj. vodi li ova promjena oslobođenju, pita se Dahrendorf (Dahrendorf, 2005:55-69). Odmaknemo li se od dileme oslobođenja rada u društvu znanja, možemo se pitati što diferencira društvo znanja od društva rada. L. Edvinson će odgovor potražiti u ekonomiji znanja koju obilježavaju: uloga neopipljivih vrijednosti (znanja) u stvaranju vrijednosti, seljenje konkurentske prednosti od fizičkog k neopipljivom, od vidljivog prema nevidljivom, od viđenog k neviđenome. Konkurentska prednost se više ne temelji na trenutačnoj poziciji na tržištu, te veličini i moći tvrtke u prošlosti, već na uključivanju znanja u sve aktivnosti u tvrtki. Konkurentske prednosti koje se temelje na znanju uključuju moć neopipljivih dobara u obliku indikatora vrijednosti – standarda, poput Microsoftova operacijskog sustava ili engleskog jezika, inovacije koje štite patentni, vlasničkih prava i tajnosti (kao u slučajevima tvrtaka Merck ili Coca Cola), te jednostavno ugleda koji na području inovacija uživa tvrtka Sony (Edvinsson, 2003:51).

Kada se govori o suvremenom kapitalizmu, među inim obilježjima čuje se i ono *korporacijski kapitalizam*. Njegovo je temeljno obilježje svijest o ograničenosti resursa kojima raspolaže čovječanstvo, te da isti nisu vlasništvo nekih nego svih²⁸². Ovakvoj su orijentaciji sklone same korporacije, međunarodne organizacije, vlade, nevladine udruge, akademske zajednice i javnost potaknuta medijskim izvješćima (Letica, 2010:2-3). Demokratizacija informacija je omogućila stvaranje znanja o nastajućem *društvu rizika* za koje je potrebno preuzeti odgovornost. Stvara se nova svijest koja traži subjekte odgovornosti za cikličke krize, ali i za budućnost koja je vrlo nesigurna. Ono što društvu rada nije bilo središnja tema – opstanak samog društva – društvu se znanja postavlja kao imperativni zadatak čije će rješavanje ujedno biti kriterij njegove uspješnosti i prihvatljivosti.

Društvo znanja je moguće odrediti kao ono u kojemu je znanje njegov ključni resurs, a radnici znanja dominantna skupina unutar radne snage. Znanje, kao osnovni resurs, obilježava troje: mogućnost njegova nekontroliranog širenja; vertikalna pokretljivost znanja kroz sustav obrazovanja (od nižih prema višim razinama); znanje nije jamstvo uspjeha, ono je sredstvo koje se koristi u proizvodnji (Drucker, 2007:166). Koliko je znanje važno sredstvo u proizvodnji kazuju rasprave o *kognitivnom*

²⁸² R. Costanza ovako komentira stanje prirodnih resursa: Ekonomija je prešla iz razdoblja „praznoga svijeta“ u kojemu je kapital kojeg je proizveo čovjek predstavljao ograničavajući čimbenik ekonomskog razvoja u sadašnje razdoblje „punog svijeta“ u kojemu je preostali prirodni kapital postao ograničavajućim čimbenikom. (prema Meštović, 2011:108)

kapitalizmu današnjice u kojemu se glavni izvor vrijednosti nalazi u znanjima koja utjelovljuju i mobiliziraju živi rad, a ne u kapitalu i materijalnom radu. Otuda se i izvor bogatstva nacija treba tražiti u sustavu obrazovanja i istraživanja. To je ona radikalna promjena kojom se kapitalizam transformira u kognitivni kapitalizam. Naime, kapitalizam i dalje zadržava ključna obilježja poput profita i najamnine, ali njegova kognitivna dimenzija ističe novu prirodu rada, izvora vrednovanja i strukturu rada koju određuje znanje. Znanje se inkorporira u rad i u kapital, ono stvara pravo intelektualnog vlasništva te postaje ključna kompetitivna varijabla. Nastajanje kognitivnog kapitalizma odvija se kroz tri procesa: 1. rastuća potreba za autonomijom radnika i odbijanje parceliziranog rada svojstvenog fordizmu; 2. intenziviranje proizvodnje znanja u djelatnostima koje primarno služe čovjeku (zdravstvo, obrazovanje, istraživanje i sl.); 3. demokratizacija obrazovanja i porast opće razine izobrazbe (Lebert, Vercellone, 2007:22-23). Fordistički koncept zamjene manualnog rada strojevima poticao je i preusmjeravao sadržaj rada prema apstraktnijim i simboličkim zadaćama. To je imalo za posljedicu zaživljavanje tehnologije i organizacije proizvodnje koji u prvi plan stavljaju intelektualnu dimenziju rada. Nova organizacija poduzeća zamjenjuje *parcelizirane i repetitivne zadatke* radnika *timskom organizacijom rada*. Radnik prestaje biti usko specijaliziran, lako zamjenjiv kotačić u proizvodnji (standardiziranog tipa i ekonomiji razmjera fordističkog vremena) i sve više postaje *polivalentan radnik*, fleksibilno specijaliziran (prema zahtjevima promjena vanjskog okruženja²⁸³). Njegova učinkovitost kroz mrežnu organizaciju i vertikalnu dezintegraciju potvrđuje važnost učenja i podjele znanja koja osobito dolazi do izražaja u podjeli rada među poduzećima (Schmeder, 2007:61-63). Poduzeća su, pak, u toj promjeni prisiljena postati *učee organizacije* koje statičko upravljanje resursima zamjenjuju dinamičkim upravljanjem znanjem, a što postaje osnova komunikacije među poduzećima, bilo da je riječ o kooperaciji, bilo o konkurenciji. Takva su poduzeća osnova *gospodarstva znanja* u kojima se događa zaokret: nematerijalni proizvodni faktori (a to su obrazovanje, razvoj i istraživanje, ljudski kapital) prestaju biti faktori potrošnje i postaju oni koji proizvodima dodaju novu vrijednost. Nastaje novi tip gospodarstva koji ima postindustrijski karakter, a što znači da se težište prenosi s materijalnih faktora proizvodnje na nematerijalne, neopipljive faktore poput intelektualnih prava, obrazovanja, marketinga i medija, informacijsko-komunikacijskih i drugih usluga. Glavna imovina takvih poduzeća nisu zgrade i strojevi već kreativnost, znanje, intelektualna prava i slično (Švarc, 2011:922-927).

M. Castells nastajući kapitalizam naziva informatičkim kapitalizmom, a novu ekonomiju informatička globalna ekonomija. Ta je ekonomija organizirana oko *upravljačkih i kontrolnih središta* koja su u stanju koordinirati, unaprjeđivati i upravljati isprepletenim aktivnostima *umreženih tortki*. Usluge koje ova ekonomija nudi – poput računovodstva, osiguranja, nekretnina, savjetovanje, pravne usluge, oglašavanje, oblikovanje, marketing, odnosi s javnošću, sigurnost, prikupljanje informacija i upravljanje informatičkim sustavima, ali i *razvojna istraživanja i znanstvena otkrića* – otkrivaju novo lice ekonomije, središte su svih ekonomskih procesa u proizvodnji, poljoprivredi, energetici ili uslugama različitih vrsta. *Sve se one mogu reducirati na stvaranje znanja i protok informacija* (Castells, 2000:405).

Do sada navedene analize pokazuju da je znanje doživjelo veliko premještanje: od jednog od pomoćnih sredstava u proizvodnji društva rada, do jedinog uporišta proizvodnje u društvu znanja. Nekada brojni plavi ovratnici ustupaju mjesto stvarnim nositeljima proizvodnje i konkurentnosti, radnicima znanja. *Znanost* kao posebna djelatnost proizvođenja i širenja znanja putem sustava obrazovanja biva uključena u sve društvene procese. Znanost i istraživanje postaju djelatnosti o kojima ovisi tehnički napredak i ukupni društveni razvoj. U takvim okolnostima *obrazovanje* prestaje biti statusni simbol i postaje *egzistencijalni uvjet*. Društvo znanja je donijelo promjene koje je svaki pojedinac mogao testirati i na svom profesionalnom putu: za osobni probitak važniji je postignuti stupanj obrazovanja nego socijalno porijeklo. Stoga je i ovaj segment društvenog života osamio pojedinca, usmjeravajući ga na vlastite sposobnosti i motivirajući ga za napredovanje u karijeri.

²⁸³ Tojotizam umjesto fordizma, obilježje je novog odnosa proizvođača prema tržištu. Cilj je tojotizma smanjenje neizvjesnosti umjesto poticanja prilagodljivosti (Castells, 2000:191).

Znanost je donijela velike promjene koje se nisu mogle negirati: u materijalnom pogledu obilje proizvoda, u tehničkom pogledu razvoj i usavršavanje tehnologije, u radnom pogledu oslobađanje ljudskog rada, u duhovnom pogledu pluralizam i individualni izbor. Takve se promjene ocjenjuju kao *razvojne*, te kao civilizacijski *napredak*, ako se kao kriterij u ocjenjivanju uzima *aplikacija znanosti* u vidu novih tehnologija i inoviranja proizvodnih procesa. Ako se, pak, kao kriterij uzima *socijalni učinak*, tada je upitan doseg dobrobiti takvog razvoja i napretka, upitna je i postignuta sloboda u radu (na što je već ukazano u Dahrendorfovoj raspravi).

Društvo rada je iznjedrilo društvo znanja, industrijsko društvo postindustrijsko, a modernitet postmodernitet. Na kapitalizam suvremenog svijeta mogu se primijeniti obilježja da je to društvo znanja, postindustrijsko društvo s prevladavajućim mentalitetom postmoderne. U temelju svih ovih zamjena je ona ključna, na koju je osamdesetih godina prošlog stoljeća ukazao Daniel Bell, zamjena „stare osovine“ rad – kapital, „*novim osovinskim principom*“, a to je *teorijsko znanje*. Komunikacije i informacijska tehnologija postaju ključni nositelji promjena, kako ekonomskih tako i socijalnih, kako u razvoju znanja tako i u njegovu širenju, u karakteru rada i u njegovoj organizaciji (Lyon, 2000:222-24). Sve se ove promjene najčešće pripisuju karakteru samog kapitalizma koji u svakoj promjeni okolnosti – socijalnih, političkih, ekonomskih, a posebice znanstveno-tehnoloških – nalazi nove poticaje za nova rješenja kojima se otklanja moguća ne-kapitalistička alternativa.

4. Hrvatsko društvo između društva rada i društva znanja

Tranzicija hrvatskog društva je imala jasan idejni smjer: tržišna ekonomija i demokratizacija društvenog života. To je također značilo otvaranje društva prema razlikama koje su u socijalizmu bile nepoželjne, posebice kada je riječ o privatnom vlasništvu i višestranačju. No, kada je idejna koncepcija dobila svoje prve nositelje u praksi, viđenje tranzicije više nije bilo svima jednako prihvatljivo. Ubrzana polarizacija društva i socijalna nesigurnost nisu više ostavljali prostora oduševljavanju novim poretkom. Dok su sindikati tražili „kapitalizam s ljudskim likom“, novonastala poduzetnička elita je bila opijena prvobitnoakumulacijskim zanosom. *Društvo rada* je zaživjelo čak kroz doslovnu primjenu Taylorove teze „radnik ne bi trebao misliti, ostali su za to plaćeni, već samo izvršavati zadaću što više mehanički“. Kapitalizam koji se razvijao bio je mješavina državnog kapitalizma i neoliberalnog²⁸⁴. S jedne strane je država brinula o nacionalnom kapitalu prema unutra i prema van, a s druge je davala prostora pojedincima da se pojavljuju kao ekonomska elita. Takav tip kapitalizma nije niti pokušao biti „pregovarački kapitalizam“ pa je od početka zagovarao tezu o kraju socijalne države i društva blagostanja. Proces privatizacije dojučerašnjega državnog vlasništva trebao je biti značajan korak u kapitalizam, dakle, u tržišno gospodarstvo. Njome su se trebali odrediti vrste vlasništva i vlasnici kako bi i odgovornost u gospodarstvu imala svoje nositelje. Ciljevi privatizacije su u Hrvatskoj, kao i u Srednjoj i Istočnoj Europi, bili trovrсни: (1) *gospodarski*: učinkovitost, maksimizacija profita, dioničarstvo, popuna proračuna, financijski rast, jačanje konkurencije, stabilizacija gospodarstva; (2) *politički*: deetatizacija, jačanje demokracije, socijalna stabilnost, uklanjanje „nomenklature“; (3) *socijalni*: socijalna integracija, socijalni mir (Čengić, 1995:36). Privatizacija je značila ne samo oduzimanje imovine državi, već i stvaranje novog sloja vlasnika koji će se izdvojiti po *bogatstvu i društvenoj moći*. Takvo je raslojavanje bilo znatno pod utjecajem političke podobnosti, a bez stvarnih poduzetničkih rezultata koji i nisu mogli biti ostvareni u socijalističkom gospodarstvu. Privatizacija i pretvorba u prvim godinama tranzicije uzrokovale su ubrzano socijalno raslojavanje i pojavu „novih bogataša“. Postupno se oblikuje novi sloj u društvu koji si priskrbuje naziv elita. Glede njena nastajanja može se ustvrditi da je nova elita više politički proizvod, a ne tržišni. Takvu *poduzetničku* elitu u Hrvatskoj obilježavaju nepoduzetnički elementi: *posjedovanje i trošenje*, te *politička podobnost* koja im je priskrbila

²⁸⁴ Mendras razlikuje u Europi četiri tipa kapitalizma: 1. Pregovarački kapitalizam kao kapitalizam s ljudskim likom, švedski model koji je u nestajanju; 2. Mrežni kapitalizam kao suradnja i povezivanje malih i srednjih obiteljskih poduzeća u regijama (primjer sjeverna Italija); 3. Kapitalizam Colbertovog tipa, državni kapitalizam na primjeru Francuske; 4. Individualistički kapitalizam koji ignorira društvo, sve stavlja na individualni uspjeh. (Mendras, 2004:183-192)

imovinu²⁸⁵. Županov joj još dodaje obilježja dezindustrializirajuće, descijentizirajuće, retraditionalizirajuće i birokratske elite (Županov, 2001:22-33). Kao posljedica toga javlja se nezadovoljstvo tijekom privatizacije zbog socijalno neosjetljive rasprodaje (putem menadžerskih kredita) dojučerašnje zajedničke imovine. Poslovni moral i etika poduzetništva nisu zaživjeli, te se uslijed toga širi antipoduzetnička klima, a što se pokazuje kao dugoročan problem razvoja hrvatskog gospodarstva. Tranzicijska kriza društva pokazuje se višeslojnom. *Moralnu krizu* možemo pratiti kroz tzv. *krizu socijalnog kapitala* (upitnost socijalne kohezije, solidarnosti i povjerenja kako među pojedincima, tako i među socijalnim skupinama). *Gospodarsku krizu* pratimo kroz rast nezaposlenosti, proizvodnju bez tržišta, rast unutrašnjeg duga, rad bez plaće, brojni stečajevi poduzeća i slično. Sve to potiče *socijalno konfliktno stanje* koje se najčešće javlja kada se otvoreno počne ukazivati na *nedostatak socijalne osjetljivosti i pravde*. Upravo je to područje za koje je u suvremenim postindustrijskim društvima zadužena država. No hrvatska je država razvijala kapitalizam koji je imao dvije strane, a što Županov naziva *modelski dualizam*: s jedne strane još je vrlo snažan *državni kapitalizam* (državno vlasništvo, fragmentarno tržište; na tržištu su uglavnom samo proizvođači), politički lažirano tržište (monopoli), glavni su akteri politički menadžeri (politički akteri u poduzeću i lokalnoj zajednici) a ne profesionalni menadžeri, država ima dvije temeljne funkcije: štiti poduzeće od vanjske konkurencije i pokriva gubitke, te osigurava zaposlenima vlasništvo nad radnim mjestom i velika socijalna prava, veliki dio DBP-a redistribuirao se državnim kanalima u budžet, izvanbudžetske bilance, paradržavne fondove i sl., dok je s druge strane još vrlo slab *poduzetnički kapitalizam* (privatno vlasništvo, integralno tržište (na tržištu su svi resursi), konkurentsko tržište, ekonomski akteri koji upravljaju kao individualni poduzetnici, opunomoćenici dioničara i plaćeni menadžeri (oni su autonomni u odnosu na državnu upravu), država samo regulira pravila igre za sve aktere podjednako, razmjerno manji dio DBP-a redistribuirao se državnim kanalima) (Županov, 2002:63-64). Navedene su okolnosti bile okvir unutar kojega se razvijala svijest o potrebi iskoraka u društvo znanja. Teškoća koje je trebalo prevladati je bilo više: nezaživljenost tržišne ekonomije (država je još uvijek moćna u kreiranju gospodarske politike), nedosegnuta razina tehnološke opremljenosti konkurentskih ekonomija, nedovoljna prosječna razina obrazovanja radnog kontingenta stanovništva, ali i nepostojanje tradicije kapitalizma koja je u europskom okruženju prisutna više od dva stoljeća. Riječ je, dakle, o okolnostima hrvatskog kapitalizma koje pokazuju da u njemu *nit* je *znanje ključni resurs*, niti su *radnici znanja dominirajuća populacija* među radnicima. Odnos prema znanju i obrazovanju u Hrvatskoj još uvijek nije primjeren trendovima visoko razvijenih ekonomija, kako u institucionalnom pogledu, tako i u mišljenju samih građana. Primjer odnosa države prema obrazovanju, istraživanju i razvoju djelomično je prezentiran u Tablici 1. U Tablici 2. prikazana je obrazovna struktura zaposlenog stanovništva koja također ne daje argumente orijentaciji društva prema znanju kao ključnom resursu. Zamjetno je zaostajanje za prosjekom zemalja EU, a što je jasan indikator nedostataka s kojima je teško graditi ekonomiju znanja, kao i razvijati kulturu društva znanja.

Tablica 1. Ulaganje u obrazovanje i I&R

Vrsta ulaganja	Hrvatska	EU 27 (prosjeak)
Ukupna ulaganja u I&R (% BDP)	0,84	2,01
Ukupna ulaganja u I&R po stanovniku (u €)	85,8	473,4
Javna ulaganja u visoko obrazovanje (% BDP)	0,81	1,03
Populacija (30-34 g.) s visokim obrazovanjem	20,5	32,3

Izvor: Švarc, 2011:935

²⁸⁵ Na drugom mjestu Županov navodi da „...u Hrvatskoj postaje javna tajna (osobito u 1994.) da je preko noći iščilio sloj novih bogataša ni iz čega, tj. ljudi koji u 1991. nisu imali ni prebijenog dinara vlastitog kapitala, a obogatili su se u godinu-dvije. Budući da u „normalnom“ kapitalizmu to nije moguće, onda nema drugog objašnjenja već da je riječ o pljački i grabežu narodne imovine, odnosno neopravdanom bogaćenju. Javnost to povezuje s dosadašnjim tijekom „pretvorbe“ i privatizacije, osobito s menadžerskim kreditima, premda sigurno postoji 1001 način neopravdanog bogaćenja, a o mnogima od njih javnost ništa ne zna niti će možda ikad saznati.“ (Županov, 1995:146)

Tablica 2. Struktura zaposlenog stanovništva prema obrazovanju (%)

Stupanj obrazovanja	Zaposleni		
	2008.	2009.	2010.
Nezavršena osnovna škola	3,5	3,3	2,7
Osnovna škola	14,7	14,4	14,7
1 – 3-godišnja srednja škola za zanimanja	32,7	31,8	28,7
4-godišnja srednja škola za zanimanja	26,6	26,7	28,5
Gimnazija	3,1	3,0	3,3
Viša škola	7,2	7,2	8,0
Fakultet, akademija, magisterij, doktorat	12,2	13,6	14,1
Ukupno	100	100	100

Izvor: Statistički ljetopis RH 2011:153

Građani su toga svjesni kao nečega što se često prikazuje lošim socio-kulturnim nasljeđem. To potvrđuje i nedavno provedeno istraživanje među studentima završnih godina diplomskog studija Sveučilišta J.J. Strossmayera u Osijeku. Na pitanje u kojoj je mjeri obrazovanje prisutno kao mehanizam dodjeljivanja važnih društvenih položaja u hrvatskom društvu, odgovori ispitanika potvrđivali su tezu da se dodjeljivanje važnih društvenih položaja ne vrši vrednovanjem obrazovnih kvalifikacija. Tako se, primjerice, čak 79,1% ispitanika slaže ili potpuno slaže s tvrdnjom da je „za karijeru važnije imati utjecajnog prijatelja ili rođaka („vezu“) nego fakultetsku diplomu“, a 79,5% da „u hrvatskom društvu još uvijek važi pravilo 'snađi se družē'“. Obrazovanje ne samo da nije shvaćeno kao put osobnog uspjeha (to vrijedi samo za 39% ispitanika), već niti kao put prema društvenom ugledu (to vrijedi samo za njih 6,9%) (Šundalić, Pavić, 2011:956-857). Nekadašnja je komparativna prednost hrvatskog društva bila obrazovanost stanovništva. Sada se ona izgubila u odnosu na razvijena društva Zapada koja su znanost i obrazovanje nadredila ostalim resursima društvenoga razvoja. Na to ukazuje S. Lelas kada kaže da u hrvatskom društvu nisu ostvarene dvije osnovne pretpostavke za primjereno vrednovanje znanosti i obrazovanja: prvo, nije zaživjelo tržišno natjecanje, osobito ne u područjima raznovrsnosti znanja u primjeni kako u tehnološkoj sferi, tako niti u upravljanju i financijama; drugo, umjesto da se primjereno vrednuje znanje i obrazovanje, u Hrvatskoj se još govori o prosvjeti i prosvjećivanju stanovništva (Lelas, 1998:165-166). U jednom je istraživanju D. Polšek potvrdio da stanovništvo ne prihvaća tržišni model samofinanciranja znanosti već državi stavlja u zadatak razvoj znanosti i obrazovanja. Također, ono ne iskazuje nezadovoljstvo s aktualnim stanjem u znanosti (Polšek, 1998:229-232). No, stanje u gospodarstvu i dosegnuta razina uključenosti znanja u razvojne projekte ukazuju na nedovoljne promjene odnosa države prema znanju. J. Švarc upozorava da znanost, inovacije, tehnologije i obrazovanje u Hrvatskoj imaju samo deklarativno i programsko mjesto u ekonomskom razvoju pa je sama tranzicija u društvo znanja neekonomski kategorija. Politička i poduzetnička elita u Hrvatskoj još se drži neoliberalne ekonomske doktrine o gospodarskom rastu i tehnološkom napretku usljed tržišnih sloboda, a ne usljed razvoja i primjene znanstvenih i tehnoloških dostignuća. Znanje tako u Hrvatskoj još nije razvojni resurs i ne čini polazišnu osnovu druge faze tranzicije (Švarc, 2006:319-344). Otuda je teško pravdati tvrdnju da je Hrvatska ušla u društvo znanja.

5. Zaključne teze

Industrijalizacija je posebice obilježena naglašenom važnošću materijalnih proizvodnih faktora, ekonomskom racionalnošću i materijalnom efikasnošću. Uska specijaliziranost radnika bila je u službi tejlorske podjele rada. Rad je bio pretpostavka povećanja vrijednosti uloženog kapitala. Sve je to obilježavalo *društvo rada*. *Društvo znanja* se razvija u promijenjenim okolnostima postindustrijskog društva. Ovdje su na prvom mjestu znanje, informacija i komunikacija pretvoreni u simboličke

produktivne činitelje, tzv. *simbolički kapital*. Kako je čovjek nositelj simboličkog kapitala, on se pretvara u radnika znanja, a radnici znanja postaju novi kapitalisti. Nekadašnja uska specijaliziranost se ovdje pretvara u fleksibilnu prilagodljivost. Ekološke i humane vrijednosti postaju sastavnicama brige o društvenom razvoju koji dobiva atribut održivi. Nova orijentacija na društvo znanja, dakle, postaje uvjetovana problemima održivosti te je time organski nastavak razvoja društva rada. Dok je u ranoj industrijalizaciji, društvu rada u pravom smislu, „intelektualni rad“ bio privilegij manjine, u društvu znanja, kako se najčešće određuje suvremeni kapitalizam, slučaj je obrnut: samo su malobrojni potrebni kao fizički radnici, a većina je osuđena na intelektualni rad, od većine se očekuje spremnost da postanu radnici znanja, ne samo kao poznavatelji korištenja informacijske tehnologije, već i kao „cjeloživotni učenici“. Ovakav radikalni zaokret prema važnosti obrazovanja otvara staru temu, ali u novom kontekstu: koliko će demokratizacija obrazovanja biti potvrda demokratskog prava na obrazovanje, a koliko potreba i zahtjev scijentizirane tehnologije u službi porasta ekonomske moći krupnog kapitala. Također je upitno koliko kroz povećanje vertikalne mobilnosti u sustavu obrazovanja radnik znanja postaje samokreativan, koliko se ostvaruje u Maslowljevoj petoj potrebi samoaktualizacije, a koliko udovoljava zahtjevima zadanoga posla. Novo je vrijeme postavilo drugačiju svrhu samom obrazovanju. Ono više ne poznaje pojam završeno školovanje, upozorio je krajem prošlog stoljeća Drucker. Inženjeri su deset godina nakon diplome zastarjeli, ako ne obnavljaju svoje znanje. Isto je i s drugim strukama. Znanje donosi moć, ali i odgovornost za društveni razvoj. Obrazovani stručnjaci postaju vođe pa je nezaobilazan i moralni odgoj u obrazovanju (Drucker, 1992:206-211). Koliko je ovakva orijentacija marginalizirana u duhu suvremenih reformi obrazovanja pokazuje svojom kritikom društva znanja K. P. Liessman. Reforme obrazovanja vode industrijalizaciji i ekonomizaciji znanja pa su čovjekove kognitivne sposobnosti stavljene na raspolaganje tržištu. Zadaća obrazovanja postaje *partikularizacija, fragmentacija i istodobna univerzalna raspoloživost znanja*. Događa se degradacija obrazovanja na „izobrazbu“, a znanja na „humani kapital“ kojim se može računovodstveno raspolagati, tvrdi Liessman. Danas se „društvo znanja“ predstavlja procesom zamjene „materijalne ekonomije“ „simboličkom ekonomijom“. Društvo znanja bi trebalo biti ono „u kojem su razum i uviđavnost, prosuđivanje i oprez, dugoročno mišljenje i pametno promišljanje, znanstvena radoznalost i kritička autorefleksija, prikupljanje argumenata i preispitivanje hipoteza konačno dobili prevagu nad iracionalnošću i ideologijom, praznovjerjem i umišljanjem, požudom i odsutnošću duha.“ Ovakva europska tradicija, međutim, nema veze s onim što se u suvremenosti proglašava društvom znanja. Suvremeno društvo znanje definira kao „*informaciju opskrbljenu značenjem*“ pa se onda i društvo znanja identificira s pojmom „*informacijsko društvo*“. Znanje je više od informacije, ono je *oblik prožimanja svijeta*: spoznati, razumjeti, pojmiti – to je ono za što se nema vremena u ubrzanom ritmu studiranja koji sve polaže na dostupnost svega putem interneta. Bezbroj nagomilanih podataka i pojmova u glavi ne čini znanje, tvrdi Liessmann. Iako je znanje proglašeno „resursom budućnosti“, opće obrazovanje opada ubrzanim tempom. „Rupe u obrazovanju“ tzv. političke elite dobar su primjer za to, navodi Liessmann. Obrazovna se *uloga škole* mijenja. „... škola koja je prestala biti mjestom dokolice, usredotočenosti, kontemplacije prestala je biti školom. Ona je postala mjestom životne nevolje. A u njoj zatim dominiraju projekti i praksa, iskustva i umreženja, ekskurzije i izleti. Vremena za razmišljanje nema.“ Znakovito je da je u samim središtima obrazovanja najizraženije *odvratanje od ideje obrazovanja*. Za to je najbolji indikator „preusmjeravanje obrazovnih ciljeva na sposobnosti i kompetencije“. Promašaj je ako se kao obrazovni ciljevi postave „sposobnost za timski rad, fleksibilnost i komunikacijska spremnost“. Za to je, po Liessmannu, dobar primjer PISA (= Programme for International Student Assessment) kojim se u okviru OECD-a svake tri godine obavlja međunarodno uspoređivanje osnovnih učeničkih kompetencija kod petnaestogodišnjaka. *Stručnost* je tu, dakle, stavljena *ispred obrazovanosti*. Na škole i sveučilišta prebacuje se *paradigma poslovno-ekonomskog mišljenja*, od njih se želi napraviti poduzeća (sve su prisutniji pojmovi efikasnost, konkurentnost, prilagodljivost, promjenljivost). Kritizirajući reformu sveučilišta, Liessmann ističe besmislenost raznih „rangiranja“ i „mjerenja“ koji su doveli do zamjene ciljeva obrazovanja: umjesto da se obrazovanje rukovodi *spoznajom, znanstvenom znatiželjom i akademskom slobodom*, ono je sve podredilo *efikasnosti, iskoristivosti, kontroli, učinkovitosti i prilagođavanju* – sve samim oblicima

neobrazovanosti. Na toj razlici može se razlikovati *znanstvenik* od *znanstvenog menadžera*. Prvom je cilj *istina*, drugom *efikasnost*. Samo *znanje* se sve više određuje svojom *upotrebnom vrijednošću*. Menadžeri znanja vjeruju da je znanje resurs koji se u okviru poduzeća može optimirati, raspodijeliti, gomilati, uvoziti, izvoziti i dijeliti poput ostalih sirovina i postupaka. Znanje se prihvaća ako se može unovčiti. *Mobilnost* i *fleksibilnost* glavne su parole reformatora znanja – „fleksibilna istraživačka struktura“ umjesto „okamenjenih fakulteta“, „manjkava umreženja“ umjesto „definiranih jedinica“. Sve to nas upozorava da smo umjesto „društva znanja“ dobili „društvo kontrole“, poručuje Liessmann (Liessman, 2008.). Iako neafirmativan, Liessmanov nam kritički pristup društvu znanja može biti argumentirano upozorenje na nerješavanje prvog osnovnoga pitanja: koliko je društvo znanja u odnosu na društvo rada oslobodilo čovjeka glede njegovih intelektualnih sposobnosti, a koliko je te iste sposobnosti podredilo zahtjevima ubrzanog ritma informatičke tehnologije i na njoj temeljene ekonomije? Nije riješeno niti drugo osnovno pitanje: koliko je znanje pretočeno u tehnologiju imalo za svrhu potvrditi čovjeka kao gospodara prirode, a koliko kao njenog čuvara kroz orijentaciju na održivi razvoj? Traženje odgovora na oba pitanja pokazuje da čovjekov povijesni put u slobodu ne može biti drugo do sinergija humanizma i ekocentrizma. Stoga prijelaz iz društva rada u društvo znanja ne smije biti mjeren samo povećanom tehnološkom sposobnošću kontrole i predvidljivosti temeljenim na znanju, već i stvaranjem uvjeta razvoja za sve pa time i opstanka života samog.

Literatura:

- Beck, Ulrich: **Što je globalizacija?**, Vizura, Zagreb, 2003.
- Berger, Peter L.: **Kapitalistička revolucija**, Naprijed, Zagreb, 1995.
- Castells, Manuel: **Uspom umreženog društva**, Golden marketing, Zagreb, 2000.
- Čengić, Drago: **Manageri i privatizacija**, Alinea, Zagreb, 1995.
- Dahrendorf, Ralf: **U potrazi za novim poretkom**, Naklada Deltakont d.o.o., Zagreb, 2005.
- Drucker, Peter: **Nova zbilja**, Novi liber, Zagreb, 1992.
- Drucker, Peter: **Upravljanje u budućem društvu**, MEP Consult, Zagreb, 2007.
- Edvinsson, Leif: **Korporacijska longituda**, Differo, Zagreb, 2003.
- Ferenčak, Ivan: **Kompendij o (neo)liberalizmu**, „Ekonomski vjesnik“, Vol. 24(2011), No. 2, str. 337-347.
- Fukuyama, Francis: **Kraj povijesti i posljednji čovjek**, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 1994.
- Gray, John: **Lažna zora – Iluzije globalnog kapitalizma**, Masmedia, Zagreb, 2002.
- Landes, David S.: **Bogatstvo i siromaštvo naroda**, Masmedia, Zagreb, 2003.
- Lebert, D., Vercellone, C.: **Uloga znanja u dinamici dugog razdoblja kapitalizma: hipoteze o kognitivnom kapitalizmu**, u knjizi: Vercellone, Carlo: **Kognitivni kapitalizam**, Politička kultura, Zagreb, 2007. str. 15-28.
- Lelas, Srđan: **Obrazovanje i društveno vrednovanje znanja**, u zborniku: Polšek, D. (ur.): **Vidljiva i nevidljiva akademija**, Institut društvenih znanosti I. Pilar, Zagreb, 1998. str. 163-174.
- Leonard, Peter: **Postmodern Welfare**, SAGE Publications, London, 1997.
- Letica, Bartol: **Doba odgovornosti, Korporacijska društvena odgovornost u vrijeme svjetske financijske krize**, MATE d.o.o., Zagreb, 2010.
- Liessmann, Konrad Paul: **Teorija neobrazovanosti, Zablude društva znanja**, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2008.
- Lyon, David: **Post-modernity**, u knjizi: Browning, G., Halcli, A., Webster, F. (ed.): **Understanding Contemporary Society**, SAGE Publications Ltd, London, 2000., str. 221-237.
- Marx, Karl: **Rani radovi**, Naprijed, Zagreb, 1978.
- Mendras, Henri: **Europa i Europljani, Sociologija zapadne Europe**, Masmedia, Zagreb, 2004.
- Meštrović, Matko: **Prema novom usmjerenju**, Antibarbarus, Zagreb, 2011.
- Novak, Michael: **Duh demokratskog kapitalizma**, Globus – Školska knjiga, Zagreb, 1993.

Polšek, Darko: **Stavovi javnosti prema znanosti i znanstvenome razvoju u Hrvatskoj**, u zborniku: Polšek, D. (ur.): **Vidljiva i nevidljiva akademija**, Institut društvenih znanosti I. Pilar, Zagreb, 1998., str. 227-233.

Schmeder, Genevieve: **Prijelomi i diskontinuiteti u dinamici podjele rada**, u knjizi: Vercellone, Carlo (ur.): **Kognitivni kapitalizam**, Politička kultura, Zagreb, 2007., str. 57-65.

Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2011., Državni zavod za statistiku RH, Zagreb.

Šundalić, Antun, Pavić, Željko: **Između vrijednosti obrazovanja i negativnog sociokulturnog nasljeđa**, „Društvena istraživanja“, Vol. 20(2011), No 4(114), str. 943-965.

Švarc, Jadranka: **Hrvatska u gospodarstvu znanja**, „Društvena istraživanja“, Vol. 20(2011), No 4(114), str. 919-942.

Švarc, Jadranka: **Institucionalne pretpostavke tranzicije u gospodarstvo znanja: karika koja nedostaje**, „Društvena istraživanja“, Vol. 15(2006), No. 3(83), str. 319-344.

Turner, Bryan S.: **Classical Sociology**, SAGE Publications, London, 1999.

Županov, Josip: **Industrijalizirajuća i dezindustrijalizirajuća elita u Hrvatskoj u drugoj polovici 20. stoljeća**, u zborniku: Čengić, D. – Rogić, I. (ur.): **Upravljačke elite i modernizacija**, Institut društvenih znanosti I. Pilar, Zagreb, 2001., str. 11-36.

Županov, Josip: **Od komunističkog pakla do divljeg kapitalizma**, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2002.

Županov, Josip: **Poslije potopa**, Nakladni zavod Globus, Zagreb, 1995.

CONFLICT SOCIETIES AND THE BASIC ISSUES OF EUROPEAN FUTURE

KONFLIKTNA DRUŠTVA I TEMELJNA PITANJA EVROPSKE BUDUĆNOSTI

Slavo Kukić

Faculty of Economics, University of Mostar, Mostar, Bosnia and Herzegovina

Ekonomski fakultet, Sveučilište u Mostaru, Mostar, Bosna i Hercegovina

Abstract

Future issues - human rights and freedom, democracy as a fundamental principle of life, higher living standards, greater level of security - these are basic questions to which is directed collective energy of European societies. The fulfillment of these conditions is placed as a task in all transitional societies which want to join the EU. The issue of post-conflict societies, however, is a challenge to the theoretical and the pragmatic level, especially if the sources of conflict are in areas such as ethnic or confessional. For some of these societies, it is difficult to be classified into a group of post-conflict societies because a social conflict in them, which they still have, has the intensity that puts them in conflict societies. The case of BiH society is, by its manifestations, a characteristic example of just such a society. And it is, and also some of the issues related to European values in conflict societies, in the center of analysis in this paper. And what is most important, all these issues are connected to a system of public communication.

Key words

conflict society, identity, communication, regionalization, the Balkan, the EU

Sažetak

Pitanja budućnosti – ljudska prava i slobode, demokracija kao temeljni princip života, viši životni standard, veći stupanj sigurnosti – temeljna su pitanja prema kojima je usmjerena kolektivna energija evropskih društava. Ispunjavanje tih uvjeta stavljeno je u zadatak i svim tranzicijskim društvima koja se žele pridružiti EU. Pitanje post-konfliktnih društava, međutim, je izazov i na teorijskoj i na pragmatičnoj ravni, posebice ako su izvori konflikta u sferama kakve su etničko ili konfesionalno. Neka od tih društava se, potom, teško i mogu svrstavati u skupinu post-konfliktnih jer društveni konflikti u njima i danas imaju intenzitet koji ih svrstava u konfliktna društva. Slučaj bosansko-hercegovačkog društva je, po svojim manifestacijama, karakterističan primjer upravo takvog društva. A ono je, odnosno neka od pitanja koja se tiču evropskih vrijednosti unutar konfliktnog društva, u središtu analize ovog rada. I što je najvažnije, sva ta pitanja su u vezi sa sustavom javnog komuniciranja

Ključne riječi

konfliktno društvo, identitet, komunikacija, regionalizacija, Balkan, EU

1. Uvod

Priključivanje evropskom sustavu vrijednosti je ambicija najvećeg dijela evropskih tranzicijskih društava. Istina je, doduše, a na to bi uputila i svaka ozbiljnija analiza, da postoje razlike u stupnju manifestnosti apostrofirane ambicije, posebice u vezi s obvezom odricanja od vrijednosti, ili barem nekih među njima, koje su tim društvima imanentne desetljećima – pa i duže.

Stave li se, pak, pod lupu teorijske analize postkonflikta društva, apostrofirane razlike su još vidljivije. Države, primjerice, nastale raspadom SFRJ-a mogu poslužiti kao jedan od zornijih primjera.

Jedna od njih, Slovenija, članicom EU je postala u svibnju 2004. godine. U srpnju 2013. godine bi, potom, isti status trebala steći i Republika Hrvatske. Značajan zaostatak u odnosu na njih je, međutim, evidentan kod Srbije i Crne Gore. No, proces napredovanja kao trend u bližoj budućnosti također nije sporan.

Stanje u drugim državama, nastalim raspadom bivše zajedničke države, je značajno ozbiljnije. Makedonija, Kosovo i, na koncu, Bosna i Hercegovina se i ne mogu tretirati postkonfliktnim društvima. Potpuno suprotno, svaka ozbiljna analiza bi pokazala da vrijeme konflikata nije dio njihove prošlosti nego ozbiljan problem s kojim ova društva žive danas a, po svemu, na to će biti prisiljena i u doglednoj budućnosti.

U kontekstu provedenog empirijskog istraživanja, u žiži teorijskog interesa bila je Bosna i Hercegovina kao država i društvo. A ona je klasičan primjer postratnog, ali i konfliktnog društva. Ili još konkretnije, završetak rata nije označio i okončanje konflikata na kojima je on izbio. Dapače, oni su nastavljeni i nakon rata – sada, doduše, drugim metodama i drugim sredstvima, upotrebom instrumenata koje nudi politička demokracija.

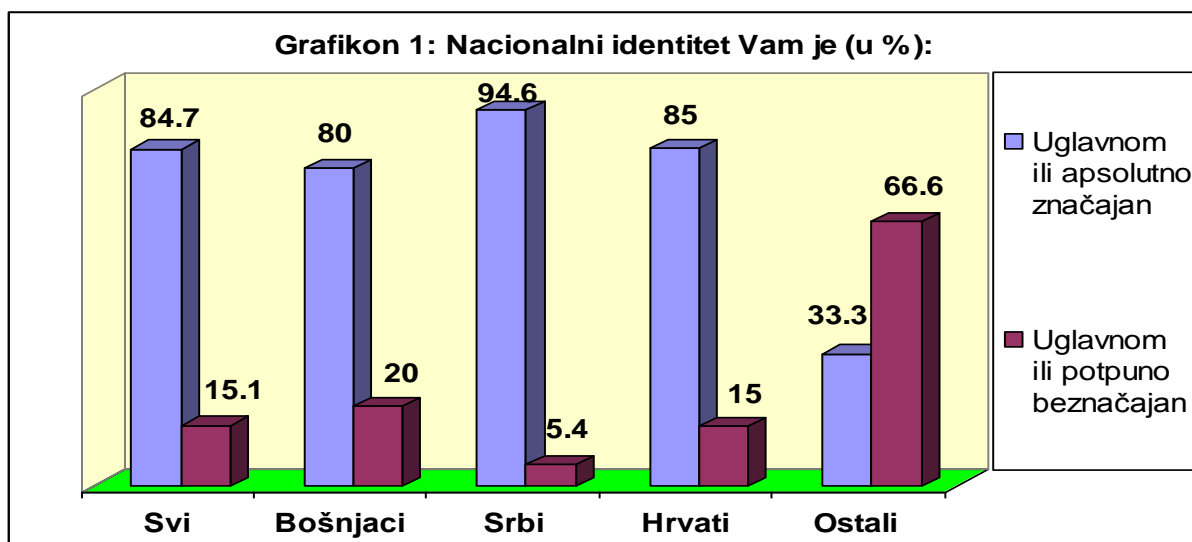
Empirijsko istraživanje, međutim, nije bilo usmjereno na konflikte kao stila života nego na neke druge orijentacije, na koje društveni konflikti imaju izvjesnoga utjecaja. U konkretnom slučaju, pod lupom istraživanja su bila pitanja različitih tipova identifikacije – etničke i identifikacije s različitim tipovima prostornog pripadanja, pitanja regionalizacije kao bhosanskohercegovačke orijentacije te, na koncu, integriranje u EU kao krajnji cilj BiH kao države.

U istraživanje se ušlo s hipotezom da *iskazanu razinu spremnosti za integriranje u evropski politički, društveni i civilizacijski prostor ne prati isti intenzitet individualne i društvene identifikacije s Evropom unutar bosanskohercegovačkoga društva*. Empirijski podaci, neophodni za teorijsko zaključivanje, su prikupljeni pomoću anketnog upitnika, provedenog na reprezentativnom uzorku na prostoru čitave BiH.²⁸⁶ U kontekstu ove analize, međutim, koncentracija pažnje je na tek jednom obilježju spremnosti bh. građana za integriranje u evropski politički, društveni i civilizacijski prostor – na vezi između njihove etničke pripadnosti i iskazane spremnosti.

2. Identitet kao etnička i prostorna odrednica

Pitanje kolektivnih identiteta je, bez dvojbi – i s tim se ušlo kao pretpostavkom u istraživanje – jedno od najznačajnijih kod građana BiH. Pretpostavilo se, prije svega, da je, zbog karaktera društvenih konflikata, nacionalni identitet neupitan. Pretpostavka je, dakako, što se razine ukupne populacije, ali i pripadnika triju konstitutivnih naroda tiče, empirijski u potpunosti potvrđena (Grafikon br.1).

²⁸⁶Anketiranje je provedeno u vremenu između 20. studenog 2011. i 15. ožujka 2012. godine. U istraživanje je uključeno 500 ispitanika – među njima 49,8% žena i 50,2% muškaraca. Uzorak je vodio računa i o obrazovnoj strukturi – u uzorku je 0,4% građana bez škole, 16,9% s osnovnom, 48,2% sa srednjom školom, te 34,3% s višom školom ili fakultetom. Uzorak je raznovrstan i po kriteriju radnog statusa – u njemu je, naime, 15,8% nezaposlenih, 14,2% zaposlenih u državnim institucijama, 13% zaposlenih u javnim poduzećima, 16,9% zaposlenih kod privatnog poslodavca, 34,5% studenata te 5,3% umirovljenika. U uzorku su, potom, zastupljene i različite društvene grupacije prema kriteriju prosječnih mjesečnih primanja – bez primanja ih je 41,6%, s primanjima do 250 eura 13,8%, onih u rasponu 250-500 eura 24,3%, u rasponu 500-750 eura 10,4%, u rasponu 750-1000 eura 5,5% te iznad 1000 eura 4,1%. Među ispitanicima 32,2% njih pripada nekoj od političkih partija, a 67,8% ih je izvan tog oblika pripadanja. Vodilo se, dakako, računa o regionalnoj disperziji ispitanika – u uzorku ih je 69,9% s prostora Federacije BiH, a 30,1% s prostora Republike Srpske. Na koncu, posebna pažnja je obraćena i na nacionalno pripadanje – u uzorak je uključeno 49,4% Bošnjaka, 29,6% Srba, 19,7% Hrvata te, na koncu, 1,1% pripadnika nacionalnih manjina i nacionalno neopredijeljenih građana.

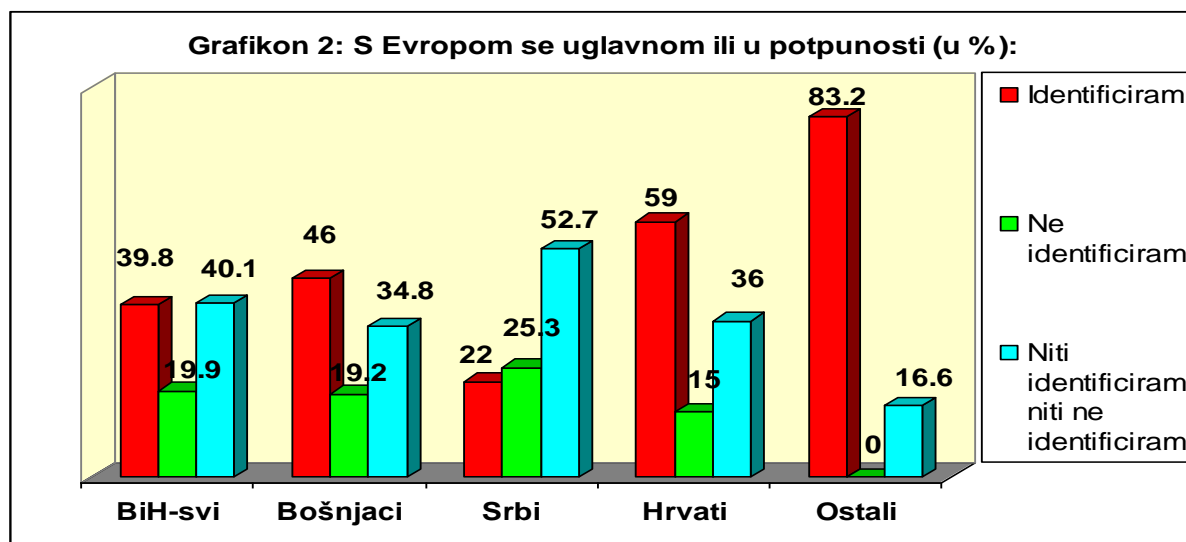


Iskazanoj općoj ocjeni, međutim, potrebno je dodati i još dva detalja. Promatraju li se izdvojeno, značajnost nacionalnog identiteta je relativno najizraženija kod građana srpske nacionalnosti a, što se također moglo očekivati, kod bosanskohercegovačkih Bošnjaka. S druge strane, ako se o izvjesnom odstupanju od općeg stanja i može govoriti, ono se odnosi tek na one koji se ne svrstavaju ni u jednu od tri dominantne etničke skupine – čiji pripadnici su se izjasnili kao pripadnici nacionalnih manjina ili kao nacionalno neopredijeljeni građani (u nastavku analize – „ostali“).²⁸⁷ Međutim, njihov udio u ukupnoj populaciji je, po svim ozbiljnijim procjenama – jer se stvarnim podacima, budući nije izvršen popis stanovništva, ne raspolaže – gotovo pa irelevantan, pa i apostrofirano odstupanje nema značajniju teorijsku težinu.

Budući, dakle, pitanje nacionalnog identiteta nije bilo dvojbeno, budući se visoka stopa njegova značenja i pretpostavljala, puno zanimljivijim se od starta činila razina značenja nekih drugih identiteta bh. građana – razina njihove identifikacije s Evropom, Balkanom, Bosnom i Hercegovinom, njezinim entitetima i regionalnim pripadanjem ili, pak, lokalnom zajednicom u kojoj žive. Dobiveni empirijski pokazatelji su također intrigantni.

U istraživanje se, naime, ušlo s pretpostavkom da bi mogao postojati značajan stupanj identifikacije bosanskohercegovačkih građana s Evropom. Empirijski su pokazatelji, međutim, ispod očekivanja. Identifikacija s Evropom sporna nije tek kod dvije petine ukupnoga punoljetnog stanovništva. Istina je, doduše, da se izvjesni potencijal i danas nalazi unutar jedne petine bosanskohercegovačke populacije – one koju karakterizira opredjeljenje da je u odnosu na Evropu identifikacijski neodlučna, niti se, dakle, s njome identificira, niti se ne identificira. No, teorijska provokacija je, svakako, u činjenici da se čak dvije petine ukupnoga stanovništva BiH eksplicitno ne identificira s Evropom. A to, onda znači i da se među tim dijelom populacije sutra može tražiti protivnike ulasku BiH u EU (Grafikon 2).

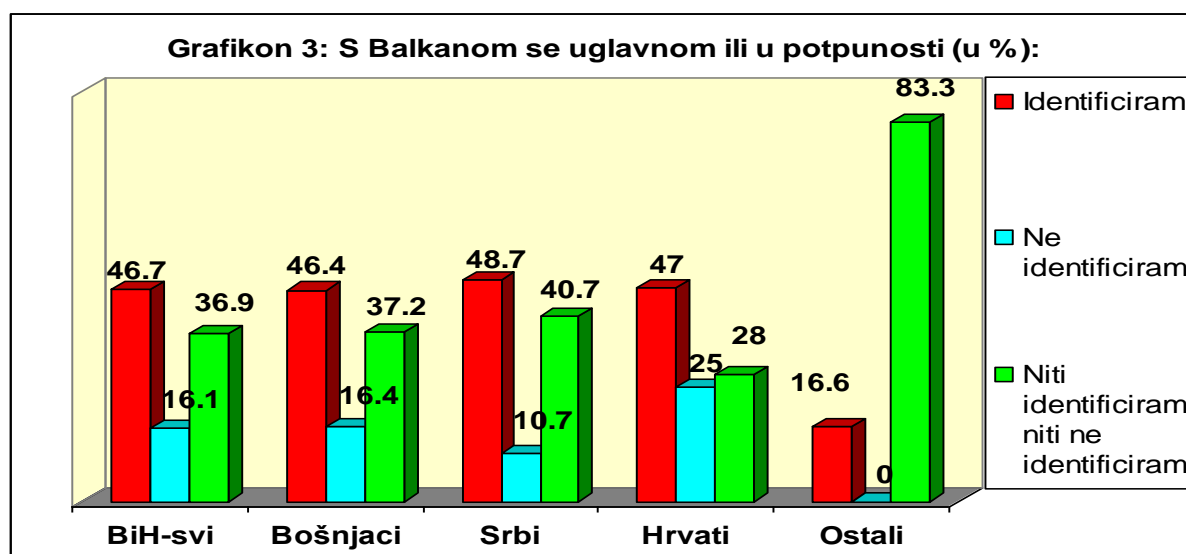
²⁸⁷Za 66,6% pripadnika nacionalnih manjina i nacionalno neopredijeljenih građana BiH – koje će se u nastavku analize, i to samo radi ekonomičnosti prostora, koristiti naziv „ostali“ – nacionalni identitet je uglavnom ili apsolutno beznačajan.



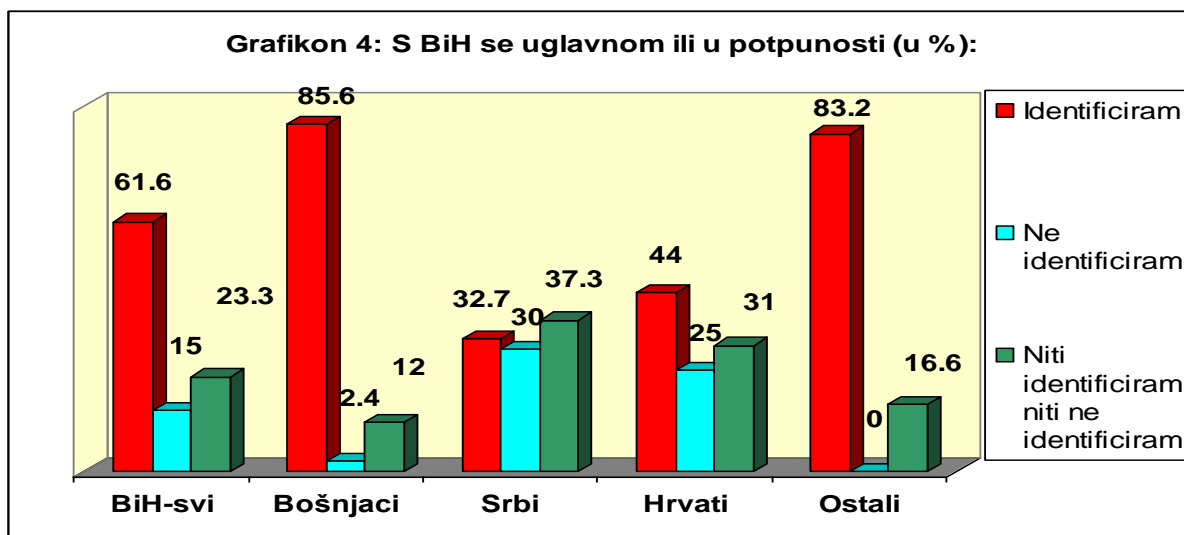
Zanimljivo je, dakako, i pitanje gdje treba tražiti razloge izostanka ove vrste identifikacije? Ako je, naime, temeljem empirijskih pokazatelja suditi, sporna nije jedino evropska identifikacija skupine „ostalih“ i bosanskohercegovačkih Hrvata. Bezizglednom se, potom, ne može tretirati ni identifikacija s Evropom kod bošnjačkog dijela populacije – posebice ako se potencijalna identifikacija prepoznaje unutar skupine neutralnog dijela ove etničke grupacije.

Političke elite bi, međutim, mogla zabrinuti razina identifikacije koja je registrirana kod građana srpske nacionalne grupacije. Tek nešto više od petine ovog dijela populacije se, još konkretnije, u momentu realizacije istraživanja bilo spremno identificirati s Evropom. Način odlučivanja u Bosni i Hercegovini bi, zbog te činjenice, mogao izazvati probleme ambiciji da se hvata evropski integracijski vlak.

Za razliku od Evrope, identifikacija s Balkanom je, promatra li se opredjeljenje na razini svih punoljetnih građana BiH, relativno izraženija. Neupitna je, naime, kod skoro polovice ukupnoga punoljetnog stanovništva. I ne samo to. Mogućnost ovog tipa identifikacije, uz koordinirano, političko, medijsko i druge oblike djelovanja, isključiti ne treba kod još skoro dvije petine ukupne populacije. Karakteristično je, na koncu, da je razina neupitne identifikacije s Balkanom, promatra li ju se unutar pojedinih etničkih grupacija, kod triju konstitutivnih naroda gotovo pa identična (Grafikon 3).



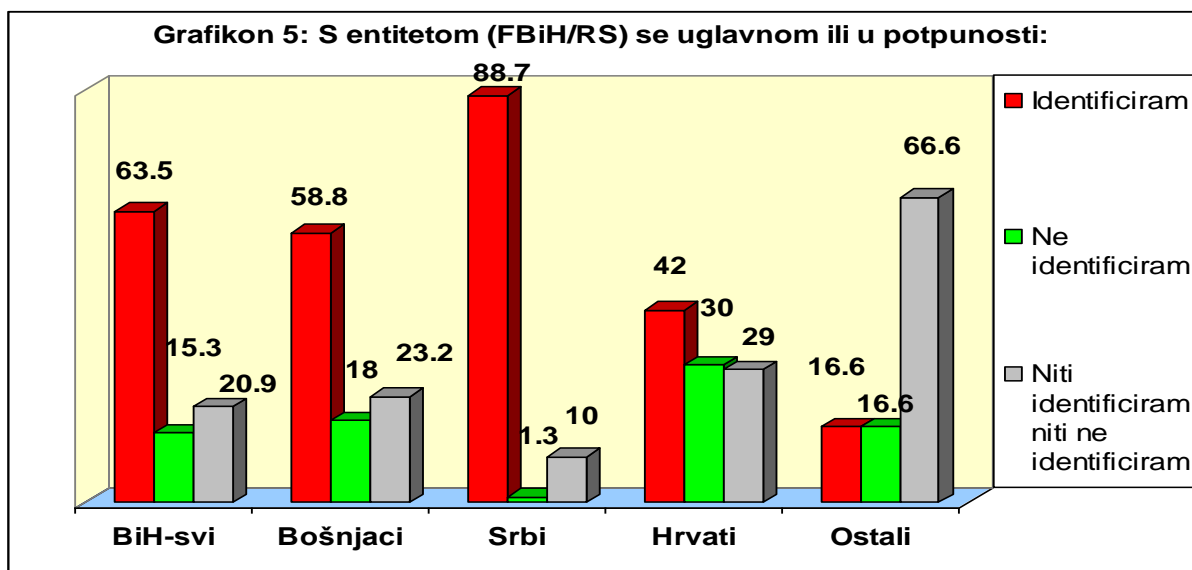
A što je s identifikacijom s vlastitom državom? Može li se, još konkretnije, zbog vrste konflikata koji su BiH obilježili u prethodna dva i pol desetljeća, i danas govoriti o identifikaciji koja bi se mogla smatrati dovoljnim jamstvom za budućnost BiH kao države i kao društva? Na razini ukupne populacije se, istina, o takvoj identifikaciji može govoriti. U prilog tome govore dvije skupine podataka. Preko tri petine ukupnoga stanovništva se, naime, uglavnom ili u potpunosti identificira s BiH kao svojom državom. Uz to, dakako, kod svega petnaestak postotaka ispitanika je identificiran – izražen, doduše, različitim intenzitetom – nedostatak apostrofirane identifikacije (Grafikon 4).



Pretežita identifikacija, međutim, ne znači i zaključak kako je BiH, ovakva kakva je, izvan bilo kakve opasnosti za svoju egzistenciju. U prilog tome, uostalom, dosta zorno svjedoče i neki pokazatelji iz prethodnog grafikona. Pogledali ih se temeljitije, izvjesno je da identifikacija s BiH kao državom i društvom – u formi u kojoj ona egzistira danas – barem što se pripadnika triju konstitutivnih naroda tiče, nije upitna jedino kod građana bošnjačke nacionalnosti. Kod Hrvata, i posebice Srba, o takvoj se identifikaciji ne može govoriti. Istina je, doduše, da se kod relativno značajnog dijela populacije i unutar ovih etničkih grupacija još uvijek ne može registrirati negativno identifikacijsko određenje u odnosu na vlastitu državu.²⁸⁸ A to, opet, znači da bi pametna etnička i državna strategija mogle bitno utjecati na porast identifikacijske privrženosti i kod ovih etničkih skupina.

Apostrofirana slika identifikacije s vlastitom državom sama po sebi nameće pitanje identifikacije s jednim od dvaju njezinih administrativnih dijelova – entitetima, koji su proizvod bosanskohercegovačke ratne kataklizme. Što je s tom identifikacijom? Je li ona izraženija u odnosu na prethodnu, niža od nje, i postoje li kakve razlike u odnosu na temeljne etničke stratumne koje se kroz istraživanje testira? I letimičan pogled na empirijske podatke, naime, upućuje na zaključak da je kod najvećeg dijela bosanskohercegovačke populacije razvijena identifikacija s jednim od dva administrativna dijela države – entitetom u kojem žive. To, dakako, nije pojava izvan očekivanja s kojima se u istraživanje ušlo. Entiteti su, uostalom, dio bosanskohercegovačke stvarnosti skoro dva desetljeća pa je, onda, logična i izvjesna identifikacija s njima (Grafikon 5).

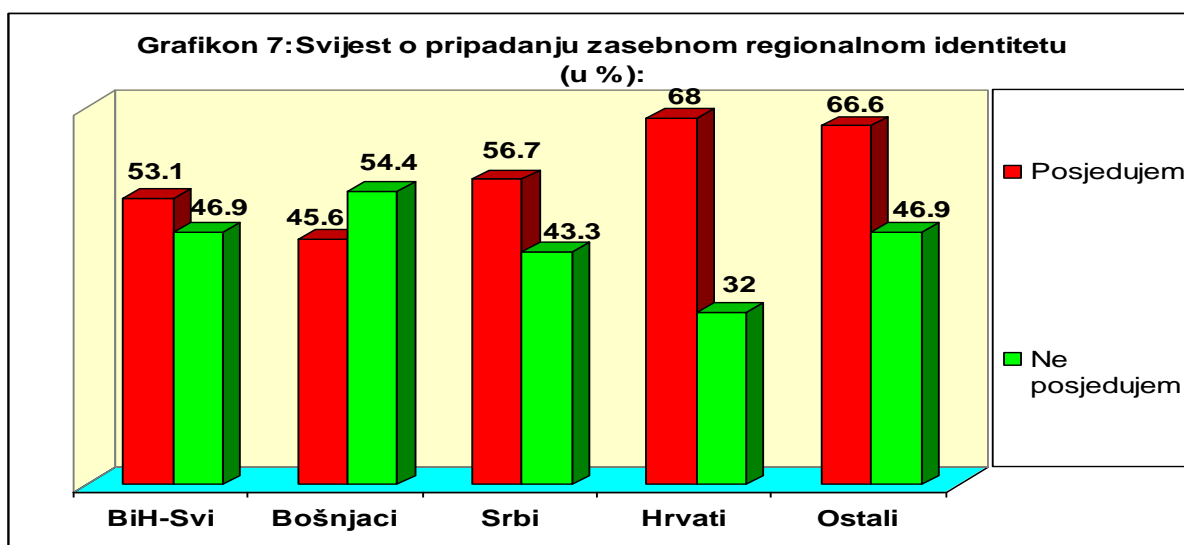
²⁸⁸Uostalom, 30% Srba i 25% Hrvata imaju identifikacijski neodređen odnos – niti se identificiraju, niti se ne identificiraju s BiH kao državom i društvom.



Važna je, međutim, distribucija apostrofirane identifikacije na pojedine etničke zajednice. Daleko najizraženiji je, naime, stupanj identifikacije s entitetom kod građana srpske nacionalnosti. A to, opet – pođe li se od procjene da preko devet desetina ove etničke grupacije u BiH živi na prostoru jednog entiteta – znači i doživljavanje entiteta, odnosno administrativnog dijela države, kao zasebna državnog entiteta, zasebne države. Ova vrsta doživljaja je, na koncu, razumljiva budući se poruka toga tipa svakodnevno odašilje od srpskih političkih elita u BiH.

Isto tako, relativno najmanja, ispodpolovična je – uz kategoriju „ostalih“, za koje je izostajanje takva poistovjećivanja razumljivo – identifikacija s entitetom kod građana hrvatske nacionalnosti. Zašto? Iako istraživanje ne nudi empirijsku podlogu za zaključivanje, moguće je pretpostaviti da u nijednom od dvaju postojećih entiteta oni ne prepoznaju prostor, niti jamstvo vlastite nacionalne samobitnosti.

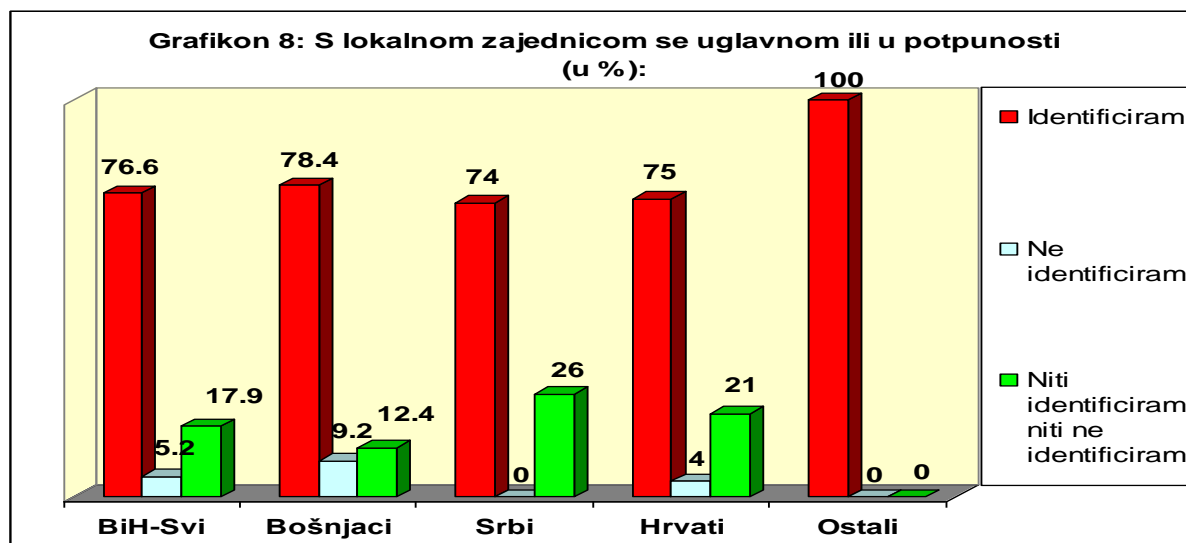
Ako je, već, promatra li ju se na razini čitavog uzorka, neupitna identifikacija s administrativnim dijelovima države proizišlim iz ratnih sukobljavanja i ratne kontrole jednog od dvaju dijelova BiH, može li se o istoj identifikaciji govoriti i u slučaju postojanja svijesti o pripadanju zasebnom regionalnom identitetu – onom koji ima daleko dužu povijest i u vezi je s zemljopisnim, povijesnim, prometnim ili gospodarskim regionaliziranjem pojedinih dijelova BiH? Rezultati empirijskog istraživanja sugeriraju potvrđan sud. Ili još konkretnije, preko polovine ukupne populacije potvrđuje postojanje takve svijesti kao dijela svoga vlastitog identiteta (Grafikon 7).



Promatra li se, pak, svijest o pripadanju zasebnom regionalnom identitetu kod etnički strukturiranih stratuma, razlike su i više nego prepoznatljive. Naglašeniju svijest o regionalnom identitetu kod skupine „ostalih“ se, dakako, moglo i prije istraživanja pretpostaviti. Ako se, pak, kompariraju tri dominantne etničke skupine, pripadnici triju konstitutivnih naroda, svijest o pripadanju zasebnom regionalnom identitetu je u izvjesnoj vezi s razinom identifikacije s BiH. Ili još konkretnije, najjača identifikacija s BiH, koja je registrirana kod bošnjačke populacije, za posljedicu ima nešto manje naglašenu svijest o regionalnom identitetu. I obrnuto, niža razina identifikacije s BiH kao državnim okvirom, zabilježena kod srpskog i hrvatskog dijela bosanskohercegovačke populacije, rezultira pojačanom sviješću o pripadanju zasebnom regionalnom identitetu.

Ovaj tip zakonomjernosti se, istina, ne može izvesti bez ikakvih rezervi. Viši stupanj identifikacije s BiH kao državom u odnosu na bosanskohercegovačke Srbe, naime, hrvatskim građanima u BiH nije smetnja i za najnaglašeniju svijest o njihovom regionalnom pripadanju. I obrnuto, relativno najniža razina identifikacije kod građana srpske nacionalnosti trebala bi biti jedna od pretpostavki naglašenijeg regionalnog identiteta. No, komparira li se on s Hrvatima u BiH, to se nije dogodilo.

Na koncu, istraživanjem se htjelo testirati i stupanj identifikacije građana BiH s lokalnom zajednicom, njihovom najbližom životnom sredinom. U istraživanje se, dakako, ušlo s pretpostavkom kako bi taj stupanj identifikacije mogao biti i najizraženiji. Empirijski pokazatelji su tu pretpostavku i potvrdili. Identifikacija je, promatrano na razini ukupnog uzorka, registrirana kod preko tri četvrtine ukupne populacije. Pri tome su, usput, irelevantne i razlike između najznačajnijih etničkih stratuma (Grafikon 8).



Ako bi se, na koncu, temeljem empirijskog istraživanja htjelo izvesti teorijsku zakonomjernost, jedan od sudova je neupitan. Što je manji geografski prostor, na kojem se, i s kojim identifikacija građana testira, veća je razina njihove identifikacije. Ili još konkretnije, najizraženija je identifikacija građana s njihovom lokalnom zajednicom, a relativno najniža s Evropom. Pad identifikacije se može pratiti i na prostornim jedinicama između ovih dviju geografskih odrednica – od entiteta, do države i Balkana.

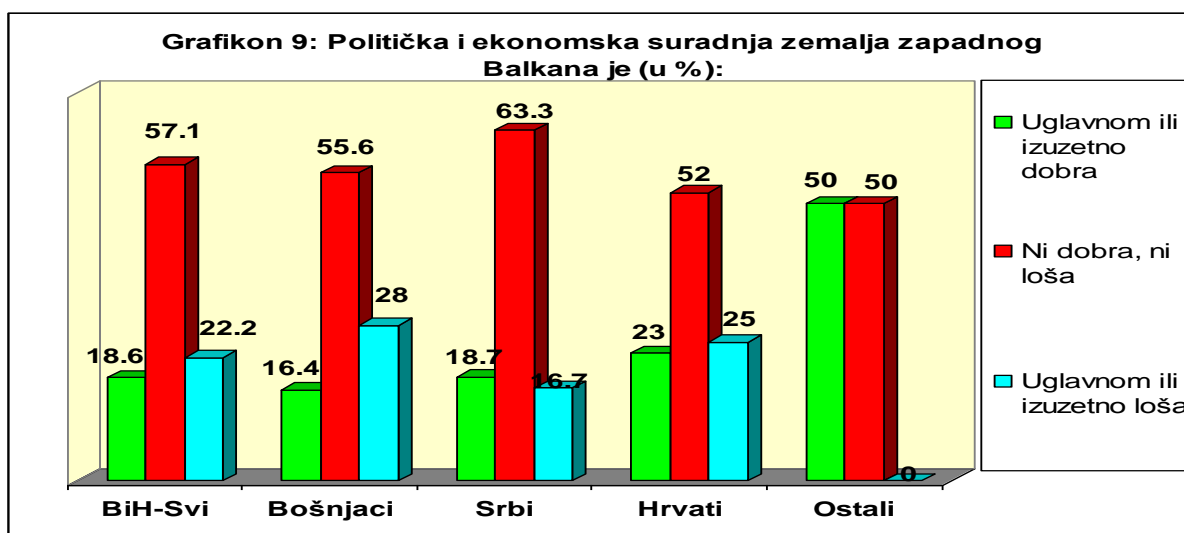
U ovu se pravilnost dijelom ne uklapa samo svijest o regionalnom identitetu kao užem prostoru od razine dvaju entiteta. No, u vezi s tim je moguće ponuditi i znanstveno relevantnu argumentaciju. Termin „svijest o pripadanju zasebnom regionalnom identitetu“ je, u usporedbi s ostalim u istraživanju testiranim identitetima, relativno manje definiran, a time je relativno izraženija i mogućnost pojedinačnih dvojbi u vezi s pitanjem o čemu se točno radi. Posljedica te činjenice je, onda,

i relativno manje izražena razina identifikacije, bez obzira što je to – apstrahira li se značenje apostrofiranih nejasnoća – rezultat koji odudara od opće teorijske zakonomjernosti.

2. Odnos prema regionalnim i europskim integracijama

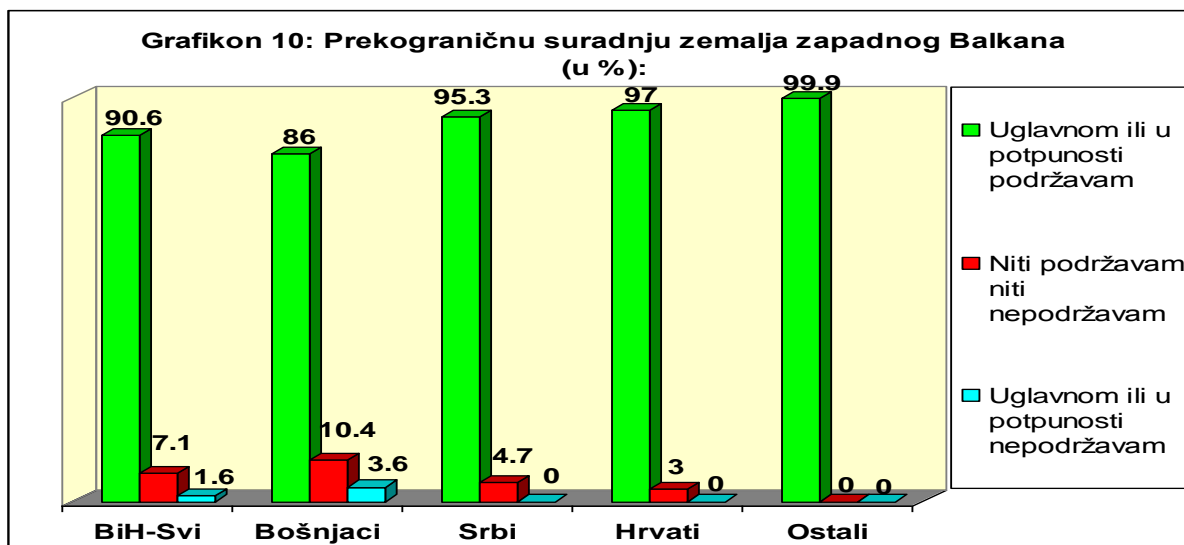
Veći stupanj identifikacije s užim geografskim prostorima navodi na zaključak kako bi relativno više mogla biti izražena i spremnost za suradnju i integriranje BiH u regionalne nego u općeevropske asocijacije. Koliko, pak, empirijsko istraživanje takve pretpostavke i podržava?

Rezultati istraživanja, prije svega, potvrđuju pretpostavku kako među građanima BiH postoji suglasnost da politička i ekonomska suradnja zemalja zapadnog Balkana nije na razini na kojoj bi, očito, mogla i trebala biti. Ili još konkretnije, skoro tri petine ukupne populacije dijeli uvjerenje kako ostvarena razina suradnje nije ni dobra, ni loša. A to, opet, znači da postoji značajan prostor za njezinu dogradnju. U prilog istom sudu, dakako, govore i još dva pokazatelja. Ni petina svih građana, primjerice, ne dijeli uvjerenje kako se i za postojeću suradnju može ustvrditi da je uglavnom ili u potpunosti dobra. Ono, pak, što je još važnije, za uvjerenje građana se ne može kazati ni kako je eksplicitno negativno obojano, odnosno kako postojeću suradnju zemalja zapadnog Balkana doživljava eksplicitno lošom (Grafikon 9).

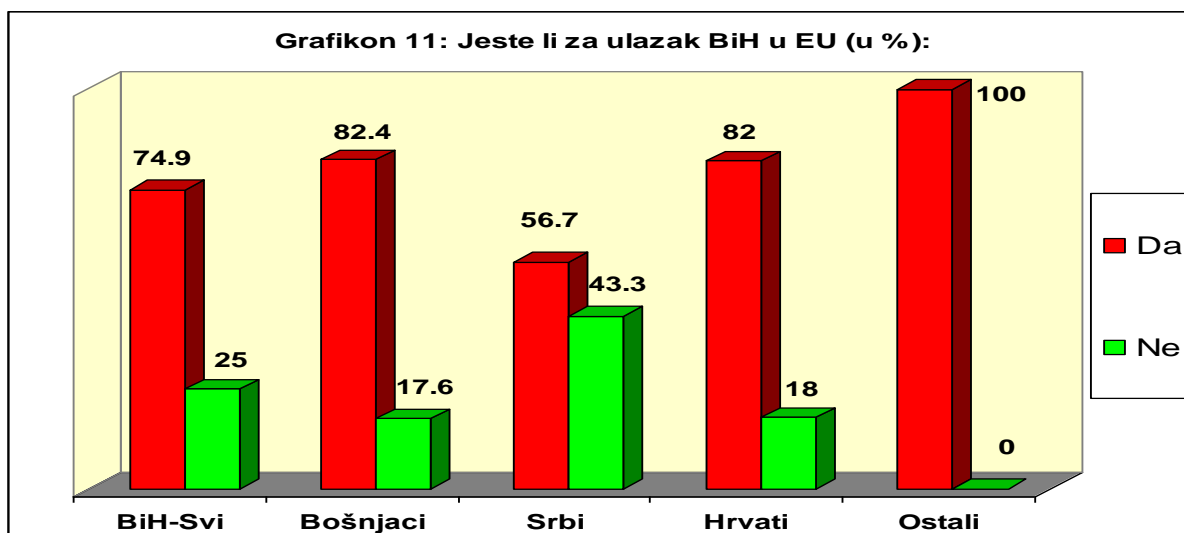


Do približno istih sudova se, što je isto toliko važno, dolazi i analizom pojedinih etničkih stratuma. Naprijed izrečeni sudovi za razinu zemlje manje ili više su indikativni i za svaku od triju najdominantnijih etničkih skupina. Ako se, pak, o izvjesnim razlikama i može govoriti, one nemaju intenzitet da bi ih se moglo smatrati teorijski relevantnima.

Mada se i iz prethodnih sudova može izvlačiti zaključak o tome kako među građanima postoji potpora intenzivnijoj suradnji BiH sa njezinim susjedima, pa i drugim zemljama zapadnog Balkana, takva je potpora provedenim empirijskim istraživanjem i eksplicitno potvrđena. Preko devet desetina ukupnoga punoljetnog stanovništva, ako je po istraživanju suditi, podržava – istina s različitim stupnjem intenziteta – prekograničnu suradnju zemalja zapadnog Balkana. I ne samo to. Navedena je potpora neupitna i u promatranim etničkim stratumima (Grafikon 10).



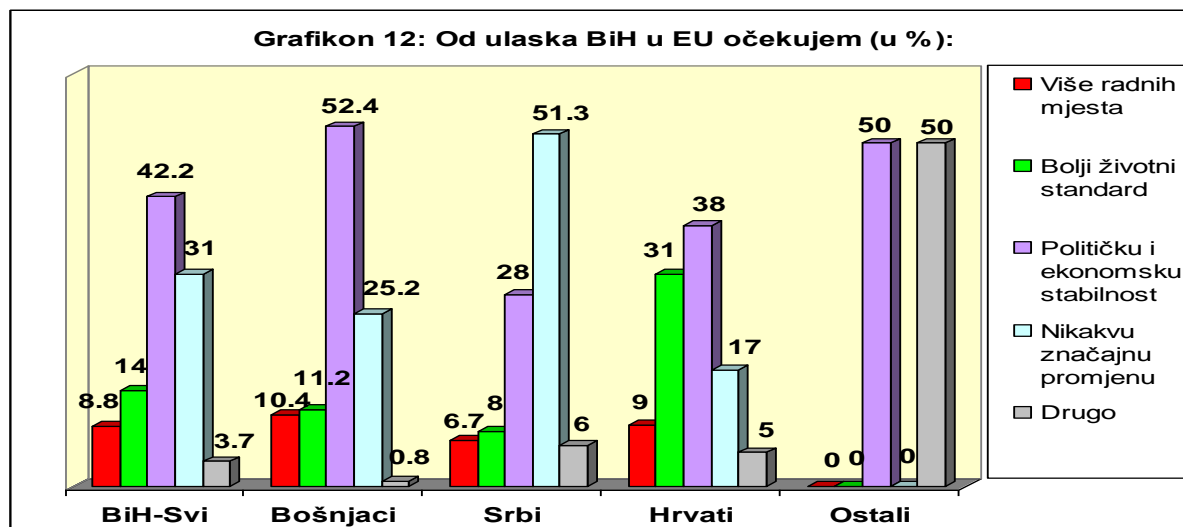
Upitna, međutim – iako je manja od prethodno identificirane – nije ni potpora priključivanju BiH društvu evropskih naroda, Evropskoj uniji prije svega. Tri četvrtine građana je, naime, za ulazak BiH u EU bilo i u vrijeme provođenja empirijskog istraživanja (Grafikon 11).



Apostrofirani nalaz, dakako, odašilje optimistične signale. No, u njemu se daju prepoznati i znaci mogućih problema pred kojima bi se BiH mogla naći. Znakovito je, primjerice, da se integriranju BiH u EU relativno najintenzivnije protive građani srpske etničke skupine. Apostrofiramo „znakovito“ jer se protiviljenje ovog stratuma moglo i pretpostaviti. Prethodnih nekoliko godina, naime, obilježila je snažna antievropska orijentacija i retorika srpskih političkih elita u BiH. Posljedica takve orijentacije i retorike i nije moglo biti ništa drugo do povećan udio onih koji ulazak u EU ne smatraju srećom, pa ni najpametnijim izborom.

Potporna ulasku u EU, koja nije sporna ni na razini ukupnog uzorka ni na razini praćenih etničkih stratuma, ne znači po automatizmu i očekivanje kako bi on, ulazak BiH u EU mogao riješiti sve probleme koje država ima. No, određena očekivanja ipak nisu sporna. O kojim se to očekivanjima radi? Promatrano na razini države to je, prije svega, politička i ekonomska stabilnost koju bi Bosni i Hercegovini prijem u EU trebao donijeti. Ovaj tip očekivanja je, naime, registriran kod preko dvije petine ukupne populacije. Beznačajan, potom, nije ni udio onih koji vjeruju kako bi apostrofirano integriranje za posljedicu moglo imati i bolji životni standard građana BiH. Ali, ignorirati se ne smije

ni one druge – one koji od prijema u EU ne očekuju nikakvu značajnu promjenu za život u BiH. Takav je, još konkretnije, skoro svaki treći njezin punoljetni građanin (Grafikon 12).



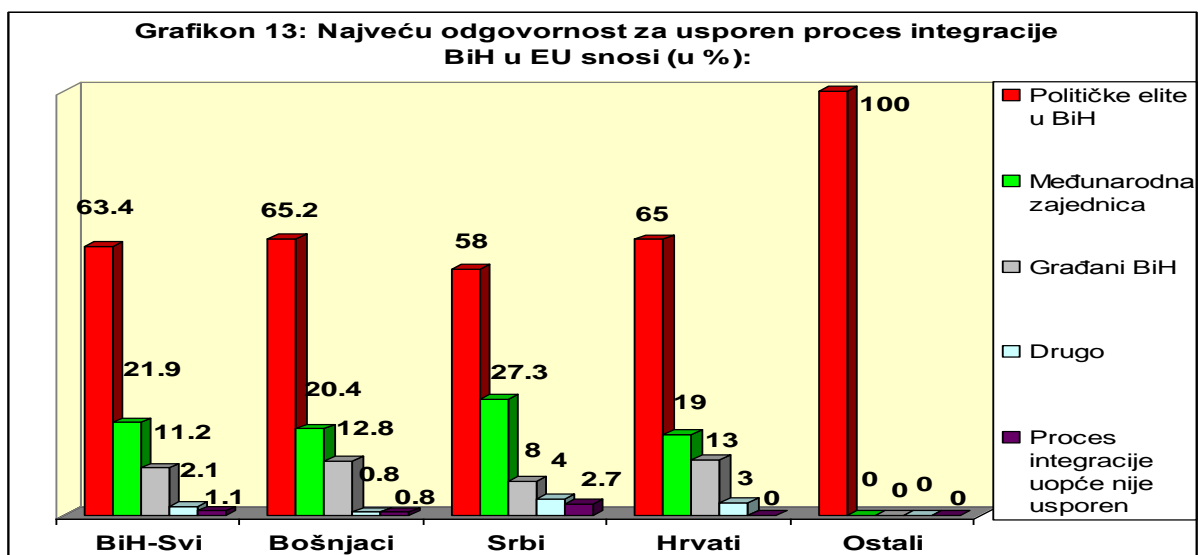
Promatra li se, pak, očekivanje od ulaska BiH na razini praćenih etničkih stratuma, razlike su i više nego prepoznatljive. Veća razina političke i ekonomske stabilnosti je, primjerice, kao očekivanje posebice karakteristično za građane bošnjačke nacionalne grupacije i one koji se tretiraju kao „ostali“. Ovaj tip očekivanja potom, iako relativno manjim intenzitetom izražen, karakterizira i Hrvate u BiH. To isto se, međutim, ne bi moglo ustvrditi i u slučaju građana srpske nacionalnosti. Kod ovog dijela populacije je, potpuno suprotno, dominantno uvjerenje kako priključivanje Evropskoj uniji za BiH neće imati nikakvu značajnu promjenu. Na koncu, očekivanje kako bi pristupanje EU za učinak moglo imati bolji životni standard zahvaliti se ima u najznačajnijoj mjeri građanima hrvatske etničke grupacije (Grafikon 12).

Podje li se, pak, od neupitnog općeg opredjeljenja za pristupanje Evropskoj uniji s jedne, te dominantnog očekivanja kako bi ono moglo imati pozitivne učinke za život građana BiH s druge strane, logičnim se nameće pitanje dijele li građani BiH uvjerenje da je proces integriranja njihove države u EU usporen? I ako dijele, zašto je taj proces integriranja usporen? Ili još konkretnije, koga za takav tempo integriranja građani prozivaju, smatraju odgovornim?

Rezultati empirijskog istraživanja ne ostavljaju veliki prostor nedoumicama. Registriran je, prije svega, opći društveni konsenzus u vezi s tim da je proces integriranja BiH u EU prespor.²⁸⁹ Nema, potom, dvojbi ni u vezi s pitanjem koga se za to smatra odgovornim. Prevladavajuće je, naime, uvjerenje kako najveću odgovornost snose domaće političke elite. Ne amnestira se, istina, ni međunarodnu zajednicu. Više nego svaki peti punoljetni građanin, još konkretnije, baš nju markira kao krivca zbog čega BiH već danas nije članica velike evropske obitelji.

Ovakva distribucija odgovornosti, međutim, ne karakterizira samo ukupni u istraživanje uključeni uzorak. Dapače. Ista distribucija – uz, doduše, manja odstupanja u intenzitetu odgovornosti ili domaćih elita ili institucija međunarodne zajednice – odlika je i triju najvećih etničkih stratuma, onih koji u sebe uključuju pripadnike triju konstitutivnih naroda (Grafikon 13).

²⁸⁹Tu vrstu uvjerenja, zapravo, ne dijeli tek 1.1% ukupne populacije, onaj dio bh. građana koji i danas vjeruje kako proces integriranja njihove države u EU uopće nije usporen.



3. Zaključak

Cilj provedenog empirijskog istraživanja je bio dovesti u odnos unutarnja previranja u konfliktnim društvima s jedne i evropske vrijednosti koje su im imanentne s druge strane. Na primjeru BiH, još konkretnije – koja je, kao karakterističan slučaj konfliktnog društva, korištena kao poligon empirijskog istraživanja – htjelo se istražiti koliko su joj, pored nacionalnog identiteta kao jednog od uzročnika unutarnjih konflikata, imanentni i neki drugi identiteti – spremnost identificiranja s lokalnom zajednicom, s neadministrativnim prirodnim cjelinama i administrativnim dijelovima unutar države, s državom samom, s širom regijom Balkana te, na koncu, s Evropom kao ciljem kojem njezine političke elite, barem što se javne manifestacije tiče, streme.

U istraživanje se, zbog apostrofiranih ciljeva, ušlo s hipotezom da *iskazanu razinu spremnosti za integriranje u evropski politički, društveni i civilizacijski prostor ne prati isti intenzitet individualne i društvene identifikacije s Evropom unutar bosanskohercegovačkoga društva*. Da bi se postavljenu hipotezu i testiralo provedeno je empirijsko istraživanje na reprezentativnom uzorku od pet stotina ispitanika, punoljetnih građana s prostora čitave BiH.

Istraživanje je proizvelo dvije skupine spoznaja. Prava se tiče pitanja identiteta. Potvrđena je, prije svega, pretpostavka da je nacionalni identitet neupitan. Provedenim istraživanjem je ona i potvrđena. Nacionalni identitet je kao vrijednost indikativan za skoro 85% ukupnoga bosanskohercegovačkog stanovništva. Iznenađuje, istina, ali samo djelomično, spoznaja da je ta vrsta identiteta relativno najizraženija kod građana srpske etničke grupacije, kod koje se o njemu može govoriti kao o općoj odlici.

Što se, pak, tiče identiteta koji je vezan za geografski prostor, istraživanje je uputilo na zakonomjernost: uži geografski prostor – veća razina identifikacije. Ili još konkretnije, najizraženija je identifikacija građana s njihovom lokalnom zajednicom, a relativno najslabija s Evropom kao civilizacijskim okvirom kojem oni, po prirodi stvari, pripadaju.

Apostrofirana zakonomjernost, međutim, ne znači i negativan odnos građana BiH, kao članova konfliktnog društva, prema različitim tipovima integracija u društvo evropskih naroda. Dapače. Istraživanjem je identificiran kritički odnos prema dostignutoj razini političke i ekonomske suradnje zemalja zapadnog Balkana, ali i gotovo plebiscitarna potpora intenziviranju prekogranične suradnje zemalja ove regije. Utvrđena je, međutim, i tročetvrtinska potpora ulasku u EU i to, ako je temeljem dobivenih rezultata suditi, zbog koristi koje on za BiH i sve njezine građane može donijeti. I zbog toga je, među inim, indikativan kritički odnos prema mjerama koje na putu integriranja BiH u EU poduzimaju političke elite – domaće, prije svega, ali i institucije međunarodne zajednice koje, prema Daytonskom mirovnom sporazumu dakako, predstavljaju dio ustavne strukture BiH.

Litaratura:

1. Castells, Manuel (2002) *Moć identiteta*, Zagreb, Golden marketing.
2. Korunić, Petar (2002) Nacija i nacionalni identitet. *Historijski zbornik LV*
3. Kraus, Wolfgang (2000), *Budućnost Europe*, Osijek–Zagreb–Split: Panliber.
4. Kukić, Slavo (2008), *Globalizacija – pro et contra* Međunarodni simpozij "Identitet i globalizacija", Zenica.
5. Kukić, Slavo (2004), *Između jugoslavenskog scenarija i evropske budućnosti*, *Status*, 2/2004.
6. Kukić, Slavo, Marija Čutura (2003), *Transition and Values System*, Međunarodni znanstveni skup "Tranzicija i globalizacija", Ekonomski fakultet Sarajevo.
7. Mauri, Ervin (1994), *Europski novi identitet*, *Društvena istraživanja* 14 (6):695–701.
8. Mihelj, Sabina (2001) Identiteti i globalizacija – mitovi i realnost. *Revija za sociologiju* 32(3–4):147–154.

SCIENCE AND PSEUDO-SCIENCE IN POSTMODERN SOCIETIES

ZNANOST I PSEUDOZNANOST U DRUŠTVIMA POSTMODERNE

Željko Pavić

*Department of Cultural Sciences, University of J.J. Strossmayer, Osijek, Croatia
Odjel za kulturologiju, Sveučilište J. J. Strossmayera, Osijek, Hrvatska*

Abstract

Enlightenment envisaged that humanity shall emerge from „self-imposed immaturity“ and replace all forms of prejudice and ignorance with scientific knowledge. However, contemporary research show that in spite of growth of education levels, scientific literacy and scientific-technological achievements we could even speak about revitalization of pseudo-science. The author tries to show that, besides the spread of communication technologies and media which bring about „democratization“ of knowledge and profit interests, this revitalization can be explained by the characteristics of postmodern societies as risk societies and by the inability of science to provide all-encompassing worldviews. Technological and social complexity causes human-created risk and new forms of uncertainty, whilst the individualization causes decline of trust in people and societal institutions. By analyzing alternative medicine, creationism, astrology and pseudo-history the author tries to show that, due to its methodical skepsis and self-limitation, science cannot provide those forms of symbolic safety which pseudo-science manages to

Sažetak

Prosvjetiteljstvo je predvidjelo da će čovječanstvo izlaskom iz „samoskrivljene nezrelosti“ sve oblike predrasuda i neznanja zamijeniti znanstvenom spoznajom. No suvremena istraživanja pokazuju da se unatoč porastu obrazovanosti populacije, znanstvene pismenosti i znanstveno-tehnološkim postignućima može govoriti o revitalizaciji pseudoznanosti.. U radu se pokušava argumentirati da se, osim širenjem komunikacijskih tehnologija i medija koji dovode do „demokratizacije“ znanja i profitnih interesa, revitalizacija može objasniti obilježjima postmodernih društva kao društava rizika i nemogućnošću znanosti da pruži sveobuhvatne svjetonazore. Tehnološka i društvena kompleksnost dovela je do pojave rizika koje je stvorio sam čovjek i koji izazivaju nove oblike nesigurnosti među ljudima, a individualizacija dovodi do pada povjerenja u ljude i društvene institucije. Na temelju analize obilježja i upotrebe alternativne medicine, nekih vrsta kreacionizma, astrologije i pseudopovijesti u radu se pokušava dokazati da znanost zbog svoje metodičke skepse i samograničenja ne može pružiti one vrste

do.

simboličke sigurnosti koje uspijevaju pružiti ovi oblici pseudoznanosti.

Keywords

science, pseudo-science, postmodern societies, risk society, identity

Ključne riječi

znanost, pseudoznanost, postmoderna društva, društvo rizika, identitet

1. UVOD

Uspion suvremene zapadne civilizacije neraskidivo je povezan s idejom humanizma. U renesansnom razdoblju humanizam se vezuje uz otkrivanje klasične antičke kulture i vjerovanje u čovjekovu veličinu i moć da u ovostranosti izgradi život oslonjen na vlastiti razum. Prosvjetiteljstvo još jače naglašava mogućnost izlaska iz „samoskrivljene nezrelosti“ (Kant), a niz otkrića i velikih teorija iz razdoblja znanstvene revolucije 17. i 18. stoljeća znanost i znanstvenu metodologiju kodificiraju kao superiorne oblike spoznaje svijeta. Ova se metodičnost u paradigmatom obliku realizirala u Newtonovoj teoriji koja je kroz nekolicinu aksiomatskih, matematički izraženih zakona objasnila sva zemaljska i nebeska gibanja, izazivajući divljenje znanstvene, ali i humanističke javnosti. Unatoč tome što su okultizam i magija imali određen utjecaj na nastavak suvremene znanosti koja je kooptirala neke magijske i okultističke ideje (Henry, 2008)²⁹⁰ ove dvije intelektualne struje ubrzo su se odvojile. Ukratko rečeno, znanost i znanstvena metoda stječu službeni status, a neznanstveni oblici spoznaje stvarnosti nastavljaju živjeti kao neslužbena alternativa, unatoče tome što im je prosvjetiteljski optimizam prognozirao definitivni nestanak. Pseudoznanost jedna je od tih alternativa, a od drugih oblika „neznanosti“ razlikuje je pretenzija na znanstvenu valjanost, argumentacija koja se želi zaogrnuti brojkama, činjenicama i teorijama koje sličje onima znanstvenima. Suvremena istraživanja pokazuju da se unatoč porastu obrazovanosti populacije, znanstvene pismenosti i znanstveno-tehnološkim postignućima može govoriti o svojevrsnoj revitalizaciji pseudoznanosti. Alternativna medicina, teorije zavjere i astrologija dio su društvene svakodnevnice, osobito one medijske, a neki oblici pseudoznanstvenog kreacionizma²⁹¹ vrlo su vitalni u Sjedinjenim Američkim Državama, a sve češće se primjećuju i u Europi, pa i u Hrvatskoj. Ovakav dinamizam na tržištu ideja na kojemu se, često i do neprepoznatljivosti, miješaju znanost i pseudoznanost pričinjava radost svima onima koji profitiraju od industrije pseudoznanosti, a podržavaju ga i svi oni koji slave postmoderni relativizam i kritiziraju znanstveni diskurs kao izraz dominacije bogatih i moćnih pojedinaca i civilizacija. No taj dinamizam dovodi do očaja sve one znanstvenike i intelektualne „prosvjetitelje“ koji se teško mire s ponovnim ulaskom u „samoskrivljenu nezrelost“ i lamentiraju nad naivnošću konzumenata pseudoznanosti, ali i stvarnim i potencijalnim društvenim štetama koje se mogu pripisati pseudoznanosti i pseudoznanstvenicima. Iako se može govoriti o manjkavostima ljudskog kognitivnog aparata koje pseudoznanost čine naizgled neiskorjenjivom pojavom, osnovni sociološki postulati kažu nam da sve društvene pojave postoje zbog neke individualne ili društvene funkcije. U ovome radu upravo nastojimo utvrditi koje to funkcije vrše pseudoznanstvena vjerovanja, odnosno mogu li se određena obilježja postmodernih društava dovesti u vezu s bujanjem pseudoznanosti. Drugačije rečeno, nastojimo razumjeti i objasniti paradoksalnu raširenost pseudoznanosti u svijetu koji se samodefnira kao znanstveno-tehnička civilizacija. No prije toga objasniti ćemo osnovna obilježja pseudoznanosti i one vrste pseudoznanosti koje dominiraju u današnjim (zapadnim) društvima.

²⁹⁰ Primjerice, Newtonova ideja gravitacije kao sile koja djeluje na daljinu izvorno je magijska, pa je stoga dugo i odbacivana od strane drugih znanstvenika kao izraz zastarjelog i neznanstvenog načina razmišljanja.

²⁹¹ Kako je kasnije objašnjeno, pseudoznanošću se mogu smatrati samo one vrste kreacionizma koje imaju namjeru objašnjavati empirijske fenomene, čime dolaze u sukob s prihvaćenim znanstvenim teorijama i znanstvenom metodologijom.

2. OSNOVNA OBILJEŽJA PSEUDOZNANOSTI

Pseudoznanostu nazivamo sve one tvrdnje koje se predstavljaju znanstvenima, no obično ne zadovoljavaju stroge kriterije koja se postavljaju pred znanstvene teorije. U današnjim zapadnim društvima pseudoznanost skupa s praznovjerjem i *new age* vjerovanjima čini poseban kompleks vjerovanja koja su na ovaj ili onaj način suprotstavljena znanosti, no ove je pojmove ipak potrebno međusobno razlikovati (navedeno na temelju Coll i Taylor, 2004:758-759). Praznovjerje čini skup fragmenata nekadašnjih religija ili magijskih praksi uglavnom usmjerenih na praktičnu korist, magijski utjecaj na druge ljude, predviđanje budućnosti i sl. U epistemološkom smislu, praznovjerje je uglavnom zasnovano na različitim vrstama (pogrešnih) asocijacija ili empirijski neutemeljenih vjerovanja. Npr. neke vrste magijske prakse temelje se na načelu „slično-izaziva-slično“ (npr. *woodoo* magija), praznovjerje vezano uz broj 13 vjerojatno je vezano uz 12 potpunih i jedan nepotpuni lunarni ciklus tijekom godine i sl.²⁹². Vjerovanja o "sretnim" brojevima, danima i predmetima također se temelje na pogrešnoj ideji da pojave ili stvari koje su nam jednom bile sretno moraju to biti i u budućnosti tj. na ideji da jednom povezane pojave moraju ostati povezane i u budućnosti. S obzirom da nekolicina istraživanja pokazuje da konvencionalni vjernici manje vjeruju u stvari koje obično nazivamo praznovjerjem, Coll i Taylor (2004) zaključuju da se praznovjerje može shvatiti i kao nadomjestak za spoznajnu orijentaciju i identitet koje pružaju tradicionalne religije. Dakle, i religijska i praznovjerna vjerovanja nude pojedincu određenu razinu simboličke sigurnosti (odgovore na pitanja o vlastitoj sudbini, budućnosti i sl.), a pojedinci se obično odlučuju ili za jedno ili za drugo.

New age svjetonazor čini skup vjerovanja koje dolaze iz istočnjačkih, azijskih religija (npr. reinkarnacija), parapsiholoških vjerovanja (npr. spiritizam) ili vjerovanja vezanih uz alternativnu medicinu (npr. kristalografija - liječenje posebno izbrušenim kristalima koji navodno oslobađaju neku vrstu energije). Ovaj svjetonazor predstavlja jednu od struja pokreta nove duhovnosti koja se u mnogim društvima pojavljuje kao individualizirana i eklektična alternativa tradicionalnim religijama.. Pseudoznanost, za razliku od praznovjerja i većine *new age* vjerovanja, tvrdi da se temelji na znanstvenim argumentima, no ti argumenti uglavnom ne zadovoljavaju uobičajene znanstvene kanone. Kao najvažnija sastavnice pseudoznanosti mogu se izdvojiti sljedeća obilježja:

1. Neproverljive i nejasne tvrdnje - npr. astrološka predviđanja, kao jedna od najzastupljenijih formi pseudoznanosti današnjice, najčešće su vrlo nejasna i ne mogu se pouzdano testirati.
2. Tvrdnje i teorije koje su višestruko opovrgnute pomoću rigoroznih testova utemeljenih na strogim metodološkim načelima – npr. mnoge grane alternativne medicine u većini eksperimenata ne pokazuju učinak koji se ne bi mogao objasniti placebo efektom.
3. Nemogućnost testiranja teorije od strane drugih promatrača - npr. praktikanti alternativne medicine svojim klijentima nude individualizirane terapije koje nitko drugi ne može ponoviti.
4. Ignoriranje protivnih dokaza – pseudoznanost bira samo one empirijske dokaze koji potvrđuju njezine tvrdnje.
5. Oslanjanje na anegdotalne dokaze – nepouzdana dokazi često se uzimaju kao pouzdani, npr. Dan Brown u *Da Vincijevom kodu* nepouzdanu legende o dolasku Marije Magdalene u Francusku proglašava povijesnom činjenicom.
6. Teret je dokazivanja na onome tko opovrgava pseudoznanost (*argumentum ad ignorantiam*) - npr. "teoretičari zavjera" obično zahtijevaju da se njihove, uglavnom neproverljive, teorije u potpunosti opovrgnu. Ako se to ne može učiniti, smatraju ih dokazanim.

Budući da bi ovakve epistemološke slabosti pseudoznanosti trebale biti očite ogromnoj većini racionalnih ljudi, nameće se pitanje kako je moguće da ljudi uopće vjeruju u pseudoznanost? Osim sociološkog objašnjenja, kojega navodimo u posebnom poglavlju, jedan dio popularnosti i vitalnosti pseudoznanosti može biti objašnjen i spoznajnim pristranostima karakterističnim za većinu ljudi. Naime, pogrešna vjerovanja utemeljena na nesavršenostima ljudskog spoznajnog aparata oduvijek su

²⁹² Ovo praznovjerje se ponekad manifestira i u obliku fobije od broja 13 (tzv. triskaidekafobija), mnogi hoteli iz istog razloga nemaju sobe ili katove s brojem 13 i sl.

postojala, a suvremena se pseudoznanost hrani njima. Goldacre (2010) izdvaja nekoliko takvih nesavršenosti: nasumičnost, regresiju prema prosjeku, pristranost prema pozitivnim dokazima, pristranost zbog prethodnih uvjerenja, dostupnost i društvene utjecaje. Nasumičnost se odnosi na tendenciju stvaranja pravilnosti tamo gdje one stvarno ne postoje. Primjerice, niz eksperimenata pokazao je da će pojedinci osmisliti niz koji je nastao kao posljedica slučajnih događaja. Ovakva tendencija u pozadini je pseudopovijesti, osobito teorija zavjere, koje povijesnu nasumičnost pretvaraju u zakulisnu igru čija pravila stvaraju izuzetno moćni i obično zlonamjerni pojedinci. Regresija prema prosjeku odnosi se na statističku pojavu prema kojoj ekstremni rezultati u jednom mjerjenju pokazuju tendenciju kretanja prema prosjeku u drugom mjerjenju. Ova je pojava dobro poznata, a pojavljuje se kao posljedica činjenice da rezultat na nekoj varijabli uključuje niz utjecaja (ili grešaka mjerenja) koji su prilikom postizanja ekstremnog rezultata pukim slučajem usmjerene u jednom smjeru. Kako u sljedećem mjerjenju ovi utjecaji pokazuju tendenciju jače entropije, tako se i pojavljuje regresija prema prosjeku. Dok se ova pojava obično dobro kontrolira u eksperimentalnim nacrtima, neznanstveno je razmišljanje obično ne prepoznaje, čime se, primjerice, može protumačiti značajan dio „učinkovitosti“ alternativne medicine²⁹³. Pristranost prema pozitivnim dokazima odnosi se na uobičajenu tendenciju biranja onih podataka koji potvrđuju postavljenu hipotezu, umjesto traženja podataka koji bi je mogli opovrgnuti. Uobičajena heuristička sredstva koja se primjenjuju u metodologiji znanstvenih istraživanja, poput formuliranja hipoteza u obliku nul-hipoteza te pokušaja njihovog opovrgavanja, dobra su protuteža ovoj tendenciji, ali ih obični ljudi rijetko primjenjuju u svakodnevnom razmišljanju. Pristranost zbog prethodnih uvjerenja, kako i sâmo ime kaže, odnosi se na tumačenje podataka u svjetlu onoga što već znamo, a ovakva je pristranost također široko verificirana u psihologijskim eksperimentima. Dostupnost se odnosi na tendenciju donošenja zaključaka na temelju vizualno atraktivnih, emotivno nabijenih i upečatljivih podataka, umjesto na temelju statistike utemeljene na većem broju objektivnih podataka. I konačno, društveni utjecaj često nam onemogućava donošenje ispravnih zaključaka uslijed konformiranja prevladavajućem mišljenju, ma koliko ono bilo pogrešno.

3. NAJČEŠĆE FORME PSEUDOZNANOSTI

3.1. ASTROLOGIJA

Astrologija je vjerojatno nastala već oko 2 000. godine p.n.e. u Mezopotamiji, a vezuje se uz vjerovanja u božansku narav planeta tj. mogućnost da se poruke bogova pročitaju iz njihovih kretanja. Sve do uspostave kršćanske civilizacije astrologija je služila kao alat za predviđanje budućnosti tj. kao praktični vodič za djelovanje, a ponovnim otkrićem astrološke tradicije, koja u Europu dolazi preko islamske civilizacije, astrologija opet postaje popularna. Znanstvena revolucija u 17. stoljeću sa svojim racionalnim tumačenjem gibanja planeta astrologiju ponovno proglašava praznovjerjem i odriče joj svaku istinitost i važnost. Novi interes za astrologiju početkom 20. stoljeća stvaraju mediji (najviše novine) koji počinju publicirati dnevne horoskope kako bi zabavili čitatelje. Astrologija se u svojim predviđanjima obično oslanja samo na položaje nekih nebeskih tijela – sazviježđa zodijaka i planeta. Sazviježđa zodijaka imaju važno značenje u astrologiji budući da leže u istoj ravnini kao i Sunce i planeti, pa se stoga svaki od planeta i Sunce uvijek nalaze u nekom od sazviježđa. Značenje planeta nije izraženo samo zbog njihove blizine, nego i zbog toga što su Babilonci smatrali da je njihovo naizgled nasumično kretanje implicira njihovu božansku narav tj. neovisnost o bilo čemu drugome (Pruzhinin, 1995:87).

Astrologija svojim korisnicima nudi zabavu i djelomičnu samorefleksiju, samospoznaju kroz povezanost s drugim oblicima duhovnosti te reduciranje anksioznosti koja postoji u „društvu rizika“. Prva se funkcija uglavnom odnosi na korisnike koji astrološke prognoze prate kroz pojednostavljene medijske horoskope. Za njih je horoskop oblik zabave i ne vjeruju mu previše, ali im on nudi priliku

²⁹³ Ljudi će obično otići alternativnom terapeutu kada su im simptomi na vrhuncu, a prirodno smanjivanje tih simptoma (regresija prema prosjeku) pogrešno se tumači učinkovitošću terapije.

da kroz čitanje horoskopa barem djelomično razmisle o sebi, odnosu s drugim ljudima i vlastitoj budućnosti. Druga funkcija horoskopa odnosi se na povezanost astrologije s drugim oblicima duhovnosti koji naglašavaju povezanost čovjeka s prirodom i univerzumom (*new age* pokret, ekomisticizam, teozofija i sl.). U ovome smislu horoskop nudi dubinsko shvaćanje vlastitog identiteta i mjesta u svijetu, koji se obično shvaćaju kao neraskidivo povezani s prirodom. Na povezanost horoskopa i drugih oblika alternativne duhovnosti ukazuje činjenica da praktikanti ovih oblika duhovnosti vrlo često istovremeno vjeruju u astrologiju tj. astrologija je sastavni dio njihovih vjerovanja. Isto tako, ponovni uspon astrologije u sklopu popularnih vjerovanja krajem 19. stoljeća poklapa se s rastom alternativne duhovnosti (magija, teozofija, interes za istočnjačke religije). Treća funkcija astrologije može se povezati s obilježjima suvremenih društava kao "društava rizika" u kojima je tehnološka i društvena kompleksnost dovela do pojave novih rizika koje je stvorio sam čovjek i koji izazivaju nove oblike nesigurnosti među ljudima. Iz tog razloga ljudi koriste alternativnu spoznaju, pa tako i astrologiju, kako bi predvidjeli ponašanje drugih ljudi i smanjili napetost do koje dovode izraženo nepovjerenje i sumnja. Tako je npr. Weimann (1982) utvrdio da zabrinutost vodi do češćeg čitanja horoskopa, iako zabrinutiji ljudi sami po sebi češće ne vjeruju astrološkim prognozama. Dakle, čak i samo čitanje horoskopa može smanjiti neizvjesnost i zabrinutost, čak i ako se intimno ne vjeruje horoskopskoj prognozi²⁹⁴.

Astrologija spada u pseudoznanost zbog toga što ne ispunjava kriterije koje zahtijeva znanstveni način objašnjenja (prema Narlikar i sur., 2009:641). Naime, osnovni su postulati astrologije nejasni su i višeznačni, a zaključci koji se izvlače iz ovih postulata subjektivni su (svaki astrolog iz istih postavki izvlači različite zaključke). K tome, empirijske prognoze koje nudi astrologija često su nejasne i dvosmislene, a empirijska testiranja astroloških prognoza pokazuju da ove prognoze u pravilu nisu točne.²⁹⁵

3.2. ALTERNATIVNA MEDICINA

Današnja medicina razvila se iz sukoba triju medicinskih pristupa: alopatske medicine (medicina koja se temelji na znanstvenim načelima), osteopatske medicine (medicina koja se zasniva na liječenju fizičkom manipulacijom) i homeopatske medicine (zasniva se na načelu "slično izaziva slično"). Današnja je službena medicina alopatska, dok se sve ostalo smatra alternativnom medicinom. Neki su od primjera alternativne medicine homeopatija, osteopatija, herbalizam, akupunktura, bio-feedback, hipnotička terapija, kristalografija i sl. Iako alternativna medicina uključuje mnogobrojne i raznolike grane, sve one uključuju neke fundamentalne intelektualne, političke, emocionalne i zdravstvene premise, od kojih se mogu izdvojiti četiri ključne: priroda, vitalizam, "znanost" i duhovnost (navedeno prema Kaptchuk i Eisenberg, 1998:1061). Kako ističu navedeni autori, ove premise alternativnoj medicini daju određenu prepoznatljivost i povećavaju njezinu snagu u „borbi“ protiv konvencionalne medicine. Oslanjanje na prirodu u alternativnoj medicini odnosi se na niz polariteta poput prirodno-umjetno, niskotehnološko-visokotehnološko, organsko-sintetičko, sirovo-procesirano i sl., u kojima se prvi član polariteta smatra pozitivnim (korisnim), a drugi negativnim (štetnim). Pozitivno vrednovanje prirode očituje se u naglašavanju svih onih terapija koje se služe nesintetičkim lijekovima (herbalna medicina, meditacija, akupunktura i sl.). Orijentacija na prirodu ima i šire sociokulturno značenje, budući korisnici alternativnu medicinu vide kao sredstvo „pročišćavanja“ učinaka „toksične“ i previše razvijene suvremene civilizacije. Na taj se način priroda suprotstavlja civilizaciji, a individualna promjena smatra se dijelom potrebnih društvenih i kulturnih promjena tj. dijelom popravljanja društvenog poredka (Kaptchuk i Eisenberg, 1998:1062). Vitalizam se odnosi na različite vrste korisnih i dobrohotnih „životnih sila“ koje se u različitim granama alternativne medicine različito nazivaju – u homeopatiji „životna esencija“, u akupunkturi „chi“, u *new age* medicini „psihička

²⁹⁴ Ovaj rezultat donekle je upitan zato što nije posve jednostavno utvrditi vjeruju li ljudi horoskopu ili ne. Naime, čak i oni ljudi koji vjeruju često će oklijevati da to i priznaju kako ne bi bili proglašeni praznovjernim.

²⁹⁵ Npr. u nizu eksperimentalnih i korelacijskih istraživanja astrolozi na temelju horoskopa nisu uspjeli predvidjeti koja su djeca akademski uspješnija (Narlikar i sur., 2009), koji su ljudi skloniji, a koji manje skloni bračnoj nevjernosti (Reichardt, 2010) itd.

energija“ i sl. (Kaptchuk i Eisenberg, 1998:1062). Vitalizam je često isprepleten s idejom da su pojedinačna snaga volje i autonomija osnovne determinante njegovog/njezinog zdravlja. Iako većina grana alternativne medicine sa stajališta znanstvene, konvencionalne biomedicine predstavljaju pseudoznanost, alternativna medicina sama sebe smatra znanstvenom disciplinom. Međutim, kriteriji znanstvenosti koje primjenjuje alternativna medicina razlikuju se od biomedicine koja primjenjuje randomizirane eksperimente, odnosno kliničke testove. Nasuprot, ovome apstraktnom i generalizirajućem pristupu, alternativna medicina tvrdi da pacijentima pristupa na holistički način, uvažavajući njihova životna iskustva. Iz epistemološkog kuta gledanja alternativna medicina upotrebljava kanone znanstvenosti koji su izvorno aristotelijanski. Naime, Aristotel je smatrao da se proučavanjem neke pojave dolazi do četiri vrste uzroka: materijalni (sama tvar od koje je neki objekt izrađen), formalni (specifični oblik tj. bit nekog objekta), efektivni (neposredni uzročnik nekog objekta) i finalni (svrha zbog koje postoji neki objekt). Suvremena znanost uglavnom odbacuje sve ove uzroke osim onoga efektivnog tj. objektima pristupa na redukcionistički i mehanički način. Dakle, suvremena znanost ne propituje konačnu svrhu neke stvari, nego proučava neposredne uzroke zbog kojih je ta stvar takva kakva jest. Nasuprot konvencionalnoj medicini koja proučava neposredne uzročnike određene bolesti, alternativna medicina tvrdi da pacijentu pristupa na holistički način, proučavajući njegov osjećaj ukupne dobrobiti i svrhe života.

Alternativnoj se medicini može pripisati i obilježje duhovnosti zato što vlastitim praktikantima obećava otkrivanje ultimativnih značenja i povezanosti s univerzumom. Stoga se i različite terapije, poput meditacije i vegetarijanske prehrane, imaju za svrhu poljšavanje tjelesnog stanja, ali istovremeno i transcendentalno obilježje (Kaptchuk i Eisenberg (1998:1063).

Prema istraživanjima (za pregled vidjeti Fulder, 1996) u europskim zemljama alternativnu medicinu koristilo je između jedne petine i jedne trećine stanovnika, a uglavnom je riječ o mlađim i obrazovanim ljudima. Postoji nekoliko razloga zbog kojih ljudi koriste alternativnu medicinu kao dopunu ili alternativu klasičnoj, ortodoksnoj medicini (Siapush, 2000): kao dopunu u liječenju kroničnih bolesti (bolovi vezani za reumatizam, bolove u leđima i sl.), zbog lošeg odnosa s vlastitim liječnikom te zbog prihvaćanja postmodernog vrijednosnog sustava (smanjeno povjerenje u znanost i tehnologiju, jače naglašavanje emocija i holističkog poimanja zdravlja). Naime, alternativna medicina ponekad služi kao svjetonazor koji pruža egzistencijalnu utjehu koju je ranije pružala religija (pacijenti obično vjeruju da su „dio neke veće cjeline“ i sl.). Kako ističu Kaptchuk i Eisenberg (1998), privlačnost alternativne medicine ne sastoji se samo u njezinim medicinskim aspektima tj. mogućnosti izlječenja, nego u tome što prakticiranje alternativne medicine daje osjećaj svrhovitosti postojanja i povećava povjerenje u vlastite sposobnosti kroz utjecaj na vlastito zdravlje.

3.3. KREACIONIZAM

Evolucijska je teorija, unatoč svojoj empirijskoj utemeljenosti, od samog nastanka bila plod društvenih kontroverzi iz nekoliko razloga. Prije svega, po evolucijskoj teoriji čovjek je tek jedna od mnogih prirodnih vrsta – evolucijska postavka po kojoj čovjek ima zajedničko porijeklo s drugim vrstama u osnovi je protivna teološkim postavkama većine velikih religija²⁹⁶. Zatim, evolucijska se teorija može koristiti za objašnjavanje ljudskog ponašanja, a mnoge se vrste ponašanja koje imaju moralno značenje na taj se način mogu svesti na njihovu evolucijsku funkciju. Npr. roditeljsko ponašanje i roditeljska ljubav kod ljudi može se svesti na korisnost takvog ponašanja i emocija za prenošenje gena. Na taj se način jedna naizgled nesebična emocija može svesti na „genetski egoizam“. I konačno, evolucijska je teorija zloupotrijebljena u obliku tzv. socijalnog darvinizma. Socijalni darvinizam ustvrdio je da zakoni prirodne selekcije važe i trebaju važiti i među ljudima, što je poslužilo kao opravdanje kolonijalnim, rasističkim pokretima i njemačkom nacizmu. Krajem 19. stoljeća nastao je i tzv. eugenički pokret, po kojemu bi cilj čovječanstva trebalo biti genetsko popravljavanje ljudi sprječavanjem genetski „inferiornih“ (psihički bolesnih ljudi, kriminalaca i sl.) da imaju potomstvo.

²⁹⁶ Darwin je iz ovih razloga dugo oklijevao s objavljivanjem svoje teorije. Objavio ju je tek nakon što je drugi znanstvenik, Alfred Wallace, došao do sličnih ideja.

Iz prethodno navedenih razloga postoji relativno široko prisutno protivljenje teoriji evolucije u javnosti. Tako, prema jednom istraživanju, svega 44% Amerikanaca vjeruje da se „ljudska vrste razvila iz ranijih životinjskih vrsta“ (navedeno prema Scott, 1997:263). dok prema drugom istraživanju, svega 10% studenata muslimanske vjeroispovjesti na britanskim sveučilištima vjeruje u točnost teorije evolucije (navedeno prema Thompson, 2009:48). Teološko-znanstveno protivljenje teoriji evolucije naziva se kreacionizam, iako se sve grane kreacionizma ne mogu nazvati pseudoznanost. Kreacionizam se može podijeliti u nekoliko vrsta, u ovisnosti o tome u kojoj mjeri odbacuje teoriju evolucije. Tako „kreacionizam mlade Zemlje“ (*Young Earth Creationism*) tvrdi da zemlja postoji tek nekoliko tisuća godina, a stvaranje i razvoj Zemlje i života na njoj dogodio se doslovno na način prikazan u Bibliji. Teorija jaza (*Gap Theory*) kaže da je Zemlja stara više milijardi godina, no da je između njezinog stvaranja i stvaranja čovjeka, opisanog u Bibliji, protekao je veliki vremenski period. Na ovaj se način ova vrsta kreacionizma pokušava dovesti u sklad s geološkim dokazima o starosti Zemlje. Progresivni kreacionizam tvrdi da je Bog stvorio pojedine biljne i životinjske porodice tj. da je odgovoran za makroevoluciju (evoluciju iznad razine vrsta). Unutar pojedinih vrsta evolucija se odvija na način na koji to tvrdi teorija evolucije. Drugačije rečeno, progresivni evolucionisti prihvaćaju mikroevoluciju, ali ne prihvaćaju makroevoluciju. Osobito je važna vrsta kreacionizma tzv. teorija inteligentnog dizajna, budući da svoje pristaše nalazi i među nekolicinom znanstvenika iz područja prirodnih znanosti. Naime, ova teorija prihvaća nalaze teorije evolucije tj. prihvaća da su pojedine vrste nastale jedne iz drugih tijekom vremena, no ne prihvaća da su nastale prirodnom selekcijom nego tvrdi da ih je stvorio Bog. Osnovni je argument teoretičara inteligentnog dizajna tzv. nesvodiva kompleksnost, odnosno tvrdnja da pojedini dijelovi organizama nisu mogli nastati postupno jer su prijelazne forme bile nefunkcionalne. Npr. krila ptica nisu mogla nastati iz prednjih udova prijašnjih vrsta jer prijelazne forme nisu mogle služiti za letenje niti za druge svrhe. Iako argumenti teoretičara inteligentnog dizajna vezani uz nesvodivu kompleksnost zvuče uvjerljivo, evolucijski biolozi pronašli su dokaze da biološke strukture nisu nesvodivo kompleksne tj. da svi kompleksni organski sustavi imaju svoje manje kompleksne prethodnike koji su imali svoju evolucijsku svrhu tj. pridonosili su adaptivnosti organizama čiji su dio bili. Tako se npr. ljudsko oko nije razvilo kao kompleksna struktura u jednom koraku, nego u nizu koraka, pri čemu je u svakom koraku prethodnu strukturu oka zamijenjivala nova, adaptivnija struktura (Ayala, 2009:325). I konačno, tzv. teistička evolucija kaže da su se vrste razvijale onako kako tvrdi teorija evolucije, no taj je razvoj proizvod božanskog nauma. Bog je tako intervenirao prilikom ljudske evolucije stvorivši ljudsku dušu. Ovakva je pozicija trenutno službena pozicija Katoličke crkve i ne može se nazvati pseudoznanost, budući da se unutar nje razdvajaju znanstveni pristup i religija.

4. DRUŠTVENI KONTEKST PSEUDOZKANOSTI

Kako je ranije navedeno, manjkavosti ljudskog kognitivnog aparata jednim dijelom svakako mogu objasniti popularnost i prihvaćenost pseudoznanosti. No, smatramo da nije slučajno da pseudoznanost cvjeta upravo u društvima postmoderne, odnosno u društvima u kojima je činjenica rizika sveprisutna. Karakterizacija današnjih društava kao društava rizika nije povijesni novum; štoviše, moglo bi se reći da današnja društva baštine osnovna obilježja modernosti tj. da postmoderna situacija predstavlja svojevrstni kontinuitet i radikalizaciju modernosti. Giddens (1991a:7-10) upozorava na „sjenoviti“ karakter modernosti, pri čemu obećanje ekonomskog blagostanja prati naličje siromaštva, repetitivnog i dehumanizirajućeg rada te ekološke krize. Koncentracija moći u obliku nacionalne države osim demokratske ima i svoje totalitarne varijetete, a pacificirajuća moć tržišne organizacije može se manifestirati i kao jačanje vojne moći putem tehnoloških inovacija, sve do potencijalnog uništenja cijeloga planeta upotrebom nuklearnog oružja. Ove sjene modernosti Giddensa navode na konstataciju da je svijet u kojemu živimo „stresan i opasan“ (Giddens, 1991a:10). Osim potencijalnih realnih opasnosti koje modernost nosi, njezina se nesigurnost manifestira i na fundamentalnoj razini kao posljedica institucionalne refleksivnosti. Naime, moderna društva napuštaju tradiciju i otvaraju se prema budućnosti koja je po definiciji neizvjesna i problematična

(Giddens, 1991b). Moderna refleksivnost na individualno-psihološkoj razini izaziva pojavu anksioznosti kao nedefiniranog i nesvjesnog straha koji se javlja kao posljedica gubitka oslonca u svakodnevnim samorazumljivim društvenim rutinama. Nasuprot tradicionalnim društvima u kojima se prošlost, sadašnjost i budućnost stapaju prožeti kognitivno-moralnim načelima po kojima sve što postoji treba postojati upravo na taj način i nastaviti će tako postojati i u budućnosti, moderna društva otvorena su prema alternativnim načinima djelovanja, a budućnost se ukazuje kao svojevrsna praznina (Giddens, 1991b:43-48).

Kako ističe Giddens (2005) pojam rizika razlikuje se od pojma opasnosti jer se rizici odnose na opasnosti koje su procijenjene i kvantificirane, a rizici su mogući samo „... u društvu koje je orijentirano na budućnost – koje upravo u budućnosti vidi teritorij koji treba osvojiti, kolonizirati.“ (Giddens, 2005:42). U tradicionalnim se društvima raznolike opasnosti po integritet pojedinca i cijelih društava načelno nisu mogle kontrolirati, a prema uobičajenom poimanju ovisile su o sudbini, sreći ili volji bogova. Moderna društva uvode pojam rizika tj. proračunljivosti i kontrole opasnosti, dovodenja budućnosti u horizont sadašnjosti. Međutim, unatoč tome što se život u modernim društvima za većinu ljudi može označiti manje opasnim od života u tradicionalnim društvima, on je po definiciji rizičniji, a u društvima postmoderne ovi rizici se intenziviraju i postaju teško proračunljivi. Giddens (2005) tako razlikuje *vanjske i proizvedene* rizike. Vanjski se rizici odnose na opasnosti koje nije proizveo sam čovjek, a postojale su u svim dosadašnjim društvima (bolest, ratovi, prirodne nepogode i sl.). Proizvedeni rizici nastaju zbog samog ljudskog djelovanja, narušavanjem stabilnosti prirodnih procesa (npr. ekološka kriza) ili narušavanjem ustaljenih društvenih odnosa (globalizacija, promjene obiteljskog života i sl.). I jedna i druga vrsta nestabilnosti donose „... suočavanje s osobnom budućnošću koja je mnogo neodređenija nego u prošlosti, skupa sa svim mogućnostima i opasnostima koje to donosi“ (Giddens, 2005: 47). Budući da su proizvedeni rizici često upravo rezultat znanstvenih spoznaja i njihovih tehnoloških primjena, odnos prema znanosti postaje sumnjičaviji, ova se sumnja i nepovjerenje pojačavaju i zbog činjenice da su znanstvene tvrdnje često međusobno proturječne, osobito kada je u pitanju ljudsko zdravlje.

Na sličan način ulogu rizika u društvima postmoderne konceptualizira i Ulrich Beck. Za njega su društva *druge moderne* upravo *društva rizika* jer se u njima gubi mogućnost proračunavanja i kontrole rizika umjesto kojih dolazi *svjesno ne-znanje*, odnosno proizvodnja neočekivanih posljedica od kojih neke mogu biti i opasne. Stoga je i naizgled paradoksalno da „...znanost i tehnologija svoje nesigurnosti – umjesto da ih smanje – dodaju općim nesigurnostima, uzrokuju za mnoge teško shvatljivu posljedicu, ..., umjesto da gase političke vatre, one u plamen lijevaju ulje etičkih, ekoloških i političkih kontroverza“ (Beck, 2004:147). Kako ističe Beck, u situaciji nemogućnosti pouzdane kvantifikacije rizika i utvrđivanja njihovih uzročnika, kulturalni stereotipi i predrasude mogu odigrati vrlo važnu ulogu. No, tome bismo svakako mogli dodati i pseudoznanost i pseudoznanstvenike koji igraju ulogu nekadašnje moralno neiskvarene znanosti obećavajući ljudima smanjenje rizika i „raskrinkavanje“ znanosti upregnute u korporativne i profesionalne interese ili, u najboljem slučaju, u redukcionističke modele spoznaje. Mogli bismo reći da pseudoznanost današnjim ljudima obećava povratak u fiktivni „znanstveni raj“ u kojemu su znanstvenici poštteni, rizici nepostojeći ili vrlo mali, a svakako točno predvidivi. Time, naravno, ne želimo reći da današnja znanost ne obiluje neetičkim istraživanjima, prikrivenim interesima i neutemeljenim redukcionizmom. Primjerice, medicinska istraživanja učinkovitosti lijekova obiluju manipulacijom statistikom i dozama, publikacijskom pristranošću prema pozitivnim nalazima i njihovim višestrukim objavljivanjem (Goldacre, 2010:163-180), a industrija odnosa s javnošću često objavljuje mišljenja stručnjaka koji imaju prikriveni interes ili su za to mišljenje plaćeni, iako se javnosti predstavljaju kao objektivni i nepristrani. No pseudoznanost kritiku službene znanosti dovodi *ad absurdum* i, što je još važnije, to najčešće čini zbog jasnih materijalnih interesa, nudeći alternativu koja nije utemeljena na činjenicama i znanstvenoj metodologiji. Pseudoznanost tako parazitira na objektivnim slabostima suvremene znanosti, iskorištavajući ove slabosti za vlastiti profitni interes.

Kombinaciju kulturalnih predrasuda, nesretnih političkih okolnosti i pseudoznanstvenih interesa te tragične posljedice do kojih ovakva kombinacija može dovesti Goldacre (2010) ilustrira na primjeru

odbijanja korištenja antiretrovirusnih lijekova u tijeku epidemije AIDS-a u Južnoafričkoj Republici. Naime, tamo je epidemija AIDS-a izbila vrlo brzo - 1990. samo je 1% populacije bilo HIV-pozitivno, dok je taj broj za deset godina narastao na 25% - stvarajući kod populacije i lokalnih političara paranoični osjećaj da je epidemija zapravo izazvana ljudskom intervencijom. Zbog animoziteta prema Zapadu, upravo su zapadna medicina i interesi farmaceutskih korporacija proglašeni glavnim krivcem epidemije. Vrhunac je dosegnut kada je predsjednik Thabo Meki iznio stav da epidemija zapravo ne postoji tj. da AIDS nije uzrokovan HIV virusom, odnosno da bolest izazivaju antiretrovirusni lijekovi koji se koriste za njezino suzbijanje. Alternativno liječenje pronađeno je u konzumaciji autohtonog afričkog voća i povrća, kao i u vitaminskim tabletama koje su, skupa s pseudoznanstvenim objašnjenjima, ponudili alternativni medicinari sa Zapada. Ova je kampanja, prema većini procjena, izazvala nekoliko stotina tisuća nepotrebnih smrti.

Dakle, u društvima postmoderne došlo je pada vjerovanja u tradicionalne institucije, pa tako i u znanost. Nasuprot nekadašnjim društvima, pojedinac danas nema stabilan identitet, nego sam bira svoj svjetonazor. U postmodernim društvima, između ostalog i zbog rizičnih posljedica znanosti i tehnologije, također vlada i relativizam i „demokratizacija“ znanja, po kojima svatko može vjerovati u ono što želi te nitko nikome ne može nametati vlastiti svjetonazor. Pseudoznanost ljudima nudi stabilan identitet koji im znanost ne može pružiti. Npr. astrologija nudi mogućnost kontrole vlastitog života, alternativna medicina mogućnost apsolutne kontrole vlastitog zdravlja, pseudopovijest i teorije zavjere tvrde da su povijesne slučajnost rezultat zlih namjere nekolicine moćnih ljudi²⁹⁷ i sl. Sve su to stvari koje znanost obično ne može niti obećati niti pružiti. U društvenim i humanističkim znanostima također postoji trend relativizacije znanja, pogotovo u pokušajima da se znanje i znanost u potpunosti prikažu kao kulturalno relativni i ovisni o interesima i moći. U skladu s time, zapadna se znanost često prikazuje kao rezultat dominacije zapadnjačke patrijarhalne civilizacije nad različitim vrstama manjina (drugim civilizacijama, rasama, ženama i sl.). Relativistički žargon tako u ime borbe protiv znanstvene hegemonije smanjuje povjerenje u znanost otvarajući ispražnjeni prostor pseudoznanstvenim teorijama.

Osim makrosocioloških čimbenika, za popularnost i širenje pseudoznanosti svakako su dijelom odgovorni i medijski interesi te suvremene komunikacijske tehnologije (Thompson, 2009:121-141). Medijske kuće pronalaze interes u plasiranju pseudoznanosti budući da je ona visokoprotabilna (ima brojnu publiku). Nekada su se npr. ugledne izdavačke kuće ustezale od objavljivanja pseudoznanstvene literature, a danas tu vrstu literature objavljuju češće od one znanstvene. Suvremene komunikacijske tehnologije, osobito internet, omogućile su brzo širenje pseudoznanstvenih spoznaja, pa tako koji pseudoznanstvenik može svoje ideje plasirati internetom i brzo steći skupinu sljedbenika. Internet, uz sve svoje pozitivne strane, nudi i nepregledno mnoštvo ideja i informacija, a pojedincima se sve teže selektivno i kritično odnositi prema njima.

5. ZAKLJUČAK

Suvremena su društva visokorizična društva, a taj je rizik dobrim dijelom neizračunljiv i proizveden od znanstveno-tehnološkog kompleksa. Nove tehnologije dovele su do mogućnosti ekoloških katastrofa koje mogu uništiti cijeli svijet (npr. nuklearna tehnologija), ekonomska međuovisnost dovodi do ekonomskih kriza koje se brzo šire cijelim svijetom, zdravstveni rizici od genetski modificirane hrane, upotrebe novih tehnologija, kemijskih sredstava i sl nisu posve poznati i predvidivi i sl.. Rizici izazivaju strah od budućnosti koja se pokušava predvidjeti i tako simbolički kontrolirati, između ostalog i pomoću alternativnih, neznastvenih oblika spoznaje. Dodatnu anksioznost izaziva i najvažnije obilježje suvremenih društava, a to je njihovo zasnivanje na pojmu *individualnog interesa*. U današnjim se društvima od ljudi očekuje da slijede svoje vlastite interese, a ovakva je ideja na polje cijele društvenosti prenesena s područja ekonomije, u kojemu je egoistični pojedinac koji svoje interese ostvaruje na tržištu izvor inovativnosti i konkurentnosti. Ovakva

²⁹⁷ Npr. njemački je nacizam u prvoj polovici 20. stoljeća za ekonomske krize upuživao židovske bankare, što je ljudima bilo znatno lakše prihvatiti od činjenice da su za ekonomske krize odgovorne ekonomske zakonitosti.

individualizacija dovodi do pada povjerenja među ljudima i nestabilnosti svih tradicionalnih društvenih institucija (obitelji, religije, političkih institucija i sl.).

Uz urođenu ljudsku sklonost pojedinim spoznajnim varkama, ovakav društveni kontekst čini plodno tlo za razvoj i širenje pseudoznanstvenih teorija. Pseudoznanost obećava onu razinu simboličke sigurnosti koju znanost zbog svojih metodičkih samoograničenja ne može pružiti, zbog čega se može i pretpostaviti da će uvijek pronalaziti tržište za vlastite ideje, odnosno da nestanak pseudoznanosti nije na vidiku. No ipak smatramo da se mogu izdvojiti dvije stvari koje bi mogle pripomoći racionalnijem pristupu u prijeporu između znanosti i pseudoznanosti. Prva je od njih kvalitetno znanstveno obrazovanje tj. širenje znanstvene pismenosti, a u tom nam se smislu osobito značajnom čini usvajanje znanstvene metodologije. Iako ovakvo mišljenje može podsjećati na naivno prosvjetiteljstvo, smatramo da dubinsko razumijevanje znanstvene metodologije povećava stupanj kritičnosti i kontrolira vlastitu pristranost i predrasude. Primjerice, razumijevanje naravi eksperimentalnih istraživanja, pojedinih eksperimentalnih nacrti i njihovih prednosti i nedostataka svakako bi pridonijelo boljem razumijevanju učinkovitosti klasične i tradicionalne medicine od strane zainteresirane javnosti. Druga je stvar koja nam se čini važnom otvorena javna rasprava o etičkim i društvenim implikacijama znanosti, kao i rizicima primjene pojedinih znanstvenih otkrića i tehnologija. Na taj bi način donekle bilo moguće povratiti izgubljeno povjerenje u znanost i pseudoznanosti djelomično oduzeti njezin *raison d'être*.

6. LITERATURA

1. Ayala, Francisco J., Evolution by Natural Selection: Darwin's Gift to Science and Religion. *Theology and Science*, 7, 2009, 4, 323-340.
2. Beck, Ulrich, Moć protiv moći u doba globalizacije: nova svjetskopolitička ekonomija, Školska knjiga, Zagreb, 2004.
3. Coll, Richard K.; Taylor, Neil, Probing scientists' beliefs: how open-minded are modern scientists? *International Journal of Science Education*, 26, 2004, 6, 757-778.
4. Fulder, Samuel, *The Handbook of Alternative and Complementary Medicine*. Oxford University Press, Oxford, 1996.
5. Giddens, Anthony, *The Consequences of Modernity*, Stanford University Press, Stanford, 1991a.
6. Giddens, Anthony, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford University Press, Stanford, 1991b.
7. Giddens, Anthony, Odbjegli svijet. Kako globalizacija oblikuje naše živote, Klub studenata sociologije Diskrepancija; Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2005.
8. Goldacre, Ben, *Loša znanost*, Oceanmore, Zagreb, 2010.
9. Henry, John, The Fragmentation of Renaissance Occultism and the Decline of Magic. *History of Science*, 46, 2008, 1-48.
10. Kaptchuk, Ted J.; Eisenberg, David M., The Persuasive Appeal of Alternative Medicine. *Annals of Internal Medicine*, 129, 1998, 12, 1061-1065.
11. Narlikar, Yayant; Kunte, Sudhakar; Dobholkar, Narendra; Ghatpande, Praksah, A Statistical Test of Astrology. *Current Science*, 96, 2009, 5:641-643.
12. Pruzhinin, B.I., Astrology: Science, Pseudoscience, Ideology? *Russian Social Science Review*, 36, 1995, 5:75-94.
13. Reichardt, Charles S., Testing Astrological Predictions about Marriage, and Selfishness, *Skeptic Magazine*, 15, 2010, 4: 40-45.
14. Scott, Eugenie C., Antievolution and Creationism in the United States. *Annual Review of Anthropology*, 26, 1997, 263-289.
15. Siahpush, M., A critical review of alternative medicine: research on users, practitioners and the orthodoxy. *Health*. 4, 2000, 2:159-178.

16. Thompson, Damian, Kontraznanje: kako smo podlegli teorijama zavjere, nadriliječništvu, pseudoznanosti i kvazipovijesti, Algoritam, Zagreb, 2009.
17. Weimann, Gabriel, The Prophecy that Never Fails: On the Uses and Gratifications of Horoscope Reading. *Sociological Inquiry*, 52, 1982, 4:274-290.

POLILOGY LIBRARIANSHIP IN THE CONTEXT OF PLANETARY POLILOGIST OPINION

POLILOŠKO KNJIŽNIČARSTVO U KONTEKSTU MIŠLJENJA PLANETARNOG POLILOGA

Jadran Zalokar

Abstract

Polilogy is significant factor in contemporary world as meeting and common life of different world views and spiritual valuable things. Polilogy librarianship is integral part of planetary polilogization as mode of heritage in all spiritual traditions and determining formation of polilogy in the future. Polilogy librarianship is connection the past and the future polilogy thought and life in statu nascendi

Keywords

Polilogy, librarianship

Sažetak

Polilogija je značajan faktor suvremenog svijeta kao susretanje i suživot različitih svjetonazora i duhovnih vrednota. Poliloško knjižničarstvo integralni je dio planetarne polilogizacije kao modus baštinjenja svih duhovnih tradicija i faktor koji određuje oblikovanje polilogije u budućnosti. Poliloško knjižničarstvo spoj je prošlosti i budućnosti poliloške misli i života in statu nascendi.

Ključne riječi

polilogija, knjižničarstvo

CROATIA IN THE MULTICULTURAL WORLD

HRVATSKA U MULTIKULTURALNOM SVIJETU

Ana Ištaković

*Croatian Communication Association, Zagreb, Croatia
Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb, Hrvatska*

Abstract

The target of this paper is to establish the fact that the result of referendum of the Republic of Croatia on EU has introduced new horizons nearly overnight, and new views coming from Croatia are being more spontaneous and spread much broader towards Europe, first of all towards the countries from European Union, and besides even broader. If we say broader, we are

Sažetak

Cilj rada je utvrditi da je rezultat referenduma Republike Hrvatske o EU gotovo preko noći počeo otvarati nova obzorja pa su novi pogledi iz Hrvatske sve spontaniji i šire okrenuti Europi, ponajprije državama iz sastava Europske unije, a uz to i šire. Kažemo li šire svjesni smo da je Hrvatska u Europskoj uniji posebne pozicije glede jadranske obale koja je čini sredozemnom,

aware of the fact that Croatia has got particular position in the EU, concerning Adriatic Coast which makes it being the Mediterranean country. Furthermore it means that in geopolitical, strategic and tactful sense, and from the economic point of view, Croatia is capable of participating in the Association of Mediterranean countries in full.

Key words

Croatia, European Union, Referendum, Mediterranean countries, Participation

odnosno mediteranskom zemljom. A to znači da u geopolitičkom, strateško-taktičkom i ekonomskom aspektu Hrvatska može participirati i u asocijaciji mediteranskih zemalja.

Ključne riječi

Hrvatska, Europska unija, referendum, mediteranske zemlje, participacija.

Uvod

Cilj rada je predstaviti multikulturalno okruženje Republike Hrvatske te analizirati političko-gospodarske mogućnosti i poteškoće Hrvatske na putu mediteranske suradnje. Istraživanju se prilazi s pretpostavkama: a) da je Jadranski dio Hrvatske važan za naglasak mediteranske orijentacije, b) da mediteranska politika EU iskazuje čvrste veze sa mediteranskim susjedima, c) da zbog prava na mediteransko nasljedstvo sve zemlje EU i mediteranskog bazena trebaju polagati odgovorniji odnos prema brojnim problemima na Mediteranu danas, i d) na svim mediteranskim obalama postoje mnogi izvori napetosti čije se posljedice prelijevaju izvan granica regije te ih treba zajedničkom suradnjom neutralizirati.

U radu se najprije daje kratka analiza procesa integracija kao temelja začetka mediteranske politike EU. Zatim se skreće pozornost na povećanje broja članica EU kao i na prioritetne zadatke koje su zemlje na tom putu trebale ispuniti. Naglašava se važnost referenduma kao odabir većine članica EU koje su svojim građanima omogućile donošenje odluke o ulasku u članstvo EU. Isti obrazac preuzela je i Hrvatska čiji referendum dolazi u trenucima neugodne gospodarske krize EU koja tresu njezine krhke temelje. Rad ističe povijesno – kulturološku, mediteransku orijentaciju jadranskog dijela hrvatske obale i mogućnosti uključivanja u različite projekte koji mogu poslužiti kao putokaz suradnji. Zatim se analiziraju brojni problemi s kojima se suočavaju zemlje Mediterana danas, kao i mnogi izvori napetosti na svim mediteranskim obalama čije se posljedice prelijevaju izvan granica regije. Rad analizira tradicionalni, prijateljski odnos Hrvatske prema mediteranskom, multikulturalnom okruženju arapskih i afričkih zemalja koji svoje polazište pronalazi u mediteranskoj politici EU. Osim toga, rad skreće pozornost na novi trend poslovanja na međunarodnom tržištu i proizvodnju halal proizvoda. Upravo uključivanje Hrvatske u plasiranje halal proizvoda, bankarstva i ugostiteljstva može hrvatskoj dati novi poticaj za oživljavanje gospodarstva.

Referendum o EU – hrvatska promišljanja i osjećaji

Proces integracija koji se širi diljem svijeta postavlja nove obrasce ponašanja zemljama koje u tom procesu i sudjeluju. Otvaranje granica, slobodan protok ljudi i kapitala je trend u kojem je grijeh ne sudjelovati. Internet je komunikacijski umrežio globus u kojem nema više tajni, svijet živi pod budnim okom globalizacijskog big brothera. Atraktivnost integracijskog modela brže prilagođavaju sudionike političko-ekonomskim izazovima. Seleksijska utrka potencijalnih kandidata i liste prioriteta koje trebaju ispuniti je različita, za neke jednostavna za neke zahtjevna, sve zavisi o blizini izvora političke moći.

A Stari kontinent se još kroji. Raspad nekolicine država i stvaranje topografskih minijatura država, ne daje spektakularne rezultate osim jačeg nadzora političke elite EU. Povećanjem broja zemalja članica EU stvara se veliko tržište, a male zemlje potencijalni kandidati članstva EU ostaju u sjeni velikih gospodarstava. Naime, od 1995. godine pa sve do danas, EU dobila je 15 novih članica. S

izuzetkom Cipra, Bugarske i Rumunjske koje o ulasku u EU nisu održale referendum, nego su odluku o tome donijeli u parlamentima, sve ostale nove države članice EU svojim su građanima omogućile da odluku o ulasku u EU donesu na referendumu. One su to učinile velikom većinom, često dvotrećinskom ili još većom potporom.

U takvim okolnostima našla se i Hrvatska pa je prirodno odgovoriti gdje je ona u svemu tome? Ona je po svojem geografskom prostoru specifičan partner mediteranskog prostora. Pripadnost toj orijentaciji potvrdila je i na referendumu o članstvu u EU, 22. siječnja 2012. godine kada su hrvatski građani izjasnili slijediti europski put suradnje. Iako je EU opterećena ogromnim problemima, dužničkoj krizi, natezanju oko zajedničke valute, "66,27% Hrvata odlučilo se za ulazak u EU dok je 33,13% bilo protiv uz bijedni izlazak od 43,51% birača koji su pristupili glasovanju."²⁹⁸ Premda je odaziv birača bio izuzetno slab, Bruxelles je odahnuo, anti-europski osjećaji kod Hrvata nisu prevladali. Hrvatska vlast nije krila razočaranje slabim odazivom, ali ipak sve se na kraju svelo pod pobjednički nazivnik rezultati su slabi, ali prolazni. Politika je zadovoljna, poraz se pretvorio u pobjedu na birališta je izašao veći postotak nego što se očekivalo. Politička garnitura na relaciji Bruxelles - Zagreb izrazila je zajedničko zadovoljstvo oko nastavka redovne procedure za 1. srpnja 2013. godine kada se očekuje punopravno članstvo Hrvatske u EU. Referendum u Hrvatskoj ima puno jači ton priključenja EU nego svih dosadašnjih priključenja u EU. Unutarnji problemi koji nagrizaju europsku složnost dosegli su vrhunac, ali i zbog činjenice da se iz fokusa EU uklonilo daljnje proširenje EU, a otvaranje vrata novim kandidatima kalendarski ostaje upitno. Hrvatska je uskočila u članstvo EU na posljednjoj stanici Starog kontinenta kojeg je okrznuo val gospodarske krize i dotaknuo nemirne obale Mediterana.

A Hrvatska povijesno i kulturološki je dio mediteranskog miljea u kojem sve do svog osamostaljivanja nije nastupala samostalno te zato nije imala mogućnosti jasnije pozicionirati svoju mediteransku ulogu. "Republika Hrvatska je već u dalekoj povijesti gospodarski i politički uključena u suradnju sa zemljama Mediterana. Međusobna suradnja je razvijena kroz mnoge oblasti suradnje, kroz gospodarstvo, umjetnost, obrt, trgovinu i druge odnose."²⁹⁹ Hrvatska treba sudjelovati u zadacima koje joj je geopolitički položaj namijenio, i u skladu s tim aktivno participirati u regiji jer „mediteransko okruženje Hrvatskoj je prirodno okruženje“³⁰⁰.

Nakon 1990. godine i prvih koraka samostalnosti Hrvatska se nije snašla i uključila kako bi naglasila svoju europsku i mediteransku pripadnost. „Nesvrstane zemlje mediteranskog bazena nisu odobrile raspad bivše zajedničke države, a nisu podržale niti stvaranje samostalne Republike Hrvatske.“³⁰¹ Tek svojim samostalnim otvaranjem i traženjem priznanja, okruženje se počelo mijenjati. Hrvatska pripadnost mediteranskom krugu zemalja i dosadašnja suradnja koja proizlazi iz nje nije na zavidnoj razini. "Uzrok tome je njihova pripadnost različitim narodima, vjerama i kulturama. Uz to treba istaknuti veliku razliku u gospodarskoj razvijenosti pojedinih mediteranskih zemalja."³⁰² Dobre pretpostavke za razvijanje suradnje Hrvatske prema mediteranskom tržištu treba se odvijati u dva pravca:³⁰³

- a) prvi pravac treba biti djelovanje prema stvaranju povoljnih političkih uvjeta za daljnji razvoj suradnje s mediteranskim zemljama. Pri tome nuditi hrvatske proizvode, koji imaju prođu na tim tržištima.
- b) drugi pravac bi se trebao odvijati u pravcu tretiranja Mediterana kao važnog hrvatskog morskog prometnog pravca te kao hrvatski izlaz u svijet.

²⁹⁸ Državno izborno povjerenstvo Republike Hrvatske. Dostupno na: www.izbori.hr/izbori/dip/_ws.nsf/public/index?openform

²⁹⁹ Vuković, I. Vizjak, A. Dosadašnja suradnja i mogućnosti buduće suradnje Republike Hrvatske i mediteranskih zemalja, Naše more, Dubrovnik, - 47 (2000), 1-2, str.27.

³⁰⁰ Vuković, I. Vizjak, A. Dosadašnja suradnja i mogućnosti buduće suradnje Republike Hrvatske i mediteranskih zemalja, Naše more, Dubrovnik, - 47 (2000), 1-2, str.27.

³⁰¹ Vuković, I. Vizjak, A. Dosadašnja suradnja i mogućnosti buduće suradnje Republike Hrvatske i mediteranskih zemalja, Naše more, Dubrovnik, - 47 (1-2) (2000) str. 27.

³⁰² Vuković, I. Vizjak, A. Dosadašnja suradnja i mogućnosti buduće suradnje Republike Hrvatske i mediteranskih zemalja, Naše more, Dubrovnik, - 47 (1-2) (2000) str. 27.

³⁰³ Vuković, I. Vizjak, A. Dosadašnja suradnja i mogućnosti buduće suradnje Republike Hrvatske i mediteranskih zemalja, Naše more, Dubrovnik, -47 (1-2) (2000) str. 27.

Upravo referendum o članstvu u EU otvara mogućnost Hrvatskoj da aktivnije sudjeluje u dosadašnjim inicijativama Unije kao i novim projektima koji joj se nude. Sada je hrvatska vizija jasna, kalendarski njezino punopravno članstvo je fiksirano sredinom 2013. godine. Ovaj je trenutak prikladan da se Hrvatska pripremi na suradnju sa mediteranskim susjedstvom i prihvati izazove multikulturalnog okruženja. Tu se prije svega radi o aktivnom participiranju u nama bliskoj regionalnoj inicijativi "Barcelonski proces: Unija za Mediteran" koja konačno treba preuzeti ulogu zbog čega je i osnovana 2008. godine. A Hrvatsku se ne može zaobići ona je dio kontinentalno-mediteranskog europskog tkiva i ima važnu ulogu u kontaktima tri regije: Afrike, Azije i Europe, pa i šire.

Barcelonski proces: Unija za Mediteran – institucionalno partnerstvo

„Veliko područje Mediterana, koje danas oplakuje obale 17 zemalja, drevna je kolijevka ljudske civilizacije gdje su nastajale i nestajale velike sile poput Egipta, Grčke, Rima i Kartage. Povijest Mediterana burna je i bogata krvlju, suzama, pobjedama i porazima, povlačenjima i prodorima novih osvajača, a nakon drugoga svjetskog rata počelo je nastajati novo razdoblje postupnog pokušaja državnog razgraničenja i još uvijek nedovršene stabilizacije etnikuma“.³⁰⁴

Događanja koja su se tijekom europskog ujedinjenja nadvila nad Mediteranom, unatoč svim potresima i krizama, zemlje članice EU kontinuirano su iskazivale poštovanje te međusobno jačale veze u toj regiji. EU je svojim koracima prema Mediteranu signalizirala iskren interes za dublju suradnju sa susjednim partnerima imajući u vidu buduće širenje i direktne dodire sa geostrateški, uzburkanom regijom. Važnost mediteranske regije EU je prepoznala još u svojim začetima, ali politički događaji nisu išli u prilog jače angažiranosti. „Tadašnja Europska zajednica svakako nije radikalnije mogla ni smjela iskakati iz prešutno definiranih i prihvaćenih podijeljenih interesnih sfera na političkom, gospodarskom i vojnom planu na Mediteranu i eventualnim samostalnijim djelovanjem spram pojedinih zemalja ili mediteranskih subregija narušavati stabilne bipolarne odnose i pravila bipolarnog ponašanja.“³⁰⁵

Ugovori iz Rima 1957. godine smatraju se početnom točkom stvaranja mediteranske politiku. Najveći zagovornik takve suradnje je Francuska, prostorno najveća članica EU čime je željela zadržati liderstvo, uplašena da joj kontrola mediteranskih zemalja ne izmakne u korist novih snaga moći na Mediteranu. Unatoč svim važnim koracima koje je EU poduzimala nije uspjela uvjeriti mediteranske partnere u svoje dobronamjerne korake jer kolonijalni ožiljci vidljivi su u gotovo svim porama života mediteranskog bazena.

Tektonske promjene sedamdesetih godina prošlog stoljeća uzrokovane prvim naftnim šokom otvorile su nove poglede i potrebu euroljana o zauzimanju aktivnije uloge prema mediteranskom bazenu. Naftni šok je pomogao distanciranim euroljanima da konačno shvate, da suradnju ne treba ograničiti samo na gospodarske odnose nego i najrazličitiju suradnju koja ima široki spektar djelovanja zbog pozitivnog utjecaja na turbulentnu regiju. U to vrijeme lansirana je prva mediteranska politika koja je bila temelj za kasniji sastanak na najvišoj razini, Barcelonska konferencija 1995. godine koja je urodila usvajanjem dokumenta "Barcelonska deklaracija" „koja i danas služi kao formalni okvir za sistematičan, kontinuiran razvoj i produbljivanje, kako ga Bruxelles često naziva euro-mediteranskog partnerstva“.³⁰⁶

Mnogi zastupaju mišljenje da Barcelonski proces kao okvir euro-mediteranske suradnje nije ispunio ulogu koja mu je namijenjena. Zamrla inicijativa bez akcije tražila je novi model suradnje i pronašla ga u Uniji za Mediteran 2008.godine političko-ekonomskoj i kulturološkoj organizaciji koja ima rotirajuće predsjedništvo i čije članice trebaju usko surađivati na poljima trgovine, energetike, sigurnosti, borbe protiv terorizma i problemima sa imigrantima.

³⁰⁴ Vukadinović, R. (1986) Mediteran između rata i mira, Školska knjiga, Zagreb. str.6.

³⁰⁵ Vukadinović, R. Čehulić, L.(2005) Politika europskih integracija, Topical, Zagreb. str.346.

³⁰⁶ Vukadinović, R. Čehulić, L.(2005) Politika europskih integracija, Topical, Zagreb.str.347.

Idejnom dopunom s 21 mediteranskom državom na tri kontinenta EU, sjeverne Afrike i Bliskog istoka koje se nalaze u Sredozemnom bazenu: Španjolska, Francuska, Italija, Malta, Slovenija, Albanija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Hrvatska, Grčka, Turska, Cipar, Sirija, Libanon, Izrael, Egipat, Libija, Tunis, Alžir, Maroko te topografski najmanje Kneževine Monako, broj stanovnika i teritorij koji je puno veći nego EU, ili, matematički, izuzmemo li UN, to je najveća asocijacija zemalja na svijetu. Tu su još šest država: Andora, Jordan, Portugal, San Marino, Srbija i Vatikan koje nisu na obali Mediterana, ali se često smatraju mediteranskim zemljama u širem smislu, te posebna područja: britanski prekomorski teritorij Gibraltar, španjolske enklave Ceuta i Melilla te obližnji otoci, britanske vojne baze Akrotiri i Dhekelia na Cipru i palestinski teritorij. "S druge strane, nova Unija koja se naslanja na Europu, a zagovara ju predsjednik Sarkozy, budi asocijacije na suvremenu moguću blagu „restauraciju prostornoga opsega nekadašnjeg velikog rimskog carstva“ kao suvremene „mamutske novotvorine“ koja bi na trasi proklamirane globalizacije kao američke strateške odrednice u suvremenom svijetu, trebao značiti i osobiti test koegzistencije mentaliteta naroda i država, u civilizacijskom i ekonomskom suvremenom valu, a to, drugim riječima, znači: tko što ima neka prinese u korist novoga saveza."³⁰⁷ Mediteranska unija s EU je kontra punkt Sjevernoj i Južnoj Americi, i azijskim daleko - istočnim zemljama, kojima dominira Japan. Hrvatska je u jednom ovisnom odnosu prema savezima i udrugama u koje je ušla da bi pragmatično izbjegla svoje južnoslavenske susjede, da se, svim značajkama što više udalji od ranijega okruženja. Hrvatska se bavi obrazlaganjem poglavlja, kao svojih normi za ulazak u punopravno članstvo EU prema kalendarima koji su fiksirani, s druge strane, stvaranje nove, Sarkozyeve Unije, unosi euforičnost i veličanje obveze novoga članstva. Hrvatska je jedna „ljepotica Mediterana“ koja svojim morem, obalom, značajkama, da podsjetimo da je tu nekoliko najljepših plaža na Mediteranu, a i šire, koja u perspektivi nudi raznovrsnu, ali ne i ravnopravnu suradnju sa zemljama članicama. Već u startu, suradnja u području zaštite okoliša je diskutabilna glede korisnika Jadrana. Jadransko more, koje više nije „intaktno“, je postalo „zaljev“, u kojemu je promet (svim vrstama plovila) zakrčen, gori je nego na auto - putu u turističkoj sezoni. Kad jet -setovske jahte (a tek cruiseri) napuste našu obalu, tada se vide drugi oblici nad kojima treba ozbiljno i brižno zastati i zapitati se: gdje smo u čuvanju našega okoliša? Odgovor ćemo naći možda jednom u budućnosti, ali ne i sada kada promatramo naše goste, jahtaše, gliseraše, mega- brodove i velike korisnike morskih putova, koji obilato ispuštaju svoje nus - produkte u Jadran, a to je loše za naš Jadran, jer ga nitko, za sada ne štiti i kao da ne zna organizirati život na učinkovit i ekološki standardiziran način. Kao da se ne zna ili se zanemaruje pitanje osobitosti vrsta i oblika života u našem Jadranskom moru, pitanje morske „flore i faune“, već se suočavamo s pojavom novih vrsta ribljega svijeta koji dolazi s plovilima iz najrazličitijih krajeva i unosi opasan nered u vrste „ribljega naselja“ u našem moru. Sve je u nekoj artificijelnoj i nedvojbeno štetnoj tektonskoj dinamici koja uneređuje i čini život sve složenijim uz mnoge dvojbe glede uspješnih uzlaza sa značajkama progresiva. Dok svi korisnici ispuste svoje nus produkte u Jadran u perspektivi to je loše za Hrvatsku jer nitko ne zna organizirati život za sada.

Nova dimenzija suradnje u mediteranskom bazenu

Hrvatska treba napraviti pažljive, poslovne korake kako bi bila učinkovita poveznica između afričkih zemalja, EU i Bliskog istoka. Praksa je pokazala da glomazne institucije predstavljaju uteg same za sebe, a sve to zbog nepraktičnosti nametnute veličinom. To se upravo i dogodilo "Uniji za Mediteran" koja se utopila u svojoj veličini u koju su uključene sve članice EU, zemlje sjevernog oboda Afrike i bliskoistočne zemlje uključujući i Izrael. Mnogi poznavatelji "Unije za Mediteran" mišljenja su da bi bila puno određenija kada bi bila sastavljena samo od zemalja koje imaju izlaz na mediteransko more. Uniju za Mediteran od početka prate neprilike. Samo nekoliko mjeseci nakon njezinog spektakularnog začetka, EU trese neugodna ekonomska kriza. Zemlje koje su utrle put EU našle su se na udaru gospodarskih problema, njihova jaka gospodarstva nisu više sigurna utočišta i ne mogu dati jamstva

³⁰⁷ Ištaković, A. Politika susjedstva Europske unije prema Bliskom istoku, doktorski rad, Fakultet političkih znanosti, Zagreb, 2011. str.70.

drugima u budućnosti. Europsko tržište kapitala tone pod bremenom recesije i blokira rast posustalim privredama. U takvim uvjetima Hrvatsku očekuje punopravno članstvo u EU kao 28 zemlja članica. Nakon toga, EU umorna od unutarnjih problema i političkih natezanja treba vrijeme za predahnuti od daljnjih proširenja. A kada Hrvatska i formalno-pravno postane dio EU obitelji polovinom 2013. godine otvara joj se zajedničko tržište preko 500 milijuna potrošača, ali sada u potpuno drugačijim uvjetima nego kada je potpisala pristupni ugovor s EU. Potrošnja u eurozoni je u padu, kapital je sve skuplji i seli u jeftinija područja, rijeke nezaposlenih traže svoja prava, a ilegalna emigracija poprima drastične oblike. EU kako bi sama opstala na pragu je amerikanizacije paketa zdravstveno-socijalne pomoći, kontrole i rezanja proračuna svojim članicama pa predstoji dug oporavak i nevidljiv gospodarski rast. Nameće se pitanje snalažljivosti Hrvatske u neugodnim uvjetima članstva EU? Možda osnivanje "Unije za Mediteran" upravo predstavlja prekretnicu u gospodarskoj orijentaciji Hrvatske te ju potakne da se konačno prezentira u punom mediteranskom volumenu i shvati gospodarsku važnost Jadranskog dijela. Hrvatska treba otvoriti vrata suradnje i ostalim zemljama na obalama mediteranskog mora, a ne samo ovisiti o europskim prijestolnicama kojima se želi približiti, Berlinu, Londonu, Parizu. Za Hrvatsku je isto važno što o njoj misle i prijestolnice južnog i istočnog Mediterana. Ona se mora priključiti novim tokovima i izazovima bez kulturoloških predrasuda koje su ponekad njezina kočnica. Iako je bilo raznih špekulacija o pokretanju "Unije za Mediteran", današnja gospodarska kriza EU upućuje na drugačije razmišljanje. Prije svega, zemlje oboda sjeverne Afrike i Bliskog istoka Hrvatska treba vidjeti kroz prizmu bliske suradnje, jer su joj sada i najpotrebnije. Iako ekonomski prognostičari nisu predviđjeli raspad europskih poslovnih imperija koji sada zajedno sa Hrvatskom spas traže na tržištu sjevernoafričkog i bliskoistočnog dijela Mediterana. A to područje postaje šansa svima jer poprima rastuću kupovnu moć.

Mnogi se slažu da vrijeme Unije za Mediteran tek dolazi. Arapsko proljeće dalo je novu snagu i otvorilo vrata željenom tržišnom gospodarstvu. Ratna pustoš traži svježi kapital i zamašna financijska sredstva, dobre stručnjake i projekte koje upravo EU može dati. U tom kontekstu članice EU nisu u ravnopravnom položaju i ovu situaciju Francuska želi iskoristiti za preuzimanje liderstva. Korake otvorene suradnje i poslovanja trebaju slijediti i ostale zemlje članice EU uključujući i Hrvatsku.

Halal proizvodi – dobra ideja i snažna promocija

Ključ hrvatskih gospodarskih problema leži u nedovoljno iskorištenom potencijalu suradnje sa mediteranskim zemljama kao i krivom pristupu poslovanja prema njima. Hrvatska prema mediteranskoj regiji treba razvijati "troslojni" način poslovanja. "U promišljanju o pristupu gospodarskoj suradnji Hrvatske i mediteranskih zemalja treba polaziti od pretpostavke da se na mediteranske zemlje ne smije gledati kao na neku kompaktnu grupu zemalja, jer se one u mnogome razlikuju. Prema tim različitostima, mediteranske zemlje moglo bi se uvjetno podijeliti na europske, azijske i afričke mediteranske zemlje"³⁰⁸ Svaka od spomenutih grupa mediteranskih zemalja zahtijeva specifičan način suradnje i poslovanja. A suradnju sa arapskim bliskoistočnim i afričkim mediteranskim zemljama Hrvatska može pronaći na svim nivoima. Treba imati samo dobru volju i dobro se prezentirati. Mediteranski, multikulturni bazen traži nova znanja, nova iskustva kao i nove kontakte koji u današnjem poslovnom svijetu imaju neprocjenjivu važnost za poslovni uspjeh. Europske zemlje pogođene krizom traže svoje izvozne šanse, a šansa je upravo u spomenutom mediteranskom susjedstvu. Hrvatska se treba aktivno uključiti u euro-mediteranske procese kako bi davala, ali i imala značajne koristi.

Tradicionalno dobri odnosi sa mediteranskim susjedima nisu na očekivanoj razini, oni bi se trebali kontinuirano poboljšavati u svrhu jače političke, gospodarske i kulturne suradnje koji suvremeni tempo razvitka diktira. Iako nije na očekivanoj razini suradnja sa grupom arapskih zemalja je u porastu. Pobune u arapskim zemljama na Mediteranu privremeno su usporile ozbiljnije poslovne korake, ali prostora za uzajamnu suradnju ima. Spomenuta tržišta zemalja nude brojne mogućnosti

³⁰⁸ Vuković, I. Vizjak, A. Dosadašnja suradnja i mogućnosti buduće suradnje Republike Hrvatske i mediteranskih zemalja, Naše more, Dubrovnik -47 (1-2) (2000) str.29.

hrvatskim gospodarstvenicima da se uključe kroz velike projekte, a potencijal postoji i u turizmu. Zajednički projekti koji su inicirani kroz Uniju za Mediteran kao službeni okvir suradnje, otvara Hrvatskoj poslovna vrata arapskog svijeta u koji se treba uključiti. Cilj projekata je jačanje bliže suradnje i stvaranja „Euro-mediteranske zone slobodne trgovine“, slijedi ga zanimljiv projekt zaštite Mediterana od izvora zagađenja kroz „Horizon 2020“ koji ima šansu povezati sve zemlje u cilju zaštite života mediteranskog bazena. Potrebno je regenerirati izgubljene poslove, ali i respektirati promjene nastale nakon arapskog proljeća. Mnoge od tih zemalja su od uvoznika postale zemlje koje uvoze sirovine i poluproizvode te same pokreću proizvodnju, u čemu im je potreban know-how. Arapski svijet je motiviran proširiti svoje djelatnosti upravo u tim segmentima gdje se otvaraju nove mogućnosti za hrvatske tvrtke koje treba iskoristiti.

Koncentracija je usmjerena upravo prema mediteranskom bazenu koji u korak sa vremenom doživljava snažne promjene. Mediteran postaje mjesto na kojem se ukrštavaju ne samo europski i svjetski interesi, nego prije svega, mjesto neugodnih brojki koje više neće nuditi život po mjeri stanovnika. To se odnosi na neugodne prognoze oko:³⁰⁹

- stanovništva - očekuje se skoro 550 milijuna stanovnika u 2025. godini i najvjerojatnije će doseći 600-700 milijuna oko 2100;
- urbanizacija - povećanje broja milijunskih gradova koji postaju slabo urbanistički riješeni, urbani rast će biti tako snažan, upravo onoliko koliko ih sada živi u gradovima svih mediteranskih država;
- turizam - broj međunarodnih turista u obalnim zemljama bit će tri puta veći nego danas;

Hrvatska to treba uzeti u obzir, posebnu pozornost treba usmjeriti prema promjenjivoj situaciji u mediteranskoj regiji kojoj se mora kontinuirano prilagođavati. Budućnost je nezahvalna, ali ima mjesta nade. Arapsko proljeće još nije gotovo, a događaji koji su uslijedili poslije, mogu dati novi impuls pokretanja zamrlih gospodarstava Europe. Hrvatsko gospodarstvo mora tražiti nove kanale poslovanja i preusmjeravati ga u međunarodne tokove koji su diktirani tržištem. A mediteranske zemlje isprepletene različitim kulturološko-religijskim običajima pravo su mjesto suradnje na međunarodnom tržištu. "Upravo je međunarodno tržište i međunarodna trgovina osjetljiva na zanemarivanje kulturnih/religijskih različitosti. Vjerske institucije mogu otežavati pa čak i onemogućavati uvođenje i prodaju nekih proizvoda ili tehnologije, ako ih procjene kao prijetnju ili suprotnost njihovim običajima i suprotno, mogu olakšati njihovo uvođenje i prodaju/primjenu, ako ih smatraju korisnim tj. usklađenim s njihovim običajima i vrijednostima."³¹⁰

Sve prednosti koje se nude Hrvatskoj nisu poslužile do sada kao poticajne mjere bržeg uključivanja u mediteransko tržište. Hrvatska retorika je u nesuglasju sa stvarnim stanjem na terenu. Iako u krivca ne treba upirati prstom, prisutan je nedostatak profesionalnosti koji određuje ton hrvatskog nastupa izvan nacionalnih granica. "Sve su to posljedice političkih događanja u samoj Hrvatskoj i političkih pogrešaka prema zemljama u svom okruženju, kao i pogrešaka počinjenih u provedbi tranzicije i privatizacije."³¹¹ Uz nedostatak političke volje koji sinergijski proizvodi nepovoljne učinke Hrvatska se mora naučiti prilagođavati. Skorašnji ulaz u EU treba unijeti novu energiju u kojoj će Hrvatska na taj način biti podržana i od međunarodne zajednice. Val gospodarske krize nije mimoišao Hrvatsku koja se mora prilagoditi zahtjevnom multikulturalnom gospodarskom okruženju. A novi trend upravo predstavlja utrku za proizvodnju halal³¹² proizvoda namijenjenih muslimanskom svijetu. "Analiza tržišnosti halal proizvoda je pokazala njegove dvije osnovne karakteristike:³¹³

³⁰⁹ Serge, A. Biti građanin Mediterana: Mediteran u budućnosti „Mogućnosti“, -40(1993), 5/7 str. 145-155; str. 146.

³¹⁰ Hasanović, A. Mogućnosti izvoza kroz halal program, Preporodov Journal, br.118. Specijalno izdanje, 2010. Halal kvaliteta, Kulturno društvo Bošnjaka Hrvatske "Preporod", Zagreb, str.39.

³¹¹ Vuković, I. Vizjak, A. Dosadašnja suradnja i mogućnosti buduće suradnje Republike Hrvatske i mediteranskih zemalja, Naše more, Dubrovnik – 47 (1-2) 2000. str.32.

³¹² Halal proizvodi mogu se definirati kao jedinstvene primjere strogo diferenciranih proizvoda čija se konkurencijska zaštićenost temelji na činjenicama da: (1) halal proizvod nema supstituta u ne-halal proizvodu i da je zbog (2) potpunog odsustva imitacije i inovatorstva sa ne-halal primjesama (islamska filozofija hrane zabranjuje sve što s halala vodi u haram)

- (1) radi se o jednom od najperspektivnijih tržišta u svijetu koje u posljednjim godinama raste s prosječnom godišnjom stopom od cca 40%, a prema prognozama, u idućih deset godina rast će se u Evropskoj uniji povećati za dodatnih 20-25%, dakle budući rast se očekuje sa stopom od 50%;
- (2) tržišna osobenost halal proizvoda je potpuna zaštićenost u konkurenciji od proizvoda koji nisu pod halal standardom."

Tu se otvara prostor Hrvatskoj koja ima mogućnosti i brzu prilagodbu za proizvodnju pod posebnim uvjetima iz šerijatskog prava. Budućnost plasiranja hrvatskih proizvoda treba ići u smjeru preuzimanja regionalnog lidera. U tom kontekstu treba se uključiti i u halal bankarstvo i ugostiteljstvo za koje Hrvatska ima potencijala, pri tom religija ne smije biti barijera u razvijanju suradnje na mediteranskom bazenu. Uzimajući u obzir sve navedeno, Republika Hrvatska na europskom putu treba graditi bliže odnose sa svim zemljama u svom okruženju i na taj način Hrvatskoj se otvara šansa prema gospodarskoj renesansi. Zbog svojih proizvodnih kapaciteta Hrvatska nije u mogućnosti konkurirati količinom, ali zato može kvalitetom.

Zaključna razmatranja

U radu se pokušalo upozoriti na političko-ekonomsko okruženje Hrvatske koju za kratko vrijeme očekuje punopravno članstvo EU. Povećanjem broja zemalja članica EU otvara se veliko EU tržište. Male zemlje potencijalni kandidati članstva u EU trebaju dovoljno spretnosti i hrabrosti kako ne bi bile u sjeni velikih gospodarstava. Naime, od 1995. godine do danas EU dobila je 15 novih članica. S izuzetkom Cipra, Bugarske i Rumunjske koje o ulasku u EU nisu održale referendum, nego su odluku o tome donijeli u parlamentima. Sve ostale nove države članice EU svojim su građanima omogućile da odluče o ulasku u EU na referendumu. Takav kurs slijedila je i Hrvatska na referendumu o članstvu u EU, 22. siječnja 2012. godine kada su se hrvatski građani izjasnili da nastavljaju slijediti europski put suradnje. Iako je EU opterećena ogromnim problemima, dužničkoj krizi, natezanju oko zajedničke valute, 66,27% Hrvata odlučilo se za ulazak u EU. Referendum u Hrvatskoj ima puno jači ton priključenja EU nego svih dosadašnjih priključenja u EU. Ne samo zbog unutarnjih problema koji nagrizaju europsku složnost i dosegli vrhunac, nego i zbog činjenice da se iz fokusa EU uklonilo daljnje proširenje EU, a otvaranje vrata novim kandidatima kalendarski ostaje upitno.

Povijesno i kulturološki Hrvatska je dio mediteranskog miljea u kojem sve do svog osamostaljivanja nije nastupala samostalno i zato nije imala mogućnosti jasnije pozicionirati svoju mediteransku ulogu. Naglasak na mediteranskoj dimenziji Hrvatske koja treba razviti okvire za suradnju i politički dijalog u krugu mediteranskih zemalja. Veza Hrvatske i Mediterana nije samo more, nego i široka paleta suradnje od kulturnog nasljeđa pa sve do osiguranja mira i stabilnosti među susjedima. Aktualna događanja u mediteranskim zemljama istaknula su važnost i dala novu dimenziju suradnji za sve susjede koje dodiruje obale Mediterana. To je i znak da se Hrvatska mora jasnije pozicionirati te dati jači impuls suradnje susjednim zemljama u regiji kao najavu skore integracije u EU.

Ponuđeni projekti koji potiču gospodarski razvoj mediteranske regije za Hrvatsku trebaju imati prioritet u aktivnostima oko pristupanja EU. Mnogi zastupaju mišljenje da "Barcelonski proces" kao okvir euro-mediteranske suradnje nije ispunio ulogu koja mu je namijenjena. Zamrla inicijativa bez akcije tražila je novi model suradnje i pronašla ga u "Uniji za Mediteran", političko-ekonomskoj i kulturološkoj organizaciji koja ima rotirajuće predsjedništvo i čije članice trebaju usko surađivati na poljima trgovine, energetike, sigurnosti, borbe protiv terorizma i problemima sa imigrantima. Hrvatska treba respektirati razliku koja postoji među zemljama članicama "Unije za Mediteran" jer zbog prevelikih političko-gospodarskih razlika nije jasna provedba zajedničkih projekta.

nemoguć ulazak u sektor halal proizvoda. O tome vidjeti u: Hodžić, K. Tržište i cijene halal proizvoda, Preporodov Journal, br. 118. Specijalno izdanje, 2010. Halal kvaliteta, Kulturno društvo Bošnjaka Hrvatske "Preporod", Zagreb, str. 24.

³¹³ Hodžić, K. Tržište i cijene halal proizvoda, Preporodov Journal, br. 118. Specijalno izdanje, 2010. Halal kvaliteta, Kulturno društvo Bošnjaka Hrvatske "Preporod", Zagreb, str. 27.

Hrvatska je jedna „ljepotica Mediterana“ koja svojim morem, obalom, značajkama, da podsjetimo da je tu nekoliko najljepših plaža na Mediteranu, a i šire, koja u perspektivi nudi raznovrsnu, ali ne i ravnopravnu suradnju sa zemljama članicama. Mnogi se slažu da vrijeme Unije za Mediteran tek dolazi. Arapsko proljeće dalo je novu snagu i otvorilo vrata željenom tržišnom gospodarstvu. Ratna pustoš traži svježi kapital i zamašna financijska sredstva, dobre stručnjake i projekte koje upravo EU može dati. Ključ hrvatskih gospodarskih problema leži upravo u nedovoljno iskorištenom potencijalu suradnje sa mediteranskim zemljama kao i krivom pristupu poslovanja prema njima. Hrvatska prema mediteranskim zemljama treba razvijati "troslojni" način poslovanja i promatrati ih kao, europske, azijske i afričke zemlje. Skorašnji ulaz u EU treba unijeti novu energiju u kojoj Hrvatska očekuje podršku i međunarodne zajednice jer se mora prilagoditi zahtjevnom multikulturalnom političko - gospodarskom okruženju. A na međunarodnoj gospodarskoj pozornici vlada trend utrke za proizvodnju halal proizvoda namijenjenih muslimanskom svijetu. Budućnost plasiranja hrvatskih proizvoda treba ići u smjeru zauzimanja prostora i preuzimanja regionalnog lidera. Pristup poslovanja treba proširiti i uključiti u halal bankarstvo i ugostiteljstvo za koje Hrvatska ima potencijala, pri tom religija ne smije biti barijera u razvijanju obostrane suradnje na mediteranskom bazenu.

Literatura:

- Brauch, H. G. et.al.: Security and Environment in the Mediterranean: Conceptualising Security and Environmental Conflicts, Springer-Berlin, 2003.
- Commission of the European Communities: *The European Communities and the Mediterranean Basin*, Luxembourg, Commission of the European Communities, 1984.
- Državno izborno povjerenstvo Republike Hrvatske. Dostupno na: www.izbori.hr/izbori/dip/_ws.nsf/public/index?openform
- Hasanović, A.: Mogućnosti izvoza kroz halal program, Preporodov Journal, br.118. Specijalno izdanje, 2010. Halal kvaliteta, Kulturno društvo Bošnjaka Hrvatske "Preporod", Zagreb.
- Hodžić, K.: Tržište i cijene halal proizvoda, Preporodov Journal, br.118. Specijalno izdanje, 2010. Halal kvaliteta, Kulturno društvo Bošnjaka Hrvatske "Preporod". Zagreb.
- Ištaković, A.: Politika susjedstva Europske unije prema Bliskom istoku, Doktorski rad, Fakultet političkih znanosti, Zagreb, 2011.
- Kersan-Šabić, I.: Gospodarska suradnja Hrvatske i mediteranskih zemalja, Ekonomija, Zagreb, - 4 (1997/1998),4: str.539-553.
- Serge, A.: Biti građanin Mediterana: Mediteran u budućnosti, Mogućnosti, -40(1993), 5/7.
- Švob-Đokić, N.: Mediteranska suradnja: položaj novih europskih država, Politička misao, -33 (1996), 2/3: str. 168-176.
- Vukadinović, R.: Mediteran između rata i mira, Školska knjiga, Zagreb, 1986.
- Vukadinović, R. Čehulić, L.: Politika europskih integracija, Topical, Zagreb, 2005.
- Vuković, I. Vizjak, A.: Dosadašnja suradnja i mogućnosti buduće suradnje Republike Hrvatske i mediteranskih zemalja, Naše more, Dubrovnik – 47 (2000), 1/2: str. 26-34.

FUNCTION OF RELIGIOUS COMMUNICATION IN THE PROCESS OF PERSONALITY DEVELOPMENT

FUNKCIJA RELIGIJSKOG KOMUNICIRANJA U PROCESU RAZVOJA LIČNOSTI

Zdravko Šorđan

*Institute of Theology, Belgrade, Serbia
Teološki institut, Beograd, Srbija*

Abstract

Religion can be studied as a social phenomenon from the standpoint of anthropology, sociology, philosophy and psychology, but also as a personal view of the world, and in this sense it is not a biologically transferrable complexity, since the control over religious life is the matter of personal experience, personal perception of the world. God does not use force, but acts on communicative abilities of an individual that lead him/her to accept an offered idea willingly. It is certain that communication will be as good as a person is open to himself/herself and the others. In a constant, variable tendency to point to the significance and function of religious communication in the development process of an individual, we must also accentuate the significance of the method of indirect persuasion, using the practice of integrating emotions with reason and will. By analyzing the strategy of a new model of religious communication in the domain of interpersonal communication, we will come to the conclusion indicating that this model, in practice, offers concepts and patterns of behaviour in various social groups. The paper also deals with the review of a sociological phenomenon of religious communication with individuals, groups, and society. In a biological, social and psychological sense, an individual person is incomplete, unfinished. An individual can live only in society, in a cultural environment that also includes other people. The place where genuine communication is present is also the place where true values are shared, thus helping individuals to prosper.

Keywords

religion, communication, person, freedom, development, society, science

Sažetak

Religiju možemo izučavati kao društvenu pojavu sa stajališta antropologije, sociologije, filozofije i psihologije, ali i kao osobni pogled na svijet i u tom smislu ona nije biološki prenosiv kompleks, jer je kontrola nad vjerskim životom stvar osobnog iskustva, osobnog doživljaja svijeta. Bog ne rabi silu, već djeluje na čovjekove komunikativne sposobnosti koje ga dovode do voljnog prihvatanja ponuđene ideje. Izvjesno je da će komuniciranje biti onoliko dobro koliko je čovjek otvoren prema sebi i prema drugome. U neprekidnom varijabilnom nastojanju da ukažemo na značaj i funkciju religioznog komuniciranja u procesu razvoja osobe, moramo naglasiti i značaj metode neizravnog uvjeravanja u kojoj se koristi praksa ujedinjenja emocije s razumom i voljom. Izučavajući strategiju novog modela religijskog komuniciranja u domeni interpersonalnih komunikacija, doći ćemo do zaključka koji ukazuje da on svojom praksom nudi koncepte i obrasce ophođenja u raznim socijalnim skupinama. Rad se, između ostalog, bavi izučavanjem sociološkog fenomena religijskog komuniciranja s pojedincima, skupinama, društvom i pojedincem. U biološkom, socijalnom i psihološkom smislu pojedinačan čovjek nije potpun, nije dovršen. Osoba može živjeti samo u društvu, u kulturnoj sredini koju predstavljaju i drugi ljudi. Tamo gdje egzistira istinsko komuniciranje, tamo se dijele i istinske vrednote koje obogaćuju osobu.

Ključne riječi

religija, komuniciranje, osoba, sloboda, razvoj, društvo, znanost

U unutarnjosti bića nema fiksirane, istinske i stvarne ličnosti, upravo stoga što "biti ličnost" nužno podrazumijeva "postojati ličnost", nalaziti se u procesu. Ako sam stvarna ličnost, onda je to ono što mislim, prosuđujem, osjećam, vrednujem, poštujem, ocjenjujem, volim ili mrzim. Ličnost je ono što nije zajedničko s drugim, ono što želim, čega se bojim, čemu se nadam, u što vjerujem i čemu se sav predajem.

Ovo su pojmovi koji na neki određeni način definiraju ličnost i oni su neprestano u procesu mijenjanja. Ličnost, kao i komunikacija, nije statična, ona je u stalnom procesu osciliranja i promjena. To su upravo elementi koji motiviraju komunikaciju, ali pod uvjetom da nema zlouporabe, ako se i otkrije golotinja ličnosti, ona ne smije izazivati osjećaj srama.

Buber to ovako ističe: "Dijaloška osnova kretanja jest okretanje k drugomu. Pa to je naizgled nešto svakosatno i nebitno: ako čovjek nekoga pogleda, oslovi, on se, eto, okreće k njemu, po prirodi stvari tjelesno, ali u potrebnoj mjeri i dušom; usmjeravajući pozornost na njega. Ali, što je od svega toga bitna radnja, učinjena bićem? Tako, dakle, iz nepojmljivosti postojećeg istupa ta jedna osoba i postaje prisustvo, i sada u našem opažanju svijet više nije indiferentna mnogobrojnost točaka, od kojih jednoj poklanjamo možda momentalnu pozornost, nego jedno bezgranično gibanje oko jednog uskog lukobrana svijetlih obrisa i velike nosivosti - bezgranično, ali ograničeno upravo lukobranom, i time, iako ne opervaženo, a ono ipak, postalo slikovito, oslobođeno vlastite indiferentnosti! A ipak, nijedan od svakosatnih kontakata nije nedostojan preuzeti koliko god može od našeg esencijalnog bića (Gradac, Martin Buber, 1997:49).

Rastenje ličnosti i njezina regresija nastaju putem naših odnosa s drugim ljudima. Čovjek postoji kao rod, a ne kao suma individua. U biološkom, socijalnom i psihološkom smislu pojedinačan čovjek nije potpun, nije završen. Ličnost može živjeti samo u društvu, u kulturnoj sredini, koju predstavljaju i drugi ljudi³¹⁴.

U procesu "postojanja" ličnosti ono što ja jesam bit će definirano mojim odnosima prema onima koji me vole ili koji me odbijaju voljeti, prema onima koje volim ili koje odbijam voljeti. Izvjesno je da će jedan odnos biti onoliko dobar koliko je njegovo komuniciranje kvalitetno. Ako komunikatori u procesu komuniciranja mogu jedan drugome reći tko su, tj. što misle, osjećaju, vole, poštuju, čega se straše, čemu se nadaju, što vjeruju, tada svatko može uspješno rasti u procesu razvoja ličnosti.

U tom slučaju svatko može biti ono što jest, a ne simulirati. Istinsko značenje autentičnosti ličnosti dolazi do izražaja kada vanjština izražava moju nutarnost. To znači da mogu biti pošten u komuniciranju svoje ličnosti prema drugim ljudima u procesu "recipročne razmjene duhovnih dobara" (Radojković-Crnobrnja, 1990).

Empatija je u interpersonalnoj komunikaciji važna i stoga što su česte situacije pomanjkanja informacija na temelju kojih bi se moglo zaključivati o osjećanjima drugih. Riječ je prilično slabo sredstvo za opisivanje složenih osjećanja. Osim toga, ljudi često ne žele pokazati svoje prave emocije, bojeći se da će ih to dovesti u nepriliku ili da će biti odbačeni. Empatija je način da "posjetimo" svijest drugih kako bismo na taj način došli do informacija do kojih ne možemo doći drugim načinima.

Empatiziranje može dovesti i do prejakog uživanja u doživljaje druge osobe. Ali, ona ujedno pruža priliku da se sazna više od onoga što je na površini. Empatija omogućuje misaono eksperimentiranje s različitim ulogama i razmatranje nekog pitanja s više stajališta. Empatiju možemo opisati kao "koristan rizik" koji traži sposobnost maštovitog eksperimentiranja s različitim ulogama, ali i sposobnost održavanja distance radi objektivnog prosuđivanja. Empatija nije neophodna u svim vrstama interpersonalne komunikacije, ona uvijek može poboljšati kompetenciju. Empatija omogućuje komunikatorima da dodu do informacija o drugima koje zatim mogu uporabiti u izboru riječi, stila prezentacije i izboru strategija.

³¹⁴ Ovo komuniciranje usmjereno je, s jedne strane, na surađivanje, na udruživanje sa sebi sličnima, na jačanje zajednice uz pomoć energije pojedinih individua. S druge strane, ono ima za cilj izuzimanje u okviru zajedništva, individualno obogaćivanje (materijalno, duhovno, fizičko) na račun zajednice (Sokolov, 1976:110).

Čovjek mora imati slobodu da iskaže svoje misli i radi sebe i radi općeg značenja, jer se može dogoditi da ne znamo ni sami što mislimo dok ne kažemo. Ja moram imati priliku reći ti "tko sam", jer tek onda mogu saznati tko sam i mogu djelovati sukladno svojoj ličnosti. Komuniciranje kao funkcija odgovara najdubljim čovjekovim potrebama u općenju sa sebi sličnima. Uopće uzev, pod komuniciranjem treba shvatiti suradnju ljudi koji imaju psihu, u okviru izvjesnog zajedništva komu oni pripadaju, pod uvjetom makar i djelomične usuglašenosti njihovih akcija.

U jeziku egzistencijalne psihologije riječ "komuniciranje" postoji da označi poseban odnos između dvije osobe. To je prisna veza između njih. Jedno biće komunicira s drugim, jedno biće druži se s drugim. Ovakav odnos Gabriel Marcell naziva "ontološkim zajedništvom", stvarnom fuzijom dvaju bića. Po riječima židovskog filozofa Bubera (1997) u interpersonalnom "otvaranju" druga osoba za mene više nije bezlična, netko tko se označava s on ili ona. Dapače, ona je za mene, za moje drugo "ja", biće komu posvećujem svoju pozornost³¹⁵.

Onoliko koliko je to moguće ja ulazim u svijet njegove stvarnosti i obratno. Tako nastaje nešto kao "fuzija", iako svatko ostaje svoja potpuna ličnost, jer jedan nije polovica od dvoje, nego su dvoje polovica od jedan. Tako moj sugovornik nije više netko pomoću koga samo ostvarujem svoje ciljeve. Naš odnos nije kao odnos između subjekta i objekta, mi smo doživjeli tajanstveno, ali realno zajedništvo. To znači da "komuniciranje, osim razmjene duhovnih i kulturnih dobara, otkriva i sitne, intimne navike svakodnevnog života" (R. Božović, 1991).

Tamo gdje egzistira istinsko komuniciranje, tamo se dijele duhovne vrednote koje obogaćuju ličnost. Komunikacija je jedini put koji vodi zajedništvu. Ljudski život ima svoje zakone koji uspostavljaju odnos između ličnosti i stvari; mi koristimo stvari, a ličnost prihvaćamo, jer ako stvari posjeduju nas, a ne mi njih, nismo ličnosti. Ličnost čiji se život odvija na razini subjekt-objekt pokazuje da voli stvari u korist ljudi. To je naime izvršenje smrtne presude nad srećom i ispunjenjem ljudskih nadanja. Ovo je potrebno jer pomaže da ljudi mogu predvidjeti ponašanje drugih i da bi mogli koordinirati svoje akcije³¹⁶.

Victor Frankl (1987) piše u svojoj knjizi "Čovjekova potreba za značenjem" (Man's Search for Meaning) o svom zatvorskom drugu iz nacističkog logora Dachau. On govori o zatvorenicima koji su se nakon oslobađanja vrlo teško snalazili na slobodi i bili spremni vratiti se u logorske žice, gdje su nakon dugog zatočenja, navikli živjeti. Ovo je dramatična dilema koju čovjek osjeća u procesu "nastajanja" ličnosti. Kako su istraživanja pokazala, većina se nerado uključuje u proces komuniciranja s drugima, jer ih obuzima neugodno osjećanje dok otkrivaju svoju ličnost. Neki pristaju samo odglumiti taj "izlazak", dok drugi ne nalaze hrabrosti prijeći cijeli put do slobode. Između ta dva procesa postoji nekoliko faza. Mi ćemo ih u daljnjem izlaganju opisati kao pet razina komuniciranja.

Peta razina, o kojoj ćemo najprije govoriti, predstavlja i najmanji stupanj spremnosti da komuniciramo, da se predstavimo drugome. Sukcesivna, silazna razina upućuje na sve veći uspjeh u tom pothvatu. Odbijanje poziva na međuljudsku interakciju dovodi do izolacije ličnosti, ne samo do izolacije od drugih nego i do samoizolacije.

Petu razinu mogli bismo nazvati "kliširanom konverzijom". Ova razina predstavlja najslabiji odgovor na ljudsku dilemu i, s druge strane, najvišu razinu komuniciranja sebe. Na ovoj razini i nema komuniciranja, osim u pukom slučaju. Na toj razini vode se klisirani razgovori, poput "Kako si? Kako obitelj? Gdje si do sada? Osobito mi je drago što te vidim". Zapravo ne mislimo ništa od onoga što pitamo ili kažemo. Ako druga strana ozbiljno shvati naše pitanje, dolazimo u nepriliku, jer nismo otvoreni niti spremni za komunikaciju.

Po Jacobsonu (1996) to je zato što se riječ doživljava kao riječ, a nikako kao nešto što predstavlja predmet ili kao nabujale emocije i on u tomu vidi "fatičku funkciju jezika".

³¹⁵ Upravo komuniciranje, a nikako izolirano "samozadovoljno" egzistiranje predstavlja istinsku stihiju ljudskog života... Bez komuniciranja čovjek ne može postati članom društva i razvijati u sebi kvalitete koje normalno posjeduje (Sokolov, 1976:111).

³¹⁶ Komunikativna aktivnost ličnosti ovisi o mnogo faktora, a napose od uzrasta, sadržaja, zanimanja, sklonosti, informiranosti kao i od karakternih osobina. Potreba za komunikacijom je dragovoljna i utoliko je jača ukoliko su veća zajednička zanimanja i veća kulturna razina (Sokolov, 1976:114).

Na sreću, druga strana u komuniciranju obično osjeti površnost i konvencionalni karakter našeg nastupa i pitanja, pa uzvraća samo davanjem standardnog odgovora "Odlično... hvala". U takvom komuniciranju nema niti najmanje razine "razmjene ličnosti". Svatko ostaje u izloaciji svoga hinjenja i "hinjenja prefinjenosti".

Na četvrtoj razini obično se pripočavaju činjenice o drugima. Na ovoj razini ličnost se ne udaljava od zatvora svoje usamljenosti, ne otvara se u pravcu stvarne komunikacije, budući da o sebi ne otkriva gotovo ništa, jer uvijek ostaje pod krinkom svog "hinjenja". Istina, komuniciranje na ovoj razini pokušava stvoriti iluziju o svom znanju ili idejama tako što ćemo davati samo pripćenje ili određene podatke. Mi ne dajemo nikakav osobni komentar tih podataka, ne otvaramo se, ne određujemo niti zauzimamo bilo kakav stav, već samo dajemo izvještaj o njemu. Na ovoj razini komunikator se krije iza klišeja, pokazuje nastojanje da se zatvori iza "trač-štita", konverzacijskih fragmenata ili malih priča o drugim ljudima. U tom slučaju komunikator ne daje ništa od sebe i zauzvrat ne traži ništa od drugih.

Treća razina iznosi ideje i ocjene. Na ovoj razini prisutna je samo djelomična komunikacija ličnosti. Tu pojedinac dragovoljno preuzima stanovitu akciju izvan svoje "zatvorske ćelije". Riskirat će da ispriča neke svoje ideje i da svog sugovornika upozna s nekim svojim ocjenama i odlukama. Međutim, komuniciranje na toj razini zadržava se u okvirima stroge cenzure. Dok iznosi svoje ideje, pažljivo će promatrati svog sugovornika, njegove reakcije; probat će temperaturu vode prije no što u nju skoči, očekuje da će sigurno biti prihvaćen, skupa sa svojim idejama, ocjenama i odlukama. Ako sugovornik podigne obrve ili "suzi" oči, ako počne zijevati ili gledati na sat, on će se vjerojatno povući na siguran teren. Požurit će u zaklon tišine ili će promijeniti temu razgovora ili, što je još gore, početi će govoriti o onome što pretpostavlja da sugovornik očekuje čuti, pokušat će biti ono što će zadovoljiti sugovornika. U tom slučaju ja više nisam ja. To još nije dubinska razina komuniciranja sebe. Da bi se stiglo do suštine, mora se spustiti do dna³¹⁷.

Na drugoj razini komuniciranja izražavaju se emocije i stoga ju možemo nazvati "razinom hrabrosti". Ono što nas najjasnije pojedinačno izdvaja od drugih ljudi, što komuniciranje ličnosti čini specifičnom, jedinstvenom spoznajom, to su emocije.

Ako stvarno želiš znati tko sam, moram ti govoriti o svojoj nutarnjosti (razina hrabrosti). Ako sam za ili protiv nečega, ima ljudi koji će podržati moje uvjerenje. Međutim, ona osjećanja koja su podloga mojih ideja, ocjena i uvjerenja samo su moja.

Nitko neće podržati neku političku stranku, niti gajiti vjersko uvjerenje, niti se angažirati za neki pothvat s istom onom osjećajnom podlogom revnosti ili ravnodušnosti. Nitko ne doživljava određene pojave na isti način. I to je ono što nas često goni da branimo svoju neiskrenost, oblačeći se u svoje "hinjenje" plemenitosti, uključujemo se u uspostavljanje površnih odnosa. U procesu komuniciranja prinuđeni smo živjeti s potisnutim osjećajima što predstavlja opasan i samouništavajući put. Svaki odnos koji treba ostvariti interakciju u komuniciranju mora imati značajku istinskog "susretanja", mora se temeljiti na otvorenosti što pretpostavlja određenu razinu hrabrosti. Mi moramo reći tko smo, bez obzira hoće li se to našem sugovorniku dopasti. Alternativa je ostajanje u zatvoru, a to je vlastito umiranje ličnosti, malo-pomalo.

I tako dolazimo do prve razine ili tzv. vrhunske komunikacije. Sva dubinska i prava prijateljstva moraju se temeljiti na apsolutnoj otvorenosti i iskrenosti. Komunikacija na razini punine i hrabrosti može biti izuzetno teška, međutim takva razina komunikacije i dovodi do međusobne razmjene "duhovnih dobara".

Na žalost, u našim uvjetima poremećenih odnosa to je još ideal komu treba težiti, jer da bismo razumjeli ljude, moramo čuti i ono što oni o sebi ne žele reći. Na toj razini komuniciranja sugovornici kao da su dva različita glazbena instrumenta koji sviraju istu notu, proizvedeći različite tonove koji se slivaju u savršeni sklad. To je ono što bismo nazvali vrhunskom komunikacijom, ili, kako ističe Sokolov kada kaže da "komunikativna funkcija kulture odgovara najdubljim čovjekovim potrebama u općenju sa sebi sličnima" (Sokolov, 1976), jer samo slični mogu komunicirati (Šušnjić, 1994).

³¹⁷ Komunikacija pomoću odobravanja predmnijeva djelomičnu identifikaciju s ulogom drugog čovjeka, tj. imaginarno postavljanje sebe na njegovo mjesto (Sokolov, 1976).

Sličnost ovdje razumijemo kao bazu, kao jedinstvenu pretpostavku u stvaranju polazne osnove. A zato što smo različiti i kao ličnosti neponovljivi, možemo jedni o drugima (i jedni s drugima), idejama, predmetima... beskonačno razgovarati.

Komunikacija je uvjet psihološke norme (Jerotić, 1974), mi ne postojimo kao suma individua, jer jedan nije polovica od dvoje nego su dvoje polovica od jedan, čovječanstvo postoji kao rod. Stupajući u komunikaciju, čovjek osjeća potrebu iskazati "suvišak" ili nadoknaditi nedostatak informacija. Komunikacija stimulira potrebe kao što su osjećanje usamljenosti, nesigurnosti, a interes za komunikaciju raste zahvaljujući temeljnoj platformi naših sklonosti ili uvjerenja.

Ako se iz procesa komuniciranja očekuju određeni rezultati kao zajednička dobra ili dostignuća, onda je apsolutno potrebno uzajamno "otvaranje". Ta vrsta samootkrivanja može se dostići samo uz pomoć onoga što bismo nazvali komunikacijom na "razini hrabrosti". Usudit ćemo se ustvrditi da drugi način i ne postoji, a svi razlozi koji bi se eventualno naveli kao opravdanje za neiskrenost moraju biti shvaćeni kao obmana. Za ličnost je mnogo bolje reći sugovorniku što osjeća i misli o njemu nego da živi u uvjetima mučnog i neugodnog odnosa "hinjenja".

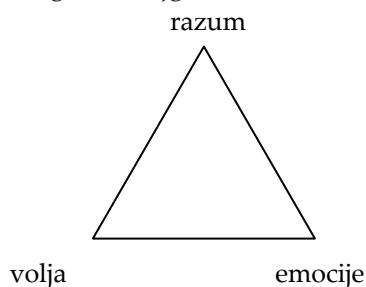
Neiskrenost uvijek ostvaruje uznemirenost i podozrivost. Ako bismo sugovorniku morali reći da mu se ne divimo ili bismo u svakoj prigodi bili oštri, to je mnogo bolje nego stvarati iluziju iskrenosti "hinjenjem". Ako se sugovornik ne može prihvatiti onakav kakav jest, onda je mnogo bolje ne stupiti ni u kakav odnos, jer u tom slučaju komunikacija neće biti "međusobna duhovna razmjena" već komunikacija na razini subjekt-objekt. U ovom dijelu govorili smo o komunikaciji na "razini hrabrosti", što znači emocionalna otvorenost i iskrenost. Sada bismo iz ove razine komuniciranja pokušali izvesti nekoliko temeljnih pravila komuniciranja.

1. Emocionalna otvorenost nikada ne smije sadržati osudu druge strane. Ja ne mogu suditi tuđim motivima već samo rezultatima, jer je ljudsko biće vrlo složeno i slojevito, i u tom smislu tajanstveno. Iskrenost ne podrazumijeva presudu nad sugovornikom³¹⁸.

Ako stvarno želim saznati namjere ili pobude svoga sugovornika ili njegove reakcije, postoji samo jedan način da to saznam: moram ga pitati, jer čovjek može zauzeti stav samo na temelju materijalnih dokaza. Psihologija ličnosti ne može se zanemariti sa svom njezinom složenošću.

2. Emocije nisu moralne prirode (dobre ili zle), već samo stvarne, činjenične prirode. Zavid, gnjev, seksualne želje ili strahovanja ne čine osobu ni dobrom ni zlom. U svakom slučaju, ove emocionalne reakcije moraju biti sjedinjene s razumom i voljom, a prije no što sjedinjenje bude moguće, prije no što se donese odluka hoće li se postupati sukladno njima, mora se dopustiti da one "nestanu", mora se čuti što one poručuju. Doživljavanje sveukupne skale emocija dio su ljudskog stanja, naslijede svakog čovjeka.

3. Emocije moraju biti sjedinjene s razumom i voljom. Ako bi samo emocije vladale čovjekovim životom, bila bi to tragična i najgora vrst nezrelosti.



Ako nam je jasno značenje sjedinjavanja, onda ćemo lako shvatiti činjenicu da um sudi o neophodnosti ili poželjnosti postupanja sukladno osjećanjima koja su u potpunosti doživljena, a taj sud volja provodi u djelo.

Po Johnu Paelu (1995) postoji mogućnost straha iskazivanja istine o nekom određenom problemu u procesu komuniciranja. Činjenica da čovjek preživljava osjećanje straha sama po sebi nije

³¹⁸ Biblija, Poslanica Rimljanima, 14,4.

niti dobra niti zla. Ja dopuštam to osjećanje straha, da ga prepoznam ili identificiram. Moj razum donosi odluku da ne trebam postupiti po diktatu toga straha, već njemu nasuprot - kazati cijelu istinu.

Najpodliji strah u procesu komuniciranja jest strah od osjećanja, jer kako kaže Dučić "stvari imaju onakav izgled kakav im daje naša duša".

Smatra se normalnim da u integriranoj, kompletnoj ličnosti emocije niti bivaju potiskivane, niti preuzimaju vlast nad cijelom ličnosti. One su priznate (što ja to osjećam) i integrirane (želim ili ne želim postupati prema tom osjećanju).

4. U komunikaciji "hrabre razine" emocije se moraju "izraziti".

Najčešći razlog što ne izražavamo svoje emocije jest u tomu što ih ne želimo priznati iz nekog određenog razloga. Bojimo se da će drugi promijeniti svoje mišljenje o nama ili da će nas odbaciti. Bojimo se reći tko smo, jer ako to kažemo možda se to našem sugovorniku neće dopasti, a to je sve što imamo.

Svi oblici komunikacije očito moraju poštivati ne samo komunikatora nego i onoga koji poruku treba primiti. Moj sud, u procesu integracija mojih emocija, odlučuje da to nije "pogodan" moment za izvještavanje druge strane o mojim emocionalnim reakcijama. Ako je primatelj sam tako uznemiren da najvjerojatnije ne bi bio u stanju primiti informaciju (komunikaciju) i da bi se moje iznošenje takvih činjenica, u takvom njegovom uzburkanom emocionalnom stanju, na neki način odrazilo iskrivljenom slikom, moguće da ću tada morati odgoditi svoju namjeru i ne izvršiti informiranje.

Osterval (1985) ukazuje da, ukoliko je slučaj dovoljno ozbiljan i emocije dovoljno jake, ovakvo odlaganje ne smije biti predugo. Dakle, nema razloga za potiskivanje emocija na dulje vrijeme, a u većini slučajeva to neće biti potrebno.

Pomenuti autor priznaje izuzetak od tog pravila ako takvo informiranje odgodimo ili potpuno isključimo u slučaju prolaznog doživljaja kod slučajnih poznanstava. Primjerice, osoran nastup vozača autobusa može me razdražiti, iako to za mene neće biti znak da stanem s njim oči u oči i da mu kažem ono što treba o svojim emocionalnim reakcijama na njegovo ponašanje. Međutim, u slučaju dva ljudska bića koja moraju skupa raditi i živjeti, ili koja žele gajiti duboke odnose ovakvo iznošenje sadržaja emocija u vrijeme njihova doživljavanja ima bitnu važnost.

Očita i primarna prednost komunikacije na ovoj razini bit će stvaran i autentičan odnos i nešto što smo nazvali istinskim "susretanjem" osoba. Ovdje ne samo što postoji uzajamno komuniciranje ličnosti, pa shodno tomu dijeljenje i doživljavanje raste ličnosti, već se ono u danom odnosu odražava na svakoj strani u sve jasnijem osjećanju osobnog identiteta.

ZAKLJUČAK

S pravom se postavlja pitanje "tko sam" i to implicira činjenicu da čovjek u osnovi ne poznaje sebe. Ličnost je moje cjelovito mišljenje, moji cjeloviti stavovi; ličnost je sve ono što nije zajedničko s nekim drugim, i sve ono što je neponovljivo (Berdajev, 1995:41).

Ako sam pomenute elemente komunicirao prema drugima nesebično i otvoreno, što jasnije i što iskrenije mogu, zapaziti ću u svom osjećanju identiteta dokaze značajnog rasta i istodobno dublje poznavanje druge strane. Ispostaviti će se očita istina da ću spoznaju o sebi razumjeti samo onoliko koliko sam bio voljan komunicirati s drugom stranom.

Sljedeći veoma važan rezultat ovakvog istraživanja komunikacije ogleda se u shvaćanju sebe zato što sam "komunicirao sebe", a u tom procesu sklopovi ponašanja nezrelosti mijenjaju se u sklopove ponašanja zrelosti. Ako zapazimo sklopove osobnih reakcija i ako ih istražimo i vrednujemo, doći ćemo do spoznaje da su to sklopovi hiperosjetljivosti. Bez obzira što smo kazali o emocijama, moramo istaknuti kako emocionalni sklopovi nisu često biološkog karaktera i da nisu neizbježni. Ja mogu mijenjati svoje emocionalne sklopove ako dopustim da se moje emocije očituju, da "nastanu" i pošto sam ih iskreno komunicirao, prosudit ću jesu li zrele ili nepoželjne.

Ličnost odgovara na "valne duljine" ličnosti. Ako sam spreman iskoračiti iz tame svoga zatvora i drugoj strani otkriti dijelove svoje ličnosti, rezultat se gotovo uvijek automatski i odmah

pokazuje: druga strana osjeća slobodu da se otkrije meni. Doživljavajući sadržaj moje iskrenosti, sugovornik osjeća slobodu da i sam komunicira svoja osjećanja.

Izučavajući komuniciranje kao aktivnost u različitim kulturama, moguće je izdvojiti tri osnovna tipa koja se primjenjuju u ostvarivanju odnosa s drugim konfesijama ili medukonfesionalnom komuniciranju. Kvaliteta komuniciranja usko je povezana sa samim tipom komuniciranja. Tako bismo, po Sokolovu, mogli izdvojiti tradicionalni, funkcionalno-angažirani i individualni. Tradicionalni tip komuniciranja svojstven je maloj seoskoj općini u kojoj se međusobno svi poznaju, gdje uloga svakoga čovjeka u komuniciranju jasno određuje njegov uzrast i način života i gdje su norme komuniciranja svima poznate od malih nogu... Poklapanje interesa i zajednički pogled na život pridonose lakoći komuniciranja. Nitko se ne osjeća otuđen, izoliran, ne postoji problem nekomunikativnosti.

Literatura:

- Abelson, R. et al. / eds / Theories of Cognitive Consistency, Rand Macnally, Chicago, 1968.
- Biblija Staroga i Novoga zavjeta, Izdanje britanskog i inostranog biblijskog društva, 1995.
- Berđajev, Nikolaj, Smisao stvaralaštva, Logos, Beograd, 1996.
- Božović, Ratko, Kultura potreba, Nučna knjiga, Beograd, 1991.
- Boas, Franc, Un primitivnog čoveka, Prosveta, Beograd, 1982.
- V. Jerotić, Psihoanaliza i kultura, BIGZ, Beograd, 1980.
- Drašković, Č.S., Zlatni vek hrišćanske propovedi, Zbornik Pravoslavnog bogoslovskeg Fakulteta, Beograd, II, 1951.
- Diltaj, Vilhem, Zasnivanje duhovnih nauka, Prosveta, Beograd, 1980.
- Eko, U., Kultura, informacija, komunikacija, Nolit, Beograd, 1973.
- E. V. Sokolov, Kultura i ličnost, Prosveta, Beograd, 1982.
- Evans, M. H., Propovednik evanđelja, Preporod, Beograd, 1956.
- Frankl, V., Nečujni vapaj za smislom, Nprijed, Zagreb, 1987.
- Gradac, Časopis za književnost, umetnost, kulturu, broj 126-127, 1997.
- Hajder, Fric, Psihologija interpersonalnih odnosa, 1958.
- Jaspers, K., Duhovna situacija vremena, Književna zajednica, Novi Sad, 1987.

SPIRITUAL FOLK CULTURE IN THE EDUCATIONAL REALITY IN THE CONTEXT OF PRIMARY EDUCATION IN SLOVAKIA

DUHOVNA NARODNA KULTURA U OBRAZOVNOJ STVARNOSTI U KONTEKSTU OSNOVNOG OBRAZOVANJA U SLOVAČKOJ

Miriam Uhrínová, Jozef Zentko, Tomáš Jablonský
Faculty of Pedagogy, Catholic University, Ružomberok, Slovakia
Pedagoški fakultet, Katoličko sveučilište, Ružomberok, Slovačka

Abstract

The contribution shows a current trends related to the application of spiritual culture in the educational process of primary education. Through differentiated characters it shows possible means for the implementation of folk art in creative arts activities in the educational process. The main narrative line of the paper is to demonstrate the application of elements of folk traditions in primary education, which is important foundation for the formation of positive attitudes to cultural heritage. It shows the possible cross-curricular context in the very educational process to enhance national awareness in children.

Keywords

spiritual culture, dance, folklore, creativity, primary education

Sažetak

Rad prikazuje trenutne trendove koji se odnose na primjenu duhovne kulture u odgojno-obrazovnom procesu primarnog obrazovanja. Kroz diferencirane likove prikazuju se mogući načini za implementaciju narodne umjetnosti u kreativne umjetničke aktivnosti u obrazovnom procesu. Glavna narativna linija rada je prikazati primjenu elemenata narodnih tradicija u osnovnom obrazovanju, što je važan temelj za formiranje pozitivnih stavova prema kulturnoj baštini. Prikazuje se mogući multidisciplinarni kontekst u samom obrazovnom procesu kako bi se poboljšala nacionalna svijest kod djece.

Ključne riječi

duhovna kultura, ples, folklor, kreativnost, Osnovno obrazovanje

Nowadays we see many educational methods and forms, dominated by various technical achievements of the time. Often we are dealing with alternative procedures to improve and enhance the educational process. Many times the significant wealth of folk art and cultural heritage that is unique to each country is neglected. The diversity of rare spiritual folk culture is a good source of inspiration for various educational activities in the area of education. Spiritual folk culture can be characterized as the summary of the components and elements of folk culture that can satisfied spiritual needs of man. In a system of spiritual culture in ethnography can be included popular religiosity, folk art, folklore (music, dance, literature and verbal), various folk traditions (family and family relationships, family customs) and rituals, traditional imaginations and knowledge about nature and man, the supernatural beings and forces, magic, hygiene and traditional medicine, metrology, aerospace, orientation in space and time and also the production and use of material values (Wolter, in: Botík et al., 1995, Pančuhová, Mintalová et al., 2004) .

For spiritual culture is typical combining individual elements or their merging or linking and, therefore, in one time horizon are most common parts genetically related to various developmental epochs (Wolter, In: Botík et al., 1995). An important example of the use and application of spiritual

culture in education is motivation through inspirational moments in slovak folk piety, which is linked to everyday life. These are all moments that create, coherent line of one's birth until his death. All domestic and field work, all the worries and joys of man, his family, and even the whole village and Catholic society was under God's protection and the protection of Mary.

In the ordinary catholic households were visual artifacts, sacred images, adjusted with own individual aesthetic feeling, from which you perform domestic worship. Similarly, the cult of saints is closely tied to everyday life and needs of catholic, peasant or craftsman. In folk religiosity it is possible to find elements of sensualism and practicality. People have gradually adapted to the religious teachings that is close to them and to their own peasant culture (Zajícová, 1996). Folk piety is thus a reflection of religion in daily life of man. It is linked with the official church doctrine (Beňušková, 1995). For the educational process in the subject of regional education it is necessary to use elements of folklore. Whether music, dance or folk compound expressions. Folk music in its content includes all the elements of folk art, which are based on expressions of music, namely the folk song and folk instrumental music. In the songs folk music is immediately connected with folk poetry and instrumental music component is connected with folklore dances (Elschek, Elscheková, 2005).

People's spiritual culture offers us many children's dance and movement games that can be applied in the original educational process. These dances and games help to educate children in the emotional and moral, develop a sense of beauty, the culture movement, harmony, goodness, waking up valuable human qualities such as dedication and fairness. Reflect the love for nature and promote an interest in animals, work and play. Children can it enjoy in a natural way. (Gregor, 1997). Folk dance in its content includes: folk dance and also folk games that work together with rhythmically moving (Elschek, Elscheková, 2005). Folk dance was an important cultural expressions, as well as an essential part of social life. Folk dances are most commonly associated with rural part of the population - farmers, shepherds, woodcutters, blacksmiths, shoemakers, cobblers etc. (Mázorová, Ondrejka, 1991). Folk dances have musically linked, strong form of movement that is stabilized within different types of dance types, functionally tied to cultural traditions and aesthetic feelings of rural environment. Dances with music, songs and games create a single organic line, which forms part of the bearing ceremonies and socially entertainment. They have a ceremonial function or entertaining fun (Elschek, Elscheková, 1980).

Multiple folklore expressions combine into one coherent part various types of folklore such as song, music, dramatic speech, dance and more. These include: folk games - eg. Bethlehem game, drama, festivals and customs (Elschek, Elscheková, 2005). Children's folk dance can be used in the educational process, mostly in the sport, pro-social, musical and literary education. Motion component in folk dance is an independent expression and not just a complement to the action. This fact distinguishes the folk dance from movement games with song, rhyme and music (Šimoneková, 2004).

Important role in the spiritual folk culture has fine art, whether planar or spatial charakter. The visual effects of planar art are various paintings on glass, on paper, canvas and so on., as well as lot of diverse printing or punching. In spatial art we can find a different plastics made of wood, stone or other materials. Activities associated with the presentation of folk art can be active or receptive character. By the application of particular elements we can use several types of organizational forms of teaching. Pupala and Zápotočná (2010) agree that when culture is more richer, more qualified, more diverse and differentiated, the more complex than the acculturated process is more complicated, that means it is more necessary to facilitate this process. This function have to take each school to which will help acculturation dominant role. School educate children in stable cultural values that enable children to get especially the link with that what is for their cultural area characteristic semantically relevant and generally acceptable. It also argues that this process is education and knowledge in the school involved to ensure continuity of values between generations, recognizing the potential reproduction and reconstruction of these values, a new generation. Culture of each nation is manifested by knowing of ethno-cultural traditions. Therefore, an integral part of education at all levels and types of schools from pre-school education should be acquainted with the folk traditions of the manifestations of material but also spiritual culture (Čellárová, 1997).

Folklore in education has three key functions:

a) Social, which is reflected in its social sense. Pre-school children with games, drills and dance converge, creating cohesion within communities, children are to each other sympathetic and perceptive.

b) a culture that is reflected in the knowledge and understanding of the ancestors way of life. They feel their joys, pains, worries, desires and sentiments often expressed by singing, dancing and games, especially the various ceremonies (wedding, harvest, carnivals, etc.).

c) National, which is reflected in the knowledge of the cultural heritage of their own nation. It teaches children to know the history of their ancestors and to be active in maintaining the cultural and national traditions, to create their positions and relations (Ivanovic, 2007, p. 35-36).

For the implementation of elements of folk spiritual culture is the best use of activating different forms and methods of teaching. Masariková's (2008) report said that pedagogy effectively helps in the process of getting to know their own history of the region and creating a positive relationship to the natural and cultural monuments. An important role in this context has the staging method, whose essence lies in the fact that children play a role, respectively, they stage a situation (Turek, 2010). Playing the role is helping students to express personal views and thoughts (Kalhous, Obst, 2002). These methods can be applied to children's or folk theater, but also to the composite expressions of folklore. The character of folk theater has in the folklore many folk customs and traditions of the game. The basic features include a dramatic transformation of human character, the use of masks, props and costumes, the use of movement, facial expressions, language, and others. In our conditions, it is a school play, Passion play, Bethlehem game, Game of St.. Dorothy and the like.

One of the most popular folk theaters are the children's theater and puppet theater (Ondrejka, 2008). Horizon of folk theater is therefore very wide. In it's content includes not only the popular drama, but all manifestations of folklore reflected in the dramatic theater forms or flowing symptoms. The sphere of theater's interest creates dramatic way, dialogue, costume, prop, gesture, mask, facial expressions and so on. (Slivka, 2002).

This example of number of aesthetic elements in one piece can create an interdisciplinary dialogue of the components. It offers application as a valuable dimension to cross-curricular context in the connection to learning process in primary education.

Suitable for the educational process is a method for the task. The Task is to create and use every teaching situation to ensure that students achieve a certain teaching objective (Mašbica, In: Turek, 2010).

Also, situational method, which is based on solving a problematic educational tasks following the confrontation of knowledge, skills, beliefs and attitudes of individual actors (Kalhous, Obst, 2002).

The scope for application of the spiritual elements of folk culture in primary education in Slovakia, is provided by education in arts and culture (in particular items of Music and Art), Language and communication (specifically Slovak language and literature), Nature and Society (Geography subject), People and Values (specific subjects Religious and Ethical Education), Health and movement (the subject of Physical Education), which are precisely defined in the State Education Programme ISCED 1 - primary education. This area extends the cross-cutting themes, as best suitable are regional education and traditional folk culture and multicultural education (ISCED 1). The regional education, which is the most ideal subject of the cross-cutting themes in this educational process must be in choosing curriculum topics of regional themes compliance with certain principles (Cabanová, 2005):

- Quantity of regional information must not be contradictional to the educational scheme,
- Inclusion of regional elements must be in response to a teaching subject,
- It is necessary to select important personalities, work, etc. in regional theme. It should have typical features of the region and represent a positive model for students,
- The impact of regional affiliation in relation to citizenship and nationality should not exaggerate or attribute values to not correspond reality,
- Should be a balanced focus on the artistic, conceptual, cognitive and educational values of regional development.

According Vavrdová (2010), the inclusion of elements of the regional education greatly enrich pupils' education of new knowledge concerning the proximate environment. These are classified knowledge and understanding of the history, traditions, customs and so on. Selection should be done very carefully with regard to pupils' knowledge and their level of intellectual development.

In all subjects, the possibility of folk culture at various educational topics is offered throughout the school year. Including all current possibilities of integrating modern technology into educational practice, it is possible to use also the multimedia (Blahútová, Macko, Stollárová, 2011).

Important role in motivating students, are the intentions of the teacher's personality. Its role should be an effort that took students to encourage their external stimuli and internal motivation to keep this state of attention and interest in continual. (Blahutová et al., 2008). It is just the creativity of the teacher to know and apply the appropriate use of the interdisciplinary character of subjects in the educational process and also in the whole pedagogic system.

The area of spiritual folk culture includes a number of issues that affect all areas of aesthetic education. It's continuous intersection creates a single action line, which contributes to the presentation of folk art and creating relationship to national identity.

Bibliography:

BEŇUŠKOVÁ, Z. 1995. Vzťah profánneho a sakrálneho v obradoch a sviatkovaní. In: KILIÁNOVÁ, G. (ed.): *Slovenský národopis*, 43, č. 2, 1995.

BLAHÚTOVÁ, D.- MACKO, J. - STOLLÁROVÁ, N. 2011. *Multimedia Elements in Biology and Chemistry Education*. In: *Informatologia*. - ISSN 1330-0067, Vol. 44, No. 4 (2011), p. 353-354.

BLAHÚTOVÁ, D.- PALOVČÍKOVÁ, E.- BALÁŽOVÁ, M. 2008. Motivácia žiakov vo vyučovaní biológie a prírodopisu podľa budúcich a začínajúcich pedagógov. In: *Tvorivé vyučovanie*. Ružomberok : Katedra pedagogiky PF KU, 2008, s. 11-17. (CD-room). ISBN 978-80-8084-374-8.

CABANOVÁ, V. 2005. *Tvorba obsahu vzdelania v regionalisticky orientovaných školách*. Praha : Epoque, 2005. 165 s. ISBN 80-86328-69-4.

ČELLÁROVÁ, L. 1997. *Ludové tradície a remeslá na Slovensku a ich využitie v štúdiu učiteľstva 1. st.* ZŠ. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, 1997. ISBN 80-8055-129-4.

ELSCHEKOVÁ, A. – ELSCHKEK, O. 1980. *Slovenské ľudové piesne*. Bratislava : Osvetový ústav, 1980.

ELSCHEKOVÁ, A. – ELSCHKEK, O. 2005. *Úvod do štúdia slovenskej ľudovej hudby*. Bratislava : Hudobné centrum, 2005. ISBN 80-88884-69-1.

HORVÁTHOVÁ, E.: Duchovná kultúra. In: Botík, J. a kol. 1995. *Encyklopédia ľudovej kultúry Slovenska I*. Bratislava: VEDA, 1995. ISBN 80-224-0234-6.

IVANOVIČOVÁ, J. 2007. *Rozvíjanie vzťahu ku kultúrnemu dedičstvu, zvykom a tradíciám regiónu*. In: BUJNOVÁ, E. - IVANOVIČOVÁ, J. (eds.). 2007. *Rozvojové a inovatívne programy edukácie so zameraním na regionálnu výchovu*. Nitra: PF UKF, 2007, s. 27-36. ISBN 978-80-8094-101-7.

KALHOUS, Z. – OBST, O. a kol. 2002. *Školní didaktika*. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-253-X.

MASARIKOVÁ, A. 2008. Historické fakty aplikované v pedagogike zážitku. In: BUJNOVÁ, E., RAČEKOVÁ, K. (eds.): *Vybrané teoretické a metodické aspekty regionálnej výchovy*. Nitra : UKF, 2008, s. 124-131. ISBN 978-80-8094-392-9.

MÁZOROVÁ, M. – ONDREJKA, K. a kol. 1991. *Slovenské ľudové tance*. Bratislava : SPN, 1991. ISBN 80-08-00322-7.

MEDVECKÁ, E. 1997. *Detské hry a tance*. Bratislava : SAV - Ústav hudobnej vedy, 1997.

ONDREJKA, K. 2008. *Malý lexikón ľudovej kultúry Slovenska*. Bratislava : Mapa Slovakia Plus, 2008. ISBN 978-80-8067-196-9.

PANČUHOVÁ, E. - MINTÁLOVÁ, Z. a kol. 2004. *Z ľudovej kultúry Turca*. Martin: Matica slovenská, Martin 2004.

PUPALA, B. - ZÁPOTOČNÁ, O. 2010. Vzdelávanie ako formovanie kultúrnej gramotnosti. In: KOLLÁRIKOVÁ, Z. - PUPALA, B. (eds.) 2010. *Predškolská a elementárna pedagogika*. Vyd. 2. Praha : Portál, 2010. s. 261-269. ISBN 978-80-7367-828-9.

- SLIVKA, M. 2002. *Slovenské ľudové divadlo*. Bratislava : Divadelný ústav, 2002. ISBN 80-88987-39-3.
- ŠIMONEKOVÁ, H. 2004. *Ľudové tance*. Bratislava: AT Publishing, 2004.
- ŠTÁTNY VZDELÁVACÍ PROGRAM ISCED 1 – primárne vzdelávanie, dostupné na: http://www.statpedu.sk/files/documents/svp/1stzs/isced1/isced1_spu_uprava.pdf
- TUREK, I. 2010. *Didaktika*. Bratislava : Iura Edition, 2010. ISBN 978-80-8070-322-8.
- VAVRDOVÁ, A. 2010. Přípravenost učitele na výuku vlastivědy pro potřeby školské reformy. In *Primární a preprimární pedagogika v teorii, praxi a výzkumu*. Olomouc : Altyn, 2010. s. 162 – 166. ISBN 978-80-87224-08-3.
- ZAJICOVÁ, K. 1996. Mariánsky kult v ľudovej zbožnosti, na príkladoch mariánskych pútnických miest. Bratislava : Katedra etnológie, 1996.

Tento článok vznikol vďaka podpore programu KEGA 042KU-4/2011 v rámci riešenia projektu Európske hodnoty a kultúrne dedičstvo - nová výzva pre vzdelávanie v základných a stredných školách.

BIBLICAL THEME OF MORAL SELF-IMPROVEMENT IN ETHICAL REFLECTION OF SIN, SHAME, REMORSE AND FORGIVENESS

BIBLIJSKI MOTIV MORALNOG SAMOUSAVRŠAVANJA U ETIČKOJ REFLEKSIJI GREHA, STIDA, KAJANJA I PRAŠTANJA

Milan Petričković

*Faculty of Political Sciences, University of Belgrade, Belgrade, Serbia
Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Beogradu, Beograd, Srbija*

Abstract

Gender is determined by the appropriateness of moral development of man only as an essential paradigm of Christian philosophy, often illustrated by the biblical stories that reveal different cognitive ethical aspects of sin, shame, remorse and forgiveness. In this context, the philosophical discipline of ethics as a subject-oriented towards overcoming the existing human being, through his constant moral transformation of, the biblical material may reveal an epistemological valid anticipatory ethical reflection, moral character: sin, shame, remorse and forgiveness. With the moral dimensions of dialectical causality there are other fundamental ethical issues, such as the relationship of being and needing, moral conscience, freedom, free choice, moral virtue, moral decisions, moral action, moral evaluation, moral sanctions, and many other moral layers of constant transformation of man.

Keywords

only moral training, sin, shame, remorse,

Sažetak

Rodno determinirana svrsishodnost moralnog samo usavršavanja čovjeka, kao bitna paradigma kršćanske filozofije, često se ilustrira putem biblijskih priča koje spoznajno razotkrivaju najrazličitije etičke aspekte grijeha, stida, kajanja i praštanja. U tom kontekstu, etika kao filozofska disciplina predmetno orijentirana prema prevladavanju postojećeg čovjekovog bitka, kroz njegovo konstantno moralno preobražavanje, može u biblijskoj građi anticipativno razotkriti epistemološki valjane etičke refleksije, moralnom karakteru saobraznih: grijeha, stida kajanja i praštanja. Sa ovim moralnim dimenzijama u dijalektičkom kauzalitetu nalaze se i druga fundamentalna etička pitanja, poput odnosa bitka i trebanja, moralne svijesti i savjesti, slobode, slobodnog izbora, moralnih vrlina, moralnih odluka, moralnog djelovanja, moralnog ocjenjivanja, moralnih sankcija, i mnogih drugih moralnih slojeva neprestanog čovjekovog transformiranja.

forgiveness

Ključne riječi

moralno samo usavršavanje, grijeh, stid, kajanje, praštanje

Uvod

Kao neposredni iskustveni izdanak civilizacijskog promišljanja i stolecima kristalisane spoznaje o najrazličitijim aspektima čovekovog bitka i njegove egzistencijalne pojavnosti, hrišćanska filozofija oličena u biblijskoj mudrosti pokušava da odgonetne i latentnu višeslojnost krajnje kompleksnog fenomena, ljudskoj prirodi predodređenog *moralnog samopreobražavanja*. U tom kontekstu, tragajući za apsolutom, religijska promišljanja putem zamisli, predstava i simbola u sadržinskom smislu predstavljaju anticipativni izraz i komplementarni segment kosmogonijsko-filozofskog tumačenja potencijalno dosegnutih istina o svetu i čoveku, ovde konkretno o konstantnosti, rodno zadatog moralnog usavršavanja, što u gnoseološkom smislu istorodnim čini ove dve duhovne riznice.¹

Uprkos ezoteriji teoloških simbola, misaona sinergija hrišćanske mudrosti kroz uzajamno nadopunjavanje i oplemenjivanje duhovnih otkrovenja drevnih civilizacija, judejskih predajnih postulata i vrednih doumljivanja antičkog stoicizma, otvara krucijalna, ljudskoj suštini svojstvenih pitanja čovekovog totaliteta, sazdatih na (mnogim faktorima) kauzalno uslovljene dileme same smislenosti i svrsishodnosti ljudskog postanja.³¹⁹ U samom jezgru te zapitanosti, nameće se ovde potenciran biblijski motiv neprestano-dinamičnog menjanja čoveka, u grotlu njegovih svakodnevnih egzistencijalnih kušanja kao grehu (zlom činjenju) sklonom biću, čija se najdublja antropološka zadatost ogleda upravo u tom pokušaju egzistencijalnog nadržavanja svakojakog životnog zla.

Ovako sagledan biblijski motiv čovekovog moralnog samomenjanja otvara spoznajni diskurs koji hrišćanskoj filozofiji daje kvalitet ozbiljnog i izazovnog izvora etičkih prosuđivanja, vredan teorijskih analiza, kroz tumačenje, i na jezik filozofije morala prevođenje, kompleksnih i u svojoj hermeneutici protivurečnih misaonih postulata o višedimenzionalnoj kategoriji čovekovog moraliteta. Radi se naime, o jednom od fundamentalnih pitanja etike kao filozofske discipline - moralnom karakteru čoveka, putem kog se on i realizuje kao moralni subjekt, među čijim bitnim determinantama datiraju moralni fenomeni greha, stida, kajanja i praštanja. U okviru ovih biblijskih sadržaja, zahvaljujući dešifrovanju njima svojstvenih teoloških simbola, otvara se dakle bogato rudište etičkih refleksija čovekove moralne prakse, koje se nalaze u dijalektičkom kauzalitetu sa mnogim drugim pitanjima moralne filozofije.³²⁰ Drugim rečima iskazano, u biblijskim pričama postilirane moralne pouke o međuuslovljenosti greha, stida, kajanja i praštanja, kao smernicama čovekovog svakodnevnog postupanja, koje presudno profilišu njegov generičko zadati cilj moralnog usavršavanja, u spoznajnom smislu neodvojiva su od predmetno polaznog pitanja etike o odnosu bitka i trebanja, moralne svesti, savesti, slobode, slobodnog izbora, moralnih vrлина, moralnih odluka, moralnog delanja, moralnog ocenjivanja, moralnih sankcija, i mnogih drugih moralnih slojeva neprestanog čovekovog transformisanja.

Ovaj tekst u tom kontekstu i ima za cilj da pokaže da biblijska građa sadrži dragocene anticipacije o rodno predodređenom moralnom usavršavanju čoveka, koje filozofski zasnovana etika uzima u svoje razmatranje sagledavajući ga i tumačeći između ostalog i kroz uspostavljanje korelacije sa važnim moralnim svojstvima čoveka, poput grešnog činjenja, stida, kajanja i praštanja.

³¹⁹ Šire o ovome pogledati: Dragoslav Kočović, *Religijska učenja, socijalne vrednosti religijskih učenja*, FPN, Beograd, 2010.

³²⁰ Šire o ovome pogledati: Zdravko Šorđan, *Mesto i uloga religije u razvoju etike komuniciranja*, u *Naučno razumevanje jezika religije*, Zbornik radova objavljenih na naučnom skupu u Beogradu. Izdavač teološki institut Beograd, 2009. god. str. 195-206.

Čovekova "grešna" priroda – istorodni motiv biblijskih priča i etike

Postulirana na mitsko-religioznoj svesti, hrišćanska filozofija pokušava misaono da prodre u suptilnu višeslojnost čovekove generičke suštine i njen specifičan segment sagrašive prirode, imanentan njegovoj odlici egzistencijalnog delanja koje vlastitom teleologijom zakonito biva izloženo konstantnom riziku činjenja najrazličitijih pogrešaka. Na početku Staroga zavjeta ustanovljava se ova, ljudskoj suštini svojstvena odlika činjenja zlih dela, što se figurativno uobličava dobro znanom *pričom o prvorodnom grehu*, koji se od praroditelja Adame i Eve kao prvih roditelja prenosi na čitav ljudski rod u celini, pa time i svakog čoveka ponaosob.³²¹ Prenešenim značenjima biblijskih simbola iskazano, zmija je kao najlukavija od svih životinja u raju nagovorila Evu da proba plodove sa drveta saznanja, što je na njeno insistiranje učinio i Adam, kako bi navodno postali slični bogovima koji poseduju moć raspoznavanja dobra od zla. Međutim, taj postupak prvih ljudi je razgnevio Boga koji ih je prokleo i izгнаo iz raja, kao usud određujući im egzistencijalne težinu: ženi muke u trudnoći i bolno rađanje dece, kao i pokoravanje njene volje mužu kao gospodaru, a muškarcu mukotrпно hranjenje zeljem sa zemlje na kojoj korov i trnje rastu, sa mnogo prolivenog znoja pri obezbeđenju hleba sa zemlje iz čijeg praha je on nastao i u koji će se vratiti.

Primenom analoške metode preslikavanja nije teško uočiti anticipativne forme etičkih dimenzija sadržanih u ovoj biblijskoj priči, putem kojih se efikasnije mogu razlučivati najrazličitiji aspekti čovekovog moraliteta. Ustanovljavajući teološku *kategoriju greha*, hrišćanska filozofija pripravlja sazajne smernice setu fundamentalnih etičkih pitanja koja ishode iz same esencije čovekovog delanja kao misleće-praktičnog bića, gde se svakako kao primarna data izdvaja čovekova sklonost činjenja mnogovrsnih postupaka, kao i s njima u vezi, svakojakog zla. Sagledavajući *zlo* u kauzalitetu sa *kategorijom dobra*, njime će se kao polaznim pojmom, semantički evoluiranim od grč. *kakon*; lat. *malum* baviti istorija etike, dovodeći ga u logičku vezu sa pojmovima kao što su: greh, nesreća, krivica, poročnost, nesavršenstvo, nepotpunost, štetnost, pogrešnost, ništavnost, negativnost, rđavost, užas, grozota, bolest, opakost, zabranjena radnja, kulitička mrlja, uprljanost, nečistota, osujećen napredak, propadanje, i sl.

Ako se kao ozbiljan misaoni postulat uzme Hegelovo simboličko tretiranje religijskih predstava,³²² zanovano na operisanju simbolima kojima se izražavaju rodno-generičke odlike čoveka i njegovog egzistencijalnog realiteta, čime se u svakom pogledu nadilazi "bljutava teološka ortodoksija" koja složene fenomene simplifikuje i bukvalno tumači, to biblijski motiv čovekove grešnosti za etiku kao filozofiju morala predstavlja dragoceno rudište etičkih refleksija dostojnih istraživačke pažnje i sazajnog prosuđivanja. U toj razmeđi misaonog dvojenja religijskog i filozofskog, sadržana je ljudskoj egzistenciji imanentna igra dobrog i zlog, tj. zadatog harmoničnog i usklađenog, sa jedne strane, konstantno ugroženog sa disharmoničnim i neusklađenim, sa druge strane. Dosezanje tog uravnoteženja, provocira ustvari fenomen *ljudskog samousavršavanja*, koje je nazamislivo bez *moralnog saznanja*, koje kao i svaka datost počiva na dijalektičkom jedinstvu i borbi suprotnosti. "Jedino se u mišljenu nalazi izvor zla i dobra, ali i u mišljenju se takođe nalazi spasenje od zla koje je počinjeno blagodareći mišljenu."³²³ Odatle proizilazi, da naslednost greha iz teološkog ruha razodenuta, izražava ljudskom rodu saobraznu civilizacijsku misaonu težnju, da je "svaki čovek dužan da o sebi misli, da on kao prirodno biće, dakle onako kako je neposredno dat, nije onakav kakav treba da je pred bogom."³²⁴ To mu u realitetu svakodnevnog življenja otvara mogućnost sopstvenog okajavanja grešnosti tj. moralnog ispravljanja i nadržavanja u smislu neograničenih mogućnosti egzistencijalne potvrde širokog spektra, njemu kao svesnom i humanom biću datih i zadatih generičkih potencijala,³²⁵ čije dosezanje čoveka i čini sličnim idealu božanstva.

³²¹ Pogledati: *Biblija, Stari Zavjet, Postanje*, gl. 3, stih 1-24.

³²² Pored Hegela koji je tipičan filozof koji se bavio latentnom suštinom religije, mnogi drugi značajni mislioci takođe su u ovoj specifičnoj duhovnoj sferi tragali za etičkim smislom čoveka. Pogledati: Milan Petričković, *Teorija socijalnog rada*, Socijalna misao, Beograd, 2006.

³²³ G.V.Hegel, *Istorija filozofije*, Kultura, Beograd, 1975, knj. 3. str. 84.

³²⁴ Isto, str. 84.

³²⁵ *Religija i društvo*, Zavod za izdavanje udžbenika i nastavnih sredstava, Beograd, 1988, str. 33.

Koje su to etičke refleksije začete u biblijskom motivu ljudskog samopreobražavanja kroz nadraštavanje i samoprevladavanje nasleđene rodne grešnosti, je sazajna dilema koja se pokušava odgonetnuti u nastavku teksta.

Stid, kajanje i praštanje u spoznajnom kauzalitetu biblijske mudrosti i filozofije morala

Razmatranjem čovekove grešne prirode biblijska građa ustvari u rudimentarnom obliku civilizacijske patine provocira mnoštvo fundamentalnih etičkih kategorija, uzajamno čvrsto dijalektički isprepletenih oko stožernog moralnog fenomena *ljudskog samopreobražavanja* koji obeležava bit istorijskog razvoja etičke misli. Tipičan je u tom smislu *pojam stida*, sadržan u pomenutoj biblijskoj priči o prvorodnom grehu, ilustrovan sledećim stihovima:

"I žena videći da je rod na
drvetu dobar za jelo i da ga je
milina gledati i da je drvo vrlo
drago radi znanja, uzabra roda
s njega i okusi, pa dade i mužu
svojemu, te i on okusi.
Tada im se otvoriše oči, i
vidješe da su goli; pa spletoše
lišće smokava i načiniše
sebi pregače.
"I začuše glas Gospoda Boga,
koji iđāše po vrtu kad zahladi;
i sakri se Adam i žena mu ispred
Gospoda Boga među drveta u vrtu.
A Gospod Bog viknu Adama i
reče mu: gdje si?
A on reče: čuh glas tvoj u
vrtu, pa se poplaših, jer sam go,
te se sakrih. "³²⁶

Dakle, posle kušanja plodova sa drveta saznanja dobra i zla, prvi ljudi su počeli da se plaše i kriju od Boga, jer su zbog prekršaja ustanovljene zabrane i raspoznavanja svoje nagosti (kao posledice učinjenog dela) osećali nelagodnost i stid kome će potonja etika posvetiti dosta pažnje. Inače, termin stid (*grč. aidos, aischyne; lat. pudor, reverentia*) u najširem smislu reči, u etici se shvata kao produkt *moralnih ocena* i *samoocena ljudskih postupaka*, a može se odnositi na vrlo različita područja mentalnog odnosa čoveka prema drugim ljudima i pojavnom realitetu uopšte, čiju specifiku čini njegova vrednosna ocena. U psihološko-emocionalnoj osnovi, stid je stanje pojedinca izazvano, povredom vrednosnih sadržaja moralnih zahteva, društvenih normi delanja, običaja, povredom bližnjih autoriteta, kao i vlastiog Ja; što za posledicu ima pretnju osramoćenja, praćenu ugroženim samopotvrđivanjem ličnosti u njenoj samoproceni unutrašnjeg dostojanstva i vrednosti.

Na spregu hrišćanske filozofije i etike povodom moralne kategorije stida, upućuje i promišljanje Tome Akvinskog (1225-6 - 1274) koji skalū stida na kojoj se nalaze lažni stid, dobri stid,

³²⁶ Biblija, Stari Zavjet, Prva knjiga Mojsijeva, gl. 3, stih. 8-10.

stid grešnika, stid od svoje osionosti, stid od golotinje, polni stid obogaćuje navođenjem stida pred Bogom, zatim pred sveštenikom koji propoveda, kao i posebno važnog stida pred *vlastitom savešću*. Potpuno precizno izdvojiće ovaj sholastički mislilac ključnu moralnu kariku u lancu čovekovog moraliteta – *moralnu savest*, koja figurativno sadržana u Sokratovom *daimoniumu*, ovoga i čini pronalazačem morala kako ga je označio Hegel. Zаметke moralne savesti kao prerađene i samoprocenjivane moralne svesti povodom konkretno učinjenih postupaka, sadržane u priči o prvorodnom grehu i preporučuju ovde za analizu, s obzirom da prvi ljudi počinju da moralno vrednuju vlastite postupke, svesno ih razmatraju i kao moralni subjekti snose posledice vlastitog delanja. Pri tom, kompleksna moralna dimenzija savesti i njegovog produkta stida, sadržana u biblijskim poukama o prvorodnom grehu, nužno za filozofski zasnovanu etiku otvara sopstvenu dijalektičku neodvojivost od njoj saobraznog *moralnog karaktera, moralnih motiva, moralnih uverenja, moralnih namera, odluka i izbora, zatim moralne imputacije, krivice, sankcije kao i moralnih zasluga*.

U tom kontekstu, pojmovno-kategorijalnim jezikom etike izraženo, biblijska simbolika najsuštastvenije zadire u primarno pitanje filozofije morala, tzv. *svrhe i principe moralnog delanja*, koji se odnose na samu *prirodu i suštinu, ciljeve i smisao moralnog aktiviteta čoveka uopšte*.³²⁷ Hrišćanskom simbolikom moralnih pouka kroz biblijsku priču o prvorodnom grehu, zapravo se postuliralo, kasnije u etici (primereno konkretnom filozofskom pravcu) na mnogo načina obrađeno pitanje *moralnih svrha ljudske prakse*, kroz spoznajnu dilemu prvih ljudi Adama i Eve oko razaznavanja moralnih kvaliteta dobra i zla. Iz (ne)moralnih delatnosti pra ljudi evoluiraće u okviru etike i podela principa na osnovu kojih se ljudi primarno rukovode u svom moralnom postupanju, *vođeni blaženstvom, zadovoljstvom ili koristoljubljem*, što tvori tri stožerna principa u etici: eudajmonizam, hedonizam i utilitarizam.

Univerzalnost ove teme potvrdiće se i u antičkoj misli u okviru koje se izdvajaju pojmovni segmenti stida, uzrokovani strahopoštovanjem, obzirom, osećajem poštovanja, otmenim osećajima u odnosu na život u polisima, na šta ukazuje i Protagorina analiza mita o Prometeju gde se navodi kako je bog Zeus podario ljudima stid i pravdu³²⁸, omogućivši im time da žive u polisima, što se može dovesti u vezu sa strahom od izlaženja na loš glas ili od govorenja i činjenja onoga što se ne smatra lepim i dobrim u zajednici.

Slično promišlja i Aristotel (384-322 p. n. e.) smatrajući kako se mladež može pobuđivati na vrlinu strahom od kazne, kroz razvijanje osećaja stida, koji je kod čoveka "hvale vredan", uprkos čemu stid nije smatrao vrlinom, zbog postojanja različitih vrsta i mera stida (od bestidnosti do preterane stidljivosti kao respekta pred autoritetom). On u stidu prepoznaje i strah od besčašća, koji je sličniji osećanju, nego stanju karaktera, uslovljenom životnom dobi ljudi, s čim u vezi, stid više priliči mladeži nego starijima. Uvažavajući čovekovu dobru nameru za dobro delanje, Aristotel isključuje mogućnost da se stid pojavi u formi posledice delanja.

Stoici *razlikuju pojmove stida i sramote*, pri čemu stid pripisuju pozitivno moralno svojstvo, sa značajnim vaspitnim efektima, dok sramota spada u afekte koji imaju negativnu vrednost, koja smeta umu.

³²⁷ Šire o ovome pogledati: Milan Petričković, *Etičke paradigme socijalnog rada u hrišćanskom učenju patristike i sholastike*, Socijalna misao, časopis za teoriju i kritiku socijalnih ideja i prakse, Beograd, 2011. br. 69. str. 63-79.

³²⁸ Milan Petričković, *Moralno učenje sofistike Protagore o prometejskom vaspitavanju u vrlinama – polazna paradigma aksiologije socijalnog rada*, Socijalna misao, časopis za teoriju i kritiku socijalnih ideja i prakse, Beograd, 2006. br. 50. str. 63-85.

Shavatajući stid kao afekat, Baruh de Spinoza (1632-1677) ga dovodi u vezu sa svojevrsnom mržnjom koja je usmerena prema čovekovoju unutrašnjosti, odakle je prava vrednost čoveka sadržana u njegovoj vlasti nad ovom vrstom afekta. Stid je rezultat napetosti između tela i duha, smatra Maks Šeler (1874-1928) njegovu suštinu tražeći u funkciji odbrambenog mehanizma individue, kao emocionalnog i svesnog bića, što nije svojstveno bogovima i životinjama, što ih i lišava stida. Stidom se otkriva značenje drugog Ja, kroz egzistencijalni odnos sa drugima, praćen njihovim postiđujućim pogledima, pri čemu Ja više nije centar individualnog sveta, nego se sagledava primereno merilima drugih ljudi, čime se neminovno ograničava ili otuđuje sloboda individue, smatra Žan Pol Sartr (1905-1980).

U tesnoj sprezi sa stidom, nalazi se kajanje (*grč. katanixis, syntribe, lat. compunctio*) koje označava *unutrašnje osećanje žaljenja i javno priznavanje vlastite krivice zbog učinjenog postupka ili ponašanja*. Oblikovano u vidu unutrašnjeg ispaštanja, okajavanja ili pokora, što mu i daje epitet *sastavnog dela stida i savesti*, kajanje počiva na samoopservaciji i *negativnoj samooceni vlastitog postupka*. Hrišćanska etika donosi jasnu predstavu o fenomenu kajanja, shvaćenog u formi unutrašnjeg duševnog razabiranja, koje nastaje samooptuživanjem, ali i spasonosnim preobraćanjem, koje čoveku – svesnom vlastite krivice i greha – dolazi od Boga, koji može očistiti i oprati od greha ljudska bezakonja, kako bi grešnika učinio boljim stvorenjem. U vrlini ljudskog kajanja se ostvaruje susret ljudske ljubavi prema Bogu i božanske prema čoveku, što preporučuje hrišćanskoj doktrini praksu pokajanja kao jednu od svetih tajni.

Ilustrativna u tom smislu je svakako biblijska priča o *izgubljenom sinu*,³²⁹ koji se posle grešnog činjenja – lutanja po svetu gde je prokockao sav imetak nasleđen od oca, suočen sa sopstvenom svešću, moralno "osvestio" odlučivši da se vrati kući. Kada je, kako kažu biblijski stihovi "došao k sebi", tj. počeo da razmišlja i moralno preispituje apsurd "besputnog" (nemoralnog) života koji ga je odveo do čuvara svinja u polju, on se izlaže procesu kajanja, čiju osnovu čini suočavanje, nagađanje i probuđena svest o meri i konkretnom smislu postupanja. To "dolaženjenje k sebi" u ovoj priči, za savremenu etiku zameće važno pitanje tzv. samo-refleksije svesti, gde se jasno diferencira *moralni subjekt*, čija je volja slobodna da bira moduse praktičnog činjenja, čime čovek biva vrednosno procenjiv i moralno odgovoran. Sa tog etičkog stajališta valja razumeti, u ovoj priči moralno donošenu odluku sina koji se svestan svojih grešaka kaje:

"A kad dođe k sebi, reče: koliko najamnika u oca mojega imaju hljeba i suviše, a ja umirem od gladi!

Ustaću i idem ocu svojemu, pa ću mu reći: oče! sagriješ nebu i tebi,

I već nijesam dostojan nazvati se sin tvoj: primi me kao jednoga od svojijeh najamnika."³³⁰

Misaono britak biblijsko-filozofski izraz, dočaraće etici slikovitom analogijom, duboki smisao i značaj kajanja, može se opravdano reći, putem njega - transformisanja svesti i pročišćenje ljudske savesti, zahvaljujući kojima u moralnom smislu "mrtav" i odbačen, "besputan" čovek, ima šansu za ponovno oživljavanje i postojanje. Tako pojmljenu moralnu spremnost ka iskrenom žaljenju, pokori i razlučivanju vlastitih pogrešaka i njihovih posledica, sasvim opravdava dovođenje u vezu moralnog

³²⁹ Biblija, *Novi zavjet, Jevandjelje po Luci*, gl. 15, stih 11-32.

³³⁰ Isto, gl. 15, stih 17-19.

čina kajanja sa "samonalženjem" posrnutih i izgubljenih ljudi u bespuću egzistencijalnih zamki rodno nasleđenih još od Adama i Eve, na šta upućuju sledeći stihovi iz ove biblijske priče:

"Jer ovaj moj sin bješe mr-
tav, i oživlje; i izgubljen bješe,
i nađe se....."³³¹

Kako je unutrašanje samo-raspoznavanje čoveka kao moralnog individuuma (samo-refleksija svesti) nužan uslov njegovog postojanja, teško je u antičkoj misli pronaći pouzdano literarno svedočenje o fenomenu kajanja, sve do rimskog stoičara Seneke (4.g.p.n.e - 65 g.n.e.) koji potencirajući značaj moralnog saznanja, ističe da onaj koji ne zna da je grešan, ustvari ne želi da se popravi. Slikovito, on kajanje shvata kao početak zdravlja, koje nastaje u svejevrsnom unutrašnjem sudskom postupku savesti, kojoj se izlaže onaj koji je nešto zgrešio; u vezi čega "grešniku" preporučuje da prvo obavi posao tužioca, zatim sudije, a naposljetku branioca, koji treba da zna i da samoga sebe uvredi.

Kajanje kao duševni akt žalosti, koja potiče od uverenja da je učinjen neki rđav postupak, je prepoznatljiva paradigma novovekovne etike, koja kajanje locira u individuu i smatra ga korisnim ako ono rezultuje boljim činjenjem, pri čemu treba biti oprezan, jer kod ljudi slabih duhom, kajanje može biti ozbiljan nedostatak, pošto izaziva nesigurnost i strah za dalje činjenje. Spinoza u kajanju vidi koristan socijalni afekat, s obzirom na opasnost od razuzdane mase koja se ničega ne boji, sa tih pozicija, opravdavajući proročke zahteve o skrušenosti, kajanju i strahopoštovanju, kao afektima koji čoveka navode da živi u skladu sa razumom. Hegel, kajanju pripisuje snagu čovekovog duha i karaktera, kojom se ovaj može preobratiti, negirajući zlo koje je počinio. To je kurs fenomenološke etike kajanja, kao unutrašnje duševne boli, kojom čovek razlučuje prepreku povređenog moralnog poretka, čime poništava one postupke koji su u moralnom smislu bili nevredni, stičući tako uslov moralnog preobražaja vlastite egzistencije.

Moralna kategorija kajanja je dakle veoma specifična i vrlo važna egzistencijalna vodilja, s obzirom da se u njoj biti nalazi konstantna težnja svakovrsnih moralnih preispitivanja, samovrednovanja i samoosuđivanja, s krajnjim ciljem iskristalisane svesti, zaodenuće savešću kao potencijalnim garantom ubudućeg nečinjenja zlih postupaka.

Samo jezgro moralnog rehabilitovanja čoveka kroz kajanje, doseguće moralna filozofija hrišćanstva, ustanovljavajući kategoriju *pokajanja*, koje se odnosi na *preumljivanje*.³³² Pogotovu kada to preumljivanje (promene u sferi umskih refleksija) ne označava samosažaljevanje i ojađenost, već *preobraćanje i presredištenje celokupog života*, u pravcu od prošlog-skrušenog, ka budućem-nadajućem, na putu od onoga što je čovek propustio da bude, ka onome što on može da bude. Odatle, pokajanje kao neprekidno obnavljajuće stapanja srca i volje, se poredi sa *buđenjem*, pošto se njime vrši *promena uma* koja vodi pažnji, što doslovno potvrđuje grčki izraz koji se odnosi na pojmove *trezvoumlja, budnosti i pribranosti*, kao suprotnim stanjima stanju omamljenosti usled dejstva droga ili alkohola.³³³

Nije li u tom kontekstu celokupan ljudski život oličen u sinergiji rada, socijalizacije, vaspitanja, vrednosti, morala i ostalih fundamentalnih aspekata njegovog totaliteta praksisa, duboko protkan najrazličitijim mogućnostima slobodnog biranja između aktivne stvaralačke budnosti i

³³¹ Isto, gl. 15, stih 24.

³³² Šire o ovome pogledati: Milisav Protić, *Pokajanje i ispovest*, Biblioteka Pravoslavlje, Beograd, 1973.

³³³ *Pravoslavni put*, hilendarski putokazi, manastir Hilandar, 1997. str. 125.

pasivne metafizičke uspavanosti? Drugim rečima, može li se uprkos teološkom izrazu, opovrgnuti univerzalni smisao čovekovog pokajanja sazdanog na rafiniranoj svesti konstantnog menjanja iz postojećeg u buduće, kao metode doseganja trezvoumlja, budnosti i pribranosti kroz do-umljavanje, pre-umljavanje ili nad-umljavanje stavova, predrasuda, vrednosti, karakterologije, životnih ciljeva i globalno pojmljenog ljudskog smisla bitisanja?³³⁴

U dijalektičkoj sintezi sa kajanjem, nalazi se i *moralni čin praštanja*,³³⁵ kao specifični izraz moralnog samopreispitivanja i preumljivanja, koji ishodi spremnošću *samonadrastanja moralnog subjekta, da se pomiri i nagodi, sa, po njega nemoralnim (pogrešnim) postupcima drugog delatnika*. Ovaj moralni fenomen, od izuzetnog značaja za prirodu međuljudskih odnosa, uprkos svom intrigantnom, kako životnom, tako i filozofsko-etičkom sadržaju, u civilizacijskoj zapitanosti predstavlja još uvek nedovoljno istražen i pojašnjen fenomen.

Njime se kao jednim od fundamentalnih motiva bavi Biblija, generalno kroz reči apostola Pavla u poslanici Efescima, savetujući: "A budite jadan drugome blagi, milostivi, praštajući jedan drugome... ",³³⁶ na šta upućuje i Jevanđelje po Luci, u kome Hrist obraćajući se učenicima veli: "Opraštajte i oprostite vam se."³³⁷

Rasvetljavajući složenu prirodu čovekovog praštanja kao odgovora na učinjeno mu zlo od drugih, najindikativnije su moralne pouke biblijskih priča, među kojima je nezaobilazna već pomenuta *o izgubljenom sinu*, u kojoj se sasvim jasno da uočiti međuuslovljenost kajanja sina i čina praštanja prema njemu od strane oca.

"I ustavši otide ocu svojemu.
A kad je još podaleko bio, ugleda
ga otac njegov, i sažali mu se,
i potrčavši zagrlji ga i cjeliva
ga.
A sin mu reče: oče, sagrije
ših nebu i tebi, i već nijesam
dostojan nazvati se sin tvoj.
A otac reče slugama svojijem:
Iznesite najljepšu haljinu i obu-
cite ga, i podajte mu prsten
na ruku i obuću na noge.
I dovedite telo ugojeno te
zakoljite, da jedemo i da se ve-

³³⁴ Šire o ovome pogledati: Milan Petričković, *Sloboda ljudskog samopreobražavanja – negacija milosrđa u socijalnom radu*, Godišnjak FPN-a, Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka, Beograd, 2009. str. 631-645.

³³⁵ "Praksa međusobnog praštanja i uzajamnog ispovedanja grehova naročito je bila razvijena u prvim vekovima hrišćanstva i obavljala se u vidu međusobnog usmenog kazivanja. Ona se pokazivala naročito u slučajevima kada je neko učinio nešto nepravično, uvredio koga, ošteti ili mu zavideo, ili što rđavo pomislio itd. Koliko je ovaj način zajedničkog i uzajamnog praštanja bio razvijen, najbolje pokazuje H. Epistola, koja je kao izveštaj Plinija mlađeg namesnika Vitinije i Ponta, poslata caru Trajanu u vremenu 103-105 godine. U njoj stoji: hrišćani ne čine ništa zlo; štaviše najstrožije se obavezuju na dobro....Najveća im je krivica ili najveća zabluda samo to što se u određeni dan skupljaju i jedan za drugim pevaju Hristu, kao nekom Bogu neku zahvalnu pesmu i kazuju greške". Milisav D. Protić, *Pokajanje i ispovest*, cit. delo, str. 51.

³³⁶ *Biblija, Novi zavjet, Poslanica Efescima, svetog apostola Pavla*: gl. 4, stih 32.

³³⁷ *Biblija, Novi Zavjet, Jevanđelje po Luci*, gl. 6. stih 37.

selimo."³³⁸

Ništa manje vredna je i *priča o Isusu i preljubnici*, koja opisuje situaciju kada fariseji dovode pred Hrista ženu uhvaćenu u preljubi, pozivajući se na Mojsijevo zakonodavstvo koje za takav greh dozvoljava kamenovanje. Tu Hrist utemeljuje u civilizacijskom kontekstu značajan beočug moralnog poimanja međuljudskih odnosa kroz stav o grešnosti svakog čoveka, kroz stih:

"... koji je među va-
ma bez grijeha neka najprije ba-
ci kamen na nju. "

Međutim kada to fariseji čuše

".....poka-
rani buduće od svoje savjesti iz-
lažahu jedan za drugim počevši
od starješina do pošljednjih;
i osta Isus sam i žena stojeći
na srijedi. "³³⁹

Nakon toga Hrist prašta ženi upozoravajući je da više to ne čini, darujući filozofski zasnovanoj etici postulat, u skladu s kojim je svaka ljudska jedinka neponovljivi rodni totalitet, sa izraženom individualno-moralnim karakteristikama, koje produkuju specifičan moralni odnos i postupke prema drugima, koje su u konstantnom riziku (nasleđenog praroditeljskog greha) da se vrednuju kao grešne i zle.

Na nužnost uzajamnog praštanja, determinisanog, zakonito ljudskoj vrsti imanentnog činjenja greha, snažnom moralnom poukom upozorava biblijska priča o *zlom sluzi*, u kojoj se podvlači moralna obaveza praštanja neizmirenih dugova. Sluzi koji je gospodaru dugovao deset hiljada talanata i koji je trebao biti prodat u roblje sa ženom i decom zarad vraćanja tog duga, na silne molbe smilovao se gospodar i oprostio mu taj veliki dug, da bi taj isti sluga svog drugara koji mu je dugovao beznačajnu svotu novca od sto groša, ne hajući na njegova preklinjanja da ga malo sačeka sa vraćanjem, strpao u tamnicu ne oprostivši mu. Čuvši to pozva ga gospodar i reče mu:

"..... zli slugo! Sav dug
onaj oprostih tebi, jer si me
molio.

Nije li trebalo da se i ti
smiluješ na svoga drugara, kao
i ja na te što se smilovah?

I razgnjevi se gospodar nje-
gov, i predade ga mičiteljima
dok ne plati sav dug svoj. "³⁴⁰

Time etika dobija izgrađenu paradigmu o svrhovitosti konstantnog preispitivanja moralne svesti i etičkom relativitetu prosuđivanja delatnih činova, (kako počinitelja, tako i onih o koje su se oni ogrešili) što kod čoveka kao moralnog subjekta ustanovljava spremnost razumevanja i samoprevazilaženja u obliku dozvoljavanja prava na moralnu pogrešku, proisteklu iz prava na slobodno delanje. Odatle, nimalo slučajno, u etičkoj literaturi mnoštvo simboličnih ilustracija o zakonito - činjenju zla - sklonoj (grešnoj) prirodi svakog čoveka, koja ga zapravo uslovljava da, svestan svog greha, razume i samoprevazilaženjem prašta, "zaboravlja", prihvata i nagađa se sa grehom (kao izrazom moralne nesavršenosti i posrnuća) drugih ljudi. Iz toga se može zaključiti da u biti praštanje poseduje i onu dimenziju moralnog preoblikovanja, kojim čovek iskazuje spremnost ka moralnom

³³⁸ Isto, gl. 15 stih 20-23.

³³⁹ Biblija, Novi Zavjet, Jevandjelje po Jovanu, gl. 6. stih. 7-9.

³⁴⁰ Biblija, Novi Zavjet, Jevandjelje po Mateju, gl. 18, stih, 32-34.

samonadrastanju, svojih i tuđih nemoralnih radnji, koje ga vode onoj drugoj, univerzalno-zadatoj ljudskoj prirodi.

Zaključna razmatranja

Sinergično stapajući u sebi esenciju civilizacijskog promišljanja i stolecima kristalisane spoznaje o najrazličitijim aspektima čovekovog bitka i njegove egzistencijalne pojavnosti, hrišćanska filozofija specifičnim simbolima biblijske mudrosti pokušava da odgonetne i latentnu višeslojnost krajnje kompleksnog fenomena, ljudskoj prirodi predodređenog moralnog samopreobražavanja. U tom kontekstu, tragajući za apsolutom, religijska promišljanja putem zamisli, predstava i simbola u sadržinskom smislu predstavljaju anticipativni izraz i komplementarni segment kosmogonijsko-filozofskog tumačenja potencijalno dosegnutih istina o svetu i čoveku, ovde konkretno o konstantnosti, rodno zadatog moralnog usavršavanja, što u gnoseološkom smislu istorodnim čini ove dve duhovne riznice.

Uprkos teološkom pojmovno-kategorijalnom izrazu, misaona razboritost hrišćanske mudrosti otvara krucijalna, ljudskoj suštini svojstvenih pitanja čovekovog totaliteta, sazdanih na (mnogim faktorima) kauzalno uslovljene dileme same smislenosti i svrsishodnosti ljudskog postanja. U samom jezgri te zapitanosti, nameće se ovde potenciran biblijski motiv neprestano-dinamičnog menjanja čoveka, u grotlu njegovih svakodnevnih egzistencijalnih kušanja kao grehu (zlom činjenju) sklonom biću, čija se najdublja antropološka zadatost ogleđa upravo u tom pokušaju egzistencijalnog nadrastanja svakojakog životnog zla.

Kratka analiza ovde sagledanog biblijskog motiva čovekovog moralnog samomenjanja otvara spoznajni diskurs koji hrišćanskoj filozofiji daje kvalitet ozbiljnog i izazovnog izvora etičkih prosuđivanja, vredan teorijskih analiza, kroz tumačenje, i na jezik filozofije morala prevođenje, kompleksnih i u svojoj dijalektici protivurečnih misaonih postulata o višedimenzionalnoj kategoriji čovekovog moraliteta. Drugim rečima iskazano, sasvim opravdano se jedno od fundamentalnih pitanja etike kao filozofske discipline - moralni karakter čoveka, kojim se on i realizuje kao moralni subjekt, među čijim bitnim determinantama datiraju moralni fenomeni greha, stida, kajanja i praštanja - može razmatrati u korelaciji sa biblijskim anticipacijama moralne sadržine.

Time ovaj tekst potvrđuje polaznu hipotezu da određeni biblijski sadržaji, zahvaljujući dešifrovanju njima svojstvenih teoloških simbola, otvaraju bogato rudište etičkih refleksija čovekove moralne prakse, koje se nalaze u dijalektičkom kauzalitetu sa mnogim drugim pitanjima moralne filozofije. Preciznije iskazano, u biblijskim pričama postulirane moralne pouke o međuuslovljenosti greha, stida, kajanja i praštanja, kao putovođe čovekovog svakodnevnog postupanja, koje presudno profilisu njegov generičko zadati cilj moralnog usavršavanja, u spoznajnom smislu neodvojive su od predmetno polaznog pitanja etike. Sa epistemoloških pozicija, kao sastavni segmenti tog pitanja, nameću se i etičke dimenzije poput odnosa bitka i trebanja, moralne svesti i savesti, slobode, slobodnog izbora, moralnih vrlina, moralnih odluka, moralnog delanja, moralnog ocenjivanja, moralnih sankcija, i mnogih drugih moralnih slojeva neprestanog čovekovog transformisanja.

Literatura

- *Biblija ili Sveto pismo Staroga i Novoga zavjeta*, preveo Stari zavjet Đura Daničić, Novi zavjet preveo Vuk Stefanović Karadžić, u Beogradu u izdanju britanskog i inostranog biblijskog društva.
- Caird, J., *An Introduction to the philosophy of Religion*, AMS Press, New York, 1970.
- Cortina Adela, *Etika minimuma, Uvod u praktičku filozofiju*, Prevela Valentina Otmačić, Demetra, Filozofska biblioteka Dimitrija Savića, Zagreb, 2010.
- Kočović Dragoslav, *Religijska učenja, socijalne vrednosti religijskih učenja*, FPN, Beograd. 2010.

- Petričković Milan, *Moralno učenje sofiste Protagore o prometejskom vaspitavanju u vrlinama – polazna paradigma aksiologije socijalnog rada*, Socijalna misao, časopis za teoriju i kritiku socijalnih ideja i prakse, Beograd, 2006. br. 50
- Petričković Milan, *Etičke paradigme socijalnog rada u hrišćanskom učenju patristike i sholastike*, Socijalna misao, časopis za teoriju i kritiku socijalnih ideja i prakse, Beograd, 2011. br. 69.
- Petričković Milan, *Sloboda ljudskog samopreobražavanja – negacija milosrđa u socijalnom radu*, Godišnjak FPN-a, Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka, Beograd, 2009. br. 3.
- Protić Milisav, *Pokajanje i ispovest*, Biblioteka Pravoslavlje, Beograd, 1973.
- *Pravoslavni put*, hilendarski putokazi, manastir Hilandar, 1997.
- *Religija i društvo*, Zavod za izdavanje udžbenika i nastavnih sredstava, Beograd, 1988.
- Šorđan Zdravko, *Mesto i uloga religije u razvoju etike komuniciranja*, u *Naučno razumevanje jezika religije*, Zbornik radova objavljenih na naučnom skupu u Beogradu. Izdavač teološki institut Beograd, 2009. god. str. 195-206.

MONITORING OF WATER FLOWS AS A FORM OF ENVIRONMENTAL EDUCATION

NADGLEDAVANJE VODENIH TOKOVA KAO OBLIK OBRAZOVANJA O OKOLIŠU

Jozef Macko, Dana Blahútová, Nadežda Stollárová
Faculty of Pedagogy, Catholic University, Ružomberok, Slovakia
Pedagoški fakultet, Katoličko sveučilište, Ružomberok, Slovačka

Abstract

Water is not a commercial product, but the legacy that we must honor and protect. The global water problems led the European Parliament to adopt a coordinated water policy in the EU Member States. On December 22nd 2000 entry into force of the European Parliament and Council n.2000/60/EC establishing a framework in the field of water policy, called the Water Framework Directive. The Directive provides a legislative framework for the introduction of a single water policy in the EU. According to the requirements of the Directive member states must make the identification of anthropogenic impacts on the status of surface waters and introduce monitoring programs for surface water. Teachers and students at the Catholic University are actively involved in monitoring streams. As part of ongoing learning project where

Sažetak

Voda nije komercijalni proizvod, već naslijeđe koje moramo poštivati i zaštititi. Globalni problem vode doveo je do usvajanja koordinirane politike o vodi u državama članicama EU. 22. prosinca 2000. Stupila je na snagu direktiva n.2000/60/EC kojom se uspostavlja okvirna politika voda, nazvana Okvirna direktiva o vodama. Direktiva daje zakonski okvir za uvođenje jedinstvene politike voda u EU. Prema zahtjevima Direktive države članice moraju utvrditi antropogene utjecaje na stanje površinskih voda i uvesti nadzor programa za površinske vode. Nastavnici i učenici na Katoličkom sveučilištu aktivno su uključeni u praćenje tokova vode. Kao dio projekta u tijeku učenja, studenti uče metodologiju za praćenje rijeka.

Ključne riječi

obrazovanje za okoliš, površinske vode,

learn the methodology used nadgledanje rijeka for monitoring rivers.

Keywords

environmental education, surface water, monitoring rivers,

Introduction

Environmental education started to develop in the 70s of 20th century in North America and in Western Europe in connection with the discussion on problems of the environment. On the International Conference which was held in 1977 in Tbilisi (Georgia), environmental education has been defined as follows: *"Environmental education is an educational process that increases knowledge and awareness of people about the environment and related issues, develops the skills and expertise necessary to the solution of the tasks. It supports the attitudes, motivation, and, in particular, the responsibility for the state of the environment."*

Environmental education is one of the cross-cutting themes that are the content of education according to the State educational programme. Cross-cutting themes are an important element in education and participate in shaping and developing core competencies particularly in the attitudes and values, which can be integrated into content areas and learning in individual subjects. Shall be implemented as a separate subject in the elective hours or as a project or course. The state school environmental education program is seen as a means to some extent, can influence the environmental behavior and feelings of students. The goal is generally a positive contribution to the development of personality. The student should understand and evaluate the relationship between man and his environment based on knowledge of the regularities governing life on earth. Environmental education leads students to a comprehensive understanding of the interrelationships between organisms and man's relationship to the environment. This is especially the development and understanding of the necessary transition to sustainable development of society, which allows you to watch and be aware of the dynamically developing relations between man and environment.

In the framework of the national education programme ISCED2, for the implementation of environmental education are involved in several educational fields: cross-sectional topics

- Educational Area **Nature and Society** - provides a comprehensive elementary view of the surrounding nature and environment. They learn to observe, evaluate and sensitive to people's conduct in relation to the environment. The maximum use of direct observation of students surrounding environment, which significantly affects the emotional personality of the individual site.
- Educational area **Man and Nature** emphasizes understanding the objective of the basic natural laws. The status of man in nature and function of complex ecosystems in relation to human society (Hauser, 2008).

The Department of Biology and Ecology, Faculty of Education at the Catholic University students while studying biology address several environmental projects. In this paper we present one of the project, which focuses on chemical and biological monitoring of small water flows in Slovakia. Monitoring was carried out on the river Revúca

Methodology

The objectives of monitoring are:

- understanding the current state of water systems in terms of quantity, quality, and their distribution in space
- determine the trend of the characteristics of water systems, protection and utilization of their forecasts.

Implementation monitoring is divided into several phases:

- Phase 1 - selection of water flow and subsequent selection of sampling points for water flow.
- Phase 2 - field sampling methods prescribed.
- Phase 3 - Processing and analysis of samples in the laboratory.
- Phase 4 - evaluation of data and their interpretation.

Within the monitoring methodology, students combine chemical analyzes and biomonitoring methods. The advantage of chemical analysis is accurate detection of the current state of pollution and the contents of individual elements in the waters. The advantage of biotic monitoring compared with chemical analysis of the long-term monitoring of water quality and changes made as concise picture of the ecological state of flux. Living organisms respond sensitively to the extremely wide range of pollution, therefore the biological indices reflect the average biological condition of water flow.

Biomonitoring by the BISEL method:

In Belgium, in 1978, the Ministry of Health called. Belgian biotic index (Biotic Index at Secondary Education - BISEL) for determining water pollution through the representation of certain species of invertebrates in the samples taken, which allows you to monitor the status of long-term clean water, while chemical analysis can detect only the current state. As the program became the base for all European Union countries that the results of bioindication flowing waters of comparison. Trent England is a combination index (1964) and French biotic index of diversity (1968). By combining the advantages of both indices was just the Belgian biotic index, which is also supported by non-governmental organization Green Belgium.

Sampling of biological material is carried out by standard methods of Hydrobiology. To achieve comparable results, the sampling time set for the cover 10 to 20 meter stretch of stream. Established, standardized sampling time is 5 to 10 minutes. We used a hand network on a metal frame (Fig.1).

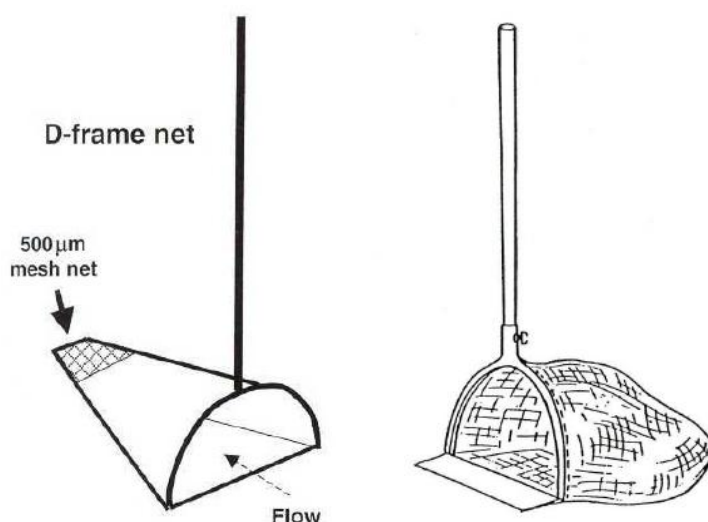
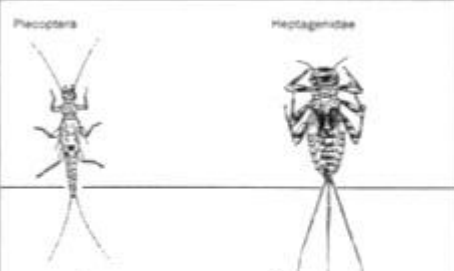
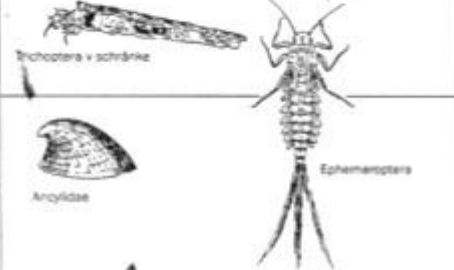

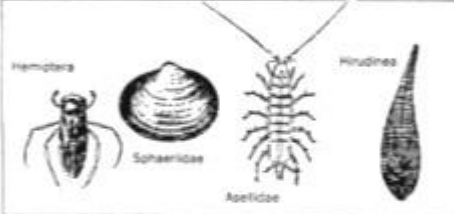
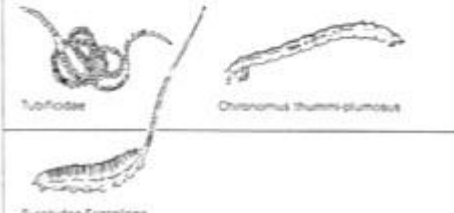
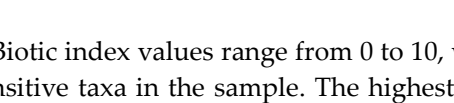
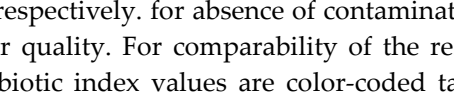


Fig.1: The network for sampling benthos.

The calculation of the biotic index is done by BISEL resulting table (Tab.1). The vertical columns in the table is given the sensitivity of taxa present (II.) and number of taxa present (III.). The horizontal distribution of tables, individual rows can be found in bioindication groups ranked from 1 to 7, according to their decreasing demands on the environment, respectively. increased resistance to

pollution of their environment. The most sensitive group of Plecoptera, Trichoptera and Ephemeroptera found in the upper table rows (1, 2, 3). Species with greater tolerance to environmental pollution Tubificidae, Syrphidae; Eristalinae find the bottom line of the table. Column IV. - Total number of taxa, we evaluate the diversity of taxa present in the sample. The field in the table which penetrate corresponding column (the total number of taxa found) and the corresponding line (for the presence of the most sensitive indicator) gives us the final biotic index for flow sampling site. We choose the table row according to the most sensitive indicator of the presence of animals found in our sample.

Tab.1. Values for BISEL

I Indicator group	II Body	III quantity	Number of taxons				
			0 - 1	2 - 3	4 - 10	11 - 15	≥ 16
 Plecoptera Heptageniidae	1	≥ 2	-	7	8	9	10
		1	5	6	7	8	9
 Trichoptera v. sárčanie Ephemeroptera	2	≥ 2	-	6	7	8	9
		1	5	5	6	7	8
 Ankyloidea Ephemeroptera	3	≥ 2	-	5	6	7	8
		1-2	3	4	5	6	7
 Ameletidae Monaca Gammaridae Odonata	4	≥ 1	3	4	5	6	7
 Hemiptera Sphaeriidae Aesicidae Hirudinea	5	≥ 1	2	3	4	5	-
 Tubificidae Chironomus thummi-plumosus	6	≥ 1	1	2	3	-	-
 Syrphidae-Eristalinae	7	≥ 1	0	1	1	-	-

Biotic index values range from 0 to 10, with higher biotic index values indicate the presence of more sensitive taxa in the sample. The highest number of biotic index (10) shows a very good water quality, respectively. for absence of contamination. As the biotic index value decreases, thus reducing the water quality. For comparability of the resulting biotic indices to the standard classes of water quality, biotic index values are color-coded table. Ten biotic index values can be divided into five

classes of water quality (Tab.2). If the biotic index value is 0, then it is a dead water, which is called the black color code. This value shows an absolute lack of bioindication groups.

Tab.2: *Classes of water quality.*

Class of water quality	Verbal assessment of water quality classes	Colour coding classes in map output	Suitability for use
I. class	very clean water	light blue	usually suitable for versatile use, water use, food, recreational use, farming of salmonids, has a large landscape feature
II. class	clean water	dark blue	usually appropriate for most uses, water uses, fish, water sports, a landscape feature
III. class	polluted water	green	usually appropriate only for industrial water supply, conditionally usable for the purpose of water supply in the absence of better water quality (need a multi-treatment), a small landscape feature
IV. class	heavily polluted water	yellow	usually suitable only for limited purposes
V. class	very heavily polluted water	red	usually not suitable for any purpose

Determination of pollution by chemical analysis

Chemical analysis of water shows how the chemical composition of the examined water samples taken at some time in a certain place. At each sampling point we measured the pH, salinity, dissolved oxygen, conductivity and collected water samples of 1 l. The samples are then processed in the laboratory. Emphasis was placed for rapid processing of samples. Each sample was processed within 48 hours.

In the analysis of water, we focused for detection of pollution by organic substances. Given the parameters we investigated the conductivity method and determining the chemical oxygen demand manganometric by Kubela.

Chemical Oxygen Demand (COD) is defined as the amount of oxygen that under specific conditions and uses the oxidation of organic compounds in water, a strong oxidizing agent. It is measured as the weight of oxygen, which is equivalent to an oxidizing agent, for one liter of water, usually in mg.dm⁻³. It is therefore a measure of total organic compounds in water and thus an important indicator of organic pollution of water. The value of COD is an integral part of any analysis of all water types (Ilavský, Barloková, Biskupič, 2008).

Surface waters are classified into five classes of purity (Tab.3) (Kalavská, Holoubek, 1987). According to our results of water from all sites can be classified into first class purity, which means that the water is very clear (Tab.4).

Tab.3: *Classes of purity of surface water for the oxygen content*

purity classes	I	II	III	IV	V
	very clean water	clean water	polluted water	heavily water	polluted very heavily water
COD _{Mn} (mg.l ⁻¹) ¹⁾	<5	<10	<15	<25	>25

Tab.4: *Oxygen consumption of individual examined sites*

number of samples	locality	*	COD _{Mn} (mg.l ⁻¹)
0	blank	0,18	0
1	Revúca	5,46	4,224
2	Revúca	3,36	2,544
3	Revúca	3,16	2,384
4	Liptovská Revúca	0,92	0,592

* consumption of the solution KMnO₄ (ml)

Conductivity represents the amount of dissolved solids and is used to estimate the degree of mineralization. Cond is electroanalytical method, which determines the electrical conductivity or resistivity electrolyte. It is based for the relationship between electrical conductivity of the electrolyte and its concentration. The actual measurement of conductivity and salinity was held on 31st Nov. 2011 in the laboratory using a device INOLAB - Terminal 740 (Tab.5) (Ilavský, Barloková, Biskupič, 2008).

Tab.5: *Salinity and conductivity of water for localities*

number of samples	locality	sample temperature (°C)*	salinity	conductivity 1(μs/cm)
1	Revúca	11,1	0,1	274
2	Revúca	11,6	0,1	281
3	Revúca	16,3	0,1	318
4	Liptovská Revúca	15,4	0,1	312

* water temperature at the time of measurement

Conclusion

Environmental training urgently calls for broadening and deepening of direct contact of children with nature. The pursuit of maximum use of direct contact with nature, work with living products of nature and the direct observation for habitats should be a prominent feature of environmental education. Skills and habits acquired in field exercises and excursions with nature themes directly in the nature of the region is not an adequate substitute for a classical education in the interior of the school, but are an essential form of education, especially for knowledge concerning the natural elements, links and events in nature.

Addressing the many teaching issues and problems is impossible without scientific investigation. The research work used the method of vital importance for a particular teacher's daily work. An important aspect of environmental education and education is the inclusion of practical environmental activities into teaching. It is necessary that the teacher used the resources, which are based on children's curiosity and use their imagination and spontaneity, and also to create space for meaningful activities in which students have the opportunity to examine and evaluate the phenomena of the immediate environment (Zentko, Uhrinová 2010).

Project monitoring is based on the need to increase environmental awareness and the need to inspire future teachers to create and use effective environmental education in the learning process. It responds to the nationwide problem of inadequate links theoretical learning and practical experience.

Within the solutions to the environmental project, the students at regular monthly intervals sampled and measured the basic ecological parameters of water flow and monitor illegal dumps. Students have learned during the project the methodology of monitoring water flows and methods of chemical analysis. They compiled the data map of pollution of water flow. The sampling location maps added are labeled and color-class water purity according to Tab.2. Pleasing is the fact that the entire flow of the river belongs to the second degree.

Acknowledgements

Contribution was supported by scientific grants awarded by the Scientific Grants Agency of the Ministry of Education and the Slovak Academy of Sciences VEGA 2/0068/10

Literatúra

Hauser, J. 2008. *Štátny vzdelávací program pre 2. stupeň základnej školy v Slovenskej republike ISCED 2 – nižšie sekundárne vzdelávanie*. [online]. [s.a.]. [Cit. 2012-04-02] Dostupné na: <http://katchem.truni.sk/prilohy/SVP_ISCED2.pdf>.

Ilavský, J., Barloková, D., Biskupič, F. 2008. *Chémia vody a hydrobiológia*. Bratislava: STU, 304 s., 2008, ISBN 978-80-227-2930-7.

Kalavská, D., Holoubek, I. 1987. *Analýza vôd*. Bratislava: Alfa, 264 s., 1987, ISBN 80-05-00065-0.

Uhrinová, M., Zentko, J. 2010: Regional principles in the primary education in Slovakia = regionalni principi u osnovnom obrazovanju u Slovačkej /. In: *Informatologia*. . ISSN 1330-0067. - Roč. 43, č. 4 s. 328-331.

http://www.sazp.sk/bisel/Methodicka_prirucka.pdf

SOCIAL VALUES OF NORTH AMERICAN INDIAN RELIGIONS

DRUŠTVENE VRIJEDNOSTI INDIJANSKIH RELIGIJA SJEVERNE AMERIKE

*Dragoslav Kočović**Faculty of Political Science, University of Belgrade, Belgrade, Serbia**Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Beogradu, Beograd, Srbija**Abstract*

American Indian religions are not technological. They are not the philosophy of civilization, but the philosophy of the society's final revelation. Everything is created in a time that cannot be measured, all of creation is the final and perfect, order of things and relationships exists: the forces of the universe, the spirits of plants, animals, nature and people. Perfection is in the man's respect for the laws of nature, i.e. the world of spirits and the universe which is finite in balance and harmony. This is the philosophy of the power of nature and the universe, helping a helpless man through gifts given to him: rain, sun, fruits, plants, animals and others, provide that he shows gratitude and respect. Here, man is not above nature, and based on this philosophy the world is not created in honor of a man or a man is over nature and everything in it. In the best case, man is equal to all forms in nature and must respect them and show gratitude, thus maintaining harmony and balance. For Indians, the world is not only a physical but also a spiritual space. In that duality, man is walking on a daily basis, shapes and directs own life. Importance of this religious philosophy is undoubted, especially today when the world faces a series of consequences that are unsolvable because they are the result of gross and severe violation of natural law. Unscrupulous race for profits visibly destroys the natural clock and the natural laws being adjusted for millions of years, resulting in endangered wildlife, endangered eco-systems, seriously questioning the survival of man and organized societies on the planet.

Keywords

Indians, tribe, Great Power, Great Spirit Great Mistery, ghosts, universe, rituals, ceremonies, sacred places, sacred objects, sacrifice

Sažetak

Indijanske religije nisu tehnološke, one nisu filozofija civilizacije, već je filozofija društva konačnog otkrivenja. Sve je nastalo u vremenu koje se ne može izmjeriti, sve što je stvoreno je konačno i savršeno, red stvari i odnosa savršeno postoji: sile svemira, duhovi biljaka, životinja, prirode i ljudi. Savršenstvo je u čovjekovom poštovanju zakona prirode, odnosno svijeta duhova i svemira čija je konačnost u ravnoteži i harmoniji. Ovo je filozofija moći svemira i prirode koje pomažu nemoćnom čovjeku kroz darove koje mu pružaju: kiša, sunce, plodovi, biljke, životinje i dr., s tim da pokazuje zahvalnost i poštovanje. Ovdje čovjek nije iznad prirode, i svijet po ovoj filozofiji nije stvoren u slavu čovjeka niti je čovjek iznad prirode i svega onoga što u njoj postoji. U najboljem slučaju ravnopravan je sa svim pojavnim oblicima u prirodi i mora ih poštovati, pokazuje zahvalnost i tako održava sklad, ravnotežu i harmoniju. Za Indijance svijet nije samo fizičko mjesto već je i duhovni prostor u tom dvojtstvu i prostoru čovjek svakodnevno hoda, oblikuje i usmjerava vlastiti život. Nesumnjiva je važnost ove religijske filozofije, posebno danas kada se svijet suočava sa nizom posljedica koje su nerješive jer su nastale kao rezultat grubog i bezobzirnog kršenja prirodnih zakona. Bespoštedna trka za profitom vidno razara milijunima godina podešavani i podešeni prirodni raspored i prirodne zakone i za posljedicu imamo ugrožen biljni i životinjski svijet, ugrožene eko sustave, a time je ozbiljno doveden u pitanje opstanak čovjeka i organiziranih društvenih zajednica na planeti.

Ključne riječi

Indijanci, pleme, Velika Moć, Veliki duh, Velika misterija, duhovi, svemir, rituali, ceremonije, sveta mjesta, sveti predmeti, žrtvovanje

Osnovne karakteristike i obilježja

Pre dolaska evropljana na prostor današnje Severne Amerike, živelo je oko milion indijanaca. Društveni život, rituali, običaji i međusobni odnosi, pogledi na prirodu i dr. odvijali su se kroz društvenu formu plemenske organizacije i plemenskog načina života. Gotovo sva plemena su imala svoj zaseban jezik i obeležja. Bilo je oko 2 hiljade i 200 jezika indijanaca u periodu pre dolaska evropskih moreplovaca i pustolova na severno-američki kontinent. U međusobnom odnosu plemena su razvila površan način komunikacije putem znakova, pomoću kojih su se sporazumevali. Svako pleme je imalo svoje običaje, ceremonije i svoju religiju. Religija je u suštini u sebe objedinjavala običaje i ceremonije i izražavala duhovnost indijanskog plemena. Naravno, u nečemu je bilo sličnosti, ali su razlike bile evidentne zbog toga ne postoji jedna indijanska religija. Ove religije nemaju sveštenstvo ni hijerarhije, nemaju podignute građevine za upražnjavanje vere, nema nikakve organizacione strukture. Nemaju tvorca ili osnivača, kao što su to bili: Mojsije, Lao ce, K'ung czu, Buda, Isus, Muhamed, Nanak. Nemaju kao što je to slučaj kod drugih nama poznatih religija, svoj početak vezan za dati trenutak i čudesna događanja pojavljivanja ili rađanja glasnika božanske prirode. Nemaju svoje pisane knjige, već se sve zasniva na usmenom predanju i prenošenju sa kolena na koleno. Sva pravila, ceremonije, etički kod i drugo prenošeni su sa generacije na generaciju bez ikakvog zapisa i pisanih tragova. Ne postoje sveti spisi i svete knjige kao što su: Stari Zavet, Novi Zavet, Kuran, Guru Granth i dr. Međutim, kao i sve druge religije i indijanske religije svoju duhovnu izvornost crpe iz dalekih, prastarih vremena i dalekih korena svoga naroda (pogledaj taoizam, konfučijanstvo). Dakle, pisana pravila i pisana uputstva ne postoje, ali postoje jasna pravila ponašanja, etičke vrednosti koje su brižljivo čuvane usmenim predanjem i kontinuiranim praktikovanjem u narodu indijanaca. Deca od najranije dobi učestvuju u takvoj organizaciji života i oblikuju sebe u kulturi datog plemena.

Uprkos, plemenskim razlikama i posebnostima, ipak za mnoštvo indijanskih religija postoji nešto u osnovi zajedničko: *Velika Moć* (*Vakan Tanka*), *Veliki Duh* (*Manitu*), *Velika Misterija* (*Orenda*) su neki od naziva za jedno te isto, a to je ono što je u osnovi svega što postoji (pogledaj sličnosti sa azijskim religijama). *Ova moć je Jedno, samo nazvana različitim imenima u osnovi je prirode, čoveka i univerzuma. Moć koja se ne da definisati, osnova je svega, nje su svesni svi, poimaju je kao univerzalnu silu izvan njih (indijanaca) i koja povezuje sve što postoji, sve oblike, forme, odnosno kreacije ove univerzalne sile.*

Čovek, njegovo prirodno okruženje i sve kreacije Velike Moći, odnosno univerzalne sile u sebi sadrže duh i jesu žive. Obzirom da je sve živo i da ima svoj duh treba poštovati prirodu i stvari oko sebe jer duh deluje pozitivno i negativno. Zemlja daje život zato je ona za indijance snažna duhom i treba joj neprekidno ukazivati poštovanje. Daje život svemu što na zemlji postoji i čoveku koji se posle smrti vraća u zemlju jer mu je ona predhodno dala život.

Svaka individua treba da poštuje sveta univerzalna pravila koja vladaju u prirodi "da hoda na sveti način" da živi u skladu sa prirodom koja ga okružuje. Pravilnost i ispravnost svetog načina života i postojanja svaki pojedinac treba da nađe u svojim vizijama i snovima.

Povezivanje i međusobno sjedinjavanje indijanaca odvija se kroz rituale, ceremonijale i usmena predanja. Na taj način se oblikuju, čuvaju i prenose verovanja i etički kodeks. Ritual i ceremonije imaju svoja obeležja: mesto okupljanja i izvođenja rituala praćeno pesmom, plesom i gozdom. U tradiciji indijanaca postoje obredi isceljenja, ciklusa prirode, obnove zemlje, plodnosti i dr. Krajnji cilj svih rituala i obreda je povezivanje čoveka sa univerzalnom silom.

Obrede sprovode plemenski vračevi (šamani, pevači) koji se putem rituala i činodejstvovanja povezuju sa višim silama, odnosno univerzalnom silom za dobrobit svoga naroda, odnosno plemena.

Porijeklo i filozofija indijanskih religija

Ako su tačne teorije i naučne tvrdnje da su prastari preci indijanaca poreklom iz Azije, i da su pre više od 12 hiljada godina prešli u Severnu Ameriku kopnom koje je tada povezivalo Sibir i Aljasku, onda se može bez sumnje tvrditi da su indijanci i način njihovog života, verovanja i poštovanja univerzuma najočuvaniji izvorni duhovni život azijskih kultura. Naime, indijanski običaji su očuvani arhetip čoveka i duha iz perioda prastarih azijata od kojih su se razvili današnji narodi azije i njihove religije. "Naučnici ukazuju na sličnost religija sibirskih plemena u Aziji i indijanskih plemena u Kanadi i na Aljaski. Paralele koje su otkrili ukazuju na to da ove religije imaju zajedničko poreklo. Za indijance i azijske religije, poput taoizma i konfučijanizma, koji su se razvili u drevnoj Kini iz istih religioznih korena, i šinto religije, religije Japana, na koju je izvršen isti azijski uticaj – zajedničke su i ideje o važnosti održavanja ravnoteže i harmonije sa univerzumom". Suštinu i smisao ove filozofije, njen filozofski sistem sagledaćemo kroz učenje o *tvorcu sveta, duhovima, svetim mestima, svetim stvarima i šamanima*.

Tvorac sveta je nadprirodno biće, kulturni heroj, može biti u ljudskom obliku, koje po verovanju nekih plemena indijanaca je *Prvi Muškarac i Prva Žena, Tvorac Sveta, Tvorac Zemlje*. Kod drugih indijanskih plemena tvorac sveta je u ljudskoživotinjskom obliku. Bez obzira na različite nazive, u svesti indijanaca Tvorac Sveta je: stvorio svet, naselio ga ljudima kojima je ujedno dao rituale i ceremonije koje oni treba da upražnjavaju, poštuju i da ih se uvek pridržavaju. Stvoreni svet je u celost živ i svaka stvar ima svoj duh ili dah. Sve je živo: voda, stene, brda, sve potiče iz zemlje zato je ona za indijance majka. Dah života se oseća u svemu: žuboru vode, duvanju vetra, šuštanju lišća, vlažnosti zemlje. Taj duh se ne može videti ali je on stvaran i bitan je faktor koji utiče na sve životne sadržaje. Kada čovek umre on se može ponovo roditi i u obliku životinje. Duhovi umrlih izazivaju nemir kod indijanaca jer oni duhove umrlih smatraju opasnim i mogu čoveku naneti neprijatnost ili kakvo zlo.

Duhovi neba, neki indijanci smatraju da su prvi ljudi na zemlji, posle svojih poslova koje su obavili zajedno sa svojim porodicama odlazili na nebo (*Luisenjo indijanci*). Za druge mlečni put na nebu je put ljudskih duša, a zvezdano nebo je za brojna indijanska plemena prijateljski naklonjeno biće, jer indijancima osvetljava nebo, pomaže u određivanju vremena i promenu godišnjih doba (*Navaho indijanci*). *Pavni* indijanci smatraju da potiču od zvezda, tako što se Jutarnja zvezda udala za *Večernju zvezdu*, a njihova kćer je sišla na zemlju gde se udala za dete *Sunca i Meseca*. Iz ovog braka na zemlji su nastali pripadnici *Pavni plemena*. Kod jugozapadnih indijanskih plemena *Sunce* smatraju ocem života jer pomaže plodnost zemlje. Dočekuju ga svako jutro simboličkim posipanjem brašna po zemlji. Smatraju ga najvećim nadprirodnim bićem koje osvetljava svet, donosi toplotu, život i smrt.

Duhovi životinja, mitologija indijanaca govori da su nekada ljudi i životinje živeli zajedno, sporazumevali se istim jezikom i imali posebne moći. U ovim mitskim predanjima ljudi su najslabija bića, dok su životinje isto ljudi samo druge vrste (*medved, jelen, miš,...*). Ptice smatraju posebnim bićima jer prenose poruke na nebo, tu su orlovi najmoćniji zato je njihovo pero simbol mnogih indijanaca i izraz moći i snage. Postoje bića koja se po ovom verovanju mogu preobražavati iz životinja u ljude, iz ljudi u životinje. Lovci love samo onoliko koliko je neophodno za život i svakoj ulovljenoj životinji odaju zahvalnost što je dala život i tako omogućila da indijanci prežive. Veruje se da u slučaju nepoštovanja ulova (*jelena, bizona, lososa,...*) duhovi životinja bi ometali budući lov. Neka plemena kao *Čiroki indijanci* veruju da ne poštovanje ulova kod lovaca izaziva određena oboljenja kao reumatizam, artritis i dr.

Duhovi biljaka, biljke poseduju duhove kojim one između ostalog reaguju na spoljne uticaje sredine u kojoj se nalaze. Mnoge biljke ne preživljavaju ako im se ne ukaže potrebna pažnja, smatraju ih prijateljima ljudi i veoma upotrebljivim u ishrani, lečenju, obredima i ceremonijama. Za indijance, posebno mesto imaju kao božanske biljke *kukuruz, bundeva, pasulj, duvan i dr*. Nesumnjivo da su indijanci upražnjavali umeren način ishrane gde je obrok bio u odgovarajućoj srazmeri životinjskog i biljnog porekla. Veliko učešće biljaka u ishrani obezbeđivalo je snagu, zdravlje i izdržljivost indijanskog naroda. Duvan zauzima posebno mesto. Mnoga plemena su ga gaila, menjali su ga za druge zanatske i poljoprivredne proizvode. Zauzima posebno mesto u ritualima jer duvanski dim,

smatraju indijanci nosi molitve ljudi na nebo. Vođe i sveti ljudi plemena obavezno su pušili duvan uvijen u cigareti ili u luli. Za indijance zemlja je bila sveta i svi plodovi koje je ona pružala, zato su sve te božje darove poštovali i razvili svest da iz prirode uzimaju vrlo malo kako nebi narušili prirodnu ravnotežu i harmoniju koja u njoj vlada. *Smatrali su da bi izgubili sve ako bi nekontrolisano ubijali životinje i bez mere ubirali biljke. Na taj način se razvijala lična i porodična odgovornost, štednja i čuvanje svega u sopstvenom okruženju.* Ako nema odgovornosti za biljni i životinjski svet, duhovi mogu na to reagovati i napustiti određeni prostor, što bi izazvalo nesreću, sušu, glad, smanjenje ili gubitak prinosa, bolest i dr. U suštini indijanci putem poštovanja duhova obezbeđuju njihovu naklonost i tako se održava sveti put prirode i harmonije sa njom.

Duhovi mesta za indijance su od velikog svetog značaja kao što su: *visoke planine, litice, vodopadi, izvori, jezera, guste šume, reke i drugo* (uporedi sa Šinto verovanjima u Japanu o svetim mestima). Ova mesta, govori tradicija indijanaca poseduju izuzetnu moć zbog toga su pripadnici plemena posećivali ova mesta nošeni željom za nadahnućem i sjedinjavanjem sa Velikim Duhom (uporedi sličnosti sa vernicima drugih religija kojima su sveta mesta katedrale, sinagoge, crkve, džamije, budistički hramovi odlazili i odlaze sa istim ciljem kao i indijanci na svoja sveta mesta). *Na svetim mestima se održavaju rituali i ceremonije sa namerom za dobro lično zdravlje, iscelenje i dobro, sreću i sigurnost čitavog plemena. Ta sveta mesta mogu biti: ona koja se pominju u svetim pričama, mesta na kojima su se desili natprirodni čudesni događaji, prostor na kome se mogu naći lekovite biljke, voda, minerali, mesta sa kojih se može uspostaviti komunikacija sa duhovima (tradicija Navaho indijanaca), Sveta mesta su i ona gde se sahranjuju pripadnici plemena i mesta gde ljudi doživljavaju vizije.*

Sveti predmeti, svako pleme ima svoje svete predmete, tako plemena Lakota naroda imaju *Svetu lulu*, koja je dar od *Bufalo žene*. Kod plemena Pueblo naroda sveti predmeti su *štapići (pako)* koji se koriste za molitve. Ovi predmeti su izrezbareni i ukrašeni kamenjem, školjkama i perjem. Perje ima ulogu da prenese poruke duhovima i ostavljaju se na mesta za koja se veruje da će ih duhovi posetiti i tako uslišiti molitve za zdravlje, plodnost, kišu, spokoj duše umrlog i td. *Maske* se takodje, smatraju svetim predmetima jer u sebi poseduju duh života. U toku rituala i plesa veruje se da maske pomažu da se plesač transformiše u biće koje maska predstavlja. Zbog toga su maske cenjene i odaje im se poštovanje i čuvaju se sa velikom pažnjom. *Ono što je zajedničko za sva plemena indijanaca jeste to da imaju (dobiju u nasleđe ili ga po uputstvu naprave) zavežljaj od kože ili platna.* Slično nalazimo u religijskom verovanju starih egipćana, preuzimano i sačuvano do danas ima ga i kod naših naroda poznato kao amajlija. Ovaj zavežljaj ima svetu važnost i poseduje duhovnu moć. Zavežljaj može posedovati pojedinac, porodica, klan i pleme. Posvećuje mu se velika pažnja u pogledu odgovornog čuvanja, iskazivanja pažnje i poštovanja. Valjano ophođenje prema zavežljaju treba da obezbedi dobro zdravlje, ozdravljenje, uspešan lov, predviđanje budućnosti i dr. U slučaju ne poštovanja svetog zavežljaja (amajlije) može prouzrokovati veliku nesreću pojedincu, plemenu i čitavom narodu.

Šamani, vrači i duhovi vodiči

Šamani, ono što su proroci za klasične religije (*Mojsije, Isus, Muhamed, Nanak i dr.*) to su za indijance šamani, odnosno sveti ljudi, duhovne vođe, kako su ih indijanci doživljavali i smatrali. Šamani za indijance imaju duhovnu moć i u vezi su sa silama univerzuma, sposobni su da prizovu sile kako bi pomogle u rešavanju problema ili pak, da usliši želje i molitve duhovnog lica. Na severnom delu zemljine kugle postoji verovanje da šamani (vrači) uz pomoć duha mogu napustiti svoje telo i svojim duhom otploviti u svet duhova. Taj put je vrlo teško kontrolisati, može imati dobru ili rđavu svrhu. Interesantno je da žene kod indijanaca mogu biti šamani, ali samo posle gubitka sposobnosti rađanja. Plemena u narodu Lakota, žene šamane nazivaju "žene koje zovu duhove", jer u kulturi indijanaca se smatra da su ove žene u vezi sa svetom duhova i od njih dobijaju uputstva, savete i usmerenja. *Šamani sakupljaju lekovito bilje, dijagnostikuju, opredeljuju način lečenja, leče, pronalaze izgubljeno, utiču na atmosferske promene, predviđaju budućnost i vrednuju ishod namera i planiranih ciljeva. Tumače snove, pripovedaju priče i značajne događaje iz prošlosti svoga naroda i događaja u prirodi.* Neretko su među šamanima podeljene nadležnosti i zaduženja, tako su jedni proroci, drugi tumači snova, treći

leče, neki su zaduženi za sprovođenje obreda, ceremonija i dr. Šamanom se postaje na više načina: oni koje posećuju duhovi od detinjstva ili se pojave samo u trenutku bolesti; može se šamanom postati nasleđivanjem uloge šamana u porodici; sticanjem znanja kod šamana onih koji postanu njegovi učenici. U svakom slučaju nije dovoljna samo želja pojedinca da postane šaman, već je neophodna izvesna predodređenost. Što znači da duhovi na izvestan način opšte sa potencijalnim učenicom šamanizma i da mu se javljaju vizije "najmoćniji šamani su oni koje duhovi pozivaju da služe svom plemenu, ponekad i protiv njihove volje". Učenik šamanizma prolazi kroz simboličku smrt i vaskrsenje, u tom činu dobija duhovne vodiče, odnosno pomoćnike koji su zaduženi da učeniku šamanizma pomažu u uspostavljanju kontakta sa silama univerzuma. *Proces učenja podrazumeva kako putem vizija ući u svet duhova sa ciljem da se razreši nastali problem i dođe do odgovora za poteškoće koje su zadesile pojedinca, grupu, pleme ili narod u celini. Na primer: za razrešenje neuspeha u lovu, kako upotrebljavati bubnjeve i druge udaraljke u ritualima i ceremonijama, načinu lečenja, isterivanju zlih duhova i dr. U ovom procesu učenja veoma mnogo se polaže na samodisciplini i odricanju.*

Tradicija indijanaca govori da svaka osoba ima svog duha vodiča koji dolazi uz osobu u trenutku njenog rađanja i uz osobu ostaje čitav život. Drugi način je da pojedinac traga za duhom vodičem. Do njega dolazi tako što se izoluje iz plemena, obično na neko od ranije sveto mesto, vrhu stene, brdu, pored izvora, gustoj šumi i sl. Na izabrano mesto ga dovode najstarije osobe plemena i uz post i molitvu "iskušenik" traga za vizijom. Naravno, ako duhovi žele on prima viziju o budućem načinu svoga života, postupanju, svome statusu u plemenu, uspehu i dr. Tada se, po verovanju, duh vodič pojavljuje u obliku životinje, vatre ili vetra. Duh koji se pojavio sam po sebi govori kako će proživeti: *duh orla znači urednost i svirepost, duh leptira sposobnost bekstva od opasnosti, duh kornjače dug i miran život, duh medveda snagu i sigurnost, duh bufala sigurnost egzistencije, hrane, alatki za rad, odeće i obuće.* Duh vodič daje uputstva kako da pojedinac napravi sveti zavežljaj. Osoba koja kroz vizije dobije duha vodiča dobija i novo ime, i uvek se može duhu vodiču obratiti za pomoć. Interesantno je da pored muškaraca kod nekih indijanskih plemena i devojčice mogu tragati za vizijama i svojim duhom vodičem. Kod nekih plemena (plemena na Aljasci) postoji verovanje da duha vodiča treba da dobiju samo oni koji žele da postanu sveti ljudi kao: iscelitelji bolesti, pevači molitvi, izvođači rituala i ceremonija. *Indijanci veruju da je čovek bez pomoći duhova nemoćan jer apsolutno zavisi od onoga što mu priroda daje, ona je uslov njegovog opstanka. Zbog toga treba poštovati duhove životinja, biljaka i svih drugih duhova prirode za dobro čoveka. U suprotnom, ako nema pokazivanja poštovanja duhova, to može izazvati njihovu ljutnju, srditost i bes, što dovodi do velikih teškoća za čoveka u vidu: poplava, suša, gladi, bolesti, smrti, pomora i dr. Otuda je svakodnevni sadržaj i način života indijanaca u suštini molitva za blagodeti koje duhovi milostivo daju čoveku.*

Usmena predanja i njihov značaj u oblikovanju kulture indijanaca

Usmena tradicija, odnosno priče ključni su izvor oblikovanja svesti i primaran su način stvaranja i negovanja kulture indijanaca. Usmena predanja u formi priča nemaju samo ulogu da podučavaju i uče slušaoce kao što je to slučaj kod drugih religija koje imaju svoje pisane knjige i svete tekstove (Biblija, Kuran, Guru Granth) već ove priče razvijaju svest slušalaca koje imaju za zadatak da se nadmaši pasivno učenje i prosto praktikovanje rituala i ceremonija putem verovanja i duboke suštinske spoznaje univerzalne sile i duhova prirode. Indijanske priče u centar stvari postavljaju svoje pleme kao mikro kosmos, tamo gde se pleme nalazi to mesto i taj deo zemlje se smatraju svetim "ona ih je hranila plodovima i divljačima, obezbeđivala im odeću i sklonište i njoj su se vraćali nakon smrti, čime su postajali deo ciklusa života. Svako pleme takođe ima sveta mesta u okviru svoje teritorije, na kojima se doživljavaju vizije ili odigrava susret sa svetom duhova, a na kojima se sprovode sveti rituali".

Priče i usmena predanja mogu se svrstati u četiri ciklusa: *priče koje govore o početku sveta*, gde nije postojalo vreme i da je univerzum uvek postojao. To je doba kada je svet bio potpuno pod vodom. Kasnije se voda povukla i nastalo je kopno, prostor na kome će ljudi živeti. *Priče najranijeg perioda*, najranijeg nastanka kada su ljudi i životinje živeli zajedno i međusobno se sporazumevali istim

zajedničkim jezikom. *Period kulturnog heroja*, što obuhvata priče o božanskim bićima sa neba i iz zemlje i njihovo stvaranje sveta po meri čoveka u kojima su ujedno opisani običaji, rituali i ceremonije namenjeni čoveku sa obavezom da ih se pridržava. *Sadašnje vreme* koje se u pričama prenosi posebno mladim pripadnicima plemena o nužnosti poštovanja duhova prirode i bezuslovnog prihvatanja volje duhova.

Ono što je zajedničko za sva usmena predanja i priče jeste u tome da im je početna ideja ista, a da se vremenom usmenim putem uz bujnu maštu stvaraju različite verzije. Za neka plemena zemlja je nastala tako što ju je *krastava žaba* donela sa dna mora i stavila na leđa kornjače, vremenom se zemlja uvećavala do konačne površine kopna. *Čejeni* pripovedaju da je labud pokušao da nađe zemlju u vodi ali nije uspeo, ali je zato jedna mala patka uspela da u dubinama mora nađe i na površinu vode na kljunu donese malo zemlje od koje je *neko biće* napravilo malu loptu koja se uvećavala i vremenom stvorilo čitavo kopno. Slično tome *Maidu indijanci* sa obale Kalifornije veruju da je njihov *heroj* (Začetnik zemlje) stvorio zemlju dolaskom sa neba. Ovaj stvoritelj je poslao kornjaču koja je sa dna mora donela zemlju, a on je od nje napravio loptu od koje je nastala zemlja. Zemlju je osvetlio tako što je naredio kornjači da pogleda na istok i tamo se pojavilo sunce u obliku žene koja je na poziv da dođe produžila i isčezla na zapadu. Da bi otklonio tamu na zemlji *Začetnik zemlje* stvorio je zvezde na nebu, hrast na zemlji za hladovinu, iz zemlje su izašli kojot i zvečarka, sišle su ptice sa neba. Stvaralac, odnosno Začetnik zemlje stvorio je ostale biljke i životinje, napravio je prve ljude: prvog muškarca i ženu Jutarnju zvezdu, a njihova deca su naselila svet. Vremenom Začetnik zemlje je ostario i sa sobom u šetnju na jezero poveo prvog muškarca. Nekim slučajem starac je pao u jezero i nestao. Vratio se kasnije mlad. Objasnio je da će isto tako biti i sa ljudima "oni će stalno stariti i ići na dole, ali će se ponovo javljati preporođeni, Začetnik zemlje vratio se na nebo ostavljajući ljude na zemlji". Po drugom predanju *ljudi su izašli na zemlju iz podzemnog sveta*. U nekim pričama podzemnih svetova ima više. Dok su bili u podzemnim svetovima ljudi su bili svadljivi i stvarali nemir gde su živela druga bića. Putujući kroz podzemni svet konačno su izašli na zemlju gde su po nekim predanjima ugledali svoga oca Sunce. Na zemlji su shvatili da moraju da žive u harmoniji sa prirodom. Po drugim pričama, ljudi su nastali od *Nebeske žene* koja je slučajno pala u more. Morske životinje su uvidele da za njen opstanak treba stvoriti zemlju. Od njenih blizanaca stvoreni su svi ostali ljudi. Ova priča živi kod *Irokeza* sa brojnim verzijama kod njihovih susednih plemena. *Navaho* indijanci saopštavaju slično usmeno predanje sa *Promenljivom ženom* božanskog porekla koja je indijancima podarila svetu biljku kukuruz i rodila dva sina blizanca. "Nakon što je, sa Prvom Ženom, stvorio svet, Prvi muškarac je krenuo u šetnju planinama. U tamnoj i olujnoj noći, začuo je plač bebe. Pratio je zvuk plača i došao do bebe koja je ležala u kolevcu od duge, sa glavom okrenutom ka zapadu, a stopalima ka istoku. Bila je zamotana u četiri ćebeta, plavo, crno, belo i žuto, a na okupu ih je držao zrak sunčeve svetlosti. Prvi Muškarac je uzeo bebu i poneo je Prvoj Ženi. Oni su, u svom domu, skinuli ćebad i videli da je beba ženskog pola. Svaki dan koji je sledio bio je poput godine. Za četiri dana, devojčica je odrasla. Roditelji su joj dali ime Bela Školjka, ali je obično nazivaju Promenljivom Ženom. Promenljiva žena je rodila blizance. Njihov otac bilo je Sunce. Blizanci, Čudovišni Ubica i Rođen Za Vodu, veoma brzo su odrasli i otišli da budu sa ocem. On im je dao posebno znanje i moćna oružja uz pomoć kojih su oni uništili opasna čudovišta koja su pretela Svetim Ljudima. Promenljiva Žena je koristila medicinski zavežljaj koji je dobila od Prvog Muškarca kako bi stvorila kukuruz, koji predstavlja osnovu ishrane Navaho Indijanaca. Konačno, od delova svoje kože, napravila je Zemaljske Ljude i pustila ih na zemlju". Sadržaji ove priče odredili su karakter običaja, rituala i ceremonija Navaho indijanaca. Krajnji cilj jeste uspostavljanje ravnoteže u društvu kao i harmonije između čoveka i prirode. U nekim pričama stoji da je *gavran stvorio zemlju* bacajući zrnce u more. Tako *Haide* narod sa severozapadne obale veruje da je gavran idući obalom našao školjku u kojoj su bili ljudi, svojim sposobnostima varalice naveo ih je da izađu i od njih su nastali indijanci Haide plemena. Slična priča sa gavranom je i kod *Inuita*. Naime, gavran je posadio lozu, a iz zrna loze se pojavio prvi muškarac. Kada ga je gavran uočio on je od gline napravio još jedan lik i udahnuo mu život i tako stvorio prvu ženu, od njih su nastali ljudi na svetu. U pričama *Šošona* i *Paiuta* iz Velikog Basena, *kojot* je otac prvih ljudi na zemlji. U Kaliforniji gde i danas žive ostaci davnasnijih dvadeset plemena indijanaca veruje se da je kojot proizveo smrt za ljude jer je

procenio da ima previše ljudi na zemlji. Za sahranjivanje upokojenih stvorio je i ljudima podario odgovarajuće rituale.

Samokritika i moralno podučavanje

Često se u pričama indijanaca govori o varalicama. Varalice su u ljudskom i životinjskom obliku, poseduju specifičnu moć u pogledu vrlina i mana, tako da svojim postupcima ljudima donose dobro i loše. Priče o varalicama su više zabavnog karaktera, ali u suštini govore o manama čoveka o njegovoj nesavršenosti, koju između ostalog čini: *pohlepa, gramzivost, naivnost, zavist, požuda i sl.* U tom kontekstu se kroz ove priče osvetljava moral i moralna dimenzija koja postoji među ljudima. Imaju za cilj da upozoravaju, pre svega mlade ljude, na ponašanje u skladu sa kanonima života plemena: *odgovorno ponašanje, solidarno postupanje, čuvanje tajne, poštovanje normi i pravila života plemena.* S druge strane priče upozoravaju na velike teškoće u međuljudskim odnosima i na posledice: *svađe, netrpeljivost i sukobi, a istovremeno upućuju na mir, toleranciju, oslobađanje od pohlepe, poštenje, čestitost, poštovanja duhova i dr.* U pričama se upozorava da loša dela uzrokuju patnju pojedinaca, plemena i naroda u celini. Zato usmena tradicija (priče) preporučuju velikodušnost i ljubaznost kako bi u svetu vladala ravnoteža i harmonija. Pored drugih svojstava koje čovek poseduje karakteriše ga i to što je ne retko budalast. Naime, indijanci budalastim osobama smatraju sve one koji se ponašaju na neprikladan način, preteruju i greše u postupcima. Indijanci smatraju da budalaste osobe imaju moć i zato ih nazivaju *Svete budalčine.* Ovakav tip ljudi predstavljen je u ritualima kroz one učesnike koji u plesu, pesmi i molitvi kasne i greše u koracima, rečima i molitvama, guraju, štipaju i na drugi način provociraju druge plesače, nose znatno veće maske od delova svoga tela, svojim postupcima navode na smeh i pokazuju neozbiljnost. Oni rade sve ono čega se drugi stide, a mogu raditi i ono čega se drugi plaše, nipodaštavaju pristojnost u ophođenju, radu, ponašanju. Kroz ulogu *Svetih budalčina u ritualima indijanci u suštini pokazuju težak put razvoja čoveka, prepreke na koje ljudi nailaze, dramatične trenutke i sudbine ljudi.* Na ovaj način se čovek podseća na svoje mane, ali se ne zaboravlja ni na vrline, sve u cilju stvaranja nekonfliktnih međuljudskih odnosa i da se čovek navede da od Svetih budalčina odbaci što nevalja, a preuzme i neguje ono što valja kao što su hrabrost, kreativnost i humor jer on proizvodi smeh zato je za indijance smeh "svetinja i duhovni dar".

Značaj svetih predmeta, pročišćenja i duhovna moć plesa

Sveti predmeti se brižljivo čuvaju i koriste u tačno određenim prilikama, za indijance predstavljaju direktnu vezu sa silama univerzuma. Ujedno *dogovori i sporazumi koji se uz ritual svetih predmeta donese smatrani su svetim, trajnim i neraskidivim. Takve sporazume poštovali su svi. Sa Svetim predmetima dolazile su i obaveze koje su indijanci poštovali: da se Sveti predmeti koriste samo u dobre svrhe; da vode čist i pošten život; da se poštuju plodovi zemlje; da muškarci poštuju žene, vole svoju decu i pomažu u podizanju dece; da supružnici, muškarci i žene podele zajedničku tugu.*

Kod *Seminola* indijanaca iz Oklahome, postoji tradicija koja predhodi plesu. Naime, pre plesa kukuruza, ili kako ga još nazivaju *ples gaženja, muškarci iz ovog plemena jedni drugima opraštaju učinjene grehe i mirno razrešavaju nesporazume iz predhodne godine, proterani iz plemena mogu se vratiti nazad u pleme i pod njegovo okrilje. Pored razrešavanja međusobnih odnosa, priznaje se i ističe posebna uloga žene i muškarca u zajednici, daju se imena deci i vrši pročišćenje pre ulaska u obrede i rituale. Po tradiciji, pročišćenje ovi indijanci postižu korišćenjem napitaka od kojeg povraćaju i grebanjem tela noktima ili iglama do krvavljenja, i na taj način se telo oslobađa zla, a u telu ostaje dobro, time su pripremljeni za učešće u plesu.*

Sve religije indijanaca koriste ples kao način komuniciranja sa univerzumom. Ples nije prost korak i jednostavan pokret tela, već religiozni obred i molitva u pokretu. Indijanci veruju da u plesače koji u plesu nose maske ulaze odgovarajući duhovi i plesač na taj način sam postaje duh i tako se povezuje svet ljudi i svet duhova, time se najbrže prenose molitve ljudi silama univerzuma, koje će ih, po verovanju indijanaca ispuniti. Način izvođenja plesa razlikuje se od plemena do plemena. Tako se negde pleše u grupi, kod drugih u krugu, neki plešu u liniji ili pak individualni ples. U plesu

učestvuju muškarci i žene, nekada plešu zajedno, a češće odvojeno i u različito vreme. *Kod svih indijanaca zajedničko je za svaki ples to što svi plešu za zajedničko dobro: dozivanje kiše, dobar rod kukuruza, uspešan lov, obnovu zemlje, dobro zdravlje, izlečenje, bolji život, sreću i dr. Plesom se prizivaju odgovarajući duhovi da pomognu u delu svoje nadležnosti.*

Ples se kod nekih plemena odvija na otvorenom prostoru, najčešće je to mesto sveto. U kišnim područjima indijanci podižu posebne kuće za ples i ceremonije. Ples je kod svih praćen muzikom koja za indijance ima nadprirodnu moć. Bujanj je, smatraju indijanci "srce majke zemlje", pored njega čarobnost pripada i drugim instrumentima kao što su flaute, frule, zvečke i dr. Molitva uz tiho izgovaranje reči dopire do duhova, ali molitva kroz pesmu je efikasnija jer je pre i brže čuje univerzalna sila (Velika Moć, Veliki Duh, Velika Misterija). Pesme se mogu pevati nezavisno od rituala, kao pesma žene dok kruni kukuruz, uspavljuje dete, za izlečenje, dobro zdravlje i dr. Indijanci veruju da se pesmom rasteruju zli duhovi, i da na prostoru gde se peva nikakvo zlo ne preti nikome. Pesme su obično zajedničke i mogu ih pevati svi bilo u horu ili pojedinačno, predstavljaju zajedničko dobro. Meutim, pesme koje pojedinac dobije putem vizije lična je svojina pojedinca i jedino je on može pevati i niko drugi, i ove pesme predstavljaju lično dobro.

Zdravlje, bolest, liječenje i obrazovanje

Indijanska verovanja govore da *zdravlje* ljudi zavisi od valjanog odnosa pojedinaca, plemena i naroda sa svetom duhova i silama univerzuma. Dobro zdravlje je moguće samo ako se održava harmonija i ravnoteža sa prirodom, svetom duhova i Velikim Duhom, odnosno Velikom Misterijom. Poremećaj ravnoteže i valjane harmonije izražava se kroz bolest bilo pojedinca ili masovnih bolesti koje zahvataju veliki broj ljudi. Dakle, pojava *bolesti* je znak da se izgubila ravnoteža, a do toga dovodi pojedinac ili veći broj pripadnika plemena svojim ponašanjem i postupcima koji nisu u skladu sa voljom duhova. Nesumnjivo, da bolest po verovanju indijanaca dolazi od viših i nadprirodnih sila. Plemena koja pretežno žive od lova veruju da ne poštovanje ubijenih životinja donosi lovcima bolest pa čak i celom plemenu. Drugi veruju da je bolest kazna zbog ne sačuvanog tabua ili činjenja loših dela. Kod jedne grupe indijanaca bolest je rezultat ne ispunjenih želja i snova (uporedi sa patnjom i žudnjom u budističkoj filozofiji). Kod nekih opet, bolest je rezultat greha koji su načinili preci. Indijanci veruju da bolest na ljude mogu preneti i zli duhovi putem čini koje baca veštica, vrač (šaman) ili neka osoba koja želi zlo drugoj. Zli duhovi posebno zli duhovi umrlih mogu uhvatiti dušu osobe i tako joj izazvati teška oboljenja.

Zbog toga postoje rituali i ceremonije putem kojih se uspostavlja ravnoteža i harmonija između pojedinca i viših sila, kada se ravnoteža uspostavi tada nastupa izlečenje. *Lečenje* obolelih vrši se putem rituala namenjenog isključivo obolelom. Međutim, svaki ritual i ceremonija koji se održavaju tokom godine u sebi sadrže, između ostalog, isceliteljske sadržaje za obolele. Na primer, u toku Plesa Sunca, plesači svoj ples posvećuju izlečenju neke osobe, ujedno bolesne osobe ulaze u sveti krug plesača i tu primaju izlečenje (ovde posebno dolazi do izražaja sugestija i autosugestija putem uticaja uma na telo). Pored rituala i ceremonija kolektivnog karaktera, lečenje vrše i one osobe (vrač, šamani) koji su od duhova određeni i dobili sposobnost da leče. Naime, pored tradicionalne uloge šamana i vrača da leče ljude tu sposobnost mogu imati travari ili druge osobe, bez razlike i muškarci i žene stići da žene mogu lečiti samo po prestanku ciklusa rađanja. Lečenje se vrši na posebnim isceliteljskim mestima pri čemu se koriste prirodna sredstva. U svrhu dijagnostikovanja i lečenja šamani koriste vizije, snove i druge načine. Da bi nekoga izlečili šamani obavljaju pripreme koje obuhvataju post, molitvu, pevanje i udaranje u bubnjeve. Potom padaju u trans i tada progovaraju šamanovi duhovi čuvari i saopštavaju uzrok bolesti i način njenog izlečenja. *Način lečenja je najčešće molitva, pesma, korišćenje svetih predmeta i talismana, blagosiljana voda i lekovite trave. Kod Lakota i Šošona plemena, u svrhu lečenja prolazi se i kroz Znojavu kolibu, a Navaho indijanci prinose i darove za izlečenje. Iscelitelji pacijentu daju uputstva o duhovnim pitanjima, savete za promenu načina života i po potrebi propisuju lekovite trave.* Šamani su lečili brojne bolesti, nameštali polomljene kosti, bili su stručnjaci za izlečenje od ujeda zmija, poznavali su brojne tehnike lečenja i dr. Očigledno, da su šamani (vrač), travari i druge od

duhova obdarene i određene osobe bili dobri poznavaoi lekovitih trava, biljaka (uporedi sa alhemičarima u taoizmu), anatomske građe čoveka, poznavaoi značaja uticaja uma na telo (očigledan primer su rituali). Upravo pitanje uticaja uma na telo je pitanje samokontrole, samorazvitka i samoodgovornosti i predmet je savremene medicinske nauke i njoj pomažućih nauka i metoda (psihologija, socijalni rad) gde je prostor istraživanja, otkrića i objašnjenja još uvek širom otvoren. Međutim, uprkos vekovima nataloženom iskustvu, znanju i stečenoj veštini lečenja, mnoge bolesti i povrede iscelitelji svih vrsta nisu mogli da izleče.

Obrazovanje se kod indijanaca svodilo na usmena predanja, praktično sticanje veština: lova, ratovanja, lečenja, rituala, pričanje i prepričavanje prošlosti i običaja predaka. Prema kulturnom i obrazovnom nivou veoma su se međusobno razikovali, od veoma zaostalih do nekih veoma naprednih plemena. Čuveni pisac Mark Tven 1861. godine je opisao indijance na Zapadu amerike kao "najbedniji tip ljudi koje je ikad video". Međutim, plemena koja su sa Istoka amerike potisnuta ka zapadu bila su veoma razvijena. Prednjačilo je pet plemena među kojima su *Čeroki* indijanci bili najnapredniji i brojali su 1839.godine oko 19 hiljada pripadnika plemena. Oni su tada bili prevazišli međusobne razdore, imali su uspostavljen sistem javnog školstva, počeli sa štampanjem sopstvenog lista, otvorili dva seminara za više obrazovanje i doneli sopstveni ustav.

Djeca, brak i porodica

Indijanski način života čini ciklični tok gde se od početka život sastoji u prihvatanju života u skladu sa duhom prirode i prihvatanjem pravila života u plemenu. U ovom prirodnom (priroda) i društvenom (pleme) ambijentu odvija se neprekidni tok rađanja, rasta, braka, rada, starosti, smrti i dr. Način organizacije života indijanaca je u svakom trenutku fizičko-duhovni, gde se duhovnost od fizičkog može odvojiti samo uslovno u proučavanju načina života indijanaca. Tako, sve faze u rastu i razvoju pripadnika plemena su obeležene odgovarajućim ritualima i ceremonijama, i pridaje im se velika važnost.

Deca su za sva indijanska plemena dar koji obezbeđuje budućnost, život i trajanje plemenu. Zdravlje budućeg priraštaja (dece) je osnovna preokupacija potencijalnih majki, zato one dosledno poštuju rituale i tabue sve u cilju dobrog zdravlja budućih beba. Novorođena deca se brižno i odgovorno podižu, zaokupljena su pažnjom roditelja i porodice. Životnom putu deteta (*poeh, teva*) predhodi ritual koji se kod *Teva* indijanaca sastoji u tome, gde žena koja je pomagala pri porođaju nakon četiri dana, po prvi put u zoru iznosi dete napolje, simbolično čisti prostor na kome će spustiti dete kako bi oko deteta došli duhovi, potom ga podiže u pravcu istoka, zapada, severa, juga, ka nebu i zemlji. U ovom činu se istovremeno moli silama univerzuma i izgovara ime deteta. Slično tome je kod *Zunji* indijanaca, stim što žene po očevoj liniji osmoga dana po rođenju peru detetu glavu i iznose ga u trenutku izlaska sunca, pri tome ritualno bacaju brašno kukuruza u vetar i mole se duhovima za zdravlje i dug život deteta. Indijanci iz *Hopi* plemena, upražnjavaju isti ritual, samo što se on odvija nakon dvadeset dana po rođenju deteta. *Haida, Kvakiuti, Eja, Kuileute* i druga plemena sa Severozapada upražnjavaju gozbu koju organizuje porodica u povodu davanja imena detetu. Ova ceremonija podrazumeva *ples pripadnika plemena, pričanje i prepričavanje porodične prošlosti, gozbu i dodelu poklona svim pozvanim gostima porodice*. Ova ceremonija se odvija dva puta godišnje kada plemenske starešine pojedinačno primaju majke sa novorođenom decom i daju im imena. U zavisnosti u kojoj polovini godine su deca rođena saglasno tome dobijaju odgovarajući atribut *letnje ili zimske osobe* što određuje njihovu ulogu u njihovom budućem životu, obredima i ceremonijama životnog puta (*poeh, teva*). Ove ceremonije se praktikuju i prilikom *punoletsrva, venčanja i sahrane*. Surove klimatske prilike na Arktiku i subarktiku kod indijanaca *Inuita* uslovile su rasprostranjenu praksu usvajanja dece, ali i njihovog žrtvovanja.

Ime za indijance znači predodređenost za nešto, budući način, sadržaj života, osobenosti koje roditelji i porodica žele da im dete ima u budućnosti, društveni status i dr. Kroz ime se želi da dete bude marljivo, snažno, hrabro, dobro, odgovorno, vredno, poštuje ograničenja i tabue, zato mu se pridaje veiki značaj. Za odabiranje

imena obično su zadužene starije osobe u porodici i plemenu. Interesantno je, koliko sadržaj i životni put (*poeh, teva*), kako bi mi (u leksici i kulturi Srba) rekli "sudbina" kod indijanske tradicije uslovljava izmenu imena. Naime, dečaci dobijaju drugo ime saglasno razvojnim fazama i životnim putevima. Nasuprot muškarcima, devojčice zadržavaju ime koje su dobile na ceremoniji sve do kraja života. Izuzetak su samo one devojčice koje su nežnog zdravlja ili nemaju sreće u životu. Po verovanju indijanaca promenom imena, što oni i čine, može se promeniti život deteta i novim imenom devojčica, u suštini, počinje život iz početka. Posle dobijanja imena rituali prate detinjstvo dece. U ovoj razvojnoj fazi porodica pokazuje da pravilno podiže decu, da se razvijaju u skladu sa kanonima plemena, buše im uši za minđuše, pričaju im priče iz prošlosti, dobijaju novo ime (*zrelji status*) i sve se završava poklonima koje porodica deteta daje gostima (*Lakota indijanci*). Indijanci iz *Hopi* plemena, decu uzrasta od šest do osam godina smatraju dovoljno zrelim da shavate smisao svetih mesta, maski (kačine) i plesa. Kada dete napuni deset godina *Teva* indijanci, praktikuju da ga polivaju vodom po glavi, dete čisti sveto mesto gde su se prvi put pojavili preci ovog plemena, biraju ko će ih od odraslih upućivati u sadržaj, način i život plemena. U ovom ritualu koji traje četiri dana, dečaci kao znak zrelosti dobijaju zaduženje da seku drva, a devojčice da spremaju hranu. Sve se završava ritualnim kupanjem dece čime ona ulaze u *fazu odraslog doba*. Takođe, se kod indijanskih plemena uobičajava ceremonijalno obeležavanje puberteta devojčica i dečaka. U tim ceremonijama od devojčica i dečaka se očekuje poželjno ponašanje, jer će saglasno tom ponašanju biti i njihov budući život. Tu se aludira na odgovornost, smernost, dobrotu i sve drugo što odrasli smatraju da je korisno i poželjno za devojčice, odnosno dečake. *Ove rituale prate: ples, molitve za sreću dece, harmoniju i ravnotežu u prirodi.*

Brak je za indijance sveta institucija, osnova porodice, održavanja i uvećavanja plemena. Zbog toga je u ovoj kulturi posvećivana velika pažnja ceremoniji sklapanja braka. U izboru mlade i mladoženje porodice su imale presudnu ulogu što je bilo u skladu sa važećim moralom plemena. Venčanje je podrazumevalo gozbu, ples i darove. Tradicionalni obred venčanja kod *Hopi* indijanaca nalaže da mladi par koji želi da se venča u zoru na istočnoj strani svoga sela prosipaju kukuruzno brašno, potom mlada odlazi u porodicu svoga izabranika posti i kruni kukuruz. Dobija od porodice dve odore. Jednu oblači na dan venčanja, a u drugu će je nakon njene smrti sahraniti. Time se simbolizuje apsolutna pripadnost i odanost porodici i ovom domu. Na dan venčanja u domu mladoženje se obavlja molitva, a potom mlada predvodi povorku sa darovima do doma svojih roditelja koji im požele dobrodošlicu gde ostaju da žive sve dok ne podignu sopstvenu kuću. Kod *Inuita* brak se ugovara još u detinjstvu između braće i sestara od tetke, strica, ujaka i drugih rodnika. Tradicija *Inuita* je dozvoljavala da istaknuti lovci i ugledne vođe mogu imati više od jedne žene, takvo pravo ostali pripadnici ovog naroda nisu imali. Postojale su i varijante braka, levirat (posle smrti supruga udaja snahe za devera, odnosno muževljevog brata) i sororat (posle smrti supruge udaja svastike za zeta, odnosno sestrinog muža)

Smrt je za indijance sastavni deo ciklusa života i čin povratka u zemlju koja im je dala život, trenutak je preseljavanja u drugi svet. Smrt nije kraj života pojedinca, kako kaže poglavica Sijetl "Smrt ne postoji. Postoji samo promena svetova". Indijanska verovanja govore da ljudi posle smrti odlaze na drugi svet i tamo žive na sličan način kao i na ovom svetu. Zbog toga se uz pokojnika polažu predmeti koje je on u životu koristio i koja su označavala njegov status: *oružje, nakit, posuđe, odeća, hrana i dr.* Sahranjivanjem umrlog otpočinje njegovo putovanje u drugi svet. Tako *Ođžibave* indijanci, umrle sahranjuju u sedećem položaju licem okrenutim ka zapadu, odnosno pravcu zalaska sunca. Veruju da putovanje umrlih traje četiri dana po mraku, teškim stazama i brojnim preprekama, nakon čega stižu do prelepih mesta: travnjaka, šuma, jezera i čistih voda. Tu ih uz pesmu radosno dočekuju. Na sahrani, opraštajući se govornici objašnjavaju put umrlog do drugog sveta, upozoravaju ga da se ne okreće i ne obazire na život živih ljudi i ne pokazuje čežnju i da se ne zadržava i da odmah krene u svet duhova (*Vinebago indijanci*). *Navaho* indijanci, posle smrti umrle osobe uništavaju odeću i imovinu umrle osobe i više nikada ne izgovaraju njeno ime. Dok *Lakota* indijanci, praktikuju da svu imovinu pokojnika razdele saplemenicima verujući da se tako duh umrlog brže uputi na drugi svet. Čejeni su stare veoma cenili i poštovali, njihovo znanje i iskustvo smatrali su pravim bogatstvom. Sahranjivali su ih sa njihovim omiljenim predmetima, a pored groba su ubijali njihove konje ili su ih tu samo

ostavljali. Posle njihove smrti dugo su ih žalili. Žalost su izražavali tako što su majke i supruge skraćivale kosu, ranjavale sopstveno telo ili odsecale prst i tako prolivale krv za voljenim i poštovanim. Čejeni su verovali da duh umrlih mlečnim putem preko neba odlaze kod svojih predaka. Kod plemena iz ravnica postojao je običaj da umrle od bolesti ne sahranjuju već podižu visoko na grane drveća i tu ostavljaju verujući da će tako brže stići na nebo. Neka plemena su svoje poginule ratnike ostavljali ne sahranjene na poljanama. Pod uticajem hrišćanstva, običaj sahranjivanja je u mnogome pomešan, te je sahrana propraćena obrokom nakon sahrane, porodica i prijatelji sede i razgovaraju o pokojnikovom životu, žene plaču, uz bubnjeve se izgovaraju hrišćanske i indijanske molitve. Period žalosti završava se obredom na godišnjici od smrti umrlog.

Žrtvovanje ljudi je poznata praksa kod pojedinih indijanskih plemena. Uprkos genijalnoj sposobnosti indijanaca da se prilagode geografskom prostoru na kome su živeli njihov biološki opstanak i preživljavanje uglavnom su bili neizvesni. Prirodni, odnosno klimatski faktori ne retko su diktirali oštru zimu, sušu, smanjivanje divljači, nestašicu plodova, gubitak prinosa žitarica, što je za posledicu imalo glad, bolest i umiranje. Istraživači su zabeležili da su neka indijanska plemena uobičajavala da u uslovima nestašice hrane ostavljaju ostarele osobe da umru od gladi. Da bi umilostivili duhove prirode i sile univerzuma da im podari dobro zdravlje, dovoljno hrane i blagostanje neka plemena su imala običaj da silama prirode prinose žrtve u hrani, kožama divljači i drugim proizvodima. Indijanci sa severa Amerike i iz ravnica, iz Srednje i Južne Amerike, prinosili su i ljudske žrtve. Indijanci *Inuiti* na samom severu Arktike, su zbog nestašice hrane i gladi ubijali svoju žensku decu, a ostarele osobe su vršile samoubistvo. Veoma svirep pristup žrtvovanja nađen je kod plemena *Poni*. Oni su iz redova zarobljenika najmlađeg i najačeg žrtvovali duhovima plemena. Čoveka određenog za žrtvovanje (ne retko je to bila mlada i lepa devojkica) dobro su hranili godinu dana, žene plemena su obrokovale sa njim, dolazile sa željama i molbama da ih ponese silama neba. Nakon godinu dana u jutro na zapadu sela žrtvu bi razapeli i privezali na unapred pripremljene stubove, ispod bi naložili vatru i jedan od prisutnih bi ga prostrelio, a za njim bi to činili svi ostali muškarci iz plemena pa i deca. Jedan od prisutnih bi prišao, rasekao grudi žrtvi i isčupao joj srce, potom bi krvlju namazao svoje lice. Vatra se potpaljivala sve dok telo žrtve ne izgori, a prisutni su rukama hvatali dim i njime trljali svoje telo. Onaj ko je prvi probo telo žrtve, žali je četiri dana i traži milost od duhova što je ubio ljudsko biće.

Literatura

- Avery, Susan and Linda Skinner, *Extraordinary American Indians*, Children's Press, Chicago 1992.
- Dragoslav Kočović, *Religijska učenja: socijalne vrednosti religijskih učenja*, Fakultet političkih nauka, Beograd 2010.
- Hrischfelder, Arlene and Paulette Molin, *The Encyclopedia of Native American Religions*, Facts On File, New York 1992.
- Istorija čovečanstva: Kulture starih američkih civilizacija, Mono i Manjana, Beograd 2008.
- Madhu Bazaz Vangu, Budizam, Čigoja, Beograd 2002.
- Mirča Elijade, *Svetske religije*, Narodna knjiga-Alfa, Beograd 1996.
- Paula R. Harc, *Indijanske religije*, Čigoja, Beograd 2002.
- Slobodan M. Radošević, *Monaška civilizacija II*, Centar za geopolitiku, ČiP, Beograd 1994.
- Time-Life Books, *American Indians: Spirit World*, Alexsandria 1992.
- Vil Djurant, *Istočne civilizacije*, Narodna knjiga-Alfa, Beograd 1995.
- Čedomil Veljačić, *Fiozofija istočnih naroda*, Knjiga prva, Matica Hrvatska, Zagreb 1958.
- Walker, Paul Robert, *American Indian Lives: Spiritual Leaders*, Factis On File, New York 1994.

BRAIN AND HEART: BRAINS AND FEELINGS/ ARCHAIC-MODERN

MOZAK I SRCE: PAMET I OSJEĆAJI / ZASTARJELO – MODERNO

Eduarad Pavlović¹, Marija Vučić Peitl², Vesna Pešić³

Psychiatric Clinic in Rijeka, Rijeka, Croatia¹; Theology in Rijeka, Rijeka, Croatia²; Archdiocese in Rijeka, Rijeka, Croatia³

Klinika za psihijatriju KBC Rijeka, Rijeka, Hrvatska¹; Teologija u Rijeci, Rijeka, Hrvatska²; Nadbiskupija Rijeka, Rijeka, Hrvatska³

Abstract

Brain and heart are constituent parts of our body. They are stages of our phylogenesis and ontogenesis. They are spaces of our human subsistence. These very important same source organs seem as two backwaters of same river, river of human existence. They flow in various courses and fields lead to different activities. Every of them seem as own legality and psychology. Therefore it was valid to refract it through different prisms of various human experiences: experience of home (household) patriotism, experience of heart culture and experience of civilisation and technology achievement. Something archaic and something modern are constituent elements of the experiences. Archaic and modern component are special evident in sphaera of education, love and generation differences with their mistakes which were commented. After analysis of various medical, psychological, sociological, philosophical, theological, cultural, historical and art-historical printed and visual materials could be some discussed or commented. For the first is „prosperity of man“ brains, for the second is „more prosperity of man“ feelings and the end is „the most prosperity of man“ brains and feelings. Further for the discussion has been how been how much/many the prosperities today or is the first rare, is the second so rare and is the third very rare. On then every of us could decide according to (on the first place) submitting pictures where is more heart /“warm“/ empathy or where is more brains /“cool“/ calculation with possibility of dangerous. Instead of conclusion there are next relations between brain and heart after refracting through prism „archaic-modern“: 1. without feeling knowledge very hard comes in

Sažetak

Mozak i srce su dijelovi našeg tijela, etape naše filogeneze i ontogeneze, prostori naše ljudske egzistencije. Ta dva neosporno važna organa jednog izvorišta (izgleda kao da) teku kao dva rukavca iste rijeke (ljudske opstojnosti) različitim smjerovima i područjima uvjetujući i različite aktivnosti; kao da svatko od njih ima svoju zasebnu zakonitost i „psihologiju“ (Stoga je bilo vrijedno isto prelomiti kroz nekoliko prizmi različitih iskustava (iskustvo doma/domoljublja, iskustvo kulture srca i iskustvo civilizacijskih i tehnoloških postignuća) koje karakteriziraju zajedničke sastavnice zastarjelo-moderno- sve se posebno očituje u sferi odgoja, ljubavi i generacijskih razlika (sa svim njihovim mogućim zabludama) / uz odgovarajuće komentare. Nakon analize različitih medicinskih, psiholoških, socioloških, fizioloških, tehnoloških, kulturoloških, povijesnih i povijesno-umjetničkih tiskanih i slikovnih materija, raspraviti je ili komentirati da li je „blago čovjeka“ koji ima pameti, te raspraviti je ili komentirati da li je više „blago onome“ koji ima srca i konačno raspraviti je ili komentirati da li je najviše „blago onome“ koji ima jedno i drugo. Nadalje raspraviti je koliko je uopće danas jednog, drugog i trećeg, odnosno koliko je prvo rijetko, drugo rjeđe, a treće najrjeđe. I konačno raspraviti je ili svakom na ponasob prepustiti da prosudi (na osnovi, napose podastrih slika) gdje je više srca/topline/ „duše“, a gdje je više pameti /“hladnoće“/ proračunatosti/ pak i moguće opasnosti. Umjesto zaključka vrijedilo bi ponuditi slijedeće poveznice između mozga i srca odnosno između pameti i osjećaja (prelamanih kroz vizuru zastarjelo-moderno): 1. bez doživljaja i osjećaja znanje teško ulazi i lako odlazi /tek doživljaj

i.e. very quickly goes out and only feeling attaches our knowledge and 2. civilisation is only brains but natural culture is heart and brains what results with big usefulness for general mentality and humanity.

Key words

brain, heart, archaic, modern

pričvršćuje naše znanje i 2. civilizacija je samo pamet, a prava kultura jest i srce i pamet /zato je od nje toliko koristi duhovnosti i čovječanstvu.

Ključne riječi

mozak, srce, zastarijelo, moderno

1. UVOD

Mozak i srce su dijelovi našeg tijela, etape naše filogeneze i ontogeneze, prostori naše ljudske egzistencije. Ta dva neosporno važna organa jednog izvorišta (izgleda kao da) teku kao dva rukavca iste rijeke (ljudske opstojnosti) različitim smjerovima i područjima uvjetujući i različite aktivnosti; kao da svatko od njih ima svoju zasebnu zakonitost i «psihologiju» /1,2/.

Pogledati Sl.1. u PRIVITKU

Puno je pravila postavljeno i izrečeno o njima, puno je aforizama o njima iskazano, a bezbroj psiholoških, književnih, umjetničkih, etičkih, socioloških i znanstvenih problema vezano je uz pitanje njihovih odnosa. Mnogi osobni i javni uspjesi i neuspjesi, mnoge tragedije i nesreće, sukobi i porazi, mnoga suglasja i sreće imaju svoj uzrok u odnosu srca i mozga - srca i pameti /2/.

Pamet se vidi, mjeri i nagrađuje. Srce je nezahvalni dar, nezahvalno «svojestvo». Izgleda da je za osobnu sreću i korist bolje imati više pameti nego više srca. Pamet ima svoju povijest, svoje trajanje, pomaže se onim već naučenim i učinjenim jer se školuje, usavršava/ «krade» i posuđuje; pamet ima svoje utrte putove. Srce započinje uvijek iznova, područje srca nitko nije u stanju predvidjeti pak ni ograničiti. Nadalje istaknuti je da je pamet vlasnik i gospodar svih izražajnih sredstava, a da pri tom govori vlastitim materinskim jezikom, dok srce mora svladati tehniku i naučiti tuđi jezik ako se hoće izraziti da mu bude lakše /2/.

2. UVID U ODNOS PAMETI I OSJEĆAJA

Predmnijevati je da je pamet odgoj a da je srce dar tj. da u pojedinog čovjeka postoje dva područja rada: srce i pamet; netko se bolje «nađe» u jednom području a netko u drugom području / za manji broj ljudi je i jedno i drugo. Neki su doživjeli neuspjeh (unatoč silnom trudu) jer nisu išli «svojim» putem – parafrazirati je «nema pjesnika na silu» /2/.

Vrijedilo bi isto prelomiti kroz nekoliko prizmi različitih iskustva (**iskustvo doma / domoljublja, iskustvo kulture srca i iskustvo civilizacijskih i tehnoloških postignuća**) koje karakteriziraju zajedničke sastavnice **zastarijelo-moderno** - što se posebno očituje u sferi **odgoja, ljubavi i generacijskih razlika** (sa svim njihovim mogućim zabludama) / uz odgovarajući komentar.

Iskustvo doma / domoljublja: zastarijelo - moderno / moguće zablude

- za ženu je svakako više područje srca nego područje pameti / «biraj ženu po srcu a muža po pameti»
- «racionalizacija» osjećaja – uplitanje pameti u područje srca / razumnost čovjekoljublja – «srce ne misli»
- legendarni junaci i njihovi legendarni pothvati i djelatnosti / čijom se toplinom krijepe i jačaju naraštaji

Komentar: u odsutnosti razmišljanja možda leži «krivica» altruista

Odgoj: zastarjelo - moderno / moguće zablude

- odgoj je napetost između srca i pameti
- odgoj je napetost između discipline i ljubavi
- odgoj je napetost između strogosti i popustljivosti

Komentar: pravi odgoj ima svega od navedenog / sa samom ljubavlju a bez discipline može se zamisliti «kakav-takav» odgoj, ali sa samom disciplinom bez ljubavi mogu se jedino dresirati životinje a ne odgajati ljudi

Ljubav: zastarjelo - moderno / moguće zablude

- u ljubavi pamet smeta / ljubav je muka a ako je još pamet prati eto i druge muke i to još gore
- nema čovjeka koga se ne bi moglo mrziti i koga se ne bi moglo i ljubiti / zavisi koliko ga se želi upoznati
- iza onoga što se učini u prejakom osjećaju uvijek slijedi pokajanje

Komentar: da li je uvijek moguće dušu držati u «mirnom i uravnoteženom» stanju i položaju

Generacije: zastarjelo - moderno / moguće zablude

- mlade resi vruće srce
- starije resi hladna i staložena pamet

Komentar: teško ijednoj grani djelatnosti, staležu i profesiji koja nema mladosti i srca – teško «juniorima» koji nemaju svoje «seniore»; teško onima koji se ne uče na ranijim pozitivnim / ohrabrujućim iskustvima ili na ranijim negativnim / tragičnim iskustvima

3. RASPRAVA / ILI KOMENTAR SVIH KOMENTARA

Raspraviti je ili komentirati da li je „blago čovjeku“ koji ima pameti te raspraviti je ili komentirati da li je više „blago onome“ koji ima srca i konačno raspraviti je ili komentirati da li je najviše „blago onome“ koji ima jedno i drugo /1,2/.

Nadalje raspraviti je koliko je uopće danas jednog drugog i trećeg odnosno koliko je prvo rijetko, drugo rjeđe a treće najrjeđe (**Pogledati Sl.2. , Sl.3. i Sl.4. u PRIVITKU**).

I konačno raspraviti je ili svakom na ponaosob prepustiti da prosudi (na osnovi i podastrih slika) gdje je više srca / topline / »duše« a gdje je više pameti / »hladnoće« / proračunatosti / pak i moguće opasnosti.

4. UMJESTO ZAKLJUČKA

Umjesto zaključka vrijedilo bi podastrijeti slijedeće poveznice između mozga i srca odnosno između pameti i osjećaja prelamanih kroz vizuru zastarjelo – moderno:

1. bez doživljaja i osjećaja znanje teško ulazi i lako odlazi / tek doživljaj pričvršćuje naše znanje i
2. civilizacija je samo pamet, a prava kultura jest i srce i pamet / zato je od nje tolike koristi duhovnosti i čovječanstvu

5. LITERATURA

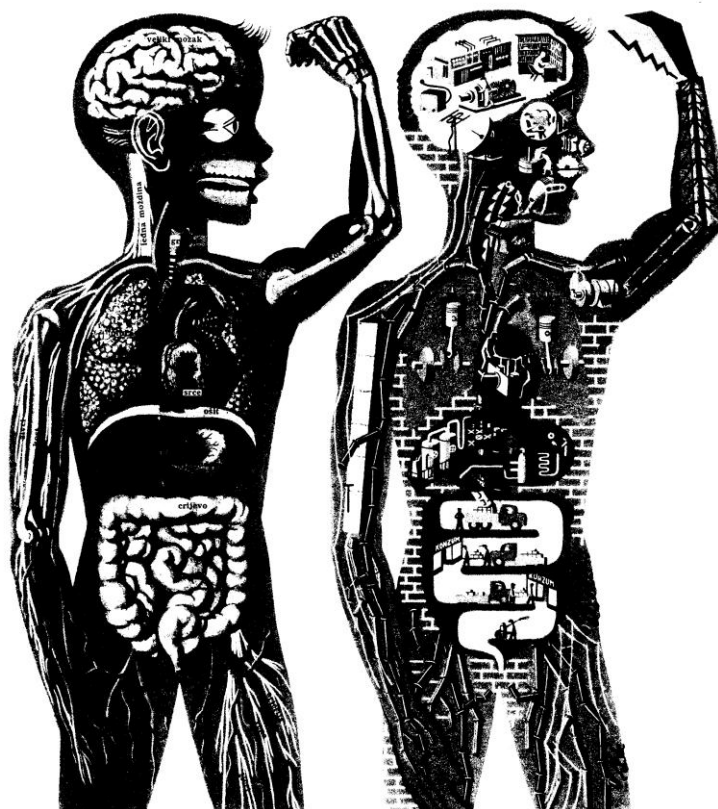
/ 1/ Brstilo, Ivana. Tijelo i tehnologija u postmodernoj perspektivi. Soc. ekol. 2009;18(3-4):289-310.

/2/ Jurjević, Juraj. Čovjek. Zagreb: Filozofsko-teološki institut Družbe Isusove, 1973.

OPASKA: Sl.3. i Sl.4 (u PRIVITKU) uredio Eduard Pavlović

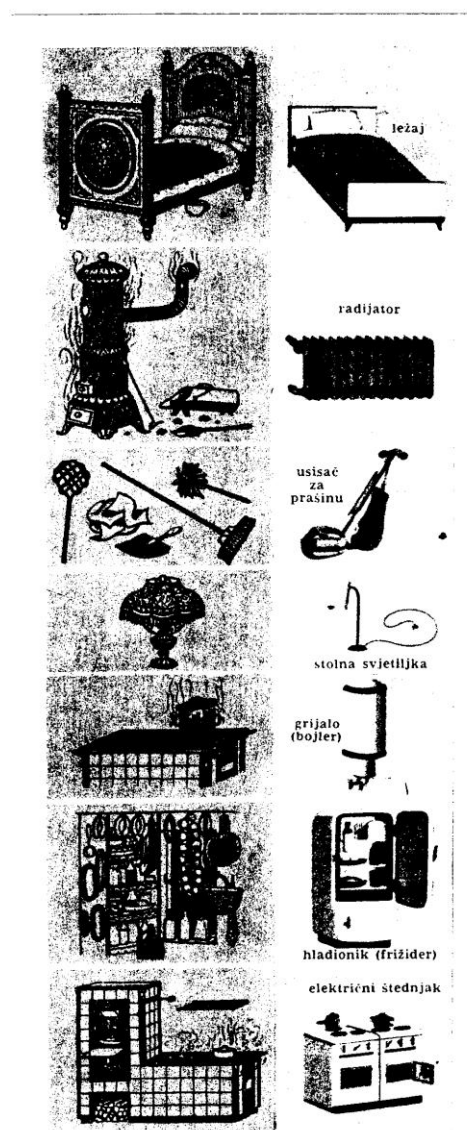
PRIVITAK

SLIKOVNI PRIKAZ 1: LJUDSKO TIJELO



Sl. 1. Ljudsko tijelo

SLIKOVNI PRIKAZ II: ISKUSTVO DOMA / KUĆANSTVA



Sl.2. Dom nekad i sada

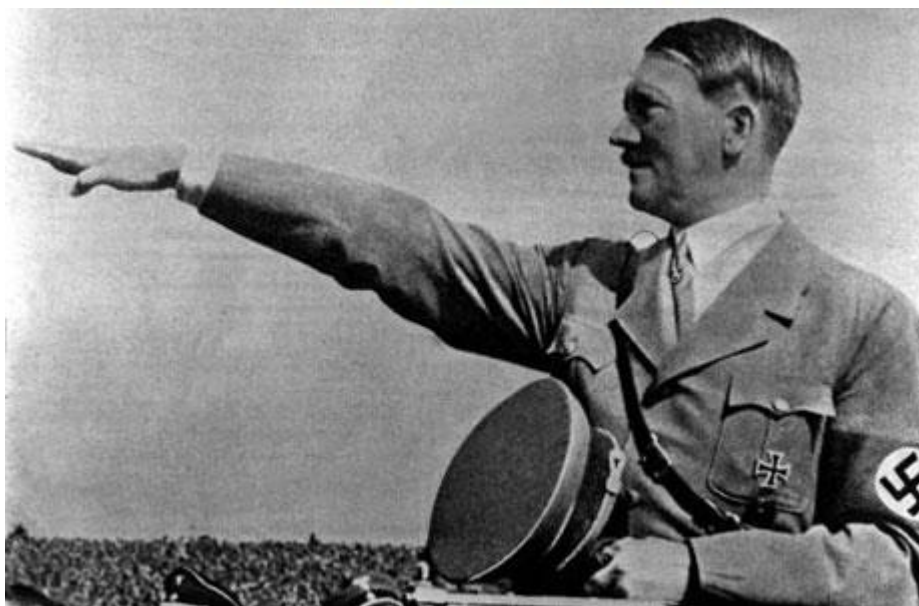
SLIKOVNI PRIKAZ III: ISKUSTVO / KULTURA SRCA I MILOSRĐA



Sl.3. Sveti Leopold Mandić

SLIKOVNI PRIKAZ IV: ISKUSTVO CIVILIZACIJE I NOVIH TEHNOLOŠKIH POSTIGNUĆA

dnk
TECHNOLOGIES



Sl.4. Moguća manipulacija DNK

MEDIA COMMUNICATION EVALUATION AND REVIEW ON NEW MEDIA AND SOCIAL NETWORKS

EVALUACIJA MEDIJSKE KOMUNIKACIJE S OSVRTOM NA NOVE MEDIJE I DRUŠTVENE MREŽE

Darja Kupinić Guščić

Media net, Zagreb, Croatia

Media net, Zagreb, Croatia

Abstract

Media communication evaluation and public relationship in general has been in the focus of interest of business and academic community for a considerable period of time. Ever since Aristotle it is known that communication is an activity by which we intend to affect human conscience in order to create, strengthen or change attitudes and thinking that will as a final outcome make a change in human behavior. Into this communication and efforts focused on change in behavior we invest certain funding, time and energy and at the end of the day want to know have we, in what extent and how accomplished our objectives, or completely simplified and in business terms expressed - have we returned our investment. Business language is a language of figures, tables and charts, while businessman is ruthless in his craving to always receive back at least what he invested. Therefore the pressure business is putting on PR experts in business (and politics) is constant, not only endless engagement is required, but also the proof of the real outcome. The outcome is not always visible and obvious, let alone measurable and easy to proof. Numerous theoreticians of communication and public relations strived to create models for enabling not only measuring communication outcomes, but also proving that certain result is an outcome of a particular isolated activity. However, in social relations as we all well know nothing is isolated, there are no abstract activities, nor the groups of people we could affect solely, or perform activity that would affect them solely, or that could be influenced for example by only one media exclusively. For that reason neither

Sažetak

Evaluacija medijske komunikacije i odnosa javnošću u širem smislu u fokusu je interesa poslovne javnosti, ali i znanstvene zajednice već dugi niz godina. Još od Aristotela znano je da komunikacijom nastojimo utjecati na općedruštvenu i individualnu svijest da bismo stvorili, učvrstili ili promijenili stavove i mišljenja, koji će u konačnici rezultirati željenom promjenom u ponašanju. U tu komunikaciju i nastojanja usmjerena na promjene u ponašanju ulažemo određena sredstva, vrijeme i energiju i u konačnici želimo znati jesmo li, koliko i kako ostvarili željeno, odnosno sasvim pojednostavljeno i u poslovnom smislu krajnje pragmatično, da li smo povratili uložena sredstva. Poslovni jezik je jezik brojki, tablica i grafikona, a poslovni čovjek nemilosrdan je u svom nastojanju da uvijek barem vrati uloženo. Stoga je pritisak na stručnjake odnosa s javnošću u poslovnom (i političkom) svijetu konstantan, od njih se traži ne samo stalan angažman, već i dokaz ostvarenih rezultata. Taj rezultat nije uvijek vidljiv i očigledan, a još manje je mjerljiv i lako dokaziv. Brojni su teoretičari komunikacije i odnosa s javnošću pokušavali stvoriti modele kojima bismo mogli ne samo mjeriti učinke komunikacije, već i dokazati da su pojedini rezultati nastali upravo kao produkt određene izolirane aktivnosti. Međutim u društvenim odnosima kao što dobro znamo ništa nije izolirano, nema izdvojenih aktivnosti, niti grupa ljudi na koje možemo utjecati samo mi, ili samo naša aktivnost, ili koje možemo izložiti na primjer utjecaju samo jednog medija. I to je glavni problem na kojem se spotiču svi modeli mjerenja

academic, nor business community have not yet been able to create model that could be broadly accepted, nor the standard methodology leading us into the process of measuring invested and gained in communication. There are but principles more or less accepted by everyone involved in communication evaluation. Entities involved in communication evaluation can apply different methodologies, but no matter what specific model they use, the general outcome should be equal or at least congenial if the same input has been used. There are after all some broadly accepted qualitative principles, markers applicable regardless of the differences in implemented evaluation methods that should and have to be obeyed. New media (interceded by Internet and telecommunication technology) are opening new opportunities for relatively rapid respond of certain publics, including possibilities of measuring engagement of the entire target group, nevertheless setting up new challenges coming out from questionable reach, manipulating multiple visits to the same content, language and communication codes (used by different target groups) barriers. In this article we insisted on determining what is immanent and common for all media communication evaluation models and public relations in general. We are especially interested in applicability of models in terms of Croatian small, narrow and by lot of criteria undeveloped market (particularly related to market instruments, availability of statistical data, stakeholders competence etc.). In focus of our interest were also differences in methodology approach and credibility of certain measures applied in practice of media communication evaluation. We determined grounds for further investigations in methodology, theory and practice essential for creating consistent, transparent and efficient model applicable in modern theory and business practice requiring competent and responsible management with measuring instruments essential for governing process.

Key words

communication, evaluation, effects of media communication, communication measuring principles

učinkovitosti komunikacije, bilo medijski posredovane, bilo izravne. Iz tog razloga do danas niti znanstvena niti poslovna zajednica još nisu uspjele stvoriti model koji bi bio općeprihvaćen, a niti standardiziranu metodologiju koja bi nas vodila prilikom istraživanja odnosa uloženog i ostvarenog u komunikacijskom procesu. Postoje tek principi oko kojih se manje- više svi slažu i kojih se pri evaluaciji komunikacije načelno pridržavaju. Entiteti koji se bave evaluacijom komunikacije mogu primjenjivati različite metodologije, ali bez obzira na to koji specifični model pri tome koriste, opći rezultati morali bi biti jednaki ili barem bliski ukoliko se radi na istom uloženom korpusu (ulaznom materijalu). Postoje dakle neki opće prihvaćeni kvalitativni principi, markeri kojih se svi bez obzira na različitost primijenjene metodologije evaluacije moraju i trebaju pridržavati. Novi mediji (Internetski i telekomunikacijskom tehnologijom posredovani mediji) pružaju nove mogućnosti u smislu relativno brzog odaziva određenog dijela javnosti, pa i u smislu mjerenja angažmana ciljne skupine, ali ujedno postavljaju i nove izazove koji proizlaze iz upitnosti obuhvata, manipulacije višestrukim posjetima istim sadržajima, ograničenjima koja proizlaze iz jezičnih barijera i (komunikacijskih) kodova kojim se pojedine ciljne skupine služe. U ovom radu nastojali smo determinirati što je imanentno i zajedničko modelima mjerenja učinkovitosti medijske komunikacije i odnosa s javnošću općenito. Zanimala nas je njihova primjenjivost u uvjetima našeg malog, uskog i po mnogim kriterijima (posebice u smislu instrumentarija, raspoloživosti statističkih pokazatelja, kompetentnosti sudionika i sl...) relativno nerazvijenog tržišta. Kao i razlike u pristupima i vjerodostojnost pojedinih mjerila koji se u praksi primjenjuju prilikom evaluacije medijski posredovane komunikacije. Dali smo pregled onog što smatramo bitnim i nezaobilaznim u suvremenoj teoriji i praksi evaluacije komunikacije. Definirali smo temelj za daljnja metodološka, teorijska i praktična istraživanja neophodna za stvaranje konzistentnog, transparentnog i učinkovitog modela primjenjivog u suvremenoj teoriji i poslovnoj praksi koja sve više kao imperativ postavlja potrebu kompetentnog i odgovornog posloводства koje traži odgovarajući mjerni

instrumentarij kao *conditio sine qua non* upravljačkog procesa.

Ključne riječi

komunikacija, evaluacija, učinkovitost medijske komunikacije, principi mjerenja komunikacije

CORRELATIONS AND DIFFERENCES IN COMMUNICATION MODES AND EMOTIONAL COMPETENCE AT LAWYERS AND JUDGES

POVEZANOSTI I RAZLIKE U NAČINU KOMUNICIRANJA I EMOCIONALNOJ KOMPETENCIJI KOD ODVJETNIKA I SUDACA

Joško Sindik¹, Silvija Degen², Ljubica Bakić-Tomić³

*Institute for Anthropological Research, Zagreb, Croatia*¹; *Law Office of Silvije Degen, Zagreb, Hrvatska*²;

*Teacher Education, University of Zagreb, Zagreb, Hrvatska*³

*Institut za antropologiju, Zagreb, Hrvatska*¹; *Odvjetnički ured Silvije Degen, Zagreb, Hrvatska*²; *Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska*³

Abstract

We have examined the differences in the modes of communication and in emotional competence between the lawyers and judges, as well as the correlation between the modes of the communication, emotional competence and work experience. We examined a convenient sample of lawyers and judges (98), employed in the respective law firms or in the courts in the City of Zagreb. The results showed that the preferred modes of communication prevail over the undesirable. It turned out that there are sex differences in relation to the dimensions of modes of communicating, and in relation to the dimensions of emotional competence: women are significantly more emotionally competent, and better perceive and express emotions. No differences were found between the lawyers and judges in relation to the mode of communication, or in relation to emotional competence. Only one statistically significant correlation was found: between one mode of communication (respect for the etiquette) and one dimension of emotional competence (perception of the emotions). We didn't found any correlation between any modes of the communication, or dimensions of the emotional competence, with the length of

Sažetak

Ispitali smo razlike u načinima komuniciranja i u emocionalnoj kompetenciji između odvjetnika i sudaca, po spolu i profesiji, te povezanost varijabli načina komuniciranja, emocionalne kompetencije i radnog iskustva. Ispitali smo prigodni uzorak odvjetnika i sudaca (98), iz odvjetničkih ureda i institucija sudova u Gradu Zagrebu. Pokazalo se da poželjni načini komunikacije prevladavaju nad nepoželjnim. Postoje određene spolne razlike, u odnosu na dimenzije načina komuniciranja, te u odnosu na dimenzije emocionalne kompetencije: žene su statistički značajno emocionalno kompetentnije, te bolje percipiraju i izražavaju emocije. Nema razlike između odvjetnika i sudaca u odnosu na način komuniciranja, niti u odnosu na emocionalnu kompetenciju. Postoji statistički značajna pozitivna povezanost samo između jednog načina komunikacije (poštivanje bontona) i jedne dimenzije emocionalne kompetencije: percepcije emocija. Nema povezanosti bilo kojeg načina komunikacije, niti emocionalne kompetencije, s duljinom radnog staža. Poštivanje bontona se statistički značajno može prognozirati pomoću emocionalne kompetencije, pomoću percepcije emocija.

service. Respecting etiquette could be statistically significant predicted by the emotional competence (perception of emotions).

Ključne riječi

načini komunikacije, emocionalna kompetencija, korelacije

Keywords

modes of communication, emotional competence, correlations

Uvod

I suci i odvjetnici su profesije koje unatoč istoj naobrazbi, imaju različite uloge i ciljeve koje trebaju ostvariti u svojem poslu (nekoga obraniti, nekoga okriviti, nekoga osloboditi krivnje ili proglasiti krivim). Hipotetski, sposobnost kvalitetnog obavljanja posla jednih i drugih ovisi o mnogim faktorima, među kojima svakako možemo izdvojiti emocionalnu kompetenciju, ali i kvalitetu komuniciranja (komunikacijsku kompetenciju).

Odvjetnici zastupaju fizičke ili pravne osobe u različitim vrstama sudskih postupaka, iznoseći dokaze koji govore u prilog njihovih stranaka. Djeluju i kao savjetnici tako da upoznaju svoje klijente s njihovim zakonskim pravima i obvezama te im predlažu odgovarajuće postupanje u poslovnim i osobnim stvarima. Bilo da se bave zastupanjem ili pružanjem savjeta, svi odvjetnici tumače zakon i primjenjuju ga na specifične situacije. Prikupljene podatke zatim iznose svojim strankama i predlažu im moguće načine postupanja. Premda svi odvjetnici mogu zastupati stranke u sudskom postupku, neki se na sudu pojavljuju češće od drugih. Većinu vremena odvjetnici ipak provode u svojim uredima proučavajući predmete, razgovarajući sa strankama i sređujući relevantne podatke u pripremi za zastupanje pred sudom. Specifičnost njihova rada ovisi o području ili grani prava za koju se specijaliziraju. Tako su neki upućeniji u kazneno, drugi u parnično, odnosno građansko pravo.

Suci vode sudske postupke, odnosno primjenjuju zakone u rješavanju građanskih sporova, izvanparničnih postupaka ili utvrđivanju kaznene odgovornosti u kaznenim postupcima. Oni vode i rješavaju postupke koji se tiču: prometnih prekršaja, ostavinskih rasprava, do sporova na trgovačkim sudovima u kojima se rješavaju prava velikih tvrtki. Suci osiguravaju ravnopravno sudjelovanje stranaka u postupku i odgovorni su za red u sudnici. Njihov je zadatak da utvrde sve relevantne činjenice i potom primijene odgovarajuću odredbu zakona. Oni odlučuju o prihvatljivosti predloženih dokaza, saslušavaju svjedoke i stranke, a nakon provedenog postupka donose odluke, u pravilu presude. U kaznenim postupcima suci odlučuju o tomu hoće li okrivljenoj osobi odrediti pritvor i postoje li uvjeti za puštanje iz pritvora tijekom sudskog postupka. Suci obavljaju poslove i izvan sudnice, npr. obavljaju očevid na licu mjesta, ili rade u svojim uredima. Čitaju spise, podneske, prijedloge, proučavaju zakone, pišu presude i mišljenja, a predsjednici sudova vode i poslove sudske uprave, tj. osiguravaju rad u sudu.

Izvođenje valjanih zaključaka o pravno relevantnim činjenicama zahtijeva dobro razvijene sposobnosti logičkog zaključivanja, ali i fleksibilnost mišljenja, umješnost u prilagodbi i primjeni teorijskih znanja na specifične životne situacije, te staloženost i strpljenje u odnosima s drugima. Visoka odgovornost, savjesnost u radu i ponašanje u skladu s čvrstim etičkim načelima, važne su osobine pravnik. Lakoća usmenog izražavanja, vještina komunikacije i uvjerljivost u nastupu bitne su karakteristike osobito u radu odvjetnika, a tako i sudaca.

Prvu definiciju emocionalne inteligencije dali su Salovey i Mayer (1990, iz Takšić i sur., 2006) koji su je opisali kao „sposobnost praćenja svojih i tuđih osjećanja i emocija te upotreba tih informacija u razmišljanju i ponašanju“. Odnosno, emocionalna inteligencija uključuje sposobnost brzog zapažanja procjene i izražavanja emocija; sposobnost uviđanja i generiranja osjećaja koji olakšavaju mišljenje; sposobnosti razumijevanja emocija i znanje o emocijama i sposobnost reguliranja emocija u svrhu promocije emocionalnog i intelektualnog razvoja.

Emocionalna inteligencija određuje potencijal za učenje djelatnih vještina koje se temelje na pet elemenata: samosvijest, motivacija, samokontrola, empatija i prilagodljivost u odnosima. Emocionalna kompetencija ukazuje na to koliko se nečiji potencijal emocionalne inteligencije iskoristio u djelatnim vještinama komuniciranja i uvjeravanja. McClelland (1973, prema Takšić i sur., 2006) je 1970 tih preporučio da bi se trebalo testirati kompetentnost osobe, a ne samo razinu njezine inteligencije. Četiri su komponente emocionalne inteligencije. Prepoznavanje emocija (1) je sposobnost pojedinca da prepozna svoje ili tuđe osjećaje. Uporaba emocija (2) podrazumijeva stvaranje emocija koje možemo razložno obrazložiti. Emocije nam mogu i trebale bi nam pomagati u odlukama i odabirima. Emocionalna osoba će lakše razumjeti tuđe osjećaje i ponašanje, sposobna je sagledati situaciju iz više perspektiva. Razumijevanje emocija (3) se odnosi na shvaćanje i predviđanje što će se dogoditi pri ojačavanju emocija te kako će druge osobe reagirati na različite emocije, pri čemu je važno da osoba bude sposobna promatrati situaciju s različitih stajališta. Upravljanje emocijama (4) je složen proces. Potrebno je odabrati ispravnu emociju, njen intenzitet i smjer ka željenom ishodu. Umijeće upravljanja svojim emocijama ključna je životna osobina. Upravljanje emocijama podrazumijeva prihvaćanje emocija umjesto njihovog potiskivanja te njihovo korištenje u svrhu donošenja bolje odluke. Emocije su dinamičkog karaktera i postoje stalni prijelazi iz jednog u drugi oblik emotivnog stanja. Sposobnost pojedinca da prepozna tijek razvoja neke emocije i prijelaza iz emocije u emociju je preduvjet mogućnosti da se efikasno upravlja takvim emocijama.

Uz emocionalnu kompetenciju, važno je pridati pažnju i kvalitetnoj, poželjnoj komunikaciji, odnosno komunikacijskoj kompetenciji. Vjerojatno je da je emocionalna kompetentnost zasigurno preduvjet dobroj komunikaciji. Ali često ljudi komuniciraju manje optimalno, zbog stečenih navika komuniciranja tijekom djetinjstva. Djeca uče, preslikavaju, preuzimaju komunikacijske modele od svojih roditelja. Dosadašnja Istraživanja (Bakić-Tomić, 2003) pokazala su nekonzistentnost komunikacijskog odabira tehnika upravo zato jer se njihovo usvajanje događa na nesvjesnoj i iskustvenoj, više nego na racionalnoj razini. Upravo zato bi edukacija u komunikacijskim vještinama trebala omogućiti pojedincima uvid u vlastiti komunikacijski profil i osvještavanje korištenih tehnika, ali i uklanjanje postojanja brojnih predrasuda i neznanja, koje utječu na neobjektivnu uvjerenost u kvalitetu komuniciranja.

Jedan od načina gledanja na komunikacijske kompetencije su tri tipa komunikacije prema Wahlroosu (1974). Nepoštena komunikacija (1) predstavlja obrazac kad unaprijed «znamo» što sugovornik misli, neopravdano mijenjamo temu razgovora, optužujemo sugovornika, zlorabimo statistiku i logiku, manipuliramo, prekidamo, zastrašujemo sugovornika, ponižavamo ga, zahtijevamo od njega promjenu, izazivamo u njemu osjećaj krivnje, izrugujemo se ili ignoriramo. Izluđujuća komunikacija (2) odnosi se na situaciju kad verbalno negiramo jasno pokazane osjećaje ili izražene želje, ako obezvredujemo ispunjenu zamolbu, negiramo dogovore, odbijamo suodgovornost za ranije dogovoreno; u sugovorniku budimo, a zatim gušimo nadu, cjepidlačimo, optužujemo ga za svjesnu zlonamjeru, okrivljujemo ga za vlastito negativno ponašanje, ne obaziremo se na njegove želje, stalno ponavljamo isto, tražimo skrivena značenja. Konačno, kvalitetna komunikacija (3) je ona u kojoj poštujemo ličnost sugovornika, zajedno s njim provjeravamo svoje dojmove, prihvaćamo različitosti, pozitivno tumačimo njegovo ponašanje i njegove izjave, iskazujemo povjerenje, poštujemo sugovornikove želje, razgovaramo otvoreno, izravno, priznajemo vlastite greške, prihvaćamo suodgovornost, priznajemo vlastite želje, osjećaje, misli, odluke, ispunjene molbe i ranije dogovore. Mc Croskey, Daly i Sorensen (1976) našli su da ljudi koji se boje komunikacije osjećaju da im nedostaje kontrola nad okolinom i da nemaju samopouzdanje, odnosno ne vladaju vlastitim emocijama. Također, mnogi razgovaraju u strahu da ne doznaju nešto o sebi. Boje se tuđih opažanja i poruka o sebi i svome ponašanju. Najčešće neznanje, odnosno neupućenost u tematiku razgovora kod određenih osoba, dovodi do nesigurnost, a onda do straha u komunikacije te često puta takva osoba završava razgovor povlačenjem ili agresivnošću. Počinje upotrebljavati obrambene mehanizme, sve kako bi spriječila svaku neugodnost koja narušava njezinu unutarnju stabilnost.

U ovom istraživanju cilj nam je bio utvrditi razlike u odnosu na spol i vrstu zanimanja, kao i povezanosti između tri aspekta emocionalne kompetencije (percepcija, izražavanje i upravljanje emocijama), te dva aspekta komunikacijske kompetencije (poštivanje komunikacijskog bontona, loša komunikacija), kod odvjetnika i sudaca.

Problemi istraživanja bili su:

1. Utvrditi razlike u izraženosti pojedinih aspekata načina komuniciranja.
2. Utvrditi spolne razlike u dimenzijama komunikacijske kompetencije i emocionalne kompetencije na cjelokupnom uzorku odvjetnika i sudaca.
3. Utvrditi razlike između odvjetnika i sudaca u dimenzijama komunikacijske kompetencije i emocionalne kompetencije.
4. Utvrditi povezanost između svih dimenzija načina komuniciranja, emocionalne kompetencije i radnog iskustva.
5. Utvrditi mogućnost prognoze dimenzija načina komuniciranja, na temelju sva tri aspekta emocionalne kompetencije.

Pretpostavili smo da su kod ispitanika naglašenija dimenzija poštivanja komunikacijskog bontona, nego loše komunikacije; nadalje, pretpostavili smo da nema spolnih razlika u odnosu na dimenzije načina komuniciranja, niti u odnosu na dimenzije emocionalne kompetencije. Također, pretpostavili smo da nema razlike između odvjetnika i sudaca, niti u odnosu na dimenzije načina komuniciranja, niti u odnosu na dimenzije emocionalne kompetencije. Pretpostavili smo da postoji pozitivna povezanost između svih dimenzija emocionalne kompetencije i radnog iskustva, te poštivanja komunikacijskog bontona. Negativnu korelaciju očekujemo između svih nabrojanih varijabli i dimenzije loše komunikacije. Pretpostavili smo da postoji mogućnost prognoze svih dimenzija načina komuniciranja, na temelju sva tri aspekta emocionalne kompetencije.

Kod svih pretpostavki pošli smo od nekoliko glavnih teza: uspješno komuniciranje je izrazito i podjednako važno i za suce i za odvjetnike kao profesije, pa bi ljudi zaposleni u tim zanimanjima bez obzira na spol, trebali biti podjednako uspješni komunikatori. S obzirom da je emocionalna kompetencija bitan aspekt uspješnog komuniciranja, pretpostavili smo pozitivnu povezanost između aspekata emocionalne kompetencije i aspekata komunikacije, pa su i pretpostavke vezane uz spol i profesiju istog smjera kao i za načine komuniciranja.

Metoda

Ispitanici

Ispitanici su bili odvjetnici i suci koji su anketirani nevezano za bilo koji sud ili odvjetnički ured. Svi su bili zaposleni u odgovarajućim odvjetničkim uredima, odnosno u institucijama sudova u Gradu Zagrebu. Od 98 ispitanika, odvjetnika je bilo 41 (41,84 %), a sudaca 57 (58,16 %), žena 62%, muškaraca 38%. Trećina ispitanika imala je radni staž do 15 godina, a dvije trećine ispitanika s radnim stažem od 15 godina na više.

Instrumenti i varijable

Upitnici su primijenjeni anonimno, uz dragovoljno sudjelovanje ispitanika, kojima je glavna autorica ponudila sudjelovanje u istraživanju, koje se provodi isključivo u znanstvene svrhe. Velika većina zamoljenih je ispunila upitnike. Prikupljeni su demografski podaci (o spolu i radnom iskustvu), gdje je radno iskustvo reprezentirano rasponom: do 5 godina (1), b) do 15 godina (2), do 30 godina (3), te više od 30 godina (4).

Upitnik o načinima komunikacije s nazivom Kako komuniciramo (Bakić-Tomić, 2003), sastojao se od 25 tvrdnji, te je imao tri dimenzije: narušavanje komunikacije, zlorabe i manipulirajuće tehnike (1); nesigurnost i strah u komunikaciji (2) i poštivanje komunikacijskog bontona (3). Ove tri dimenzije praktički odgovaraju trima tipovima komunikacije prema Wahlroosu. Dimenziju Narušavanje kvalitetne komunikacije (zlorabe i manipulirajuće tehnike) definiraju čestice r.b.: 4, 7, 14, 15, 17, 21, 22, 23, 24, 25. Dimenziju Nesigurnost i strah u komunikaciji definiraju čestice r.b.: 8, 9, 10, 12, 13, 18, 19, 20, dok dimenziju Poštivanje komunikacijskog bontona definiraju čestice r.b.: 1, 2, 3, 5, 6, 11, 16. Čestice r.b. 1, 3, 5, 6, 8 i 19 su rekodirane, tako da u cijelom upitniku svaki veći rezultat znači i lošiju komunikaciju. U našem istraživanju, u kvazikonfirmatornoj faktorskoj analizi (s zadanim brojem faktora) se pokazalo da se faktorska struktura samo približno podudara s izvornom (Bakić-Tomić, 2003), jer su Cronbach α koeficijenti pouzdanosti za pojedine dimenzije bili: ,72 za narušavanje kvalitetne komunikacije, ali samo ,37 za nesigurnost i strah u komunikaciji, te samo ,13 za Poštivanje komunikacijskog bontona. Stoga smo redefinirali izvorne dimenzije i dobili dvodimenzionalnu faktorsku soluciju. Kaiser-Meyer-Olkinova mjera iznosila je ,602, a Bartlettov test sfericiteta bio je statistički značajan ($\chi^2=564,002$; $p<,01$), čime smo utvrdili pogodnost matrice za faktorizaciju. Nakon primjene metode glavnih komponenti s varimax rotacijom, dobili smo dva faktora, koja smo nazvali Loša komunikacija (1), koja je zapravo kombinacija izvornih dimenzija Narušavanje kvalitetne komunikacije i Nesigurnost i strah u komunikaciji, te Poštivanje komunikacijskog bontona (2). U tablici 1 uočljivo je koje varijable definiraju koji od faktora.

Faktor poštivanje komunikacijskog bontona tumači nešto manje od 13 % ukupne varijance, a faktor loša komunikacija približno 18 % ukupne varijance (zajedno 30,50 % ukupne varijance). Pouzdanost dimenzije poštivanje komunikacijskog bontona iznosi ,71 (Cronbach α), loše komunikacije ,81. Dakle, obje dimenzije su vrlo zadovoljavajuće pouzdane (tablica 1).

Tablica 1. Konstruktna valjanost i pouzdanost upitnika Kako komuniciramo (metoda glavnih komponenti, nakon varimax rotacije)

Varijable / Faktori	loša komunikacija	bonton
Zastrašivanje drugih ponekad pomaže u komunikaciji. (23)	,687	
Volim ljudima dijeliti savjete. (15)	,596	
Ponekad je dobro zlorabiti logiku kada se nešto treba prikriti. (7)	,592	
Ponekad volim biti sitničav/sitničava. (21)	,559	
Obično prekinem sugovornika kada govori o nevažnim stvarima. (24)	,535	
Teško mi je prihvatiti mišljenje sugovornika koje se razlikuje od mojeg. (10)	,498	
Treba isticati vlastite vrijednosti i kvalitete. (25)	,496	
Znam čitati misli drugih. (22)	,496	
Ponekad je dobro zbunjivati ljude da se lakše dođe do istine. (4)	,482	
Znam kako treba komunicirati s nekim ljudima. (14)	,470	
Neki su ljudi toliko glupi da ih je besmisleno uvjeravati. (16)	,464	
Dobro je pobuditi nadu kod drugih, ali nije nužno ispunjavanje. (17)	,442	
Dobro je pobuditi nadu kod drugih, ali nije nužno ispunjavanje. (17)	,406	

Ponekad se služim izmišljenim izgovorima. (9)	,403	
Vrlo sam oprezan/na u izjašnjavanju. (13)	,403	
Ponekad ignoriram sugovornika. (18)	,391	
Pažljivo slušam druge kako bi ih bolje shvatio/la. (5)		,750
Znam kada se treba našaliti, a kada biti ozbiljan. (6)		,734
U razgovoru ističem samo važno, a preko nevažnog prelazim. (2)		,615
S ljudima treba biti taktičan i obazriv. (8)		,585
Kritika pomaže u komunikaciji. (11)		,553
U razgovoru ističem pozitivno, a ne negativno. (3)		,446
Često preispitujem svoje mišljenje i ponašanje. (19)		,430
Neverbalna komunikacija je snažnija od verbalne. (1)	,315	,389
Karakteristični korijeni	4,316	3,002
Postotak objašnjene varijance	17,99	12,51
Pouzdanost (Cronbach α)	,81	,71

Upitnik emocionalne kompetencije (UEK) koji se sastoji od 15 tvrdnji koja se odnose na upravljanjem emocijama, percepciju i izražavanje emocija. Koristila se kraća forma upitnika UEK (Upitnik emocionalne kompetencije) od 15 čestica (UEK 15), koja posjeduje praktički iste psihometrijske karakteristike kao i duža verzija (Takšić i Mohorić, 2008). U kraćoj formi Skala percepcije i razumijevanja emocija sadrži 5 čestica (3, 5, 6, 13 i 15), Skala sposobnost izražavanja i prepoznavanja emocija 5 čestica (4, 8, 9, 10 i 14) te Skala sposobnost upravljanja i reguliranja emocija također 5 čestica (1, 2, 7, 11 i 12). Najveći mogući rezultat u upitniku UEK 15 iznosi 75 pri čemu veći rezultat znači i veću emocionalnu kompetenciju. Apsolutni raspon rezultata je 15-75. U našem istraživanju, u kvazikonfirmatornoj faktorskoj analizi (s zadanim brojem faktora) se pokazalo da se faktorska struktura približno podudara s izvornom (Takšić i Mohorić, 2008). Tri faktora emocionalne kompetencije tumače ukupno 51,15 % ukupne varijance. Cronbach α koeficijenti pouzdanosti za pojedine dimenzije bili su zadovoljavajući: ,72 za izražavanje i prepoznavanje emocija, ,73 za percepciju i razumijevanje emocija, te ,59 za upravljanje i reguliranje emocija.

I za Upitnik emocionalne kompetencije i za Kako komuniciramo procjene su davane na skali Likertova tipa, od 1 (potpuno neslaganje), do 5 (potpuno slaganje) sa sadržajem tvrdnje.

U istraživanju razlika, nezavisna varijabla istraživanja bila je činjenica da li ispitanik odvjetnik ili sudac. Zavisne varijable definirane su kao jednostavne linearne kombinacije procjena za tvrdnje koje ih definiraju: narušavanje kvalitetne komunikacije, zlorabe i manipulirajuće tehnike; nesigurnost i strah u komunikaciji; poštivanje komunikacijskog bontona (upitnik Kako komuniciramo), te izražavanje emocija; percepcija emocija; upravljanje emocijama (Upitnik emocionalne kompetencije).

Metode obrade podataka

Sve obrade rezultata provedene su primjenom statističkog paketa SPSS 15. Pouzdanost (Cronbachov α) je provjerena za sve dimenzije dva mjerna instrumenta. Provjerili smo i konstruktnu valjanost, kvazikonfirmatornom analizom glavnih komponenti s varimax rotacijom, s zadanim brojem latentnih dimenzija koje se hipotetski poklapaju s brojem dimenzija upitnika. Potom je izračunat koeficijent pouzdanosti (Cronbachov α) dvaju mjernih instrumenata te njihovih dimenzija (skala). S obzirom da konstruktna valjanost odnosno pouzdanost nije bila zadovoljavajuća za upitnik Kako komuniciramo, u drugoj smo iteraciji redefinirali njegove dimenzije, te ponovo provjerili njihovu pouzdanost. Odredili smo osnovne deskriptivne statističke pokazatelje: aritmetičku sredinu (M), standardnu devijaciju (σ), a provedeno je i testiranje normaliteta dobivenih distribucija rezultata (K-S

test). Diskriminacijskom analizom i ANOVA-om smo utvrdili spolne razlike u načinima komunikacije, te u emocionalnoj kompetenciji. Korelacije smo izračunali primjenom Spearmanova koeficijenta korelacije, a potom smo primijenili kompletnu multiplu regresijsku analizu, za prognozu pojedinih načina komunikacije pomoću varijabli emocionalne kompetencije.

U istraživanjima razlika, nezavisne varijable istraživanja bile su spol ispitanika te zanimanje (odvjetnik ili sudac). Zavisne varijable definirane su kao jednostavne linearne kombinacije procjena za tvrdnje koje ih definiraju:; poštivanje komunikacijskog bontona (upitnik Kako komuniciramo), te izražavanje emocija; percepcija emocija; upravljanje emocijama (Upitnik emocionalne kompetencije).

Rezultati i rasprava

Za upitnik Kako komuniciramo, najveće vrijednosti aritmetičkih sredina pronađene su za tvrdnje br. 5, 6 i 8. Čestice 5 i 6 pripadaju dimenziji poštivanje komunikacijskog bontona, dok tvrdnja 8 pripada dimenziji nesigurnost i strah u komunikaciji. Najmanje vrijednosti aritmetičkih sredina pronađene su za tvrdnje br. 14 i 16. Ispitanici se najviše razlikuju (najveće vrijednosti standardnih raspršenja) u slaganju s tvrdnjama br. 7, 18, 21 i 23, dakle većinom u načinima nedjelotvorne komunikacije. Ispitanici se najmanje razlikuju u tvrdnjama br. 2, 6 i 14 (tablica 1).

Tablica 1. Deskriptivni statistički pokazatelji za varijable upitnika Kako komuniciramo

Varijable	Aritmetička sredina	Std. Devijacija	Kolmogorov-Smirnov Z	Značajnost	Komunaliteti
Neverbalna komunikacija je snažnija od verbalne. (1)	3,206	1,207	1,632	p<,01	,251
U razgovoru ističem samo važno, a preko nevažnog prelazim. (2)	2,371	,917	2,209	p<,01	,404
U razgovoru ističem pozitivno, a ne negativno. (3)	3,268	,995	2,152	p<,01	,215
Ponekad je dobro zbunjivati ljude da se lakše dođe do istine. (4)	2,763	1,256	2,095	p<,01	,251
Pažljivo slušam druge kako bi ih bolje shvatio/la. (5)	4,144	1,070	2,887	p<,01	,612
Znam kada se treba našaliti, a kada biti ozbiljan. (6)	4,144	,935	2,493	p<,01	,546
Ponekad je dobro zlorabiti logiku kada se nešto treba prikriti. (7)	2,732	1,388	2,132	p<,01	,386
S ljudima treba biti taktičan i obazriv. (8)	4,052	1,084	2,487	p<,01	,394
Ponekad se služim izmišljenim izgovorima. (9)	2,794	1,307	1,791	p<,01	,163

Teško mi je prihvatiti mišljenje sugovornika koje se razlikuje od mojeg. (10)	2,979	1,216	1,710	p<,01	,282
Kritika pomaže u komunikaciji. (11)	2,433	1,154	1,796	p<,01	,329
Izbjegavam diskusije zbog moguće svađe. (12)	2,835	1,187	1,740	p<,01	,002
Vrlo sam oprezan/na u izjašnjavanju. (13)	2,526	1,071	2,310	p<,01	,190
Znam kako treba komunicirati s nekim ljudima. (14)	2,072	,927	2,285	p<,01	,269
Volim ljudima dijeliti savjete. (15)	3,000	1,109	2,081	p<,01	,357
Neki su ljudi toliko glupi da ih je besmisleno uvjeravati. (16)	2,299	1,355	2,637	p<,01	,259
Dobro je pobuditi nadu kod drugih, ali nije nužno ispunjavanje. (17)	3,258	1,277	1,650	p<,01	,165
Ponekad ignoriram sugovornika. (18)	3,010	1,381	1,673	p<,01	,167
Često preispitujem svoje mišljenje i ponašanje. (19)	3,876	1,043	2,269	p<,01	,206
Često govorim ono što ljudi žele čuti. (20)	3,124	1,073	2,340	p<,01	,195
Ponekad volim biti sitničav/sitničava. (21)	2,979	1,331	2,083	p<,01	,314
Znam čitati misli drugih. (22)	2,887	1,249	1,709	p<,01	,246
Zastrašivanje drugih ponekad pomaže u komunikaciji. (23)	3,237	1,345	1,705	p<,01	,471
Obično prekinem sugovornika kada govori o nevažnim stvarima. (24)	2,639	1,192	2,061	p<,01	,359
Treba isticati vlastite vrijednosti i kvalitete. (25)	2,825	1,182	2,313	p<,01	,285

Za Upitnik emocionalne kompetencije, najveće vrijednosti aritmetičkih sredina pronađene su za tvrdnje br. 3, 5 i 15. Sve tri varijable pripadaju dimenziji percepcije emocija, dakle tiču se sposobnosti zapažanja emocija u nečijem fizičkom stanju, osjećajima i mišljenju. Naglašenost ove vrste sposobnosti zasigurno pomaže odvjetnicima i sucima da bolje percipiraju psihološka stanja klijenata. Najmanje vrijednosti aritmetičkih sredina pronađene su za tvrdnje br. 1 i 4. Ispitanici se najviše

razlikuju (najveće vrijednosti standardnih raspršenja) u slaganju s tvrdnjama br. 1 i 12, a najmanje u slaganju sa sadržajem tvrdnji 3, 11 i 14 (tablica 2).

Tablica 2. Deskriptivni statistički pokazatelji za varijable Upitnika emocionalne kompetencije

Varijable	Aritmetička sredina	Std. Devijacija	Kolmogorov-Smirnov Z	Značajnost
Dobro raspoloženje mogu zadržati i ako mi se nešto loše dogodi. (1)	3,010	1,195	2,048	p<,01
Iz neugodnih iskustva učim kako se ubuduće ne treba ponašati. (2)	3,979	,913	2,170	p<,01
Kod prijatelja mogu razlikovati kada je tužan, a kada razočaran. (3)	4,134	,862	2,488	p<,01
Lako ću smisliti način da priđem osobi koja mi se sviđa. (4)	3,217	1,092	2,018	p<,01
Lako primijetim promjenu raspoloženja svoga prijatelja. (5)	4,021	1,020	2,510	p<,01
Lako se mogu domisliti kako obradovati prijatelja kojem idem na rođendan. (6)	3,814	1,074	2,554	p<,01
Lako uvjerim prijatelja da nema razloga za zabrinutost. (7)	3,474	,879	2,275	p<,01
Mogu dobro izraziti svoje emocije. (8)	3,722	,966	2,488	p<,01
Mogu opisati kako se osjećam. (9)	3,691	1,064	2,294	p<,01
Mogu reći da znam puno o svom emocionalnom stanju. (10)	3,650	,913	2,538	p<,01
Nastojim ublažiti neugodne emocije, a pojačati pozitivne. (11)	3,887	,828	2,415	p<,01
Obaveze i zadatke radije odmah izvršim, nego da o njima mislim. (12)	3,381	1,287	1,667	p<,01
Primijetim kad netko osjeća krivnju. (13)	3,495	1,052	2,138	p<,01
Većinu svojih osjećaja mogu prepoznati. (14)	3,907	,855	2,812	p<,01
Znam kako mogu ugodno iznenaditi svakog svojeg prijatelja. (15)	4,093	,891	2,339	p<,01

U tablici 3 nalaze se deskriptivne karakteristike dimenzija oba upitnika. Za razliku od pojedinačnih varijabli, gdje sve varijable u većoj ili manjoj mjeri odstupaju od normalne distribucije, niti jedna od distribucija za dimenzije bilo kojeg od upitnika ne odstupa od normalne raspodjele. Wilcoxonovim testom ekvivalentnih parova ($Z=5,956$; $p<,01$) utvrdili smo da ispitanici iz cjelokupnog uzorka postižu puno bolje rezultate na dimenziji poštivanje bontona (prosječna aritmetička sredina, kada podijelimo

aritmetičku sredinu brojem čestica koje definiraju dimenziju $M_p=3,736$), u odnosu na lošu komunikaciju ($M_p=3,180$).

Tablica 3. Deskriptivni statistički pokazatelji za varijable dimenzije Upitnika emocionalne kompetencije te upitnika Kako komuniciramo

Varijable	Aritmetička sredina	Std. Devijacija	Kolmogorov-Smirnov Z	Značajnost
loša komunikacija	50,876	8,926	,586	$p>,20$
poštivanje bontona	29,887	4,163	,654	$p>,20$
izražavanje emocija	18,186	3,386	1,343	$p>,05$
percepcija emocija	17,083	2,734	1,141	$p>,10$
upravljanje emocijama	13,577	2,719	1,092	$p>,10$

Spolne razlike

Diskriminacijska analiza (tablica 4) je pokazala da se rezultati mogu statistički značajno klasificirati prema spolu za Upitnik emocionalne kompetencije ($\chi^2=14,416$; $p<0,01$), ali ne i za upitnik Kako komuniciramo ($\chi^2=1,649$; $p>0,20$). Drugim riječima, nema statistički značajnih spolnih razlika u komunikacijskoj, ali ima u emocionalnoj kompetenciji.

I muškarci i žene pri ovom ispitivanju pokazali su da se međusobno ne razlikuju na pojedinim varijablama načina komuniciranja: lošoj komunikaciji ili poštivanju komunikacijskog bontona.

Tablica 4. Diskriminacijska analiza prosječnih rezultata za sve dimenzije oba upitnika u odnosu na varijablu spol

Nezavisna varijabla	Karakteristični korijen	Kanonička korelacija	Wilksov λ	χ^2 -test	Značajnost
Emocionalna kompetencija	,167	,378	,857	14,416	$p<,01$
Način komunikacije	,018	,132	,983	1,649	$p>,20$

Uvidom u spolne razlike za pojedine dimenzije upitnika Kako komuniciramo (tablica 5), pokazalo se da niti jedna razlika nije statistički značajna. Dakle, nema razlika prema spolu u načinu komuniciranja u ispitivanom uzorku ispitanika. I muškarci i žene pri ovom ispitivanju pokazali su da se međusobno ne razlikuju na pojedinim varijablama načina komuniciranja, te da podjednako pokazuju karakteristike loše komunikacije i poštivanje komunikacijskog bontona.

Kod dimenzija Upitnika emocionalne kompetencije (tablica 5), pokazalo se da su razlike u izražavanju emocija te percepciji emocija statistički značajne, i to u smislu većih prosječnih rezultata za žene. Moguće je da žene bolje percipiraju i izražavaju emocije u odnosu na muškarce, u našem uzorku ispitanika.

Tablica 5. Spolne razlike u dimenzijama Upitnika emocionalne kompetencije te upitnika Kako komuniciramo (ANOVA)

Varijable	Wilksov λ	F	Aritmetička sredina M	Aritmetička sredina \bar{Z}	Std. Devijacija M	Std. Devijacija \bar{Z}	Značajnost
loša komunikacija	,989	1,097	52,111	50,148	8,998	8,877	p>,20
bonton	,993	,643	29,444	30,148	3,707	4,419	p>,20
percepcija emocija	,859	15,648	17,889	20,541	3,831	2,748	p<,01
izražavanje emocija	,960	3,987	17,306	18,705	3,520	3,222	p<,05
upravljanje emocijama	,988	1,167	17,278	18,000	3,394	3,050	p>,20

Legenda: M – muškarci; \bar{Z} - žene

Korelacije s diskriminacijskom funkcijom najveće su za razumijevanje (.994), potom za izražavanje (.502), a najmanje za upravljanje emocijama (.271). Centroidi grupa su dosta udaljeni, te iznose -.526 za muškarce, a .310 za žene. Na temelju diskriminacijske funkcije moguće je napraviti 66 % točnih klasifikacija.

Razlike u izražavanju ali i percepciji emocija, kod kojih su superiornije žene, potvrđene su u nizu istraživanja (Walhros, 1995). Vjerojatno je kod našeg uzorka ispitanika u pitanju ujednačenost ispitanika po karakteristikama komunikacijske kompetencije, koja je nužan dio kvalitetnog obavljanja posla i sudaca i odvjetnika. S druge strane, vjerojatno je da razlike u zastupljenosti načina komunikacije, kao i dimenzija emocionalne kompetencije, variraju ovisno o uzorku ispitanika. Kod određenih populacija važnije je upravljati emocijama, kod drugih je važnije prepoznati ih, ili ih pak izraziti. I suci i odvjetnici imaju visoko naglašene izražavanje i percepciju emocija, što može biti dijelom uvjetovano faktorom spola, ali i činjenicom da je ekspresija emocija bitna u uvjeravanju (porote, npr.).

Razlike između odvjetnika i sudaca

Diskriminacijska analiza je pokazala da se rezultati ne mogu statistički značajno klasificirati prema vrsti zanimanja (odvjetnik ili sudac) niti u odnosu na Upitnik emocionalne kompetencije ($\chi^2=4,916$; $p>0,10$), niti u odnosu na dimenzije upitnika Kako komuniciramo ($\chi^2=0,727$; $p>0,20$). Drugim riječima, nema statistički značajnih razlika između odvjetnika i sudaca niti u komunikacijskoj niti u emocionalnoj kompetenciji (tablica 6).

Tablica 6. Diskriminacijska analiza prosječnih rezultata za sve dimenzije oba upitnika u odnosu na varijablu vrsta posla (odvjetnik / sudac)

Nezavisna varijabla	Karakteristični korijen	Kanonička korelacija	Wilksov λ	χ^2 -test	Značajnost
Emocionalna kompetencija	,054	,226	,949	4,916	p>,10
Način komunikacije	,008	,087	,992	0,727	p>,20

U pojedinačnim usporedbama razlika za pojedine dimenzije upitnika Kako komuniciramo (tablica 7), pokazalo se da niti jedna razlika među ispitanicima koji su odvjetnici, odnosno suci, nije statistički značajna. Dakle, nema značajne razlike između sudaca i odvjetnika u načinu komuniciranja u ispitivanom uzorku ispitanika.

U pojedinačnim usporedbama razlika za pojedine dimenzije Upitnika emocionalne kompetencije (tablica 7), pokazalo se da je samo jedna razlika među ispitanicima koji su odvjetnici odnosno suci statistički značajna: suci bolje percipiraju emocije od odvjetnika.

Tablica 7. Razlike između odvjetnika i sudaca u dimenzijama Upitnika emocionalne kompetencije te upitnika Kako komuniciramo (ANOVA)

Varijable	Wilksov λ	F	Aritmetička sredina odvjetnik	Aritmetička sredina sudac	Std. Devijacija odvjetnik	Std. Devijacija sudac	Značajnost
loša komunikacija	,992	,727	51,800	50,228	6,907	10,115	p>,20
bonton	1,000	,001	29,900	29,877	4,482	3,964	p>,20
percepcija emocija	,958	4,146	18,725	20,140	3,328	3,399	p<,05
izražavanje emocija	,977	2,242	17,575	18,614	3,186	3,483	p>,10
upravljanje emocijama	1,000	,022	17,675	17,772	2,635	3,541	p>,20

Povezanost dimenzija dva upitnika i radnog iskustva

Duljina trajanja radnog iskustva nije statistički značajno povezana niti s jednom od varijabli koje reprezentiraju dimenzije emocionalne kompetencije i načina komuniciranja (tablica 8). Mogli smo pretpostaviti da bi ispitanici s više radnog iskustva mogli imati i razvijeniju emotivnu kompetenciju, odnosno bolje razvijenu komunikacijsku kompetenciju, što se u našem istraživanju nije pokazalo.

Tablica 8. Povezanosti između dimenzija emocionalne kompetencije i načina komuniciranja odvjetnika i sudaca

Varijable	loša komunikacija	poštivanje bontona	percepcija emocija	izražavanje emocija	upravljanje emocijama	radno iskustvo
loša komunikacija	1	-,045	-,082	-,006	,111	-,107
poštivanje bontona	-,045	1	,310**	,120	-,002	-,075
percepcija emocija			1	,457**	,323**	,021
izražavanje emocija				1	,346**	,118
upravljanje emocijama					1	,004

** korelacije značajne uz p<,01

U pogledu interkorelacija dimenzija načina komuniciranja, ne postoji značajna pozitivna povezanost između dimenzija loše komunikacije i poštovanja bontona ($r=,045$; $p>,20$). Dakle, ove dvije po smislu suprotne dimenzije su u (očekivano) nultoj korelaciji (tablica 8).

Što se tiče interkorelacija dimenzija emocionalne kompetencije (tablica 8), postoji značajna pozitivna povezanost između izražavanja emocija i upravljanja emocijama ($r=0,346$; $p<0,01$). Percepcija emocija je statistički značajno povezana i s upravljanjem i izražavanjem emocija. Uopće, sve su tri dimenzije nisko, ali statistički značajno povezane. Ono zbog čega povezanost nije veća, vjerojatno jest zbog činjenice da je na dimenzije emocionalnosti puno faktora može utjecati: osobine ličnosti i situacije. Dakle, osobito izražavanje emocija ne treba nužno ovisiti o načinu kako čovjek njima upravlja, jer ono može ovisiti i o situaciji u kojoj se emocije pokazuju, vrijednostima pojedinca, temperamentu, stilu komuniciranja, itd.

U kroskorelacijama (tablica 8), između dimenzija načina komuniciranja te dimenzija emocionalne kompetencije, uočljivo je da je na razini varijabli emocionalne kompetencije, samo jedna dimenzija, tj. percepcija emocija, statistički značajno povezana s poželjnim načinom komuniciranja (poštivanje bontona). S druge strane, korelacije dimenzija načina komuniciranja s izražavanjem emocija i upravljanjem emocijama, nisu statistički značajne. Na temelju ovih rezultata mogli bismo pretpostaviti da je način komuniciranja više povezan s percepcijom (prepoznavanjem) emocija sugovornika, nego s njihovim pukim izražavanjem, ili s upravljanjem vlastitim emocijama. Vjerojatno je da ljudi «intuitivno», bez obzira na vlastite specifičnosti i temperament (komunikološkim rječnikom) usklađuju svoju neverbalnu i verbalnu komunikaciju u koherentan i procijenjeno efikasan način komunikacije. Naime, oni mogu dobro prepoznavati emocije kod sebe i drugih, čak i ako ih ne znaju posebno dobro izraziti, ili njima upravljati.

Tablica 9. Prognoza pojedinih načina komunikacije pomoću varijabli emocionalne kompetencije (značajnost koeficijenata multiple regresije)

Varijabla	R	R ²	Korigirani R ²	F	Značajnost
loša komunikacija	,167	,028	-,003	,893	$p>,20$
poštivanje bontona	,328	,108	,079	3,737	$p<,02$

U tablici 9 prikazali smo mogućnost prognoze pojedinog načina komunikacije na temelju tri dimenzije emocionalne kompetencije. Rezultati su pokazali da se jedan od načina komunikacije (poštivanje komunikacijskog bontona) može uspješno predvidjeti na temelju aspekata emocionalne kompetencije, što je sukladno našim očekivanjima.

Tablica 10. Prognoza pojedinih načina komunikacije pomoću varijabli emocionalne kompetencije (značajnost pojedinačnih prediktora)

Varijable	Loša komunikacija			Poštivanje bontona		
	β -koeficijenti	t	Značajnost	β -koeficijenti	t	Značajnost
percepcija emocija	-,132	-1,129	$p>,20$,346	3,079	$p<,01$
izražavanje emocija	,001	,007	$p>,20$,002	,015	$p>,20$
upravljanje emocijama	,154	1,384	$p>,10$	-,114	-1,070	$p>,20$

U tablici 10 se može uočiti (što je praktički predvidljivo na temelju korelacija) da se poštivanje komunikacijskog bontona može uspješno predvidjeti na temelju jednog prediktora: percepcije emocija.

Dakle, ponovimo glavne nalaze istraživanja, s nekim dodatnim tumačenjima.

Istraživanje je pokazalo da ispitanici iz cjelokupnog uzorka postižu statistički značajno veće rezultate na dimenziji poštivanje bontona, u odnosu na lošu komunikaciju. Ovakve rezultate smo mogli očekivati, budući da je i odvjetnicima i sucima iznimno važno dobro komunicirati, tijekom obavljanja vlastitih poslova. Također, kod ispitanih odvjetnika i sudaca nema statistički značajnih spolnih razlika u načinima komunikacije. Iz istih razloga (kvalitetno i profesionalno obavljanje posla), i muškarci i žene u tim profesijama trebaju znati uspješno komunicirati, što je često i razlog opredjeljenja za takvu vrstu profesije. Međutim, statistički značajne spolne razlike postoje u području emocionalne kompetencije, posebno u područjima percepcije i izražavanja emocija. Ovakvi rezultati mogu biti očekivani, s obzirom na superiornost žena u aspektima neverbalne komunikacije, kojom je većinom «zasićena» emocionalna kompetencija (Morris, 1979; Givens, 2002). S druge strane, u načinima komunikacije, verbalni aspekt komunikacije pa čak i veća suzdržanost u pokazivanju emocija (kod muškaraca), ne treba utjecati značajno na ukupnu izraženost pojedinog načina komunikacije.

Također, između ispitanih odvjetnika i sudaca nema statistički značajnih razlika: niti u načinima komunikacije, niti u emocionalnoj kompetenciji. Jedina statistički značajna razlika jest u boljoj percepciji emocija kod sudaca, u odnosu na odvjetnike. Vjerojatno je glavni razlog tome ujednačenost ispitanika po karakteristikama emocionalne kompetencije, odnosno komunikacijske kompetencije. S druge strane, vjerojatno je da razlike u zastupljenosti određenih načina komunikacije, kao i dimenzija emocionalne kompetencije, variraju ovisno o uzorku ispitanika. Kod određenih populacija važnije je upravljati emocijama, kod drugih je važnije prepoznati ih, ili ih pak izraziti. I suci i odvjetnici imaju visoko naglašeno izražavanje emocija, što može biti dijelom uvjetovano činjenicom da je ekspresija emocija bitna u uvjeravanju (porote, npr.), ali i drugim faktorima (npr. spol, dob, obrazovanje, itd.). S druge strane, dok su neki nepoželjni načini komuniciranja izrazito nepoželjni (narušavanje komunikacije), neki su neutralni ili čak poželjni (nesigurnost i strah), budući da suzdržanost u komuniciranju može biti slična poštivanju bontona. Moguće je da veća emocionalna inteligencija pridonosi boljoj komunikaciji i svim poželjnim komunikološkim aspektima.

Rezultati istraživanja ukazuju da postoji pozitivna i značajna povezanost samo između jedne dimenzije načina komunikacije (poštivanja komunikacijskog bontona) te jednog aspekta emocionalne kompetencije (percepcija emocija). Dobro prepoznavanje emocija kod sugovornika izgleda da je najbitnije za poštivanje komunikacijskog bontona. Nismo našli negativnu korelaciju loše komunikacije s bilo kojom od dimenzija emocionalne kompetencije, niti s radnim iskustvom. Također, korelacija s poštivanjem komunikacijskog bontona je praktički nulta.

Međutim, nisu pronađene statistički značajne povezanosti između duljine radnog staža te dimenzije izražavanja emocija, niti s jednim aspektom načina komuniciranja. Na temelju ovakvih rezultata možemo pretpostaviti da ni iskustvo ni dob, sami po sebi, vjerojatno nemaju značajni samostalni doprinos načinima komuniciranja. Također, ni ekspresija ni upravljanje emocijama (koja je kod naših ispitanika razmjerno visoka) nije povezana s načinima komuniciranja. Moguće je da se komunikacijske vještine nedovoljno uče, u sklopu stručnog usavršavanja odvjetnika i sudaca. Vjerojatno je da ljudi «intuitivno», bez obzira na vlastite specifičnosti i temperament, usklađuju svoju neverbalnu i verbalnu komunikaciju u koherentan i efikasan način komunikacije, bez obzira na to koliko «spretni» bili u izražavanju emocija. Naime, oni mogu dobro upravljati vlastitim emocijama i prepoznavati ih kod sebe i drugih, čak i ako ih ne znaju posebno dobro izraziti.

Postoji značajna mogućnost prognoze poštivanja komunikacijskog bontona, na temelju dimenzija emocionalne kompetencije. Međutim, analizom pojedinačnih prediktora, jedini statistički značajan prediktor je percepcija emocija, dok upravljanje emocijama niti izražavanje emocija nisu statistički značajni, te ne doprinose efikasnosti prognoze. Dakle, na temelju ovih rezultata, pravilna percepcija emocija «ključ» je uspješne komunikacije sudaca i odvjetnika.

Ograničenja istraživanja, koja utječu na relativno malu mogućnost generalizacije rezultata istraživanja, svakako su prigodni i relativno mali uzorak ispitanika. Nadalje, kod odgovaranja na

tvrdnje upitnika, uvijek je prisutna mogućnost davanja osobno i društveno poželjnih odgovora, kao i nepouzdanost pojedinih dimenzija upitnika Kako komuniciramo. Stoga bi se u budućim istraživanjima moglo odabrati veći i slučajan uzorak ispitanika.

U pogledu praktičnih implikacija, dobro bi bilo instrumente za mjerenje emocionalne kompetencije odnosno načina komunikacije koristiti kao neke od pomoćnih instrumenata ili u selekciji ili u stručnom usavršavanju sudaca ili odvjetnika. S druge strane, vrlo bi pogodno bilo organizirati specijalizirane komunikacijske treninge tijekom radnog vijeka, namijenjene upravo ovakvim korisnicima.

Zaključak

Prihvaćamo prvu hipotezu u potpunosti: poželjni načini komunikacije (poštivanje bontona) prevladavaju nad nepoželjnim (loša komunikacija). Djelomično smo odbacili drugu pretpostavku da nema spolnih razlika, niti u odnosu na dimenzije načina komuniciranja, niti u odnosu na dimenzije emocionalne kompetencije. Žene su statistički značajno emocionalno kompetentnije, te bolje percipiraju i izražavaju emocije. Prihvaćamo treću hipotezu: nema statistički značajne razlike između odvjetnika i sudaca u odnosu na način komuniciranja, niti u odnosu na emocionalnu kompetenciju (jedina pojedinačna značajna statistički razlika prisutna je kod bolje percepcije emocija kod sudaca). Djelomično smo odbacili i četvrtu hipotezu: postoji statistički značajna pozitivna povezanost samo između jednog načina komunikacije (poštivanje bontona) i jedne dimenzije emocionalne kompetencije: percepcije emocija. Međutim, nismo utvrdili povezanost bilo kojeg od načina komunikacije, niti emocionalne kompetencije, s duljinom radnog staža. Također, loša komunikacija nije statistički značajno povezana niti s jednom varijablom. Djelomično smo odbacili i petu pretpostavku: nema značajne mogućnosti prognoze loše komunikacije na temelju varijabli emocionalne kompetencije. S druge strane, poštivanje bontona se statistički značajno dobro može prognozirati pomoću emocionalne kompetencije, na temelju varijable percepcija emocija.

Literatura

1. Bakić-Tomić, Lj. Komunikološko-menadžerski profil rukovoditelj u hrvatskoj policiji. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 2003.
2. Givens, D.B. The Nonverbal Dictionary of Gestures, Signs & Body Language Cues. Washington, Spokane: Center for Nonverbal studies Press, 2002.
3. Goleman, D. Emocionalna inteligencija. Zagreb: Mozaik knjiga, 1995.
4. Goleman, D. Socijalna inteligencija (nova znanost o ljudskim odnosima). Zagreb: Mozaik knjiga, 2008.
5. Mayer, J. D. & Salovey, P. What is emotional intelligence? In: P. Salovey & D. Sluyter, ed.: Emotional development and emotional intelligence: Implications for educators, New York: Basic Books, 1997.
6. McCroskey, J.E., Daly, J.A., & Sorensen, G. Personality correlates of communication apprehension. *Human Communication Research*, 2 (1976): 376 -380.
7. Morris, D. Otkrivanje čoveka kroz gestove i ponašanje. Beograd: Izdavački zavod Jugoslavija, 1979.
8. Radbruh, G. Filozofija prava. Beograd: Nolit, 1980.
9. Takšić, V. i Mohorić, T. Kroskulturalna usporedba faktorskih struktura dviju verzija upitnika emocionalne kompetentnosti (UEK). Zbornik sažetaka 16. dana psihologije u Zadru (ur. A. Proroković), Sveučilište u Zadru, 2008.
10. Takšić, V., Mohorić, T. i Munjas, R. Emocionalna inteligencija: teorija, operacionalizacija, primjena i povezanost s pozitivnom psihologijom. *Društvena istraživanja*, 4-5 (2006): (84-85):729-746.
11. Walhros, S. Family communication. Chicago: Contemporary books, 1995.

COMBINING WORK AND FAMILY LIFE; IMPACT ON MATERNITY

USKLAĐIVANJE POSLOVNOG I OBITELJSKOG ŽIVOTA; UTJECAJ NA MAJČINSTVO

Zdenka Damjanić

Faculty of Economics, University of Zagreb, Zagreb, Croatia

Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska

Abstract

Combining professional and family responsibilities is an important factor that affects model families who prefer working women in Croatia. The dual-earner family model today is the norm in most developed countries. The aim of this study was to examine the values of family and work life, and what is family model favored by students of the Economics Faculty in Zagreb. The research survey on a sample of 420 students of Economics Faculty various ages, using statistical techniques, we examined the preferred forms of family and student attitudes on preferences that are in the labor market. Results show that among the vast majority of tested students preferred model of two earners in a family where both parents are doing paid work outside the household. 40% of students considered to be optimal to have two children and work full time, while 30% think that it is optimal to have one child. To achieve a successful career, 30% of students considered the desirability of one child, 37% two children, and that the number of children is not considered a significant 29% of female students. It is interesting to realize that successful family life only 4% thought that one child is enough, tells us about their willingness to achieve motherhood with two or more children. It is revealing that about 30% of women disavow work outside the home to raise their children. 95% of female students wants career in paid work and have children even though it says that the commitment of future economist in reconciling work and family life.

Keywords

combining professional and family

Sažetak

Usklađivanje poslovnog i obiteljskog života važan je čimbenik koji utječe na model obitelji koji preferiraju zaposlene žene u Hrvatskoj. Dvohraniteljski model obitelji danas je norma u većini razvijenih zemalja. Cilj ovog rada je ispitati vrijednosti obiteljskog i poslovnog života, i kakav model obitelji preferiraju studentice Ekonomskog fakulteta u Zagrebu. Iz anketnog istraživanja na uzorku od 420 studentica Ekonomskog fakulteta svih godina, statističkim tehnikama ispitali smo preferirane oblike obitelji i stavove studentica o preferencijama koje imaju na tržištu rada. Rezultati pokazuju da među ispitivanim studenticama velika većina preferira model dvaju hranitelja u obitelji gdje oba roditelja rade plaćeni posao izvan kućanstva. 40% studentica smatra da je optimalno imati dvoje djece i posao s punim radnim vremenom, dok 30% smatra da je optimalno imati jedno dijete. Za ostvarenje uspješne karijere 30% studentica smatra da je poželjno jedno dijete, 37% dvoje djece, a da broj djece nije bitan smatra 29% studentica. Interesantno je da za ostvarenje uspješnog obiteljskog života svega 4% smatra da je dovoljno jedno dijete što govori o njihovoj spremnosti da ostvare majčinstvo sa dvoje ili više djece. Indikativno je da se oko 30% ispitanica odriče rada izvan kuće kako bi odgajalo djecu. 95% studentica želi karijeru i plaćeni posao iako ima djecu što govori da je opredjeljenje budućih ekonomistica u usklađivanju poslovnog i obiteljskog života.

Ključne riječi

Usklađivanje poslovnih i obiteljskih obaveza, zaposlene žene, studentice

responsibilities, employed women, female students

Rad izvan kuće, radno vrijeme i djeca

Obitelj i rad koji se odvija izvan obitelji u znanosti, bili su predmetom odvojenog promatranja sve do 60-tih godina prošlog stoljeća kada je nastupilo povećano zapošljavanje udanih žena, prvenstveno u razvijenim zemljama Zapada a i u tadašnjim socijalističkim društvima. Time se značajno povećao broj obitelji s oba zaposlena bračna partnera i dvostrukim karijerama. Razlike i antagonizmi o položajima muškaraca i žena postojali su u ranijem periodu ali do šezdesetih godina pretežna većina prihvaćala ih je kao „razumljive same po sebi“, da bi, kako to navodi Beck (1986). Tom problemu u posljednjim decenijama bila posvećena sve veća pažnja i činjeni veći politički naponi u cilju postizanja ravnopravnosti žena u društvu. Rezultat je jačanje svijesti o nejednakostima, s tim što stvarne nejednakosti i uvjeti i razlozi njihova nastanka treba razlikovati od nastajanja svijesti o njima. Razvoj modernizacije, upozorava Beck, dovodi do umrežavanja odluka na svim poljima društvenog rada pa je važno tko pere suđe i kada, tko previja dojenče, tko vodi računa o nabavci tko gura usisavač po kući, postaje isto onoliko nejasno koliko i pitanje tko zarađuje, tko odlučuje o mobilnosti i zašto. Brak se, kako navodi Beck može odvojiti od seksualnosti a ovaj još jednom od roditeljstva, roditeljstvo se može množiti a sve se može podijeliti zajedničkim ili odvojenim životom i potencirati mogućnošću za više boravišnih mjesta. Sve to utječe na profesionalnu mobilnost, buduću sjedne strane tržište rada zahtijeva mobilnost ne obazirući se na privatne okolnosti a brak i obitelj zahtijevaju suprotno. Do kraja promišljen tržišni model moderne pretpostavlja društvo bez obitelji i bez braka (Beck 1986) u kojem svatko mora biti samostalan i otvoren za zahtjeve tržišta kako bi osigurao svoju ekonomsku egzistenciju. Tržišni subjekt je konačno sam pojedinac, a ne individua „ometana“ partnerskim odnosom, brakom i porodicom. Ova proturječnost između zahtjeva partnerskog odnosa i zahtjeva tržišta rada dolazi do izražaja tamo gdje se žena ne želi odreći profesije i gdje oba partnera žele biti slobodni da zarađuju za život dohodovnim radom. Institucionalna rješenja ove proturječnosti ne postoje već su bračni partneri prisiljeni tražiti privatna rješenja koja je svode na internu raspodjelu rizika. Tko će se odreći ekonomske samostalnosti i sigurnosti što je osnovna pretpostavka za život u društvu, tko će pristati na znatne profesionalne gubitke i na izbacivanje iz profesionalne karijere? Mnogi problemi prebacuju se na obitelj a sve konflikte teme imaju jednu institucionalnu stranu tj institucionalno osiguranoj nemogućnosti objedinjavanja brige o djetetu sa profesionalnim obvezama. Jezgro obitelji, njegova svetinja roditeljstvo počinje se raspadati na pozicije materinstva i očinstva. S procesom individualizacije unutar obitelji mijenjaju se društveni odnosi i kvaliteta odnosa sa djetetom. S jedne strana dijete je prepreka u procesu individualizacije, iziskuje materijalne žrtve i rad mijenja dnevne i životne planove, usavršava diktaturu zahtjeva i roditeljima nameće biološki životni ritam a sjajem svog osmjeha ono postaje nezamjenjivi posljednji preostali, neotkaziv nezamjenjiv primarni odnos. Iako se stopa nataliteta smanjuje značaj djeteta raste. Ono postaje posljednja alternativa usamljenosti i u tom slučaju nema više od jednog djeteta. Dohodovni rad i profesija postali su temelj življenja u modernom društvu ali isto kao i obitelj i profesija je danas izgubila svoju nekadašnju sigurnost i zaštitne funkcije. Sistem zapošljavanja sve sedamdesetih godina svodio se na doživotnu zaposlenost sa punim radnim vremenom. U posljednjim godinama recesije i racionalizacije standardizirani sistem pune zaposlenosti počinje slabiti te dolazi do fleksibilizacije na području radnog prava, radnog mjesta i radnog vremena.

Krajem sedamdesetih pojačan je interes za utjecaj koji ima zaposlenost žena na obiteljski život, na odgoj i napredak djece, međugeneracijsko pomaganje i slično. Posebno se istražuje sukob obiteljske i radne uloge koji se isprva primjećuje samo u zaposlenih majki a zatim i u očeva. Sukob uloga isprva se objašnjava neravnomjernom raspodjelom obiteljskim i kućnim poslovima da bi se ipak došlo do spoznaje kako se radi o nesimetričnoj raspodjeli moći u obitelji koja je rezultat patrijahalnog obrasca neravnopravnosti spolova. (Kluwer i dr, 1996, Greeinstein, 1996)

Predanost radu smatra se kao mjera radne etike gdje postoji moralna obveza rada kako bi se iskazala jedna od vrijednosti društva. Ona se tretira kao osobna vrijednost sa pozitivnim konotacijama. Dok se za muškarce posao smatra dijelom njihovog identiteta kod žena se posao smatra primarnim zbog toga što im daje pristup zajednici i i zvan doma gdje mogu ostvariti socijalne kontakte te zaraditi novac i vježbati vještine. Danas žene postaju sve više ekonomski neovisne te prema tome niti ne ulaze u brakove. Dogodila se kvalitativna promjena u radnoj orijentaciji jer sad puno veći broj žena sudjeluje u radu, budući je u prošlosti rad bio orijentiran na muškarce te je postojalo shvaćanje da muškarci trebaju donositi novac u kuću, dok se prolaskom vremena i sudjelovanjem tj. udjelom žena u u zaposlenosti žene se više odlučuju za financijsku nezavisnost.

do nedavno nije postojala generalna teorija koja bi predviđala razvoj radne orijentacije te se prije predviđalo da će podjela između muškaraca i žena biti relativno rigidna, ali su te teorije ubrzo srušene s obzirom da su se stvari promijenile i to način da danas žene imaju više utjecaja te same biraju svoj put u budućnost. U prošlosti su se teorije orijentirale na homogenu aspiraciju žena ili muškaraca u modelima idealnih obitelji i zaposlenja dok danas alternativne teorije nude teoriju preferencije koja je usmjerena na tri održiva različita modela idealnih obitelji i heterogenih preferencija žena gdje je život usmjeren na karijeru, život koji je usmjeren na dom i obiteljski život te kombinacija ove dvije preferencije.

Teorija preferencije prikazuje pet povijesnih promjena koje su se dogodile na tržištu rada i predstavljaju novi scenarij prilika i mogućnosti za žene. (Hakim,2003)

Revolucija nakon 1965. godine omogućila je aktivnim ženama da imaju više kontrole s obzirom na plodnost po prvi put, a revolucija jednakih mogućnosti osigurala je da žene imaju jednak pristup svim pozicijama i karijeri na tržištu rada. Razvoj gospodarstva donio je atraktivnija zanimanja, a sve je veći razvoj poslova za one koji su drugi po zaradi u obitelji, koji ne žele staviti prioritet na plaćeni rad u punom radnom vremenu. Došlo je do povećavanja važnosti stavova i vrijednosti i osobnih preferencija u izboru životnih modela u modernom društvu. Ovakve promjene, smatra Hakim, i transformacija u modernom društvu završena je samo u SAD-u, Velikoj Britaniji i Nizozemskoj, dok mnoge zemlje kao primjerice Španjolska nisu dovršile svih pet promjena u početku 21. stoljeća. Mnogo mladih žena u razvijenim zemljama ima korist od novog scenarija mogućnosti odabira koje rad i život pruža, za razliku od starijih žena koje su odrasle bez ideje o izboru odabira načina života.

Analiza između različitih zemalja pokazala je da primjerice Velika Britanija i Španjolska pokazuju različita tržišta rada i veoma oštar kontrast u zaposlenosti ženskog roda. U Španjolskoj je rad na pola radnog vremena veoma malo zastupljen dok u Velikoj Britaniji više od polovice žena rade posao od pola radnog vremena.

U Španjolskoj je prosječna stopa rada žena 32% što predstavlja najmanje u cijeloj Europskoj Uniji, dok u Velikoj Britaniji ova stopa je iznad 45%. Stope rada za žene u Velikoj Britaniji, Njemačkoj i Francuskoj su veoma slične dok su Španjolskoj slične Italija i Grčka. Stope rad u Španjolskoj su niske upravo zbog velike nezaposlenosti stoga su mnoge žene obeshrabrene u traženju posla što znači da svaka četvrta žena traži posao. Nezaposlenost je koncentrirana na to da mladi ljudi teško nalaze posao tj. 1/3 radno sposobnih ne može naći posao. Ovakvo stanje dovodi do toga da se veliki broj mladih odlučuje za neki viši stupanj edukacije te ostaju živjeti kod roditelja. U zemljama u kojima su se dogodile navedena promjene postoji značajno povećanje standarda u obrazovanju u mladima i starijih gdje ne postoje velike razlike dok u zemljama u kojima se nisu dogodile postoje velike razlike jer su stariji ostvarili minimalno obrazovanje. (Hakim, 2003)

RADNA ORIJENTIRANOST I MODELI IDEALNE OBITELJI

Istraživanje radne orijentiranosti i modela idealne obitelji pokazala su da model idealne obitelji ima snažan utjecaj na radnu orijentaciju žena ali ne i na muškaraca, kao što se i očekuje. Također, postoji i konzistentnost između radne orijentacije o pogleda na to tko bi trebao biti odgovoran za prihode i

domaćinstvo. U Velikoj Britaniji žene koje vjeruju da oba partnera imaju zajedničku odgovornost za prihode (64%) imaju višu radnu orijentiranost nego oni koji razdvajaju uloge (43%).

PROCJENE ŽIVOTNIH PREFERENCIJA

Rad kao središte života jest važan faktor u odabiru preferencija životnog stila. Radno orijentirani muškarci i žene su ti kojima je posao središte njihovog identiteta i njihovog životnog stila. Radno – orijentirane žene i kućanski modeli je manje zastupljen model dok je adaptivna grupa žena najdominantnija. Stereotip žene koja je u adaptivnom modelu jest da ona traži balans između posla i obitelji, dok radno orijentirane žene najčešće nemaju djece jer su posvećene karijeri, dok žene koje su domaćinski orijentirane u potpunosti su posvećene svojem domu. Tako 1/3 žena u ovom istraživanju vjeruje kako su dom i djeca najvažniji fokus u njihovu životu, 28% smatra da žene trebaju kombinirati obiteljski život i posao dok 20% žena smatra kako žene ne mogu kombinirati te dvije stvari.

Žene koje imaju financijsku zaštitu, njih 1/5 smatra kako bi trebale u potpunosti biti posvećene svojoj djeci, dok 3/4 smatra da bi trebale imati posao na pola radnog vremena, te samo 5% majki smatra da treba raditi puno radno vrijeme. Ukupno se pokazuje da žene koje su domaćinski orijentirane i dalje predstavljaju manjinu dok žene koje su u potpunosti posvećene karijeri predstavljaju raritet.

U zemljama Srednje i Istočne Europe te u bivšim socijalističkim zemljama među koje spada i Hrvatska problemi zaposlenosti i obitelji u dvohraniteljskim obiteljima javili su se i ranije nego na Zapadu i to zbog činjenice da je deagrarizacija i industrijalizacija zahtijevala masovno zapošljavanje te je gotovo izjednačila mušku i žensku radnu snagu. U tom tipu države postojala je sigurnost radnog mjesta a majčinska uloga bila je na više načina potpomognuta (Puljiz, 2000). Promjene koje su nastupile padom socijalizma u periodu tranzicije, privatizacije i zatvaranja poduzeća kao i globalizacijski utjecaj dovele su do ukidanja socijalne države i uvođenja „radne države“ koja smanjuje troškove socijalnih transfera te troškove javnog sektora prebaciti na građane. Tako je došlo do smanjenja mnogih povlastica kojima je država amortizirala sukob uloga zaposlenika a osobito majki. Rezultat je da je u nekim zemljama došlo do apstinencije od djece (Adler, 1997).

Razvoj znanosti i tehnologije pridonio je većoj osobnoj profesionalnoj afirmaciji žena te povećanju njihove ekonomske samostalnosti, uz primjenu različitih sredstava kontrole trudnoće koji omogućuju varijante izbora između „nužnosti rađanja“ i profesionalne afirmacije i karijere (Inglehart i Norris 2003).

U uvjetima današnjeg globalne ekonomije koja čini rizičnim opće uvjete egzistencije više gotovo da nema obitelji u urbanim područjima zapadnih društava koja bi se oslanjala isključivo na muškarca hranitelja (Perrons, Fagan i Mc Dowel, ur 2006, Giddens, 2007) Danas sve više, gotovo sve žene, rade na tržištu rada izvan kuće. Kućni budžet sačinjen od dva dohotka sigurniji je od kada se radi o povremenim i nesigurnim poslovima. Danas u većini europskih zemalja između 35% i 60% žena u dobi između 16 i 60 godina radi za plaću izvan kuće. Primjećeno je da se u posljednjih desetljećima smanjuje razlika u količini ekonomske aktivnosti između muškaraca i žena. Razlog je u promjenama u opsegu i vrsti zadataka koji su tradicionalno povezani sa ženama i kućanstvom. Tradicionalni model nukleusne obitelji sa muškarcem hraniteljem žene kućanice sada se odnosi samo na četvrtinu svih obitelji u Velikoj Britaniji. Ekonomski pritisci na kućanstvo uključivo i porast muške nezaposlenosti prisilili su mnoge žene da rade. Pa ipak, unatoč formalnoj ravnopravnosti s muškarcima žene nisu izjednačene na tržištu rada. Dolazi di profesionalne segregacije temeljene na predrasudama o tome koji su muški ili ženski poslovi.

Premda danas sve više žena radi izvan kuće puno radno vrijeme mnoge rade honorarno, na određeno vrijeme. Posljednjih se godina zapošljavanje na određeno ili skraćeno vrijeme iznimno povećalo dijelom kao posljedica tržišta rada usmjerenih na poticanje fleksibilnih politika zapošljavanja a dijelom zbog ekspanzije uslužnog sektora (Crompton, 1997). Prevladava mišljenje da honorarni poslovi omogućuju poslodavcima puno veću fleksibilnost nego zapošljavanje na puno radno vrijeme

te ih stoga često prihvaćaju žene koje pokušavaju uskladiti obveze kod kuće i na poslu. No honorarni posao ima nedostatak jer je slabije plaćen nesiguran i ne pruža mogućnost za napredovanje u karijeri. Do 1994 godine žene su obavljale 78% svih honorarnih poslova u Velikoj Britaniji (Crompton, 1997). Razvojem globalizacije pokušava se nametnuti u razvijenim zemljama pa i u Hrvatskoj koncept fleksibilizacije u zapošljavanju. Istraživanja su pokazala da su honorarni poslovi slabo plaćeni nesigurni i fleksibilniji za poslodavca nego za posloprimca. Navodi se da većina tako zaposlenih žena ne želi zaposlenje na puno radno vrijeme. (Giddens, 2007)

Neki istraživači skloni su tvrdnji da postoje različiti tipovi žena od kojih su neke zainteresirane za posao i one koje nisu zainteresirane, i koje ujedno podržavaju tradicionalnu podjelu rada. (Hakim 1996)

Proizlazi da su mnoge žene sretno što mogu odabrati honorarni posao jer tako uspijevaju obaviti sve svoje kućne obveze. No, u jednom značajnom smislu napominje Giddens, žene zapravo nemaju izbora budući muškarci ne preuzimaju primarnu odgovornost za odgoj djece. Mnogi sociolozi istaknuli su pritisak socijalnih pojava kakve su profesionalna segregacija, nedostupnost dječjih vrtića i trajna rodna diskriminacija razloge masovnog prihvaćanja honorarnih poslova dok drugi tvrde da je položaj žena na tržištu rada posljedica njihovog racionalnog izbora (Hakim, 1995, 1996, 1998). Hakim se ne slaže sa tvrdnjom da je slaba dostupnost dječjih vrtića zapreka za žene koje žele raditi puno radno vrijeme te da nisu eksploatirane na honorarnim poslovima. Dodaje da žene jednostavno o poslu razmišljaju drugačije nego muškarci zbog čega racionalno kao prioritet odabiru bavljenje kućanstvom te da su zadovoljne prilagodljivošću koju im pruža honorarni posao.

Neki autori naglašavaju da je među mladim diplomiranim ljudima koji danas ulaze na tržište rada profesionalna segregacija prema rodu manje naglašena. Za žene iz srednje klase jednako je vjerojatno da će upisati dobre fakultete i da će se nakon diplome dobro zaposliti (Giddens, 2007). No glavni utjecaj na njihovo sudjelovanje na tržištu rada ima činjenica jesu li majke. U svim socioekonomskim skupinama vjerojatnije je da će žena raditi puno radno vrijeme ako nema djecu. Istraživanja su pokazala da visokokvalificirane žene će se vjerojatno vratiti na posao brzo nakon porođaja i dati djecu na čuvanje u dječji vrtić (Rake, 2009)

Istraživanja su pokazala da napredak u ženskim profesionalnim mogućnostima nije jednak za sve te da je zapošljavanje žena pretežito u slabo plaćenom uslužnom sektoru te da se majke s malom djecom sve više zapošljavaju te je bitna skrb za djecu. Potreba za dječjim vrtićima mora se shvatiti kao jedan od najznačajnijih čimbenika koji utječu na sposobnost žene da se zaposli. Kako bi radila puno radno vrijeme žena mora osigurati skrb za djecu bilo formalnu ili neformalnu u vidu pomoći šire obitelji susjeda i slično. Istraživanje Britanskog Ministarstva obrazovanja i zapošljavanja provedeno 1998. g. pod nazivom „Zadovoljavanje potrebe za dječjom skrbi“, upozorilo je da bi četiri od pet žena radile kada bi riješile čuvanje djece.

UTJECAJ ZAPOSLENOSTI NA RODITELJSTVO

Usklađivanje poslovnih i obiteljskih obveza

Konstatirali smo da je u današnje vrijeme općeprihvaćen novi način života gdje su žene prisutne na tržištu rada, raste stupanj obrazovanosti žena, ali i mogućnosti koje se ženama pružaju (Čudina-Obradović, M., Obradović, J., 1999. g.)

Visoko obrazovane žene su kategorija ispitanica kod kojih ne postoji pravilo, već je jedino zajedničko većini tih žena da sve odgađaju rađanje prvog djeteta dok same fertilitetne intencije i željeni broj djece se znatno razlikuje kod svake. Prema navedenom istraživanju visoko obrazovani pojedinci žele imati manje djece ali tu odluku odgađaju. Značajan čimbenik u odluci o roditeljstvu je i socioekonomska situacija. Prema navedenom istraživanju odluke o roditeljstvu tendiraju rasti s porastom obrazovanja pojedinca, dosežu vrhunac kada oba partnera rade te malo padaju kada je jedan od partnera nezaposlen. Neki autori (Mencarini i Tanturri, 2006.) ističu kako nesigurni i nefleksibilni posao utječe

na kreiranje fertilitetnih intencija, koje nerijetko postanu i negativne, odnosno dolazi do trajnog odgađanja roditeljstva.

S obzirom na ekonomski status, Čudina – Obradović i Obradović (1999.), navode kako kod osoba sa manjim dohotkom pada i željeni broj djece dok osobe s velikim primanjima imaju općenito manje fertilitetne intencije. U Hrvatskoj se povećava broj visoko obrazovanih pojedinaca te je prvenstveno potaknuto većom participacijom ženskom stanovništva u obrazovnom sustavu.

Kao rezultat toga udio žena koje upisale i završile neko visoko učilište u posljednjih 20 godina, premašio je udio muškaraca. Među diplomiranim studentima povećao se sa 31,8% 1960.godine na 58,6% 2009.godine (DZS, 2011.g.).

Udio žena povećan je i među magistrima, doktorima znanosti i sveučilišnim specijalistima. Povećanje udjela žena u visokom obrazovanju u Hrvatskoj neminovno utječe na odgađanje majčinstva kao posljedice dugog školovanja. Prosječna starost majki kod rađanja, 2009. godine iznosila je 27, 4 godine, što je povećanje u odnosu na 1960. godinu za gotovo 4 godine (DZS, 2011.).

To nije samo posljedica odgađanja rađanja od strane visoko obrazovanih žena, već se povećava za sve obrazovne skupine. Razlika između majki sa nižim obrazovanjem i onih s visokim obrazovanjem, iznosila je 4 godine. Čipin (2011.)

Istraživanja pokazuju, u Hrvatskoj je pronađena negativna veza između razine obrazovanja i broja djece koja će žena imati do kraja svog fertilnog razdoblja.

Žene s tercijskim obrazovanjem, 57% nemaju niti jedno dijete, a samo 3,4% imaju troje ili više djece. Dok žene sa najnižim obrazovanjem u najvećem dijelu imaju dvoje 38,9% ili troje i više djece 30,6%, dok ih je najmanje bez djece i to samo 13,9% što je razlika u odnosu na visoko obrazovane od 43 postotna poena. Prema provedenom istraživanju proizlazi da visoko obrazovane žene žele roditi veći broj djece ali to se ne događa zbog nedostatka razvijene infrastrukture i podrške zaposlenim ženama, veće jednakosti među spolovima i slično. Odnos između obrazovanja i odluke o roditeljstvu je složen. U većini prikupljenih podataka da je najvažniji utjecaj u produljenju vremena prije ulaska u roditeljstvo te u nedostatku institucija i politike koje će omogućiti lakše kombiniranje rada i izgradnje karijere sa odgojem djece te poticati rodnu jednakost kako se briga o djetetu ne bi smatrala samo ženskim poslom. Isključiva briga žene o djeci u situaciji kad žene akumuliraju više ljudskog kapitala odnosno više ulažu u obrazovanje, promatraju rađanje djece kao teret i prepreku realiziranju tog ljudskog kapitala, odnosno karijere. Analizom Skandinavskih zemalja dolazi se do zaključka kako obiteljske politike ali i same kulturne vrijednosti koje postoje u društvu imaju jak utjecaj na odluku o roditeljstvu.

Fleksibilne obiteljske politike usmjerene na rodnu ravnopravnost, jačanje položaja žene na tržištu rada, promicanje obitelji sa dva hranitelja te usklađivanje rada i obitelji, odnosno brige o djeci kakve prevladavaju u Skandinavskim zemljama, neizravno potiču fertilitet i poništavaju negativan utjecaj obrazovanja.

Politike koje rade prvenstveno na usklađivanju poslovnog i obiteljskog života te promicanje žene kao zaposlene majke, a ne izravnim usmjeravanjem na podizanje fertiliteta imaju bolji utjecaj na kasniji rast fertiliteta pojedinca, pa i same zemlje.

Što se tiče Hrvatske možemo konstatirati da se radi o kulturnim i društvenim vrijednostima koje su drugačije od onih u gore navedenim zemljama. Prisutan je značaj nedostatak institucija za brigu o djeci. Problematika usklađivanja posla i obitelji vezana je uz različite obiteljske modele kao i mjere obiteljske politike.

Opće je poznato da obiteljska politika bez obzira da li je riječ o natalitetnoj ili redistributivnoj varijanti nalazi se isključivo u nadležnosti države jer jedino ona ima mehanizme i sredstva za oživotvorenje te politike i ispunjenje njenih mjera. Prema rezultatima istraživanja (Akrap i suradnici, 2003.), oko 50 % ispitanica smatra da država nije odgovorna da osigura parovima željeni broj djece dok 70,97% smatra da bi mjere obiteljske politike pomogle ostvarenju željenog broja djece. Dakle, više od 70% ispitanica iz istočnih hrvatskih županija drži Vladu i državu odgovornom u pogledu pružanja mogućnosti ženi da radi izvan kuće i podiže djecu.

U istraživanju koje smo proveli među studenticama Ekonomskog fakulteta u Zagrebu željeli smo istražiti stavove studentica o pitanjima koja se odnose upravo na odnose zaposlenosti, karijere te usklađivanja poslovnog i obiteljskog života.

Tablica 1. Danas žene obično imaju manje djece nego u ranijim generacijama. Navedite uz svaku od ovih izjava je li važna u objašnjavanju te pojave.

	Nevažna	Važna	Vrlo važna
Sve veći broj žena koje rade izvan kuće	16,3	58,5	25,2

U odgovoru na pitanje koliko zaposlenost žena izvan kuće utječe na fertilitet, odnosno odluku o rađanju, jedan dio ispitanica je kao vrlo važnu ocijenio pojavu utjecaja zaposlenosti izvan kuće na odluku o roditeljstvu. Više od 50% ispitanica smatra zaposlenost žena važnim uzrokom imanja manjeg broja djece od ranijih generacija dok 16,3% ispitanica smatra da je zaposlenost žena nije bitan čimbenik za smanjenje stope fertiliteta. Taj odgovor može upućivati da ispitanice odgovornim za smanjenje broja djece smatraju neke druge faktore koji mogu biti osobne životne vrednote, emotivni razlozi, osobna motivacija i slično. Većina ispitanica odgovorila je da je veza između zaposlenosti i smanjene ženske reprodukcije pozitivna što upućuje na zaključak da su studentice dobro informirane o situaciji u poslovnom okruženju te svim negativnim okolnostima usuglašavanja obiteljskog i poslovnog života.

Tablica 2. Molim vas navedite, mislite li da je Vlada odgovorna za rješavanje sljedećih problema:

	Nije odgovorna	Djelomice	Odgovorna je	Potpuno odgovorna
Omogućiti ženama sudjelovanje u radnoj snazi	3,2	13,8	45,4	37,5
Pružiti ženama mogućnost da kombiniraju rad izvan kuće i podizanje djece	4,4	23,5	38,5	33,6

Na pitanje o ulozi Vlade u politici zapošljavanja žena na način da Vlada treba omogućiti sudjelovanje žena na tržištu rada i njihovo zapošljavanje dobiveno je da isključivo odgovornost Vlade na tom području vidi više od 1/3 ispitanica. Nešto manje od 50% smatra Vladu odgovornom za područje zapošljavanja žena dok oko 17% ispitanica smatra da to nije odgovornost nije Vlade, tj. da Vlada nije dužna osigurati uvjete zapošljavanja žena. Više od 80% ispitanica smatra Vladu odgovornom u otvaranju tržišta rada prema ženama. Budući se radi o studenticama Ekonomskog fakulteta, dakle budućim ekonomisticama koje imaju pred sobom ne samo obično zaposlenje već i karijeru na području marketinga, financija, menadžmenta, dakle visoko kvalificiranih poslova očito je da procjenjuju ulogu države presudnom u otvaranju radnih mjesta, a manje se oslanjaju na poduzetnički sektor kojem bi to trebao biti prvenstveni zadatak. Ti rezultati govore o paternalističkoj ulozi države i odgovornost koju na nju prevaljuju ispitanici. Istovremeno podijeljena su mišljenja ispitanica o odgovornosti Vlade u rješavanju problema koji se odnose na usklađivanje poslovnih i obiteljskih obaveza. 2/3 ispitanica smatra da je obveza Vlade da rješava probleme koji proističu iz zaposlenosti žena izvan kuće i uloge majke. Interesantno da oko 30% ispitanica smatra da Vlada nema odgovornost za rješavanje problema zaposlenim majkama te da uloga države u pomoći ženama kod usklađivanja posla i obitelji nije važna. Stavovi ovih ispitanica mogu se tumačiti na način da one vjeruju da se ti problemi mogu riješiti unutar obitelji ili da se takvi problemi rješavaju isključivo putem javnih servisa

koji egzistiraju na tržištu ili možda smatraju da problemi usklađivanja poslovnog i privatnog života trebaju biti u domeni tvrtki ili poslovnog sektora.

Ljestvica osobnih i životnih vrednota u suvremenim društvenim i gospodarskim uvjetima

Tablica 3. Koliko je važno za vas?

	Nevažno	Važno	Vrlo važno
Imati dovoljno vremena za sebe i svoje interese	1,0	45,4	53,6
Ne biti zaboravljen u starijoj dobi	3,7	48,6	47,7
Biti sretan i zadovoljan u životu	0,2	11,9	87,9
Ravnopravnija raspodjela kućanskih poslova između žene i muškarca	10,4	47,7	42,0
Poštovanje i ugled izvan vlastite obitelji	5,9	55,1	39,0
Imati dovoljno novca/prihoda	2,0	52,3	45,7
Živjeti prema pravilima svojih uvjerenja i vjere	3,7	51,6	44,7
Težiti prema svom ispunjenju	0,7	33,1	66,2
Pružiti svojoj djeci dovoljno pažnje i brige	0,5	11,6	87,9
Ostvariti uspješnu karijeru	4,2	58,3	37,3
Ostvariti potpun i uspješan obiteljski život	2,5	25,9	71,6
Imati dovoljno vremena za domaćinstvo i istovremeno imati posao s punim radnim vremenom	10,4	50,6	38,8
Živjeti u lijepoj, prostranoj kući	28,9	55,3	15,6
Omogućiti svojoj djeci odgovarajuće obrazovanje	0,7	9,1	89,9

Razmotreni rezultati istraživanja pokazuju da u poretku osobnih životnih vrednota ispitane studentice daju pružaju pažnje svojoj djeci, skrbi djece i njihovom obrazovanju te osobnoj sreći i zadovoljstvu u životu, a jednako tako ostvarenju uspješnog obiteljskog života. Razumljivo da samo 4,2% smatra nevažnim ostvarenje uspješne karijere dok oko 2/3 ispitanica želi imati lijepu i prostranu kuću dakle kvalitetno riješeno stambeno pitanje, dok 1/3 to smatra nevažnim. Tek 2% ispitanica smatra da nije bitno imati dovoljno novca dok 45% smatra vrlo važnim tu činjenicu čak važnijom od poštovanja i ugleda izvan obitelji. Kad se radi o generacijskom odnosu više od 90% ispitanica smatra da bi trebale imati dobre odnose sa svojom djecom i da je jako važno ne biti zaboravljen u starosti. Kad se radi o ispunjenju vlastitih unutarnjih ciljeva 2/3 ispitanica smatra ih vrlo važnim, 1/3 važnim a nevažnim tek 0,7%. Interesantno je da 10,4% smatra ravnomjernu raspodjelu kućanskih poslova između muškarca i žene nevažnim, a za 42% ispitanica je vrlo važno.

Broj djece u odnosu prema mogućnosti ostvarenja osobnih životnih vrednota

Tablica 4. Koliko djece može netko imati, a da pritom ostvari navedene ciljeve?

	Jedno dijete	Dvoje djece	3 ili više	Nije bitno
Ostvariti uspješnu karijeru	30,6	37,5	2,7	29,1
Ostvariti potpun i uspješan obiteljski život	4,0	30,9	15,6	49,6
Imati dovoljno vremena za domaćinstvo i istovremeno imati posao s punim radnim vremenom	30,1	40,5	4,4	24,9

Tablica 4. pokazuje mogu li se s djecom, a ako da s koliko djece ostvariti osobne životne vrijednosti. Ispitanice su navodile s koliko djece ili bez njih mogu ostvariti životne vrijednosti ili drže da ostvarenje određenih životnih vrijednosti nije povezano s brojem djece. 29,1% ispitanica smatra kako ostvarenje uspješne karijere nije povezano s brojem djece koju žena odgaja. Dok troje i više djece uz uspješnu karijeru imalo bi 2,7% ispitanica. U ostvarenju uspješne karijere i rađanju jednog djeteta opredijelilo bi se 30,6% dok dvoje djece kao optimalni broj uz koji bi se mogla ostvariti uspješna karijera smatra 37,5% ispitanica. Ispitanice koje povezuju broj djece sa uspješnim obiteljskim životom i smatraju da je broj djece povezan sa tim vrijednostima su kao optimalan broj dvoje djece navele u postotku od 30,9%, troje i više djece u postotku od 15,6% dok 50% ispitanica smatra da broj djece nije bitan za uspješan obiteljski život. Interesantno je da svega 4 % smatra jedno dijete poželjnim kad se radi o usuglašavanju obiteljskog života i roditeljstva. Zanimljivo je da polovica ispitanica ne povezuje uspješan obiteljski život sa brojem djece što znači da to može biti život bez djece. Začuduje i podatak da bi 15% ispitanica bilo spremno roditi 3 ili više djece kako bi imalo uspješan obiteljski život.

PREFERIRANI MODEL ZAPOSLENOSTI

Radno vrijeme i djeca

Povezivanje obrazovanja roditelja i fertiliteta može se povezati s teorijama postignuća statusa koje sugeriraju da visokoobrazovane žene osim rađanja djece imaju mogućnosti za postizanje društvenog statusa. Jedan od čimbenika je da obrazovanje povećava potrošačke aspiracije, što dovodi do percipiranog povećavanja troškova djece i smanjivanja zahtjeva za djecom. Uz negativne trendove moguće je očekivati i suprotna kretanja od pretpostavljenih tj. da će veća ekonomska neovisnost žena postignuta kroz viši stupanj obrazovanja dovesti do povećanja broja sklopljenih brakova. Postavlja se pitanje hoće li takvi brakovi visokoobrazovanih bračnih partnera biti bez djece ili s djecom. Velika većina građana promatrana u 33 europske zemlje, drži da su djeca vrlo važan čimbenik za uspješan brak. Jedino u Danskoj trećina građana smatra da djeca nisu važan čimbenik za uspješan brak. U Hrvatskoj 3 % građana smatra isto. Već smo napomenuli, da obrazovni sustav i s time povezane promjene u stavovima i životnim motivima predstavljaju važan činitelj koji utječe na odluku o rađanju djece. Postavlja se pitanje koliko je i u kojim uvjetima održiva tvrdnja da obrazovanija žena ima ili želi imati manje djece. Razlike koje postoje u demografskim kretanjima među visokorazvijenim europskim zemljama pokazuju kako, nije održiva jednostavna relacija da viša razina obrazovanja žene znači i njezinu manju sklonost za rađanjem. Među važne istraživačke rezultate ubrajamo i one koje se odnose na stavove ispitanica o poželjnom radnom vremenu žene u ulozi majke i zaposlene žene. Tu se pokazuje na koji način ispitanice mogu i žele kombinirati zaposlenje izvan kuće i odgoj djece.

Kod analize dobivenih rezultata moramo uzeti u obzir činjenicu da ispitanice polaze od sadašnjih prilika u Hrvatskoj u pogledu socijalne infrastrukture za pomoć zaposlenoj ženi i majci. Rezultati pokazuju da promjena sustava vrijednosti prednost daje osobnoj neovisnosti, emancipaciji i povećanim konzumerističkim aspiracijama, što udaljuje ženu od tradicionalnog modela uloge kućanice. Ako bi se analizirala sklonost ispitanica za majčinstvo, s obzirom na radno vrijeme i zaposlenost u kući, možemo konstatirati da oko 85% ispitanica ne želi imati puno radno vrijeme i odreći se majčinstva, dok 14,3% studentica je spremna na takav izbor. Jedna trećina ispitanica spremna je raditi puno radno vrijeme i imati jedno dijete, dok su dvije trećine ispitanica spremne raditi puno radno vrijeme i podizati dvoje djece. Indikativan je podatak da je trećina ispitanica spremna raditi puno radno vrijeme i imati više od dvoje djece. U istraživanjima provedenim na širokom uzorku udatih žena, oko 23% ispitanica smatra da bi moglo raditi puno radno vrijeme i imati više od dvoje djece. Vidljivo je da studentice spremne na rad u punom radnom vremenu imaju istovremeno i spremnost za rađanje više djece, što naravno ne znači da će biti i ostvareno, ali govori o visoko motiviranom porivu za majčinstvo. Nadalje, ispitanice studentice gotovo da i nisu spremne imati skraćeno puno radno vrijeme i apstinirati od majčinstva. Indikativno je da ispitanice koje žele roditi jedno dijete u 85% smatraju da im je potrebno skraćeno radno vrijeme, dok ispitanice koje

preferiraju dvoje djece su podjeljenje na način da jedna trećina želi skraćeno radno vrijeme, a dvije trećine ne. Ispitanice koje su spremne roditi više od dvoje djece u postotku od 41% smatraju da bi trebale raditi skraćeno radno vrijeme. Indikativno je da se nešto manje od 30% ispitanica spremno odriče rada izvan kuće, kako bi podizalo djecu dok su mala i spremne su biti kućanice. Najveća većina studentica (95%) ne bi moglo biti bez zaposlenja uopće kad postoje djeca, što znači da se nisu spremne odreći karijere i zaposlenja.

Tablica 5. Navedite što bi bio vaš izbor?

	Nije moj izbor	Moj izbor
Puno radno vrijeme bez djece	84,7	14,3
Puno radno vrijeme i jedno dijete	67,2	31,9
Puno radno vrijeme i dvoje djece	30,9	68,4
Puno radno vrijeme i više od dvoje djece	64,2	34,8
Skraćeno radno vrijeme bez djece	92,8	6,2
Skraćeno radno vrijeme i jedno dijete	84,4	14,6
Skraćeno radno vrijeme i dvoje djece	65,7	33,3
Skraćeno radno vrijeme i više od dvoje djece	57,5	41,5
Biti bez posla sve dok su djeca mala	71,4	27,7
Biti bez posla uopće kada postoje djeca	95,3	3,5

Zapošljavanje žena pri kojem one rade za plaću izvan kućanstva nedvojbeno je važan činitelj koji utječe na promjene u obitelji i radu. Iako je ulazak žena u svijet rada bio privremena pojava radi popunjavanja kućnog proračuna (Hakim, 2003).

VRIJEDNOSNE ORIJENTACIJE I DJECA

Faktorskom analizom pod komponentnim modelom uz GK kriterij zaustavljanja rotacije (varimax) na instrumentu percepcije važnosti u životu dobivena su tri faktora. S obzirom na saturacije čestica na pojedinom faktoru nazvali smo ih «karijera», «obitelj» i «individualizam».

Tablica 6. Matrica varimax faktora. Što je važno u životu?

	KARIJERA	OBITELJ	INDIVIDUALIZAM
Ostvariti uspješnu karijeru	.698		
Živjeti u lijepoj, prostranoj kući	.672		
Imati dovoljno novca/prihoda	.652		
Poštovanje i ugled izvan vlastite obitelji	.577		
Imati dovoljno vremena za sebe i svoje interese	.485		
Ostvariti potpun i uspješan obiteljski život		.756	
Imati dovoljno vremena za domaćinstvo i istovremeno imati posao s punim radnim vremenom		.736	
Pružiti svojoj djeci dovoljno pažnje i brige		.656	
Težiti prema svom ispunjenju			.719
Živjeti prema pravilima svojih uvjerenja i vjere			.630
Biti sretan i zadovoljan u životu			.540

Ekstrahirani faktori tumače 49,35% varijance.

Analiza varijance dobivenih faktora i sljedećih varijabli: prihod obitelji, važnost Boga u životu, religijska praksa, religijska samoidentifikacija, mjesto odrastanja, regionalna pripadnost pokazala je

statističku značajnost na faktorima «KARIJERA» i «OBITELJ» s obzirom na važnost Boga u životu, religijska praksa i religijska samoidentifikacija.

Tablica 7. «KARIJERA», s obzirom na važnost Boga u životu.

	M	F =3,723 sig. p < 0,03	kontrast
Nevažan	.411		1>3
Niti važan niti nevažan	.118		
Važan	-.059		

Povezivanje ove tvrdnje sa samoprocjenom religioznosti dobili smo kako su oni građani koji se smatraju religioznim. Dobili smo da ispitanice koje se ne smatraju religioznim veću važnost daju aktivnostima koje se odnose na karijeru.

Ispitanice kojima Bog nije važan u životu sklonije su latentnom sklopu kojeg smo nazvali «karijera».

«OBITELJ», s obzirom na važnost Boga u životu

Tablica 8. «OBITELJ», s obzirom na važnost Boga u životu.

	M	F =26,672 sig. p < 0,01	kontrast
Nevažan	-.921		3>1,2
Niti važan niti nevažan	-.407		
Važan	.182		

Ispitanice kojima je Bog važan u životu sklonije su obiteljskoj orijentaciji u životu.

Istraživanja koja se tiču odnosa religioznosti i pristupa ulogama žena i muškaraca u suvremenom društvu, pokazuju trend prema kojem su praktični vjernici skloni konzervativnim rodnim stavovima, pa tako i istraživanja koja se bave pozicioniranjem žene u društvu, u Hrvatskoj, pokazuju da se Hrvatska nalazi među tradicionalnim zemljama.

Oni koji pristaju uz tradicionalnu religioznost prihvaćaju učenja Crkve, skloniji su prihvaćanju patrijahalnih svjetonazora vezanih uz stereotipnu rodnu podjelu. (Galić, Nikodem 2006. 96)

Model tradicionalne obitelji povezan je sa određenim tipom društva. Veliki utjecaj u svakodnevnom životu ima religijska pripadnost kao i obiteljsko podrijetlo.

«KARIJERA», s obzirom na religijsku praksu

Tablica 9. «KARIJERA», s obzirom na religijsku praksu.

	M	F =7,556 sig. p < 0,01	kontrast
Skoro nikad	.304		6<ostali
Jednom godišnje	.395		
Samo na blagdane	.156		
Jednom mjesečno	-.168		
Jednom tjedno	-.158		
Više nego jednom tjedno	-1.103		

Ispitanice koje pohađaju religijske obrede više od jednom tjedno najmanje su sklone «karijeri» kao orijentaciji u životu. Takvoj orijentaciji najsklonije su ispitanice koje uopće ne pohađaju religijske obrede, ili to čine rijetko (jednom godišnje).

«OBITELJ», s obzirom na religijsku praksu

Tablica 10. «OBITELJ», s obzirom na religijsku praksu.

	M	F =7,029 sig. p < 0,01	kontrast
Skoro nikad	-.514		4,5>1
Jednom godišnje	-.333		
Samo na blagdane	-.061		
Jednom mjesečno	.179		
Jednom tjedno	.305		
Više nego jednom tjedno	.054		

«Obitelji» kao životnoj orijentaciji najsklonije su ispitanice koje religijske obrede pohađaju jednom tjedno ili jednom mjesečno, dok su tome najmanje sklone ispitanice koje uopće ne pohađaju religijske obrede.

Tablica 11. «KARIJERA», s obzirom na religijsku samoidentifikaciju (samoprocjenu religioznosti).

	M	F =8,898 sig. p < 0,01	kontrast
Ne	.352		3<1,2
Ponešto, ne znam	.258		
Da	-.151		

Ispitanice koje se ne smatraju religioznima sklonije su «karijeri», za razliku od onih ispitanica koje se smatraju religioznima, ili su nesigurne po tom pitanju.

Tablica 12. «OBITELJ», s obzirom na religijsku samoidentifikaciju (samoprocjenu religioznosti).

	M	F =25,737 sig. p < 0,01	kontrast
Ne	-.846		3>1,2
Ponešto, ne znam	-.244		
Da	.220		

Ispitanice koje se smatraju religioznima sklonije su «obitelji», za razliku od onih nesigurnih ili nereligioznih.

Faktorskom analizom pod komponentnim modelom uz varimax rotaciju i GK kriterij zaustavljanja rotacije na instrumentu «posao i podizanje djece» dobivena su tri faktora. S obzirom na saturacije čestica nazvali smo ih «radno vrijeme bez djece ili s jednim djetetom», «radno vrijeme i više djece», te «radno vrijeme i dvoje djece».

Tablica 13. Matrica varimax faktora. Posao i odgoj (podizanje) djece.

	Radno vrijeme bez djece ili s jednim djetetom	Radno vrijeme i više djece	Radno vrijeme i dvoje djece
Puno radno vrijeme bez djece	.838		
Skraćeno radno vrijeme bez djece	.689		
Puno radno vrijeme i jedno dijete	.656		
Skraćeno radno vrijeme i više od dvoje djece		.743	

Biti bez posla sve dok su djeca mala		.636	
Puno radno vrijeme i više od dvoje djece		.611	
Puno radno vrijeme i dvoje djece			.776
Skraćeno radno vrijeme i dvoje djece			.701

Ekstrahirani faktori tumače 56,61% varijance.

Tablica 14. «Radno vrijeme i više djece», s obzirom na regionalnu pripadnost.

	M		kontrast
Slavonija	.203	F =4,299 sig. p < 0,01	4>2
Sjeverna Hrvatska	-.403		
Istra, Primorje i Gorski kotar	-.649		
Dalmacija	.475		
Zagreb	.041		
Lika, Pokuplje i Banovina	-.294		
Bosna i Hercegovina	.309		
Njemačka	.038		

Koncepciji radnog vremena s više djece sklonije su ispitanice iz Dalmacije, Bosne i Hercegovine, te Slavonije, a tome su manje sklone ispitanice iz Istre, Primorja i Gorskog kotara, Sjeverne Hrvatske, te Like, Pokuplja i Banovine.

Tablica 15. «Radno vrijeme bez djece ili s jednim djetetom», s obzirom na važnost Boga u životu.

	M		kontrast
Nevažan	.730	F =18,993 sig. p < 0,01	1,2>3
Niti važan niti nevažan	.395		
Važan	-.165		

Koncepciji radnog vremena bez djece ili s jednim djetetom sklonije su ispitanice kojima Bog nije važan u životu.

Tablica 16. «Radno vrijeme bez djece ili s jednim djetetom», s obzirom na religijsku praksu.

	M		kontrast
Skoro nikad	.585	F =9,418 sig. p < 0,01	1>ostali
Jednom godišnje	.427		
Samo na blagdane	-.102		
Jednom mjesečno	-.269		
Jednom tjedno	-.186		
Više nego jednom tjedno	-.562		

Ispitanice koje uopće ne pohađaju religijske obrede, ili ih pohađaju rijetko (jednom godišnje) sklonije su koncepciji radnog vremena bez djece ili s jednim djetetom, za razliku od ostalih.

Tablica 17. «Radno vrijeme i više djece», s obzirom na religijsku praksu.

	M	F =5,434 sig. p < 0,01	kontrast
Skoro nikad	-.376		1<5,6; 3<6
Jednom godišnje	.072		
Samo na blagdane	-.148		
Jednom mjesečno	.160		
Jednom tjedno	.139		
Više nego jednom tjedno	.803		

Ispitanice koje pohađaju religijske obrede više nego jednom tjedno sklonije su koncepciji radnog vremena s više djece, za razliku od onih ispitanica koje uopće ne pohađaju religijske obrede.

Tablica 18. «Radno vrijeme bez djece ili s jednim djetetom», s obzirom na religijsku samoidentifikaciju.

	M	F =21,560 sig. p < 0,01	kontrast
Ne	.871		1>2,3
Ponešto, ne znam	.093		
Da	-.182		

Ispitanice koje se ne smatraju religioznima sklonije su koncepciji radnog vremena bez djece ili s jednim djetetom.

Tablica 19. «Radno vrijeme i više djece», s obzirom na religijsku samoidentifikaciju.

	M	F =8,608 sig. p < 0,01	kontrast
Ne	-.419		3>1,2
Ponešto, ne znam	-.228		
Da	.136		

Ispitanice koje se smatraju religioznima sklonije su koncepciji radnog vremena s više djece. Takvi rezultati slični su rezultatima europskih istraživanja vrednota. Građani koji se smatraju „religioznima“ skloniji su smatrati da bi bilo dobro ako bi se u bližoj budućnosti jače isticao obiteljski život, dok su „nereligiozni“ i uvjereni „ateisti“ skloniji smatrati kako bi to bilo loše ili da to nije bitno pitanje. I ovi rezultati ukazuju na bitnu povezanost religioznosti i obiteljskog života. Činjenica da smo slične rezultate dobili u ovom istraživanju koje predstavlja studentice govori da faktor obrazovanja nije presudan te da i u toj kategoriji mladih žena religioznost predstavlja čimbenik koji utječe na stavove o karijeri i majčinstvu.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Zaposlena žena zauzima središnje mjesto u mnogim teorijskim radovima koji se bave problemima roda, obitelji, fertiliteta i slično. Ovo istraživanje pokušalo je utvrditi kakvi su stavovi studentica Ekonomskog fakulteta po pitanju položaja žene na tržištu rada, stavova o braku i obitelji, te rodnosti. Istraživanje je pokazalo da veliki dio ispitanica zaposlenost žene izvan kuće smatra jednom od glavnih prepreka za smanjeni fertilitetu Hrvatskoj. Iznenađujuće dvije trećine ispitanica smatra da je Vlada obavezna rješavati probleme zaposlenosti, a najveća većina da vlada treba osigurati institucionalne uvjete zaposlenim ženama u podizanju djece. Kad se radi o preferenciji vrijednosnih orijentacija

vidljivo je da je većini ispitanica (90%) važna egalitarna podjela poslova u kući, da je većina sklona simetričnim ulogama unutar spolova. Većina ispitanica (90%) želi ostvariti posao s punim radnim vremenom i voditi kvalitetno svoje domaćinstvo. Devedeset posto ispitanica smatra obrazovanje djece najvažnijim čimbenikom, 95% ispitanica okrenuto je, u potpunosti, budućoj djeci. Interesantno je da je jedna trećina ispitanica izjavila da joj je nevažno živjeti u luksuznom stanu.

Možemo zaključiti, vidljivo je da struktura radnog vremena utječe na poželjan broj djece te da je puno radno vrijeme i dvoje djece najčešći izbor dvije trećine ispitanica, dok će 14.3% ispitanica želi raditi puno radno vrijeme i ne želi imati djecu. Analiza je pokazala da ispitanice koje se smatraju religioznim mame težište stavljaju na vlastitu karijeru, dok su takvoj orijentaciji najsklonije ispitanice koje uopće ne pohađaju religijske obrede. Jednako tako obitelji kao životnoj orijentaciji, najsklonije su ispitanice koje su religiozne. Konceptiji radnog vremena s više djece sklonije su ispitanice iz Dalmacije, Bosne, Hercegovine i Slavonije, dok su manje sklone ispitanice iz sjevernijih krajeva. Radno vrijeme bez djece preferiraju studentice kojima Bog nije važan u životu. Možemo konstatirati da studentice koje se smatraju religioznima preferiraju puno radno vrijeme i više djece što je adekvatno tradicionalnom kulturalističkom sklopu. Za očekivati bi bilo da će više obrazovane osobe u ovom slučaju studentice imati isključivo moderne stavove o karijeri, radnom vremenu i majčinstvu. Međutim, pokazalo se da primjerice faktor religioznosti utječe na vrijednosna opredjeljena glede obitelji i majčinstva u smislu da su religiozne studentice sklonije imanju više djece i žrtvovanju karijere radi brige o djeci.

POPIS LITERATURE

1. Adler, M. A. (1997) Social change and declines in marriage and fertility, *Journal of Marriage and the Family* 59:37-49.
2. A. Giddens, *Sociologija*, 2007, Nakladni zavod Globus.
3. Akrap, A. i suradnici, 2003. *Činitelji demografskih kretanja*. Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži.
4. Beck (1986) Ulrich Beck, *Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne*; Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main 1986.
5. Crompton, Rosemary 1997: *Women and Work in Modern Britain* (Oxford University Press)
6. Čipin, I. (2011.) Obrazovanje i fertilitet zaposlenih žena u Hrvatskoj. *Društvena istraživanja Zagreb*, 111 (1): 25-46.
7. Čudina-Obradović, M., Obradović, J. (1999.) Želja za djecom i apstinencija od djece; odrednice, korelati i mogućnosti društvene intervencije. *Revija za socijalnu politiku*, 6(3-4): 241-258.
8. Galić, B., Nikodem, K. (2006), Ne/razlomljeni identiteti. Seksizam i religioznost u hrvatskom društvu. *Socijalna ekologija*, 15(1-2):81-102.
9. Greenstein, Th. N. (1996) Husband's participation in domestic labor: Interactive effects of wives' and husbands' gender ideologies, *Journal of Marriage and the Family* 53: 585-595.
10. Hakim, C., *Models of the Family in Modern Societies, Ideals and Realities*, London School of Economics, Great Britain, str 74.
11. Hakim, Catherine 1996: *Key Issues in Women's Work: Female Heterogeneity and Polarization of Women's Employment* (London : Athlone Press).
12. Hakim, Catherine, 1995: "Five feminist myths about women's employment", *British Journal of Sociology*, 46). Hakim, Catherine 1998: "Hakim's response", *British Journal of Sociology*, 49).
13. Hakim, C. (2003) Preference theory: A new approach to explaining fertility patterns. *Population and Development Review*, 29(3) 349-374
14. <http://www.dzs.hr/>
15. Inglehart, R. I Norris, P (2003). *Rising Tide. Gender Equality and Cultural Change around the World*. Cambridge University Press.

16. Istraživanje Britanskog Ministarstva obrazovanja i zapošljavanja provedeno 1998 g. pod nazivom „Zadovoljavanje potrebe za dječjom skrbi „
17. Kluwer, E.S., Heesink, J.A.M. i Van De Vliert, E. (1996) Marital conflict about the division of household labor and paid work, *Journal of Marriage and the Family* 58:958-969.
18. Mencarini, L., Tanturri, M. L. (2006.) *High Fertility of Childlessness: Micro- Level Determinants of Reproductive Behaviour in Italy*. Institut National d'Etudes Démographiques, Populations 2006/4, Volume 6.
19. Puljiz, V. (2000) Država rada umjesto socijalne države Fokus 1:49.
20. Rake Katherine (2000): Women's Incomes over the Lifetime (London :Stationeri Office) u Gidd

OPTIMIZATION OF TELECOMMUNICATION COSTS AS A FACTOR OF SOCIAL DEVELOPMENT

OPTIMIZACIJA TELEKOMUNIKACIJSKIH TROŠKOVA KAO ČIMBENIK RAZVOJA DRUŠTVA

Dubravko Blaće, Gordana Ćorić, Ana Bačić
University of Applied Sciences VERN, Zagreb, Croatia
Veleučilište VERN, Zagreb, Hrvatska

Abstract

Modern technology and improvement in communications have significantly contributed to social development in the last 30 years. Although high quality telecommunications services are one of the most important factors of rapid economic development, their high costs prevent optimal growth of the economy/society. There is a lack of research that indicates the extent to which the growth is slowed down or has not reached its full potential due to high prices that are a burden to business ventures. The purpose of this paper is to discover possibilities of (a) optimizing telecommunications costs under given conditions, and (b) redirecting resources into development of enterprises (education, lifelong learning, modernization of technology, etc.). Based on the existing relationships between social and telecommunications services' development, and the positive role of applying high technology in business, the authors conducted a survey to research growth possibilities arising from optimization of telecommunications costs. This survey was conducted in a fast-growing company, by the use of interviews and comparison methods. The results of the study include recommendations for the fast-growing

Sažetak

Uvođenje suvremene visoke tehnologije te poboljšanje komunikacija značajno su doprinijeli razvoju društva u zadnjih 30 godina. Iako su kvalitetne telekomunikacijske usluge jedan od važnijih čimbenika brzog razvoja gospodarstva, njihove visoke cijene sprečavaju optimalni rast gospodarstva/društva. Nedostaju istraživanja koja ukazuju u kojoj mjeri je rast usporen, odnosno, nije postignut njegov puni potencijal, usljed previsokih cijena koje opterećuju poslovanje gospodarskih subjekata. Cilj ovoga rada je otkriti mogućnosti (a) optimiziranja telekomunikacijskih troškova u zadanim uvjetima, te (b) preusmjerenja tako uštedjenih sredstava u razvoj poduzeća (primjerice u obrazovanje, cjeloživotno učenje, modernizaciju tehnologije i sl.). Na temelju već utvrđene veze između razvoja društva i razvoja telekomunikacijskih usluga, te pozitivne uloge primjene visoke tehnologije u poslovanju, metodama intervjua i usporedbe provedeno je istraživanje mogućnosti optimizacije telekomunikacijskih troškova u svrhu pokretanja rasta na primjeru brzorastuće tvrtke. Istraživanje je rezultiralo formuliranjem preporuka za brzorastuća poduzeća kao nosilaca gospodarskog

companies as bearers of economic growth, and consequently, of social development.

Keywords

Optimization of Telecommunications Costs, Social Development, Redirection of Resources, Lifelong Education

rasta, kao i razvoja društva.

Ključne riječi

optimizacija komunikacijskih troškova, razvoj društva, preusmjerenje sredstava, cjeloživotno obrazovanje

1. Introduction

The term Information and Communication Technology (ICT) is often used as a synonym for Information Technology (IT), although it comprises both, communications and telecommunications (telephone lines and wireless signals), personal computers, appropriate software, systems for storing and audio-visual systems, which enable the users to create access, exchange and manage data. In other words ICT consists of IT, telecommunications, electronic media, all kinds of audio and video processing, distributing as well as network control and function monitoring.

Introduction of modern technology and improvement in communications have significantly contributed to social development in the last 30 years. High-quality telecommunication services are one of the more important factors in the rapid economic growth. However, their high prices hinder the optimum economic and social growth, and significantly contribute to widening the difference between the development of urban and rural parts of the country (Strategy for Rural Development of the Republic of Croatia 2008-2013) and contribute to decreasing population on the islands (National Programme for the Development of Islands of the republic of Croatia), as well as mountain regions.

1.1. Europa 2020 and Digital Agenda for Europe

Provided that Europe wants to succeed in its plans announced in the Strategy Europe 2020, the use of information and communication technologies will inevitably play an important role. Digital Agenda for Europe is one of the key documents, whose goal is to enhance social and economic potential of information and communications technology, especially the Internet as the most important medium for economic and social activities in business, work, play, communications and self-expression. By doing this, innovation shall be encouraged, economic growth initiated and every-day life improved both for the citizens and business ventures. The Europeans shall be provided with the prerequisites for higher quality of life, e. g. better health insurance, safer and more efficient traffic solutions, cleaner environment, possibilities for new media, simpler communication with public administration and better access to cultural events.

ICT sector is directly responsible for 5% of European GDP, with the market value of 660 billion Euros per year. Its contribution to the total productivity growth is much higher (20% directly from the ICT sector and 30% from the ICT investments). Due to the high dynamics and innovation characteristic of the sector as well as its influence on the changes in other sectors, social impact of the ICT has become significant. The fact that there are more than 250 million Internet users in Europe who use it daily and that almost all Europeans own mobile phones, has had a life changing effect.

The services and the way they are provided are changing rapidly, in the direction from the physical to the digital and are available globally on any device (smart phone, tablet, personal computer, digital radio, high-resolution TV, etc.). It is predicted that digital contents and applications shall almost fully be delivered online.

1.2. Telecommunication services and economic growth in Croatia

Since there is a lack of research in Croatia, which would indicate to what extent the economic growth is slowed down due to the insufficient standards or distribution of telecommunications services, it is difficult to assess to which extent economy is hindered in achieving its full potential. The first presumption is that the high prices which burden business ventures, high costs of telecommunications included, slow down the economic growth. Consequently, the second presumption is that this slowdown influences the development of society as a whole.

The cooperation between telecommunications industry and other sectors including the public sector contributes to finding solutions acceptable for different sectors and segments of society, but also indicates the importance of knowledge needed for individual and social growth. Modern world of telecommunications offers possibilities for development by connecting private and professional life by offering equal opportunities for participating in the information society (both to socially and geographically deprived groups) and helps reduce negative effects of climatic changes and pollution.

1.3. Methodology

This paper attempts to present different possibilities for optimising telecommunications costs in the fast growing companies, under given conditions, with an aim to achieve rationalisation within a company and in such a way enable redirecting the saved resources into company development (e.g. education, lifelong learning, modernization of technology, etc.)

Methodologically, based on the existing relationships between social and telecommunications services' development, and the positive role of applying high technology in business, the authors conducted a survey to research growth possibilities arising from optimization of telecommunications costs. This survey was conducted in a fast-growing company, by the use of interviews and comparison methods. .

Furthermore, the settings of *business intelligence* have been used for the purpose of devising an overview, the results have been grouped and systematically presented in tables and the method of presenting results by doing a case study has been used.

2. The need for telecommunications services

Telephone was invented in the second half of the 19th century and it proved to be extremely useful at the very beginnings of its use. Mobile telephoning developed simultaneously with the fixed one at the beginning of the 1920s. High demand for mobile phones begun in 1983. At first, mobile phones were extremely large and could not fit a pocket. In the 1990s this changed, so mobile telephones became more available. In the 2000s the third generation of mobile phones was developed, and since then they have been used not only for making telephone calls or sending SMS (*Short Message Service*), i.e. for mobile telephone primary functions, but also for connecting to the Internet.

There is a high number of factors which support the necessity of using telecommunications services. The starting ones are the statistical data, i.e. the number of users in Croatia and worldwide. For example, at the end of the first quarter of 2010 Croatian mobile operators had six million mobile telephone users, 36% of which were third generation cell phone users with Internet access. Since there are 50% more mobile telephone users than there are inhabitants, it is obvious that the Croatian market has accepted mobile telephony extremely well.

International data shows that at the end of 2010 there were 2.08 billion users of Internet (ten years ago there were 250 million). Almost a half of them access Internet via a mobile phone. There are approximately 5 billion users of mobile telephones worldwide.

As technology has developed, the way in which individuals and companies function has changed. Banks, for example, have experienced a huge increase in internet and mobile banking. In the USA 27% of the population use mobile banking and 13% use Internet banking. It is believed that one should visit a bank personally only if it is absolutely necessary. In less developed countries such as India, inhabitants have the possibility to make payments via SMS. Technology has, in all its segments, become a part of everyday life and the expected development of mobile telephony has positively contributed to the globalisation. A society in which the whole world is connected is a characteristic of modern information era and the technology, which enables that, is definitely going to continue developing.

Companies can benefit from the development of telecommunications. Nowadays, it is necessary for an enterprise to have a completely functional telecommunication system. There are several reasons for this; firstly, because of the need to operate fast, whereby the speed increases as the technology develops and the global economy becomes even more competitive, so it becomes essential information can travel throughout the world in a moment.

This need is also evident in the way telecommunications are used when starting or expanding a company. Modern technologies stimulate creativity by making use of available technology for attracting and keeping customers as well as for maintaining efficient communication with all the members of a team. For example, it has never been simpler or more economical to arrange a meeting without having to meet in person, only by using voice transmission technology via Internet.

The rapid development of hotspots has also influenced the wide use of telecommunications technologies, most commonly in public areas such as airports, hotels, libraries, restaurants, etc. In the areas where Wi-Fi routers (transmitters) are available users can connect to the Internet with their computers or mobile telephones and use it free of charge or for a small fee. It has been impossible to find any information on the number of hotspots worldwide, but it is most definitely increasing on a daily basis.

Nowadays, it is impossible to do business without meeting basic technological standards. It is important to implement the standards in an efficient way, not only because one should follow the cutting edge trends. If particular technology is not appropriate for a business activity of a company, it should not be introduced unless it is capable of returning the investment by making it faster, cheaper and better in any respect important for that activity.

3. Telecommunications cost in companies

In every company costs are a factor that needs to be addressed in order to keep it sustainable in the long run. Ventures have to cover all the inputs related to the business, so a company should optimise the costs in order to obtain return on investment in each aspect of its activities.

It is, therefore, obvious that there are many benefits to be gained from cutting all the costs, including the telecommunications costs, so that the resources could be redirected from an activity which used to make losses to profitable, sustainable and developing activities. After cutting the costs, the company would have more financial resources at their disposal, so it could allocate it to the socially responsible activities (bonuses, incentives, donations, organising training courses, employing marginalised groups, etc.). If the company encounters difficulties, it could invest in improving the business (upgrading technology). The company could increase salaries, or recruit new staff. One of the most

important benefits would be making room to lower the prices of its products or services, which could increase the number of customers or clients (cheaper products or services would be purchased by a higher number of customers or clients).

Total expenses of a company are divided into fixed and variable costs. Fixed costs consist of a rent, contract payments, etc., they have to be paid even if there is no production and they do not change when production changes. Fixed costs in telecommunications include maintaining the telecommunication connection. Certain types of subscriptions can also present a fixed cost. All the additional costs are variable costs.

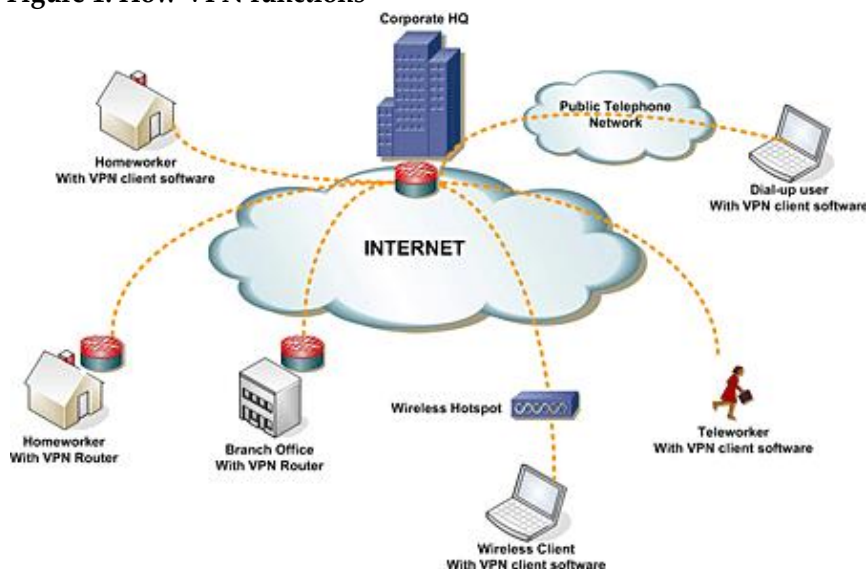
Variable costs change with the change in production. For instance, an increase in car production will require more materials, therefore, variable costs will increase as well. In telecommunications, variable costs are calculated easily. Namely, after deducting the subscription and maintenance costs, every other cost is a variable one. When users increase the number of their calls, send more messages or use Internet more, they become a higher variable cost for their company.

An important part of the costs theory is the rule of substitution, i.e. if the price of one production factor falls and all the other factors remain stable, ventures benefit from substituting the factor with the other factors until the marginal products per Kuna become equal in all the inputs. In fact, companies strive to cut their costs and find a substitute. In telecommunications, different operators act as substitutes.

In Croatian market, as well as in regional markets, there are companies whose main activity is optimisation of telecommunications expenses. These companies are different: some offer only advice or technology and some offer the whole system of consulting and the distribution of technology.

In Croatia these are Signum Telekomunikacije d.o.o., PSE Poslovne Komunikacije, Lator d.o.o., Minima d.o.o., Bel-tel, etc. All these companies have recognised the importance of telecommunications and there are different types of offers in the market. They often use NGN (Next Generation Network) as the method for cutting costs, substituting PSTN (the public network used today) with the VoIP (Voice over Internet Protocol). These companies believe they can cut costs by 15% or even 50% and obtain return on investment in three months.

The most important service is VPN (Virtual Private Network) which uses the public infrastructure (Internet) in order to enable the employees to (most commonly) communicate free of charge. This service uses the same infrastructure, but different networks. Simplified, every company has its own VPN cable which is accessible only to the users of the corporate VPN. This guarantees maximum speed and security. Almost all the companies use this service for their internal communication.

Figure 1: How VPN functions

Source: Internet Techies, http://www.clickonf5.org/wp-content/uploads/2009/12/InternetAccessVPN_thumb.png

Finally, it is important to mention the regulation regarding cost control introduced by HAKOM (Croatian Post and Electronic Communication Agency) in June 2011, i.e. the possibility to set a monthly spending limit. By applying for the monthly spending limit, users can ban outgoing calls after reaching the agreed limit during one calculation period. The cost control service is provided to the public communications service users in mobile and fixed networks. As a telecommunication regulatory authority, HAKOM has the obligation to work on the cost control for the citizens.

The operators are obligated to warn the users about an over-run, after they have doubled their average spending in the past three months. On the users' request, operators are also obligated to provide records with telephone bills (in the electronic or written form), the possibility to activate the service of informing the consumer about numbers transferred to other mobile networks and the possibility to ban phone calls to certain numbers or groups of numbers such as international phone calls, phone calls to numbers with high tariffs, etc. By offering a choice of different services, which are provided in addition to the tariff packages (such as special offers for certain phone calls and special tariffs in roaming services), the operators ensure additional cost cutting and cost control.

4. Croatian telecommunications market

Telecommunications have been present in the Croatian market for a long period of time. The first telephone line was established on 8th January 1881, only five years after the first telephone in the world was put in use. The first telephone line in Zagreb was 3.5 kilometres long. The advantage of telephone communication became obvious very quickly, telephones were soon ordered by respectable Zagreb merchants and businessmen and not long after that the first public telephone network was set up.

The most significant change in the Croatian telecommunications market was the end of monopoly over the fixed network. During the second quarter of 2005 the first alternative fixed network operators began to operate. The mobile network market was liberalised in 1998 when the first private mobile network operator entered the market and began to operate in July of 1999. The second stage of liberalisation was reached when the third mobile network operator entered the market in October of 2005. Further stages of liberalisation were marked by the third mobile network operator becoming stronger and by making it possible to transfer a number from one network to another in October 2006.

This makes it obvious that the Croatian telecommunications market experienced a great boost at the beginning of the 21st century.

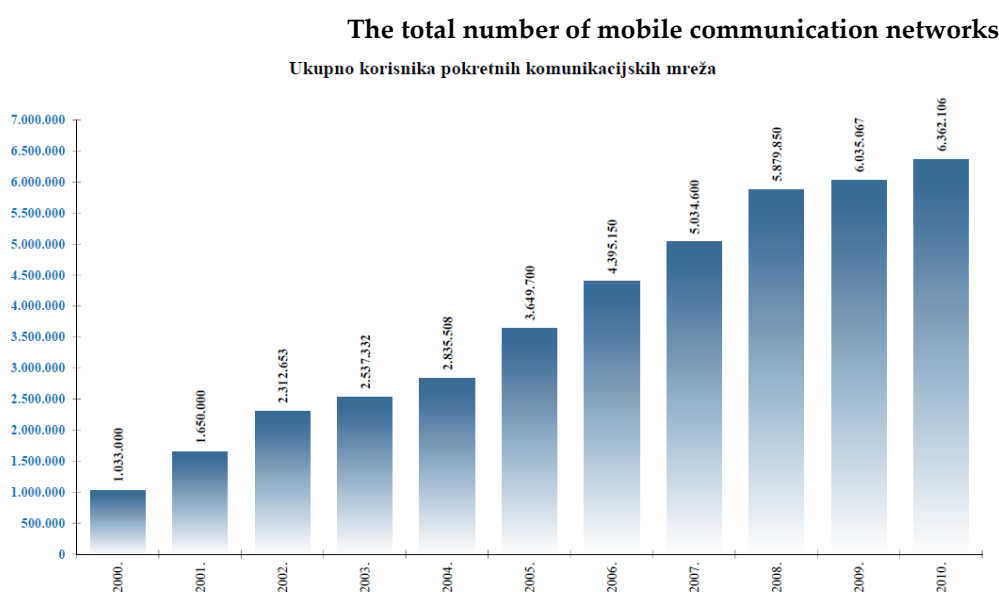
At the beginning of 2005 HAKOM issued the document “Overview of Croatian Telecommunications Market”. According to this document the fixed network had 1,676,000 users who provided earnings of 5.3 billion Kuna with the average earnings per user of 200 Kuna a month. The mobile network had 2,750,000 users with the earnings of 5.5 billion Kuna. The average earnings per user amounted to a little less than 160 Kuna per user. Regionally, Croatia had the most developed telecommunications industry in former Yugoslavia.

The revenues grew steadily in the course of 4 years. In 2006 they increased to 11.8% and in 2007 to 18%. From the beginning of 2008 to the beginning of 2010 the total gross profit in the telecommunications market grew by about 8%. Growth is a little lower than in the previous years, but still remains stable.

Figure 2 shows the total number of users of mobile communications networks from 2000 to 2010 and a constant growth is obvious. The most significant rise occurred from 2004 to 2005. It is highly likely that the rise was caused by lifting the monopoly which allowed competition and reduced the prices. In 2006 the mobile telephony market got saturated but the number and the density of users (number of users in relation to number of inhabitants) are still on the increase. Since 2008 the rise in the number of users has slowed down. In the period from 2009 to 2011 the number of mobile network users slightly fluctuated. The number of active public network users decreased even by 18.38% in the first quarter of 2011.

The user who has used the mobile network service at least once or has refilled their prepaid account in the past 90 days is considered to be an active user, so the decrease can be attributed to a high number of outdated SIM cards. One of the reasons for this might be the tourists who purchase local SIM cards in order to use them while in Croatia and then do not use them afterwards (the so called plastic users). The revenues of the mobile communication network rose by 6.03% in the second quarter of 2011, while the increase in the number of users was a slight one.

Figure 2: The number of mobile network users



Source: HAKOM (statistics), <http://www.hakom.hr/default.aspx?id=329>

According to HAKOM's report from 2010, the market shares of the two mobile communications networks are almost equal, i.e. Croatian Telecom or HT (T-mobile and BonBon) 45.60% and VIPnet (VIP and Tomato) 42.80% and the remaining 11.60% are held by Tele 2.

The number of fixed public communications network users remained stable at 42% of the population. At the beginning of 2011 the number of telephone service users fell slightly by 3.27% and in the second quarter of the same year it mildly increased by 0.41%. This was followed by a rise in revenues of 2.46%. However, they are still lower by 23.10% as compared to the same quarter of 2010. Therefore, revenues in the fixed communications sector in Croatia are falling seriously, while density does not present a problem.

HT is the leader in the fixed telephony market. Since its fixed networks hold a market share of 68.77% and its mobile networks 45.60% it is considered the total market leader in Croatian telecommunications.

Croatian telecommunications market is one of the most developed markets in the former Yugoslav countries. From the very beginning of introducing telecommunications services their increase was stable and constant until the crisis in 2008 when it slowed down and even dropped. Such a development is logical considering the population does not have the means for long telephone calls and similar services, so they turn to the Internet which is in most cases free of charge.

Croatian Telecom, the leading operator in Croatia, experienced a decrease of 4% in revenues in the first half of 2011, but an increase in profit of 0.7% (828 million Kuna). Revenues from the voice services in the private and business segments dropped by astonishing 12.8%, so Croatian Telecom was forced to impose severe cost reductions in order to end the half-year period with a profit.

5. Overview of ideas (solutions) for a systematic costs optimisation

PSE d.o.o., a company which deals with optimising telecommunications costs, claims on their website: "The key to cutting costs is finding out about the business – business processes and segments as well as technical abilities of the telecommunications infrastructure. In most organisations a detailed analysis of telecommunications needs and of the existing infrastructure can contribute to considerable cuts." As mentioned above, PSE believe that in most organisations it is possible to cut costs from 15-30% and in some cases even more than 50%.

After analysing possibilities for lowering communications costs of the high technology segment in fast-growing companies, several methods for a systematic optimisation of costs have been presented. They are:

5.1. Rationalisation of use

Individual spending can be influenced by rational use. Employees often do not use company mobile phones rationally and have no spending limit. This can result in running up high bills which cannot be justified by phone calls made exclusively for business purposes. It was mentioned above that HAKOM issued a regulation in 2011 by which spending can be limited to 50 Kuna a month. This way, users have to justify their spending and are limited to a certain number of telephone calls until their account is blocked.

This, however, is not rationalisation of spending but limiting of spending. As mentioned before, costs are rationalised by reducing the extent and changing the way telecommunications are used. The extent is the amount of use (which can be limited). It is important to educate the employees

about how to optimise the extent of use, so that the cost is reduced. Private telephone calls, for example, should not be considered as a cost the company covers. This can be regulated by having a prefix number which user must use when making a private telephone call, which then redirects the call to a private account. Long business telephone calls cannot be optimised, but there are other ways to rationalise this type of a service.

The second optimisation model for rationalising the use of telecommunications is the way telecommunications are used. International telephone calls are very expensive and the calls from a mobile to a fixed network (and vice versa) are more expensive than calls made within the networks. For all the situations there are options users can activate.

Individual users can activate special options for certain services with extra charge. For example, if a user sends SMS messages often, they can pay a certain amount in advance in order to save when sending a high number of messages. If a user makes a lot of telephone calls within the operator's network, they can pay a certain amount in order to receive free minutes. These minutes are, of course, not free, but users do not have to pay the more expensive tariff until they spend them. Activating these options is one of the ways costs can be optimised and it can cover a wide range of telecommunications use within a company (international phone calls, SMS, Internet, etc.)

International phone calls, as the most expensive segment of telecommunications, are a significant problem for every international company. Aside from activating special options and shrinking the extent, there are different methods of rationalisation. One of them is purchasing international phone call cards which can be used in any mobile phone. The card is inserted in the mobile phone as any other SIM (Subscriber Identity Module) card, the local operator needs to be contacted for the card to be activated, PIN typed in and the phone call can be made.

Another way is to purchase an unlocked mobile phone or to use local SIM cards. This way, users can lower the expenses of their (local) card, while using a card of another country. For example, if one travels to Check Republic on business to have a meeting with the Check part of the company it is advisable to buy a Check SIM card and make cheaper phone calls rather than use Croatian account. In Europe, there are many stores which sell unlocked mobile phones, while in the USA mobile phones are tied to one operator and in that way locked.

5.2. Use of alternative communication types

Technology is developing fast as well as communications. Alternative types of communication are those which are outside the scope of traditional communication. This mainly relates to the use of Internet as a cheap and efficient means of communication.

VoIP (Voice over Internet Protocol) is a technology which uses Internet for making phone calls. This is done in such a way that the voice the user sends via Internet is divided into separate packages, which then reach the other side. That is the reason why the receiver gets an intermittent signal. This way of communicating exists since Internet has started developing but the technology has not developed sufficiently to put it to everyday use. VoIP also offers its users the possibility to purchase a number abroad and make phone calls as if from the country in question. For example, a person living in the USA who has relatives in Great Britain has to pay expensive international tariffs for phone calls. If the person purchases a British number all the phone calls are charged according to the local and not the international tariff.

VoIP technology is gradually becoming a company standard in the developed countries. In the interview with Mr Željko Ćurković, the CEO, and Mr Gordon Šafran, an expert consultant in SIGNUM telekomunikacije d.o.o., a company whose main activity is telecommunications systems,

it was said that plans have been made to introduce VoIP as a standard in Croatia, the successful implementation of the digital television signal in Croatia being a successful example of migration from the analogue to the digital signal.

Using VoIP, calls can be made to all the fixed and mobile networks. Namely, VoIP telephony connects the call to a data network, then to a telephone exchange (switchboard) in Zagreb. The exchange connects to another one anywhere in the world (the nearest to the destination), and reaches the final destination through the local telecom. Since there are no multiple transfers through international networks, the call is much cheaper.

The employees of a company that introduces VoIP can make free of charge phone calls within the company, provided that the data transfer is not charged (unlimited data transfer). If the data transfer is charged, the cost of the data has to be covered. In one minute one spends 90 kilobytes of data on average. This cost is low, so the calls are not expensive if one considers the cost of data traffic with the telecom operators in Croatia.

The disadvantage of using VoIP is its unreliability. The telephony network that is currently in use is reliable and rarely breaks down. Telephones always function properly and people get used to such a way of life. Computers, emails and similar services sometimes crash. Moreover, VoIP depends on electricity. If there is a power outage, the user cannot make telephone calls (a high number of analogue telephones only need connecting to a telephone line). This presents a major problem, if one considers emergency phone calls. Emergency phone calls are also a problem because VoIP cannot be located, so if the caller cannot tell where he or she is, he or she cannot be found). Finally, since VoIP telephones are connected to computers they are susceptible to all types of viruses and hacking.

Due to the poor quality of the connection, VoIP is not well developed in Croatia. There are several companies who provide it, but they are not too successful. Services such as Skype, MSN, ICQ, Google Talk, etc. are quite popular. These are free programmes which two or more users can connect to and talk similarly as with VoIP, by exchanging data packages. If the users have flat rate internet or free WiFi (Wireless Fidelity –a wireless network) they can talk free. The only disadvantage is the impracticality of its use in the domestic market due to the poor speed of internet connections.

Skype, the most popular service of this type, offers the possibility of dialling a fixed number almost anywhere in the world for a lower tariff than those offered by telecommunications operators. The research which was conducted in 2007 by Skype among 250 companies that use it showed that 90% of the companies were able to cut telecommunications costs and 80% stated the employee productivity increased. The majority agreed that Skype improved the communication with their clients as well as the working atmosphere in the company. However, few serious companies use Skype because of the poor quality of transfer and Internet congestion (VoIP services use rented lines)

There is a way to avoid roaming tariffs, which use the return call service, i.e. the users register the telephone with the international service for return calls. The users then get a number for local access (similar to international call cards). In order to activate the service, the users dial a number and hang up. After that they can make a call to their country as if they were there.

The use of alternative types of communication is becoming more popular because of cost cutting in companies. However, the alternative types are not possible in certain situations. For example, in

areas where Internet is inaccessible, it is necessary to use “traditional” telecommunications. Although these areas are getting rarer, they still exist.

Education is yet another problem. Young people accept technology and modern way of communicating more easily than their older colleagues. Companies should organise workshops or ad-hoc courses to help employees familiarise with all the offered possibilities which speed up communication and reduce decision-making time, influence the company image and cut costs. VoIP technology is not complicated and it is getting simpler in order to make the transition from out- to up-to-date technology easier. Some companies offer staff training in order to simplify the transition to VoIP.

5.3. Monthly cost analysis

The third idea (solution) for a systematic cost optimisation is to analyse monthly costs by checking all the monthly expenses (call records) thoroughly in order to identify areas which could be optimised.

According to the Business Intelligence Concept, analyses are the “knowledge” which enables company leaders, together with other factors, to acquire a deep, a complete and an accurate insight into the environment they work in. The analysis is an activity which includes planning, data gathering, data processing and data analysing as well as the finished product distributing and its use.

Firstly, it is necessary to set the goals. The main purpose of analysing monthly expenses on telecommunications is to optimise the costs. Therefore, it is necessary to identify areas where spending is unnecessary or too high. The data on spending of all the employees is gathered on the principle of access to specific data collection as opposed to a general approach. Business intelligence is efficient only if it is implemented in accordance with strictly established principles, whereby causes and effects are connected to a detail. Moreover, a high-quality decision cannot be taken based solely on the past or the present. It needs to be substantiated by the data which indicate what is going to happen in the future. Only a human source (employees) can predict what will happen in a future period. Therefore, when collecting information it is important to know the business strategy and future needs of all employees.

The analysis is preformed after gathering all the data. It is important to sort the data in order to make the analysis simpler. For example, it is necessary to sort by the amount of spending, ways of spending, duration of phone calls, international phone calls or departments. The analysis is the basis for adequate data interpretation and accurate conclusions, i.e. the basis for reaching the final aim of the analytical activity – production of final information products and final business reports. This requires allocating a certain amount of time and personnel, finding mistakes or sudden increases in spending and linking them to events that caused them. If the spending is justified they can be ignored, though not completely, because they can be the basis for introducing different options. This is a lengthy and a complicated process which requires developing different models in order to make the analysis simpler and more precise.

In the modern era of information technology, the majority of data is stored in computers or online. That is the reason why the analysis is preformed electronically, without the need to sort the data physically. All the data are entered into a database which is then analysed by using statistical methods such as grouping, the *nearest neighbour* method, preference trees, etc. Then data mining is preformed whereby new, previously undetected but undisputable data and inner relationships

are identified. This increases the amount of available information, which is one of the most valuable resources in the “new economy”.

The last stage is the presentation of the product (results) to its final user (company leaders). However, the distribution of the analysis to its final user is not the end of the cycle. If the company leadership establishes deficiencies or contradictions, it can require new analysis and initiate a new cycle. When monthly spending on telecommunications is in question, the leadership may request expanding the analysis in order to gain a deeper insight into the problem with an aim to implement the best optimisation strategy. Therefore, regular communication between the leadership and the employees, who are responsible for business intelligence tasks, is crucial.

The employees who carry out the monthly spending analyses are obligated to write reports which are clear to all the interested parties. Telecom operators should deliver specialised interactive and clear reports rather than long, static and unclear ones. Therefore, the companies should develop a high-quality information system which can better serve both parties.

5.4. Cooperation with the Service Provider

The bills issued to businesses are much higher than the ones issued to individuals (usually for one number only). Company bills include dozens or hundreds of numbers, depending on the number of employees. Therefore, a fast, efficient and precise analysis, which results in costs optimisation, needs cooperating with the service provider.

If the user is not satisfied with the service provider, or is only satisfied with some of the services, the existing contract can be altered. However, contracts signed for a particular period usually cannot be altered or terminated without an extra payment and previously determined penalties. One can therefore presume that the users will continue their existing cooperation with the service provider. Some operators are willing, under the agreement with the client, to alter the terms of the contract without the extra payment. If the client chooses to alter or terminate the contract, or the contract is about to expire, it is important to cooperate with the service provider and arrange special tariffs, which are adapted to the amount of the company's spending. In such dealings, good and poor service providers can be differentiated; the good ones will think and act long term and will wish to keep their existing clients.

If the client decides to change the operator, they risk not having an active network for a while as well as having to make an extra payment for the infrastructure required by the new operator. The investment can prove to be profitable in the long run, but this depends on the customer's needs and the way the operator satisfies them.

Under the agreement between the client and the service provider, a spending limit may be introduced, as mentioned before. The possibility to limit the spending is not an indicator of service quality because such a possibility has to be available to all the users according to the Croatian law.

Service providers should communicate constantly as business partners. Damir Hrupački, an expert on costs optimisation in T-HT, explained in his email: “Service providers improve all their services continuously, which means they become less expensive for the end users: small, medium and large companies.”

5.5. Suradnja s poduzećima za optimizaciju troškova telekomunikacija

If the client decides to cooperate with such a company, a meeting is arranged where the cooperation is deepened. Companies, whose main activity is optimisation, often offer not only

technical solutions, but also advice on how to cut costs. The cost analysis is performed by the client or the client gives authorisation to another company to do so (if the company offers such a service).

It is difficult to control the telecommunications costs due to the unclear bills (commonly available only in hard copy), non-transparent offers, understaffed operators, different tariffs for different services, etc. The specialised companies are capable of performing a much better costs analysis than the company itself. A transparent relationship between a client and the optimisation company is therefore the key to a successful cooperation.

After the analysis has been performed, the optimisation company can provide the client with specialised advice. This includes ideas (possible solutions) prepared in advance (limiting phone calls, changing the operator, analysing and altering the contract, supervising bills, using alternative types of communication, etc.) as well as special solutions.

There are companies, which provide only technical support. Simply said, the clients are supposed to perform their own spending analysis and then outsource. The outsourced company then installs the infrastructure (e.g. VoIP), maintains it and the client monitors the spending.

Outsourcing is beneficial for the companies whose expenses are high. This investment can be returned in the long run because it ensures significant cost cuts.

5.6. The review of the presented ideas (solutions) for a systematic costs optimisation

Table 1 shows an overview of ideas (solutions) already mentioned as valuable for a systematic optimisation of costs and their application possibility. It has been compiled on the basis of the criteria relevant for the analysis of the monitored company. Each criterion is graded from 1 to 5 (1 – poor, 5 – good), but companies might develop a different set of criteria, so this table is not a universal one and has only an illustrative purpose.

Table 1: Solutions for a systematic costs optimisation

	Duration of implementation	Implementation cost	Complexity	Range	Image	Implementation speed	Cost cut	Average
1. Rationalisation	4	4,5	3	3	3	3,5	2,5	3,29
1.1. Amount of use	4	5	3	3	3	3	2	3,29
1.2. Way of use	4	4	3	3	3	4	3	3,29
2. Using alternative types of communication	3	3,33	3,66	3,33	3,33	2,67	4	3,33
2.1. VoIP	2	2	4	5	5	5	5	4
2.2. Popular services (Skype, MSN, ICQ...)	4	4	4	3	2	1	4	3,14

	Duration of implementation	Implementation cost	Complexity	Range	Image	Implementation speed	Cost cut	Average
2.3. Return call service	3	4	3	2	3	2	3	2,86
3. Expenses analysis per month	1	3	2	4	5	5	5	3,57
4. Cooperation with the service provider	3	4,33	2,33	4	3,33	3,66	4	3,52
4.1. Cooperation with the existing provider	3	5	3	4	4	4	4	3,71
4.2. Contract altering	3	4	2	4	3	4	4	3,43
4.3. Operator change	3	4	2	4	3	3	4	3,29
5. Cooperation with the optimisation companies	3	2	3	5	4	3	5	3,71

Source: the author

The highest average per total quality is calculated for VoIP, one of the most up-to-date ideas (solutions). Considering the fact that VoIP is going to become a standard in the next few years, it is obviously most suitable for implementation. Implementation time and duration are not favourable; in fact they are the least favourable in relation to the other possible solutions. However, the total value for the company is significantly higher.

The cooperation with the existing service provider and outsourcing to an optimisation company are the following two possible solutions, with the average mean in the middle. Cooperating with an optimisation company is the first step because it enables substantial cost cutting. It is a considerably more expensive way to optimise costs (price of the optimisation service), but more profitable in the long run. Another advantage is that optimisation companies can be the ones which cooperate with the service provider and can alter the contract or change the operator. This way, the optimisation companies can achieve savings and this type of outsourcing is advisable, if the company has the resources for investing in cost control.

It is also important to analyse costs monthly, but due to the duration and the complexity of the analysis companies rarely analyse them. This requires taking on an expert, department or outsourcing. In order to perform the analysis it is also important to be familiarised with the company and the cost cutting possibilities. The analysis increases the savings significantly and is useful in the long run (unless there are considerable changes within the company) and the company can inform the service provider at any time, that they are considering to change the service provider, unless the provider is willing to adapt to the existing amount of spending.

Rationalising the spending is an equally important optimisation solution. Moreover, it should be the starting point of every optimisation, because the amount of spending is as important as the way of spending. Firstly, companies should rationalise after performing the costs analysis. Then, they can contact an optimisation company, implement VoIP or deepen their cooperation with the service provider.

6. Examples of good practice

This chapter introduces two examples of good practice and their solutions on how to optimise telecommunications costs.

6.1. Example of good practice #1: Fixed-mobile convergence

PSE Business Communications d.o.o. (PSE), implemented the up-to date method called “Fixed-mobile convergence” in a company they refused to name. Although the method has been available since 2005, it has still not become common practice. It is applicable in cases when each employee has at least two numbers (a fixed and a mobile one), sometimes with different operators. This presents a considerable cost because it requires maintaining the fixed line and the calls from the fixed to the mobile line are extremely high (such phone calls were frequent in the company in question). This was an impractical solution because users could not receive phone calls unless they were next to the fixed telephone and could check important voice messages only when they returned to the office.

PSE introduced fixed-mobile convergence which enables voice services to be diverted from the fixed to the mobile “communicator”, which is actually a third generation mobile phone (smart phone). The phone became a universal communication tool for each employee, which resulted in all the fixed line costs as well as fixed line bills being reduced. The advantages of the optimisation were:

- Optimising the number of telephones
- Diverting the phone calls in a cost-effective way
- Possibility to check voice messages regardless of the location
- Possibility to connect to other communication systems and use all the available services
- Extending the range of available services with additional ones such as *Instant Messaging* or *Presence* to mobile phones
- Better control of the internal communication

6.2 The example of good practice #2: VoIP

Signum (i.e. VoIP direct.net), is a company that offers a range of innovative solutions such as the use of *Broadband Internet*, which enables a sharp cost cutting in telecom expenses. They are a specialised SIP operator and they provide complete IP telecom solutions to a wide range of companies with extremely reasonable prices for both domestic and international phone calls. They offer numerous solutions, e.g. *Mobile VoIP*, *DID numeration*, *Fax 2 Email* and *SIP Trunking*. VoIP direct.net believe that users can improve their performance and substantially reduce telecommunications costs, hence their total costs.

A concrete case of a client company that successfully cut their costs by implementing the recommended solutions and VoIP telephony is presented hereafter.

“An international company XY has a regional office in Zagreb and about twenty shops in the country and other countries of the region. In the main office in Zagreb Astrix.SIP ENT IP-PBX system has been implemented with about fifty extensions and about seventy mobile locals (SIP clients). All the shops have been networked with the main office into an internal telephony system consisting of about a hundred fixed and mobile extensions. The main office has been connected to the Internet via a 10Mbit/s fibre-optic cable and the shops in the country and abroad via ADSL connection. All the numbers in the main office have been transferred to Signum telecom which prevents any service cuts within the system”.

The project aim was to network all the employees into an internal telephony system either by fixed or by mobile extensions, regardless of where they are in a particular moment, in the office or on a business trip. The whole project was carried out in three months, from the planning to the launching stage including the time needed to put it in use.

In addition to cutting the costs of internal communication to none, the costs of the phone calls to external networks were reduced dramatically especially the international ones, all by using VoIP operator (SIGNUM telecom). This resulted in major savings in monthly telecom expenses and return on investment was achieved in less than eight months, which can be helpful information if deciding whether to invest in equipment and calculating the return on investment (ROI).

Regardless of the fact that the case study concerns an international company the solution is applicable to similar companies in the Republic of Croatia. This approach to cost-cutting is also applicable to all the companies regardless of their size or number of branches.

The fact that the investment was returned in less than eight months is impressive. The cost of implementing this type of service depends on the company size and the quality of purchased equipment, which makes it difficult to predict how much time it will take other companies to achieve the same result as the company in the case study. Nevertheless, IP telephony is the telecommunications future. Companies should consider implementing it and devise plans for redirecting the saved resources to the programmes which would enhance their competitiveness. This primarily means education and life-long learning for the employees.

8. Optimisation of telecommunications costs as a factor in social development

Table #1 shows an overview of strategies, recommendations, and suggestions for optimising telecommunications costs. In addition to adopting good practice and implementing such solutions for rationalised spending, it is necessary to deregulate and demonopolise telecommunications. It is possible to directly monitor the cost of an Internet impulse per unit (and by doing so reduce it significantly), and develop a new high quality telecommunications network based on the mistakes from the past.

The most common problem of telecommunications costs in companies are as follows: (1) the prices of particular services highly exceed their actual cost (2) the prices of particular services do not reflect the demand for these services and (3) the prices are not compatible with those in the developed markets.

If companies cover high telecommunications expenses, the amount of available resources for company development decrease. Developed countries balance the corporate and the private life in a sustainable way due to the strong information and telecommunications technology. By accelerating decision-making processes as well as enabling and supporting creative activities regarding development planning, all the social participants would be provided with a better quality of life and offered the opportunities for a complete and fast business activity (access to all the needed information and the possibility to lead the company from outside the office). Prompt reaction in entering a new market niche is too often the key factor for success.

By enabling the access to telecommunications services to a high number of people without discriminating them against sex, age, social status or place of living, an important stride is taken towards equal opportunity in integrating all the social groups into the modern society of information and knowledge.

Furthermore, there are economic motifs related to significant savings due to the elimination of the classic telephone lines for connecting to electronic networks and using one system instead.

9. Conclusion

The research resulted in recommendations for optimising telecommunications costs in fast-growing companies, the bearers of economic/social growth. The high level of information-telecommunication technology as well as its accessibility will contribute to Croatia's participation in different markets in the European Union on an equal footing. The use of telecommunications and information technology (ICT) power and the possibility to use the knowledge available through these channels will improve the connectivity and increase the competitiveness of the Republic of Croatia. This will also contribute to higher efficiency, social development and reinforce the leading position of the Republic of Croatia in the region.

The most developed countries provide an example of how to systematically support innovation by encouraging cooperation among business, academic and public sectors (government). Room for innovation can be made, the necessary prerequisites for achieving competitiveness provided and long-run sustainable growth ensured by using up-to-date information technology and telecommunications (ICT).

Optimisation of the telecommunications costs releases substantial resources which are now available for the development of the enterprise (e.g. education, investing in equipment, new market research, product development, etc.). This enhances its competitiveness and indirectly facilitates the development of the community and society at large.

Literature:

Javorović, B.: *Poslovne informacije i Business intelligence*; Tehnička knjiga, Zagreb, 2007.

Samuelson, P. and Nordhaus, W.: *Ekonomija*, Mate d.o.o., Zagreb, 2007.

Internet sources:

125 godina telefonije u Hrvatskoj, www.t.ht.hr/pdf/125_godina_1.pdf (7.10.2011.)

Ćosić, K.: *Broj korisnika mobitela u Hrvatskoj*, Mobil.hr, <http://www.mobil.hr/novosti/operateri/broj-korisnika-mobitela-u-hrvatskoj-3636>, 15.6.2010. (19.9.2011.)

Economist Intelligence Unit: *Full Speed Ahead: The government broadband report Q1 2012 (A summary of the main report from the Economist Intelligence Unit)*, © The Economist Intelligence Unit Limited 2012, http://www.eiu.com/Handlers/WhitepaperHandler.ashx?fi=Broadband_Report_Q12012_executive_summary.pdf&mode=wp (15.3.2012)

European Commission: *A Digital Agenda for Europe*, http://ec.europa.eu/information_society/digital-agenda/documents/digital-agenda-communication-en.pdf (25.3.2012)

Godišnji pokazatelji RH od 2004. do 2009.,

<http://www.hakom.hr/UserDocsImages/2010.g/God%20pokazatelji%20RH%20od%202004%20do%2009.pdf> (7.10.2011.)

HAKOM (pregled tržišta), <http://www.hakom.hr/default.aspx?id=323> (7.10.2011.)

HAKOM, <http://www.hakom.hr> (7.10.2011.)

HAKOM, *Prikaz hrvatskog telekomunikacijskog tržišta* (2005),

<http://www.hakom.hr/UserDocsImages/dokumenti/Prikaz%20telekomunikacijskog%20trzišta%20u%20RH%202005.pdf> (7.10.2011.)

History of Cell Phones, <http://www.historyofcellphones.net>, (12.9.2011.)

How VPNs work; <http://www.howstuffworks.com/vpn.htm> (5.10.2011.)

HowStuffWorks, <http://computer.howstuffworks.com/wireless-network1.htm> (19.9.2011.)

Melanson D., UN: *Worldwide internet users hit two billion, cellphone subscriptions top five billion*, <http://www.engadget.com/2011/01/28/un-worldwide-internet-users-hit-two-billion-cellphone-subscript/> (19.9.2011.)

Mjesečni limit – dodatna mogućnost kontrole troškova u telekomunikacijama, Nacional (dnevno online izdanje), <http://www.nacional.hr/clanak/110383/mjesečni-limit-dodatna-mogućnost-kontrole-troškova-u-telekomunikacijama> (6.10. 2011.)

Mobithinking, *Global mobile statistics 2011*, <http://mobithinking.com/mobile-marketing-tools/latest-mobile-stats#m-banking> (19.9.2011.)

Nacionalni program razvitka otoka (28.2.1997), dostupno na <http://www.mrrfeu.hr/UserDocsImages/Regionalni%20razvoj/NPRO-RH%2022%2002%202012.pdf> (25.3.2012)

Openshaw J., *Mobile Phones: Key To Developing Nations*, http://www.huffingtonpost.com/2009/04/23/mobile-phones-key-to-deve_n_190809.html (19.9.2011.)

Strategija ruralnog razvoja Republike Hrvatske 2008-2013, dostupno na http://www.azrri.hr/fileadmin/dokumenti-download/STRATEGIJA_RR_2008-2013.pdf (25.3.2012)

Strategije informatizacije Hrvatske, <http://www.poslovniforum.hr/tp/strategija.asp> (24.3.2012)

Techabulary – The Vocabulary of Technology, <http://www.techabulary.com/p/pstn/> (7.11.2011.)

Telephone history, <http://www.telephonymuseum.com/History%201901-1940.htm> (12.9.2011.)

T-Hrvatski Telekom: Izvješće o društvenoj odgovornosti za 2009. <http://www.t.ht.hr/odgovornost/pdf/GCizvjesce09.pdf> (25.3.2012)

Voip-info.org, <http://www.voip-info.org/wiki/view/What+is+VOIP> (7.11.2011.)

Interviews:

1. Interview with Aleksandar Marijanić, (Customer Relationship Manager, PSE Poslovne Komunikacije), 13.10.2011.
2. E-mail communication with Damir Hrupački, (Indirect Sales Manager, T-HT), 14.10. 2011.
3. Interview with Željko Ćurković (Board Member, Signum d.o.o.) and Gordon Šafarik (Business Advisor, Signum d.o.o.), 25.10.2011.

**DRUŠTVO I MEĐUGENERACIJSKI
DIJALOG**

**SOCIETY AND
INTERGENERATIONAL DIALOGUE**

INTEGRATION OF ELDERLY PEOPLE IN THE INFORMATION SOCIETY VIA E – LITERACY

UKLJUČIVANJE STARIJIH U INFORMACIJSKO DRUŠTVO E- OPISMENJAVANJEM

Matej Peteh, Bojan Kern, Marija Ovsenik

Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenija

Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenija

Abstract

The present contribution deals with some facts and open questions in the field of elderly people's skills and knowledge of ICT. It introduces the results of empirical research on the basis of qualitative analysis from the half structural interviews with the participants of computer workshops in the Simbioza project (i. e. Slovene voluntary project of e-learning - Simbioza@e-pismena Slovenija). These interviews were about what is the attitude of these elderly to the use and learning of computers and internet; what are their motivation for learning computer skills and its use; what are the hurdles and power sources at their use and learning of computers and internet. In conclusion, the authors, on the basis of their experience at the involvement in the project, give some proposals to the professional computer society (so that it could follow the paradigm of design for all – DFA) as well as to the organizers of these computer workshops for the elderly so that the work can be more effective.

Keywords

elderly, e-inclusion, e-literacy, Simbioza project, qualitative analysis of interviews

Sažetak

Doprinos autora raspravlja o nekim faktorima i otvorenim pitanjima na području učenja informacijskih vještina starijih. Predstavi rezultate empiričkog istraživanja na osnovi kvalitativne analize polu strukturiranih intervju s učesnicima radionica računalstva projekta Simbioza (sveslovenski dobrovoljni projekt informacijskog učenja) o tome: kakav je odnos starijih koji su uključeni u projekt Simbioza do upotrebe računala i interneta; što ih motivira kod učenja informacijskih vještina i njihove upotrebe; koje su prepreke i koji su izvori moći njihove upotrebe i učenja upotrebe računala, te interneta. U završnom djelu priloga autori na osnovi iskustva sudjelovanja u projektu Simbioza izlože neke prijedloge informatičkoj struci (da bi ona u što većoj mjeri slijedila paradigmi oblikovanja za sve – DFA) i izvođačima radionica računalstva za starije za uspješniji rad.

Ključne riječi

stariji, IKT, e-uključenost, e-opismenjavanje, projekt Simbioza, kvalitativna analiza intervju

1. Uvod

Brz tehnološki razvoj i narastanje starijeg stanovništva su dva fenomena, koja su ključno obilježila sliku suvremenog društva. Brz i intenzivan razvoj računalstva te srodnih informacijsko-komunikacijskih tehnologija (IKT) prouzrokovao je promjene na praktičko svim važnim društvenim područjima, što se posljedično izrazilo i u preoblikovanju svakodnevnog života pojedinca. Komunikacija postaje sve brža, informacije su sve dostupnije, a moderne tehnologije iz dana u dan određuju tempo i oblik obrazovanja, rada te provođenja slobodnog vremena. Mogućnosti participacije na svim segmentima društvenog života se tako povećavaju za ljude, koji znaju savladavati tehnološke promjene, a na drugoj strani se smanjuju za ljude, koji tim promjenama ne mogu ili ne žele slijediti. U

diskursu o informacijskom društvu dakle ne možemo zanemariti pitanje o tzv. „e-isključenosti“, u toku tih misli pa ne smijemo prozreti populacije starijih ljudi.

Narastanje broja starijih i staranje društva donose brojne nove izazove, zajednički nazivnik svih rješenja pa bi trebala biti uspješna integracija postarijih u društvenu okolinu. Obrazovanje u trećem životnom razdoblju tako predstavlja važan preokret paradigme u spomenut smjer, a među ključnim područjima obrazovanja s namjenom uključivanja postarijih u današnje društvo je sigurno i tzv. „e-opismenjavanje“. Dok mlađe generacije preživljavaju sve više vremena za računalom i ostalim modernim tehnološkim pomagalima (pametni telefoni, tablična računala i sl.) digitalni prostor je starijima često nedostupan, što stvara nekakav socijalni jaz između generacija (nejednaka podjela znanja upotrebe IKT vještina). Međugeneracijsko surađivanje na tom području na taj način ima korist za obje strane: učenje računalnih vještina postarijim omogućiti da dođu u kontakt s upotrebljivim suvremenim tehnologijama, a mladima približi svijet trećeg životnog razdoblja. Na taj način je učenje uzajamno, a što je možda još važnije – stvori se prostor, gdje se obje generacije mogu sresti. Na takav način bi se mogao čak uspostaviti i omogućiti stalni kontakt (osobno i digitalno), koji bi spriječio međugeneracijsku otuđenost.

Često zaboravljamo da stariji nisu homogena grupa ljudi, jer ju sastavlja mnogo raznolikih generacija, koje se međusobno razlikuju po vrijednostima, interesima i ostalim karakteristikama. Zbog toga nije pošteno do starijih pojedinaca da ih jednačimo i na taj način onemogućavamo učinkovito otkrivanje njihovih potreba. Brojne tjelesne, duševne i društvene promjene čovjeku u starosti zaista ograniče mogućnosti koje je imao kao mlad čovjek. Ono što napravi starost još težu su upravo predstave trenutno aktivne generacije u smislu: gdje je uloga postarijih u društvu, što smiju, gdje je njihovo mjesto – dakle predrasude kojih posljedica su prečesto isključivanje, što se konkretno pokaže i u tzv. e-isključenosti.

Ako želimo pridonositi boljoj kvaliteti života starijih, treba je zagovarati načela „aktivnog starenja“, koja potičaju njihovo zaposlenost, radnu produktivnost, društvenu participaciju, socijalnu aktivnost, samostalni život i mišljenje o sebi. (Amaro, Gil 2011.: 3795). Da bi dostignuli ciljeve, po načelima strategije i2010 Europske komisije potrebno je razvijati i koordinirati koncepte i pobude na svim trima razinama koje uključuju IKT (Komisija Europskih zajednica 2007.: 4): 1) prijatno starenje na radnom mjestu – duže održavanje aktivnosti i produktivnosti pomoću dostupnih IKT, razvijanje inovativnih praksi za prilagođena radna mjesta, učenje upotrebe IKT; 2) prijatno starenje u zajednici – održavanje društvene aktivnosti preko IKT rješenja, omogućavanje boljeg dostupa do javnih i komercijalnih usluga; 3) prijatno starenje kod kuće – produženo uživanje veće kvalitete samostalnog života pomoću IKT.

Ne možemo zanemariti utjecaja starosti na smanjivanje tjelesnih i umnih sposobnosti, ali nas ta spoznaja ne smije ograničiti u uvjerenju da postariji ne mogu (i sve više moraju) slijediti tehnološkim promjenama i kulturi, koju donose. Treba je održavati takvu svjesnost, jer u suprotnom primjeru negativna očekivanja prečesto postanu samoostvarajuća proročanstva.

2. Digitalna nejednakost i e-uključenost

Prema mišljenju Almuwila i suradnika (2011.: 199) u stručnom su se kontekstu terminologija i fokus istraživanja preusmjerili na područje „e-uključenosti“ (engl. *e-inclusion*). Prethodni termin „digitalni raskorak“ (engl. *digital divide*) naime nije više odgovarao kompleksnosti pojave, jer se primarno koncentrirao na pomanjkanje dostupa i upotrebe računala te interneta. Isto tako nije uzimao u obzir dinamičnost pojave e-isključenosti, koja se brzo mijenja s obzirom na brz razvoj tehnologije. Van Dijk (ibid.) tvrdi da ni ekonomski faktori više ne predstavljaju primarnu prepreku, jer je računalna oprema postala izrazito jeftina. Prepreke u učinkovitosti upotrebe moderne IKT je dakle treba tražiti drugdje: u pomanjkanju znanja, u pomanjkanju prikladnih sadržaja, predrasudama i sl., što uspješnije zahvaća

pojam e-uključenosti (ibid.). Taj je definiran kao uključenost pojedinaca i zajednice u svim društvenim dimenzijama, koja uspješnom i učinkovitom upotrebom modernih IKT omogućuje uživanje povoljnosti informacijskog društva (op. cit.: 200).

Istraživanja su pokazala da je kod pojedinaca s većim dostupom do IKT moguće primijetiti više obrazovanje, više prihode i bolji društveni položaj, kod e-isključenih pojedinaca pa je očigledna manja informiranost, manja društvena uključenost, loša radna učinkovitost i sl. (op. cit.: 204). Zbog toga autori predlažu detaljniji teoretski okvir koji će pomoći razlikovati tako kompleksnu pojavu e-uključenosti.

Za uspostavljanje opširnog informacijskog društva je od ključne važnosti poticanje starije generacije da upotrebljava informacijsko-komunikacijsku tehnologiju (Selwyn et al. 2003.: 501). Eastman i Iyer (2005.: 125) inače tvrde da su postariji najbrže rastuća grupa korisnika interneta, ali na drugoj strani ne možemo zanemariti činjenicu da su postariji još uvijek često isključeni zbog neupotrebljavanja modernih informacijskih tehnologija. Podaci projekta SeniorWatch govore puno: približno jedna trećina postarijih u Europi suočava se s riskiranjem e-isključenosti (Amaro, Gil 2011.: 3794).

Tabela 1: Faktori koji utječu na e-uključenost

	Faktori	Utječe na ...	Opis
demografski	starost	upotrebu kontinuitet	Stariji korisnici zaostaju u znanju i vještinama, jer nisu odrastali s tim znanjima, a uz to sukobe se s preprekama zbog starosti.
	bračno stanje/djeca	dostup upotrebu povezanost	U domaćinstvima s dva partnera i domaćinstvima s djecom veća je prisutnost računala i internetskog dostupa.
	rasa, etničnost	samopouzdanje odnos	Ključna je veza s faktorima višestruke deprivacije (siromaštvo, status, boravište i sl.).
ekonomski	zaposlenost	dostup upotrebu kontinuitet povezanost	E-uključenost i zaposlenost povezane su u oba smjera, e-znanja omogućuju bolju zaposlenje, a zaposlenje nudi mogućnosti e-obrazovanja i e-dostupa.
	prihod	dostup kontinuitet povezanost	Ekonomski faktori su još uvijek važni u osiguranju e-dostupa.
	urbanizacija	dostup povezanost	Provincija se suočava s većim izazovima što se tiče e-dostupa nego gradovi, na drugoj strani pa su potrebe provincije za e-dostupom često veće.
socijalni	izobrazba	vještine sposobnosti kontinuitet	Ljudi s nižim obrazovanjem teže usvajaju e-vještine, e-dostup pa istovremeno omogućuje bolje obrazovanje.
	zdravlje	dostup povezanost	Zdravlje olakša e-dostup, a e-dostup omogućuje bolje zdravlje preko informiranja i usluga e-zdravlja.
	stil života	samopouzdanje odnos upotrebu	Određene kulturne i interesne karakteristike mogu utjecati na čestost upotrebe, komuniciranja i e-interakcije.
kulturni	jezik	vještine sposobnosti	Neznanje odnosno loše znanje jezika (npr. engleskog) jedna je od ključnih prepreka u upotrebi interneta.
	znanje IKT	vještine sposobnosti samopouzdanje	Ljudi s prethodnim znanjem IKT odn. s pozitivnim iskustvima upotrebe imaju više mogućnosti i prilika za razvoj novih e-znanja.

	tradicija	samopouzdanje odnos	Spremnost i otvorenost za društvene promjene igraju važnu ulogu u odnosu do tehnologije.
--	-----------	------------------------	--

(priređeno prema Almuwil et al. 2011.: 205-206)

3. Prepreke koje sprečavaju starijim da bi usvojili nove IKT

Većina starijih nije dobila priliku upoznavanja koristi IKT doba, jer im u svom obrazovnom, radnom i osobnom životu nije bila potrebna upotreba računala i interneta. Postariji su trebali stjeći IKT kompetencije u neprimjernih i neprilagođenim uvjetima, takoreći na silu, svaku put kad su digitalne tehnologije mijenjale konvencionalne postupke na javnim mjestima (trgovinama, zdravstvenim ustanovama, uredima i sl.) Pomanjkanje iskustva je tako glavna prepreka kod poticanja učenja računalstva (Amaro, Gil 2011.: 3798). Osman i drugi (ibid.) spominju i činjenicu da većina postarijih nema vlastitih računala, jer si ih financijski ne mogu priuštiti odn. jer njihove upotrebne vrijednosti ne shvaćaju kao ključne u svakodnevnom životu. Jedno od mogućih objašnjenja je dakle i to da su postariji mišljenja da upotreba novih tehnologija donosi samo malo koristi. (Vuori, Holmlund-Rytkonen 2005.: 58).

Sayago (2006: 26) utvrđuje da postariji često izbjegavaju upotrebu računala, jer se boje da će ga pokvariti. Njihova djeca često nemaju strpljenja da bi im stvari postupno i više puta objasnila. Zbog toga je važno da postariji učestvuju na tečajevima koji su namijenjeni upravo njima.

Neki autori prepoznaju uzrok izbjegavanja postarijih modernim tehnologijama u tome da su nekritički preuzeli stereotip o njihovoj nesposobnosti učenja novih stvari. Kad Ito i drugi (2001.: 18) govore o stereotipima u vezi s upotrebom suvremenih tehnologija, upravo starost identificiraju kao onaj element, koji prevlada nad ostalim kulturnim kategorijama.

Europska komisija je također prepoznala prisutnosti mnogih faktora koji sprečavaju postarije kod upotrebe IKT: *Dostupnost cijena* (osobni prihod igra veliku ulogu kad govorimo o praćenju suvremenih tehnologija, zbog čega je važno da IKT tehnologija uzima u obzir položaj postarijih kod oblikovanja cijena svojih kvalitetnih produkta i usluga), *internetska dostupnost* (treba je zajamčiti jednaku dostupnost do interneta bez obzira na geografsku lokaciju); *relevantnost nastavnih programa* (većina tečajeva računalstva ne odgovara potrebama starijih ljudi; potrebno je poticati razvoj programa, koji će im biti namijenjeni sadržajno i prema načinu učenja nastavnog gradiva); *dostupnost upotrebe* (poteškoće zbog starosti i zdravlja, povezane npr. s vidom, sluhom, motorikom i sl. zahtijevaju oblikovanje prilagođenih funkcija upotrebe naprava i njihovo uvažavanje kod planiranja nastavnih programa); *korisnost* (potrebna bi bila inovacija i realizacija tehnoloških rješenja, koja bi postarijim koristila prije svega u povećavanju njihove autonomnosti i društvene uključenosti (Amaro, Gil 2011.: 3799).

4. Potreba postarijih za učenjem računalnih vještina

Iako se postariji kod učenja računalnih vještina susreću sa sasvim novom logikom funkcioniranja naprava i nesvakodnevnim postupcima te se često istovremeno sukobljavaju s fizičkim, senzornim i kognitivnim promjenama na osobnoj razini kao posljedicama starenja (Amaro, Gil 2011.: 3798) smo, kao utvrđuju Naumanen i Tukiainen (2007.: 20) već zapisali da su postariji obično spremni, željni i sposobni učenja novih tehnologija (da je većina postarijih Europljanina otvorenih i naklonjenih upotrebi novih tehnologija potvrđuju i podaci projekta SeniorWatch; u Amaro i Gil 2011.: 3794). Da bi ih uspješno uključili u tok mijenjajućih IKT i njihovu upotrebu, po mišljenju oba autora važna je prisutnost primjernih nastavnih programa, koji neće temeljiti na pasivnim tehnikama učenja, nego na interaktivnim potpornim pristupima. Na takav način bi lakše i učinkovitije sudjelovali u procesu učenja. Kao korisno vide autori i organiziranje nastavnog gradiva u manje te postupne zadaće i približavanje novih koncepata na postarijim razumljiv način, preko usporedaba i metafora. Jones i

Bayen (ibid.) naglašavaju da je potrebno uzimati u obzir kognitivne promjene u starosti i tako postarijim omogućiti dovoljno vremena za davanje uputa, objašnjenja i stvaranje vlastitih bilježaka, a istovremeno smanjivati količinu čitanja nastavnog gradiva. Dickinson i drugi (op. cit.: 21) u opisivanju strategija e-opismenjavanja starijih naglašavaju značenje pozitivnog prvog susreta s računalom, nužnost izbjegavanja žargona i koristi prilagođavanja programa na osnovne funkcije (npr. pojednostavljen pretraživač traženja informacija na internetu).

Xie (u Naumanen, Tukiainen 2007.: 26) je uvjeren da uz kratke tečajeve postarijim trebaju prije svega i kontinuirani oblici poučavanja s vršnjacima u obliku klubova.

Dewsbury i drugi (u Dickinson, Gregor 2006.: 2-3) su mišljenja da je kod unošenja novih tehnologija u živote postarijih potrebno biti oprezan, jer mogu pogrešni pristupi u nekim primjerima imati negativne posljedice. Dickinson i Gregor (2006.: 11) upozoravaju na opreznost u poučavanju, jer može imati npr. neprikladno poučavanje postarijih od strane rođaka čak depresivne učinke. Učenje ne bi smjelo biti usiljeno „odozgo nadolje“, nego mora izlaziti iz izvora moći, interesa, sposobnosti i životnih iskustava starijeg čovjeka.

Podaci Eurostata (Individuals – Computer use, [isoc_ci_cfp_cu]) govore o tome da se na području 27 država u Europskoj uniji, postotak ljudi starih između 65 i 74 godine, koji nikada ne koriste računalno smanjio iz 73 postotaka 2006. godine na 58 postotaka 2011. godine. Usporedivo su podaci za Sloveniju još značajno manje ugodni, jer je postotak starih između 65 i 74 godina, koji nikada ne koriste računalno 2006. godine iznosio visokih 86 postotaka, godine 2011. pa je takvih bilo još uvijek 70 postotaka. Što se tiče upotrebe interneta, postotak ljudi, starih između 65 i 74 godine, koji nikada ne koriste internet na području Europske unije 2006. godine iznosi 85, a do 2011. godine pao je na 65 postotaka. Slovenija na tom području prema podacima za 2011. godinu još uvijek zaostaje za prosjekom EU za 17 postotaka (82 postotaka Slovenaca iz prije spomenute starosne grupe nikada ne koristi internet). (Eurostat - Individuals – internet use, [isoc_ci_ifp_iu]).

Selwyn i drugi (2003.: 580) tvrde da većina starijih korisnika koristi internet za osnovne stvari (traženje informacija), a ne za naprednije internetske usluge, kao što je npr. internetsko bankarstvo. Prema ocjeni Savage (2006.: 26) postariji upotrebljavaju računalno najviše zbog elektronske pošte, prije svega za komunikaciju s unucima i rođacima, koji žive daleko odn. u inozemstvu. Selwyn (u Naumanen, Tukiainen 2008.: 263) prepoznaje sklonost postarijih tome da IKT upotrebe u prvom redu kao pomoć kod njihovih interesa i hobija u slobodno vrijeme te svakodnevnih poslova.

Bucur i suradnici (1999.: 512) su sigurni da se uz redovnu upotrebu računala sposobnosti postarijih ne razlikuju značajno od sposobnosti korisnika ostalih starosnih grupa; kad se jednom naviknu na računalno, obično izgube strah pred njegovom upotrebom – u nekim primjerima pa računalnoj tehnologiji postanu čak veoma naklonjeni. Zanimljivo bi bilo istražiti tzv. „sive surfere na internetu“ kao primjere starijih kompetentnih, samopouzdanih korisnika interneta, koji internet uspješno koriste za komunikaciju, bankarstvo i zabavu (McCartney u Selwyn et al. 2003.: 501).

5. Koristi i mogućnosti koje računalno i internet nude postarijim

Suvremene IKT mogu postarijim poboljšati kvalitetu njihovog života, jer im omogućuju nove veze s vanjskim svijetom. Starenjem postupno gubimo svoju neovisnost i sve više postajemo ovisni o svojim rođacima i prijateljima. Zbog toga je za postarije važno da su s njima u kontaktu, da im mogu javiti svoje potrebe te smanje svoju usamljenost. Računalno i internet im omogućuju lakšu komunikaciju s važnim bližnjima i raširenost socijalne mreže, jer su mogućnosti komunikacije putem interneta uspješne u savladavanju fizičkih udaljenosti i vremenskih nedostupnosti. Također bi upotrebom različitih aplikacija mogli sebi omogućiti više mogućnosti za obrazovanje, kvalitetnije preživljavanje slobodnog vremena, bržu dostupnost zdravstvenih usluga i možda čak duži samostalni život u

domaćoj okolini. Računalo i internet mogu im nuditi dostup do različitih upotrebljivih informacija na područjima interesnih aktivnosti, zdravlja, zakonodavstva, prava te ugodnosti umirovljenika, financija i socijalnih usluga, institucionalne brige i dr. Uključenost u digitalnoj sferi preko društvenih zajednica na internetu ima potencijal smanjenja socijalne isključenosti te ublaženja osjećaja usamljenosti. Traženje virtualnih oblika pomoći i pomoći preko internetskih foruma nudi mogućnost susreta s ljudima, koji imaju slične interese, suočavaju se sa sličnim problemima i pitanjima te isto tako žele s drugima dijeliti svoje osjećaje i razmišljanja. Računalo i internet mogu nuditi i dodatno polje slobodnom vremenu i zabavi preko traženja i slušanja muzike, interaktivnih mogućnosti računalnih igara, ogleda fotografija te video snimaka i sl. Posjedovanje modernih tehnoloških vještina i uključenost u virtualne društvene tokove pa vjerojatno utječe pozitivno i na mišljenje o sebi te samopouzdanje postarijih, jer time dobiju još dodatno potvrdu svoje uključenosti u suvremenu okolinu. Sve te koristi postanu još relevantnije kod starijih osoba koje imaju poteškoće s gibanjem, koje žive u domaćoj okolini, također kod nepomičnih stanovnika u staračkim domovima.

Straka i Clark (2000.: 3) utvrđuju da može upotreba računala kod postarijih u institucionalnim okolinama pomoći smanjiti njihovu depresivnost i poboljšati njihove kognitivne sposobnosti. Segrist (2004.: 564) misli da može dostup do interneta i elektronske pošte povećati socijalnu interakciju kod postarijih i time pozitivno utjecati na kvalitetu njihovog života. Slično navodi Osman (u Naumanen, Tukiainen 2007.: 20) da upotreba računala može poboljšati kvalitetu života starijih ljudi preko povećavanja socijalnih interakcija i smanjivanja osjećanja usamljenosti. Također Naumanen i Tukiainen (ibid.) prepoznaju pozitivne posljedice upotrebe interneta, jer ta povećava osjećaj pripadnosti suvremenom društvu. Određena istraživanja naglašavaju potencijale interneta kao mogućeg aktera kod zadovoljavanja specifičnih potreba postarijih s obzirom na socijalne i emocionalne oslonce. (Loges, Jung 2001.: 545).

Sayago (2006.: 19) navodi koristi upotrebe elektronske pošte, jer postarijim omogućuje kontakte s rođacima (posebno s unucima), smanji njihovu usamljenost i potiče učenje upotrebe računara. Iako kod komunikacije sa svojim bližnjima češće upotrebljavaju telefon, upotreba elektronske pošte također ima svoje prednosti, pogotovo kad govorimo o međunarodnim pozivima, koji su skupi, i o vremenskim razlikama između država (op. cit.: 26).

Blit-Cohen i Litwin (2004.: 393) primjećuju da imaju stariji korisnici računala više pozitivan odnos do starenja, dok su postariji, koji računala ne koriste, pasivniji i ravnodušniji. Također Czaja i Lee (2003.: 417) utvrđuju da imaju postariji, koji su naučili koristiti internet, više pozitivan odnos do starenja, a osjećaju i viši stupanj povezanosti s bližnjima. Suprotno Dickinson i Gregor (2006.: 19) razmišljaju da će možda upravo e-komuniciranje postarijim dati osjećaj otuđenosti sa sugovornikom.

6. Poteškoće postarijih kod upotrebe računara

Unatoč činjenici da se populacija starijih povećava, do sada su potrebe postarijih kod razvoja informacijsko-komunikacijske tehnologije (IKT) prozrete, a posljedica toga je isključenost postarijih iz informacijskog društva. Isto tako je kod nas za sada malo istraživanja upotrebe IKT kod postarijih, iako je stvar o važnoj i zanimljivoj tematici (Sayago 2006.: 3).

Sayago (2006.: 32) tvrdi da poteškoće s upravljanjem miša postarije više sprečavaju kod upotrebe računara nego npr. loš vid. Često ne razumiju značenja duplog ili desnog klika, teško usvoje vezu između miša i zaslona, sa strelicom miša pa se na zaslonu teško snađu. Postariji, koji već imaju iskustva s upotrebom računala također imaju poteškoće s upotrebom miša, pogotovo kod desnog klika i točnosti klikanja predmeta na zaslonu (ibid.). Uz to još ne klikaju dovoljno brzo odnosno ne uspijevaju napraviti dupli ili desni klik (op. cit.: 125). Kopiranje i lijepljenje slika te teksta je npr. teže nego pisanje elektronske pošte, jer je potrebno upotrijebiti desni klik odnosno kombinaciju tipaka na tipkovnici, koju teže zapamte (op. cit.: 126).

Dickinson i drugi (u Amaro, Gil 2011.: 3798) utvrđuju da se poteškoće motoričkih sposobnosti kod postarijih izraze još više zbog neprilagođenih korisničkih sučelja, koji im sa svojim malim alatnim trakama i ikonama otežavaju upotrebu. Zbog takvih prepreka postane upravljanje mišem dugotrajno i frustrirajuće. Williamson i drugi (ibid.) u različitim istraživanjima prepoznaju slično: upravljanje mišem je problematično zbog pomanjkanja iskustva i zbog motoričkih poteškoća.

Jedan od glavnih problema je da su planeri i proizvođači IKT većinom prozreli potrebe starije generacije, kao da su pretpostavljali da oni ionako neće koristiti računalo. Nevidljiv naglasak je tako na uvijek mlađoj generaciji, koja će biti sposobna shvatiti djelovanje.

7. Rezultati istraživanja među korisnicima Projekta

Simbioz@ e-pismena Slovenija prvi je sveslovenski dobrovoljni projekt e-učenja, organiziran od strane Zavoda Ypsilon, koji je povezo staru i mladu generaciju međugeneracijskim suradivanjem, solidarnošću i poticanjem cjeloživotnog obrazovanja. Ideja za projekt proizlazi iz činjenice da većina starijih ne upotrebljava suvremenu digitalnu tehnologiju, bez koje si mladi više ne predstavljaju svakodnevnog života. Mladi dakle imaju velik potencijal da kao dobrovoljci u ulozi izvođača obrazovanja pomažu starijim kod učenju računalnih i internetskih znanja. Namjera projekta je tako bila u duhu međugeneracijskog sudjelovanja i dobrovoljstva omogućiti postarijim pozitivno iskustvo s računalom, povećati njihovu samopouzdanje, motivirati ih za dalje učenje upotrebe računala i interneta te posljedično dignuti računalnu pismenost starijih.

U tjednu od 17. do 21. listopada 2011. godine mladi dobrovoljci su na besplatnim radionicama po Sloveniji predstavnike starije generacije oduševljavali nad upotrebom računala i interneta. Obrazovanja su se odvijala u tzv. Simbioz@ učionicama u bibliotekama, školama i drugim lokacijama po Sloveniji u obliku radionica, koje su trajale od ponedjeljka do petka, u dvosatnim prijepodnevnim (9-11h) i poslijepodnevnim (16-18) terminima.

S učesnicima radionica u okviru Projekta Simbioza, koje su se odvijale na Osnovnoj školi Antona Martina Slomška u Vrhnici napravili smo polustrukturirane intervjuje, te na osnovi njihove analize izradili testnu teoriju o tome kakav odnos imaju postariji do računala i interneta, što ih kod toga potiče odn. motivira, gdje sami vide prepreke i istovremeno njihove izvore moći. Upotrijebili smo metodu neslučajnog, priručnog uzorkovanja, jer su u dijelu uzorka bili samo oni postariji koji su bili prisutni na radionicama računalstva u spomenutim terminima u OŠ Antona Martina Slomška Vrhnika te bili spremni sudjelovati u intervjuu. Uzorak je zahvaćao šest učesnika – tri žene i tri muškarce. Iz transkripcije intervjuja ispisali smo relevantne izjave te obavili otvoreno kodiranje izjava (raščlanjenim te uređenim izjavama pripisali smo kodove, red po red). Kodove smo pripisali s obzirom na karakteristična i apstraktnija značenja jedinica kodiranja. Srodne kodove te izjave smo spojili s obzirom na zajedničko značenje te ih uredili u više kategorije. Kategorije smo prikladno imenovali s obzirom na sadržaj kodova.

7.1 Odnos učesnika radionica Projekta Simbioza do upotrebe i učenja računala te interneta

Postariji koji su učestvovali na radionicama u projektu Simbioza prepoznaju potencijalne koristi računala u svakodnevnom životu. Iako je kod nekih učesnika još uvijek prisutno mišljenje da je računalo „neš' moderno, neš' za mlade“, poticajno je zapažanje da su ga većinom prihvatili „kao ostale naprave“ i da je samo potrebno „naučiti kako se koristi kao soaku stvar“. Važna je ustanovljena činjenica da postariji prepoznaju težinu te zapletenost upotrebe računala. Unatoč naizgled pojednostavljenjima u operacijskom sistemu i programima učenje je tako još uvijek „teško za nas stare“, jer bi „računala mogla biti jednostavnija za upotrebu, pogotovo za nas starije“. Svejedno ih to ne odvraća od zanimanja za učenje i upotrebu. Svjesni su važnosti uloge računala u današnjem svakodnevnom životu, koja zahvaća obrazovanje, rad i slobodno vrijeme. „Računalo vidim kao veoma važno oruđe. „Gotovo da je nepogrešivo“ i

„postao je već nužno zlo“. Takvo mišljenje kaže i na moguću spremnost kupovine računala: „kod kuće još nemam računala, ali bi ga kupio“ i čak zagovaranje njegove upotrebe „na živce mi idu oni koji govore da njima to ne treba“. Računalo tako shvaćaju kao pojedinačvu uključenje u društveno događanje. „Moraš ići u korak s vremenom“. „Ako ne znaš koristiti računalo nisi u toku s vremenom, zastario si, odrezan si od svijeta“. Žele biti uključeni u suvremene tokove, a to znači da moraju kompetentno upotrebljavati iste tehnologije kao ostalo aktivno stanovništvo. Istovremeno ih privlače sasvim praktične koristi upotrebe računala, koje im olakšaju svakodnevne poslove. „Meni računalo jako koristi“. Traženjem po internetu mogu dobiti informacije, čitati vijesti i sl. „Na internetu zaista nađeš sve što te interesira.“ Takvo informiranje je za njih praktičnije i vremenski učinkovitije. Prepoznaju i potencijalne vrijednosti internetske komunikacije. U usporedbi s poštom i telefonom može tako internet biti „prava stvar“. Računalo im može predstavljati korisni oslonac u starosti. „Lijepo je biti samostalan da možeš sam pogledati informacije, da nisi ovisan o nekome, hoće li ti pomoći, hoće li uopće imati vrijeme za tebe ...“. Osjećaj samostalnosti tako može pozitivno utjecati na to da je pojedinac svjestan vlastitih izvora moći i na mišljenje pojedinca o samom sebi.

Uz to pa stariji prepoznaju i određene štetne elemente upotrebe računala, koji ih mogu malo odbijati. Prekomjerna upotreba može biti gubitak vremena, kojeg je moguće primijetiti kod djece, koji provode „previše vremena za računalom, umjesto da bi bili na zraku“. Na takav način se u propagiranju računalne opreme postarijim susrećemo s nekakvim paradoksom. Mlade naime često upozoravamo na opasnosti prekomjerne upotrebe računala i ovisnosti o njemu, dok postarije potičemo upotrebi bez razmišljanja da će se možda brzo suočiti sa sličnim problemima. Gdje je onda granica „upravo dovoljne i korisne upotrebe“ i kada se upravo ona može preokrenuti u zloupotrebu? Ili ako se izrazimo malo sarkastičnije: što će postariji zaista pridobiti na razini kvalitete života gledanjem smiješnih snimaka na YouTubeu i „sviđanjem“ fotografija na Facebooku? Naravno da nije tako jednostavno i da ne bi bilo korektno tako generalizirati. A svejedno moramo biti svjesni da je poučavanje računalnih vještina pred izazovom: hoće li zaista pomoći u kvaliteti života kad bude to znanje upotrebljivo i korisno ili će vršiti namjenu samom sebi, bez stvarnih učinaka? Negativna svojstva interneta mogu učesnici vidjeti i u nepoželjnoj pošti („spamu“), koja ih nagovara kupovini. Skeptičnost do kupovanja na internetu može se izraziti u nepovjerljivosti do elektronskog plaćanja i podjele osobnih podataka. „Ne znam, ako je pametno vjerovati tome. Čuo sam da ti mogu ukrasti podatke.“ Svejedno pa je prisutno nekakvo sigurnosno uvjerenje da mora čovjek u svakodnevnim situacijama „samo upotrijebiti zdravu pamet, pa ga nitko neće zeznuti.“ Odnosno: „potrebno je pobijediti takav strah da možeš početi uživati.“ Za vrijeme radionica i u intervjuima nismo primijetili značajnog straha od strane postarijih do same upotrebe računala ili interneta. Njihov strah (ako već) više ima izvor u njihovom nepoznavanju djelovanja računala odn. nesavlađivanju računalnih vještina. Tako ih može biti strah na početku da će s nekim svojim potezom „nešto pokvariti“, da će nešto „pogrešno pritisnuti“ ili nenamjerno izbrisati. Izvor straha mogu predstavljati vijesti o internetskom kriminalu. „Malo se samo bojim, jer sada puno govore o toj sigurnosti podataka i internetskim prevarama“. Zanimljiva nam je bila izjava g. Braneta: „Bilo me strah da ću ispasti glup na radionicama“. Takav strah odnosno trema može utjecati na odluku o prisustvovanju na radionicama računalstva, koje su u biti namijenjene učenju osnova i osvješćenju učesnika o potencijalnim koristima upotrebe.

7.2 Motivacijski faktori učesnika radionica Projekta Simbioza kod učenja i upotrebe računalnih vještina

Postarije kod učenja i upotrebe računala na početku motivira nekakva želja za znanjem. Žele upoznati i naučiti nove stvari te „pridobiti još više upotrebljivog znanja“. „Trebalo je učiti cijeli život. I upravo to me vodi dalje. Neka želja za novim znanjem“. Kod učesnika radionica brzo smo prepoznali želju po komuniciranju s obitelji putem interneta. Prije svega ova želja postane očita kod pojedinaca, čiji bližnji žive u inozemstvu. „Željela bi naučiti koristiti elektronsku poštu, jer bi onda mogla razgovarati s unukom koja studira u Engleskoj. „Brat živi u Hrvatskoj, telefon je skup, a elektronska pošta bi bila super“. „Kćerka radi u Americi ... više puta šalje kakve fotografije ... ne znam ih uvijek otvoriti ... pa bi joj htio nekad poslati kakve

fotografije.“ Ključni razlog zbog kojeg postariji počnu koristiti internet je po našem mišljenju elektronska pošta, koja im omogućuje kontakte s obitelji i prijateljima. Razgovor putem interneta te razmjena podataka (npr. fotografija) je tako kod nekih postarijih stvarna potreba, koju ne smijemo zanemariti. Bez obzira na to je li stvar o članu obitelji koji živi u inozemstvu ili o prijatelju, koji živi u susjednom gradu – internet može ponuditi jaku podršku u održavanju kontakta i komunikacije. Elektronska pošta (e-mail) može predstavljati dobar način komunikacije, a zanimljiva je utvrđena činjenica da imaju neki postariji interes odn. potrebu za drukčijim oblicima internetske komunikacije (npr. video-komunikacija). „*Također bi želio bi naučiti upotrebljavati i Skype da bi sa suprugom mogli razgovarati i s mlađim unucima, koji još ne znaju koristiti računalo.*“ Dugotrajno tipkanje pa može biti za mnoge postarije prezahtjevno, dok video-razgovor uz događanje u realnom svijetu nudi i sliku i zvuk, što kod razgovora z bližnjima može ojačati emocionalnu dimenziju razgovora. Internet kao komunikacijsko sredstvo postariji bi mogli upotrijebiti i kod širenja socijalnih mreža: „*Ponekad mi je dosadno. Zanima me kako bi mogao nekoga upoznati putem interneta?*“ Na osnovi naših vlastitih zapažanja doduše zaključujemo da postariji nisu izrazili velikog zanimanja za širenje vlastitih socijalnih mreža pomoću socijalnih mreža na internetu (npr. Facebook). Vjerojatno u tome ne vide dovoljno upotrebljive vrijednosti. Možda bi ih to malo više oduševilo, ako bi imali jamstvo da bi na taj način zaista došli u kontakt sa starim poznanicima. Veće koristi vide u uspostavljanju i očuvanju digitalnih kontakata razgovorom s najbližima: obitelji, prijateljima i rođacima. Nekim učesnicima bila je privlačna ideja o manjim troškovima komunikacije: „*Telefon je jako skup, a elektronska pošta je besplatna.*“ Troškovi telefona se svakako povećavaju pozivima u inozemstvo, zbog toga je bila želja po smanjivanju troškova prisutna kod onih, koji imaju takvu potrebu; međunarodni telefonski pozivi im naime predstavljaju velik trošak. Želja po smanjenju troškova može utjecati i na odluku za kupovinu na internetu, ako prepoznaju da je to „*jeftinije putem interneta.*“

Velik motivacijski faktor je internetski dostup do raznoraznih informacija. Postarije zanimaju različita područja: vijesti, vrijeme, zdravstvene informacije, informacije o zdravom prehranjivanju, o automobilima, cijene nekretnina, cijene aranžmana godišnjih odmora, raspored kulturnih događaja, slike, zemljovid i dr. Internet može postarijim služiti kao podrška njihovim interesnim aktivnostima. „*Pomoću interneta također bi htjela naučiti pratiti termine utakmica boćanja i pikada.*“ Na internetu bi mogli pratiti sport (rezultate sportskih utakmica), tražiti kuharske recepte, informacije o izletima i pješačkim stazama, čitati savjete o vrtlarstvu, članke o alternativnoj medicini te knjige i sl. Ga. Irena izrazila je interes da bi mogla „*dijeliti svoje kuharske recepte s drugima.*“ Neke motivira čak digitalna fotografija: „*Želio bi naučiti kako se obrađuju fotografije. Možda bi mogao napraviti kakvu prezentaciju.*“ Pojedinačni interesi dakle mogu kod postarijeg još dodatno poticati upotrebu računala i interneta, jer nude dodatno radno područje, koje proizlazi iz njihovih izvora moći, te je zbog toga zanimljivije i zabavnije.

Postarije motivira i činjenica da mogu računalo i internet olakšati te poboljšati određene poslove. Tako ga. Irena utvrđuje da se može naručiti „*na zdravstveni pregled putem interneta, a ne da zove telefonom i čeka.*“ G. Karel bi želio naučiti platiti račune putem interneta „*jer je navodno brže i jeftinije.*“ G. Brane bi računalno znanje mogao upotrijebiti kod pisanja dnevnika. „*Sada kad sam naučio tipkati, bi ga mogao pisati na računalo.*“ Računalo i internet pa su naravno i korisna pomagala za proganjanje dosade. „*Ako mi je dosadno, odigram kakav šah ili karte.*“ „*Također bi htio naučiti i kako se gledaju filmovi te sluša muzika putem interneta.*“ „*Htio bi naučiti i presnimiti filmove i muziku.*“ G. Andrej pa je izrazio i zanimanje za obrazovne sadržaje, kao npr. učenje jezika.

7.3 Prepreke učesnika radionica Projekta Simbioza kod upotrebe i učenja upotrebe računala i interneta

Po jednoj strani imaju računalo i internet velik potencijal za starije u smislu kompenziranja opalih sposobnosti te poboljšanja kvalitete života, a po drugoj strani postoji još puno praktičkih prepreka, zbog kojih stariji ne koriste moderna tehnološka rješenja. U istraživanju smo vidjeli priliku da pomoću

podataka i intervjuja naših zapažanja prepoznamo prepreke, s kojima se postariji suočavaju kod učenja i upotrebe računala. Zanimalo nas je koliko prepoznatih prepreka je stvarnih, a koliko prividnih.

Prva i možda najveća prepreka postarijih kod upotrebe odn. učenja upotrebe računala i interneta je sumnja u vlastite sposobnosti. Upravo zbog takvih sumnji vjerojatno mnogi postariji nisu odlučili sudjelovati na radionicama, prebrzo su prestali pratiti predavanja i zadaće ili su nakon završetka radionica prestali s upotrebom. „Ne znam, ako smo stariji dovoljno sposobni za rad s računalom.“ „Mislim da bi tipkao sporo.“ „Sama ne idem na računalo, jer ne znam, ako znam dovoljno.“ „Ne znam kako ću ja to sama ...“ „Ne znam ako bi to znao. Još uvijek sam prevelik početnik.“ Teško je utvrditi kad je stvar samo o sumnji i kad je stvar u njihovom istinskom zapažanju vlastitih prepreka, koje su neizbježno povezane sa starošću. Tako možemo zaključiti da i sama starost kao apstraktan pojam predstavlja nekakvu prepreku u temeljitom razumijevanju novijih tehnologija. „...što si stariji, to teže upotrebljavaš računalo“.

Pomanjkanje znanja je sigurno jedna od ključnih prepreka, koje doprinose nastanku i održanju sumnji te otežavaju učenje i onemogućuju tekuću upotrebu računala. Postariji se većinom nisu imali prilike sresti s računalom u mladosti i odraslom dobu. „Nikada nisam upotrebljavao računalo. Kad sam bio mlad ih nije bilo, na poslu mi isto tako nije trebao.“ Zbog neznanja odn. lošeg znanja upotrebljavaju samo osnovne funkcije, iako su svjesni naprednijih poslova i žele ih upotrebljavati: „Više bi ga upotrebljavala, kad bi imala više znanja.“ „Čisti sam početnik ...“ „Problem je u tome da još uvijek ne znam sve što bi htio znati.“ Pomanjkanje znanja može biti i dvosmjerni problem. Iako će npr. g. Brane naučiti koristiti računalo i internet do one mjere da će moći sudjelovati u internetskoj komunikaciji, razgovor s njegovim bratom u inozemstvu mu neće biti dostupan, jer ni on „ne zna s računalom“. Svakako je to širi problem koji traži sistemsku rješenja.

Na osnovi naših zapažanja za vrijeme radionica i intervjuja možemo tvrditi da je glavna poteškoća postarijih kod upotrebe računala sigurno navigacija upravljanja mišem i tipkovnicom. „Najteže kod računala bio mi je miš. Teško pritišćem, premičem. Nisam tako spretan, ruka mi se previše tresе.“ Problemi su čvrsto povezani motoričkim sposobnostima (pomicanje i klikanje, posebno desni klik) i sposobnošću koordinacije pomicanja miša te praćenja strelice pogledom. Često naime izgube pogled na strelicu, ne shvate da mogu dignuti miš, vratiti ga nazad i time pridobiti na manevarskom prostoru i sl.: „Strelica mi skače po cijelom monitoru.“ Problemi se povećaju kad je potrebno uključiti i druge funkcije, npr.:

- Dupli klik urade previše polako odnosno duplim klikom nenamjerno pomjere strelicu miša u drugom smjeru od ikone. „Teško dva puta brzo pritisnem zbog zapešća ...“
- Označavanje ikona držanjem tipke i pomicanjem miša je za neke prezahtjevno, jer teško duže drže tipku. „Nemam osjećaja za to, mislim da su mi prsti preveliki. A zbog ozljede ruke još je teže.“
- Kopiranje preko "povuci i spusti" (t. i. *drag&drop*) kompliciran je zbog upravljanja s više otvorenim prozorima, greške se također mogu pojaviti zbog prebrzo ispuštene tipke. „Previše je komplicirano, ovo tipkanje i klikanje ...“
- Nenamjerni desni klik i onda lijevi klik mogu korisnike privesti do otvaranja mnogobrojnih prozora s namještanjima i dodatnih mogućnosti kojih ne razumiju i zbog toga osjećaju strah da će nešto „pokvariti“ ili otpor da „ništa ne radi pravilno“.

Alternative za običajan miš isto tako nisu poticajne: „Na prijenosniku teško koristim onu pločicu za pomicanje strelice“. Zapovijedi na tipkovnici, koje nadomjestite kombinacije različitih tipaka, pa su mnogobrojne i zahvaćaju kombinacije različitih tipaka, što mnogi postariji teško zapamte. Rad s tipkovnicom je inače lakši nego s mišem, ali još uvijek postoje poteškoće s motoričkom koordinacijom više zahtjeva odjednom, npr.: Shift + tipka, Alt + tipka, Ctrl + tipka i sl. Ako nenamjerno pritisnu Enter, Tab ili funkcijsku Windows Start tipku, mogu doći do novih prozora i na taj način izgube slijeđenje toka rada.

Poteškoće s vidom ostaju problemi kod mnogih postarijih, iako je tehnologija zaslona jako napredovala. Nakon određenog vremena teže gledaju u zaslon: „*ako gledam dugo vremena u monitor, počnu me peći oči.*“ Namještanje rezolucije, svjetlosti, kontrasta i ostalih karakteristika pa su za početnike prezahtjevne. Tekst, ikone i alatne trake su većinom premale: „*na računalu piše sve tako malih slovima da teško vidim.*“ „*Na računalu i internetu je premalo pismo ...*“ Namještanje zooma i rezolucije je isto tako teže dostupno početnicima. Na ovom mjestu dakle ne možemo govoriti samo o poteškoćama postarijih s vidom, nego i o neprilagođenosti strojne i programske opreme, prije svega što se tiče njima lakše dostupnosti zaslonskih namještanja. Postariji mogu imati poteškoće i s dugotrajnim sjedenjem: „*Ne mogu sjediti za računalom više od jednog sata zbog bolova u nogama i kukovima.*“

Kognitivne poteškoće i poteškoće s memorijom bile su isto tako prisutne. Neki učesnici su teško zapamtili nove i naprednije postupke u programima, a uz to su dok su radili često zaboravili i osnove (kombinacije tipaka na tastaturi, upravljanje mapama itd.), što je otežalo usvajanje novih zadataka. Često su bili zbunjeni, kad smo demonstrirali istu operaciju na različite načine (npr. otvaranje dokumenta), jer nisu znali da se radi ista stvar, što su kasnije i pogrešno zapamtili: „*Mi teže zapamtimo takve stvari.*“ Pričati o ozbiljnijim poteškoćama s memorijom kod upotrebe računala pa bi bilo pre nagljeno i nepošteno, jer je u roku od jednog tjedna teško govoriti o takvim preprekama. Redovitim i kontinuiranim korištenjem postariji bi vjerojatno usvojili i osnove pohranili u sebe te uspješno naučili nove postupke.

Poteškoće sa sluhom nisu predstavljale značajnu prepreku. Nastavno gradivo smo više puta naglas objasnili, također su dobrovoljci još dodatno individualno objasnili sve nejasnosti. Poteškoće u sporazumijevanja su više izvirale iz nepoznavanja engleskih, tehničkih i stručnih izraza. Nerazumijevanje jezika je tako sljedeća prepreka kod upotrebe računala i interneta. Engleski je za mnogo postarije nerazumljiv ili prezahtjevan, poslovenjeni i tehnički žargonski izrazi također su im strani, npr.: disk, RAM, Enter i sl. Ova prepreka je možda uočljivija kod upotrebe interneta, jer su operacijski sistemi i programi većinom prilagođeni slovenskom jeziku. „*Što god piše na engleskom, ne klikam, jer ne razumijem teksta.*“ Također se stanje na internetu stalno poboljšava ponudom novih prikladnih sadržaja i funkcija prevođenja na internetskim pretraživačima. Možda glavni problem nije u nerazumijevanju riječi, nego više u nerazumijevanju njihovih funkcijskih karakteristika: „*Razumijem, ako piše na slovenskome, jedino ne znam, kako se što upotrebljava.*“ Tako mogu biti i riječi „Datoteka“, „Dokument“ i „Priljepi“ dvosmislene ili nejasne, jer postarijim bez računalnih iskustava ne javljaju pravog sadržaja.

Prepreku u učenju i upotrebi mogu predstavljati i tehnički problemi s računalom. Sporost radnje, problemi s internetskom vezom i zaustavljanje sistema mogu negativno utjecati na strpljivost korisnika. „*...ako računalo zablokira ili radi polako. Izgubiš volju.*“ Prevelika zahtjevnost programa je postarijim isto tako odbojna. Programi za elektronsku poštu mogu biti nepregledni zbog previše mogućnosti, sigurnosnih opcija ili prozora: „*Program za poštu je previše kompliciran, otvaraju mi se neki prozori i upozorenja, uvijek trebam upisivati neke lozinke i odgovore.*“ Ostale napredne mogućnosti mogu biti unatoč prepoznatljivim koristima zbog prevelike zapletenosti nedostupne: „*Sada da bi si nešto kupio na internetu, to neću. To je meni preteško.*“

Sljedeći negativni faktor je sigurno razvoj računala i programske opreme. Ako je istinita nekoliko peckava izreka da u trenutku kad kupiš računalo već je zastarjelo, znači li to da kad nešto naučiš, već je zastarjelo? Već od mladih nogu moramo uvijek iznova i neprestano učiti nove stvari, aplikacije, osuvremenjivanja i sl. Puno nas ima npr. probleme s time da se navikne na nove verzije programskog paketa Microsoft Office. Zbog sporijeg i težeg računalnog učenja postarijih pa je praćenje takvog napretka s njihovog aspekta još toliko teže: „*Smetaju mi te nove verzije programa. Naučio sam, a onda dođu novi Windowsi i ništa mi više nije jasno. I novi Word. Isto tako se ne mogu više snaći.*“ Zbrka može nastati i

za vrijeme radionica računalstva, ako se dostupna računala međusobno razlikuju prema inačici operacijskih sistema i programa. Tako: „*smeta mi, jer je svako računalo drukčije. Jedna imaju takve Windowse, druga drugačije i onda si zbunjen.*“ Zbog takvih nejedinstava možemo onda unatoč uspješnom obrazovanju biti svjedoci nekakvim nekompatibilnostima znanja.

Naivno bi bilo očekivati da se učesnici nakon završetka radionica kod kuće neće sresti s problemima i dilemama kod upotrebe računala. Odsustvo domaće potporne mreže može predstavljati rizik da će postariji usvojeno znanje postupno izgubiti odn. da neće napredovati u učenju. Djeca i unuci bi mogli postarijim pomagati kod upotrebe, riješiti tehničke probleme te ih još dodatno motivirati s usputnom osviještenošću o novim tehnološkim mogućnostima. Odsustvo podrške može nastupiti zbog njihove fizičke udaljenosti: „*Djeca su se odselila, tako da mi ne mogu svaki dan pomoći*“, ili zbog njihovog pomanjkanja vremena, volje i motivacije: „*Kod kuće mi nitko ne može pomagati sa tim. Kćerka i sin nemaju puno vremena. S unucima se isto tako malo vidim.*“, „*Sin govori da nema vremena. Unucima se isto tako ne da baviti time. Svi su opterećeni radom i školom.*“ Traženje i uživanje podrške kod učenja i upotrebi računalnih vještina u domaćoj zajednici mogu postarijim predstavljati veliku prepreku. Sama fizička i vremenska dostupnost podrške pa izdaleka ne znači garancije za odgovarajuću pomoć kod učenja. Mladim se često ne da ili nemaju strpljenja i na taj način često sve urade namjesto njih, umjesto da bi ih postepeno učili i time ojačali njihovu samostalnost. „*Mladima je sve to samo po sebi razumljivo. Oni sve to znaju i onda nemaju živaca za učenje nas starih. Sve urade umjesto nas, a mi se na taj način ništa ne naučimo.*“ To, da oni koji pružaju podršku sami po sebi razumiju računalne vještine, više ojača njihovu neuviđavnost do nastavnih potreba računalnih početnika. „*Suprug nema puno živaca (za pomoć kod računala). Njemu je sve jasno i onda ne razumije kako to da ja nešto ne znam.*“

7.4 Izvori moći učesnika radionica Projekta Simbioza kod njihove upotrebe i učenja upotreba računala i interneta

U savladavanju prepreka te poteškoća u učenju i upotrebi računala te interneta igraju važnu ulogu izvori moći postarijih. Prvi i osnovni izvor moći je prisutnost odnosno dostupnost računala u njihovoj životnoj okolini. Postariji, koji imaju računalo kod kuće, bili su prema našim zapažanjima za vrijeme radionica samopouzdaniji i opušteniji, jer su se već upoznali s djelovanjem strojne i programske opreme te tako pridobili nekoliko početnih iskustva. Potpuni početnici bili su kao „*tabula rasa*“ na tom području, inače manje opterećeni verzijom operacijskog sistema, oni sa iskustvima na drugačijim OS pa su imali mogućnost usporedbe razlika i time učenja logike smjerova računalnog napretka. Neki učesnici su donijeli svoje prijenosnike na radionice, što je zapravo idealno rješenje, jer su na taj način cijelo vrijeme djelovali u poznatoj korisničkoj okolini. Vrijednost domaćeg računala pa se naravno najviše izrazi nakon završetka radionica, jer omogućuje nastavljanje učenja na dohvat ruke, koje ne ovisi o dostupnosti biblioteka i ostalih cyber-mjesta. Također može odsustvo vlastitog računala značiti početak za pomoć bližnjih: „*nemam računala, ali mi ga donesu unuci, onaj prijenosnik.*“ Takvo sudjelovanje se može razviti u zanimljiv i koristan oblik međugeneracijskog druženja, koji uz tehničku pomoć sadrži i priliku susreta te razmjene između dva različita svijeta.

Računalno predznanje je sljedeći važan izvor moći, jer isto tako utječe na samopouzdanost i upuštenost postarijih kod učenja. Korisnici s iskustvima završenih osnovnih računalnih tečajeva ili s nekoliko iskustva rada na računalu na poslu lakše su slijedili toku radionica, više se uključivali u diskusiju te se hrabrije latili nastavnih zadaća. Uz to imali su priliku povezivanja naučenih vještina s novim učenjem. Samopouzdanje postarijih kod upotrebe računala je isto tako ojačala njihovu moć i motivaciju za učenje: „*...kad ti nešto uspije pravilno uraditi, još si više motiviran.*“ Pozitivna iskustva s računalom doprinijela su širenju samopouzdanja i visokom mišljenju o sebi: „*Utvdila sam da mogu naučiti puno novih i upotrebljivih stvari, i u mojim godinama.*“ Takve potvrde mogu samo poticati i ojačati postarije u njihovih odlukama za dalje obrazovanje u trećem životnom razdoblju i na drugom

područjima. Uz to pa mogu poticati i vršnjake odnosno u tome mogu i sami aktivno sudjelovati: „...a mogao bi naučiti i nekoga, tko još ne zna“.

Postariji su uz razmišljanje o poteškoćama i preprekama u upotrebi računala brzo prepoznali potencijalna rješenja u obliku individualnih prilagođavanja i računalnih namještanja. Tako su poteškoće u razumijevanju jezika većinom savladljive s odgovarajućim dostupnim izborima: „Kod kuće imam računalo namješteno na slovenski ...“, „Radim na slovenskim Windowsima.“, „A kupit ću si slovenski program“. Poteškoće s vidom moguće je ublažiti preko namještanja rezolucije, svjetlosti i kontrasta zaslona te veličine pisma: „Mogu namjestiti veličinu pisma na računalu“. Ova funkcija čak nudi prednost kod npr. čitanja vijesti na internetu u usporedbi sa štampanim oblikom: „A može se povećati pismo, što se recimo kod časopisa ne da“. Poteškoće s upravljanjem miša su do određene mjere rješive s pojedinačnim osobnim namještanjima, koji odgovaraju sposobnostima postarijih. Dupli klik npr. postane lakši, ako: „mišem pritisnem jednom i onda pritisnem Enter“. Primjer osobne prilagodbe na sasvim nov nastavni proces je i pravljenje vlastitih bilješki: „pomoglo bi mi, ako bi negdje zapisala što moram napraviti ...“ Nastavni materijal i bilješke su inače dostupni na mrežnoj stranici Simbioze, što istovremeno predstavlja nekoliko ironično nedostupnost potpunim početnicima, kojima bi gradivo najviše koristilo. Pravljenje vlastitih bilješki bi uz to značilo i zapis „samo po sebi razumljivih“ podataka i postupaka, kojih poseban naglasak je tijekom radionica možda bio ispušten. Neke vrste ad hoc prilagođavanje na opasnosti internetskih prevara je i zdravorazumska opreznost u surfanju na internetu: „Na takve stvari ne klikam „na sumnjive oglase)“. Možemo zaključiti da već samo razmišljanje i spremnost na traženje odgovarajućih namještanja te upotreba vlastite snalažljivosti kod toga predstavljaju nekakav izvor moći, što kaže na volju postarijih kod upotrebe računala.

Podrška u domaćoj okolini kod učenja i upotrebe računala te interneta predstavlja važan izvor moći, koji po jednoj strani postarijima nudi naučnu te tehničku potporu, po drugoj strani pa otvara mogućnosti aktivnog i osobnog druženja s bližnjima. Neki učesnici se tako mogu osloniti na pomoć partnera, djece, unuka ili ostale raširene obitelji: „Kod kuće mi kod računala mogu pomagati sin i zet.“ „Najčešće mi pomažu unuci.“ Kod toga je opet potrebno spomenuti uvjet uvidavnosti do nastavnih potreba postarijih i zataje samo po sebi razumljivih usvojenih vještina. Samo na ovaj način će učenje biti uspješno te će možda značiti podlogu za jačanje međusobnih odnosa.

Kao ključan izvor moći pokaže se i dostupnost radionica računalstva: „Bile su jako zanimljive i korisne.“ U takvoj okolini imaju postariji na volju podršku dobrovoljaca, koji mogu individualnim radom razriješiti njihove dileme, demonstrirati im potrebne postupke i otpraviti njihove nejasnosti: „dobrovoljci su detaljno pojasnili svaku stvar“, „Jako su mi pomogli dobrovoljci“. Nekad je bila potrebna samo povremena potvrda da rade na pravi način, što im je kasnije ojačalo samopouzdanost: „ako mi netko pokaže na koji način se radi, znat ću“. Radionice su i dobra prilika da se postariji riješe mogućih strahova, treme i ograničenja, jer im grupa vršnjaka nudi potvrdu da u svom neznanju nisu sami te da se mnogi suočavaju sa sličnim problemima. „Nisam bio jedini, koji nije imao pojma.“ Postariji možda svoje pridržaje pred upotrebom računala najlakše savladaju u grupi. Na tečajevima računalstva su aktivni, osjećaju se korisnim, sa suučesnicima mogu dijeliti svoja iskustva i na taj način lakše savladaju probleme. Na taj način mogu dobiti nove poznanike i prijatelje, veze, koje bi se kasnije možda razvile u oblik neformalnog uzajamnog učenja. Postariji vide radionice kao dobar oblik podrške kod učenja računalnih vještina te su im spremni učestvovati i ubuduće. „Dobro što postoje ovakve radionice.“ „Sigurno ću ići još na kakav tečaj.“ „Ja ću se sam učiti, ali i ići na tečajeve.“ Upotrebljiva je utvrđena činjenica da su postariji za slične oblike obrazovanja spremni i platiti: „Vjerojatno ću ići još na kakav tečaj, iako ću morati plaćati.“ „I platio bih, ako bi bilo potrebno.“ Potrebno je i uzeti u obzir da je važnu ulogu kod postarijih igrala lokacija: „Rado bi još učestvovala na sličnim radionicama, ako bi bile organizirane u Vrhnicima“. Sve ove činjenice smisleno je uzimati u obzir kod planiranja sličnih oblika obrazovanja.

Podrška bližnjih i radionica su dakle važni izvori moći postarijih kod učenja i upotrebe računala te interneta. Uz to trebamo dodati i značenje prisutnosti računala u kući, njihovog računalnog predznanja, njihovog samopouzdanja te njihovih spretnosti kod upotrebe prilagodljivosti.

8. Prijedlozi informatičkoj struci

Čini se da oni koji razvijaju i proizvode računalnu strojnu i programsku opremu, jednostavnu prozru potrebe populacija, koje su e-isključene, u našem primjeru starijih. Upravo oni bi morali slijediti metodologiji DFA (Oblikovanje za sve odnosno Design for all), mjeri na razini EU. Prije svega bi trebali olakšati rad s mišem i tipkovnicom odnosno uvesti prikladne alternativne navigacije u programskoj okolini. Zaslone na dodir djeluju kao poticajno potencijalno rješenje, a potrebno je naravno više istraživanja na tom području.

Također bi trebali još više ostvariti načela paradigme „plug&play“, koji zagovara neposrednu mogućnost upotrebe nekog produkta kad se on uključi. Raznorazni savjetnici i pomoći u programima („help“) se u praksi pokažu kao nekorisni: previše su opsežni, zapleteni i dosadni. Prosječan korisnik naime traži instant rješenja i ne da se mu baviti s namještanjima i instalacijama. Procesi aktivacije i namještanja moraju dakle biti što jednostavniji i lako upotrebljivi korisniku, što još više vrijedi kod postarijih korisnika. Namještanja jezika na slovenski, upotreba elektronske pošte, gledanje filmova i sl. moraju biti u osnovi jednostavne operacije, koje ne zahtijevaju probijanja kroz brojne prozore, upisivanja kompliciranih lozinki i namještanja osuvremenjenosti, codeca itd. Trebali bi raditi na većoj jednostavnosti i automatizaciji. Ne bi bilo pošteno zahtijevati univerzalno smanjivanje funkcionalnosti programske opreme, koja bi na taj način mogla brzo postati previše okrnjena. Smisljeno bi bilo razmisliti o određenim integralnim opcijama, koje bi zahtjevano korisničko sučelje jednostavno „preklopilo“ na lakše upotrebljivo, jednostavno. To bi bilo potrebno tako u programima kako kod prikazivanja mrežnih stranica. Ponuđači elektronske pošte i internetskog pretraživača većinom nisu prilagođeni postarijim, koji imaju zbog lošeg vida i motoričkih sposobnosti, nižeg obrazovanja i pomanjkanja iskustva s računalima posebne potrebe. Sayago (2006.: 26) misli da bi se ponuđači elektronske pošte morali prilagoditi i postati jednostavni za upotrebu i za postarije, u prvom redu u smislu jednostavnijih korisničkih sučelja te manjeg broja funkcionalnosti.

Potrebno bi bilo nastavljati s razvijanjem zanimljivih te upotrebljivih internetskih sadržaja, namijenjenih postarijim, jer bi samo na ovaj način dobili dodatnu potvrdu o relevantnosti računala te interneta u njihovom svakodnevnom životu. Želja po uspostavljanju novih veza u svojoj starosnoj grupi može postarijim značiti mogućnost za razvoj socijalnih mreža na internetu. Takva rješenja pa bi naravno trebala biti kompatibilna s postojećim mrežama.

9. Prijedlozi mentorima radionica računalstva za starije

Poteškoće starijih s razumijevanjem računalnog jezika je moguće savladati upotrebom asocijacija iz svakodnevnog života i sl. Preko povezivanja njihovih interesa s demonstriranjem internetskih sadržaja potrebno ih je još dodatno poticati.

S obzirom na saznane poteškoće postarijih s upravljanjem miša zanimljivo područje predstavljalo bi učenje upotrebe tabličnih računala. Trenutni nagao razvoj u proizvodnji ovih naprava i razvoju pripadnih aplikacija je svakako vrijedno uzimati u obzir, jer svojom upotrebljivošću i mobilnošću na neki način nariču budućnost tehnologije. Možda bi upravo odluka za takva tehnološka rješenja sa s svojim zaslonima na dodir značila učinkovitu alternativu problematičnom mišu i tipkovnici.

Ako Dickinson i Gregor (2006.: 6-7) utvrđuju da igraju kod pozitivnih učinka na starije radionica računalstva veću ulogu socijalne interakcije s učiteljima i pomoćnicima, onda slijedi da bi bili socijalni radnici ili socijalni gerontolozi vjerojatno bolji učitelji računalnih vještina nego IT stručnjaci, jer bi vjerojatno davali veći naglasak razvijanju pozitivnog osobnog odnosa. Također bi mogli na duži rok

doprinositi uključivanju rođaka učesnika i starijih dobrovoljaca u djelovanje projekta, koji su već savladali računalna znanja. Pogotovo mladim mentorima radionica često nestane odgovarajućih načina približavanja nastavnog materijala na postarijim razumljiv način. Najteže im je bilo pojasniti postupke jer je to znanje njima „samo po sebi razumljivo“. U objašnjenju su prebrzi i za više koraka, dok se učesnici zaustave kod prepreke, koju vođe radionica nisu predvidjeli. Kod takvog poučavanja pa bi se vjerojatno kao bolji pokazali dobrovoljni postariji, koji su već savladali računalna znanja, jer bi bolje razumjeli i uzimali u obzir ograničenja starijih učesnika.

Zaključna misao

Vjerojatnoj u cijeloj povijesti još nijedna populacija ljudi nije bila (i vjerojatno neće biti) tako izložena šokovima modernizacije i tehnološkog napretka kao ona, rođena u prvoj polovici 20. stoljeća. Od komercijalizacije automobila, kućnih pomagala, televizije, telefona, mobilnih telefona, računala do pametnih telefona, današnji su se postariji uživo srela s mogućnostima i zamkama tehnologije. Kasnije generacije su se rodile u nekakvu paradigmu samo po sebi razumljivog, gdje je sve moguće. Tako nas izum i upotreba npr. teleportiranja vjerojatno ne bi više iznenadila, još više, više nas iznenađuje činjenica da toga još nisu otkrili. Ovu činjenicu smisleno je uvažavati i kod oblikovanja poučavanja suvremenih tehnologija u sadašnjosti i budućnosti. U sadašnjosti je smisleno pratiti reakcije postarijih na učenje i upotrebu računala. Sve prepreke i potrebe bilo bi korisno brižljivo identificirati i posredovati planerima i proizvođačima. Istovremeno pa je potrebno cijelo vrijeme pratiti napredak i tražiti relevantna oruđa, kojih upotrebu bi bilo smisleno poučavati ubuduće.

VIOLENCE AGAINST THE ELDERLY IN THE FAMILY

NASILJE NAD STARIJIM OSOBAMA U OBITELJI

Marija Ovsenik, Viktorija Bevc

Alma Mater Europaea, Evropsko središće Maribor, Maribor, Slovenia

Alma Mater Europaea, Evropsko središće Maribor, Maribor, Slovenia

Abstract

The modern world with the changes undoubtedly brings us one of the biggest challenges of civilization: extending human lifespan. Life expectancy in the most developed European countries, both for men and for women is above 80 years, and in the future will be significantly increased, only in a quarter century will be over four times more people aged over 85 years. Advanced age is often associated with the weakening of vital functions, as a result of chronic illness, disability, age or disability, or even relying on someone else's help. While talking about the fact that the generation of older people it, which is the obedience of all generations at least, is the least respected, it is also the least understood and confusion of values that are particularly affected, especially when it

Sažetak

Suvremeni svijet sa promjenama nesumnjivo nam donosi jednog od najvećih civilizacijskih izazova: produživanje životnog vijeka ljudi. Očekivani životni vijek u najrazvijenijim evropskim državama je kako za muške tako i za ženske iznad 80 godina, a u budućnosti će biti znatno povećan, za samo četvrtinu stoljeća pa će biti preko četiri puta više ljudi starijih od 85 godina. Duboka starost je često povezana sa slabljenjem životnih funkcija, kao posljedica kronične bolesti, invaliditeta ili uopće starosne nemoći ili se oslanja na tuđu pomoć. Dok govorimo o činjenici da je generacija starijih osoba ona, za koju je od svih generacija najmanje poslušna, najmanje je uvažavana, također je najmanje razumiju i koju zbunjenost vrijednosti još osobito pogađa, posebno kad je riječ o fenomenu koji je star kao i

comes to the phenomenon that is as old as mankind, and which is known as a growing social problem. We are talking about violence against the elderly in the family. It is the violence of all kinds: physical, psychological (which also includes emotional, mental and verbal abuse), neglect, economic and also sexual. Violence as a phenomenon of modern society was dedicated to our attention.

Keywords

violence against the elderly, abuse, domestic violence

čovječanstvo, a koji je poznat kao rastući društveni problem. Govorimo o nasilju nad starijima u obitelji. To je nasilje svih vrsta: fizičko, psihičko (što također uključuje emocionalno, mentalno i verbalno zlostavljanje), zanemarivanje, ekonomsko i također seksualno. Nasilje kao fenomen modernog društva bilo je posvećeno našoj pozornosti.

Ključne riječi

nasilje nad starijim osobama, zlostavljanje, nasilje u obitelji

1. Priča o obiteljskom životu starijih osoba

Star, iznemogli, čovjek živio je u kući njegovog sina, gdje je živjela sinova supruga i četverogodišnji unuk. Ruke starca su drhtale, oči su mu bile mutne i nesigurno je stupnjevao korake. Obitelj je jela zajedno za istim stolom. No, klimave djedove ruke i oslabljen vid su ovu ceremoniju napravili vrlo teškom. Kuglice graška su se kotrljale iz njegove žlice i hrana se je istresala na tlo. Kada je uzimao čašu svojim neumornim rukama prolijevao je mlijeko na stol, stolnjak i na tla. Sin i njegova supruga su sve to nerado počeli, snažno su se uzbuđivali i ljutili.

Dakle, u posebnom kutu kuhinje postavili su posebni, mali stol. Djed je jeo sam dok su ostali zajedno uživali miran obrok. Kad je djed razbio nekoliko tanjura i čaša, sin i njegova supruga su mu počeli stavljati hranu u drvenu zdjelu. Kada se obitelj okrenula prema djedinom stolu, ponekad su se vidjele suze u očima starca. Međutim, riječi sina i njegove supruge bile su samo stroga upozorenja kada mu je pao nož na pod ili hrana iz tanjura. Četverogodišnji sin gledao je sve to, tiho.

Jedne večeri prije večere, otac je primijetio sina, da se na podu igra sa drvenim blokovima. Umiljato je pitao svoje dijete: „Što lijepo ćeš napraviti iz toga, dušo moja?“ Isto taku umiljatim glasom, dijete je odgovorilo: „Oh, ja radim malu drvenu posudu za tebe i mamu, iz koje ćete moći jesti, kada ja budem odrastao.“ Dijete se je nasmiješilo i nastavilo raditi.

Njegove riječi su tako teško pogodile njegovog oca, koji je ostao bez riječi. Te večeri je uhvatio oca za ruku i nježno ga je odveo natrag do glavnog stola za objedovanje. Do kraja djedovog života su jeli zajedno, kao jedna velika obitelj. I odjednom, niti sin, niti njegova supruga nisu se ljutili kad je djedu na tla pao tanjur, hrana ili se razbila čaša i prolilo piće na stolu.

Djeca nevjerojatno sve shvaćaju. Mudri roditelji smatraju da svaki dan postavljaju temelje na kojima će u budućnosti stajati njihova djeca – a možda čak i oni sami.

2. Antropološki pogled nasilja nad starijim osobama u obitelji

Nasilje nad starijim osobama je toliko staro koliko i čovječanstvo i prepoznaje se kao rastući društveni problem. Potreba za otkrivanjem, identificiranjem i uklanjanjem nasilja nad starijim osobama u obitelji iz dana u dan je viša, odgovor društva još uvijek u pravnom uređenju i jako zaostaje za potrebama gledajući na potrebe zaštite starijih osoba koje su žrtve nasilja u obitelji.

Antropološki pogled na mogući izvor nasilničkog ponašanja u društvu, kaže nam moguće korijene nastanka te pojave i također u obitelji kao osnovnog prototipa ljudskih skupina, u kojoj, kao što je naveo Ramovš (Moreno, 2000:347), dominira temeljni međuljudski odnos i obiteljska dinamika stvara takozvanu obiteljsku psihodramu. Čak i teorija o obiteljskoj dinamici omogućava pogled na uzrok nasilja, naime, da proizlazi iz obrazaca obiteljskih interakcija, koji se obično temelje na slaboj, a neučinkovitoj i neprimjernoj komunikacijskoj strategiji za rješavanje međusobnih sukoba.

Antropologija obiteljskog života pokazuje, da je čovjek relacijsko, interpersonalno, socijalno, a također i društveno biće u svim njegovim dimenzijama. Ramovš naglašava, da čovjek kao društveno biće nastoji kako bi se povećala razina međuljudskih odnosa, koje doživljava kao nužan uvjet za postojanje (ibid.).

Među starijim osobama i članovima njihove obitelji odvijaju se duge i raznolike interakcije. Starija osoba s ponašanjem i odnosima u obitelji tijekom godina pomaže stvoriti obiteljsku atmosferu i oblikuje vrijednosti, navodi Knific (2005:71). Zbog toga, starije osobe rijetko se usude da bi se suprotstavile nasilju u obitelji i izrazile svoje neslaganje sa činjenicom da su žrtve nasilja obitelji.

Također Kuzmanič Korva (2005:74) navodi, da je podređenost nasilju, tišina i ne poduzimanje mjera protiv počinitelja nasilja u prvom redu reakcije starih, koji su iskusili nasilje. Uzrok je često žrtvin sram. Drugi je povlačenje starije osobe, žrtve nasilja, iz počiniteljevog okoliša, dok je treći žrtvino nepriznavanje nasilja. I tek četvrto mjesto je odluka starije osobe, žrtve nasilja prijaviti počinitelja, što koincidira također sa time što navodi Mušič (2004:61), da stariji ljudi rijetko prijave kazneno djelo koje je počinjeno protiv njih.

Važna činjenica je, da su djeca najčešće počinitelji nasilja nad svojim starijim roditeljima (94%), zatim kao počinitelj nasilja nad starijom osobom u kući je njegov supružnik, partneri, djeca, unuci, nećaci (Kuzmanič Korva, 2005:74).

Nasilje nad starijim osobama je po definiciji Svjetske zdravstvene organizacije, jednokratno ili ponovljeno djelo ili nedostatak odgovarajuće aktivnosti u kontekstu bilo kojega odnosa u kojem se očekuje povjerenje, a koje uzrokuje ozljedu ili nevolju starije osobe. U kontekstu, da određene skupine u društvu dožive teže posljedice, štetu odnosno gubitak zbog neželjenih događaja od drugih, govorimo o starijim osobama, kao ranjivoj skupini, o skupini kojoj je potrebna posebna pozornost, kao što su zdravlje, međuljudske izoliranosti, manje razvijenim mrežama, nezajamčene socijalne sigurnosti i dr.

Nasilje nad starijim osobama je jedan od društvenih čimbenika rizika za starije osobe, koji utječu na kvalitet života starijih ljudi, zato je potrebno utvrditi taj rizik i otkriti važnost koju ima za njih (Mandić, Filipović Hrast, 2011:64, 180). Svakodnevni socijalni rizik starijih osoba povećava sukobe, gubitak partnera, raspad društvenih mreža, osamljenost, preseljenje u novu sredinu, opterećujući, neispunjeni odnosi i ne pripravljenost na starost.

U praksi postoji nekoliko vrsta nasilja nad starijim osobama: fizičko, psihičko (uključujući emocionalno, mentalno i verbalno zlostavljanje), zanemarivanje, financijsko odnosno ekonomsko, seksualno, diskriminaciju i samo-zanemarivanje. Pored navedenih vrsta nasilja nad starijim osobama koje se može dogoditi u obitelji, potrebno je spomenuti i institucionalno nasilje.

U vezi nasilja nad starijim osobama, posebno u obitelji, u posljednjih deset godina daje se više pažnje također kod nas, u Sloveniji. Sporo se prati trendove, koji u posljednja dva desetljeća, nasilju nad starijim daju povećanu pozornost u kontekstu istraživanja, politike i u praksi.

Pravila diktira činjenica koja pruža izvješće, koje je objavila u lipnju 2011 Svjetska zdravstvena organizacija-WHO, odjel za Europu, da je svake godine 2.7% (4 milijuna) osoba u dobi od 60 ili više godina, žrtava fizičkog nasilja, 19.4% (29 milijuna) ljudi doživjelo psihičko nasilje, 3.8% (6 milijuna) financijsko nasilje i 0.7% (1 milijun) seksualno nasilje.

Također projekt EuROPEAN donosi važne informacije za zemlje učesnice u Europi. Primjećuje da je "disfunkcionalni obiteljski odnos" u Sloveniji najvažniji faktor rizika za nasilje nad starijim osobama u obitelji, u Irskoj je u prvom redu "društvena izolacija", u Nizozemskoj "preopterećeni njegovatelj" i u Poljskoj "brzo staranje društva". Druge utvrđene činjenice rizika za nasilje nad starijim osobama su povećana ovisnost o skrbi ili financijske, fizičke, emocionalne podrške, preopterećeni skrbnici, društvena izolacija i nedostatak službenog priznanja ili pravne definicije nasilja nad starijim osobama.

Kod zemalja koje sudjeluju u projektu EuROPEAN postoje razlike u pogledu zaštitnih faktora. U Nizozemskoj i Italiji utvrdili su da je prisutnost “društvene mreže” najvažniji zaštitni faktor za žrtve, Grčka primjećuje da je “prikladna pomoć, savjetovanje”, najvažniji zaštitni faktor za žrtve, Češka je ustanovila da je “smanjenje čimbenika stresa”, najvažniji zaštitni faktor za počinitelje nasilja, Irska primjećuje da je “obrazovanje, znanje i vještine u smislu osjetljivosti na znakove, razgovaranje o nasilju i intervencije”, najvažniji zaštitni faktor za institucije, a Slovenija je zaključila da je najvažniji zaštitni faktor, bitan za zajednicu/društvo “zakonske i pravne mjere, kao što je zabrana približavanja, obaveznog izvješćivanja, rukovođenje i mentorski rad”. Sve države su među prvih deset najboljih zaštitnih faktora nasilja nad starijim navele zakonodavne i pravne mjere, kao što su zabrane naloga, obvezno izvješćivanje vodstva i mentorstva i podizanje javne svijesti koja je od vitalnog značaja za zajednicu ili društvu u cjelini, dok za žrtve navode kao temeljni zaštitni faktor izgradnju socijalne mreže, gdje starija osoba, žrtva nasilja, može pronaći pomoć i sigurnost.

S obzirom na ulogu obitelji, navedeni projekt je pokazao da skrb za starije osobe u zemljama J i V Europe još uvijek ovisi od obitelji, dok u ostalim državama Europe kućanstva dobivaju podršku profesionalnih strukovnih socijalnih usluga, što može smanjiti mogućnost nasilja nad starijim osobama u obitelji.

Uloga tradicionalne obitelji se smanjuje kao i uloga kućanstva kao izvora socijalne podrške i tako se povećava rizik starijih ljudi da postanu žrtve nasilja. Raste potreba za neobiteljske potporne mreže (Mandić, Filipović Hrast, 2011:56). Sa tim se povećava rizik za nastanak nasilja nad starijim osobama, uglavnom sa dva čimbenika: a) sve češćim slučajevima gdje obitelj isključuje starije ljudi, koji zatim žive sami - izolirani, što može biti posljedica migracija iz ekonomskih razloga i b) rastućeg stresa unutar obitelji, što također može povećati učestalost nasilja nad starijima.

Uloga države u zaštiti starijih osoba žrtava nasilja u obitelji može se završiti na pragu kuće, ali možete dopusti zaštitu žrtava nasilja u obitelji i spriječiti kršenje građanskih i ljudskih prava. Država mora uzeti u obzir svoju ulogu u privatnoj sferi i ne dopustiti pasivno zanemarivanje problema, koji poziva na zakonske regulative, zaštitu žrtava obiteljskog nasilja.

Margaret Dieck (Imperl, 2012:39) govori o fenomenu interagiranja i interakcija faktora, što znači da osobe koje počinje nasilje nad starijim osobama, uzajamno utječu i djeluju i kao počinitelji i kao žrtve. Na taj način, nasilje postaje funkcionalno rješenje za dileme koje se stvaraju zbog normativnih odredbi i moralnih naljepnica. Posebnu ulogu kod toga ima neznanje, prije svega u radu sa starijim (dementnim) osobama, ili u smislu palijativne skrbi. Buijssen i Hirsh govore o strukturnom nasilju koje postaje trokut između kulturnog, strukturnog i osobnog nasilja, novi kriterij za mjerenje zlostavljanja. Imperl čak upozorava ako zanemarimo važnost osobnog i kulturnog nasilja, koje se u veliko poklapa s definicijom fizičkog i psihičkog nasilja, znači ispostavljanje strukturnog nasilja, novu mogućnost istraživanja bitnih poluga, sredstvima, neuvažavanja korisnika, a samim time njihovog zlostavljanja i zanemarivanja. Do sada nismo govorili o utjecaju zakonodavstva i provedbenih propisa koji nedovoljno rješavaju mogućnost starijih osoba. Kao nasilje, nismo spominjali sustav rješenja koja zlostavljaju starije osobe zbog njihove starosti i teškoća. Sve navedeno moramo sistematično ukinuti (ibid.).

3. Sustavni pristup na reagiranje na nasilje nad starijima u obitelji u Sloveniji

Uz provedbu mjera zabrane približavanja određenom mjestu bivanja i osobi u godini 2004 i sa usvajanjem Zakona o sprječavanju nasilja u obitelji u 2008, možemo reći da nasilje u obitelji u našoj zemlji (Sloveniji), nije više samo stvar pojedinaca nego i društva.

Analiza djelovanja zabrane približavanja određeni osobi i mjestu bivanja pokazala je da je ta mjera nova mogućnost za pomoć žrtvama nasilja i počiniteljima nasilja u obitelji. Za žrtve nasilja, bez obzira na dob, je mjera osobito važna zbog dobro uvježbanih zakonskih odredbi, da policija na terenu na

mjestu uklanjanja počinitelja nasilja i izvodi nadzor nad provedbom akcije kojom se dopušta trenutna sigurnost žrtve nasilja, a za dodatnu pomoć policija obavjesti centar za socialni rad.

Skladno sa Zakonom o sprječavanju nasilja u obitelji je posebna pažnja u radu sa strijim osobama i osobama s invaliditetom i onih koje nisu u stanju brinuti se za sebe.

Značajan udio su također donijele dopune i izmjene Kaznenog zakona u 2008, kada su na novo definirana djela nasilja u obitelji i kršenja obiteljskih obaveza, koje se odnose na obiteljsko nasilje, a pregone se po službenoj dužnosti i prijava sumnje nasilja je uvijek obavezna.

4. Metode i tehnike

4.1. Definiranje problema

U posljednja dva desetljeća se području nasilja nad starijim posveća više pozornosti u kontekstu istraživanja i politike kao i u praksi. U našem istraživanju smo se usredotočili na istraživanje stavova na nasilje protiv starijih, otkivanje nasilja i odgovor na to u smislu načina primjene i prijave nasilja nad starijim na nadležne institucije.

4.2. Metode

U istraživanju je upotrijebljena deskriptivna i anketna metoda rada. Podaci su dobiveni putem anketnog upitnika, koji se sastojao od 13 zatvorenih pitanja.

Anketirana populacija je bila slučajno odabrana među ljudima prolaznicima na ulicama Murske Sobote (manji grad u regiji Pomurje) i Ljubljane, glavnog grada Slovenije. Ispitanicima bila je zajamčena anonimnost i mogućnost odbijanja suradnje. Podeljenih je bilo 180 upitnika u svakom gradu, ukupno 360.

Podaci su obrađeni i analizirani pomoću programa Microsoft World i Microsoft Excell.

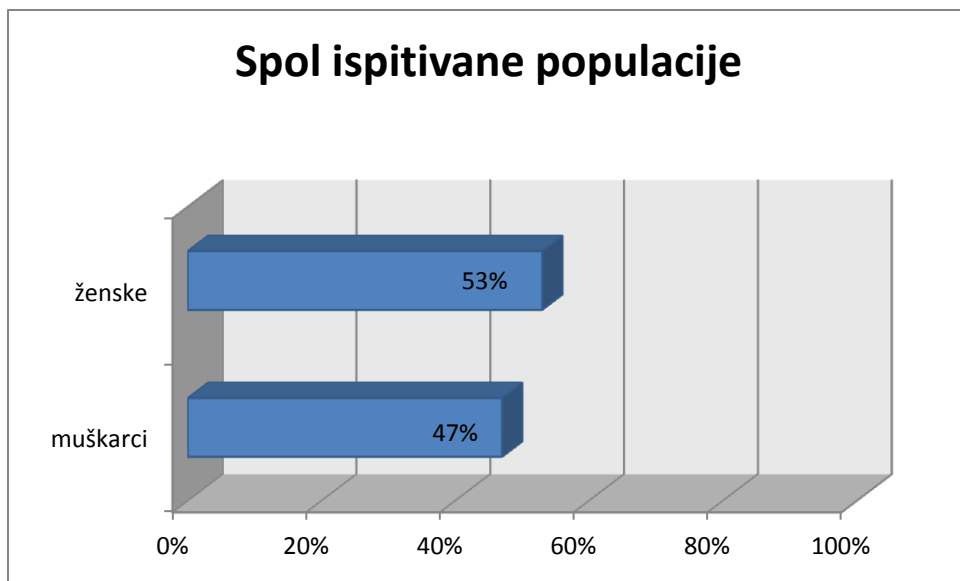
4.3. Hipoteza

Postavili smo nultu hipotezu (H_0), gdje smo tvrdili, da ne postoji razlika između promatranih pojava populacije Murske Sobote u odnosu na populaciju Ljubljane.

5. Rezultati istraživanja

5.1 Pol anketirane populacije

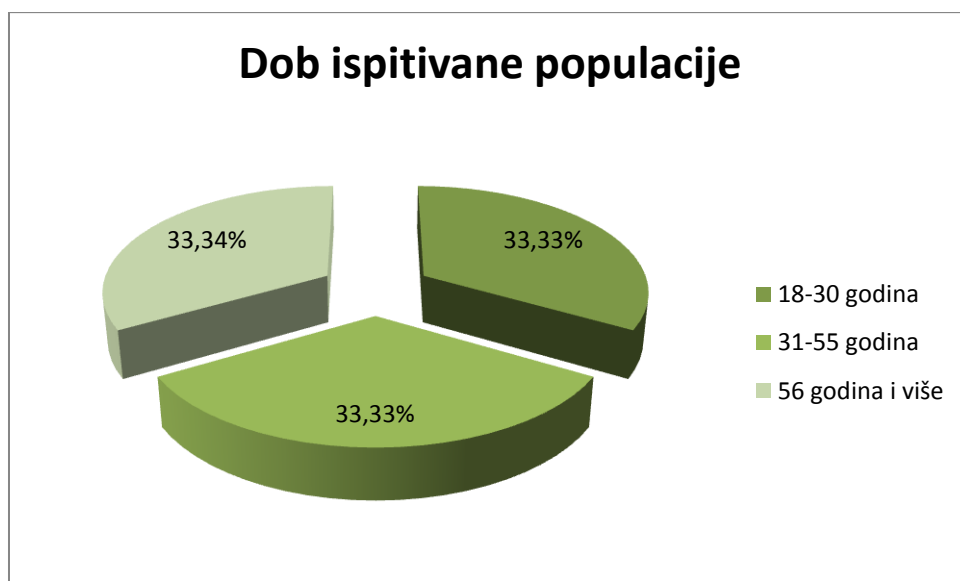
Anketni upitnik je izpunilo 53 % žena i 47 % muškaraca.



Grafikon 1: Pol anketirane populacije

5. 2. Dob anketirane populacije

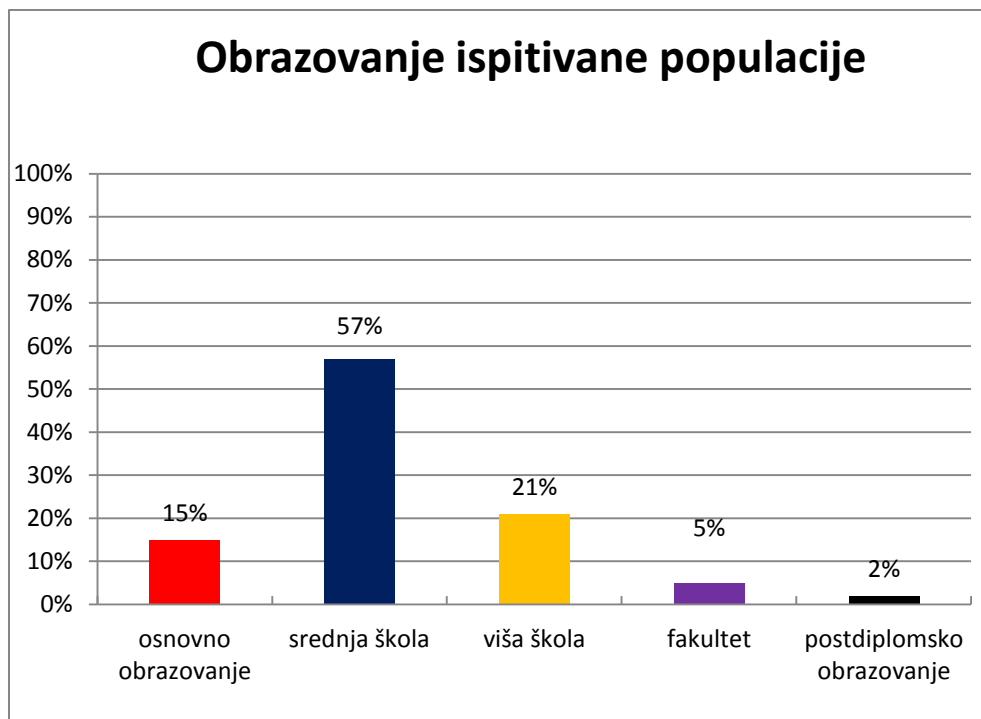
Ispitanici su bili podijeljeni u tri dobne skupine: u prvoj su bili ispitanici u dobi između 18 i 30 godina (33,33%), u drugoj između 31 i 55 godina (33,33%) i u trećoj stariji od 56 godina (33,34%).



Grafikon 2: Dob anketirane populacije

5. 3. Obrazovanje ispitanika

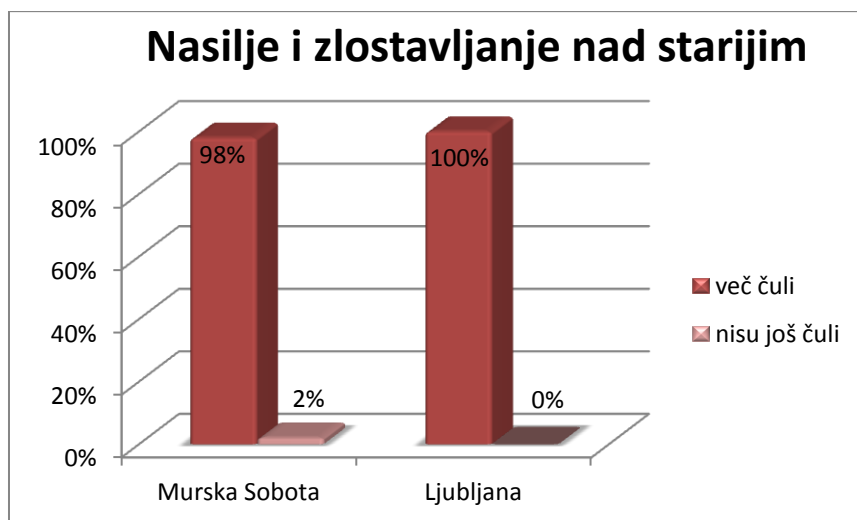
Podaci iz upitnika o obrazovanju ispitanika pokazali su da je 15 % ispitanika završilo osnovno obrazovanje, 57 % srednju školu, 21 % višu – visoku školu, 5 % sveučilišno obrazovanje, 2 % postdiplomsko obrazovanje (specijalizacija, magisterij).



Grafikon 3: Obrazovanje anketirane populacije

5. 4. Nasilje i zlostavljanje starijih

Za fenomen nasilja nad starijim osobama je 98 % ispitanika u Murskoj Soboti čulo za nasilje, dok 2% nije čulo za njega. Svi ispitanici u gradu Ljubljani čuli su za nasilje nad starijim.

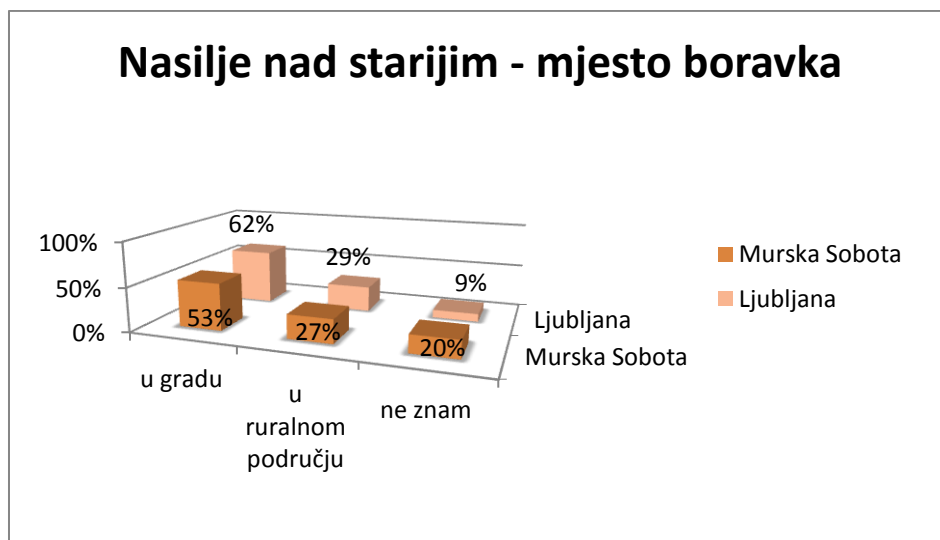


Grafikon 4: Nasilje i zlostavljanje starijih

5. 5. Mišljenje o tome gdje najčešće dolazi do nasilja nad starijim s obzirom na mjesto boravka

Ispitanici u Murskoj Soboti su mišljenja da najčešće dolazi do nasilja u gradu (53%), 29% ispitanika smatra da je to najčešće u ruralnom području, 20% ne zna odgovor na to.

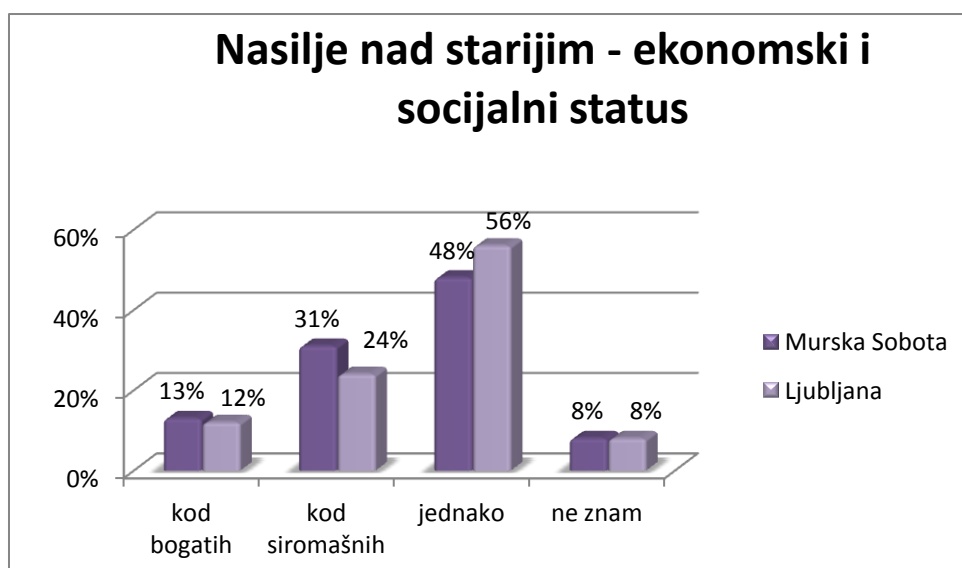
U Ljubljani 62% ispitanika smatra da do nasilja najčešće dolazi u gradu, 29% ispitanika smatra da je to u ruralnim područjima i 9% ispitanika ne zna za to.



Grafikon 5: Mišljenje o tome gdje najčešće dolazi do nasilja nad starijim s obzirom na mjesto boravka

5. 6. Mišljenje o tome gdje najčešće dolazi do nasilja nad starijim s obzirom na ekonomski i socijalni status

U Murskoj Soboti 13 % ispitanika smatra da do nasilja najčešće dolazi kod bogatijih, 31 % ispitanika smatra da se taj fenomen najčešće javlja kod siromašnih, a da se nasilje javlja u obje skupini jednako smatra 48 % ispitanika, 8 % ispitanika ne zna za to.

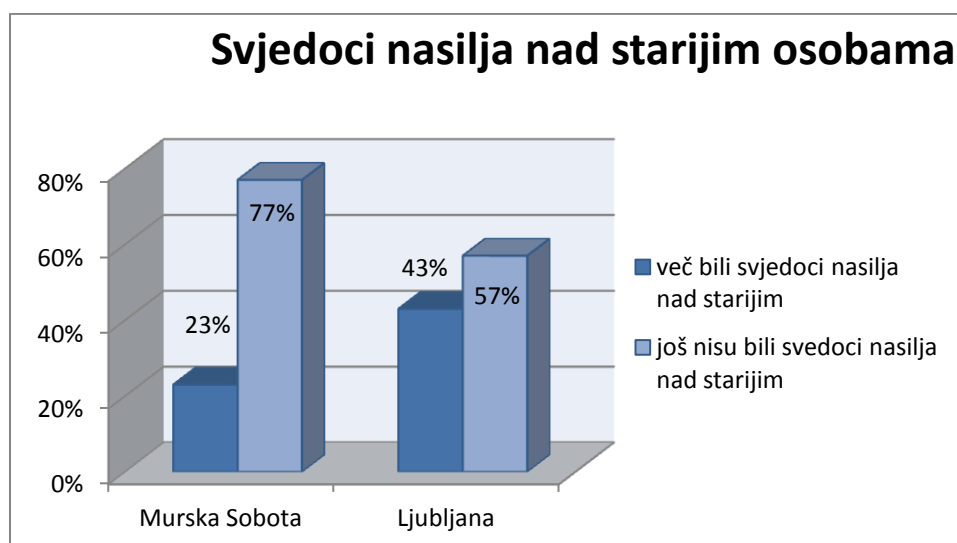


Grafikon 6: *Mišljenje o tome gdje najčešće dolazi do nasilja nad starijim s obzirom na ekonomski i socijalni status*

U Ljubljani 12 % ispitanika smatra da do nasilja dolazi kod bogatijih, 24 % je onih, koji smatraju da se ta fenomen najčešće javlja kod siromašnih, a da se nasilje javlja u obje skupine jednako smatra 56 % ispitanika i jednako u Murskoj Soboti i u Ljubljani 8% ispitanika o tome ne zna.

5.7. Svjedoci nasilja nad starijim osobama

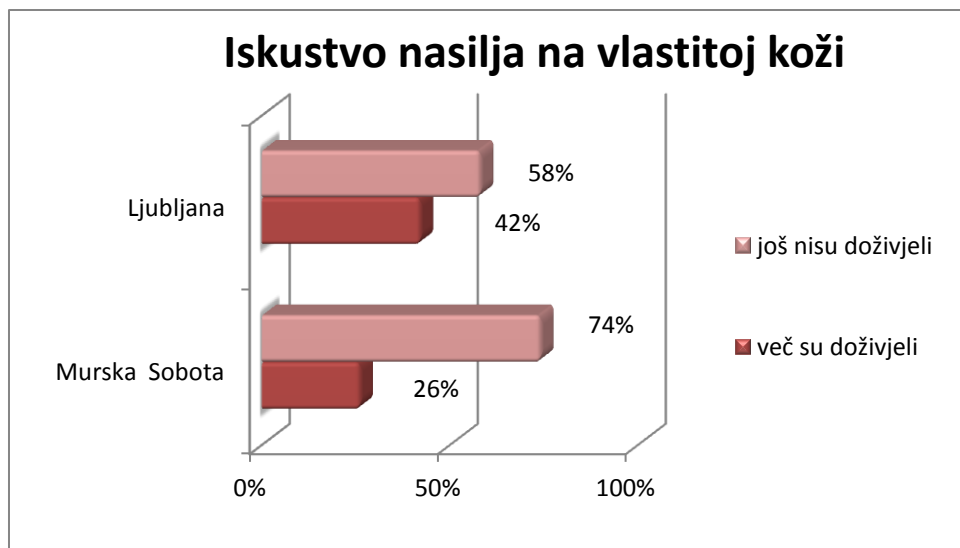
U Murskoj Soboti je 23 % ispitanika bilo svjedok nasilja nad starijim i 77 % ispitanika nije bilo svjedok, dok je bilo u Ljubljani 43 % onih koji su bili svjedoci nasilja i 57 % onih koji još nisu bili.



Grafikon 7: *Svjedoci nasilja nad starijim osobama*

5.8. Iskustvo nasilja na vlastitoj koži

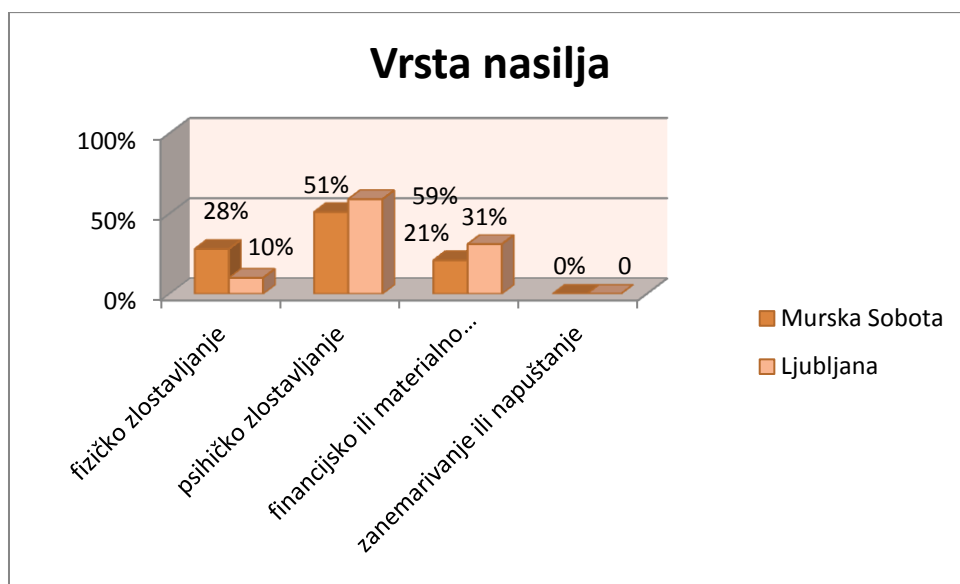
26 % ispitanika u Murskoj Soboti je već doživjelo nasilje na vlastitoj koži, 74 % još nije doživjelo, u Ljubljani je 42% ispitanika već doživjelo nasilje na vlastitoj koži i 58 % je onih koji još nisu.



Grafikon 8: Doživjeli nasilje na vlastitoj koži

5. 9. Vrsta nasilja koje su ispitanici već doživjeli

Tjelesno ili fizičko zlostavljanje je doživjelo 28 % svih ispitanika u Murskoj Soboti, emocionalno ili psihičko zlostavljanje 51% ispitanih, financijsko ili materijalno zlostavljanje 21 %, niko od ispitanika nije doživjeo zanemarivanje ili napuštanje.

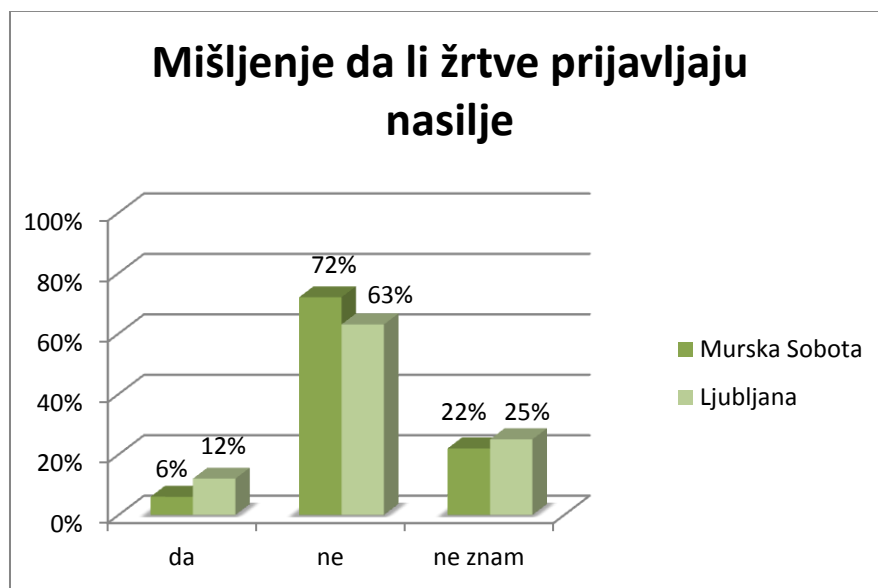


Grafikon 9: Vrsta nasilja koje su ispitanici već doživjeli

U Ljubljani je tjelesno ili fizičko zlostavljanje doživjelo 10 % ispitanika, emocionalno ili psihičko zlostavljanje 59 %, financijsko ili materijalno zlostavljanje 31%, za udio zanemarivanja ili napuštanja nema podataka, iako smatraju da je toga mnogo.

5. 10. Mišljenje da li su žrtve nasilja prijavile nasilje nadležnim institucijama

U Ljubljani je 12 % onih koji smatraju da žrtve prijave nasilje nadležnim institucijam, 63 % smatra, da žrtve ne prijave nasilje, 25 % ih ne zna odgovor.



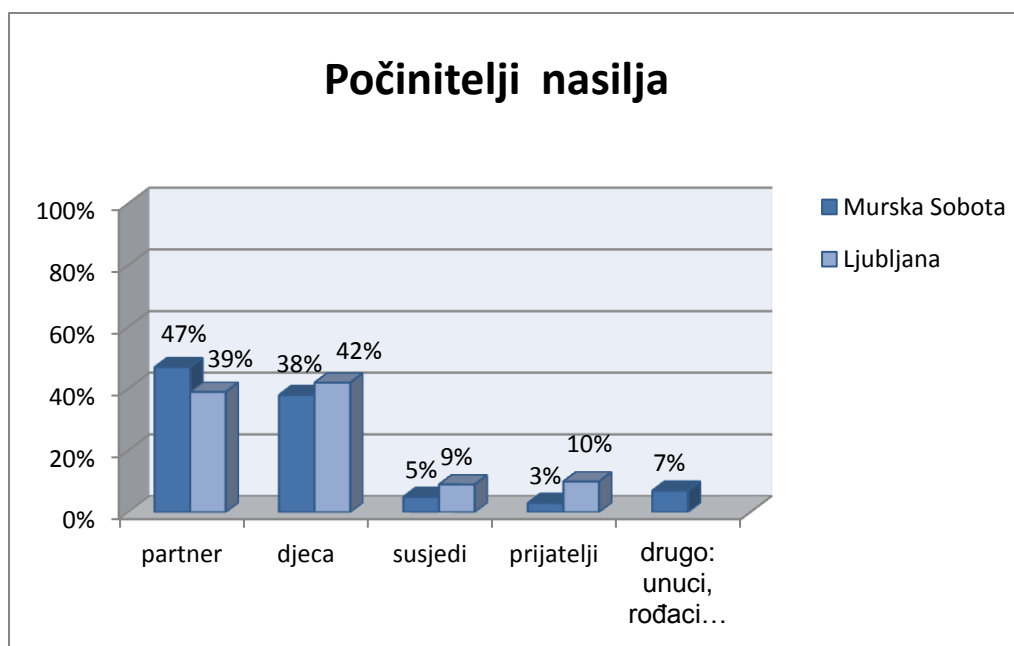
Grafikon 10: Mišljenje da li su žrtve nasilja prijavile nasilje nadležnim institucijama

U Murskoj Soboti 6 % svih ispitanika smatra da žrtve prijave nasilje nadležnim institucijama, 72 % je onih kojih vjeruju da žrtve toga ne učine in 22 % na to pitanje ne zna odgovor.

5. 11. Počinitelji nasilja u okolišu

U Murskoj Soboti 47 % ispitanika smatra, da su počinitelji nasilja partner/partnerica, 38 % smatra da su to djeca, 5 % smatra da su to susjedi, 3 % smatra da su to prijatelji i 7 % je onih koji smatraju da su to drugi (unuci, rođaci, ...).

U Ljubljani 39 % smatra da su počinitelji nasilja partner/partnerica, 42 % smatra da su djeca, 9 % smatra da su susjedi i 10 % smatra da su to prijatelji.



Grafikon 11: Mišljenje o tome ko su počinitelji nasiljanad starijim osobama

6. Rasprava o završnim mislima

6.1. Rasprava

U istraživanju je surađivalo ukupno 360 osoba, od toga je bilo 47 % ispitanika muškoga pola i 53 % ženskoga pola. Po dobi su bili razvršćeni u tri skupine u dobi između 18 i 30 godina, između 31 i 55 godina i stariji od 56 godina. U svakoj slupini bilo je po 120 ispitanika.

Rezultati o obrazovanju ispitanika pokazali su da je 15 % ispitanika završilo osnovno obrazovanje, 57 % srednju školu, 21 % višu – visoku školu, 5 % sveučilišno obrazovanje i 2 % postdiplomsko obrazovanje (specijalizacija, magisterij).

U obje populacije - u Ljubljani i u Murskoj Soboti – imali smo isti udeo po polu, dobi i obrazovanju ispitanika, prevenstveno zbog bolje usporedbe odgovora.

Za fenomen nasilja nad starijim osobama je 98 % ispitanika u Murskoj Soboti čulo za nasilje, dok su u gradu Ljubljani svi ispitanici čuli za nasilje nad starijim.

U Ljubljani 62 % ispitanika smatra da do nasilja najčešće dolazi u gradu, u Murskoj Soboti 9 % manje, to je 53 %. Razlika je i u odgovorima da ne znaju gdje najčešće dolazi do nasilja - u Murskoj Soboti 20 % ispitanih ne zna za nasilje, u Ljubljani 11 % ispitanih manje (9 %).

Rezultati istraživanja mišljenja o tome gdje najčešće dolazi do nasilja nad starijim s obzirom na ekonomski i socijalni status so pokazali da nema razlika između odgovora da se taj fenomen najčešće javlja kod bogatih u Ljubljani (12 %) i u Murskoj Soboti (13 %) i 8 % odgovora ispitanih u oba grada da ne znaju odgovora. Razlike su u mišljenju da se taj fenomen najčešće javlja kod siromašnih – Ljubljana (24 %), Murska Sobota (31 %) i u mišljenju da se nasilje javlja jednako kod siromašnih kao i kod bogatih - Ljubljana (56 %), Murska Sobota (48 %).

U odgovorima o tome da li su bili svjedoci nasilja nad starijim bitne su razlike. U Murskoj Soboti je 77 % ispitanika odgovorilo da nisu bili svjedoci nasilja nad starijim, u Ljubljani 57 %, što je 20 % manje. Jednaka razlika je i u odgovorima – 43 % ispitanika u Ljubljani su bili svjedoci nasilja nad starijim, u Murskoj Soboti bilo ih je 23 %.

Na pitanje da li su na vlastitoj koži iskusili odnosno doživjeli nasilje 26 % ispitanika u Murskoj Soboti odgovorilo je da su već doživjeli nasilje na vlastitoj koži, u Ljubljani bilo je 16 % više odgovora nego u Murskoj Soboti, znači da je 42 % ispitanika u Ljubljani doživjelo nasilje na vlastitoj koži. Više od polovine ispitanih u Ljubljani (57 %) još nisu doživjeli nasilje, a u Murskoj Soboti skoro tri četvrtine populacije (74 %).

Tjelesno ili fizičko zlostavljanje je doživjelo 28 % svih ispitanika u Murskoj Soboti, emocionalno ili psihičko zlostavljanje 51% ispitanih, financijsko ili materijalno zlostavljanje 21 %, niko od ispitanika nije doživjeo zanemarivanje ili napuštanje.

U Ljubljani je tjelesno ili fizičko zlostavljanje doživjelo 10 % ispitanika, emocionalno ili psihičko zlostavljanje 59 %, financijsko ili materijalno zlostavljanje 31 %, za udio zanemarivanja ili napuštanja nema podataka, iako smatraju da je toga mnogo.

Analiza vrste nasilja koje su ispitanici doživjeli kaže da je više od polovine ispitanih doživjela psihičko zlostavljanje – u Ljubljani 59 %, u Murskoj Soboti 51 %. Niko od ispitanih nije doživjeo zanemarivanje ili napuštenje. 31 % ispitanika u Ljubljani i 21 % u Murskoj Soboti je doživjelo financijsko ili materijalno zlostavljanje. Fizičko nasilje je doživjelo 28 % ispitanika u Murskoj Soboti i 10 % u Ljubljani. Rezultati o vrsti nasilja pokazuju, da je više ispitanika u Murskoj Soboti doživjelo fizičko nasilje, a više ispitanika u Ljubljani psihičko nasilje.

Odgovori o tome da li žrtve nasilja prijave nasilje nadležnim institucijama kažu da 72 % ispitanice populacije u Murskoj Soboti i 63 % u Ljubljani smatra da žrtve ne prijave nasilje i samo 6 % ispitanika u Murskoj Soboti i 12 % u Ljubljani smatra da žrtve prijave nasilje nadležnim institucijama. Skoro četvrtina odgovora – 25 % u Ljubljani i 22 % u Murskoj Soboti ne zna odgovora.

Odgovori na pitanje, ko su mogući počinitelji nasilja nad starijim osobama kažu da najviše ispitanih smatra da su počinitelji nasilja partner/partnerica – 47 % u Murskoj Soboti i 39 % u Ljubljani odnosno djeca - 42 % u Ljubljani i 38 % u Murskoj Soboti. To znači da se nasilje još uvijek najviše događa u obitelji što kažu i druga iztraživanja.

6. 2. Potvrda hipoteze

Postavljena nulta hipoteza (H_0), gdje smo tvrdili da ne postoji razlika između promatranih pojava populacije Murske Sobote u odnosu na populaciju Ljubljane, nije se potrdila. To nam kažu bistvene razlike u rezultatima istraživanja:

- mišljenje o tome gdje najčešće dolazi do nasilja nad starijim s obzirom na mjesto boravka,
- mišljenje o tome gdje najčešće dolazi do nasilja nad starijim s obzirom na ekonomski i socialni status,
- da li su bili ispitanici svjedoci nasilja nad starijom osobom,
- da li su doživjeli nasilje na vlastitoj koži,
- vrsta nasilja koje su ispitanici doživjeli.

6. 3. Zaključna misao

Istraživanje koje smo izveli pokazuje da je nasilje problem poznat i ispitanicima u našem istraživanju. Informiranost o pojavi nasilja nije više problem ali osviještenost među respondentima ostaje i dalje problem.

Iako društvo sa brzinom promjena u tehničkoj sferi napreduje sa nevjerojatnom brzinom, a na području međuljudskih odnosa praktički stagnira. To dokazuju i pojave nasilja, osviještenost o pojavi samoj i konačno i procesiranje reakcijskog odnosa na nasilje. Ta pojava zahtijeva neke hitne mjere, koje društvo mora primijeniti da bi i starije osobe živjele čovjeka dostojni život.

- Društvo mora preispitati obrazovni sistem u svetlu odgoja mladih za međugeneracijski dialog, škola – barem na osnovnoj i srednjoj razini – morala bi poprimiti nov stav, jer obrazovanje bez odgovarajućeg odgoja ne stvara ljudi za demokratični suživot.
- Pravna regulativa na području nasilja doslovno bi se morala izvoditi – i više od toga – potrebno bi bilo predstaviti ljudima u serijama, koje su gledane na TV, radiu i u tiskanim medijima, kako bi ljudi imali osjećaj zaštite kad prijave nasilje.
- Društveni sustav bi trebao i na odnosnoj razini poprimiti neke mjere neprihvatanja nekorektnih odnosa u društvu na temu nasilja – posebno nad starijim osobama.
- Potrebno bi bilo i obrazovanje, osviještavanje na svih razinama o nasilju.
- I na kraju – žrtvama nasilja u društvu potrebno je iskustvo zaštite a ne stigme, kako se obično dešava. Zbog toga trebamo se više aktivirati i u društvima mirovljenika i gerontološkim sekcijama u smjeru osviještavanja i podpore žrtvama nasilja.
- U obrazovnom sistemu potreban je sadržaj područja suživota pa i teme o nasilju, koje se dešava i kojeg ne bi ni u kojem obliku smjeli tolerirati.
- Potrebna je pomoć mladima da život tvore izvan obiteljske kuće, kako bi omogućili normalne odnose među generacijama, koji stradaju kad se ljudi gužvaju na premalom, skrčenom životnom prostoru. Zbog toga često dolazi do nasilja, do izrivanja starijih u što manji prostor, također i do ekonomskog nasilja, kome često kumuje i financijska nemaština.
- Vrijeme je da emisije počnu sa ukazivanjem na dobre prakse – ne samo u Sloveniji i u širem, razvijenom svjetu, gdje su međugeneracijski odnosi na savim drugoj razini.
- Treba nam ponovo u mnogo većem obimu znanja o vrijednostima, koje život osmišljavaju i bogate.

7. Literatura

- **Hlebec**, Valentina, **Kavčič**, Matic, **Filipovič Hrast**, Maša, **Vezovnik**, Andreja, **Trbanc**, Martina (2010): Samo da bo denar in zdravje: življenje starih revnih ljudi. Ljubljana: Založba Fakultete za družbene vede UL.
- **Imperl**, Franc (2012): Kakovost oskrbe starejših – izziv za prihodnost, Logatec: FIRIS IMPERL & CO. d.n.o., SENIOR PROJEKT d.o.o.
- **Knific**, Branka (2005): Starostnik – žrtev nasilja v krogu družine. V Kožuh Novak, Mateja (ured.), Starejši o nasilju nad starejšimi v slovenski družini (str. 70-73). Ljubljana: Slovenska filantropija, Zveza društev upokojencev Slovenija.
- **Kuzmanič Korva**, Darja (2005): Spregovorimo o zanemarjanju, nasilju in zlorabi nad starejšimi, ki živijo v domačem okolju. V Kožuh Novak, Mateja (ured.), Starejši o nasilju nad starejšimi v slovenski družini (str. 70-73). Ljubljana: Slovenska filantropija, Zveza društev upokojencev Slovenija.
- **Mandič**, Srna., **Filipovič Hrast**, Maša (2011): Blaginja pod pritiski demografskih sprememb. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- **Moreno**, Jacob Levy, **Moreno**, Zenka Teoman (2000): Skupine, njihova dinamika in psihodrama. Ljubljana: Inštitut Antona Trstenjaka.
- **Mušič**, Tatjana (2004): Preprečevanje nasilja, zlorabe in diskriminacije starejših. V Vaupotič, M. (ured.), Evropska unija – priložnost tudi za starejše (str.61-63). Ljubljana: ZOTKS.

- **Slokar**, Martina, **Brelj**, Ema (2010): Priročnik za vodenje skupin starih ljudi za samopomoč. Maribor: Zveza društev za socialno gerontologijo Slovenije
- **Kazenski zakonik**, Uradni list RS, štev. 55/08 z dne 04. 06. 2008, veljavnost 01. 11. 2008
- **Pravilnik o prepovedi približevanja določenemu kraju oziroma osebi**, Uradni list RS, štev. 95/2004 z dne 27. 08. 2004, veljavnost 26. 09. 2004
- **Zakon o policiji**, Uradni list RS, štev. 110/2003 z dne 12. 11. 2003, veljavnost 27. 11. 2003
- **Zakon o preprečevanju nasilja v družini**, Uradni list RS, štev. 16/08 z dne 15. 02. 2008, veljavnost 01. 03. 2008
- **Pravilnik o sodelovanju organov ter o delovanju centrov za socialno delo, multidisciplinarnih timov in regijskih služb pri obravnavi nasilja v družini**, Uradni list RS, štev. 31/09 z dne 20. 04. 2009, veljavnost 21. 04. 2009

VALUES IN THE DRAFT

VRIJEDNOSTI NA PROPUHU

Marija Ovsenik, Alojz Bratina, Danica Železnik, Ana Spitzer
Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenia
Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenija

Abstract

We are different. Especially the generations among each other. We've grown up in different time periods, different events and discoveries have marked our history and our values. And have created intergenerational gaps. A story as old as mankind. But cultural differences, which create important environmental events, become entangled in the way of life of generations. In advanced societies it is meant, in the less developed causing conflict, frustration, helplessness. Everywhere, and in the workplace, or in the home for pensioners, despite the same goal but with different paths that lead to the goal, different values escalate into conflicts and problems.

Keywords

values, seniors, family

Sažetak

Različiti smo. Pogotovo generacije međusobno. Odrastali smo u različitim vremenskim razdobljima, različiti događaji i otkrića obilježili su našu prošlost i naše vrijednosti. I stvorili međugeneracijske jazove. Priča stara kao čovječanstvo. Ali kulturne razlike, koje stvaraju važni događaji okoline, upleću se u način na koji žive generacije. U najnaprednijim društvima to se podrazumijeva, u manje razvijenim prouzrokuje suprotnosti, frustracije, nemoć. Svugdje, i na radnom mjestu, ili u domu za umirovljenike unatoč istom cilju, ali sa različitim putovima koji vode do cilja, različite vrijednosti eskaliraju u konflikte i probleme.

Ključne riječi

Vrijednosti, stariji, obitelj

*Ne to što doživljavamo,
nego način kako doživljavamo,
stvara našu sudbinu.*

Marievon Ebner–Eschenbach

UVOD

»Kad sam ja bila u tvojim godinama, ovo si nismo smjeli dozvoliti...« bilo je čuti baku, kako grdi 9-godišnjeg unuku. Poznata rečenica.

Različiti smo. Pogotovo generacije međusobno. Odrastali smo u različitim vremenskim razdobljima, različiti događaji i otkrića obilježili su našu prošlost i naše vrijednosti. I stvorili međugeneracijske jazove. Priča stara kao čovječanstvo. Ali kulturne razlike, koje stvaraju važni događaji okoline, upleću se u način na koji žive generacije. U najnaprednijim društvima to se podrazumijeva, u manje razvijenim prouzrokuje suprotnosti, frustracije, nemoć. Svugdje, i na radnom mjestu, ili u domu za umirovljenike unatoč istom cilju, ali sa različitim putovima koji vode do cilja, različite vrijednosti eskaliraju u konflikte i probleme. Govorimo o međugeneracijskim razlikama.

Upravo zbog toga su se naučnici na susretu Council of Conscience u Švicarskoj 2009. godine (okupilo ih se više od 1000) javno opredijelili za »zlatno pravilo« osnovnih postulata mogućeg preživljavanja. Glede polarizacije, koja je obilježena s moću, koja nije u ravnoteži i sa beskonačnom komunikacijskom povezanošću suvremenog svijeta, katastrofe mogu imati domino utjecaj. Za zaštitu su prihvatili postulate: nedodirljivost i poštovanje svakog, poštene informacije mladima te učenje empatije i altruističkih odnosa.

Gurui modernog vjerovanja navode suosjećanje kao nešto što je vrijedno divljenja, ali utvrđujemo da ga kapitalistička ekonomija, natjecateljska i individualistička, poriče i postavlja na prvo mjesto sebe. Pozitivisti čak tvrde da je nauka jedini kriterij istine i da je egoizam zapisan u našim genima. Altruizam je navodno u današnje vrijeme neprirodna iluzija.

Međutim, naš mozak je mogućnost njegovanja drugog čovjeka naslijedio od toplokrvnih sisavaca, koji ne kriju radikalne ovisnosti o ljubavi. Dakle, altruističnog ponašanja ljudi ne možemo ograničiti isključivo na svoje gene. Gandhi je zapisao da nam treba promjena, još više, ako ju želimo doživjeti, moramo mi sami postati promjena, iako imamo prirodnu sposobnost tako za sućut kao i za okrutnost.

Vrijednosti 21. stoljeća promijenile su se. Razlika smo svjesni svi. Svjedoci smo međugeneracijskog konflikta, koji smeta komunikaciji i surađivanju te koji ispodmiče mogućnost inovativnog međugeneracijskog surađivanja. Je li nužno da međugeneracijske razlike smetaju našem radu? Znamo li ih upotrijebiti kao motivacijsko sredstvo u želji da udovoljimo obje strane? Kad smo čitali istraživanje, obavljeno 2005. godine, odlučili smo da ćemo rezultate istraživanja ukratko predstaviti i usporediti sa rezultatima našeg istraživanja. Istraživanje raspravlja o utjecaju globalizacije na promjene, koje upravo ona prouzrokuje u ljudskom bivanju i stvaranju. Ne samo da svijet postaje ogromna kupovna ulica, gdje pojedinac može dobiti sve u svako vrijeme i po svakoj cijeni, nego se i ruše granice, što prouzrokuje da puno različitih kultura i nacija postaje jedna zajednica.

Ako smo još jučer tvrdili da u toj (jednoj) zajednici (EU) vjerujemo u jedno novčanu jedinicu i u jedno gospodarstvo (što je već samo po sebi prouzrokovalo šok), danas možemo te činjenice relativizirati. Sve više je zapisa u kojima se pojavljuje sumnja u taj cilj. Uz to se susrećemo još sa šokom vrijednosti, koji uz povećan broj informacija i brzom IKT prouzrokuje tehnički napredak.

Statistika bilježi pad rodosti (iznimka u europskoj okolini je Albanija), godine 2050. na našom planetu će živjeti 8,8 milijarde ljudi, ali će biti Europljanina 100 miliona manje nego što ih je bilo 2000. godine. Više od polovice žena, starih do 32 godine, ne namjerava imati djecu, jer daju prednost karijeri. Posljedice izumrća bijele rase će biti usporedive sa kugom u 14. stoljeću, koja je za trećinu smanjila europsko stanovništvo. Europi će već 2025. godine trebati 1,5 miliona stručnjaka informacijske tehnologije sa drugih kontinenata. (Ovsenik, M., 2011)

Vrijednost „dijete“ je očito zamijenila vrijednost „posao“, kojoj podređujemo i svoj osobni život. Ne razmišljamo o tome da je čovjek također emocionalno i socijalno biće. Toga nisu svjesni menadžeri koji delegiraju zadaće neosobno. Toga često nisu svjesne generacije, koje rade sa ili za stare.

Susrećemo se dakle sa demografskim šokom, koji utječe i na šok vrijednosti. Ako je vrijednost „idealna konstanta etičkog kodeksa pojedinca i predstavlja važan dio njegovih trajnih životnih opredijeljenosti vrijedi da su vrijednosti osnova prepoznavanja osobnog identiteta“ (Nastran-Ule, 1996.). Većina nosi u sebi prirodni osjećaj da vrijedi živjeti, da je osciliranje između dobrog i lošeg normalno, da kultura formira sadržaje i ideale, na koje se čovjek nadovezuje. U vrijednostima zrcali se sve, što čovjeku znači kao vrijedno, dragocjeno, sveto.

U našoj kulturi je vrijednost mladost. Što je sa starošću? Doživljavamo li starost kao vrijeme, koje je godinama zauvijek utisnulo brazde mudrosti? Kao vrijeme, koje znači bogatstvo iskustava? Ili ju doživljavamo kao vrijeme, kad je čovjek bolestan, kada postaje teret sebi, okolini i trošak društvu? Stvar je u načinu razumijevanja, rasuđivanja, vrednovanja i rukovanja. (Ovsenik, M., 2011) Istraživanja pokazuju da je vrijednosni sistem unutar iste kulture vrlo sličan, da osobno i socijalno uvijek nastupa u kulturnom kontekstu u okviru interakcije pojedinca s okolinom.

Ako govorimo o osobnoj krizi vrijednosti, ova kriza prerasta u etičku krizu na društvenoj razini. Etički padovi u okolini ne ohrabruju nas za samokritičnost i za spremnost suočavanja. Vrijednosti, kao esencijalni dio etike, baziraju nasrcu i pameti. Na dobroti, ljubaznosti, na emocionalnoj inteligenciji i učenju. Cjeloživotno učenje tiče se vrijednosnih i etičkih problema. Nema neetičkih područja. Tako na primjer za jamčenje zdravlja trebamo lijekove – koji su istovremeno pomoć u ozdravljenju i otrov za organizam; ili energije, koje su istodobno nužne za proživljavanje i uništavajuće.

Govorimo o vrijednosnoj zbrci, koju prouzrokuje promjena paradigama (Capra, F. 1986) ju je nazvao točka preokreta, koja je potrebna da bi mogli savladati promjene. Svijet se mijenja, mijenjaju se vrijednosti, mijenja se razumijevanje vrijednosti. Partikularno razumijevanje vrijednosti izaziva nas k novim opredjeljenjem: glede kloniranja, promjene spolova... Treba li nam prevrednovanje vrijednosti ili isključivo pogled u sebe, u dubinu? Ako starost nije vrijednost – dajemo li na etičkoj razini odgovarajući primjer? Kakve su naše maksime? Je li korist drugome još uvijek vrijednost? Što je s tabu temama? Pokreće li misao vibraciju (pozitivnu ili negativnu), koja stvara magnetizam i rasprostire se po prostoru, kada napravimo neku radnju? Odazivu li se suptilne energije na razini psihe, kada nekoga povrijedimo? Pokušavamo li se učiti pozitivnog učenja? Tražimo li znanje kao stimulaciju za pozitivan odaziv? Kriza je izazov, koji traži odgovor. Također osobna. Gdje naći znanja za prave radnje?

Etika emocionalnih predstava dobiva kulturni, vrijednosni predznak (Cerar, M. ml., 2011.). Kozmos funkcionira na razini akcija – reakcija. Zbog toga moramo izoštriti pogled na zakonitosti i na imperativ, koji će nas voditi (stvaramo ga sami) ka cilju. Hoćemo li u procesu samoostvarenja raditi ono u što vjerujemo ili ćemo se sakriti iza površnih isprika, npr. „svi funkcioniraju tako“. Kompleksnost okoline traži vrijednosnu osnovu. Kant je tvrdio, da kroz dualizam prelazimo u duhovno stanje. Govorimo o krizi duha. I među Slovencima. Uvijek smo vrijedili kao kultura na propuhu naroda, koja rodi bistre državljane. Kriza duha danas pokreće pitanje, je li plemenito,

blagonaklono djelovanje još uvijek vrijednost? Je li starenje zaista samo opterećujuća perspektiva za čovjeka koji stari i za društvo. Je li star čovjek zaista isključivo smetnja i trošak?

Potrebno bi bilo otkriti i raščlaniti pogled na kompleksnu situaciju starenja. Budući da se starost ne dogodi odjednom. Stvar je u procesu dugog razdoblja manjih gubitaka (između 50. i 80. godine) i mogućnosti prijašnjih pogoršavanja kognitivne funkcije. Ljudski geni u starosti igraju manju ulogu kao u mladosti. Jače prisutno u misaonom procesu postane genetsko nasljedstvo. Geni su fleksibilni, svoju djelatnost pokreću u određenim životnim okolinama. Važan se čini čimbenik odgoja, koji sa stečenim vrijednostima utječe na to kako se čovjek ponaša kad stari. Stvar je u svjesnom suočavanju pojedinca sa potrebom po psihofizičkoj aktivnosti i devijantnim odnosom do negativnih odabira (opojne supstance, težina, prehrana). (Ovsenik M., 2011.)

Važno pitanje je dakle, jesu li stari – vrijednost ili društveni trošak? Za civilizirano društvo stari ne znače isključivo trošak. Društvo od njih dobiva. Naglašavamo prešućene vrijednosti i znanja starih, koja su važan dio ljudskog kapitala poduzeća i organizacija, koje su i oni stvorili, kojih razvoj su nemalo puta inicirali. Društvo znanja s nerazumnim potezima nepovratno niječe i gubi važan dio ljudskog kapitala starih i time mogućnost razvijanja vitalnosti z doprinosima ljudskog i socijalnog kapitala.

Paradigmom isključenosti i marginalnosti starih će treba ponovo postaviti u fokus istraživanja. Nove mogućnosti je moguće tražiti u reintegracijama u organizacije, kojima su stari posvetili svoj život. Potrebno će biti preispitati ih o mišljenjima, savjetima. Budući da se to ne događa, stari se povlače iz društvenog života i padaju u latentno stanje. Umjesto da bi produktivno doprinosili, postaju društveni trošak. Mogli bi im pomoći sa otkrivanjem funkcija IKT, pa bi živjeli i stvarali dalje. I ako je za budućnost države važno da su društvene skupine što manje ovisne i da ih je što manje treba održavati, na tom će području trebati puno inovativnih, kreativnih pristupa, temeljenih na vrijednostima da bi premostili jaz između generacija. Sudjelovanje među generacijama će pokrenuti potrebu po poštujućem priznavanju druga druge, po uključenosti u društvena događanja i međusobnom upoznavanju interesa i sposobnosti. Samo na ovaj način će društvo biti društvo svih generacija.

Društvo će se promijeniti, a ne srušiti u sebe. (Ovsenik, M., 2011) Rastući broj starih znači izazov na svim razinama – osobito na razini vrijednosti, da se suočimo s problemom, da ga rješavamo kroz međugeneracijski dijalog, a ne da ga dramtiziramo.

Ocjena važnosti vrijednosti

Vrijednosti	Uopće nije važna		Malo je važna		Srednje važna		Prilično važna		Vrlo važna	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Zdravlje	0	0	0	0	0	2	9	11	92	87
Obiteljski život	0,3	1	1,5	1	12,5	14	23,7	25,3	72	58,7
Sloboda djelovanja i mišljenja	2	1	2,2	2	13,6	16,3	29,7	30,7	52,5	50
Živjeti u miru sa sobom	2	0	1,8	1	12,3	12,5	57,2	44,3	26,7	42,2
Red i stabilnost u društvu	0,2	0	2,5	1	15,7	21	42,9	34,4	38,7	43,6
Svijet lijepog, priroda, umjetnost	0	0	2,5	1	12,5	22	23,9	36	60,1	41
Održavanje tradicionalnih	3,6	6	7,8	12	30,4	22	35,1	31,9	23,2	28,1

vrijednosti										
-------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tabela: Značenje vrijednosti – komparativno istraživanje

Vir: Nastran -Ule, 2002., iOvsenik, Kern, 2012.

Ponovljeno istraživanje o značenju vrijednosti na populaciji od 120 ispitanika različitih starosti (usporediv uzorak prvom istraživanju) pokazalo je da se u središte osviještenosti generacija postavljaju vrijednosti zdravlja, slobode djelovanja i mišljenja, a na vrijednosti su dobile vrijednosti živjeti u miru sa sobom i red te stabilnost u društvu. Rezultati pokazuju zabrinutost stare generacije oko dostojnog preživljavanja i suživljenja u društvu. Očito su osnovne vrijednosti proživljavanja života (prema Maslowu) dobile na vrijednosti, dok su više vrijednosti (svijet lijepog, umjetnost) nazadovale. Istraživanje je prikaz stanja u društvu i kaže sliku kako stari osjećaju svoj položaj, koji je prožet sa strahom od budućnosti. Društvena zajednica mora, ako želi jamčiti međugeneracijsko konstruktivno sudjelovanje, usmjeriti nastojanje u jamčenje onih vrijednosti, koje će samog starog čovjeka i stila njegovog proživljavanja postaviti opet na poštovano mjesto. Produžen životni dob, kojeg opredjeljujemo kao rezultat nauke, napredak društvenog blagostanja i osvješćivanja starih, mora postati razdoblje nove i očekivano bolje kvalitete života.

A star čovjek? Njegov rad? Jesmo li uopće razmišljali o toj vrijednosti? Jesmo li razmišljali o borbi vrijednosti između generacija?

Svjedoci smo u borbama vrijednosti među generacijama. U procesu prevrednovanja stare vrijednosti nestaju, nove se još nisu oblikovale. Ovaj neprekidan proces promatramo kroz različite generacije i generacijske revolucije. Sa generacijskim razlikama moći ćemo se suočiti tek, ako budemo poznavali potrebe i vrijednosti različitih generacija. Generacijska slika, s obzirom na godinu rođenja, (Brečko, 2002.) utemeljuje četiri tipa generacija, koji temelje na karakteristikama i vrijednostima osobnosti: a) »Generacija veterana« (1922.– 1943.), b) »Generacija djece blagostanja« ili »Babyboom generacija« (1944. – 1960.), c) »Generacija X« (1961. – 1980.), d) »Generacija Y« (nakon 1980.), e) »Generacija Z« (rođena u 90.-im godinama prošlog stoljeća).

a) »Generacija veterana«: Više od polovice svjetske populacije, starije od 50 godina, upada u tu kategoriju. Na nju je utjecala poratna gradnja svijeta. Vjerni su, pripadni grupnom radu. Cijenjene vrijednosti su pripadnost, kolektivizam, vjera u društvene institucije. Trpeljivi su i spremni staviti obaveze ispred užitka. Imaju znanja, iskustva i odlični su mentori.

b) »Generacija djece blagostanja« ili »Babyboom generacija«: Vrijednosti koje su oblikovali za vrijeme mogućnosti, optimizma i razvoja gospodarstva (let u svemir, kontracepcija), obilježili su ih prvi znakovi krize. Slični su veteranima, puno rade, cijene zaposlenje, osobno se upliću i cijene timski rad. Optimistični su, osjećaju potrebu po stalnom zaposlenju, ne riskiraju, u životu imaju najčešće samo jedan posao.

c) »Generacija X« (1961. – 1980.): Obilježava ju usamljeno djetinjstvo – roditelji grade karijere i ekonomski standard te odgojno zanemaruju djecu, što utječe na razvoj njihovih vrijednosti. Posljedica se kaže kao ogroman porast razvoda, suočavanje sa nasiljem u školama i na TV, suočavanje sa medijskim ratovima, slomovima burze, beskućništvom, problemima okoline, nuklearnim nesrećama, AIDS-om. Tradicionalne vrijednosti raspadaju. Predstavnici generacije X ne žele stalnih zaposlenja, nego uvjete koji se mijenjaju, konkurentnost na tržištu radne snage. Strogo razdvajaju zasebno od poslovnog, više vremena namjene obitelji, slobodnom vremenu i hobijima. U poslu traže zadovoljstvo, žele fleksibilno radno vrijeme i često se osamostaljuju kao poduzetnici.

č) »Generacija Y«: Ova generacija još je nepoznanica. Vrijednosti tek oblikuje. Od malih je nogu izložena broju informacija, iz toga i potječe potreba po stalno novoj zabavi, također na radnom mjestu. Predstavnici generacije Y zahtijevaju više plaće, izraziti su individualisti, koji zahtijevaju puno slobode na poslu, najviše vole raditi na projektima. Samostalno razvijaju sposobnosti i znanja, koja povećavaju njihovu vrijednost na tržištu rada i povećavaju kvalitetu njihovog života. Ne žele preuzimati odgovornost za druge, nisu radoholici i draže im je osobno izražavanje te raznovrsnost, nego vertikalno napredovanje.

d) »Generacija Z«: Imenuju ju i mrežna generacija. Oni su »wannabe umjetnici« (povjesničari uz pomoć Wikipedije, kolumnisti uz pomoć blogova, programeri uz pomoć MySky iMySpace manekeni). Vrijeme proživljavaju na mreži – imaju on-line identitete (aktivnih na mrežije 96 postotaka), međusobno su jako povezani, žele aktivno sudjelovati u svemu što ima veze sa njihovim životom. Ekspresivni su, originalni, digitalni stvaraoci. Život im predstavlja umjetničko polje. Promijeniti će način potrošnje i komunikacije. Žele interaktivnost, socijalne interakcije. Otklanjaju opsežna čitanja, brzo preusmjeravaju pažnju, ali su osviješteni što se tiče autentičnosti informacija. Njihove mreže su virtualne, hibridne. Emocionalno su otvoreni, mobilni, uče istraživanjem, puno pažnje posvećuju kinestetici. Prednost daju radu i učenju prema vlastitom odabiru. Na svijet gledaju kao na raspored i traže nekog, tko ima dnevni red. (Oblinger, 2005.)

»Veterani«	»Djeca blagostanja« (baby boom)	»Generacija X«	»Generacija Y«	»Generacija Z«
na njih utječe gradnja svijeta	na njih utječe razvoj gospodarstva	usamljeno djetinjstvo	neznalica su	mrežna generacija
osobine: pripadnost grupnom radu, povjerenje u društvene institucije, kolektivizam, trpeljivost, obaveza prije užitka	osobine: punorade, zaposlenje je vrijednost, timski rad, stalni posao, ne riskiraju	osobine: raspad tradicionalnih vrijednosti, ne žele stalna zaposlenja, konkurentnost na tržištu radne snage, privatno poduzetništvo, rad je zadovoljstvo, fleksibilno radno vrijeme, važno je vrijeme za obitelj, hobije i aktivnosti u slobodno vrijeme	osobine: potreba po uvijek novoj zabavi, individualizam, zabava i na radnom mjestu, nisu radoholici, ne žele odgovornosti, visoko su osobno ekspresivni, žele slobodu na poslu i više plaće	osobine: ekspresivni, digitalni umjetnici; promijenjene komunikacije, virtualnost, autonomnost, osviještenost, učenje po vlastitom odabiru, hibridna mreža, mobilnost, emocionalna otvorenost, svijet je raspored, traže nekog, tko će im reći dnevni red

Tabela: Generacije i njihove vrijednosti

Je li moguće suživljenje generacija? Dinamika i unutrašnja konkurentnost su izazovne. Dok konflikt ostaje na razini dinamike pojedinačne generacije, moguće ga je rješavati. A kad će segnuti u stereotipna razmišljanja, bez uvažavanja doprinosa pojedinačnih generacija i uzajamne ovisnosti, neće se više moći rješavati samo sa argumentiranim činjenicama.

Samo pogled na tu živu sliku generacija, na njihovu uvjetovanost, različitost i reguliranost, uvjeruje da nije moguće unaprijed razumjeti tako dihotomne strukture generacija. Ako budemo htjeli uspostaviti međugeneracijski dijalog, trebat će nam istraživanja o zajedničkim točkama osjetljivosti i razumijevanja. Tek onda će biti moguće uspostaviti temelje međugeneracijskog sudjelovanja i suživljenja. Naime, živimo u vrijeme kad su vrijednosti na propuhu.

Literatura

Ovsenik, M. (2011). Starenje – izazov znanosti ili umetnost života. Informatologija – Lovran 2011.

Ule, M. (1996). Sociološki oris mladine, mladosti. Ljubljana, Znanstveno in publicistično središče, Ministrstvo za šolstvo in šport SRS.

Capra, F. (1986). Vrijeme preokreta – Znanost, društvo i nastupajuća kultura, Globus – Zagreb

Cerar, M. (2011). Dialog med vero in kulturo: Obrazi revščine. Lovran

Brečko, D. (2002). Kdo si še lahko privošči neznanje? Finance, Ljubljana.

Oblinger, D. (2005). Educating the net generation. Boulder, CO: Educause

INTEGRATED VIEW OF THE RIVER OF LIFE

INTEGRALNI POGLED NA RIJEKU ŽIVOTA

Marija Ovsenik, Bojan Kern, Jožef Ovsenik, Nikolaj Lipič

Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenia

Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenija

Abstract

We live in extraordinary times. Changes are taking place with the pace, faster than the dynamics of the response with which we pursue opportunities and avoid risks, which brings turbulent environment, an aging society. (Ovsenik, M., 2011) Cultures of the world, past and future, are available to us, whether in historical records or as living entities. Interpersonal relationships networks in which is caught all life, whether we want to or not. (Ramovs, 2003.). Although a man is born and dies alone, he lives his life in comparison with others, which determine it. The river of life happens spiral dynamics, where the individual states as the waves pass each other and where the experience of consciousness affect the identity and survival. Conditioned by the cultural and moral change, because the time in which we live, a time of accelerated change.

Keywords

change, interpersonal relationships, ethics, identity, the river of life

Sažetak

Živimo u vanredno vrijeme. Promjene se događaju sa dinamikom, bržom od dinamike odaziva, s kojima želimo slijediti prilikama i izbjegavati opasnosti, koje donosi turbulentna okolina, koja stari. (Ovsenik, M., 2011) Kulture svijeta, prošle i buduće, dostupne su nam, bilo to u povijesnim zapisima ili kao žive entitete. Međuljudske veze i odnosi za čovjeka su kao mreža u koju je ulovljen čitav život, želi to ili ne. (Ramovš, 2003.). Iako se čovjek rodi i umre sam, život provodi u odnosu sa drugima, koji ga determiniraju. U rijeci života događa se spiralna dinamika, gdje pojedinačna stanja prelaze kao valovi jedno u drugo i gdje iskustva svjesnosti utječu na identitetu i na opstanak. Uvjetovana su kulturnim i etičkim promjenama, jer je vrijeme u kojem živimo, vrijeme ubrzanih promjena.

Ključne riječi

promjene, međuljudske veze, etika, identiteta, rijeka života

Promjene u svijetu traže odaziv. Kulture, zapisane u povjestnim radovima ili kao žive entitete dostupne su nam. U prošlosti planeta to se još nije dogodilo. Teško je zamisliti da se čovječanstvo kroz milione godina rodilo u kulturu, koja o drugoj zaista ništa nije znala. Bio si npr. rođen Grk, mladi Grk, oženjen Grk, odgojen u grčkoj kulturi i slijedio si datosti te kulture. Često su ljudi živjeli na istom komadu zemlje, gdje su preci živjeli već stoljeća. Povijest primjećuje život sve od u kolibama malih sela živuće populacije do usamljenih plemena, starih naroda, pobjeđujućih feudalnih imperija i međunarodnih korporativnih država do globalnog sela. Ta iznimna rast globalnog sela čini se kao sudbina čovječanstva.

Čini se da vodeći vrh svjesne evolucije stoji na rubu integralnog tisućljeća, kojeg svota znanja, tehnologije i mudrosti je dostižna svima. Ali prepreke potpunog obuhvata sprečavaju ovu viziju i najrazvijenijim. Još više, susrećemo se s prosječnom svjesnošću, koja težnju ega beznažno postavlja u fokus homogenog, cjelovitog viđenja, zbog toga ne želi ili ne može prepoznati uzajamne ovisnosti zajednice.

Od Clare Graves do Habermassa i Jenny Wade već traje priča o evoluciji svjesnosti – od arhaičke k magičnoj, od racionalne k cjelovitoj, kompleksnoj, integralnoj.

Međuljudske veze i odnosi su za čovjeka kao mreža u koju je ulovljen cijeli život, želi to ili ne. (Ramovš, 2003.). Iako se čovjek rodi i umre sam, život provodi u odnosu sa drugima, koji ga determiniraju. U rijeci života događa se spiralna dinamika, gdje pojedinačna stanja prelaze kao valovi jedno u drugo i gdje iskustva svjesnosti utječu na identitet i na opstanak. Uvjetovana su kulturnim i etičkim promjenama, jer je vrijeme u kojem živimo, vrijeme ubrzanih promjena.

Ruše se stogodišnji uzorci razmišljanja. Na dan dolaze spoznaje i davno zaboravljena znanja. Živimo u vrijeme kad materijalno priznaje svoju nemoć, ograničenost i kad valjanost dobivaju nove, također okultne mreže. Govorimo o vremenu u kojem čovjek otkriva i razvija svoj identitet u trendovima (demografskim i drugim, obilježenim novim kulturama, razumijevanjem i bolestima).

Vrijeme je, kad kapitalistički zapad četvrtinu čovječanstva goni u borbu za financijsku, političku i vojnu prevlast nad ostalim trem četvrtinama čovječanstva. I kad novac i vojnička nadmoć gone u borbu za još bržim napretkom i u potrošnju većinu čovječanstva. (Šćuka). Vrijeme je, kad se jaz između bogatih i siromašnih veća, kad je razlika između tehnološke i društvene osviještenosti nerazumno velika, kad raskorak između obrazovane petine razvijenog svijeta i neobrazovanih masa stvara jaz, koji nerazvijene potiskuje u još dublju ovisnost. Vrijeme je kad dirigentsku palicu razvoja drže u rukama oni, koji imaju sredstva za razvoj (94 % razvijenog svijeta potroši 97 % sredstava za razvoj i proizvede 99 % naučno-tehničkih informacija). Vrijeme je, kad upravljači društvene sfere dopuštaju i potiskuju u ovisnost od materijalnih dobara, od zarade, od potrošačkog mentaliteta ostalu populaciju. Još više, živimo u vrijeme, kad novac nije više samo sredstvo za plaćanje, nego postaje i droga, koja zavodi, koja omogućava kratkotrajne užitke i bezbrižnost.

Vrijeme je da se zaustavimo, da izoštrimo pogled. Da si postavimo pitanje: „Kuda to vodi?“ Jesmo li zaista tako neopisivo naivni? Možemo li zaista biti lako povodljiva masa, koja ne razmišlja, koja po inerciji pada u otuđenost, besciljnost i nezadovoljstvo? Je li stupanj naše neosjetljivosti i neempatičnosti zaista toliki? Jesmo li zaista neosjetljivi i za radost i za samilost?

Govorimo li uopće o neetičkim postupcima? O gubitku kontakta sa životom? O zbunjenosti, koja postaje vrijednost, u kojoj sa sindromom ubrzavanja osciliranja tjelesa i misli pokušavamo presjeći dostignuto. U brzini svakodnevnih susreta tonemo u samoću i postajemo socijalno sasvim bezbrižni, neopterećeni.

Tabuiziramo probleme, boli. A na razinu partikularnog izvođenja etike donosimo kloniranje, promjenu spolova... Vrijeme je, kada doživljavamo bolest kao stigmatu, koja povrijedi naš ego. Kad su stigme sažaljenja, samorefleksije i humornog samo nešto tuđe, obrambene strategije našeg cinizma, s kojim štitimo način života, koji ne dozvoljava otklona.

Postoji u mom svijetu još nešto sveto? Je li etika dio mog života? Čovjek kao biće sa više dimenzija nije samo enigma. Je li došlo vrijeme za traženje vlastite osobnosti, vlastitih vrijednosti, vlastitog identiteta? Je li vrijeme da se temeljito razmisli? Pretvara li se moja savjest u radnje kroz identitet emocija i misli? Jesam li svjestan života? Jesu li postulati vrednovanja osmišljanja, samosvjesnosti, osviještenosti irelevantni?

Informacijska tehnologija guši s previše informacija, koje prekriju suptilne energije naše okoline kao teroristi, kojim dozvoljavamo ulaz u naš život. Vrijeme je, da razmislimo o orijentaciji, kako jamčiti, da

emocija i znanja neće ohromiti kriza naših vrijednosnih orijentacija i prekinuti tok stimulacija i poticaja za prave radnje. Je li vrijeme za pitanje: „Ako um nije povezan sa srcem, djelujemo li još uvijek etično?“

Kriza je izazov. Osobito vrijednosna. Povijesna memorija pokazuje, da su najgora krize i strahote istodobno značile humus za pokrete ljudskih prava, za humanost. Značile su i izazov emocionalnih predstava, koje dobivaju kulturni i vrijednosni predznak, čak za materijalni odaziv.

Isprike više ne djeluju. Vrijeme je za dogovor o putu do cilja, u kojem želimo učestvovati. Cilj, kao put prema dobrom, prema nečemu u što vjerujemo. Gdje počinje proces našeg samoostvarenja. Ovo vrijeme traži vlastitu osviještenost. Gdje naći gnostike razmišljanja o tome kako napadnuti, kako se poprimiti s problemom globalnog sela, s uspostavljenom svjetskom demokracijom, gdje će se čuti glasovi svih. Gdje neće biti kratkovidnih politika, nego blagostanje. Gdje će dijalog značiti slušanje suprotne strane s poštovanjem. Gdje će se glas sugovornika čuti i biti utemeljen na povjerenju i gdje će nadglasati zastarjeli glas rata. Gdje će kohezivnost i sveobuhvatnost biti dio svih.

Promjena će boljeti. Jer će biti socijalna, politička, kulturna . . .

Jer sa promjenom počinjemo kod sebe. Sa osviještenošću i svjesnošću. O vrijednosti života i zajedničkog bivanja. O potrebi po priznavanju svih. O potrebi po međugeneracijskom suživljenju. U vrijeme koji dolazi, morat ćemo posebno osjetljivo pristupiti ranjivim skupinama ljudi. Postupanje bi trebali oplemeniti etikom, idejama, koje znače nadržavanje partikularnog, gdje će svatko biti primljen, gdje će etika biti os, koja okuplja život u kojem društvo postaje društvo slobodnog i priznatog izražavanja. Gdje čitava zajednica napaja rijeku života.

Rijeku života stvaramo svi. Glavni tok- produktivna, aktivna populacija sa energijom i inovativnim zanosom brzog toka napaja brijegove, ljudi na socijalnim rubovima, koje na jednoj strani prouzrokuju stiske života (bolesti, sve vrste posebnih potreba, devijantnosti, migranta, beskućnika, zatvorenika, samoubojica, . . .), a na drugoj strani život sam tkz. Biološke magine (trudnoća, rođenje, nemoćno djetinjstvo, adolescentne godine, sve do vremena, kad se uključimo u aktivnu populaciju i do priprema na umirovljenje, starenje, nemoć i umiranje ...). Biološke margine, koje znače pritoke i otjecanje iz rijeke života, obnavljaju se uz uzajamnu pomoć zajednice. Brzi tok rijeke mora biti dovoljno jak da napoji sve rubove; a sa rubova crpi moralnu snagu i etičku strukturu. Etiku, koja rijeku erodira i gradi.

Kaleidoskop riječnih tokova kao postulat šarenosti međugeneracijskog suživljenja postavlja u samo središte osviještenost i etiku kao dva imperativa, na koja se oslanja prerastanje stereotipnih predstava stigmatizirane prirode i zahtjeva razvoj.

Razvoj nije linearna ljestva. Fluidno je i tekuće događanje, koje sadrži tokove i valove, na što upozoravaju različiti modaliteti, za koje se čini da ih ima toliko koliko ima životnih situacija svjesnosti u rijeci života. Govorimo o spiralnoj tehnici dinamike rijeke života. Jedna od kataklizmičkih, tajfunskih promjena donosi spoznaju da se red sistema ponašanja promjenjuje kroz stanje pojedinca, koje se uspostavi kao gravitacijsko središte vala svjesnosti. Partikularne psihologije pojedinca se temelje na stanju svjesnosti. Valovi postojanja kao fluidni, tekući, koji se prepleću i rezultiraju u mreži, skupljaju se u središtu dinamičke strukture svjesnog osjećanja vrijednosti etike, motivacije, učenja, sistema vjerojatnosti, nagnuća k savladavanju promjena na nivou obrazovanja, na gospodarskoj i političkoj razini. Razvojne faze naroda događaju se u ovisnosti od pogleda na svijet, na vrijednosti, na potrebe, što u pravilu prouzrokuje socijalne napetosti.

Tipično liberalni model usiljava reguliranje i podjelu vrijednosti. Razlike i raskršća rode čimbenici vrijednosti, koji stratificiraju poglede na svijet. Spiralnu dinamiku očituje redosljed razmjerno nezavisnih tokova. Saznajemo da u razvoju nema ničeg linearnog.

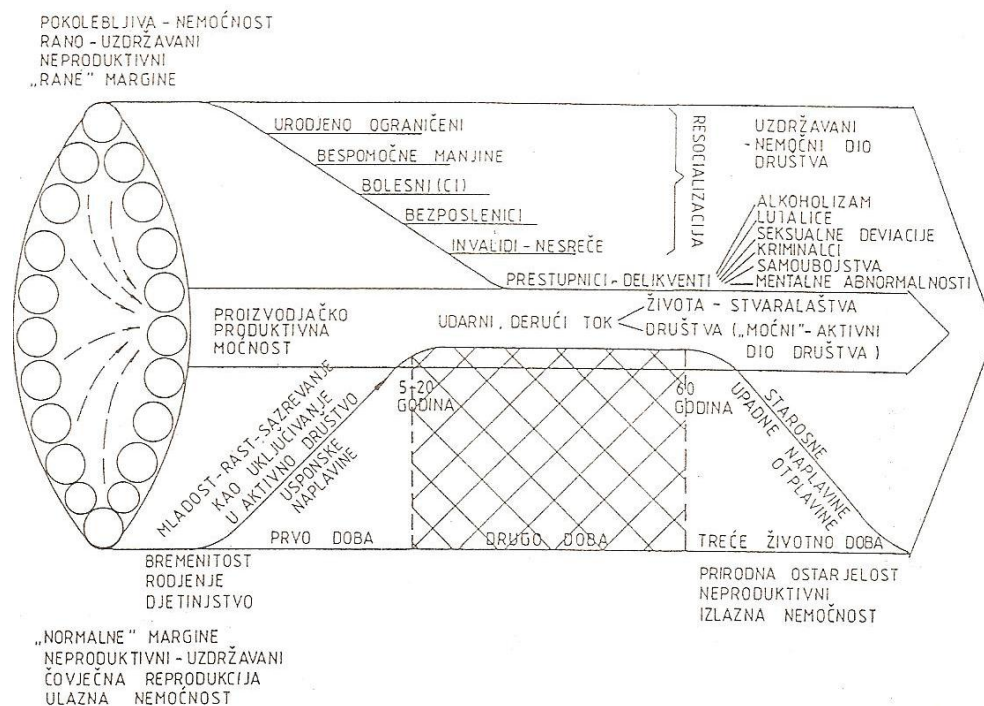
Svjesnost se događa intenzivnije na višim razinama, moguće ju je nadograditi i promijeniti. Od temeljnog razmišljanja preko revolucionarnih pomaka (razina življenja). Od proživljene vlastitosti (novorođenčad, senilni, gladni), animističkih razina, preko vlastitosti kao mladalačke buntovnosti do razine apsolutističkog kao razine podređenosti (red, poslanstvo, fundamentalizam) do naučnih dostignuća, gdje vlastitost bježi od mentaliteta stada i nastoji da saznaje istinu i smisao.

Želimo osjetljivu vlastitost, koja senzibilno povezuje, umrežava, ulazi u dijaloge i osnova je za razvoj vrijednosti zajednica (postmodernizam, ljudska prava, ekologija). U tom preskoku prelazi jaz iznimne dubine smisla i uspostavi ravnotežu između hijerarhije i heterarhije. Svaki val je temeljni sastojak svih sljedećih valova, koje prouzrokuju životne okoline, koje u nužnim primjerima aktiviraju nagone za dostignuća. Govorimo o integraciji i holizmu – pluralistički relativizam prevagne u univerzalni integralizam.

Stvori integrativno znanje, kompetentnost umjesto rangova i statusa. Svjetski red postojanja stvarnosti u dinamičkoj spirali zahvati oba smjera. Nagore i nadolje. To omogućava holističku izmjenu integralnih energija: svjestan sistem nove duhovnosti kao mreže nastajanja harmonije suživljenja kao valova u integralnoj, suvisnoj rijeci života.

Upravo ti izazovi znače imperativ programa socijalne gerontologije.

Slika: Rijeka života



Literatura

- Ovsenik, M. (2011). Starost, duhovnost i znanost. Informatologija – Lovran, 2011
- Ramovš, J. (2003). Kakovostna starost: socialna gerontologija in gerontogika. Ljubljana, Inštitut Antona Trstenjaka in Slovenska akademija znanosti in umetnosti.
- Ščuka, V. (2006). Asertivnost v komunikaciji. Ljubljana, Skupnost socialnih zavodov Slovenije, Aktiv socialnih delavcev domov za stare.

PREPARATION FOR RETIREMENT AND QUALITY OF FREE TIME OF SENIORS

PRIPREMA NA UMIROVLJENJE I KVALITETA SLOBODNOG VREMENA SENIORA

Rok Ovsenik, Marija Ovsenik, Polona Kmetec, Urška Valenčak

Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenia

Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenija

Abstract

We live longer and have more knowledge about a healthy life than ever before. We experience longevity as a success of medical science and awareness of population on one side and a social cost and burden on the other side (Ovsenik, M., 2011). The relationship of aging changes. Although age is still a taboo, a new paradigm of aging, but also the paradigm of understanding leisure of elderly people present a challenge facing the scientific public. The environment is encountered - the unconditional recognition of the interdependence of generations - with a hole between real change and its perception, as is apparent hole between desires and possibilities. Recognizing the critical limitations in the process of awareness, and research aimed at the aging process, which is the only security that a man has, own every living creature, living combination, and the entire ecosystem on earth. (ibid.) Understanding the leisure experiences is on a turning point. The process, which occurs as a proactive invention itself, warns of more layers of meaning to experience the phenomenon of active leisure time, also in old age. Dilemma of how spare time live out the old (thing about intimate, personal matters), so in fact, as a new paradigm, sets the scientific community for answers (Ovsenik, R., 2011).

Key words

preparing for retirement, the quality of leisure time, seniors

Sažetak

Živimo duže i imamo više znanja o zdravom životu nego ikada prije. Dugovječnost doživljavamo kao uspjeh medicinskih nauka i osviještenosti stanovništva na jednoj strani i kao teret te društveni trošak na drugoj strani (Ovsenik, M., 2011). Odnos prema starima mijenja se. Iako je starost još uvijek tabu, nova paradigma starenja, a također i paradigma shvaćanja slobodnog vremena postarijih ljudi predstavljaju izazov sa kojim se suočava sve više naučne javnosti. Okolina se susreće – u priznavanju bezuvjetne i uzajamne ovisnosti generacija – sa rupom između stvarne promjene i njezine percepcije, kao i s očiglednom rupom između htjenja i mogućnosti. Kritičku ograničenost prepoznamo u procesu svjesnosti, a i istraživanja, usmjerenog u proces starenja, koji je kao jedina sigurnost koju čovjek ima, vlastita svakom živom biću, životnom spletu, a i cijelom ekosistemu na zemlji. (ibid.) Razumijevanje slobodnog vremena doživljava točku preokreta. Proces, koji nastupa kao pro aktivno osmišljanje sebe, upozorava na veću slojevitost značenja fenomena aktivnog proživljavanja slobodnog vremena, također u razdoblju starosti. Dilema, na koji način slobodno vrijeme prožive stari (stvar je o intimnom, osobnom pitanju), pa se naime, kao nova paradigma, postavlja naučnoj javnosti i traži odgovore (Ovsenik, R., 2011).

Ključne riječi

priprema na umirovljenje, kvaliteta slobodnog vremena, seniori

Ova najveća manjina stanovništva će svoju starost morati proživljavati produktivnije, manje ovisno i što manje ovisno od tuđeg uzdržavanja.

Umirovljenje u životu pojedinca znači važnu promjenu. Upravo se je zbog toga na nju potrebno pripremiti. Za vrijeme pripreme na umirovljenje čovjek se suočava s osjećajima, koje donosi prijelaz iz aktivnog života i rada u novo razdoblje života.

Učenje, savjetovanje i osviještenost u dolazećoj novoj strukturi slobodnog vremena i životnog ritma, kojeg donosi umirovljenje, važno je tako za pojedinca kao za društvo. Aktivan, organiziran i osviješten pojedinac može kompetencijama sa kojima raspolaže, svoje radne funkcije održavati duže vrijeme.

Doprinos donosi pregled studija o toj problematici. Tražili smo što više direktne odgovore na postavljena istraživačka pitanja. Pod mikroskop smo uzeli tri studije, koje prikazuju doživljavanje tranzicije u umirovljenju.

Stvar je u ključnim pitanjima strukture vremena nakon umirovljenja. Studije pokazuju da se oni, koji su se pripremili na prijelaz na umirovljenje, lakše suočavaju sa neprilikama, koje donosi život u starosti. Zanimljiva je ustanovljena činjenica, da mnogima, koji su se umirovljenja veselili, kao i mogućnosti slobodnog raspolaganja vremenom, kasnije fali odgovornost i pozitivni stres radnih dužnosti.

Status Questiones

Danas shvaćamo vrijeme prilično neosobno, kronološko, jednako kao što doživljavamo starost. Često samo kao kronološko stanje, koje završava smrću. Rijetko o staranju govorimo kao o vremenu originalnih osobnih mogućnosti i prilikama za osobno i društveno nezamjenljiva čovjekova događanja, koja je moguće uraditi samo u kasnijim, zrelim godinama. Djetetu dajemo poticaj, da živi u očekivanju, da oblikuje nade – a za stare nam se to više ne čini važno. Ali upravo napuštanje očekivanja prouzrokuje, da su stari manje aktivni i time stavljeni na rub društva. Takvim postupanjem društvo starim govori, da očekuje njihovo povlačenje iz društvenog života, pasivizaciju, predanost u sudbinu i usamljenost. „U takvom položaju društvo pomaže z društveno konstituiranim institucijama“ (npr. starački domovi kao tipično karakteristične totalne ustanove) (Mali, 2008.)

Psihološku i kulturnu stranu umirovljenja istraživali su već mnogi naučnici – svi su došli do istog zaključka: okupacijski aspekt u procesu umirovljenja doprinosi organiziranom svakodnevnom životu, tranziciji i prilagođavanju okolini. Postariji, koji su spremni prihvatiti promjene povezane s umirovljenjem i starenjem kao logičnim djelom života, lakše se bore protiv stresa, s promjenama na području socijalnih kontakata, znaju regulirati život unatoč nižim primanjima i lakše podnose slabljenje zdravlja, fizičke disfunkcije i gubitke svih vrsta.

Ljudi nakon umirovljenja žive sve duže, prosječna životna dob Slovenaca je 75 godina (SURs, 2010.). U Europi će već nakon 2025. godine polovina ljudi biti starijih od 55 godina. Ovako povišena starost traži drukčiji odaziv društva. Postariji je postavljen u novu ulogu. Od njega očekujemo produktivnu starost – ne samo produktivno za njega, nego i za njegovu promijenjenu ulogu u društvu, gdje postarijeg nađemo u novim ulogama: savjetnika, mentora, stručnjaka (socijalni gerontolog, socijalni radnik, radni terapeut). Stari će trebati u svoje živote unositi sve više osmišljavanja, također na način uspostavljanja izazovnih ciljeva za okupacijsku tranziciju, koja će koristiti postarijem i široj društvenoj okolini.

Učenje, savjetovanje i osviještenost o dolazećoj novoj strukturi životnog ritma, kojeg donosi umirovljenje, je važno, jer aktivan, organiziran i osviješten pojedinac duže vrijeme održava funkcije na kognitivnoj i fizičkoj razini. Održavanje aktivnog života znači održavanje zdravlja, jer zdravlje ne znači samo odsutnost bolesti, nego govorimo i o psihofizičkom, socijalnom i ekonomskom blagostanju čovjeka (WHO, 2006.). Visoko samoosakaćenje pridonosi održavanju mentalnog zdravlja, još više,

Ljudi sa visokim samoosakaćenjem nisu toliko često bolesni i mogu ostvarivati svoje interese te kvalitetu života (ibid.). WHO kvalitetu života definira kao individualno shvaćanje vlastite pozicije u kulturnom kontekstu i vrijednosnom sistemu, prema kojem pojedinac živi. Stvar je u odnosima prema zadaćama, očekivanjima, standardima (Butler in Ciarrochi, 2006.).

Metoda

Osnova za skupljanje podataka bili su Google znalac (<http://scholar.google.si/schhp?hl=sl&tab=ws>), PubMed (www.Pubmed.gov), Medline (www.medline.cos.com), Wiley (www.onlinelibrary.wiley.com) i COBISS/OPAC (kooperativni online bibliografski sistem i servisi). Tražili smo istraživanja, obavljena nakon 2000. godine, ključne riječi bile su: »retirement«, »eldery«, »active living«, »occupational therapy«. Cilj kriterija pretraživanja bio je naći istraživanja osoba, koje će se u bližoj budućnosti umiroviti. Zanimalo nas je ako su spremne na taj proces i kako ga doživljavaju. Među rezultatima studija tražili smo osobe na prelasku u mirovinu, a i osobe koje su već umirovljene. Željeli smo naći barem jednu longitudinalnu studiju, jer pripovijedanja učesnika uključuju njihove životne priče, iskustva i želje. Obrađivali smo tri studije, koje prikazuju položaj postarijeg i njegovo osjećanje za vrijeme tranzicije u mirovinu.

Pregled istraživanja

Usporedili smo rezultate triju istraživanja: 1) Narratives and experience in an occupational transition: a longitudinal study of the retirement process; *American Journal of Occupational Therapy*, 2001.; Johnson, Josephsson, Kielhofner), 2) Retirement: what will you do? A narrative inquiry of occupation-based planning for retirement; implication for practice; *Australian Occupational Therapy Journal*, 2010.; Hewitt, Howie, Feldman), 3) Kvalitetno preživljanje prostega časa v tretjem življenjskem obdobju; Fakulteta za organizacijske vede Kranj; Avsec).

U prvom istraživanju (u kojem je učestvovalo 12 Šveđana različitih zaposlenja i socijalnih statusa, starih između 63 i 66 godina, kod kojih su intervju sa istim pitanjima prvi put ponovili nakon dvije godine i onda opet nakon 7 godina) zabilježili smo, da je većina učesnika prijelaz doživjela kao više kompleksan i nepredviđen, nego što su očekivali i opisivali prije mirovine. Zanimljivo je bilo, da su zbog odsutnosti obaveza na poslu osjećali veću kontrolu nad upravljanjem vremenom i da su na mirovinu gledali prije svega s pozitivne strane. Unatoč tome je više učesnika izrazilo nezadovoljstvo, jer im se pozitivno mišljenje koje su imali prije toga, promijenilo (pri trećem intervjuu – dakle nakon sedam godina) na gore. Mnogi su izrazili iznenađenje da nemaju više slobodnog vremena kao što su ga imali prije, a istovremeno jadikovali se, da im se često jedna sama aktivnost rasteže preko cijelog dana.

Neki su bili iznenađeni, jer su aktivnosti odjednom zahtijevale više vremena nego prije, kad su još imali stalno zaposlenje, ali su tvrdili da u aktivnostima uživaju, jer im zapune slobodno vrijeme. Utvrdili su promjenu prioriteta na području aktivnosti u mirovini. Iznenaduje, da im nisu falili socijalni kontakti iz prošlosti, nego nisu bili zadovoljni s prirodom novih – odjednom nije bilo više zajedničkog rješavanja konflikata. Čak su odnos i razgovori sa prijateljima bili drukčiji.

U drugom istraživanju (u kojem su učestvovali stari između 65 i 71 godinu i koji su u trosatnom intervjuu pripovijedali o mislima, osjećajima i iskustvima za vrijeme umirovljenja) zabilježili smo, da je planiranje aktivnosti umirovljenog imalo velik utjecaj na okolinu – na kontakte s obitelji, prijateljima, suradnicima, jer su odjednom mogli namijeniti svoje vrijeme druženju sa prijateljima, uključiti se u lokalne aktivnosti i namijeniti vrijeme hobijima, koje su zbog obaveza na poslu zanemarili i koji, naravno, trebaju biti primjerni materijalnom statusu umirovljenika. Za vrijeme

umirovljenja neki su promijenili svoje planove, jer su zbog nove strukture dana (također strukture slobodnog vremena) željeli ponovo uspostaviti aktivni dnevni ritam.

Treće istraživanje iz slovenske okoline pokazalo je, da su učesnici posvetili jako malo pažnje pripremama na umirovljenje (u istraživanju je sudjelovalo 50 postarijih, mlađih od 70 godina, koji su u mirovini nekoliko godina, nisu zdravstveno ili egzistencijalno ugroženi i žive u urbanoj okolini). Zabrinjujuća je činjenica, da se gotovo ne bave hobijima, nakon umirovljenja je bio primijećen samo manji porast aktivnosti. Jako rijetko posjećuju kulturne događaje i ne bave se dobrovoljnim radom. Mnogi su odgovorili da u namjeri poboljšavanja egzistencijalnog stanja rade plaćan posao. Dio tih (40 postotaka) ispitanika teže si organizira vrijeme, tvrde da ga imaju manje nego u prošlosti. Većina se radovala umirovljenju, jer su se nadali da će imati više vremena, pogotovo za prijatelje i obitelj. Većina postarijih bila je zadovoljna svojim životom, jer su bili mišljenja da je uspješan.

Ključna promjena života pojedinca nakon umirovljenja tiče se strukture promjene vremena. Promjena dnevne rutine, koja se dogodi odjednom, donosi drukčije mogućnosti i na području produktivnog vremena, koje bi navodno trebalo dati smisao čovjekovom životu i u starosti. Upravo zbog okupacijske tranzicije, koja se pojavljuje za vrijeme umirovljenja, potrebne bi bile duže, produbljene pripreme na to razdoblje života. S obzirom na to, da je gospodarska kriza zaoštrila produktivnostni pritisak, zbog kojeg poduzeća otkazuju sve što po njihovom mišljenju nije važno, zadaćama osviještenosti umirovljenika, što se tiče promjena u novom razdoblju života, morala bi se baviti lokalna sfera, koja bi postarije uključivala u radionice u okviru kojih bi razmišljali o tome, kako u tom umirovljenom dijelu života ostati što aktivniji i produktivniji.

Još više to vrijedi, jer kao što pokazuju istraživanja, postariji si novu slobodu crtaju u svijetlim bojama. Istina ih onda iznenadi i deprimira, budući da se mnoga očekivanja ne ostvare. Mnogi su također naveli, da je njihov život nakon umirovljenja prolazio drukčije, nego što su očekivali, pa je zbog toga nakon umirovljenja trebalo postaviti nove ciljeve.

Očekivana sloboda nakon umirovljenja je uz osjećaj neproduktivnosti i nesposobnosti vlastitog ispunjenja zvučala paradoksalno. Pojedinaac je uz okupacijsku deprivaciju često nije ni osjetio, jer si nije strukturirao aktivnosti, što je prouzročilo osjećaj inferiornosti. Budući da nije bio produktivan, također nije bio u stanju osloboditi se i organizirati si slobodno vrijeme. Čini se da je za zdravlje i dobro raspoloženje starih važno da se postariji uključuju u aktivnosti i da pridonose prema svojim mogućnostima. To im daje osjećaj da su produktivni, potrebni, povezani sa odgovornošću, koja jamči izazove na putu do samoostvarenja. Upravo zbog toga to starijem čovjeku treba za ravnotežu u životu.

Još više, švedsko istraživanje upućuje na utjecaj produktivnosti za zdravlje i kvalitetu života. Ljudi, koji se bave sa svojim aktivnostima rutinski, brže se identificiraju slikom umirovljenika. Priprema na umirovljenje bi zbog toga trebala početi već nekoliko godina prije umirovljenja, jer je umirovljenje dio trećine odraslog života. Zbog toga promoviranje aktivnosti u umirovljeničkom razdoblju ima smisao, jer pridonosi njegovom daljem razvoju i motivaciji za izražavanje kompetencija, a na drugoj strani je društveno važno, jer pridonosi smanjivanju troškova starosti.

Za umirovljenika je od ključne važnosti, da smislom i punošću provede slobodno vrijeme, jer samo na taj način utječe na zdravlje, materijalni status i socijalne kontakte. A istodobno postariji slobodno vrijeme posvećuje aktivnostima za koje prije nije imao vremena.

Završna misao

Brzim narastanjem stare populacije u društvu također se povećavaju potrebe po jamčenju kvalitetnog života u tom razdoblju. Postariji kao važan kriterij kvalitete života opredijele zadovoljstvo, koje doživljavaju uz obavljanje svakodnevnih aktivnosti. Zbog toga je utjecaj aktivnosti važan i za zdravlje. Upravo zbog važnosti proživljavanja vremena, također slobodnog vremena u starosti, bilo bi važno cjeloživotno obrazovanje raširiti na način da bi obuhvatilo sve postarije. Životni ciklus, kojeg smo do nedavno opredjeljivali kao razdoblje mladosti, razdoblje srednjih godina i razdoblje starosti, danas se

mijenja. Proces umirovljenja ne razumijemo više kao faktor koji određuje starost i time društvenu neaktivnost, nego razdoblje umirovljenja prepoznajemo kao priliku za produktivno zapošljavanje prema vlastitoj pobudi, koje umirovljeniku jamči aktivnu i prepoznatljivu društvenu poziciju. Rasprave o potencijalima, sposobnostima starijih ljudi, danas ruše proste predstave o starosti kao značajno neproduktivnom razdoblju. Starost danas u životu suvremenog čovjeka znači razdoblje novih izazova, novih prilika za doživljaje, spoznaje i stvaranja.

U Sloveniji se s tim područjem još nismo ozbiljnije suočili, što potvrđuje rijetkost istraživanja na tu temu. Također u javnosti još ne govorimo o važnosti upoznavanja budućih umirovljenika s promjenama, koje donosi umirovljenje. A ipak, upravo od toga kako ozbiljno i kvalitetno ćemo se suočiti sa tom problematikom zavisi kako ćemo kao najstarije europsko društvo popločavati budućnost naroda. Hoćemo li odlučiti, da je starost bogatstvo iskustava ili ćemo, kao što utvrđujemo, (Ovsenik, M., 2011) starost jednačiti sa društvenim troškom.

Literatura

- Ovsenik, M. (2011). Staranje – izazov znanosti ili umjetnost života. Informatologija 2011 – Lovran
- Ovsenik, R. (2011). Slobodno vrijeme u trećem životnom dobu. Informatologija 2011 – Lovran
- Avsec, D. (2009). Kvalitetno preživljanje prostega časa v tretjem življenjskem obdobju. Kranj: Fakulteta za organizacijske vede.
- Hewitt, Howie, Feldman. (2010). Retirement: What will you do? A narrative inquiry of occupation – based planing for retirement: implication for practice. Australian Occupational Therapy Journal
- Johnson, Josephsson, Kielhofner. (2001). Narratives and experience in an occupational transition: a longitudinal study of the retirement process, American Journal of Occupational Therapy.

ROLE OF GENDER IN ESTABLISHING THE INTERGENERATIONAL DIALOG

ULOGA SPOLA U USPOSTAVLJANJU MEĐUGENERACIJSKOG DIJALOGA

Patricija Jankovič

*Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenia
Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenija*

Abstract

The elderly population is the most heterogeneous group. In advanced years a lot of people are still fit enough for quality, creative and independent living. As there are differences in the ability of elderly people there are differences in their needs. On the other hand, it is not negligible proportion of those who are partially or totally dependent on help, by meeting the same needs. This paper will present the results of the survey, which was used to determine which institutions are dealing with elderly population and what is the role of gender in establishing intergenerational dialog in private

Sažetak

Starija populacija je najviše heterogena skupina. U kasnijim godina mnogo ljudi je još uvijek u stanju voditi kvalitetan, kreativan i neovisan život. Kao što postoje razlike u sposobnosti starijih ljudi postoje razlike u njihovim potrebama. S druge strane, nije zanemariv udio onih koji su djelomično ili potpuno ovisi o pomoći, da bi ostvarili potpuno iste potrebe. Ovaj članak će predstaviti rezultate ankete, koja je korištena kako bi se utvrdilo koje su ustanove koje se bave starijim stanovništvom i koja je uloga spola u uspostavi dijaloga među generacijama u

and in public spheres. We will demonstrate the age and educational structure of employees working with elderly population with special stress on competences that are needed to establish an effective intergenerational dialogue, which is the foundation of intergenerational coexistence.

Key words

intergenerational dialogue, intergenerational coexistence, competences, elderly population, gender, education

privatnoj i javnoj sferi. Biti će prikazana dob i obrazovna struktura zaposlenih u radu sa starijom populacijom s posebnim naglaskom na kompetencije koje su potrebne da se uspostavi učinkovit međugeneracijski dijalog, što je temelj generacijskog suživota.

Ključne riječi

međugeneracijski dijalog, suživot generacija, kompetencije, starije stanovništvo, spol, obrazovanje

1. INTRODUCTION

The topic of old age and ageing is one of the most pressing issues of our time, since in Europe there are almost four times as many elderly people today than during the childhood of the oldest living Europeans. The number of elderly people in the general population will increase by more than a third in the period between 2010 and 2030, and during the following ten years it will more than double. During that period the number of people over the age of 80 will increase by 57%. If we also consider the fact that the number of single-member households has increased by 50% in recent years, which means that family social networks are almost inexistent, it appears that finding a way to help these elderly people and to establish a good intergenerational dialogue is more than necessary.

Although it was somehow clear that in the private sphere women carry the burden of caring for the elderly, we were interested in the role of genders in incorporating intergenerational dialogue in broader society such as public and business sphere. In the year 2011 we carried out an in-depth research of social, geriatric and educational aspects with more than a thousand respondents to examine their potential to develop intergenerational dialogue in their society. The main research questions addressed were:

1. What is the relationship between occupation/work experiences/personal characteristics and ambitions to take an active role in intergenerational dialogue in society?
2. Which competences are the founding stones for intergenerational dialogue in society?
3. What competences should be developed for professions that work with the elderly?

It is interesting to note that, in the private sphere; women take care of the elderly or infirm, thus building a bridge of intergenerational dialogue in the wider family context. This tradition stems from the stereotypical view of women and mothers, who are supposed to take care of their hearth and their children while men provide for the economic (material) welfare of the family. In spite of the fact that this "division of labour and obligations" is gradually yet persistently changing in the primary family unit (there is an increasing number of men who use paternity leave or even stay at home while women build their career), the care for the elderly and infirm remains a women's domain. Apart from the stereotypes (which should be discussed), the reasons for that can be found in a variety of sociological and psychological factors.

2. RESEARCH FINDINGS

In order to answer the questions that we were interested in, first we had to answer the question: "Which institutions or organizations (apart from families) deal with the older generation professionally?" Those data are shown in *Table 1*. The table shows that most institutions deal with ill

elderly people, while half of them also deal with the healthy ones. On the professional/academic/research level, some institutes deal with the elderly and intergenerational dialogue. Because of an overview of educational opportunities, we have included educational institutions in that category as well.

ILL	HEALTHY
Hospitals	?
Community nursing	
Hospice	
Retirement homes	
Health resorts	
Social work centres	
PROFESSIONAL/ACADEMIC/RESEARCH LEVEL	
Institutes	
Educational institutions	

Table 1: Institutions and organizations dealing with older generation

We have used the data shown in Table 1 as an orienting point for focusing on institutions where, in our view, it was most rational to base our research on.

2.1. EMPLOYEE STRUCTURE IN THE TARGET INSTITUTIONS

According to the data provided by the Statistical Office of the Republic of Slovenia, by the end of 2011 the sector Human Health and Social Work Activities employed a total of 55,000 people or 5.8% of the working population, while the share of women in that sector amounted 80% (44,000 people). In other words, 10.2% of all employed women work in the sector of Human Health and Social work activities.

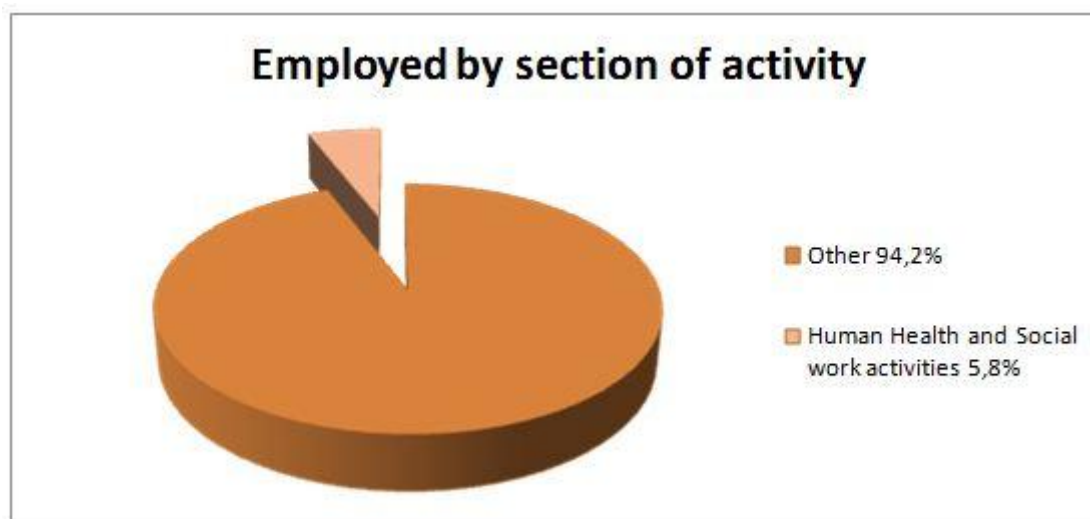


Figure 1: Employed by section of activity

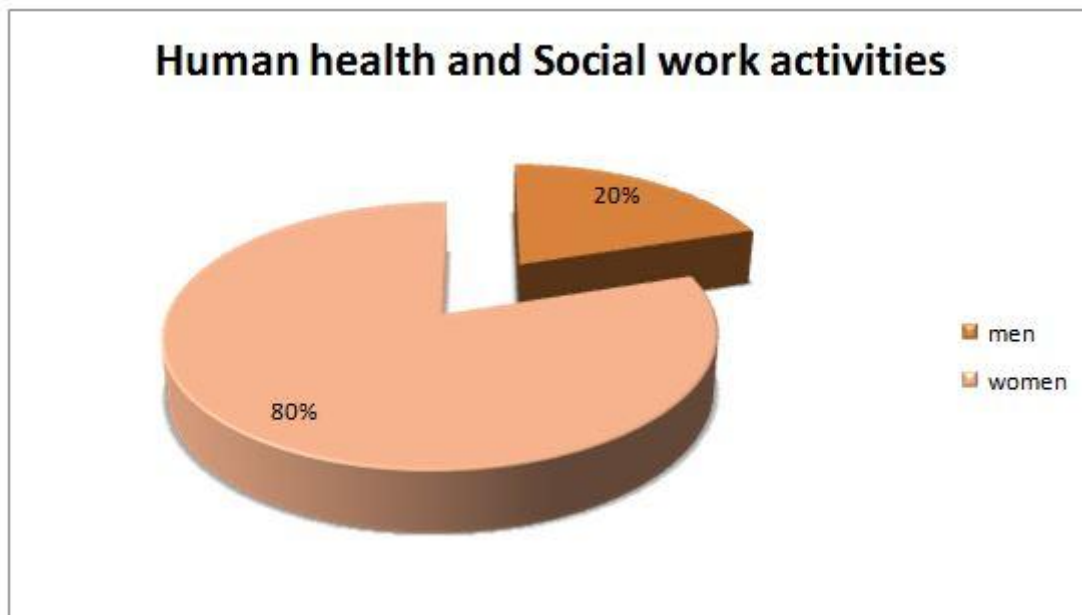
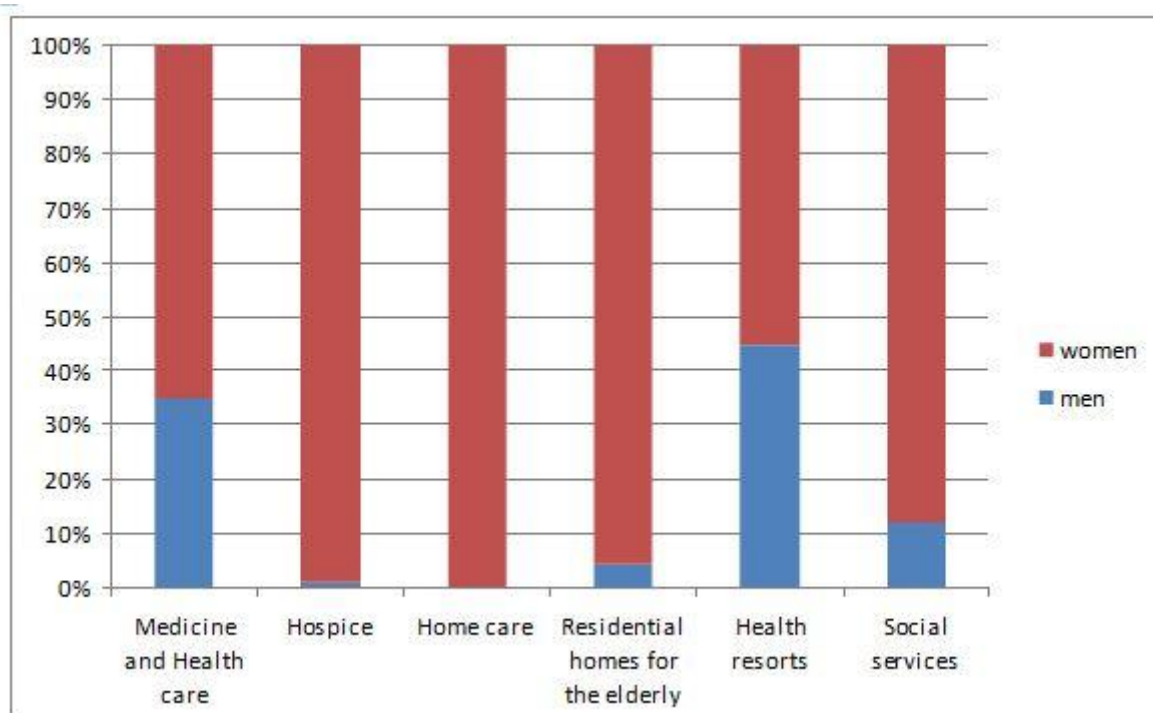


Figure 2: Human health and Social work activity

a) By gender

The data regarding employment distribution by gender in individual institutions shows the same numerical predominance of women. We can see that most men work in health resorts (45% of them). The reason for this lies in the profession of the physiotherapist that is equally attractive for both genders. Social services employ 12% of men, residential homes for the elderly 4.5%, while the number of men working in hospices is negligible (less than 1%), as well as in the home care sector, while in the sector of Medicine and Health care the number of male employees reaches 35%. In that sector men work in the following professions: doctor, X-ray technician, emergency rescue workers and similar, which employ twice as many men than women.



*Figure 3: Employment distribution by gender***b) By age**

We have divided the employees in 6 age groups that are shown in the table:

AGE	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
NO. IN %	6%	24%	29%	30%	8%	3%

Table 2: Employees by age

The results show that most employees are between 30 and 55 years of age.

c) By position of employment

Position of employment	MEN	WOMEN
Senior posts	65%	35%
Managerial posts	49%	51%

Table 3: Gender by position of employment

The results of our study of the position of employment were somewhat surprising. In spite of the fact that there are only 20% of men employed in the sector Human Health and Social work activities, those 20% take up 65% of senior posts. When it comes to managerial posts, the ratio is more equal. That really means that women work in those job positions that have a much more direct contact with the older population and in a way they only carry out orders given to them by their superiors, who are mostly men.

e) By education (type and level)

University	31%
Higher/Vocational	18%
Secondary	36%
Elementary	15%

Table 4: Education level

Medicine and health care	68%
Social studies	14%
Psychology	7%
Law	6%
Other	5%

Table 5: Education type

The educational structure is consistent with the mistaken conviction that older people are ill and infirm. 68% of all employed in Human Health and Social work activities have an education in the field of medicine and health care. Only 14% have studied social sciences and only 7% have studied psychology. From the point of view of a healthy elderly person, that education structure is devastating.

The data regarding the level of education in terms of the field are not surprising. Sociologists, psychologists and lawyers have university education, as well as doctors and physiotherapists, and there are an increasing number of nurses with a university diploma.

3. COMPETENCES FOR ESTABLISHING INTERGENERATIONAL DIALOGUE

The core part of our study focused on competences that are needed for intergenerational dialogue. Questions were formulated based on the following definition of competences:

"Competences are abilities to use knowledge and skills that a person needs to perform a certain task successfully and effectively. They encompass a person's knowledge, his/her skills as well as personality and behavioural traits, convictions and values. The agglomerate of all these elements and the person's self-image provides a much greater guarantee for work success than knowledge by itself."

We have evaluated the answers to the following questions:

Which competences are needed for intergenerational dialogue?

Apart from education and experience (knowledge and skills), the most important personality and behavioural traits for working with the elderly and establishing an efficient intergenerational dialogue are the following:

- Extrovertness, which encompasses energetic and dynamic action, eloquence and enthusiasm, dominance or the ability to assert one's opinions and influence others;
- Agreeableness or kindness, which encompasses cooperativeness, selflessness, friendship, generosity, empathy;
- Conscientiousness, diligence, controlling impulses or dependence, which encompasses the ability of self-regulation or self-control, both in terms of inhibiting as well as activating actions; the latter also includes prudence, accuracy, tidiness, due care and tenacity;
- Openness, intellect, culturedness or intellectual interest, which encompasses education, being well informed, curiosity and creativity, interest for new things and experiences as well as being open to contacts with different cultures and habits.

The results demonstrate that the importance of individual factors is distributed as shown in *Figure 4* below:

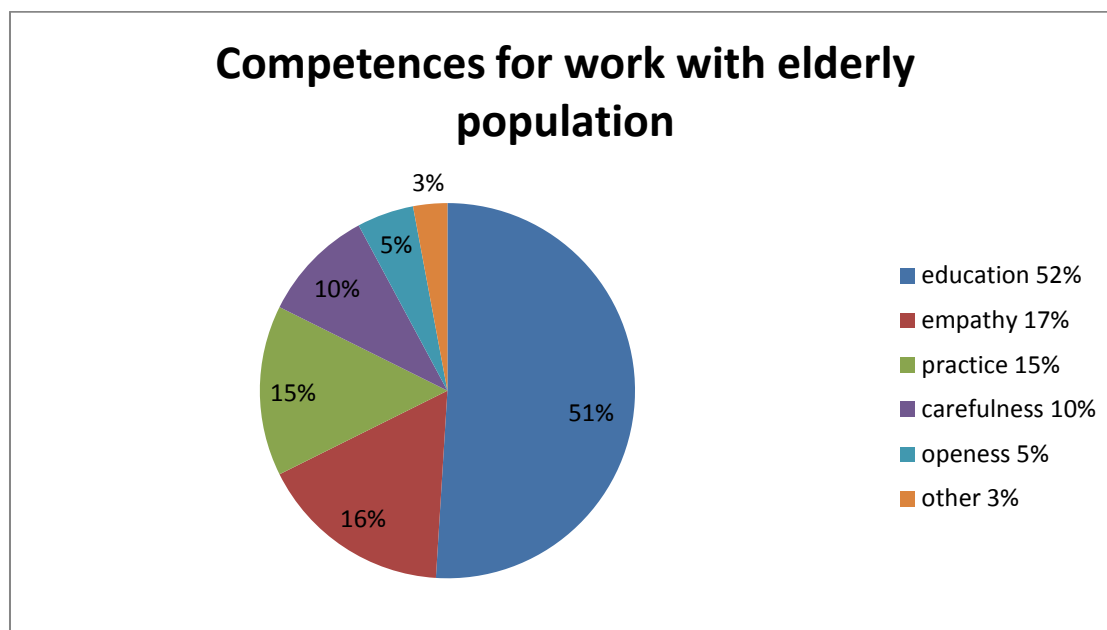


Figure 4: Competences for work with elderly population

Education represents more than a half of the competences that are needed to establish intergenerational dialogue. Other competences are divided into experience and personality traits.

Do employees have enough competences for intergenerational dialogue?

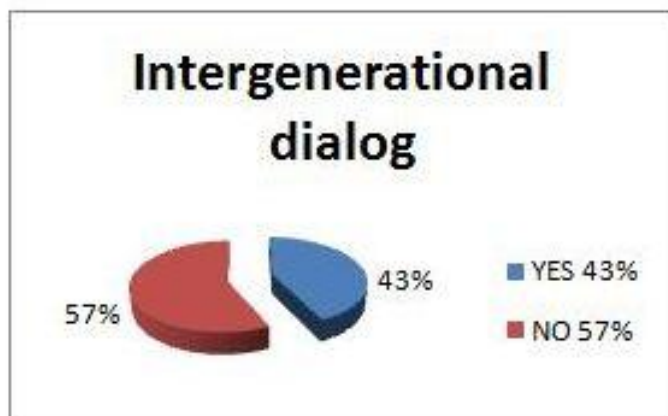


Figure 5: Competences for intergenerational dialogue, subjective opinion of employees

The data shown in Figure 6 above speak for themselves: employees do not have enough competences for intergenerational dialogue. The interviews that we have carried out leave no doubt in our minds that employees possess adequate personality traits and qualities needed to establish intergenerational dialogue. Experience was also not debatable. The main problem turned out to be the lack of formal education for working with or for managing the work with the older generation.

4. CONCLUSIONS

The study has clearly shown that women do not carry the burden of caring for the elderly in their private lives only; they are the providers of intergenerational dialogue in the public and business sphere as well. It is obvious that women are the majority of those who choose a career in working with this vulnerable population, which points to the fact that women possess those key personality traits that are an integral part of competences to establish intergenerational dialogue.

But it seems that women, in spite of their aptitude for establishing intergenerational dialogue, either lack ambition to take up leadership roles in that area or are aware of their inadequate education and experience in leadership. And this clearly is a dilemma which could be a starting point for new research.

The required social skills, such as self awareness, mood control and self motivation together with authority, responsibility, efficiency, legitimacy, influence, communication skills, team work and innovativeness, being systematic and having high personal standards are all part of competences, needed for working with elderly population. But according to the research results, all those qualities listed above are not sufficient. The education remains the crucial part. Even employees, who are dealing with elderly people for many years, feel insecure because of the lack of professional education. Times have changed and the needs of elderly population also. Only medical and health care education is not enough. Random, unplanned and impulsive decision-making about educational goals must be replaced by a strategic goal: to raise awareness and provide education on which intergenerational dialogue can be based.

Intergenerational coexistence is inconceivable without awareness and education; without intergenerational coexistence it is impossible to establish efficient intergenerational dialogue. When we consider the projections that in a dozen years or so almost half of the population will belong to the

older generation, it is clear that we will not achieve sustainable and harmonious development unless we act immediately.

5. REFERENCES

1. Accetto, B. (1987) *Starost in staranje*, Cankarjeva založba, Ljubljana.
2. Capra, F. (1996) *The Web of Life*, Anchor Books, New York.
3. Capra, F. (2002) *The Hidden Connections: Integrating the Biological, Cognitive, and Social Dimensions of Life Into a Science of Sustainability*, Doubleday, New York.
4. Catlett R., (2010), "Blending Elements of Economics and Political Science: Intergenerational Dialogue, Civic Engagement, and Related Student Scholarly Activity", *Ps-Political Science & Politics*, 43(2), 337-342
5. Drucker, Peter F.: *Managerski izzivi v 21. stoletju*, Ljubljana: GV Založba, 2001. EFQM (1999) *The EFQM Excellence Model 1999*, EFQM Publications, London.
6. EVROPSKO SREDIŠČE MARIBOR, *Elaborat študijskega programa Socialna gerontologija*, Maribor, 2009
7. Flaherty, John E.: *Peter Drucker: Shaping the Managerial Mind*, San Francisco: Jossey-Bass, 1999.
8. Hojnik Zupanc, I. (1997) *Dodajmo življenje letom. Nekaj spoznanj in nasvetov kako se smiselno in zdravo pripraviti na starost in jo tako tudi živeti*, Ljubljana, Gerontološko društvo Slovenije.
9. Kotter, John P.: *Leading Change*, Boston: Harvard Business School Press, 1996.
10. Kotter, John P.: *What Leaders Really Do*, Boston: Harvard Business Review Book, 1999.
11. Lorenzen, Mark (1998) *Information Cost, Learning, and Trust Lessons from Co-operation and Higher-order Capabilities Amongst Geographically Proximate Firms*. DRUID Working Paper No 1998-21.
12. Lorenzen, Mark (2001) *Localized Learning and Policy: Academic Advice on Enhancing Regional Competitiveness through Learning*. *European Planning Studies*, 9, 2, 163-185.
13. Lundvall, Bengt-Åke (2002) *The University in the Learning Economy*. DRUID Working Paper No 2002-06.
14. Mali, J (2007) *Vloga in pomen socialnega dela v razvoju institucionalnega varstva starih ljudi v Sloveniji*, FSD, Ljubljana.
15. Pečjak, V. (1998) *Psihologija tretjega življenjskega obdobja*, Znanstveni inštitut Filozofske fakultete, Ljubljana.
16. Ramovž, Jože (2003) *Kakovostna starost – socialna gerontologija in gerontogogika*. Inštitut Antona Trstenjaka in SAZU, 2003.
17. Trstenjak, A. (1998) *Štirje letni časi človeškega življenja. Kakovostna starost I, št. 1*.
18. Walsh M., (2010) "Intergenerational dialogue in the age of postfeminism", *Australian feminist studies*, 25(64), 255-239

SPENDING LEISURE TIME AND ACTIVITIES IN THE THIRD PERIOD OF LIFE

SLOBODNO VRIJEME I AKTIVNOSTI U TREĆEM RAZDOBLJU ŽIVOTA

Tatjana Novak, Livija Pogačnik Jarec¹

School Centre Rudolf Maister, Kamnik, Slovenia; Social gerontology, Slovenia¹

Školski centar Rudolf Maister, Kamnik, Slovenija; Socijalna gerontologija, Slovenija¹

Abstract

In 2006 we carried out a research about the leisure time activities of women, aged over 65, at the School Centre Rudolf Maister Kamnik. 26 women from Kamnik and 6 women from Domžale of the average age of 69,68 years were included in the research. The research was repeated in 2011. 20 women from the same group still actively participated four years later, the average age was now 74,35 years. The participants of the research dedicated most of their free time to gardening, watching TV, reading and meeting relatives and friends. As far as sports activities are concerned, most women focused on taking walks and walking, cycling, hiking, swimming, dancing, sleighing, alpine skiing, doing exercises at home and general exercising. The aim of the research was to find out preferences of activities of women aged over 65 as well as to highlight the possibilities of including women over 65 into different social and recreational activities in the local environment, for example at the pensioners' associations or other forms of social and adult daycare centres.

Keywords

elderly, women, social inclusion, spending leisure time, sports and recreational activities

Sažetak

U Školskom centru Rudolf Maister Kamnik 2006. godine izvršili smo istraživanje o slobodnom vremenu žena, starijih od 65 godina. U istraživanju sudjelovalo je 26 žena, koje su živjele u Kamniku i 6 žena, koje su živjele u Domžalama, s prosječnom dobi od 69,68 godina. Istraživanje je bilo opet provedeno u 2011. godini, kad je bilo nakon četiri godine aktivno uključenih još uvijek 20 žena u istoj skupini, s prosječnom dobi od 74,35 godina. Žene su najviše imale tendenciju da slobodno vrijeme prožive radeći u vrtu, gledajući televiziju, čitajući i vodeći sastanke s rodbinom i prijateljima. Na području sporta i rekreacije kod žena na vrhu su hodanje i šetanje, cestovni biciklizam, planinarenje, vježbanje kod kuće, plivanje, ples, sanjkanje, klizanje na ledu, alpsko skijanje i opća vježba tijela. Ciljevi istraživanja su odrediti prednosti o vrstama aktivnosti i isticanje mogućnosti za integraciju starijih žena od 65 godina u društvene i rekreacijske aktivnosti u lokalnoj sredini, kao što su starački domovi i drugi oblici socijalne inkluzije i zaštite.

Ključne riječi

starije osobe, žene, socijalna inkluzija, aktivnosti u slobodno vrijeme, sportske i rekreacijske aktivnosti

1 UVOD

Definicija starenja u suvremenom se svijetu mijenja. Jedna od najpopularnijih riječi postala je riječ "aktivno starenje", koja je u suprotnosti starenju u pogledu da starenje znači ovisno i pasivno razdoblje života. Svjetska zdravstvena organizacija definira aktivno starenje kao "proces optimiziranja mogućnosti za zdravlje, sudjelovanje i sigurnost, kako bi se poboljšala kvaliteta života starijih ljudi." Aktivno starenje odnosi se na sposobnost starijih ljudi za produktivan život u društvu i gospodarstvu.

Aktivno starenje u najširem smislu možemo shvatiti kao kontinuirani angažman starijih ljudi na društvenom, gospodarskom, kulturnom i civilnom području, koji ne znači samo povećane tjelesne aktivnosti starijih ljudi ili fitness mozga i održavanje zaposlenosti (Cook, 2007).

U trećem razdoblju života stariji ljudi u slobodno vrijeme bave se različitim aktivnostima. Aktivnosti mnogo više ovise o subjektivnom odnosu prema objektivnim čimbenicima, koji su vrlo važni u ovoj dobi: starenje, želja za bavljenjem aktivnostima u slobodno vrijeme, obiteljske prilike, blizina kuće i financijske situacije. Fox (1992) navodi da kod toga važnu ulogu igra samopoštovanje, koje je indikator psihološke dobrobiti i vježbanja slobodne aktivnosti. Za mnoge osobe, koje se bave različitim aktivnostima, opstanak aktivnog slobodnog vremena i društvenog života, znači prvenstveno odlično blagostanje. Interesi pojedinca (Marentič-Požarnik, 2000) su uvijek pozitivna orijentacija na različitim područjima, koji se počinju razvijati u ranom djetinjstvu i sastavni su dio dinamičkih svojstava pojedinca.

Zanimljivo je da se u slobodnim i sportskim aktivnostima stariji ljudi mnogo više vole družiti u heterogenim skupinama, dio kojih su dinamika, raznolikost i različita iskustva ljudi, koji su uključeni (McGuire, 1985). Jedna studija, koja je pratila starije ljudi u dobi od 74 do 85 godina, pokazala je da u 70 posto igraju važnu ulogu mentori i treneri (Dorgo et al., 2009), onda opet dostupnost, tip treninga, cijena, stanje (vjenčan, nevjenčan), obiteljski status i zdravlje (Cohen-Mansfield et al., 2004). Stiggelbout et al. (2008) pokazuju da su organizirani sportovi interesantni za mlađe ljude, ženama su više privlačni hodanje i gimnastika, dok su za klizanje i stolni tenis više zainteresirani muškarci. Badminton i biciklizam su privukli sudjelovanje relativno visokoobrazovanih pojedinaca, naprotiv, gimnastika je izazvala interes kod manje obrazovanih sudionika. Među seniorima najpopularnije su aktivnosti biciklizam, hodanje, plivanje i vrtlarstvo.

Kod starijih ljudi kao motivacija za bavljenje različitim sportovima puno znače natjecanja, koje organiziraju različita društva umirovljenika na lokalnoj i nacionalnoj razini. U igre su uključeni i žene i muškarci. Natjecanje se vrši u aktivnostima, kao što su kuglanje, boćanje i pikado. Muškarci su uključeni i u natjecanja u šahu i ulovu ribe s plovkom (Tomšić, 2010). Među popularnim društvenim aktivnostima u Sloveniji također su organizirane opuštajuće i rekreacijske aktivnosti, na primjer pješačenje, planinarenje, plivanje, šah, trčanje, kajak, biciklizam i biciklistički maraton.

Zbog promjena u društvu (Voljč, 2007), društvena uloga starijih osoba još je važnija. Budući da tijelo postaje starije i da zdravo starenje nije ograničeno samo na razdoblje starenja, vrlo je važno da se traže uzroci starenja od rođenja do adolescencije, djetinjstva, odrastanja i starenja. Starenje je povezano sa značajnim socijalnim i zdravstvenim šokovima, ali uz uvažavanje etičkih vrijednosti zdravlja i njegovo razumijevanje, najprije sebe, drugog i društva, u starosti pojedinac može biti zdrav, aktivan i duhovno bogat. Također je važan ispravan stav da se približava smrt. Život je moguće oblikovati i bogatiti do njegovog kraja, iako nitko ne zna, koliko će još dugo biti živ. Bez obzira na to, cilj zdravog starenja je da svatko ostaje što je duže moguće fizički i društveno aktivan, neovisan, ali emocionalno povezan sa susjedstvom. Ramovš (2006) navodi da je vrlo važno dodatno umrežavanje i stvaranje poznanstava s vršnjacima. Fizičke i emocionalne potrebe starijih ljudi ne razlikuju se od potreba srednje generacije, ali ih je u starenju teško provoditi. Stariji prvenstveno žele društvo članova obitelji, osobito sretni su u krugu unučadi, za koje su spremni na bilo koje žrtve. Najgore od svega je, ako se stari čovjek zatvori u sebe i preda se samoći. Voljč (2007) smatra da je vrlo važno da svi ljudi imaju jednake mogućnosti za postizanje zdravog načina života, što će pridonijeti zdravlju društva u široj perspektivi.

2 CILJEVI PROJEKTA

Ciljevi projekta bili su istražiti slobodno vrijeme i rekreaciju te bavljenje sportom kod ženske populacije starijih ljudi u dobi iznad 65 godina. Željeli smo znati, koje su aktivnosti u slobodno vrijeme i koje su sportsko rekreacijske aktivnosti, za koje su najviše zainteresirane žene, starije od 65 godina. Drugo je pitanje bilo, jesu li te aktivnosti vezane za radni odnos u domaćoj sredini ili žene sudjeluju u aktivnostima izvan kuće ili u klubovima u lokalnoj sredini.

3 METODOLOGIJA

3.1 UZORAK ISPITANIKA

U istraživanju u 2006./07. godini sudjelovalo je 32 žena u dobi iznad 65 godina, koje su živjele u gradovima Kamnik i Domžale, s prosječnom dobi od 69,68 godina. Suradnja se odvijala na osnovi dobrovoljne odluke. Istraživanje je bilo opet provedeno u 2011. godini, kad je nakon četiri godine još uvijek bilo aktivno uključenih 20 žena u istoj skupini, s prosječnom dobi od 74,35 godina.

3.2 MJERNI INSTRUMENT

Kako bi se utvrdilo slobodno vrijeme, rekreacija i bavljenje sportom, koristili smo upitnik o subjektivnoj ocjeni tjelesne aktivnosti za starije osobe (A physical activity questionnaire for the elderly; Voorrips idr., 1991). Ispitaniki istraživanja odabrali su aktivnosti, u kojima su sudjelovali, budući da smo htjeli znati, koliko je sati tjedno posvećeno svim aktivnostima i koliko sati tjedno su ispitanici bili uključeni u svaku aktivnost.

3.3 STATISTIČKA ANALIZA

Za statističku analizu koristili smo program SPSS 16,0 (SPSS Inc., IBM Corporation, Chicago, Illinois, USA, 2008). Rezultati su prikazani u tekstu i u tablicama. Sve statističke razlike pregledane su na 5 posto rizika ($p = 0,05$). Izračunali smo postotak ispitanika, koji se bave različitim aktivnostima, također smo izvršili usporedbu o petogodišnjem razdoblju s χ^2 testom.

4 REZULTATI

Slobodno vrijeme ženske populacije iznad 65 godina i bavljenje sportsko rekreacijskim aktivnostima, bio je povezan s tempom rada kod kuće, koji je vezan za okolinu u kojoj žive i zavisi od vlastite motivacije i želje da sudjeluju u različitim aktivnostima.

Tablica 1. Ukupan broj sati tjedno za aktivnosti u slobodno vrijeme i sportsko rekreacijske aktivnosti u 2006./07. i 2011. za žene, starije od 65 godina.

Broj sati tjedno	Aktivnosti u slobodno vrijeme		Sportsko rekreacijske aktivnosti	
	2006./07.	2011.	2006./07.	2011.
	%	%	%	%
0 - 5	-	10,0	35,0	30,0

6 - 10	15,0	30,0	20,0	35,0
11 - 15	20,0	15,0	15,0	25,0
16 - 20	5,0	10,0	15,0	10,0
21 - 25	10,0	15,0	5,0	-
26 - 30	20,0	5,0	5,0	-
31 - 35	10,0	-	-	-
36 - 40	10,0	5,0	-	-
više od 40	10,0	10,0	5,0	-
ukupno	100,0	100,0	100	100
\bar{x}	25,3	18,3	12,4	8,9

Analiza ukupnog tjednog iznosa sati za aktivnosti u slobodno vrijeme te sportsko rekreacijske aktivnosti u 2006./07. i 2011. žena starijih od 65 godina, nalazi se u Tablici 1.

U 2006./07. bilo je 15,0 % žena u dobi iznad 65 godina, koje su se bavile različitim aktivnostima u slobodno vrijeme od 6 do 10 sati, 20,0 % žena, koje su sudjelovale od 11 do 15 sati ili od 26 do 30 sati, samo mali dio sudionika sudjelovao je u aktivnostima u slobodno vrijeme više od 30 sati tjedno. U 2011. bilo je 30,0 % žena u dobi iznad 65 godina, koje su se bavile aktivnostima od 6 do 10 sati tjedno, 15,0 % žena, koje su sudjelovale od 11 do 15 ili 21 do 25 sati, vrlo je malo bilo žena, koje su sudjelovale u različitim aktivnostima u slobodno vrijeme 35 sata tjedno. Za žene, koje su sudjelovale u istraživanju, u prošlosti prosječan broj sati opterećenja tjedno bio je 25,3 sati ili 3,6 sati dnevno, u 2011. prosječan broj sati, koje su žene posvetile različitim aktivnostima, iznosio je 18,3 sati tjedno ili 2,6 sati dnevno.

U 2006./07. u sportsko rekreacijskoj aktivnosti do 5 sati tjedno sudjelovalo je 35,0 % žena u dobi iznad 65 godina i u 2011. 30,0 %. Od 16 do 20 sati tjedno u 2006./07. sudjelovalo je 15,0 % žena i u 2011. samo 10,0 %. Vrlo malo žena u dobi iznad 65 godina u sportskoj rekreacijskoj aktivnosti sudjelovalo je više od 20 sati tjedno. Za žene, koje su sudjelovale u istraživanju, 2006./07. prosječan broj sati tjedno bio je 12,4 sati ili 1,8 sati dnevno, u 2011. prosječan broj sati, koje su žene posvetile sportsko rekreacijskoj aktivnosti, iznosio je samo 8,9 sati tjedno ili 1,3 sata dnevno.

Tablica 2. Aktivnosti u slobodno vrijeme u 2006./07. i 2011. za žene, starije od 65 godina.

Aktivnost		Sati tjedno								χ^2	P
		0 sati		1 – 4 sata		5 – 8 sati		više od 8 sati			
		N	%	N	%	N	%	N	%		
Vrtlarstvo	V1	5	25,0	12	60,0	2	10,0	1	5,0	4,869	0,772
	V2	4	20,0	12	60,0	4	20,0	-	-		
Čuvanje unučadi	V1	11	55,0	7	35,0	1	5,0	1	5,0	3,360	0,762
	V2	14	70,0	4	20,0	2	10,0	-	-		
Čitanje	V1	3	15,0	10	50,0	6	30,0	1	5,0	5,967	0,651
	V2	5	25,0	10	50,0	5	25,0	-	-		
Gledanje TV	V1	-	-	10	50,0	6	30,0	4	20,0	14,869	0,189
	V2	3	15,0	11	55,0	4	20,0	2	10,0		
Kino, koncert, kazalište	V1	12	60,0	8	40,0	-	-	-	-	3,373	0,497
	V2	13	65,0	7	35,0	-	-	-	-		

Ručni rad	V1	6	30,0	12	60,0	1	5,0	1	5,0	16,312	0,042
	V2	13	65,0	7	35,0	-	-	-	-		
Obrazovanje	V1	11	55,0	8	40,0	1	5,0	-	-	3,568	0,468
	V2	15	75,0	5	25,0	-	-	-	-		
Prijatelji, rodbina	V1	3	15,0	12	60,0	3	15,0	2	10,0	4,644	0,795
	V2	5	25,0	13	65,0	2	10,0	-	-		
Rad u klubovima	V1	10	50,0	9	45,0	-	-	1	5,0	8,534	0,202
	V2	13	65,0	6	30,0	1	5,0	-	-		
Slastičarne, restorani	V1	13	65,0	7	35,0	-	-	-	-	4,148	0,386
	V2	14	70,0	5	25,0	1	5,0	-	-		
Kulturne aktivnosti	V1	13	65,0	6	30,0	1	5,0	-	-	3,429	0,330
	V2	15	75,0	5	25,0	-	-	-	-		
Honorarni rad	V1	15	75,0	3	15,0	1	5,0	1	5,0	6,234	0,513
	V2	14	70,0	4	20,0	2	10,0	-	-		
Odmaranje	V1	12	60,0	7	35,0	1	5,0	-	-	3,111	0,539
	V2	12	60,0	8	40,0	-	-	-	-		

N - broj

 χ^2 - Chi kvadrat test

V1 - 2006/07

% - postotak

p - statistička značajnost

V2 - 2011

Usporedba aktivnosti u slobodno vrijeme za žene, koje su sudjelovale u istraživanju u 2006./07. i 2011., nalazi se u Tablici 2 i pokazuje statistički značajnu razliku u četiri godine samo u aktivnosti ručni rad ($p = 0,042$). U prošlosti bilo je 70 % žena, koje su se bavile sa ručnim radom i u 2011. ih je bilo 35,0 %. Za ostale aktivnosti u slobodno vrijeme razlike u četiri godine nisu bile statistički značajne ($p > 0,05$).

Najviše vremena su se žene, koje su sudjelovale u istraživanju u 2006./07., bavile sa vrtlarstvom (84,4 %), gledanjem TV (100,0 %), čitanjem (90,6 %) i susretom sa rođacima i prijateljima (90,6 %). U 2011. žene su također najviše vremena posvetile vrtlarstvu (80,0 %), gledanju TV (85,0 %), čitanju (75,0 %) i posjetima prijateljima i rodbini (75,0 %). Samo trećina od svih bavila se kulturnim aktivnostima, radila u klubovima, bavila se honorarnim te ručnim radom, obrazovala se, odlazila u kino, kazalište i na koncerte te čuvala unučad.

Tablica 3. Sportsko rekreacijske aktivnosti u 2006./07. i 2011. za žene starije od 65 godina.

Aktivnost	Sk.	Sati tjedno								χ^2	P
		0 sati		1 – 4 sata		5 – 8 sati		više od 8 sati			
		N	%	N	%	N	%	N	%		
Aerobika	V1	18	90,0	2	10,0	-	-	-	-	4,000	0,261
	V2	18	90,0	2	10,0	-	-	-	-		
Fitness	V1	18	90,0	2	10,0	-	-	-	-	2,105	0,147
	V2	20	100,0	-	-	-	-	-	-		
Biciklizam	V1	12	60,0	6	30,0	1	5,0	1	5,0	8,133	0,321
	V2	12	60,0	7	35,0	1	5,0	-	-		
Brzo trčanje	V1	18	90,0	2	10,0	-	-	-	-	0,360	0,548
	V2	19	95,0	1	5,0	-	-	-	-		
Sporo trčanje	V1	16	80,0	4	20,0	-	-	-	-	2,667	0,446
	V2	16	80,0	3	15,0	1	5,0	-	-		
Brzo hodanje	V1	12	60,0	7	35,0	1	5,0	-	-	6,182	0,519
	V2	10	50,0	8	40,0	2	10,0	-	-		
Sporo	V1	9	45,0	7	35,0	4	20,0	-	-	7,386	0,496

hodanje	V2	10	50,0	7	35,0	3	15,0	-	-		
Planinarenje	V1	9	45,0	8	40,0	3	15,0	-	-	3,896	0,564
	V2	14	70,0	5	25,0	1	5,0	-	-		
Hodanje u prirodi	V1	1	5,0	13	65,0	4	20,0	2	10,0	10,286	0,328
	V2	4	20,0	9	45,0	7	35,0	-	-		
Plivanje	V1	13	65,0	6	30,0	-	-	1	5,0	4,473	0,215
	V2	18	90,0	2	10,0	-	-	-	-		
Ples	V1	19	95,0	1	5,0	-	-	-	-	1,026	0,311
	V2	20	100,0	-	-	-	-	-	-		
Joga	V1	19	95,0	1	5,0	-	-	-	-	1,026	0,311
	V2	20	100,0	-	-	-	-	-	-		
Alpsko skijanje	V1	19	95,0	1	5,0	-	-	-	-	1,026	0,311
	V2	20	100,0	-	-	-	-	-	-		

N - broj

 χ^2 - Chi kvadrat test

V1 - 2006/07

% - postotak

p - statistička značajnost

V2 - 2011

Usporedba sudjelovanja u sportsko rekreacijskoj aktivnosti žena, koje su sudjelovale u istraživanju u 2006./07. i 2011., prikazana je u Tablici 3 i ne pokazuje statistički značajnih razlika u četiri godine u bilo kojoj aktivnosti ($p > 0,05$). Sve žene su se najviše bavile aktivnostima, kao što su sporo i brzo hodanje, hodanje u prirodi, biciklizam, sporo trčanje, plivanje i planinarenje.

Od sportsko rekreacijskih aktivnosti u 2006./07. bilo je kod više od tri četvrtine žena u prvom planu hodanje u prirodi, kod polovine žena planinarenje i sporo hodanje, kod nešto manje od polovine brzo hodanje i biciklizam, kod dobre trećine plivanje i kod nekoliko manje sporo trčanje, fitness, ples i ostale sportsko rekreacijske aktivnosti. U 2011. bilo je još uvijek više od 3/4 žena, koje su se bavile šetnjom u prirodi, 1/2 žena bilo je aktivnih u sporom i brzom hodanju, 1/3 žena bilo je aktivnih u biciklizmu i planinarenju i 1/5 žena bavila se sportovima, kao što su sporo trčanje, plivanje, aerobika i brzo trčanje.

5 RASPRAVA

U studiji sudjelovalo je 32 žena u dobi od 65 i više godina, koje su živjele u gradovima Kamnik (81,2%) i Domžale (18,8%). Na početku istraživanja u 2006./07. prosječna dob žena bila je 69,68 godina i nakon završetka istraživanja u 2011. godini 74,35 godina. Uz pomoć Upitnika o subjektivnoj ocjeni tjelesne aktivnosti za starije osobe pokušavali smo odrediti sklonost sudionika istraživanja rekreaciji i bavljenju sportom i želji uključiti se u aktivnosti u slobodno vrijeme.

Najpopularnije aktivnosti među starijim ljudima su biciklizam, hodanje i plivanje (Stiggelbout et al., 2008). Takođe su se i naše žene, koje su sudjelovale u istraživanju u 2006./07. i u 2011. najviše bavile šetnjom u prirodi (95,0 % u 2006./07. i 80,0 % u 2011.), sporim hodanjem (55,0 % u 2006./07. i 50,0 % u 2011.), planinarenjem (55,0 % u 2006./07. i 30,0 % u 2011.), biciklizmom (40,0 % u 2006./07. i u 2011.), brzim hodanjem (40,0 % u 2006./07. i 50,0 % u 2011.) i plivanjem (35,0 % u 2006./07. i 10,0 % u 2011.), a nisu imale pretjeranog interesa za aerobiku, fitness, ples, jogu, brzo trčanje i alpsko skijanje.

Općenito za sportske aktivnosti žena (Sila, 2004) na slovenskom području vrijedi da su najviše uključene u aktivnosti, kao što su hodanje i šetnja u prirodi (27 %), plivanje (20 %), biciklizam (18 %), planinarenje (14 %), aerobika (12%), ples (12 %), gimnastika (12 %), badminton (10 %), trčanje (9 %) i alpsko skijanje (8 %).

Analiza aktivnosti u slobodno vrijeme žena, koje su sudjelovale u istraživanju, pokazala je da većina žena u slobodno vrijeme radi kućanske zadatke i sudjeluje u klubovima i kod kulturnih aktivnosti ili

radi na drugom poslu. Najveći dio vremena žene posvećuju gledanju TV (100,0 % u 2006./07. i 85,0 % u 2011.), vrtlarstvu (75,0 % u 2006./07. i 80,0 % u 2011.), čitanju i sastancima s prijateljima i obitelji (85,0 % u 2006./07. i 75,0 % u 2011.), nekoliko manje ručnom radu (70,0 % u 2006./07. i 35,0 % u 2011.), radu u klubovima (50,0 % u 2006./07. i 35,0 % u 2011.), obrazovanju (45,0 % u 2006./07. i 25,0 % u 2011.), posjeti kulturnim događanjima (40,0 % u 2006./07. i 35,0 % u 2011.), kulturnim aktivnostima (35,0 % u 2006./07. i 25,0 % u 2011.) i čuvanju unuka (45,0 % u 2006./07. i 30,0 % u 2011.).

Australska studija, provedena među 3955 žena u dobi od 75 do 81 godina, utvrdila je da se starija populacija žena aktivno uključuje u aktivnosti, kao što su vrtlarstvo (23,3 %), ručni rad (14,3 %), čitanje (7,0 %), kuhanje (4,7 %) i slušanje glazbe (4,5 %). U dobrovoljnom radu sudjeluje 20,1 % žena, a 13,5 % žena bilo je uključenih u različite druge aktivnosti (Adamson i Parker, 2006). Kanadska studija utjecaja slobodnih aktivnosti, koje pozitivno djeluju na zdravlje starijih žena u Montrealu, pokazala je da aktivnosti u slobodno vrijeme mogu poboljšati fizičko zdravlje, spriječiti pojav kroničnih bolesti i imati pozitivan utjecaj na kvalitetu života (Fitzpatrick, 2009). Slobodno vrijeme može značiti obavljanje manje ozbiljnih aktivnosti, užitak, uzbuđenje, priliku i drugu energiju, aktivnosti u slobodno vrijeme istodobno mogu djelovati na poticaje i opuštanje i mogu biti vrlo aktivne ili pasivne (Ebersole & Hess, 1995).

Nalazimo da se sudjelovanje u aktivnostima u slobodno vrijeme i u sportsko rekreacijskoj aktivnosti žena, koje su bile uključene u istraživanje, tijekom petogodišnjeg projekta smanjilo za 28,0 %. Pretpostavljamo da je smanjenje tjednih aktivnosti posljedica više prosječne dobi, koja može utjecati na nisku motivaciju ili želju za aktivnostima u lokalnim zajednicama, iako je bio tjedni broj sati odmora kod žena u tom razdoblju smanjen.

Preference u sportu, rekreaciji i aktivnostima u slobodno vrijeme, koje su najviše zanimljive starijim ljudima, trebalo bi ponuditi u klubovima za starije osobe u lokalnoj zajednici i šire da bi sportsko rekreacijske aktivnosti bile dostupne i prikladne generacijama, koje imaju više od 65 godina, uz pretpostavku da su aktivnosti financijski dostupne ljudima u trećem razdoblju života.

6 PRIJEDLOG ZA ORGANIZIRANU AKTIVNU PODRŠKU STARIJIM LJUDIMA U STARAČKIM DOMOVIMA I U DNEVNIM CENTRIMA ZA STARIJE OSOBE

Prema rezultatima ove studije i na temelju neformalnih razgovora sa starijim ljudima, koji još uvijek žive kod kuće i/ili u staračkim domovima u Sloveniji, odlučili smo uvesti neke aktivnosti, koje doprinose vitalnosti i socijalnoj uključenosti korisnika u različitim centrima za starije osobe.

Kao što je preferirano sa strane starijih ispitanika, koji još uvijek žive u kućnom okruženju, više od 80 % okupirano ih je vrtlarstvom, tako da bi većina ispitanika, koji žive u domovima za starije ljudi, željela imati vlastitu lončanicu ili vrt, koji mora biti u blizini. Dakle, naš **prvi prijedlog** je da bi svi korisnici, koji žele sređivati životni okoliš i/ili susjedstvo dnevnog centra, imali opciju voditi brigu o vrtu s biljkama. Danas, sa sviješću i sve većom zabrinutošću u našem okruženju, gdje je svaki mali doprinos namjenjen općemu dobru, takvo je sudjelovanje osobito poželjno u smislu prijenosa znanja, što je vrlina koju bi bilo dobro prenijeti na mlađe generacije.

Žene, koje su bile uključene u istraživanje, sve još uvijek žive u svom domu i između njih je 1/3 bila uvijek uključena u različite aktivnosti, kao što su rad u klubovima i kulturnim aktivnostima, čuvanje unučadi, ručni rad, posjeta kazališta ili kina i obrazovanje. Također imaju potpuno slična zanimanja stariji ljudi u staračkim domovima, gdje je potrebno održavanje kvalitete života, kao i aktivno sudjelovanje starijih ljudi, koji žive u domovima i u dnevnim centrima za starije ljudi. Ovdje se nalazi naš **drugi prijedlog** sljedećih aktivnosti:

- ples, koji ima vrlo pozitivan učinak na snagu, fleksibilnost i ravnotežu, gdje starije osobe mogu plesati standardne plesove i folklor, kao i moderni ples, a također se mogu samo pojaviti na događajima;
- drama, kazalište ili skupina, gdje bi mogli stariji ljudi razvijati koordinaciju pokreta tijela, bili bi u kretanju i mogli bi održavati mentalne sposobnosti;
- čitanje, a i ako je moguće, organizirati kutak za čitanje, gdje su tjedno organizirani tematski sastanci, na kojima stariji ljudi mogu čitati knjige, a zatim o knjigama raspravljati i o njima pričati (za ove aktivnosti mogu se aktivirati unuci, djeca u blizini škola, u vrtićima, itd).

S obzirom na sociološke teorije starenja, koje nas podsjećaju da kognitivne i emocionalne funkcije odražavaju želju po produktivnosti, nezavisnosti i, naravno, po aktivnoj interakciji s okolinom, naš **treći prijedlog** usmjeren je na aktivno uključivanje svih zainteresiranih pojedinaca jednom ili dva puta tjedno da se uključe u pomoći i pripremi hrane, za početak u pomoći u pripremi doručaka ili ručaka, možda nedjeljom u pečenju kolača. Izabrane recepte trebalo bi sabrati i nakon toga natiskati.

Četvrti prijedlog uključuje suvremene dizajnerske metode te tehnike i zove se Animacija umjetničkog izražavanja. Priprema za početak vrlo je jednostavna i praktično ne traži nikakvo predznanje, a čak ni više sredstava. Radionice za animaciju vrlo su učinkovite, kao što ćemo vidjeti u nastavku. Potrebno je napraviti male skupine od 5 do 7 ljudi, koji bi se htjeli okušati na području glazbe i/ili u umjetničkom polju. Na prvom sastanku pripremimo za sve uključene instrumente, na primjer: zvečke, izrađene od plastične čaše pune riže, prazne konzerve, itd., koristiti možemo i kuhinjski pribor (posude, žlice, poklopce, različite staklene posude, itd), a možemo uključivati i uobičajene instrumente (gitara, bubanj, činele, itd). Grupa sjedne u krug, u njihovu sredinu stavimo instrumente i svakog zamolimo da odabere po jedan instrument. U nastavku ćemo svima dati kratki vodič da ih usmjerimo kako početi i na što treba paziti (tko počinje, kako pojačati ritam, tko završava, itd.) i pustimo ih da sviraju. Treba napomenuti da nije važno, tko ima glazbeno znanje, jer "glazbenici" mogu svirati na način da motiviraju sami sebe i mogu stvoriti vlastiti glazbeni trenutak. Kada prvi put svi završe, stave instrumente na pod. Za novu igru poželjno je da svi imaju priliku isprobati sve instrumente.

U nadogradnji se skupina od 6 do 10 ljudi podijeli u dvije podskupine. Pola ljudi dobije jednu sliku, koja znači motiv za igranje i glazbenu animaciju. Drugu polovinu ljudi zamolimo da nacrtaju na prazan list, kojeg su dobili, sliku, koju čuju. Mogućnosti animacija je još uvijek prilično dosta, na primjer ples, gimnastika, drama ili različite kombinacije, koje zavise od inspiracije. Važnost ove vježbe je svestrana i omogućuje sve fizičke aktivnosti pokreta finomotorike i ima vrlo visok utjecaj na mozak. Goethe je rekao: "Umjetnost je ponuđač svega, što se ne može izreći". Svi napori usmjereni su prema poboljšanju stanja i revitalizaciji postojećih programa u smislu modernijih pristupa brige za starije osobe.

Važno je da se svi naši prijedlozi mogu prilagoditi podešavanju individualnih sposobnosti i željama za suradnjom. U aktivnostima ne bi se smio zanemariti utjecaj sudjelovanja drugih učesnika, koji u početku mogu imati samo pasivnu ulogu, možda s idejama, ali na kraju se aktivno uključuju u sve aktivnosti. Predložene aktivnosti će biti povezane s gotovo svakim tko ima barem malo dobre volje. Radnici, koji će prilagoditi svoje radne obaveze unutar okvira, mogli bi u aktivnosti uključiti i starije ljudi i volontere. Prema posljednjim dostupnim informacijama, volontera je iz godine u godinu sve više, što je posebno zadovoljavajuće, jer se tako širi svijest o volontiranju na svim društvenim razinama.

Za kraj poznati slogan: "Svi putevi vode u Rim" možemo zamijeniti sa sloganom "Svi putevi vode prema smjeru da budu starije osobe aktivne, nasmijane i zadovoljne u društvu, s nama i među nama."

7 ZAKLJUČAK

Za starije osobe vrlo je važno da su u slobodno vrijeme uključene u razne aktivnosti, sport i rekreaciju. U trećem razdoblju života takve aktivnosti još uvijek održavaju fizičku zdravlje, imaju pozitivan učinak na mentalno zdravlje i u svakom pogledu imaju pozitivan utjecaj na blagostanje, a time i odlučuju o kvaliteti života. Za starije osobe također je vrlo važno da su svjesni toga da mogu još uvijek pomoći i da su aktivni kod kuće ili u široj lokalnoj zajednici, u klubu ili u društvu.

Nadamo se da će prikazani rezultati našeg istraživanja pridonijeti razmišljanju u lokalnoj zajednici i šire, te u relevantnim institucijama, s kojima ima kontakt još uvijek relativno zdravo i aktivno stanovništvo starijih osoba oba spola u dobi od 65 i više godina (udruga umirovljenika, obrazovanja u trećem razdoblju života, klubovi, zdravstveni centri i starački domovi), da se provode različite aktivnosti za očuvanje individualne autonomije, neovisnosti i dobrog tjelesnog zdravlja svih ljudi, što je osobito važno s obzirom na činjenicu da se životni vijek povećava. Sve to može utjecati na smanjenje troškova liječenja i, što je najvažnije, na opće zadovoljstvo starijih ljudi, koji će biti aktivni, fit, važni, neophodni i socijalno uključeni.

8 IZVORI

1. Adamson, L., Parker, G. (2006). "There's more to life than just walking": older women's ways of staying healthy and happy. *Journal of aging and physical activity*, 14 (4), 380-391.
2. Cohen-Mansfield, J., Marx, M. S., Biddison B.A., J. R., Guralnik M.D., J. M. (2004). Socio-environmental exercise preferences among older adults. *Preventive Medicine*, 38 (6), 804-811.
3. Dorgo, S., King, G.A., Brickey, G.D. (2009). The application of peer mentoring to improve fitness in older adults. *Journal of aging and physical activity*, 17 (3), 344-361.
4. Ebersole, P., Hess, P. (1995). *Toward Healthy Aging*. St. Louis, MO: The C. V. Mosby Co.
5. Fitzpatrick, T.R. (2009). The Quality of Dyadic Relationships, Leisure Activities and Health Among Older Women. *Health Care for Women International*, 30 (12), 1073-1092.
6. Fox, K.R. (1992). The complexities of self - esteem promotion in physical education and sport. In: Williams, T., Almond, L., Sparkes, A. (Eds.). *Sports and physical activity –moving towards excellence*, London: E & FN Spon, 382-389.
7. Kuhar, M. (2007). *Sociološki vidik: prevrednotenje staranja in starosti*. http://www.kapitalskadruzba.si/files/506/kad_zbornik2007_metka_kuhar.pdf.
8. Marentič-Požarnik (2000). *Psihologija učenja in pouka*. Ljubljana, DZS, 299 str.
9. McGuire, F.A. (1985). Leisure co-participant preferences of the elderly: Age-homogeneity versus age-heterogeneity. *Leisure Sciences*, 7 (1), 115-124.
10. Ramovš, J. (2006). Sožitje generacij - medgeneracijsko sožitje. *Socialni razgledi*, Ljubljana: Umar, str. 100.
11. Sila, B. (2004). Frequency of Activity in Different Sports of Slovenian Adults Over a One-Year Period. *Kinesiologia Slovenica*, 10 (2), 37-48.
12. Stiggelbout, M., Hopman-Rock, M., Mechelen, W. (2008). Entry correlates and motivations of older adults participating in organized exercise programs. *Journal of aging and physical activity*, 16 (3), 342-354.
13. Tomšič, S. (2010). *Športne igre upokojenecv ljubljanske pokrajine 2010*. <http://www.seniorji.info/index.php>.
14. Voljč, B. (2007). Zdravo staranje. *Kakovostna starost*, 10 (2), 2-8.
15. Voorrips, L.E., Ravelli, A.C.V., Dolgenmans, P.C.A., Deurenberg, P., Van Staveren, W.A. (1991). A physical activity questionnaire for the elderly. *Med and Sci in sports and exercise*, 23 (8), 974-979.

SOCIAL MARKETING IN THE ROLE OF INTERVENTION AND A MOTIVATIONAL APPROACH TO RESOLVE PROBLEMS IN A PARTNER RELATIONSHIP

SOCIJALNI MARKETING U ULOZI INTERVENCIJE I MOTIVACIJSKA PRISTUP ZA RJEŠAVANJE PROBLEMA U PARTNERSKI ODNOS

Nataša Demšar Pečak, Marija Ovsenik

Alma Mater Europaea, Evropsko središće Maribor, Maribor, Slovenia

Alma Mater Europaea, Evropsko središće Maribor, Maribor, Slovenija

Abstract

This article presents a study whose purpose is to determine whether social marketing is the right intervention and motivational approach to resolve problems in a relationship of legal or unmarried heterosexual partners, who are faced with problems such as mutual conflict, inadequate communication, problems of alienation, emotional separation, marriage infidelity, various dependencies, mental or physical violence and problems in raising children. The research has considered the role of social marketing as a new creative approach to intervening and changing attitudes and developing an individual plan with individuals and couples and their social environment.

Keywords

social marketing, prevention programs, partnerships, family patterns, education

Sažetak

Ovaj članak predstavlja studiju čiji je cilj utvrditi je li društveni marketing pravo intervencije i motivacijski pristup rješavanju problema u vezi pravnih ili neudana heteroseksualnim partnerima, koji su suočeni s problemima poput međusobnog sukoba, neadekvatne komunikacije, problemi otuđenja, emocionalno odvajanje, brak nevjera, razne ovisnosti, mentalno ili fizičko nasilje i problemi u podizanju djece. Istraživanje je razmotrio ulogu društvenog marketinga kao novi kreativni pristup intervenirali i mijenjanje stavova i razvoj individualni plan s pojedincima i parovima i njihove društvene sredine.

Ključne

društveni marketing, preventivni programi, partnerstva, obrasci obitelj, obrazovanje

riječi

INTRODUCTION

Social Marketing

Societal, non-profit and social marketing are the concepts that are very similar; but they describe different concepts and are certainly not synonymous. Among professional and lay public, as well as various translations of professional literature there is confusion between the terms. Fox and Kotler (Jančič 1999: 49) explain the difference between the English word "social" and "societal". In their opinion we have to define marketing of social problems as social marketing, on the other hand we define the concept which reflects the social responsibility of marketing in general as societal marketing.

Profit organizations use societal marketing in the hope that by means of their socially responsible investments they will increase their sales and reputation in the eyes of the public (Jančič, 1999: 49). In

the concept of societal marketing we can see new orientation of organizations in relation to the social environment. With this concept, organizations also show their responsibility to their natural environment. So they use nature friendly raw materials and they also care for the welfare of the people who live in close distance (they support cultural associations, they give scholarships to district students...).

Non-profit marketing is used by organizations whose mission is not creating profit. The non-profit organization uses surplus revenues to achieve its goals (Ovsenik M., Ambrož, 1999:110). The profit, if there is any, is never divided among the employees and the owners, as in the profit sector but it is used for the realization of its mission, for its own development and for a higher quality of its work. The exercise of its mission means the growing interest of the public good. Among such organizations we classify universities, hospitals, court... According to Jančič (1999), non-profit marketing is a mode of governance of organizations that have arisen due to the needs of society for orderly settlement of certain social problems. However, we must emphasize that the effective means of non-profit organizations to achieve their mission is social marketing (Ovsenik M., Ambrož 1999:110).

Social marketing can be described as the way of settling socially sensitive problems and changing the socially objectionable or interfering behaviour. Andreasen (1995:5) defines social marketing as "the application of commercial marketing technologies to the analysis, planning, execution, and evaluation of programs designed to influence the voluntary behaviour of target audiences in order to improve their personal welfare and that of their society."

In recent decades, social marketing has become a separate and clearly-defined discipline, which derives from the assumption that social change can be achieved only by a thorough understanding of the needs, requirements and perception of target groups and with the careful planning strategies and their effective implementation.

Social marketing was "born" as a discipline in the 1970s, when Philip Kotler and Gerald Zaltman (Kotler in Roberto, 1989) realized that the same marketing principles, used to sell products to consumers could be used to "sell" ideas, attitudes and behaviours. Kotler and Andreasen (1995) define social marketing as "differing from other areas of marketing only with respect to the objectives of the marketer and his or her organization. Social marketing seeks to influence social behaviour, to benefit the target audience and the general society not to benefit the marketer." Kotler, Roberto and Lee (2002) outline social marketing as the use of marketing principles and techniques to influence the target audience to voluntarily accept, reject, modify, or abandon their behaviour for the benefit of individuals, groups or society as a whole.

Social marketing is a concept that can efficiently and effectively influence different socially undesirable, unacceptable and harmful ways of behaviour, such as driving without the use of a safety belt, the abuse of drugs and alcohol, domestic violence, smoking, sexual abuse, unprotected sexual relations, etc... But we have taken into account the principles of good social marketing and the social marketing program which is carried out using proven and effective marketing principles.

The main social themes, which have a social marketing impact, are divided by Kotler, Roberto and Lee (2002: 15-16), and Weinreich (1999) into the following areas:

- *Health promotion*: smoking, alcoholism, alcohol consumption during pregnancy, immunisation, young adult pregnancy, disorders, blood pressure, diabetes, skin cancer, health, teeth, osteoporosis, breastfeeding, cancer of the prostate, the consumption of fat, the consumption of fruit and vegetables, high cholesterol, AIDS/HIV, physical activity, sexual abuse, family planning, education
- *Preventing injury*: driving under the influence of alcohol, the use of a safety belt, another traffic accident, the use of child seats, suicides, sexual abuse, drowning, use of weapons, falls...
- *Protection of the environment*: reducing waste, recycling, toxic fertilizers and pesticides, the air pollution by cars and other resources, the conservation of energy, acid rain, fires...
- *Involvement in society*: blood and organ donations, participation in the elections.

It should be noted that the above entry health promotion and injury prevention also refers to the sphere of family or partner issues. With the promotion of the desired mode of behaviour in these categories, we wish at the same time to influence the wider aspects of higher quality family life. We can for instance with the promotion of a healthy lifestyle, such as the omission of the abuse of drugs and alcohol, influence the change of mode of behaviour which will in the long run result in a reduction of domestic violence. The quality of relations in the family which is the basic cell where the individual lives and works is a factor of risk to physical and mental health (sexual abuse, physical psychological and physical damage).

Kotler (1982) distinguishes four types of social change, which can be influenced by social marketing. He also states that social marketing has the power to affect different social changes within each field of activity.

Changes when we don't want to affect the position and behaviour of target groups are called cognitive changes. These amendments are not going to attempt to affect the change in the deep-rooted ways of behaviour of individuals, and therefore we can say that they are the easiest achievable changes. The main purpose of the amendments is to raise awareness and to educate. The central objective is to extend the information, for example, to inform people about proper nutrition or about the advantages of breast-feeding. There are a number of public-information campaigns who are trying to influence the target group to change their views.

The next social changes which we want to affect are changes of action or encouragement to action. The objective of the action of the amendments is to maximize the number of individuals or target groups which would decide on a certain activity within a certain frame of time. In this case we can encourage the target group in actions like vaccinations, blood donation, etc. To make people act is harder than merely informing them, because every action represents a fixed cost for the target groups (time, distance, energy...). Despite the positive stance, the costs can deter them from action. The task of social marketing is to make the decisions easier for the individual.

The change of behaviour demands from the individual the abandonment of old habits as well as the adoption and the maintenance of new ones. Such campaigns are anti-smoking campaigns, campaigns against excessive use of alcohol, campaigns against drug abuse and others. Programs of social marketing do not just encourage single actions, but try to encourage the persistence in the new way of behaviour. For the experts, the change of behaviour is the most important change. They believe that it should be the goal of every social marketing campaign.

Despite the fact that social marketing campaigns encourage the changing behaviour only in a low percentage of the target group, it does not mean that they can be characterized as unsuccessful. The actions of social marketing are the long processes but the fact is that they still operate even if the implementation of the programme has already been completed. When programs of social marketing achieve lasting changes and become socially relevant, it can be said that social marketing is one of the important approaches for social changes.

Partner relationship

The partnership is undoubtedly among the most important interpersonal contacts and is one of the most important factors of every human society and culture. The establishment of close interpersonal contacts is important in the life of each human being, since the interpersonal relations are the source of the deepest luck or extreme despair (Kompan Erzar, 2003, Musek, 1995). In particular intimate partner relationships, as stated Kompan Erzar (2003) is a space where people can realize their potential and achieve personal fulfilment, but also a space which can be filled with pain and suffering. Hendrix (1999) indicates that a partnership is a psychological and spiritual journey and not a solid and

permanent relationship between two, which would not have developed and changed over time, and is also not a matter of fate or the happy choice of a true partner.

Hendrix (1999) and Solomon (1992) state that the subconscious is a very peculiar program that defines the essential and decisive influence on the choice of a spouse because it is a subconscious selection and dynamics, which is hidden to consciousness. The subconscious mind is looking for a partner who could offer what for any reason the parents did not want or were not able to give. Thus, the partner expects from the other partner certain behaviour, which is necessary to strengthen him or to save the relationship from his past (Brajša, 1985). People also often develop their married life or extramarital community, which is similar to the marriage of their parents, but this is not a matter of heredity, they simply follow the family pattern, which they know (Satir, 1995). In this case, we could say that this is a generational transmission of behaviour patterns or the way of behaviour that are transmitted from generation to generation. We can also see the strong influence of traditional gender roles in the partner relationship.

We could say that there are no married couples or unmarried partners who would say that they were not committed because of love. Of course, the majority of couples at the time of the romantic love believe that love is the only important thing and above all sufficient for a good collaborative relationship.

Because of infatuation, which is likely to be mistaken for love, they also believe that their relationship will last forever and their love will help them solve all the problems of the partner relationship. Tennov (as cited in Brajša, 1985) states that infatuation, which takes approximately eighteen months to three years and usually never less than six months, may help a relationship begin, but it is vital for its further development, particularly not when it changes to a formal partner relationship between two people. Also there is no guarantee of quality and a lasting relationship. Brajša (1985) defines infatuation as the transition state with limited duration, sufficient for the formation, but not for keeping a longer partner relationship.

He considers that we have to understand the infatuation only as initial capital, which is necessary to engage, to enrich and to change into a different shape of a love that can last and is not left to itself. It should be an action in which we are active, and where both partners fully cooperate.

We could even say that the frequency of divorces is mainly due to the selection of a spouse on the basis of infatuation, of unrealistic notions of a serious partnership and of not being familiar with the different technique of good and quality communications in resolving problems in partner relationship.

Subconscious partnership (or marriage) is a relationship to which partners bring all their hidden desire and behavioural patterns from their childhood, which inevitably leads to conflicts and disputes (Hendrix, 1999, Gostečnik, 1997, Kompan Erzar, 2003, Solomon, 1992). It is therefore necessary for all the couples who decide to be in a serious relationship that they are aware of the fact that they can develop and bless their relationship by creative efforts as the inactivity can destroy it.

Due to the high rates of divorce and lack of understanding between partners is it very important to influence married or unmarried partners to change their deeply rooted patterns of behaviour and to accept different professional assistance and intervention.

It is therefore very important that those couples who decide to live together in serious partnership are prepared for the reality not based on romantic love. We must also educate and inform them about the importance of mutual efforts to develop a good interpersonal relationship.

Brajša (1985) believes that premarital counselling should not only be gathering information but also learning practical skills on how to live in a partnership. One possibility of an interventional approach is social marketing which can influence a target group with the aim to inform, teach and increase their awareness to voluntarily accept and change certain behaviour patterns and ways of behaviour. Rijavec (2002) states the preparations for marriage or extra marital community should include the contents of

importance about quality, healthy relationships and good communication. Partners should also be aware that they are responsible for their own lives, that they themselves make decisions about their choices.

Through social marketing we want to influence the target group. We want to achieve their awareness and information about the importance of a good and healthy partnership, their abandonment of old habits and adoption of the new ways of behaviour in a relationship, the change of deep patterns of behaviour, feelings and mining about relationship, the changes of values or deeply rooted beliefs and principles of a relationship, the change of stereotypes about a relationship and traditional gender roles in the partnership.

When both partners are ready to increase awareness taking responsibility for their actions, feelings and events, when they are ready to change themselves instead of trying to change one another, when they are ready to recognize the shared responsibility for the problems in a partnership, they are able to accept the fact that the events of the past, are only a small step of recognition for the future and not the subject of blame. In addition, when they are able to confront their old wounds (painful events of the past), and only if they truly internalize all this contents they are ripe and ready for a conscious relationship and parenting.

Characteristics of a healthy partnership are: honesty and integrity, freedom and respect for others, empathy and understanding; absence of manipulation, intimidation and control; loyalty and physical attractiveness (Firestone, 1999).

All the knowledge about marital issues the partners can obtain in organized meetings such as: premarital counselling, pre-baby counselling, coaching/training for successful communication between partners, lectures of experts on the issue of partner relationship and similar programs.

As we see in modern society interpersonal relations have become the area of work, negotiations, agreements and discussion about details, as well as knowledge and understanding of intimacy (Beck and Beck-Gernsheim, 2006), what Jamieson (1998) understands as a deep knowledge and understanding of each other which leads to speaking and listening, showing emotions and talking about hidden desires.

Levinger (1980) speaks of the five stages of development in partnerships: *A = Acquaintance/attraction*. We meet other people and feel an initial attraction, often based on physical beauty and similarity; *B = Build-up*. We become increasingly interdependent as we reveal more and more about our private selves. We get irritated by one another, but the more pleasant aspects may well keep the relationship going; *C = Continuation /consolidation*. Longer-term commitments are made, such as marriage. The partnership enters what may be a life-long stable relationship, *D = Deterioration*. Many relationships decay, due to several factors. These include relative effort, rewards, barriers to exit (such as marriage and social obligation) and the availability of alternatives, *E = Ending*. The relationship ends when partners agree to separate or one leaves. However, in some cases the relationship has stagnated and there is an interruption in the relationship or divorce.

Conflicting partnerships, says Lamovec (1991) are coloured with extreme intensity of relationships in which the partners are focused on the emotional response to one another. Many conflicts arise between the partners because they are not adapted to the development process of the relationship. According to Iršič (2004) conflicts can be resolved or ignored; we can take responsibility for them or we can blame the other one. Conflicts can be used for growth or the destruction of the relationship. Responses to the conflict may be different by different people, as well as in the same individual under different circumstances. The study of serious legal conflicts clearly shows that they are never the product of a single moment or incident, since the crisis between spouses are always a long process, often very hidden although several times outwardly quite inconspicuous (Gostečnik, 1997, Požarnik, 1979, Geldard & Geldard, 2009). Lamovec (1991) distinguishes five types of responses: domination,

resolution, compromise, retreat and smoothing. Two aspects are important here: the importance of personal interest or yourself and the importance of the relationship or the other one. Especially harmful to the partner relationship, says Gottman (1994) are four elements of the interactions in the partner relationship: complaints and criticism, defence, contempt and resistance.

If the partners are not aware that they have a choice how to resolve the conflict, they will probably avoid it and blame others. Conflicts consequently harm their relationships and also themselves. Unresolved conflicts or unawareness of conflicts may also contribute to the occurrence of mental disorders or even mental illness. The collapse of the marriage or interruption of the partner relationship causes stress and is the second worst mental burden for adults, after the death of a spouse (Musek, 1995). Therefore, the quality of the partner relationship has a strong influence on the individual's physical and mental health, because stress has a key role in the formation of somatic and emotional disorders. It affects the whole bio-psychosocial nature of man (Kiecolt-Glaser, Fisher, Ogrocki, Stout, Speicher, and Glaser, 1987). For example, dissatisfaction and conflict in marriage with the married women can be associated with depression and reduced immunity (Schleifer, Keller, Bond, Cohen and Stein, 1989). Individuals in the process of divorce have weaker immune response than their socio-demographically matched married counterparts (Kiecolt-Glaser, Fisher, Ogrocki, Stout, Speicher, and Glaser, 1987).

According to Giddens, (2000), modern partner relationships are the subject of risk in collapsing more than ever. Expectations of the modern world are so radically different from those required by the successful partnership that for most individuals the conflict is simply too big (Bauman, 2003). The grounds that the marriage is in crisis are varied and certainly complex, consider Pribac and Kobe (2006), but statistics are unambiguous, the number of marriages is falling and the number of divorces is rising. According to the SORS in Slovenia in 2010 6528 couples were married and 2430 couples divorced the same year. This is 5.8 % more than in 2009. The divorce rate in 2010 was 1.2. There were 372 divorces per 1000 marriages which is the most since 2005 and 2007 (Šter, 2010).

DATA ANALYSIS AND RESULTS

In the survey, we wanted to find out whether social marketing is the right intervention and a motivational approach to resolve problems in a partner relationship of married or unmarried heterosexual partners who are faced with problems such as mutual conflict, inadequate communication, problems of alienation, emotional separation, marriage infidelity, various dependencies, mental or physical violence and problems in raising children (hereinafter referred to as: problems in partner relationship).

The purpose of this study was to examine the factors which play an important role such as: raising awareness of the target groups in resolving conflicts between partners, looking for professional help for problems in partner relationships and breaking the stereotypes of the partner relationship.

The factors that play an important role in raising awareness of the target group are self-help groups or support groups, a variety of preventative actions, such as educational TV programs, radio and TV spots, printed advertisements and prevention materials about partnership issues.

The goals of the research were to investigate the role which social marketing interventions play in the form of preventive activities (such as promoting support groups, professional or educational programs for high-quality and healthy partnership, raising awareness of the importance of healthy partner relationship...) in raising the awareness of target groups. We wanted to determine the impact of these interventions on changing behaviour patterns, feelings and beliefs. We also wanted to explore the role of motivation in active participation of married or unmarried partners which are looking for professional help for solving problems in partnership.

Data were collected in cooperation with Centres of Social Work and other institutions dealing with this issue. Data acquisition was carried out for six months. An anonymous respondent, who had been selected by Advisory services of those institutions, was provided voluntary participation and assignments in all phases of research. The research was conducted in accordance with the Convention on the protection of human rights and fundamental freedoms. 200 married couples or unmarried heterosexual partners who have problems in the partner relationship were invited to participate in the survey.

Ultimately, we operated with 176 respondents, namely, 100 male and 76 female, which means the number of people that we have actually managed to interview and whose questionnaires were duly completed, therefore valid. 9 questionnaires were excluded because they were inadequate or deficient and 15 questionnaires were not returned.

Of all the 164 respondents, or 93.2% of married couples or unmarried partners, 11 persons or 6.3%, come from a broken marriage or partnership and one person is a widow. Of all 176 respondents 148 or 84.1% have been married for the first time married or live in an extramarital community, 19 or 10.8 of the respondents live in a second marriage or extramarital community, 8, or 4.6% of them already live in a third or fourth marriage or extramarital community. To monitor the research a qualitative methodology was used. We have used questionnaire as a measuring instrument for the survey. The first part of the questionnaire consisted of questions about sex, age, marital status, duration of marriage or extramarital community, number of previous marriages or extramarital communities, the number of children and the level of education.

The questionnaire also included questions whether respondents have been ever looking or attended for any form of professional help or assistance for partnership issues. Help for solving problems in a partner relationship has been looked for by 65 or 31.8% of respondents. Most respondents took part in an individual partner therapy or advisory services at Centres of Social Work and related institutions (31 or 17.6% of the respondents). Details of the research showed that 81 or 46% of the respondents with problems in the partner relationship have been looking for professional help because of their children.

For the second part of the questionnaire we have used the five-point Likert scale. The questionnaire comprises questions about social marketing in relation to personal experiences of partners who have problems in a partner relationship. We also want to find out how partner's personal experiences influenced solving their partnership problems. The quantitative data which were obtained by the questionnaire were processed by the software package SPSS. For a description of the characteristics of the variables descriptive statistics have been used to determine the differences between the individual samples and variables. For validation of hypotheses, the χ^2 test has been used.

With the first hypothesis (**H₁**) we have tested whether in Slovenia a complex model of social marketing programs is required for a conscious and planned search for professional assistance in solving problems in partner relationships.

We asked the respondents to what extent are factors (Table 1) for planning prevention programs that contribute to successful solving problems in partner relationship important.

Data analysis showed that the respondent's opinion is how all the listed elements of the model are important. The average value of 3 and more for all the elements shows that the respondents tend to favour all these factors.

Factors are classified by importance according to the mean. The table below shows that the variable "Awareness of the importance of a good and healthy partnership" is the most important, average value of this variable is 4.23%. The next variable "Informing about the importance of a good and healthy partnership" has an average value of 3.79%, followed by the variable "Abandon old habits and accept new behaviour in a partner relationship" with an average of 3.94%, the following variable, "Changes in patterns of behaviour, feeling and beliefs in a relationship" has an average value of 3.87%,

followed by "Changes of values and deeply rooted beliefs and principles about partner relationship" which has an average value of 3.78%, "Breaking stereotypes about partner relationship" with 3.63% and the last variable "Impact of traditional gender roles in a partner relationship" with an average of 3.43%.

TABLE 1:
THE IMPORTANCE OF FACTORS FOR PLANNING PREVENTION PROGRAMS
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Awareness of the importance of a good and healthy partnership	176	1	5	4.23	.965
Informing about the importance of good and healthy partnership	176	1	5	3.97	1.014
Abandon old habits and accept new behaviour in partner relationship	176	1	5	3.94	.992
Changes in patterns of behaviour, feeling and beliefs in a relationship	176	1	5	3.87	1.036
Changes of values and deeply rooted beliefs and principles about partner relationship	176	1	5	3.78	1.004
Breaking stereotypes about partner relationship	176	1	5	3.63	1.040
Impact of traditional gender roles in a partner relationship	176	1	5	3.43	1.164
Valid N (list wise)	176				

The analysis of the distribution from the questionnaire gives us the relative frequencies of the answers. The above frequency tables can then be used to test the statistical significance of our hypothesis with the Chi-square test (Table 2).

TABLE 2:
TEST Chi-square - THE IMPORTANCE OF FACTORS FOR PLANNING PREVENTION PROGRAMS
Test Statistics

	Awareness of the importance of a good and healthy partnership	Informing about the importance of good and healthy partnership	Abandon old habits and accept new behaviour in partner relationship	Changes patterns of behaviour, feeling and beliefs in a relationship	Changes of values and deeply rooted beliefs and principles about partner relationship	Breaking stereotypes about partner relationship	Impact of traditional gender roles in a partner relationship
Chi-Square	149,398 ^a	96,159 ^a	97,807 ^a	78,545 ^a	82,125 ^a	72,977 ^a	34,170 ^a
df	4	4	4	4	4	4	4

Asymp. Sig.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
-------------	------	------	------	------	------	------	------

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 35,2.

From the above table we can conclude that there is a very low Asymp. Sig. (less than 0.001) for all factors. This indicates a clear statistical significance of the frequencies concerning the affirmative answers. On this basis we can further conclude that there is evidence that the model should include all of these elements. So we can conclude that a complex model of social marketing programs for a conscious and planned search for professional assistance in solving problems in partner relationships is required in Slovenia. On this basis, we can confirm hypothesis H₁.

With the second hypothesis (H₂) we have tested whether social marketing is an important factor in raising awareness and motivation for married and unmarried partners about the importance of a conscious partnership and changing patterns of behaviour, feelings and beliefs. Data analysis showed the respondent's opinions to what extent all the listed elements of the answers are needed. Factors are classified by importance according to the mean (Table 3). As *very much needed* elements of model are variables »Support groups for parents« with an average value of 4.17 %, »Pre-Baby counselling« with an average value of 3.99 %, »Coaching/training for successful communication between partners« with an average value of 3.97 %, »Support groups for partners« with an average value of 3.80 %, and »Premarital counselling« with an average value of 3.74 %. As *very needed* elements of model are variables »Lectures of experts about issues of partner relationship« with an average value of 3.70 % and final as *moderately needed* elements of model are variables »Educational TV programs of the issues of partner relationship« with an average value of 3.31 %, and »Whole year supporting group (counselling/training) for couples« with an average value of 3.29 %. The average value of 3 and more for all the elements but one, shows that respondents tend to favour all these factors. Only one factor has an average value less than 3, namely »Web counselling« with an average value of 2.99 %.

TABLE 3:
THE DEGREE OF IMPORTANCE OF FACTORS IN RAISING AWARENESS AND MOTIVATION
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Support groups for parents	176	1	5	4.17	.982
Pre-Baby counselling	176	1	5	3.99	.974
Coaching/training for successful communication between partner	176	1	5	3.97	1.077
Support groups for partners	176	1	5	3.80	1.166
Premarital counselling	176	1	5	3.74	1.219
Lectures of experts about issues of partner relationship	176	1	5	3.70	.993
Educational TV programs of the issues of partner relationship	176	1	5	3.31	.973
Whole year supporting group (counselling/training) for couples	176	1	5	3.29	1.283
Web counselling	176	1	5	2.99	1.169
Valid N (list wise)	176				

The analysis of the distribution from the questionnaire gives us the relative frequencies of the answers. The above frequency tables can then be used to analyze the statistical significance of our hypothesis with the Chi-square test (Table 4).

TABLE 4:
TEST Chi-square - FACTORS FOR RAISING AWARENESS AND MOTIVATION
Test Statistics

	Premarital counselling	Support groups for partners	Pre-Baby counselling	Support groups for parents	Coaching/training for successful communication between partner	Educational TV programs of the issues of partner relationship	Lectures of experts about issues of partner relationship	Whole year supporting group (counselling/training) for couples	Web counselling
Chi-Square	49.284 ^a	56.898 ^a	97.239 ^a	128.318 ^a	83.716 ^a	100.023 ^a	72.977 ^a	23.261 ^a	55.761 ^a
df	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Asymp. Sig.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 35,2.

From the above table we can conclude that there is a very low Asymp. Sig. (less than 0.001) for all factors. This indicates a clear statistical significance of the frequencies concerning the affirmative answers. On this basis we can further conclude that there is evidence that all the elements of answers are needed for the model. We can also conclude that social marketing is an important factor in raising awareness and motivation for married and unmarried partners about the importance of conscious partnership and changing patterns of behaviour, feelings and beliefs. On this basis, we can confirm hypothesis H₂.

With the third hypothesis (H₃) we have tested whether different self-help groups or support groups, and groups for personal growth play an important role in awareness and solving partner issues. We asked the respondents to what extent are the factors important. Data analysis showed respondent's opinion about the listed different elements of self-help groups or support groups, and groups for personal growth have important role. The factors are classified in terms of importance according to the mean (Table 5). The average value of 3 or more for all the elements shows that respondents tend to favour all these factors. As *very much important* element of model are variables »Supporting groups for partnerships/families where drugs or alcohol is abused«, with an average value 4.38 %, followed by »Individual partner therapy/counselling« with an average value of 4.34 % and »Domestic violence/abuse support groups« with an average value of 4.14 %. As *very important* the element of the respondent's opinion is »Family centers/counseling to assist in managing family and partner relationships« with an average value of 3.87 %. »Supporting groups for partners in crisis« with an average value 3.81% and »Supporting groups for emotionally alienated partners«. with an average value 3.59 %. As *middle needed* elements are variables »Information services for counselling and partner therapy«, with an average value 3.36 %.

TABLE 5:
THE DEGREE OF THE IMPORTANCE OF FACTORS IN DIFFERENT SUPPORTING GROUPS
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Supporting groups for partnerships/families where drugs or alcohol is abused	176	1	5	4.38	.854
Individual partner therapy/counselling	176	1	5	4.34	.860
Domestic violence/abuse support groups	176	1	5	4.14	.976
Family centers/counseling to assist in managing family and partner relationships	176	1	5	3.87	1.034
Supporting groups for partners in crisis	176	1	5	3.81	1.062
Supporting groups for emotionally alienated partners	176	1	5	3.59	1.027
Information services for counselling and partner therapy	176	1	5	3.36	1.103
Valid N (list wise)	176				

The analysis of the distribution from the questionnaire gives us the relative frequencies of the answers. The above frequency tables can then be used to analyze the statistical significance of our hypothesis with the Chi-square test (Table 6).

TABLE 6:
TEST Chi-square - THE IMPORTANCE OF FACTORS IN DIFFERENT SUPPORTING GROUPS

Test Statistics

	Supporting groups for partners in crisis	Domestic violence/abuse support groups	Supporting groups for partnerships/families where drugs or alcohol is abused	Individual partner therapy/counselling	Supporting groups for emotionally alienated partners	Information services for counselling and partner therapy	Family centers/counseling to assist in managing family and partner relationships
Chi-Square	69.284 ^a	184.341 ^a	193.716 ^a	123.659 ^a	72.125 ^a	54.227 ^a	72.977 ^a

df	4	4	4	4	4	4	4
Asymp. Sig.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 35.2.

From the above table we can conclude that there is a very low Asymp. Sig. (less than 0.001) for all factors. This indicates a clear statistical significance of the frequencies concerning the affirmative answers. On this basis we can further conclude that there is evidence that all elements of answers are needed for the model. We can also conclude that different self-help groups or support groups, and groups for personal growth have an important role in awareness and solving partner issues. On this basis, we can confirm hypothesis H₃.

With the fourth hypothesis (H₄) we have tested whether married or unmarried partners with partnership issues are not trying to find different professional supporting groups because they are not familiar with their services.

We started testing the hypothesis from two points of view and from analysis of responses of two questions. We have done the analyses of frequency of responses to the two questions. We asked respondents, why in their opinion, married or unmarried partners with partnership issues are not trying to find different professional supporting groups.

Our first assumption was that partners with partnership issues are »not trying« to find different professional supporting groups because they *are not* familiar with their services (Table 7).

TABLE 7

THE FREQUENCY ANALYSIS OF RESPONSES (QUESTION ABOUT IMPORTANCE OF FAMILIARITY WITH PROFESSIONAL SUPPORTING GROUPS)

Because they *are not* familiar with their services

	Observed N	Expected N	Residual
not true	6	35.2	-29.2
rarely true	32	35.2	-3.2
I don't know	35	35.2	-.2
true	78	35.2	42.8
completely true	25	35.2	-10.2
Total	176		

Our second assumption was that partners with partnership issues are »trying« to find supporting groups because they *are* familiar with their services (Table 8).

TABLE 8:

THE FREQUENCY ANALYSIS OF RESPONSES (QUESTION ABOUT IMPORTANCE OF FAMILIARITY WITH PROFESSIONAL SUPPORTING GROUPS)

Because they *are* familiar with their services

	Observed N	Expected N	Residual
--	------------	------------	----------

not true	4	35.2	-31.2
rarely true	40	35.2	4.8
I don't know	44	35.2	8.8
true	68	35.2	32.8
completely true	20	35.2	-15.2
Total	176		

The table above shows that on both questions the answer »true« dominates. 78 or 44.3 % of the respondents answered the first question with "true" and 68 or 38.6 % respondents answered the second question with true. This means after the respondent's opinion that married or unmarried partners with partnership issues are not trying to find different professional supporting groups because they *are not* familiar with their services and on the another hand partners with partnership issues *are* trying to find different professional supporting groups they *are* familiar with their services. On the basis of the respondent's opinion we can further conclude that familiarity with services of different preventive programs plays a very important role in trying to find professional help.

Using chi-square test we have checked whether frequency distribution of the response »true« shows any statistic significant for the response »true« (Table 9).

TABLE 9:
TEST Chi-square - QUESTION ABOUT IMPORTANCE OF FAMILIARITY WITH PROFFESIONAL SUPPORTING GROUPS
Test Statistics

	Because they <i>are not</i> familiar with their services	Because they <i>are</i> familiar with their services
Chi-Square	79,511 ^a	67,636 ^a
df	4	4
Asymp. Sig.	,000	,000

a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 35.2.

From the above table we can conclude that there is a very low Asymp. Sig. (less than 0.001) for all factors. This indicates a clear statistical significance of the frequencies concerning the affirmative answers. On this basis we can further conclude that familiarity with different professional supporting groups plays a very important role in trying to find professional help. On this basis, we can confirm hypothesis H₄.

FINAL THOUGHTS AND CONCLUSION

In this section we will review and analyze the survey results. In the survey we wanted to find out whether social marketing is the right intervention and a motivational approach to resolve problems in a partner relationship of married or unmarried heterosexual partners who are faced with problems in a partner relationship. The purpose of this study was to examine the factors which play an important

role such as: raising awareness of target groups in resolving conflicts between partners, looking for professional help for partnership problems and breaking stereotypes of a partner relationship.

In our **first assumption** we stated that a complex model of social marketing programs for a conscious and planned search for professional assistance in solving problems in partner relationships is required in Slovenia.

In the analysis we found out (after the respondent's opinion) how all of the listed elements of the model *are important*: »Awareness of the importance of a good and healthy partnership", "Informing about the importance of a good and healthy partnership", "abandoning old habits and accepting new behaviour in a partner relationship", "Changes in patterns of behaviour, feeling and beliefs in a relationship", " Changes of values and deeply rooted beliefs and principles about a partner relationship", " Breaking stereotypes about a partner relationship", "Impact of traditional gender roles in a partner relationship".

We can, based on these findings, conclude that the role of social marketing interventions raise awareness of the target group about the importance of quality and healthy partnership in the form of different preventive activities such as: self-help groups or support groups, a variety of preventive actions, educational TV programs, radio and TV spots, printed advertisements and prevention materials about partnership issues is very important. Thus, we can confirm our initial assumption.

In our **second assumption** we stated that social marketing is an important factor in raising awareness and motivation for married and unmarried partners about the importance of conscious partnership and changing patterns of behaviour, feelings and beliefs.

In the analysis we found out (after the respondent's opinion) that the listed elements of the answers are *needed*: »Support groups for parents«, »Pre-Baby counselling«, »Coaching/training for successful communication between partners«, »Support groups for parents«, »Premarital counselling«, »Lectures of experts about issues of partner relationship« »Educational TV programs of the issues of partner relationship« and »Whole year supporting group (counselling/training) for couples«.

We can, based on these findings, conclude that social marketing is an important factor in raising awareness and motivation of married and unmarried partners about the importance of a conscious partnership and changing patterns of behaviour, feelings and beliefs. Thus, we can confirm our second assumption.

In our **third assumption** we stated whether different self-help groups or support groups, and groups for personal growth play an important role in awareness and solving partner issues.

The results show that the majority of respondents believe that the various support groups and groups for personal growth are important. After their evaluation are as *important*: »Supporting groups for partnerships/families where drugs or alcohol is abused«, »Individual partner therapy/counselling«, »Domestic violence/abuse support groups«, »Family centers/counseling to assist in managing family and partner relationships«, »Supporting groups for partners in crisis« and »Supporting groups for emotionally alienated partners.

We can, based on these findings, conclude that different self-help groups or support groups, and groups for personal growth play an important role in awareness and solving partner issues. Thus, we can confirm our third assumption.

In our **fourth assumption** we predicted that married or unmarried partners with partnership issues are not trying to find different professional supporting groups because they are not familiar with their services.

Our first supposition was that partners with partnership issues are »*not trying*« to find different professional supporting groups, because they *are not* familiar with their services.

We can, on the basis of the results, confirm this statement since the majority of the respondents were of the opinion that this statement is true. Based on these findings we could conclude that social

marketing could be a possible interventional and motivational approach for those who do not know how to solve problems in a partner relationship.

Our second supposition was that partners with partnership issues are »trying« to find support groups because they are familiar with their services.

We can also confirm our second supposition because the respondents were in the greatest number of opinion that this statement is also true.

The research also tells us that only about 10% of the respondents learned about the different options and forms of supporting groups for solving problems in a partner relationship from print and electronic media and only 19 % of respondents got most of the information about the various forms of supporting groups from friends and acquaintances.

However, it is necessary to mention that many of the problems in partner relationships are unexpressed; because the partners want their problems to remain hidden or they think that professional help is useless or they even consider that they do not need any professional assistance.

We can, based on these findings, conclude that different self-help groups or support groups, and groups for personal growth play an important role in awareness and in solving partner issues.

The goals of the research were achieved since we found out that social marketing intervention (such as promoting support groups, professional or educational programs for high-quality and healthy partnership, raising awareness of the importance of healthy partner relationship...) play an important role in awareness and in solving partner issues.

We also found out that social marketing is an important factor in raising the awareness of the target group about the importance of high-quality and a healthy partnership.

The goal of the research was also the finding that social marketing has an impact on changing behaviour patterns, feelings and beliefs.

We also found out that social marketing plays an important role in the motivation of active participation of married or unmarried partners who looking for professional help for solving problems in a partner relationship.

Our final conclusion is that social marketing is the right intervention and a motivational approach to resolve problems in a partner relationship of married or unmarried heterosexual partners who are faced with problems such as mutual conflict, inadequate communication, and problems of alienation, emotional separation, marriage infidelity, various dependencies, mental or physical violence and problems in raising children.

REFERENCES

- Andreasen, A.R. (1995). *Marketing Social Change: Changing Behaviour to promote Health*. Social Development and the Environment. San Francisco: Jossey Bass Publishers.
- Bauman, Z. (2003). *Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds*. Cambridge: Polity Press Malden, MA: Blackwell Publishers.
- Beck, U., Beck-Gernsheim, E. (2006). *Popolnoma normalni kaos ljubezni*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Brajša, P., (1985). *Se da živeti v dvoje?*. Ljubljana: Delavska enotnost / Človek, družina, družba
- Bukovec, B. (2009). *Nova paradigma obvladovanja sprememb*. Nova Gorica: Fakulteta za uporabne družbene študije Nova Gorica.
- Firestone, R.W. (1999). *The Fantasy Bond: Structure of Psychological Defenses*. Santa Barbara: The Glendon Association.
- Geldard, K., Geldard, D.(2009). *Relationship Counseling for Children, Young People and Families*. London: SAGE Publications Ltd.
- Giddens, A. (2000). *Preobrazba intimnosti: spolnost, ljubezen in erotika v sodobnih družbah*. Ljubljana: *cf

- Gostečnik, Ch. (1997). *Človek v začaranem krogu*. Ljubljana: Brat Frančišek in Frančiškanski družinski center.
- Gostečnik, Ch. (2007). *Relacijska zakonska terapija*. Ljubljana: Brat Frančišek in Frančiškanski družinski center.
- Gottman, J.M. (1994). *What predicts divorce? The Relationship Between Marital Processes and Marital Outcomes*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Hendrix, H. (1999). *Najina ljubezen: od romantične ljubezni do zrelega partnerstva*. Ljubljana: Orbis.
- Iršič, M. (2004). *Umetnost obvladovanje konfliktov*. Ljubljana: Zavod Rakmo.
- Jamieson, L. (1998). *Intimasy: Personal Relationships in Modern Societies*. Oxford: Polity Press
- Kamin, T. (2006): *Zdravje na barikadah: Dileme promocije zdravja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kiecolt-Glaser, J.K., Fisher, L.D., Ogrocki, P., Stout, J., Speicher, C.E., Glaser, R. (1987). *Marital quality, marital disruption and immune function*. Psychosomatic medicine. 49:13-34.
- Kobe, Z., Pribac, I. (ur.). (2006). *Prava poroka? 12 razmišljanj o zakonski zvezi*. Ljubljana: Krtina
- Knep, M., ur. (1999). *Ljubim, torej sem. Teologija za laike. zbornik predavanj*. Ljubljana: Društvo SKAM
- Kompan Erzar, K. (2003). *Skrita moč družine*. Ljubljana: Brat Frančišek in Frančiškanski družinski center.
- Kotler, Ph. (1982). *Marketing For Nonprofit Organizations*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Ph., A.R. Andreasen (1995): *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations* 5th ed. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Ph., Roberto, E.L. (1989). *Social Marketing, Strategies for Changing Public Behavior*. New York: The Free Press.
- Kotler, Ph., Roberto, E., Lee, N. (2002). *Social marketing: Strategies for changing public behavior*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Lamovec, T. (1991). *Spretnosti v medosebnih odnosih*. Ljubljana: Zavod RS za produktivnost dela.
- Levinger, G. (1980). *Toward the analysis of close relationships*. Journal of experimental social psychology (16), 510- 544.
- Musek, J. (1995). *Ljubezen, družina, vrednote*. Ljubljana: Educy.
- Ovsenik, M., Ambrož, M. (1999). *Neprofitni avtopoietični sistemi*. Škofja Loka: Institut za samorazvoj, Ljubljana: Bori
- Požarnik, H. (1979). *Zakonski in družinski konflikti ter njihovo zdravljenje*. Ljubljana: Univerzum.
- Renner T., Sedmak M., Švab A., Urek M. (2006). *Družine in družinsko življenje v Sloveniji*. Koper: Založba Anales.
- Rijavec, N. (2002). *Izobraževanje za partnerske odnose kot izhodišče spreminjanja družine: Partnerja-kreatorja družine*. Andragoška spoznanja, 8 (1), 48-53
- Satir, V. (1995). *Družina za naš čas*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Solomon, M.F. (1992). *Narcissism and Intimacy: Love and Marriage in an Age of Confusion*. New York: W. W. Norton & Company, Inc.
- Schleifer, S., Keller, S., Bond, R.N., Cohen, J., Stein, M. (1989). *Major depressive disorder and immunity. Role of age, sex, severity and hospitalization*. Archives of General Psychiatry (46), 81-87.
- Šter, D. (2010). *Sklenitve in razveze zakonskih zvez, Slovenija, 2009*. Pridobljeno 16. 8. 2010 s http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=3245
- Temnik, S., Kuhar, M. (2007). *Sodobna romantična razmerja mladih: bolj me boli, če ljubi*

SENIORS AND FREE TIME

ODNOS STARIJIH OSOBA PREMA SLOBODNOM VREMENU

Rok Ovsenik, Damijana Vidic

Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenia

Alma Mater Europaea, Evropsko središče Maribor, Maribor, Slovenija

Abstract

Life expectancy is getting longer. Consequently, years in retirement are getting longer. Therefore, we can expect that elderly have more time than other generations. Pleasure in free time brings sense to life and a quality aging. After retirement many elderly wish to keep their identity and to stay creative. Others see the old age as stereotype of an old age and surrender. Some are forced to work; others look for a job to improve their standard. Leisure of those can be much different from those living alone or with the spouse, having more time for their interests. Perception of leisure is changing by aging. One may consider leisure for relaxation; other can understand it as a source of loneliness. In-depth interviews in this study revealed 5 characteristics of elderly understanding of leisure: definition, quantity, correlation with health, meaning and activities of Slovenian leisure.

Key words

Aging, elderly, leisure

Sažetak

Kao očekivano se životni vijek stanovništva u razvijenim zemljama produžava. Time se produžava i vrijeme od mirovine do smrti. Što znači da smo više godina u mirovini. Možemo pretpostaviti da stariji imaju više vremena nego druge generacije. Uživanje u slobodnom vremenu donosi smisao života i kvalitetnu starost. Nakon odlaska u mirovinu mnoge starije osobe žele zadržati svoj identitet i ostati kreativni. Drugi podlegnu stereotipima o starosti i predaju se. Neki su prisiljeni da rade, drugi traže posao da si poboljšaju svoj standard. Slobodno vrijeme ovih može biti puno drugačije od onih, koji žive sami ili u braku, koji imaju više vremena za svoje interese. Percepcija slobodnog vremena se mijenja uz starost. Netko može uzeti u obzir slobodno vrijeme za opuštanje, a netko ga može razumjeti kao izvor samoće. Iz intervjua u ovom istraživanju pokazalo se 5 karakteristika, pod kojim stariji razumijevaju slobodno vrijeme: definicija, količina, odnos prema zdravlju, značenja i aktivnosti starijih osoba u Sloveniji.

Ključne riječi

Starost, starije osobe, slobodno vrijeme

STARIJE OSOBE

Ljude u posljednjem razdoblju života ne mogu se tretirati kao homogena grupa, jer možemo prepoznati razlike po potrebi, sposobnosti i sklonosti. Tijekom ovog razdoblja, pojedinci dobivaju svjetonazor, nove perspektive, nove izazove vezane uz starenje i starost. Tako sa svojim odlukama kreiraju život u starosti. Tako možemo reći da svako razdoblje života donosi svoje vlastite posebne značajke sa kojima pojedinac nastoji raditi na poboljšanju kvalitete života.

Sa definicijom trećeg životnog razdoblja počeo je Laslett (1987), koju je povezao sa kronološkim starenjem u odnosu na životni stadij. Treće životno razdoblje je definirao kao razdoblje kada su pojedinci ostvarili svoje životne ciljeve i izašli iz sfere rada.

Starenje zavisi o zdravstvenom stanju, načinu života i prehrani (Hojnik Zupanc, 1997, Ramovš, 2003). U znanosti postoje predviđanja da se čak i u ovom stoljeću život može produžiti na 160 godina, pa čak

i da bi do 2025 godine čovjek mogao postati besmrtn. Stoga se postavlja pitanje kvalitete dugog života; može li dvjestogodišnjak biti sretan. Sreća može biti jedan od pokazatelja kvalitete života.

Starc (2011) navodi da stariji ljudi mogu biti sretni unatoč borama, jer su motivirani za to da mijenjaju svoju okolinu. Promijeni im se razlika između želja i ciljeva, jer stariji općenito smanje svoje ambicije i usmjeruju ih u realne ciljeve koji su uglavnom socioemocionalne prirode. Starc je istraživala doživljaj sreće kod starijih Slovenaca i zaključila da Slovenija na području zadovoljstva zaostaje za najrazvijenijim europskim zemljama. Otkriven je pad sreće i zadovoljstva kod osoba starijih od 50 godina.

Trstenjak (1994., Str 75) misli da je sreća ostvarljiva u stariji dobi, jer je povezana uz zrelost i mudrost: "Starost nije samo postupno propadanje organizma, nego i postupnog sazrijevanja osobnosti. I u toj zrelosti je sreća života. Samo zreli ljudi mogu biti istinski sretni. Sreća je rezultat životne zrelosti. "

Rowe i Kahn (1997) dijele starenje na "normalno starenja 'i' uspješno starenje". Njihov koncept "normalnog starenja" povezan je sa biološkim procesom starenja, čime se smanjuje kapacitet, slabljenje povezano s bolestima, kao i sa smanjenim socijalnim funkcioniranjem.

Oni prepoznaju tri faktora uspješnog starenja:

- optimalno fizički i kognitivno djelovanje
- nedostatak bolesti
- volja za životom

Kastenbaum (1985) identificira starost kao proces samoostvarenja, koji se održava tijekom cijelog života. Dakle, na brigu za zdravlje obuhvaća i brigu za očuvanje slobode i samoodređenja, ljudskih odnosa, zabrinutost za učenje i kreativnost, svijest o vrijednosti i značenju svog života. Dakle aktivnosti koje možemo povezati sa slobodnom vremenom.

Za istraživanje kvalitete starenja nužno je uzeti u obzir kompleksnost svakog pojedinca, njegove želje, potrebe i mogućnosti. One se mogu razlikovati od osobe do osobe, čak i između različitih generacija.

Uz brigu za zdravlje također možemo uključiti svjesne napore za očuvanje slobode i slobodu izbora, međuljudskih odnosa, brigu za učenje i kreativnost, svijest o vrijednosti i smisao svog života. Tako je moguće kvalitetno starenje.

SLOBODNO VRIJEME

Provođenja slobodnog vremena poznavali su već stari Grci i Rimljani, ali fenomen slobodnog vremena razvijen je tokom industrijske revolucije, kada se okolina dijelila na životnu i radnu. Tad je slobodno vrijeme značilo vrijeme koje je ostalo nakon završetka profesionalnih, obiteljskih i društvenih obaveza.

Slobodno vrijeme je vrijeme u kojem je čovjek slobodan od svih obveza, koje dolaze od njegovih funkcionalnih uloga, i vrijeme u kojem pojedinac radi ono što želi (Scheuch i Meyersdohn, 1972).

Slobodno je vrijeme koje omogućuje slobodan izbor aktivnosti (Sadar, 1991, Kelly 1985, Lesnik, 1982, Kastenbaum, 1985). Ovi autori upozoravaju na nejasne granice između posla, obaveza i slobodnog vremena. Poznate su pozitivne korelacije između aktivnosti u slobodno vrijeme i psihičkom i fizičkom zdravljem (Dupuis & Smale, 1995, Menec, 2003, Chen 2008).

Rapoportova u Haralambosu i Hollborn (1999, str. 262-263) tvrde da u različitim fazama života pojedinci imaju različite stavove prema slobodnom vremenu. Zavisi o životnom ciklusu razlikuju

četiri različite razine. Četvrta, posljednja faza, pojavljuje se u kasnijim godinama, a javlja nakon pedesetpetoj godini ili odlaskom u mirovinu. Glavna briga je osjećaj osobne i društvene integracije, identitete i osjećaj sklada sa svijetom oko njih. U ovoj fazi, uzorci slobodnog vremena variraju zavisno o raznim čimbenicima kao što su zdravlje i dohodak. Ipak možemo primjetiti da se u slobodno vrijeme više fokusiraju na dom i unučad koji postaju središte njihovog slobodnog vremena.

SLOBODNO VRIJEME U ODNOSU NA KVALITETU STARENJA

Stariji ljudi mogu si obogatiti svoj život, nikad za to nije prekasno. Svaki dan je pravi da se opuste, dožive nešto prijatno, novo. Ovakvi događaji održavaju im samomopouzdanje, osjećaj, da su važni i da nisu sami (Berčan, 2010).

Na starenjem i kvalitetom starenja radi Ramovš, koji je identificirao sljedeće potrebe u starosti (Ramovš, 2003): potrebu za materijalnim osiguranjem, potrebu za održavanje fizičke, mentalne svježine i rada, potrebu za međuljudske odnose, potrebu za dijeljenje iskustava, potrebu za smisao života, potrebu za skrb u dobi boljesti, potrebu za besmrtnost. Njih spomenujemo jer stariji također zadovoljavaju ove potrebe u svoje slobodno vrijeme.

Aktivnosti tijekom rada mogu imati neugodno značenje, iako se smatra u slobodno vrijeme. U odnosu na profesionalnom radu takve aktivnosti su manje opterećenje. Poslovi moraju biti obavljani, ali ih starije osobe mogu raspodijeliti po svojim interesima. Tako su rad i odmor lako zamjenjiva (Mikola, 2004).

Grün (2010) govori o kvaliteti starenja kao umjetnosti starenja. Prema njegovim riječima dobra starost može biti samo kod onog, tko je živio punim životom. Osim produživanja života potrebna je određena težina osmišljanju starosti. Za umjetnost starenja moraju biti ispunjeni čimbenici koji utječu na starije osobe: primanje svog vlastitog postojanja, odricanje, plodnost. Stariji ljudi mogu doživljati dosta slobodnog vremena nešto poput sreće. No, aktivnosti koje obavljaju samo za užitak nisu dovoljne za sretnu starost, takve aktivnosti mogu pustiti iza sebe i samoću.

Accetto (1968) opisuje da pojedinci u nekoj populaciji mogu imati isti broj godina, ali su jedni ipak mlađi, drugi stariji. Stoga je potrebno uzeti u obzir heterogenost grupe starijih ljudi. Accetto važnost aktivnog starenja vidi u tjelesnim aktivnostima koje su prilagođene dobi pojedinca i njegovom stanju. Također prepoznaje važnost hobija koji zamjenjuje svakodnevni rad starijih osoba. Sugerira da je potrebno rano nakon pojedinačnog odlaska u umirovljenje pokrenuti hobije, koji pomažu da pojedinac što manje osjeti promijene sadržaja života. Tek tada neće raniji odlazak u mirovinu prihvatiti kao životnu degradaciju.

Siegenthaler i Vaughanova (1998) su istraživali kako starije osobe same shvate važnost slobodnog vremena. Njihovo razumijevanje rekreacije i slobodnog vremena odražava tradicionalni odnos. Slobodno vrijeme tumače kao slobodu izbora i ugodne aktivnosti. Za njih razlika između rekreativnog i slobodnog vremena znači da je slobodno vrijeme bez pravila, strukture i truda.

Musek (1994) primjećuje da su Slovenci jako vrijedni. Ova aktivnost se odražava u načinu proživljavanja slobodnog vremena, kojeg vole da iskoriste za korisne stvari. Musekov nalaz osobito vrijedi za starije osobe u Sloveniji, kojim je bio u mladosti i zrelih godinama rad stečen kao vrijednost. U razgovoru sa starijim osobama o njihovim svakodnevnim životima često se može otkriti osjećaj krivnje kada pojedinac radi one aktivnosti koje sam najviše voli.

Uz starost se percepcija slobodnog vremena pojedinca mijenja. Stoga, želimo dobiti uvid, kakav odnos do slobodnog vremena imaju stari sami, kakve su njihove nade i očekivanja.

HIPOTEZE

H1: Starije osobe najviše razumiju slobodno vrijeme kao vrijeme bez posla.

H2: Starije osobe imaju dovoljno slobodnog vremena.

H3: Starije osobe provođenje slobodnog vremena povezuju sa zdravljem.

H4: Starijim osobama slobodno vrijeme znači opuštanje.

H5: Od aktivnosti, kojim se bave starije osobe u slobodnom vremenu najčešće su one koje su povezane sa zdravljem.

POPULACIJA

Uključenih je bilo 12 starijih osoba, nad 60 godina, različitog spola, izobrazbe.

METODE

Kvalitativna metoda, deskriptivna.

KOMENTAR ISTRAŽIVANJA

Razumijevanje slobodnog vremena

Starije osobe slobodno vrijeme slično razumijevaju. Najčešće ga vežu uz slobodan izbor aktivnosti koje vole da rade. A ove aktivnosti nisu obaveza. Slobodno vrijeme je vrijeme koje je namijenjeno njima samima.

»To je ono, kad uzimam vrijeme samo za sebe, bez obaveza.« (Josip, 76)

»Da ga iskoristiš za sebe, što bolje.« (Dragica, 60)

»Vrijeme, kojim slobodno raspolažem.« (Boris, 60)

»Kad mogu biti malo slobodna, bez obaveza.« (Antonija, 80 let)

Neki slobodno vrijeme povezuje ležanjem i ljenčarenjem. Ležanje su spominjali najviše oni kojih zdravlje ograničuje za neke aktivnosti.

»Kad ništa ne radiš. Ležiš na kauču in ljenčariš ili gledaš televiziju ili spavaš.« (Peter, 69)

»Kad legnem.« (Antonija, 80)

H1: Starije osobe razumiju slobodno vrijeme kao vrijeme bez posla.

Hipoteza stoji, budući da su stari ljudi razumijeli slobodno vrijeme kao vrijeme, kad ne rade.

Količina slobodnog vremena

Svi upitani bili su već u mirovini. Zanimalo nas je da li imaju dovoljno slobodnog vremena i da li bi možda želeli više vremena za druge stvari. Većina je bez razmišljanja odgovorila da imaju dosta vremena i da im ne treba više.

» Vremena mi uvijek ostaje. Pa dala bi ga i tebi.« (Jožica, 80)

»Zapravo imam cijeli dan slobodno vrijeme.« (Dragica, 60)

Neki misle da količina vremena zavisi od toga, kako si ga raspodjele preko dana.

- »Penzioneri imamo cijeli dan slobodnog vremena. Ali za šta ga imamo! « (Franci, 61)
 »Dan ima 24 sata, od nas zavisi kako da ga rasporedimo, kako da ga iskoristimo.« (Boris, 60)

H2: Starije osobe imaju dovoljno slobodnog vremena.
 Hipoteza stoji, jer su svi odgovarali da ne trebaju više vremena.

Povezanost sa zdravljem

Zdravlje utječe na provođenje slobodnog vremena, pa čak i na izbor aktivnosti.

- »Kad hodam uzbrdo, smirim se, pa još pomaže zdravlju...« (Slavka, 61)
 »Slobodno vrijeme nužno je vezano na zdravlje, čak ga jača.« (Boris, 60)
 »Ako imaš zdravlje, zapravo imaš cijeli dan slobodno vrijeme.« (Antonija, 67)

Neki su napomenili, da su sporiji nego prije, da im treba više vremena za svakodnevne zadatke.

- »Sad, kad sam starija, trošim više vremena jer sam sporija.« (Slavka, 61)
 »Polako rasporedim vrijeme za kavu, polako, pa ljekove, polako se napravim, ali to sve radim polako.« (Dragica, 60)

H3: Starije osobe slobodno vrijeme povezuje sa zdravljem.
 Hipotezu potvrđujemo, budući da su svi spominjali zdravlje i sporost.

Značenje slobodnog vremena

Na pitanje, šta im znači slobodno vrijeme, dobili smo različite odgovore. Nekim slobodno vrijeme ne znači puno jer ga povezuju viškom vremena ili dugovremenom. Ovo su odgovori onih, koji za sebe kažu da su teško bez posla.

- »Ništa mi ne znači. Zapravo ne razmišljam toliko o slobodnom vremenu, jer imam puno vremena odkad sam u penziji.« (Jožica, 80)
 »Dosada. Ako nemam šta radit, ne znam, šta bi sa sobom.« (Peter, 69)

Drugi slobodnom vremenu daju veliko značenje, jer ga povezuju sa opuštanjem, jačanjem zdravlja, pa i socializacijom.

- »Znači mi neko opuštanje, promjenu...« (Josip, 76)
 »Pa puno mi znači. Opustim se, smirim glavu, živce.« (Slavka, 61)
 »Najviše mi znači vrijeme sa unučad, kad se družimo doma...« (Dragica, 60)

H4: Starijim osobama slobodno vrijeme znači opuštanje.
 Hipotezu potvrđujemo djelomično, jer je opuštanje spominjalo samo nekoliko upitanih, dok su neki slobodnom vremenu pripisivali dosadu i socialne odnose.

Aktivnosti

Aktivnosti koje su spominjali, najviše su bili pohodi, izleti. To im označava rekreaciju, opuštanje in istovremeno briga za zdravlje.

- »Najviše idem u brda i uzmem psa. Pa i biciklom.« (Slavka, 61)
 »Nas dvoje odemo šetati svaki dan, osim ako pada kiša...« (Antonija, 67)

»Obvezno sat, sat i pol šetnje na Rožnik« (Josip, 56)

Od aktivnosti nije bilo puno društvenih djelatnosti. Najviše su napomenuli druženje sa prijateljima. A bave se i sa vrtanarijom, čitanjem, gledanjem televizije, ručnim radom, biciklizmom, rodoslovljem, učenjem.

»Ja, ležim na kauču, pa gledam televiziju ili odem u šetnju, ili bicikliranje, ili se zaustavim nekde za šankom. Pa posjetim prijatelje, koje već dugo nisam vidio.« (Peter, 69)

»Jednom na tjedan nalazimo se u udruženju (skleroze multiple).« (Dragica, 60)

»Idem na kavu, pa malo debatiramo.« (Stane, 64)

»Radim ručni rad.« (Antonija, 80)

»Dok me rama ne izdaje, puno idem na tenis. Pa onda rodoslovlje.« (Boris, 60)

»Volim cvijeće, ručni rad, čitam.« (Antonija, 67)

Uz aktivnosti slobodnog vremena napomenuli su čak i svakodnevne zadatke.

»Trošim vrijeme, da skuham, da se sredim, to mi puno znači.« (Dragica, 60)

»Malo duže spavam, pa pročitam novine, onda kava, doručak, vodim psa vani, motam se oko kuće.« (Stane, 64)

H5: Od aktivnosti kojim se bave starije osobe u slobodnom vremenu najčešće su one koje su povezane sa zdravljem.

Hipotezu potvrđujemo, jer je najviše starijih osoba navodilo šetnje, pohode i izlete kao način rekreacije.

ZAKLJUČAK

Slobodno vrijeme starijih osoba razlikuje se od slobodnog vremena ostalih generacija. Sa staranjem se pojedincu promijeni i percepcija slobodnog vremena. Ako nam u zreloj dobi obaveze sa porodicom i poslom oduzimaju puno vremena, onda imamo vremena u starosti dovoljno. Bitan je prikladan raspored vremena preko cijelog dana i prava organizacija slobodnovremenskih aktivnosti po prioritetama.

Naša pretraživanja su pokazala da imaju seniori dosta slobodnog vremena. Još najviše ga ograničuje zdravlje, za kojeg kažu da je tjesno povezano sa slobodnim vremenom. Najčešće aktivnosti poput šetnje i pohoda pomažu im održavati psihofizičku kondiciju i tako dobro utječu na njihovu dobrobit, a i na jačanje zdravlja. Kad smo razgovarali o potrošnji slobodnog vremena, tad su upitani spominjali također druženje- pogotovo sa prijateljima na kavi. Druženje sa porodicom, djecom ili unučad rijetko su spominjali.

Dakle, starije osobe imaju dovoljno ili čak previše slobodnog vremena, kojeg razumiju kao vrijeme za sebe ili za razbibrigu, odnosno za opuštanje. Možemo primjetiti da im nisu sasvim jasne razlike između obaveza i bezbrige. Naime spominjali su i slobodnovremenske aktivnosti koje bi mlađa generacija opredijelila kao obaveze (kuhanje, pranje, sređivanje). Napomenuti moramo da su svjestni da su sporiji nego ranije i zato za slične aktivnosti potroše više vremena.

Pod vrstu aktivnosti koje upitane obavljaju u slobodnom vremenu nije osjetiti da imaju želju za većom ponudom ili izborom aktivnosti. Dosta vremena kojeg imaju iskoriste za aktivnosti koje vole odnosno za one aktivnosti, za koje prije nisu imali vremena. Naše mišljenje je da bi bilo potrebno razmisliti o tome kako bi im pomogli sa organiziranjem odnosno sa rasporedom njihovog vremena za aktivnosti. Tu nemamo u mislima raspored aktivnosti preko dana, nego jednostavno obavljanje onih svakodnevnih obaveza koje baš i ne vole, a uzmu im previše vremena. Za takve ili slične savjete je

možda prikladan dnevni centar gdje djelatnosti nisu tako formalne, nego je namijenjen druženju, kao i razmjeni iskustava i savjeta.

LITERATURA

- Accetto, B. (2006). *Med zdravniki in bolniki*. Ljubljana: Inštitut Antona Trstenjaka.
- Berčan, M., (junij 2010). Starostnik v domačem okolju – vidik patronažne medicinske sestre: *Kakovostna starost*. 13,5-18. Ljubljana: Inštitut Antona Trstenjaka.
- Dupuis, S., Smale, B. (1995). *An examination of the relationship between psychological well-being and depression and leisure activity participation among older adults*. *Society and leisure*, 18 (1), 67-92.
- Chen, S.-Y, Fu, Y.-C. (2008). Leisure participation and enjoyment among the elderly: Individual characteristics and sociability. *Educational Gerontology*, 34: 871-889.
- Černigoj – Sadar, N. (1991). *Moški in ženske v prostem času: socialne in psihološke dimenzije načinov preživljanja prostega časa*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Grün, A. (2010). *Visoka umetnost staranja*. Ljubljana – Celje: Celjska Mohorjeva družba.
- Haralambos, M. in Holborn M. (1999) *Sociologija: teme in pogledi*. Ljubljana: DZS.
- Hojnik – Zupanc, I. (Ur.). (1997). *Dodajmo življenje letom*. Ljubljana: Gerontološko društvo Slovenije.
- Kastenbaum, R. (1985). *Staranje*. Murska Sobota: Pomurska založba Murska Sobota in Ljubljana: Centralni zavod za napredek gospodinjstva.
- Kelly, J. R. (1985) *Leisure Identities and Interactions*. London: Allen and Unwin.
- Lešnik, R. (1982). *Prosti čas – delo, človek, družba, vzgoja* Maribor: Založba obzorja Maribor.
- Menec, V.H. (2003). The relation between everyday activities and successful aging: A 6 year longitudinal study. *Age and aging*, 27, 35-40.
- Laslett, P. (1987). The emergence of the third age. *Aging and society*, 7, 133-160.
- Mikola, N. (2004). *Turizem in starejše skupine prebivalstva* (diplomsko delo). Maribor: Univerza v Mariboru, Ekonomsko poslovna fakulteta.
- Musek, J. (1994). *Psihološki portret Slovencev*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Ramovš, J. (2003). *Kakovostna starost: socialna gerontologija in gerantagogika*. Ljubljana: Inštitut Antona Trstenjaka.
- Rowe, J.W., Kahn, R.L. (1997) Successful aging. *Gerontologist*, 37 (4), 433-440.
- Scheuch, K. E., Meyersohn, R., (1972). *Soziologie der Freizeit*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Siegenthaler, K. L., Vaughan, J. (1998). Older women in retirement communities: Perceptions of recreation and leisure. *Leisure Sciences*, 20 (1), 53-66.
- Starc, M., (2011). Doživljanje sreče pri starejših Slovencih: medgeneracijski dejavniki in povezanost z življenjskim smislom. *Kakovostna starost*, 14 (3), 3 – 23.
- Trstenjak, A. (1994) *Človek in sreča*. 3. izd. Celje: Mohorjeva družba.

**„BOLONJSKI“ OBRAZOVNI
PROCES I BUDUĆNOST
OBRAZOVANJA**

**BOLOGNA EDUCATION
PROCESS AND THE FUTURE OF
EDUCATION**

FAMILY IN THE FUNCTION OF UPBRINGING AND EDUCATION

OBITELJ U FUNKCIJI ODGOJA I OBRAZOVANJA

*Dragoslav Kočović**Faculty of Political Sciences, University of Belgrade, Belgrade, Serbia**Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Beogradu, Beograd, Srbija**Abstract*

In this paper we tend to consider the family from the aspect of religious philosophy, i.e. its social aspect, its social position as well as the institution of marriage, position and role of woman, parents and children. We also want to indicate its development and bring earlier experiences and practices closer to our modern time. In our opinion, it could be useful since our country and the technologically developed part of the world are faced with huge problems connected with the position and role of the family in contemporary circumstances, change of functions of the family, and, before all, reproduction. Taking into account the non-uniform population growth in the world, our modern family ought to get back to some of its main functions: biological reproduction, family upbringing with proved quality, and constant insight into the process of socialization of its members as permanent roles. The other functions of the family, which used to be primary, can be shared with the society. We will not be wrong if we conclude that the society in today's circumstances of dynamic communication, creation of a network of numerous roles and the increasingly rich content is not capable of channelling the energy of each individual in a good manner. That is the reason why there arises an imperative need for affirmation and reaffirmation of the family in the process of upbringing and the family as an important institution for successful and stable social development. In that direction, it is necessary to devote more scientific and professional attention to the family and its social promotion so that we could create a favourable ambience for the quality influence of the family on its members, especially children.

Keywords

religious philosophy, family, marriage, woman, children, upbringing

Sažetak

U ovom radu nastojimo sagledati obitelj iz ugla religijske filozofije, odnosno njene socijalne vizure, njenog društvenog položaja, i u tom sklopu instituciju braka, položaj i ulogu žene, roditelja i djece. Također, želi se naznačiti razvojni put i približiti današnja iskustva i praksu našoj suvremenosti. To bi, po našem mišljenju moglo biti od koristi, s obzirom na to da se naša zemlja i tehnološko razvijeni dio svijeta suočavaju sa velikim problemima vezanim za mjesto i ulogu obitelji u suvremenim uvjetima, izmjene funkcija obitelji, a prije svega u dijelu reprodukcije. Imajući u vidu neuravnotežen priraštaj u svijetu naša, odnosno suvremena obitelj morala bi se vratiti nekim osnovnim funkcijama: biološkoj reprodukciji, kvalitetnom i provjerenom obiteljskom odgoju i permanentnom uvidu u proces socijalizacije svojih članova kao trajnim ulogama. Ostale, a nekada primarne funkcije može dijeliti sa društvom. Nećemo pogriješiti ako zaključimo da društvo u današnjim uvjetima dinamične komunikacije, izgradnje mreže brojnih uloga i sve bogatijeg sadržaja nije u stanju valjano kanalizirati energiju svakog pojedinca. Iz tog razloga nameće se imperativna potreba za afirmiranje i reafirmiranje obitelji u procesu odgoja, i nje kao značajne ustanove za uspješan i stabilan društveni razvoj. U tom pravcu, neophodno je posvetiti više znanstvene i stručne pažnje obitelji i njenoj društvenoj promociji, kako bismo stvorili povoljan ambijent za kvalitativno djelovanje obitelji na svoje članove, posebno na djecu.

Ključne riječi

religijska filozofija, obitelj, brak, žena, djeca, odgoj

Sa svojom uplašenom pojavom u prirodi čovek je iskonska vrsta primata čija je lična nemoć pretvorena u snagu putem grupe, što mu je omogućilo opstanak i razvoj. Posmatrano kroz vreme i prostor, grupa je oblik društvene organizacije koja se pokazala kao jedini trajni prostor i način ispoljavanja i razvijanja čovekovih potencijala. Sa svojim sposobnostima i sinergističkim delovanjem kroz grupu u širim društvenim i prirodnim razmerama, čovek uspešno deluje i stvara do danas. Na tom dugom putu sopstvenog razvoja i trajanja, čovek u društvu kojem pripada, u različitim epohama i civilizacijama iznedrio je brojne oblike i forme društvenog života. U tom procesu nastali su brak, porodica, domaćinstvo, nesrodničke zajednice, vlasništvo, oblikovani i diferencirani narodi, nacije i države. Nesumnjivo, čovek je proizvodio sebe i u isti mah proizvodio društvo. Stvorio je i razvio brojne uloge i njima odgovarajuće ustanove i instiucije, što u svojoj ukupnosti čini sve sadržajnu, ali i još uvek nedovršenu mrežu čovekovih individualnih i grupnih aktivnosti, materijalnih i duhovnih potreba. Naše interesovanje zadržaćemo na braku i porodici, sa naglaskom na porodicu kao osnovnoj ćeliji društva. Sagledaćemo brak i porodicu kroz vreme i prostor, oslanjajući se na iskustva različitih kultura, kroz prizmu religijske filozofije, i u tom kontekstu osenčiti funkcije porodice i njen značaj u vaspitanju i obrazovanju. Smatramo da je veoma važno podsetiti na tradiciju porodice i vrednosti koje je dala porodica na kojima se gradi i razvijao ljudski rod do danas. Posebno stoga što nam se čini da je porodica u procesu industrijalizacije, tehnološkog napretka i brzog ritma društvenog razvoja zapostavljena. Problem ne bi bio u tome što se porodica razgrađuje, već je problem u tome što društvo nije uspelo da nađe adekvatn supstitut za porodicu uprkos velikim naporima koje je društvo činilo i još uvek čini na tom planu. Zbog toga ćemo učiniti osvrt na tradiciju i običaje vezane za porodicu kroz različite kulture, vreme i prostor. Takođe, u ovom tekstu naznačićemo savremena kretanja u porodici i probleme, pre svega one koji se tiču zabrinjavajuće niske reprodukcije.

Brak i porodica u Starom Egiptu

Brak je u drevnom Egiptu bio poligamni. „Hetitska princeza je bila samo jedna od šest žena koje su imale status velike kraljevske supruge za vreme Ramzesove veoma duge vladavine od 67 godina. Kada je postao savladar svoga oca, poklonjen mu je bio hram prepun lepих žena, ali osim njih on je imao dve glavne supruge“. Ramzesova porodica brojala je oko četrdeset kćerki i oko četrdeset pet sinova. Međutim, većina stanovništva, zbog skromnih materijalnih mogućnosti živela je u monogamnom braku, a odnosi između supružnika bili su ravnopravni. Žene su slobodno odlazile u šetnju, bavile se različitim poslovima, trgovale i imale u vlasništvu imovinu. Takav status žena nije imala ni u jednoj državi Starog veka: "Grčki putnici...bili su zapanjeni ovom slobodom...Diodor Sikulski tvrdio je...da se u dolini Nila pokornost muža prema ženi zahtevala u bračnoj obavezi". Maks Miler ističe: "Nijedan narod, drevni ili moderni, nije dao ženi tako visok pravni status kao što su to učinili stanovnici Nila". U rimskom periodu u Egiptu, brak je bio pravno regulisan i proizvodio je zakonske posledice na potomstvo. Sklapanje braka i razvod su bili privatna stvar supružnika. Žena je živela u domaćinstvu supruga sa njegovom rodbinom. Oko šestina brakova bila je između braće i sestara, devojke su polno sazrevale u desetoj godini, u brak su ulazile u starosnoj dobi od 19 do 29 godina, a muškarci sa oko 25 godina starosti. Prosečna starost žena koje su rađale bila je oko 27 godina, a životni vek muškarca najmanje 25 godina. Odnos polova bio je u korist muškaraca: od 1022 osobe 540 su muškarci, a 482 su žene, a kod robova slučaj je obrnut: 34 muškarca prema 68 žena. Po nekim podacima, u prvom veku pre nove ere Egipat je imao oko 3 miliona stanovnika, po drugim izvorima Egipat je imao 7,5 miliona stanovnika bez Aleksandrije. Oko 1,7 miliona živelo je u gradovima. Aleksandrija je imala oko 300 hiljada stanovnika (po nekim podacima 500 hiljada), sela je bilo između dve i tri hiljade, a u svakom selu živelo je do 1500 stanovnika. I danas, kao i pre 5 hiljada godina, gustina naseljenosti u Egiptu je najveća u dolini Nila i iznosi oko 97% stanovništva. *Porodični život je bio dobro uređen, a kao vrednost promovisan kroz sistem školovanja i održavan autoritetom vere. Brak je*

bio osnova porodice i zahtevala se ljubav i poštovanje između supružnika, uz naglašenu odgovornost muža za stabilnost braka i porodičnog uspeha: "Ako ti dobro krene, pa opremiš kuću i od srca voliš svoju ženu, onda je nahrani i odeni...Obraduj je dok si sa njom, jer ona je njiva korisna za svog vlasnika...Ako joj se suprotstaviš to će ti doneti propast". Razvod braka je dugo bio retka pojava. Ako bi muž otkrio preljubu mogao je da otpusti svoju ženu bez ikakve naknade, ako bi iz nekog drugog razloga želeo razvod bio je u obavezi da joj ostavi znatan deo imovne. Ovakav položaj žene nesumnjivo je počivao na matrijahalnoj osnovi egipatskog društva i kulture koja je iznedrila za ondašnje društvene odnose visok društveni status žene (primeri kraljice Hatšepust, Kleopatra). Kasnije, pod patrijahalnim uticajem Hiksa, egipatskih osvajanja i Grčke kulture, položaj žene se menja i razvod braka postaje isključivo privilegija muškarca. *Stari Egipćani su imali mnogo dece i podizali su ih sa velikom ljubavlju. Čedomorstvo je bila retka pojava, a kada bi do toga došlo neodgovorni roditelji su kažnjavani tako što su morali mrtvo dete da u rukama drže tri dana i tri noći.*

Porodica i njen značaj u hinduističkoj kulturi

Hinduističko učenje se zalaže za očuvanje ravnoteže u svetu, a ona se održava samo ako svako obavlja svoje dužnosti, pre svega one dužnosti koje se tiču porodičnog života. Porodična zajednica i očuvanje porodice za hinduiste je najvažniji zadatak i verska dužnost prvog reda. Hindusi život člana porodice, odnosno svakog pojedinca posmatraju kroz četiri etape: *detinjstvo, mladost, zrelo doba i starost*. Prelaz iz etape u etapu obeležavaju tradicionalnim prelaznim obredom (samskara). Naravno, obredi počinju sa obeležavanjem začeca preko životnih perioda do trenutka smrti. U to su uključeni i posmrtni obredi, i sve njih obavlja domaćin u svojoj kući. Običaj dalje nalaže da se svaki član porodice stara za održavanje i očuvanje poretka u porodici, društvu i kosmosu, a to podrazumeva *rad, odgovornost, iskrenost i negovanje drugih vrednosti u životu čoveka*. Obavljanje ovih obreda i održavanje svetog poretka vode ka prosvetljenju (mokši). Za pripadnike ove religije fizički svet je manje vrednosti, dok je viši svet samo svet uma i duha, a za to je potreban unutrašnji mir i harmonija u životu. To opredeljuje ponašanje vernika koji potiskuju svoje želje za sticanje dobara u materijalnom svetu. Ukoliko ostanu na pozicijama sticanja materijalnih dobara, onda to vodi u ponovno rađanje u nove živote (samsare) u budućim generacijama na zemlji. Religija, koja ima značajno mesto u životu porodice, nalaže praktikovanje dnevnih obaveza: *prinošenje žrtve bogovima, davanje ponuda mudracima (rišijinu – znalci veda), svojim precima koji su mu dali život, životinjama (to je često krava) i gostima*. Gosti su najčešće mudraci i siromašni, a njima se daje uglavnom hrana, uz uverenje da: "Ne smanjuje se bogatstvo onoga koji daje". Ove aktivnosti vernik obavlja u tačno određeno vreme od jutra do večeri, uz fizičku i ritualnu čistotu koja se postiže strogim poštovanjem propisa o kupanju, postu, oblačenju, načinu obavljanja verskog čina, položaju tela. U suštini, sve ovo čini etički kodeks koji nalaže dobrotu prema svakome, gostoprimstvo i velikodušnost, a zabranjuje: čarobnjaštvo, zavođenje, preljubu, kocku i dr. Post i uzdržavanje su značajno sredstvo za postizanje natprirodnih moći. Ovo ponašanje postaje važan deo svakodnevnog života i odvija se u najužem krugu porodice u sopstvenoj kući sa svetilištem. Ovakvo praktikovanje obezbeđuje trajnost i vitalnost hinduizma i danas. Tok žrtvovanja proprćen je izgovaranjem mantri, obrednih rečenica ili molitvenih stihova, kojima se, veruju hindusi, hvata moć brahmana i doseže do mudrosti i magijske moći. Hramovi i svetilišta su za hinduiste mesto bogova, i ako vernici dolaze na hodočašće to nema težinu drugih verskih dužnosti, kao čin dnevnih obaveza i molitve u sopstvenoj kući i u svom kućnom svetilištu.

Uvažavanje porodičnog života svakako je vezano, pre svega, za materinstvo koje sa duhovnim vrednostima obezbeđuje put u spajanje sa bramonom, jednim ili apsolutnom realnošću. Istraživanja daleke prošlosti i ostaci duhovne i materijalne građe ukazuju na figurine koje su posedovala sva domaćinstva, a koje su predstavljale boginju majku, kao simbol obožavanja, plodnosti i materinstva (plodnosti u smislu darova prirode i ishrane porodice, a materinstva kao uslova biološke reprodukcije čoveka). Prva dužnost kod svih hindusa bez obzira na to kojoj kasti pripadaju jeste poštovanje bramana i obožavanje krava. Druga po važnost *dužnost je rađanje dece, čovek je savršen jedino kada*

rađa decu "kada je on trojstvo – on sam, njegova žena i njegov sin". Otac se smatrao srećnim kada ima puno dece, jer su ga ona u staroj hinduskoj kulturi činila ponosnim. Deca su obezbeđivala ekonomsku sigurnost roditeljima i staranje o njima u poznim godinama. Veoma važna obaveza dece bila je da obožavaju svoje pretke i da im povremeno prinosе hranu. Kontrole rađanja nije bilo, a abortus je smatran zločinom. Brak je kod hindusa bio obavezan i nije predstavljao slobodan izbor mladih već dogovor roditelja. Ovaj običaj ugovaranja braka veoma je star i proizilazio je iz stroge kastinske podvojenosti sa ciljem da spreči mešanje između kasta. Sklapanje braka mimo dogovora roditelja po sopstvenom izboru i želji bio je žigosan i nije bio vredan poštovanja. Porodica je bila ustrojena patrijahalno, pa je muž, odnosno otac bio apsolutni gospodar svoje žene i svoje dece. Slavljena kao boginja, žena je u suštini bila žrtva braka. Tako, u slučaju smrti bračnog druga bila je spaljivana na lomači ili živa sahranjivana sa preminulim mužem. Posle takve žrtve u narodu je dobijala epitet *sati*, što znači dobra, prava žena. Podređen položaj žene bio je uobičajen porodičan odnos, udovicama je bila zabranjena udaja, a devojčice su prisiljavane na brak, mnogoženstvo i dr. Međutim, kada bi žena uspela da se otrgne od tradicije i običaja davale bi veliki doprinos u različitim oblastima društvenog života. Tako su na polju religioznog pesništva *Bhakti pokreta* veoma uspešne žene bile *Lalešvari* u XIV veku i *Mira Bhai* u XVI veku. Njihov doprinos se sastojao u tome što su stvarale na narodnom jeziku i tako približile znanje najširim slojevima društva na pojednostavljen način. Ovaj pokret nije sporio brahmanizam i promovisao je hinduističke ideje i religiozna verovanja, a pri tome je isticao da je spasenje lični čin, što se postiže oslobađanjem od *ljubomore, dvoičnosti, zavisti i nepravde*. Odbacivali su prava po rođenju, što znači da među ljudima nema razlike po socijalnom poreklu i kastinskoj pripadnosti, već samo razlika po osnovu *ličnih misli, postupaka i delovanja*.

Porodica i položaj žene u konfučijanstvu i taoizmu

Nesumnjivo da je konfučijansko učenje, u osnovi filozofski pogled na svet, vekovima sledbenicima i reformatorima oblikovano. izraslo u jedan dobro uređen sistem koji je bez sumnje imao snažan uticaj na narod Kine i Istočne Azije. U uslovima feudalnog društva, ratova, osvajanja i oštre socijalne raslojenosti, učenje o vrlinama i čovečnosti svakako da je bilo rado prihvaćeno od najširih slojeva društva. Mnoge vrednosti tada ustanovljene i danas tako savremeno zvuče, kao što su: *poštovanje predaka; red i umerenost; sve u prirodi ima svoje mesto; harmonija u porodici i društvu, deteta sa roditeljem, muža sa ženom, starijeg brata sa mlađim bratom, prijatelja sa prijateljem, vladara sa podređenima.* Na osnovu ove harmonije uspostavlja se harmonija između Neba i Zemlje. U ovom sistemu učenja svaka osoba ima dužnost prema drugoj osobi na osnovama utvrđenih pravila ponašanja: *roditelji su dužni da vole, neguju i sa pažnjom podižu svoju decu; deca su dužna da vole svoje roditelje, da budu pažljiva i poslušna, da se uzorno ponašaju prema roditeljima tokom njihovog života i nakon njihove smrti; muž i žena treba da žive u međusobnoj harmoniji, uvažavanju i poštovanju; međusobni odnos između prijatelja treba da bude iskren i pošten u svim poslovima; vladar da odgovorno vlada, bez razlike i sa poštovanjem prema potčinjenima.* Sve ove relacije i odnosi čine vrlinu koja se stiče samousavršavanjem, obrazovanjem i etičkim oblikovanjem. *Zbog toga su konfučijanci izuzetno mnogo polagali, i ujedno očekivali od intelektualnih sposobnosti čoveka, na učenje i obrazovanje kao velike ideale. Iz ovoga proizilazi da su se zalagali za duhovni razvoj i dobro naroda. Bili su protiv ispraznih ideja, zla, poroka, korupcije, nasilja i neuređenosti i za pružanje podrške i iskazivanje poštovanja onima koji se bore za sopstveni razvoj svojih sposobnosti u cilju ovladavanja sobom i širenja harmonije među ljudima.*

Lao Ce, svojim taoističkim učenjem zagovarao je da su ljudi po prirodi dobri, zato ne treba činiti ništa na njihovoj socijalizaciji, dovoljno je da sami biraju svoj put. Obrazovanje, moralno usavršavanje i čovečnost koje je Konfučije nudio kao rešenje za miran i harmoničan razvoj, Lao Ce je u potpunosti odbacivao. Jednom prilikom, a u povodu svojih pogleda na čoveka i društvo, Lao Ce je rekao Konfučiju: "Odreći se svog oholog ponašanja, mnogobrojnih želja, manirizma i ekstravagantnih tvrdnji. One ti neće doneti dobro! To je sve što imam da kažem". Uprkos nastojanju da se razlikuju od Konfučijevog učenja, koje, u osnovi, daje uputstva za život, taoisti - a pre svega osnivač Lao Ce i njegovi najodaniji sledbenici - takođe su smatrali da je njihovo učenje, u osnovi, uputstvo za život

ljudi. Dakle, cilj im je bio isti: što lakši i uređeniji život i konačno sjedinjavanje sa Nebom (Konfučije) ili Taom (Lao Ce), s tim što se, po Konfučiju, do tog cilja dolazi kroz usvajanje pravila moralnog ponašanja, učenja i samousavršavanja, a kod Lao Cea, u suštini isto to, samo slobodnim izborom i slobodnom voljom svake individue. Ova individualnost u pristupu, poimanju i razumevanju stvarnosti nije omogućavala da se taoizam razvije kao organizovana religija. U suštini, njihova namera i nije bila da se postigne bilo šta drugo, osim da njihovo razmišljanje o čoveku, vlasti i društvu bude filozofski osmišljeno. Individualistički pristup *tao* učenja i različiti životni putevi bili su prisutni i kod njih samih: pojedini tao učitelji ostajali su na carskom dvoru i bili carski savetnici, drugi su se priklonili životu pustinjaka, neki su se opredelili za alhemijska istraživanja i dr. U doba dominacije Konfučijevog učenja i jake državne pozicije konfučijanstva i ugleda kod vladara koji su držali do reda, mira i harmonije taoisti su bili u nemilosti.

Kako smo već napomenuli, *porodica* je bila osnovna ćelija kineskog društva patrijahalnog tipa. U njoj je otpočinjala harmonija, gde svaki član porodice učestvuje u njenom ekonomskom, političkom i društvenom životu. U ovoj društvenoj sredini, koja je za konfučijance mikrokosmos, odvijao se izdiferenciran porodični život sa jasnim pozicijama i ulogama svakog člana unutar nje. U porodici su usvajane vrednosti, pravila ponašanja, obrazovanje, moralna obuka i samorazvoj. Kao osnovna ćelija društva, predstavljala je sponu između pojedinca (člana porodice) i društva. „Konfučije je učio da pojedinac u okviru porodice u potpunosti ostvaruje svoj ljudski potencijal i naglašavao je dužnosti i obaveze svakog člana porodice tvrdeći da se svako od njih mora ponašati u skladu sa svojom određenom ulogom. Od pet vrsta ljudskih odnosa tri su vezana za porodicu: otac/sin, muž/žena, stariji brat/mlađi brat“. Od svih odnosa u porodici najača je bila veza između sina i oca. Sin je bio dužan da sluša i poštuje oca, da prinosi žrtve umrlom ocu. Ponašanje sina prema ocu, u neku ruku, bilo je pod društvenom prismotrom. O tome se u Analektima kaže: „Dok mu otac živi, posmatrajte kakvi su mu ciljevi; kada mu otac umre, posmatrajte kako se ponaša. Ukoliko u naredne tri godine (žalosti) ne promeni način života kakav je vodio i njegov otac, može se reći da mu je odan“. Traži se poštovanje ne samo oca već i majke dok su živi, i poštovanje posle njihove smrti: „Dok su ti roditelji živi, služi im shodno obredima. Kada umru, sahrani ih shodno obredima i prinesi im žrtve shodno obredima“. Pater familijas, (kao glava porodice) imao je obavezu da obezbedi sredstva za egzistenciju porodice i da se stara o njoj u svakom pogledu.

Žena je i u ovoj kulturi bila neravnopravna. Podređenost je posebno vidljiva u bračnim i porodičnim odnosima. U osnovne porodične odnose nisu uključene veze između majke i ćerke i starije sestre i mlađe sestre. Roditelji su snagom autoriteta ugovarali brak za decu, i u tim poslovima deca su morala da budu ponizno poslušna. Muž je dominirao nad ženom, i ta podređenost žene bila je tradicionalna u Kini i nije smatrana diskriminacijom. „U detinjstvu je devojčica imala dužnost da se pokorava ocu. Posle udaje, postajala je član porodice svoga muža. Od nje se očekivalo da se pokori i svom mužu i njegovim roditeljima. Tek pošto bi požejala sinove, imala bi moć nad nekim drugim: svojim snahama. Nije bilo bitno dali se ovo sviđalo ljudima ili ne - to je bilo stanje stvari u društvu i svi su ga prihvatili“. Ovakva porodična subordinacija u veoma dugoj kulturi kineskog naroda smatrana je prihvatljivim porodičnim odnosom i imala je smisla i opravdanja sa stanovišta širih međuporodičnih odnosa i društvu u celini. Naturalizovani amerikanac *Fransis L. K. Hsu*, piše „Ovakav način kineskog života pružao je ljudima osećaj velike sigurnosti i potrebna sredstva da izađu na kraj sa problemima sa kojima su se suočavali. Žene koje nisu bile lepe, nisu imale potrebu da se uključuju u klubove usamljenih. Njihovu bračnu sudbinu osiguravali su roditelji. Muškarci koji su se nadali da kroz život prođu sa najmanje napora, nisu morali da tragaju za sopstvenim identitetom i sami grade svoj svet. Ukoliko njihovi roditelji nisu bili siromašni, sve što je bilo potrebno da urade jeste da iskoriste senku svojih predaka“. Izgleda da se milenijumima starom kineskom kodeksu koji je determinisao položaj žene prva otrgla *Ban Cao*. Ona se, inteligentno i mudro, zahvaljujući svome obrazovanju, podigla na nivo carskog istoričara. Ujedno je bila zadužena za obrazovanje ondašnje mlade carice. *Ban Cao* je autor teksta *Lekcije za žene*, koji je prvo i najstarije delo u svetu pripremljeno posebno za obrazovanje žena. U ovom delu ona je iznela opis odnosa prema ženi od samog rođenja „Trećeg dana nakon rođenja devojčice, izvode se tri običaja: prvo, beba se stavlja ispod kreveta; drugo,

daje joj se delić polomljene posude da se igra i treće, prinosi se žrtva njenim precima kako bi se objavilo njeno rođenje. Postavljanje bebe ispod kreveta jasno ukazuje na to da je ona nižeg ranga i slaba i da je njena osnovna dužnost da bude ponizna pred drugima. Davanje krhotine posude sa kojom će se igrati, nesumnjivo ukazuje na to da treba naporno da radi, što je njena osnovna dužnost-treba da bude vredna. Objavljivanje njenog rođenja precima jasno govori da ona treba, kao svoju osnovnu dužnost, da nastavi izvođenje obreda u domu...". Uz slikovit prikaz položaja žene, Ban Cao se zalagala za jednakost žene sa muškarcima u sferi obrazovanja, i u tom kontekstu se pita "učiti samo muškarce, ali ne i žene – zar to ne znači ignorisati osnovnu vezu između njih?...dužnost je početi sa obrazovanjem (muške) dece kada ona napune osam godina, da bi sa petnaest godina bili spremni da se kulturno obrazuju. Ali, zašto isti princip obrazovanja ne primeniti i na obrazovanje devojčica, kao i dečaka?".

Budizam u pristupu porodici, braku i deci

Budizam polazi od dve važne ideje (karma i samsara) na osnovu kojih se organizuje i razvija društveni život. U ovom više racionalističkom nego mističnom učenju naglašeno je odgovarajuće ponašanje koje vodi konačnom čoveku ili božanstvu (željena stanja). Poželjna ponašanja neguju se prevashodno u porodici i obuhvataju moralne dužnosti, pravilno postupanje, pravednost i moral u opšte. Ove vrednosti vode, ističe budističko učenje, miru, spokoju, ličnoj i društvenoj ravnoteži, harmoničnom odnosu, jednom rečju-nirvani. Svaki nosilac budističkih ideja mora dosledno da radi i postupa u porodici tako da svojim znanjem i ponašanjem utiče na članove porodice. Prosvetiteljski rad budista veoma je živ i danas i ima naglašenu socijalnu dimenziju zalaganjem za: smanjivanje nepismenosti, razvoj obrazovanja, iskorenjivanje zaraznih i endemnih bolesti, razvoj zdravstva i zdravstvenog prosvetavanja, zapošljavanje i smanjivanje nezaposlenosti, smanjivanje siromaštva i bede, smanjivanje priraštaja i kontrole rađanja, smanjivanje smrtnosti odojčadi i organizovanje zaštite dece. Roditelji imaju obavezu da se međusobno poštuju i da se staraju o deci, da ih vaspitavaju i obuzdavaju od poroka i osposobe za koristan posao. Deca su dužna da se staraju o svojim roditeljima i na taj način postanu dostojni roditeljskog nasleđa. Učitelji imaju obavezu da vole i vaspitavaju decu, a učenici da budu pažljivi prema učiteljima. Svojim učenjem, odnosno filozofijom budizam je satakao socijalne vrednosti koje bi s pravom mogli uzeti kao univerzalni obrazac za celokupan razvoj čovečanstva.

Porodica u šinto kulturi

Porodica je i u Japanu važna institucija. Od svakog čoveka se očekivalo da se oženi i ima decu. Muž je mogao da se razvede od žene ako nije rađala. Ako bi rađala samo kćerke, mogao je da usvoji muško dete da mu se ne bi ugasilo ime i imetak, jer ženska deca nisu imala pravo nasleđivanja. Deca su vaspitavana na kineskim vrlinama, pod neposrednim uticajem budizma pre svega, i poštovanju svojih roditelja. Dobro organizovana i disciplinovana porodica obezbeđivala je čvrstinu i stabilnost društva. Svi članovi porodice bili su dužni da pokazuju poštovanje prema svojim precima koji obezbeđuju zaštitu svih živih članova porodice. Sloboda se shvatala na nivou patrijarhalne porodice, a ne pojedinca člana porodice. Otac je mogao da ubije svoje dete, da ga proda u ropstvo ili preda u prostituciju. Niži slojevi društva obično su živeli u monogamnom braku, dok su viši slojevi imali konkubine. Muškarci su imali "pravo" na neverstvo. U slučaju da muž uhvati ženu u preljubi, imao je pravo da je odmah ubije. Ista sudbina bi zadesila i njenog ljubavnika. Prostitucija je imala organizovan karakter. U samom Tokiju u Crvenom kvartu prostitutki je bilo, navodi se u literaturi, petnaest hiljada. Najbolje obrazovane bile su *gejše*, koje su imale dobar umetnički nastup i sposobne u književnom kazivanju isto kao i u ljubavi. Šogun *Ijenari* 1822. godine izdao je edikt protiv gejši koje ocenjuje kao prostitutke. Uprkos tome, mnoge porodice i grupe nastavile su sa pozivanjem gejši da ih zabavljaju. Ne retko prihvatanje uloge gejše bilo je posledica opšte oskudice porodice i jedini način da se porodica spase od gladi, siromaštva i bede. Od davnina, a posebno u novije doba porodica u šinto

kulturi neguje rad, odgovornost, poštovanje, istrajnost, samousavršavanje, kult predaka i dr. Brojne su svetkovine i običaji koje poštuju verujući za čije trajanje veliku ulogu ima porodica religijske filozofije šinto.

Brak, porodica i deca u jevrejskoj religiji

Brak, porodica i deca imaju značajno mesto od trenutka prihvatanja deset božjih zapovesti. Vremenom ove zapovesti poslužile su kao osnova iz koje je nastao Stari zavet sveta knjiga Jevreja. Knjiga u suštini oblikuje ukupan društveni život. Tako je opstanak, napredak i sigurnost ovog naroda isključivo u zavisnosti od ispunjavanja božjih zapovesti: "učiniću da budete plodni, umnožiću vas i ispuniću savez svoj sa vama". U slučaju ne poštovanja božjih zapovesti biće kažnjeni mnogim kaznama: "neće rađati roda svog". Udaja devojaka bila je usko vezana za imovinske odnose i sprečavanje usitnjavanja imovine. Zbog toga je udaja bila jedino moguća u okviru svoga plemena "one će se udavati za koga one budu htele, ali samo nek se udaju u porodici svog plemena, da se ne bi prenosilo nasleđe sinova Izrailjevih iz jednog plemena na drugo". Bila je dozvoljena poligamija i brak sa strankinjom, ali u slučaju da kasnije ne želi da mu bude više žena ne sme je prodati već je mora pustiti da slobodno ode kuda želi. Neka vrsta prinudnog braka bila je u slučaju kada je muškarac u vezi sa neisprošenom devojkom: "i zato što je osramotio uzeće je za ženu i neće moći da je otpusti dok je živ". Bio je utvrđen stepen srodstva za sklapanje braka sa specifičnim podvrstama braka levirat i sororat i zabrana preljube. Ustanovljena je zabrana homoseksualnih odnosa i zabrana zoofilije. Žena je u obavezi da radi i obavnja sve poslove: "Bez obzira na pomoćnicu koja ženi pomaže u obavljanju kućnih i poljskih poslova, žena mora da radi". Roditelji i deca stoje u specifičnom odnosu koji odlikuje permanentno vaspitanje dece i kontrola razvoja dece od strane roditelja. Ovo religijsko učenje ističe da nije dovoljno samo kupiti i dati deci, već je neophodan stalan nadzor dece. Ističe se značaj učenja kao načina za uspešno rešavanje svakodnevnih praktičnih pitanja i problema sa kojima se čovek nužno suočava. U suštini učenje je stalan i generacijski proces: "Naučio sam mnogo od učitelja svojih, od drugova svojih više nego od učitelja svojih, a od učenika svojih više nego od svih". Školovanju dece ova religija pridaje veliki značaj. Zbog toga je društvo u obavezi da u svakom gradu postavi učitelje, da u škole idu deca od šest i sedam godina, da se slabiji učenici druže sa boljim i vrednijim. Deca su bila podvrgnuta podučavanju, čitanju, zakonima i istoriji svojih predaka, tako da su deca starosti od 13 godina učestvovala u razgovorima, pitana za mišljenje i da su stariji sa decom vodili ozbiljne razgovore. Kako su deca doživljavala sebe i svoje poznavanje vrednosti društva vidi se iz njihovog stava: "Ako bi neko zapitao nekoga od nas nešto što se tiče zakona, odgovorili bi smo mu lakše nego kako se zovemo".

Levirat i sororat i njegova socijalna funkcija

Interesantna je praksa *levirat*, odnosno sklapanje jedne vrste dobrovoljnog braka. Bio je rasprostranjen među narodima starog istoka: Hurita, Hetita, Asira i dr. Samo je kao zakonska obaveza levirat postojao još ranije kod drevnog indijskog naroda. Ova podvrsta braka uneta je kao obaveza u Stari zavet. Dever je bio dužan da za ženu uzme snahu, ženu svoga umrlog brata u slučaju da ona nije imala muškog deteta ili je bila bez dece. Ovakav brak bio je motivisan produžavanjem imena svoga brata, i verovatno je imao za cilj socijalno obezbeđenje udovice i zaštitu od usitnjavanja (odnošenja u miraz) imovine. Od ove obaveze se docnije odustalo jer je bila u suprotnosti sa novim pogledima na brak i porodicu, položaj pojedinca u društvu i njegovoj odgovornosti za ličnu sudbinu. Nesumnjivo da je levirat u ta davnašnja vremena imao odgovor i rešenje za ondašnji život i dostignuti nivo društvenog razvoja. *Sororat* je bio običaj, a često i obaveza, da muškarac uzme za ženu sestru svoje umrle žene. Ovo je vrsta braka koji je proistekao iz grupnog braka gde jedan muškarac živi sa više sestara. Bio je rasprostranjen u mnogim krajevima sveta. Na Balkanskom poluostrvu bio je prisutan u Crnoj Gori, Bosni i Hercegovini, kod muslimana, kod albanaca u pokrajini Kosovu i Metohiji i albanaca u zapadnoj Makedoniji.. Uprkos nestanku levirata i sororata tragovi i obrisi ovih institucija

moгу se prepoznati u savremenoj socijalno motivisanoj praksi kao što su usvojenje, starateljstvo, hranjenišтво i slobodi vanbračne zajednice.

Porodica, brak i deca u hrišćanstvu

Jedna od dve najvažnije zapovesti kojih čovek treba da se pridržava jeste da "ljubi bližnjega svoga kao samoga sebe". Od ovog pravila, ističe religijska filozofija hrišćanstva, zavisi ostvarivanje svih drugih božjih zapovesti. Upravo zbog toga hrišćansko učenje uzima porodicu kao božansku tvorevinu u kojoj postoje jasne, od Boga date, međusobne uloge i odnosi: gde je žena podređena muškarcu, a deca poslušna prema svojim roditeljima. Zabranjuje blud, preljubu, zle misli, ubistva, klevete, lažno svedočenje, krađu i dr. Ovo učenje upućuje na to da u društvu postoji jasan redosled stvari i pravila ponašanja, podstiče međusobno pomaganje i prevazilaženje materijalnih i drugih teškoća. Briga o deci je od prvorazrednog značaja "nije dobro uzeti hleb od dece i baciti ga psima". Spasitelj zahteva neraskidivost braka jer je Bog stvorio ženu i muškarca koji u braku postaju jedno "a što je Bog sastavio čovek da ne rastavlja". Po ovom učenju ako neko odpusti ženu i oženi se drugom, čini preljubu. Otpust žene je dozvoljen samo ako čini brakolomstvo. Isus nastoji da mudrošću svojih saopštenja pokrene samoodgovornost svakog člana porodice i pokrene na angažovanje "ko ima uši da čuje neka čuje...ko može razumeti neka razume". Nesumnjivo da je u ovom religijskom učenju porodica osnovna ćelija društva gde se poštovanjem zapovesti: ne ubij, ne čini preljubu, ne kradi, ne svedoči lažno, poštuju oca svoga i svoju majku, ljubi bližnjega svoga, postiže najveći cilj svakog pojedinca. Taj cilj s jedne strane je večni život, a sa druge potpuno socijalizovana, zdrava i produktivna ličnost. Svakako, da je za ovo učenje porodica društveni prostor gde se usvaja i neguje ljudska dobrota, razumevanje, čestitost, pravednost i sl. što je uslov za stabilan i miran razvoj društva. Porodica u kojoj se neguje učenost, verovanje, privrženost, istrajnost, čestitost, doslednost, dužnost i samožrtvovanje obezbeđuje valjanu osnovu društvenog razvoja, konflikti su svedeni na najmanju meru, a društvo u takvim uslovima ima potpunu ravnotežu. U takvom društvenom ambijentu porodica je primarni prostor gde se sprečava svaki vid žudnje, nečistote, sramnih strasti i dr. Upravo na ovim pitanjima, danas se u savremenoj porodici i društvu u celini javljaju veliki problemi. Nepoštovanje utvrđenih vrednosti datih kroz božanski dekalog otvara prostor za brojna ponašanja strana i nespojiva sa životom i ponašanjem verujućih ljudi. Na tu opasnost upozorava apostol Pavle u svojoj poslanici Rimljanima ukazujući na: nepravdu, zlo, blud, lakomstvo, pakost, zavist, ubistva, svađe, lukavstvo, zloćudnost, klevetu, nepokornost roditeljima, izmišljanje zla, siledžijstvo, hvalisanje i dr.

Brak, porodica i deca u islamskoj kulturi

Prema starom islamskom učenju, zabranjeno je sklapanje braka između vernika i mnogobožaca. Za prekršaj ovog pravila preti se paklom. Dozvoljena je poligamija do četiri žene. Propisani su uslovi za sklapanje braka prema stepenu srodstva i zabranjene su bludne radnje u braku. Žene su u neravnopravnom položaju i o njima se staraju muškarci, jer je to po Božjoj volji i zbog toga one moraju biti poslušne. U odsustvu svojih muževa staraju se o imovini. Ženama se propisuje način oblačenja, tako da im svi izloženi delovi tela moraju biti pokriveni: "Reci ženama svojim, i kćerima svojim ženama vernika neka spuste haljine svoje niza se". Brak se može sklopiti i sa robinjom ako mladoženja nije imućan, ali uz saglasnost njenog gospodara. U vrlinama muškarci i žene su ravnopravni i to se od njih očekuje, "muškarcima pripada nagrada za ono što oni urade, a ženama nagrada za ono što one urade". Kada dođe do poremećaja bračnih odnosa preporučuje se posrednik-miritelj, po jedan sa strane bračnih drugova. Muškarac u braku je za jedan stepen iznad žene i može je otpustiti (uz tri puta ponovljenu reč "otput"), s tim da joj ne uzima ranije date poklone i može je velikodušno otpratiti (verovatno se misli na darove), ne sme zlostavljati otpuštenu ženu ni na njoj činiti nasilje. Razvedena žena se može vratiti svome bivšem suprugu ako se dogovore da mogu ponovo lepo živeti. Majka je u obavezi da svoju decu doji dve godine, a može za te potrebe naći drugu

dojilju. Otac je dužan da se stara o svojoj deci, da im u skladu sa mogućnostima obezbedi hranu i odeću i ne sme se zaduživati iznad svojih mogućnosti. Roditelji ne trpe štetu koju su učinila njihova deca i mogu ih se, u takvom slučaju, odreći. Suprug pre smrti treba unapred oporukom da svojoj ženi obezbedi održavanje za godinu dana i da se ona ne udaljava iz kuće. Žena posle smrti svoga muža je dužna da čeka četiri meseca i deset dana, nakon toga može je drugi muškarac zaprositi. U pogledu nasleđivanja muška deca imaju dvostruko veće pravo u odnosu na žensku, "muškom pripada toliko koliko dvema ženama", mada se veličina nasleđa određuje prema brojnosti naslednika i stepenu srodstva. Iz imovine koja je predmet nasleđivanja prvo se moraju isplatiti sve obaveze koje proističu iz ranije date oporuke ili duga. Naglašena je potreba odgovornog staranja o siročadi i njihovom razvoju kao i zaštiti njihove imovine od nepotrebnog trošenja i rasipništva. Kada stasaju za brak prepušta im se imovina i oni sami njome upravljaju. Kuran upozorava: od imovine siročadi što dalje, samo u slučaju ako želimo da je unapredimo do (njihovog) punoletstva.

Brak, porodica i etika Sika

Sike su razvile egalitaran odnos između muškarca i žene. Ovde je orijentacija podjednaka, i na ženski i na muški rod. Međutim, u filozofskom smislu prednost je, štaviše, data ženskom polu. Želje, nadanja i očekivanja u tekstovima sičkih mislilaca imaju ženski glas, jer se Vrhunskoj stvarnosti obraćaju sa "voljeni". Zbog toga Sike "na odvajnje muškarca i žene gledaju kao na nešto što poriče celovitost ljudske prirode". Nesumnjivo, da su sike još pre šest vekova odbacili diskriminaciju u odnosu na žene, odbacili paternalizam i ova dva pola smatraju ravnopravnim u svakom pogledu: patnji, nadanju, očekivanju, kao i u drugim životnim sadržajima. U tom kontekstu, posmatraju brak kao praktičan izraz međusobne ljubavi. Ljubav daje stabilnost braku, više ljubavi više stabilnosti. Ova srazmera, odnos između ljubavi i stabilnosti braka, važan je činilac u tome da se bračne čežnje za nečim ostvare i konačno spoje sa Vrhunskom stvarnošću. Zato mlada čekajući svog božanskog mladoženju, koji je u stvari personifikacija Vrhunske stvarnosti, izgovara reči: "O, moj zgodni, nedokučivi voljeni". Svi sadržaji, aktivnosti i delovanja čoveka izražavaju ljubav prema Vrhunskoj stvarnosti, kao što su: ljubav među supružnicima, njihovo međusobno ispomaganje, rađenje dece, rad i obavljanje poslova, briga o sopstvenoj higijeni i izgledu i činjenje dobrih dela. Osobe koje neguju ljubav u svim svojim životnim sadržajima žive u harmoniji sa božanskom rečju i okrenute su guruu (*guru mukh*). Ovakva vrednosna orijentacija isključuje egoizam. Sike ne trpe aroganciju i orijentaciju na sopstveno JA (*haumai*), odbacuju takmičenje, zlobu, posedovanje moći, okrenutost ka sebi (*man mukh*) i egocentričnost. Oslobođanje od egocentrizma ne može se postići spoljašnjim manifestacijama kao što su hodočašća, samoporicanja, zaklinjanja, post idr, već putem onoga što Nanak daje u *đapu*, odnosno jutarnjoj molitvi Sika: *slušati* (*sunia*), *verovati* (*mania*), *biti ispunjen ljubavlju* (*man kita bhau*).

Žene imaju zapaženo mesto u tradiciji Sika, i zauzimaju važno mesto u oblikovanju *sikizma*. Nanakovo učenje zahteva potpunu jednakost među svim ljudima. Protagonisti *sikizma* odbacivali su podređen položaj žene u Indiji, kritikovali su i odbacivali tradicionalni obred žrtvovanja udovica (*sati*) u času spaljivanja njihovih pokojnih muževa. Sa istom odlučnošću odbacivali su i islamsku tradiciju koja je nalogala pokrivanje lica i tela žena od javnosti (*purda*), energično su osuđivali ubijanje novorođene ženske dece koja su smatrana manje vrednim od muške. Žene su, ipak, smatrali nečistim u određenim mesečnim ciklusima, što je po običaju zahtevalo njihovo očišćenje. Međutim, učenje Sika, a posebno prvi *gurui*, naslednici Nanaka, insistirali su na otklanjanje svih barijera koje su žene držale u potlačenom i inferiornom položaju. Filozofija Sika smatra žene potpuno ravnopravnim sa muškarcima, čak ih smatra svetim, pre svega zbog rađanja: "Žene nas rađaju, u ženama nastajemo, Sa ženama se verimo, žene venčavamo. Sa ženama se sprijateljujemo, žene nastavljaju civilizaciju. Kada žena umre, traga se za novom ženom. Zahvaljujući ženi se održava red. Zašto onda smatrati inferiornom onu koja rađa velikane".

Djeca, brak i porodica u kulturi Sjevernoameričkih Indijanaca

Indijanski način života odlikuje se shvatanjem da se sve odvija cikličnim tokom, ali gde se od početka život sastoji u prihvatanju života u skladu sa duhom prirode i prihvatanju pravila života u plemenu. U ovom prirodnom (priroda) i društvenom (pleme) ambijentu odvija se neprekidni tok rađanja, rasta, braka, rada, starosti, smrti i dr. Način organizacije života Indijanaca je u svakom trenutku fizičko-duhovni, gde se duhovnost od fizičkog može odvojiti samo uslovno u proučavanju načina života Indijanaca. Tako, sve faze u rastu i razvoju pripadnika plemena su obeležene odgovarajućim ritualima, ceremonijama i pridaje im se velika važnost.

Deca su za sva indijanska plemena dar koji obezbeđuje budućnost, život i trajanje plemenu. Zdravlje budućeg priraštaja dece je osnovna preokupacija potencijalnih majki, zato one dosledno poštuju rituale i tabue sve u cilju dobrog zdravlja budućih beba. Novorođena deca se brižno i odgovorno podižu, zaokupljena su pažnjom roditelja i porodice. Životnom putu deteta (*poeh, teva*) prethodi ritual koji se kod *Teva* Indijanaca sastoji u tome, da žena koja je pomagala pri porođaju nakon četiri dana, po prvi put u zoru iznosi dete napolje, i simbolično čisti prostor na kome će spustiti dete kako bi oko deteta došli duhovi, potom ga podiže u pravcu istoka, zapada, severa, juga, ka nebu i zemlji. U ovom činu ona se istovremeno moli silama univerzuma i izgovara ime deteta. Slično tome je kod *Zunji* Indijanaca, s tim što žene po očevoj liniji osmoga dana po rođenju peru detetu glavu i iznose ga u trenutku izlaska sunca, pri tome ritualno bacaju brašno kukuruza u vetar i mole se duhovima za zdravlje i dug život deteta. Indijanci iz *Hopi* plemena, upražnjavaju isti ritual, samo što se on odvija nakon dvadeset dana po rođenju deteta. *Haida, Kvakiuti, Eja, Kuileute* i druga plemena sa severozapada upražnjavaju gozbu koju organizuje porodica povodom davanja imena detetu. Ova ceremonija podrazumeva *ples pripadnika plemena, pričanje i prepričavanje porodične prošlosti, gozbu i podelu poklona svojim pozvanim gostima porodice*. Ova ceremonija se odvija dva puta godišnje kada plemenske starešine pojedinačno primaju majke sa novorođenom decom i daju im imena. U zavisnosti u kojoj polovini godine su deca rođena, ona dobijaju odgovarajući atribut *letnje ili zimske osobe*, što određuje njihovu ulogu u njihovom budućem životu, obredima i ceremonijama životnog puta (*poeh, teva*). Ove ceremonije se praktikuju i prilikom *punoletstva, venčanja i sahrane*. Surove klimatske prilike na Arktiku i subarktiku kod Indijanaca *Inuita* uslovile su rasprostranjenu praksu usvajanja dece, ali i njihovog žrtvovanja.

Ime ima važnu ulogu za Indijance, jer znači predodređenost za nešto, budući način, sadržaj života, osobenosti koje roditelji i porodica žele da im dete ima u budućnosti, društveni status i dr. Kroz ime se želi da dete bude marljivo, snažno, hrabro, dobro, odgovorno, vredno, poštuje ograničenja i tabue, pa se zato imenu pridaje veliki značaj. Za odabiranje imena obično su zadužene starije osobe u porodici i plemenu. Interesantno je, koliko sadržaj i životni put (*poeh, teva*), kako bismo mi srpski rekli "sudbina", kod indijanske tradicije uslovljava izmenu imena. Naime, dečaci dobijaju drugo ime saglasno razvojnim fazama i životnim putevima. Nasuprot muškarcima, devojčice do kraja života zadržavaju ime koje su dobile na prvotnoj ceremoniji. Izuzetak su samo one devojčice koje su nežnog zdravlja ili nemaju sreće u životu. Po verovanju Indijanaca, promenom imena, što oni i čine, može se promeniti život deteta i novim imenom devojčica, u suštini, počinje život iz početka. Posle dobijanja imena rituali prate detinjstvo dece. U ovoj razvojnoj fazi porodica pokazuje da pravilno podiže decu, da se razvijaju u skladu sa kanonima plemena, buše im uši za minđuše, pričaju im priče iz prošlosti, dobijaju novo ime (*zreliji status*) i sve se završava poklonima koje porodica deteta daje gostima (*Lakota Indijanci*). Indijanci iz *Hopi* plemena, decu uzrasta od šest do osam godina smatraju dovoljno zrelim da shavate smisao svetih mesta, maski (kačine) i plesa. Kada dete napuni deset godina *Teva* Indijanci, praktikuju da ga polivaju vodom po glavi, dete čisti sveto mesto gde su se prvi put pojavili preci ovog plemena, biraju ko će ih od odraslih upućivati u sadržaj, način i život plemena. U ovom ritualu koji traje četiri dana, dečaci kao znak zrelosti dobijaju zaduženje da seku drva, a devojčice da spremaju hranu. Sve se završava ritualnim kupanjem dece čime ona ulaze u *fazu odraslog doba*. Takođe je kod indijanskih plemena uobičajeno ceremonijalno *obeležavanje puberteta devojčica i dečaka*. U tim ceremonijama od devojčica i dečaka se očekuje poželjno ponašanje, jer će, saglasno tom ponašanju biti i njihov budući

život. Tu se aludira na odgovornost, smernost, dobrotu i sve drugo što odrasli smatraju da je korisno i poželjno za devojčice, odnosno dečake. *Ove rituale prate ples, molitve za sreću dece, harmoniju i ravnotežu u prirodi.*

Brak je za Indijance sveta institucija, osnova porodice, održavanja i uvećavanja plemena. Zbog toga je u ovoj kulturi posvećivana velika pažnja ceremoniji sklapanja braka. U izboru mlade i mladoženje porodice su imale presudnu ulogu, što je bilo u skladu sa važećim moralom plemena. Venčanje je podrazumevalo gozbu, ples i darove. Tradicionalni obred venčanja kod *Hopi* Indijanaca nalaže da mladi par, koji želi da se venča u zoru, na istočnoj strani svoga sela prosipaju kukuruzno brašno, potom mlada odlazi u porodicu svoga izabranika, posti i kruni kukuruz. Dobija od porodice dve odore. Jednu oblači na dan venčanja, a u drugu će je nakon njene smrti sahraniti. Time se simbolizuje apsolutna pripadnost i odanost porodici i ovom domu. Na dan venčanja u domu mladoženje se obavlja molitva, a potom mlada predvodi povorku sa darovima do doma svojih roditelja koji im požele dobrodošlicu i gde ostaju da žive sve dok ne podignu sopstvenu kuću. Kod *Inuita* brak se ugovara još u detinjstvu između braće i sestara od tetke, strica, ujaka i drugih srodnika. Tradicija *Inuita* je dozvoljavala da istaknuti lovci i ugledne vođe mogu imati više od jedne žene. Takvo pravo ostali pripadnici ovog naroda nisu imali. Postojale su i varijante braka - levirat (posle smrti supruga, udaja snahe za devera, odnosno muževljevog brata) i sororat (posle smrti supruge, udaja svastike za zeta, odnosno sestrinog muža)

Suvremenost, brak i porodica

Sa stanovišta reprodukcije čoveka kao individue, klana i porodice, pa ako hoćemo i nacije, brak je nezamenljiv kao ugovorna ili emotivna zajednica dve osobe (ljudske jedinke) različitih polova kao osnova konačnog postignuća-*porodice* kao krvno srodničke zajednice. Zbog toga svi programi koji su usmereni ka podsticanju rađanja treba da počivaju na afirmaciji braka i porodice, da rezultiraju povećanjem broja rođene dece po jednoj ženi u fertilnom periodu. Zabrinjavajuće je da žena u Srbiji rađa 1,38 dece, u EU 1,54 u Aziji i Južnoj Americi 2,5 dece u Africi čak petoro dece. Veliki je problem i to što se stupanje u brak pomera ka tridesetoj godini. Subjektivni doživljaj samoga sebe danas se ne vidi u ostvarivanju očinstva i materinstva, već se savremeni čovek dobrim delom svog života predao hedonizmu, udovoljavanju sopstvenih potreba i sebičnih interesa (uistinu, mnogo toga je pritislo čoveka i spolja, kao rezultat nužnosti: zaposlenje, karijera i dr). U reprodukciji stanovništva se nalazi ishodište i za postojanje i za trajanje. Bez priraštaja stanovništva izlišne su sve studije i projekcije koje se bave arhitekturom i dizajniranjem država, regiona ili bilo kakvih dugih oblikovanja i tvorevina čovekovog grupisanja i razmeštanja. Zato su temeljne funkcije organizacije društva materijalno obezbeđenje i biološko održanje zajednice. Nemoguće je političko, ekonomsko, socijalno i kulturno trajanje i razvijanje društva bez produženja vrste: "Pa i kada je država uspostavljena, suštinsko upravljanje čovečanstvom ostaje u onoj najbolje ukorenjenoj od svih istorijskih ustanova - u porodici". Otuda, bez obzira na tip i vrednosni sistem društva, uvek je na vrhu država a na početku porodica. Natalitet odavno nije lična stvar pojedinca već interes opšti, državni, nacionalni i sa njime se najrazvijeniji deo sveta bori mobilisući sva sredstva i načine da izađe iz depopulacije. *Zvanično nastojimo da razrešimo demografsku negativnu stopu (prirodni priraštaj -4,7), a istovremeno urušavamo porodicu kao osnovnu ćeliju društva i pri tome legalizujemo, promovišemo i zakonom uređujemo emotivno seksualna, polna patološka stanja koja u suštini urušavaju smisao braka i porodice koji se pre svega sastoji u "proizvodnji" čoveka i njegovoj socijalizaciji - stvaranju produktivne i odgovorne ličnosti. Nesumnjivo da je porodica danas u velikoj krizi. Prvo, zato što se njena osnovna reproduktivna funkcija smanjuje do zabrinjavajućih razmera što se očitava u smanjivanju naše i ukupne evropske populacije koja se za sada održava samo zahvaljujući mehaničkom pomeranju, odnosno prilivu stanovništva iz vanevropskog prostora. Nizak priraštaj i industrijski način života svodi porodicu na dvogeneracijsku zajednicu. Takav trend se iz godine u godinu pojačava sa tendencijom da u našoj kulturi porodica postane zajednica roditelja i njihove maloletne dece. Čini nam se da prerani gubitak nadzora porodice nad svojim članovima, pre svega*

nad decom, za posledicu ima velike socijalne probleme u delu devijantnog, odnosno društveno neprihvatljivog ponašanja. Zbog toga trajnija, sadržajnija i bolja briga porodice omogućava: "duži period adolescencije, u kom mladi dobijaju potpuniju obuku i razvoj pre nego što počnu da se oslanjaju na vlastite sposobnosti". Nesumnjivo, da slobodu svake ličnosti ne prati istovremeno potrebna odgovornost za lične postupke, te se često lična sloboda pretvara u samovolju u sopstvenom izboru i postupcima prema užem i širem socijalnom okruženju. U aktuelnoj evropskoj kulturi porodica je uveliko u razgradnji, a društvo nije u stanju da valjano kompenzuje njene funkcije. Takvo stanje je izvanredna podloga za najveći broj problema sa kojima se suočava naša savremenost, a društvo bez obnavljanja i pojačavanja uloge porodice nije u stanju da sa svojim institucijama nadomesti tradicionalne vrednosti koje su negovane u porodici, pre svega u vaspitanju i razvijanju zrelosti ličnosti: fizičke, emotivne, intelektualne, socijalne i seksualne. *Imperativna je potreba da se brak i porodica podrže i afirmišu kao bio-socijalne jedinice u kojima se odvija reprodukcija porodice i čitave društvene zajednice.* Ali ne samo to, jer porodica još uvek ima značajnu ulogu u delu obrazovanja, vaspitanja, moralnog oblikovanja, privređivanja, zaštite, lečenja, predstavljanja. Nesumnjivo, da je porodica najkvalitetniji oblik stvoren na dugom putu homeostaze do danas, oblik je posebnog društvenog života, jezgro koje prima uticaje iz okruženja, a istovremeno zrači vrednostima koje imaju karakter običaja, tradicije, morala i neminovno time utiče na opštu sliku društva kao sinergične celine. Porodica je ujedno forma i suština, kumulativan društveni sklop vrednosti na osnovu kojih se u dostignućima i stepenu kulturnog razvoja narodi i civilizacije porede i jedni drugima prilagođavaju. Spravom se možemo osloniti na učenje da je: "Porodica je vrlo složena društvena grupa. Ona nije samo jedna biološka grupa u kojoj se zadovoljava polni nagon i u kojoj se rađaju deca. Ona je takođe i psihološka zajednica. Ta njena odlika manifestuje se u vaspitanju dece, navikavanju roditelja na decu, muža na ženu i obrnuto. Porodica je moralna i pravna zajednica. Njeno postojanje i odnosi unutar nje zasnivaju se na brojnim moralnim i pravnim pravilima. Član porodice koji ne poštuje ta pravila, koji zanemaruju porodične dužnosti i napušta porodicu podleže moralnim i pravnim kaznama...porodica je i ekonomska zajednica, tj. Zajednica unutar koje se organizuje podela rada..."

Literatura

- Vil Djurant, *Istočne civilizacije, Narodna knjiga- Alfa, Beograd 1995.*
 D i T Hubler, *Konfučijanizam, Čigoja, Beograd 2002.*
 Dragan Jakovljević, *Verske raznolikosti i tolerancija, časopis Politikologija religije, br. 2. Beograd 2008,*
 Dragoslav Kočović, *Religijska učenja, FPN, Beograd 2010.*
Enciklopedija živih religija, Nolit, Beograd, 1981.
 Zoran Bajić, Pavle B. Bubanja, *Sociologija, Fakultet za trgovinu i bankarstvo "Janičije i Danica Karić", Beograd 2004.*
 Kuran, *Sarajevo 1984.* prevod Besim Korkut.
 Madhu Bazaz Wangu, *Hinduizam, Čigoja, Beograd 2002.*
 Miroljub Jevtić, *Religija i odnosi među polovima, časopis Politikologija religije, br. 1. Beograd 2008.*
 Marko Mladenović, *Uvod u sociologiju porodice, Savremena administracija, Beograd 1977.*
 Miroljub Jevtić, *Nasilje i hinduizam, časopis Politička revija, br. 1. Beograd 2002.*
 Niki –Guninder Kaur Sing, *Sikizam, Čigoja, Beograd 2002.*
Oksfordska istorija Starog Egipta, CLIO, Beograd 2004.
 Paula R. Harc, *Taoizam, Čigoja, Beograd 2001.*
 Paula R. Harc, *Šinto, Čigoja, Beograd, 2002.*
 Sarvepali Radakrišnan, *Indijska filozofija, Prva knjiga, Nolit, Beograd 1964.*
 Slobodan M. Radošević, *Monaška civilizacija, Knjiga II, Centar za geopolitiku, Beograd 1994.*

TEST COMPOSITION AND VALUATION FOR THE EXAMINATION OF TECHNICAL STUDENTS WITHIN THE BOLOGNA STUDY PROGRAMME

SASTAVLJANJE I VREDNOVANJE TESTOVA ZA PROVJERU ZNANJA PREDMETA STUDENATA TEHNIKE U BOLONJSKOM STUDIJU

Jože Stropnik

*Faculty of Engineering, University of Ljubljana, Ljubljana, Slovenia
Strojarski fakultet, Sveučilište u Ljubljani, Ljubljana, Slovenija*

Abstract

One of the aims of the Bologna study programme is to change the organisation and methods of work with students, increase efficiency and performance, shorten the duration of the study and improve the knowledge of students. In order to achieve the set goals, students must be constantly active in individual subjects. This activity also requires the engagement of pedagogic workers, since it not only includes preparations for the pedagogic process, but also foresees a review and evaluation of seminar papers and homework, laboratory exercises, presentations and regular examinations with preliminary exams. Knowledge is tested at all levels of education with the aim to identify to what extent individual contents have been adopted, which will allow us to form the final grade on the quality of knowledge. In addition to the forms mentioned above, knowledge can also be tested through oral examination. Within the Bologna study programme, knowledge is most frequently examined through tests. If the composition of a test is appropriate, the obtained results may be used to determine the knowledge of an individual and obtain a good image on the overall generation. The article discusses the problems related to the drafting of tests and the structure of an exam used for regular testing of knowledge as well as a model of forming the final exam grade in a technical student's subject that includes the grades of all activities made by an individual student. The discussed model takes into account test valuation, which is the result of a statistical analysis of tests with regard to their contextual coverage, envisaged and actual

Sažetak

Među ciljevima bolonjskog studija je promjena organizacije i načina rada sa studentima, povećanje učinkovitosti i uspješnosti, skraćivanje trajanja studija te poboljšanje znanja studenata. Za ostvarenje postavljenih ciljeva studenti kod pojedinih predmeta moraju biti cijelo vrijeme vrlo aktivni. Ta aktivnost zahtijeva i veliku angažiranost pedagoških djelatnika, jer uključuje ne samo pripreme na pedagoški proces nego pretpostavlja i pregled i ocjenjivanje seminarskih i domaćih zadaća, laboratorijskih vježbi, nastupa te stalno provjeravanje znanja kolokvijima. Znanje provjeravamo na svim stupnjevima obrazovanja s ciljem utvrđivanja do koje su mjere pojedini sadržaji usvojeni i tako formiramo konačnu ocjenu o kvaliteti znanja. Osim nabrojenih oblika znanje možemo provjeravati i usmenim obranama. U bolonjskom načinu studija najčešće se primjenjuje provjera znanja testovima. Ako je sastav testa odgovarajući, dobivenim rezultatima možemo odgovarajuće odrediti znanje pojedinca i dobiti dobru sliku o cijeloj godini (generaciji). U članku je obrađena problematika sastavljanja zadataka i građa ispitnoga testa za trenutačnu provjeru znanja i model formiranja završne ocjene ispita predmeta studenata tehnike koja obuhvaća ocjene svih aktivnosti pojedinog studenta. Predmetni model uzima u obzir vrednovanje testova koji su rezultat statističke analize testova s obzirom na sadržajnu pokrivenost, predviđene i stvarne teškoće testa i objektivnost ocjenjivanja.

Ključne riječi

bolonjski studij, ispit, ocjenjivanje, statistička

complexity of the test and the objectivity of analiza, vrednovanje testa assessment.

Key words

Bologna study programme, exam, assessment, statistical analysis, test valuation

Uvod

Uvođenjem bolonjskog studija, između ostalog, želi se skratiti vrijeme studiranja i poboljšati usvojeno znanje studenata. Za ostvarivanje ovih ciljeva treba promijeniti pedagoški proces, što znači drugačiju organizaciju predavanja i vježbi i drugačiji način ocjenjivanja. Studente treba poticati i na veću aktivnost u pedagoškom procesu pojedinog predmeta. U ovom prilogu govori se o provjerama znanja studenata, sastavljanju testova, njihovom ocjenjivanju i vrednovanju. Predstavljena su iskustva iz predmeta Tehnička mehanika na Strojarskom fakultetu u Ljubljani.

Cilj je svakog obrazovanja da svaki sudionik u što većoj mjeri stekne planirana nastavna postignuća i kompetencije. Nastavna postignuća određuju što bi svaki pojedinac trebao razumjeti i znati i biti sposoban primijeniti nakon završetka procesa obrazovanja. Kompetencije su kombinacija znanja, razumijevanja, spretnosti i sposobnosti. Dijelimo ih na predmetno-specifične kompetencije (koje se odnose na pojedino stručno-znanstveno područje) i generičke kompetencije koje pojedinac razvija načinom rada (sposobnost analize literature, sinteze zaključaka, sposobnost rješavanja problema, povezivanje teorije s praksom, planiranje rada, pisana i usmena komunikacija..). Za nastavak uspješne karijere pojedinca nakon studija bitne su ponajprije generičke kompetencije.

Da bismo postigli ciljeve obrazovanja, mora i sudionik – student biti aktivan. Studijski rad studenta tehnike obuhvaća sljedeće aktivnosti: nazočnost na predavanjima, pripremu seminara i projekata, crtanje nacрта, aktivno sudjelovanje na teorijskim i laboratorijskim vježbama, studiranje literature, pripremu i polaganje kolokvija i ispita.

Na svim stupnjevima obrazovanja znanje provjeravamo zato da bismo utvrdili do koje su mjere usvojeni pojedini sadržaji i da bismo dobili konačnu ocjenu o kvaliteti znanja pojedinoga sudionika obrazovanja. Provjeravanje znanja može biti usmeno, pismeno, kroz izradu domaćih i seminarskih zadataka, ocjenjivanje laboratorijskog rada itd.

Nastavni cijevi

Sadržaj i opseg pojedinog predmetnog područja određuju nastavni, odnosno studijski programi i katalozi znanja s definiranim nastavnim ciljevima – sadržajnim standardima u kojima je navedeno do koje razine, uolikoj mjeri sudionici obrazovanja moraju svladati pojedini nastavni cilj. Kao što je poznato, nastavni ciljevi su sistematizirani različitim taksonomijama (Bloomova, Marzanova, Briggsova). Taksonomija nastavnih ciljeva sastavljačima testova pomaže u odabiru i analizi zadataka za provjeravanje, a također bi trebala usmjeravati i planirati izvođenje pedagoškog procesa. Kod nas se najčešće koristi Bloomova taksonomija koja nastavne ciljeve razvrstava u šest kategorija: poznavanje (obnavljanje činjenica, definicija, podataka, postupaka, metoda, obrazloženja) razumijevanje (prevođenje, interpoliranje, ekstrapoliranje poruka) primjena (stečeno znanje znati primijeniti u novim konkretnim okolnostima i situacijama) analiza (rašćlanjivanje gradiva na sastavne elemente i utvrđivanje veza i odnosa među njima) sinteza (povezivanje elemenata i dijelova u novu cjelinu, iskazuju se kreativnost i divergentnost) vrednovanje ili evaluacija (procjenjivanje ideja, rješenja, proizvoda itd. prema različitim kriterijima).

Često spajamo nastavne ciljeve. Takav je slučaj kod predmeta Tehnička mehanika u kojem koristimo sljedeća tri stupnja:

- I – znanje, ponašanje, poznavanje
 - razumijevanje
- II – primjena
- III – analiza
 - sinteza,
 - vrednovanje

Vrste i kvaliteta provjera znanja

Provjeravanje i ocjenjivanje znanja jedna je od glavnih i najodgovornijih uloga i zadataka svakog učitelja. Mogli bismo sažeti glavne svrhe ocjenjivanja s obzirom na ulogu nastavnika kao posrednika u stjecanju znanja, u odnosu između studenata i profesora, sljedećim trima točkama (Ramsden, 1992.):
 pomagati studentu da uspješnije uči
 studentu dati povratnu informaciju o njegovom napredovanju
 odlučivati o poboljšanjima poučavanja

Provjeravanje znanja je plansko i sustavno prikupljanje podataka o postizanju nastavnih ciljeva pojedinca koje na kraju vrednujemo nekom brojčanom vrijednošću (ocjenom). U ovom poslu nikada ne možemo obuhvatiti cjelokupno znanje studenta, nego samo manji ili veći uzorak. Znanje kod pojedinog predmeta možemo ocjenjivati nakon završenih predavanja ili obavljenih ostalih studijskih obveza kod pojedinog predmeta. To je bila česta praksa u prošlosti. U zadnje vrijeme se sve više afirmira kontinuirano provjeravanje znanja.

Kontinuirano provjeravanje znanja odvija se tijekom samog studijskog procesa. Na taj način student stalno provjerava svoje razumijevanje, a učitelj isto tako može dobiti informacije o tome kod kojih sadržaja mora produbiti ili pojednostaviti obrazloženja i utvrditi ih konkretnim primjerima, odnosno vježbama. Na visokoškolskom studiju tehnike znanje se provjerava pismenim i usmenim ispitima, kolokvijima, testovima i proizvodima studenata (domaće zadaće, programi, nacrti, seminarske zadaće, projektne zadaće, izvješća laboratorijskih vježbi). Svaka od navedenih provjera znanja ima dobre i loše strane, ograničenja i prednosti glede objektivnosti, ekonomičnosti i valjanosti. Zato je najbolje kombinirati različite načine provjere znanja.

Ocjenjivanje je objektivno kada na njega ne utječu obilježja ocjenjivača, niti okolnosti u kojima je ocjenjivanje obavljeno. Naravno, potpuna objektivnost ocjenjivanja nije moguća jer na ocjenjivanje uvijek utječe i socijalna situacija, a objektivnost ovisi o tipu zadataka kojima se provjerava znanje. Najobjektivnije je ocjenjivanje kod zadataka zatvorenog tipa. Kod usmenih ispita najteže je osigurati objektivnost ocjenjivanja, a također je osjetan i utjecaj subjektivnosti kod ocjenjivanja eseja, praktičnih proizvoda i zadataka otvorenog tipa.

Valjanost ocjenjivanja ovisi o tome kako provjeravanje znanja pokriva sve bitne sadržaje i ciljeve predmeta. Sadržajnu pokrivenost možemo razmjerno brzo osigurati, puno je složenije obuhvatiti nižu i višu složenost predmeta. S druge strane, bitna je i osjetljivost ocjenjivanja i zato u testove treba uključiti najviše zadataka srednje težine (između 40 i 60 %) .

Za ocjenjivanje je bitna i ekonomičnost, dakle postupci ocjenjivanja moraju biti takvi da dobijemo najkvalitetnije i upotrebljive rezultate uz neki razuman utrošak vremena. Za predmete s velikim brojem studenata (među koje ubrajamo i predmet Tehnička mehanika) primjereniji su zadaci

objektivnog tipa koji zahtijevaju razmjerno puno vremena za pripremu, ali relativno malo vremena za ocjenjivanje. Suprotno tome, za usmeno provjeravanje nije potrebno vrijeme za pripremu, ali je sama izvedba takve provjere vrlo dugotrajna. Isto tako je dugotrajno i ocjenjivanje seminarskih i projektnih zadaća, programa i nacрта te izvješća laboratorijskih vježbi.

Na što moramo paziti kod sastavljanja pismenih provjera znanja

Kod sastavljanja ispita ili testova najprije treba odlučiti koje nastavne ciljeve i sadržaje želimo provjeravati, odabrati tip zadataka i članke u njemu. Najmanju zaokruženu jedinicu u ispitu (testu) nazivamo zadatak i on može imati jedan ili više članaka. Ako zadatak ima više članaka, to je strukturirani zadatak koji može biti zatvorenog, otvorenog ili poluotvorenog tipa. Kod zatvorenog tipa zadatka, odnosno članka, odgovori su takvi da bi ih različiti ocjenjivači ocijenili potpuno jednako. Kod otvorenog tipa zadataka bi se različiti ocjenjivači u ocjenama mogli razlikovati. Kod potpuno otvorenog tipa zadataka ocjenjivači bi se mogli više razlikovali u ocjenama zbog subjektivnosti ocjenjivačevog viđenja pravilnog, odnosno dobrog odgovora za pojedini članak, odnosno zadatak.

Vrlo je važna procjena o vremenu rješavanja ispita (testa). Iskustvo većine visokoškolskih učitelja pokazuje da je studentima potrebno od tri do četiri puta više vremena nego bi za rješavanje ispita ili testa bilo potrebno sastavljaču. Treba izraditi sustav bodovanja s preciznim uputama.

Nakon završenog provjeravanja znanja trebamo obaviti analizu i pripremiti ljestvicu pretvaranja bodova u ocjenu. Za pretvaranje prikupljenih bodova u provjeri znanja u ocjenu vrijedi stalni (apsolutni) i promjenjivi (relativni) kriterij. Kod stalnog kriterija unaprijed odredimo bodove za pojedinu ocjenu. Vrlo je važan prag za postizanje pozitivne ocjene, on se obično temelji na zadovoljavanju minimalnih standarda znanja za predmet. Kod promjenjivog kriterija granice su postavljene s obzirom na rezultate u skupini. Iz iskustva nekih učitelja poznato je da postoji opasnost prethodnog dogovora među studentima pa potencijalno uspješniji studenti nisu pokazali svoje stvarno (veće) znanje. Na taj su način snižavali granice i prag za pozitivnu ocjenu. Za Tehničku mehaniku koristimo stalni kriterij, iako granice nisu uvijek iste.

Analiza testova, testovnih zadataka i pedagoškog rada

Analizom testa provjeravamo primjerenost pojedinačnih zadataka i dobivamo smjernice za možebitnu promjenu pedagoškog rada. Često naknadno utvrdimo da na testu ili ispitu nisu jednakomjerno pokriveni svi sadržaji i nisu bili provjereni planirani nastavni ciljevi, zbog čega je mogla uslijediti i neodgovarajuća ocjena. Među analizu zadataka ubrajamo ocjenu težine i diskriminativnosti zadataka, ocjenu pouzdanosti i objektivnosti ocjenjivanja.

Indeks težine it je odnos prosječnog broj bodova promatranog članka (zadatka, dijela zadatka, testa, ispita...) p_{sdt} i najvećeg mogućeg broja bodova promatranog članka p_{max} , dakle $it = p_{sdt}/p_{max}$. Ovaj indeks je u intervalu između 0 i 1. Ako je ovaj indeks između 0,8 i 1 znači da je članak vrlo lagan, srednje težak je ako je it između 0,5 i 0,8, težak ako je it između 0,2 i 0,5, vrlo težak ima it ispod 0,2. U pravilu bi trebao biti $0,3 < it < 0,7$.

Indeks diskriminativnosti id je razlika između proporcije p_z studenata iz gornjih 25 % rezultata koji su pravilno riješili zadatak i proporcije p_s studenata iz donjih 25 % rezultata koji su pravilno riješili zadatak, dakle $id = p_z - p_s$. Ovaj indeks nam govori kako zadatak razlikuje bolje od lošijih studenata. Ako je taj indeks za neki zadatak visok (kreće se u granicama od -1 do +1), znači da postoji velika vjerojatnost da će ga kandidati koji su ukupno uspješniji rješavati bolje, a manje uspješni slabije. A ako je id iznad 0,4 zadaci su vrlo dobri (trebao bi biti iznad 0,35), a ako je id manji od 0,2, zadaci nisu

odgovarajući. Kod zadataka s negativnim *id* radi se o pogrešnoj (nejasnoj) formulaciji zadatka i zbog toga se takvi zadaci trebaju temeljito preurediti.

Indeks pouzdanosti *iz* izražen je jednadžbom:

$$iz = (k/k-1)(1-(\sum s_i^2 / s_x^2)),$$

gdje je *k* broj stavki testovnog niza, s_i^2 varijacija *i*-te stavke i s_x^2 ukupna varijacija testovnog niza.

Indeks pouzdanosti je u granicama između 0 i 1, trebao bi biti iznad 0,9. Što je veća pouzdanost, to je niža standardna pogreška i obratno. Pouzdanost ocjenjivanja znači da bismo na ponovnom provjeravanju znanja dobili slične rezultate. Pouzdanost se mijenja s brojem stavki i kod dužih je testova veća. Ponajprije ovisi o jasnoći i jednoznačnosti pitanja.

Indeks objektivnosti *io* stupanj je usklađenosti između dvaju ocjenjivača i izračunat je kao Pearsonov koeficijent korelacije, a računa se pomoću jednadžbe:

$$io = \frac{\sum((x_i - x_s)(y_i - y_s))}{(n-1) s_x s_y}$$

Ovaj indeks je u granicama -1 do +1, svakako bi *io* trebao biti iznad 0,9. U jednadžbi je *n* broj kandidata, *x, y* su varijable, x_s, y_s su aritmetičke srednje vrijednosti obje varijable i s_x, s_y standardna devijacija obaju varijabli.

Kod analize rezultata pojedinih vrsta ocjenjivanja zanimaju nas i međusobne veze (korelacije) između ocjena. Očekujemo da će se uspjesi kandidata razmjerno dobro slagati u ocjenjivanju različitih aktivnosti sudionika obrazovanja. Vezu ovih uspjeha pokazuje Pearsonov koeficijent korelacije. Ova korelacija može biti pozitivna ili negativna, vrlo visoka, visoka, umjerena, niska ili neznatna.

Sastavljanje zadataka i testova iz predmeta Tehnička mehanika

Kod sastavljanja zadataka i testova pokušavamo u što je moguće većoj mjeri uzeti u obzir sve pozitivne spoznaje koje su bile opisane u prethodnim poglavljima. Tako se kod sastavljanja zadatka najprije odlučujemo koje sadržajne i kognitivne razine treba zadatak pokrivati. Nakon tog promišljanja slijedi ideja o zadatku koji bi, što je moguće bolje, odgovarao opisanim zahtjevima. U nastavku slijedi odluka hoće li zadatak biti duži ili kraći. Treba sastaviti tekst, a po potrebi i skicu i postaviti pitanja. Pitanja moraju biti koncipirana tako da njima provjeravamo upravo ono što doista želimo provjeravati. Za svako pitanje odredimo koji će sadržaj i koje nastavne ciljeve pokrivati (I., II. ili III.).

Sastavljač zadatka takav zadatak rješava i predvidi vrijeme rješavanja (koje mora biti tri puta duže od njegovog vremena). U sljedećem koraku za zadatak treba pripremiti sustav bodovanja s uputama za ocjenjivanje pojedinih stavki zadatka. Ovdje moramo predvidjeti sve putove rješavanja koji vode do ispravnoga rezultata. Upravo dobre upute i sustav bodovanja najviše pridonose objektivnosti ocjenjivanja, posebice ako zadatak ocjenjuje više ocjenjivača. Upute moraju biti kvalitetne kako kod ocjenjivanja ne bi došlo do dvojbi ili do pogrešnog razumijevanja zadatka. Zato su zadaci koji imaju dobro razrađen sustav potpitanja (strukturirani zadaci) primjereniji za objektivno ocjenjivanje od nestrukturiranoga zadatka. Objektivnost ocjenjivanja je bolja ako ocjenjivač kod svih kandidata najprije ocijeni prvi zadatak, nakon toga kod svih drugi itd. Na kraju slijedi i ocjena zadatka s obzirom na sadržajnu i kognitivnu pokrivenost i težinu zadatka. Tako sastavljeni zadatak je pripremljen za eventualno stavljanje u test provjere znanja.

Slično kao i kod sastavljanja zadatka, treba obratiti veliku pozornost sastavljanju testa. Zadaci moraju biti odabrani tako da je osigurana predviđena pokrivenost sadržaja i kognitivna složenost. Test neka sadrži od 25 do 35 % sadržaja I. nastavnih ciljeva, od 50 do 55 % II. i od 15 do 25 % III. nastavnih ciljeva. Kada je test sastavljen, treba procijeniti težinu testa i cjelokupno potrebno vrijeme za rješavanje. Predviđeni indeks težine *itp* trebao bi biti između 0,6 do 0,7. Ovaj indeks izračunamo po iskustvenoj formuli:

$$itp = (0,85 \times I(\%) + 0,6 \times II(\%) + 0,4 \times III(\%))/100$$

Za predviđene postotke pojedinih dijelova nastavnih ciljeva po formuli zaključujemo da je indeks težine od 0,6 do 0,64. Ako se pokaže da je predviđeni *itp* neodgovarajući ili da je vrijeme za rješavanje neprimjereno, treba promijeniti izbor zadataka i ponovo procijeniti primjerenost testa.

Građa ocjene iz predmeta Tehnička mehanika

Konačna ocjena ispita je objektivnija ako ju čini više različitih vrsta provjere znanja i aktivnosti studenta. Iz predmeta Tehnička mehanika (sa 60 sati predavanja i 45 sati vježbi) znanje provjeravamo pomoću triju testova, ocjenjivanjem domaćih zadataka i ocjenjivanjem izvješća s laboratorijskih vježbi.

Najrealnije je znanje iskazano s testovima i zato ih treba brižno pripremiti i ocijeniti. Na testovima studenti mogu prikupiti najviše 75 bodova.

Domaće zadatke studenti pišu tjedno. Zbog velikog broja studenata domaće zadatke ne mogu biti posve individualne i zato je vjerojatna velika suradnja (prepisivanje) između studenata. To treba uzeti u obzir kod ocjena domaćih zadataka. Unatoč navedenom, domaće zadatke imaju pozitivne učinke. Studenti se kontinuirano upoznaju s gradivom i zato lakše prate sadržaje predmeta. Isto tako se kod pregledavanja zadataka pokazuju određene pogreške ili nedostaci. S njima studente kontinuirano upoznajemo, a mogu se promijeniti i predavanja i vježbe. Domaćim zadacima studenti mogu prikupiti najviše 12 bodova.

Laboratorijske vježbe studenti obavljaju u skupinama, u svakoj je od 4 do 6 studenata. Svaka skupina izvodi 4 vježbe. Za svaku vježbu na raspolaganju imaju laboratorijsku opremu i predložak s tekstom vježbe. Studenti moraju opisati opremu, izvesti vježbu, zatražene količine izmjeriti i izračunati, napisati izvješće u kojemu je naglasak na nalazima mjerenja i izračuna. Studenti izvješće predaju neposredno nakon vježbe. Budući da vježbe izvode u skupinama, teško je precizno ocijeniti pojedinačni doprinos kod mjerenja, izračuna i koncipiranja izvješća. Zato na ocjenu utječe aktivnost cijele skupine. Iz izvješća s laboratorijskih vježbi student može prikupiti najviše 13 bodova.

Treba naglasiti da je očekivana objektivnost ocjenjivanja domaćih zadataka i laboratorijskih izvješća slabija od objektivnosti ocjenjivanja testova i zato ove ocjene trebaju imati manji utjecaj na konačnu ocjenu.

Na osnovi dobivenih ocjena testova, domaćih zadataka i laboratorijskih izvješća, izračunati su bodovi za konačnu ocjenu po formulama:

$$\text{za teoriju: } T_t = [0,8 \times \Sigma T_t + 0,2 \times (\Sigma T_{dn} + \Sigma T_{lv})]/0,65$$

$$\text{za vježbe: } T_v = [0,4 \times \Sigma T_t + 0,6 \times (\Sigma T_{dn} + \Sigma T_{lv})]/0,45$$

U napisanim jednadžbama ΣT_t suma je svih bodova iz testova, ΣT_{dn} suma svih bodova iz domaćih zadataka i ΣT_{lv} suma svih bodova iz laboratorijskih vježbi. Bodove nakon toga pretvaramo u brojčanu

ocjenu od 5 do 10 prema stalnoj ljestvici ocjenjivanja. Uobičajeno korištene granice za pojedine ocjene za Tehničku mehaniku prikazane su u tablici 1.

Tablica 1: Ljestvica za ocjenjivanje

Bodovi	... 42	43...51	52...62	63...75	76...85	86...100
Ocjena	5	6	7	8	9	10
Bodovi	... 39	40...49	50...62	63...75	76...85	86...100
Ocjena	5	6	7	8	9	10

Prikaz rezultata iz predmeta Tehnička mehanika

Iz predmeta Tehnička mehanika provedena su tri testa. Podjela bodova kod zadataka po kognitivnoj složenosti (I, II. i III. razina) za sve je testova prikazana u tablici 2. Na ovoj osnovi predviđene podjele bodova izračunali smo predviđeni indeks težine za pojedini test. Za prvi test je $itp = 0,614$, za drugi 0,594 i za treći 0,584.

Tablica 2: Podjela bodova kod zadataka prema kognitivnoj složenosti

Test →	1. test			2. test			3. test		
	I.	II.	III.	I.	II.	III.	I.	II.	III.
Kogn. slož. → Zadatak ↓									
1.	1	1	2	2	1		2		
2.	1	4	3		3	2		3	
3.	1	3	1		4		2	2	1
4.	3	2			2	3		2	2
5.		1		1	3	2		4	
6.	1			2				4	4
7.			1						
Ukupno bodova	7	11	7	5	13	7	4	14	7
Udio bodova (%)	28	44	28	20	52	28	16	56	28

U tablici 3 prikazani su stvarni indeksi težine it koje smo izračunali iz ocjena za pojedine zadatke, kao i za cijeli test. Rezultati su prikazani za dvije skupine, A i B koje su istovremeno pisale test i zbog toga bi pojedini zadaci kod obje skupine imale jednake it . Kao što vidimo, kod većine zadataka je glede it postignuta uravnoteženost, a još je bolja kod cijelog testa. U tablici 3 su navedeni stvarni indeksi težine testova koji od predviđenih odstupaju za 6,5 % kod prvog testa, za 16,7 % kod drugog testa i 33,2 % kod trećeg testa. Uzrok za takvo rastuće odstupanje uglavnom je uvijek u slabijoj pripremljenosti studenata za provjere znanja.

Tablica 3: Stvarni indeksi težine it (pojedinih zadataka i testa)

Zadatak	→	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	it testa	Br.proizvoda
1. test	A	0,71	0,39	0,5	0,74	0,8	0,4	0,69	0,563	67
	B	0,88	0,75	0,49	0,77	0,8	0,71	0,49	0,589	70
Maks.br.bodova		4	8	5	5	1	1	1		
2. test	A	0,64	0,33	0,57	0,7	0,44	0,2	-	0,505	64
	B	0,67	0,37	0,6	0,53	0,44	0,2	-	0,512	75

Maks.br.bodova		3	5	4	5	6	3			
3. test	A	0,54	0,21	0,55	0,64	0,6	0,3	-	0,448	67
	B	0,22	0,56	0,2	0,76	0,7	0,3	-	0,429	74
Maks.br.bodova		2	3	5	4	4	7			

Zanimljiva je korelacija među pojedinim ocjenama. Izračunati Pearsonovi koeficijenti korelacije navedeni su u tablici 4.

Tablica 4: Pearsonov koeficijent korelacije r_{xy} među pojedinim ocjenama

Usporedba ocjena	1.test – 2.test	2.test – 3.test	1.test – 3.test	testovi – lab. izvješća	testovi – dom. zadaće	testovi – konačna ocjena
r_{xy}	0,505	0,375	0,458	0,09	0,249	0,953

Vidimo da su korelacije inače pozitivne i među pojedinim testovima umjerene. Korelacija među ocjenama testova i laboratorijskih izvješća je neznatno pozitivna, što znači da povezanosti gotovo i nema. Mala pozitivna povezanost postoji među ocjena testova i domaćih zadaća. Dobra je povezanost među ocjenama testova i završne ocjene ispita. To znači da na završnu ocjenu bitno utječe uspjeh na testovima i samo malo ocjene iz laboratorijskih izvješća i domaćih zadaća.

Objektivnost ocjenjivanja testova ispitana je tako da su nekoliko slučajno odabranih testova neovisno ocijenila dva ocjenjivača. Razlike su bile zanemarive, što ukazuje na to da je objektivnost ocjenjivanja bila primjerena.

Opisanim načinom ocjenjivanja studentima su iz Tehničke mehanike bile zaključene brojčane ocjene (za teoretski dio ispita) koje su navedene u tablici 5. Za vježbe su u pravilu ocjene bile za jedan više od ocjena za teoriju.

Tablica 5: Ocjene teoretskog dijela ispita

Ocjena5	6	7	8	9	10	zbroj
Broj studenata	27	39	44	21	9	1	141
Udio (%)	19,1	27,7	31,2	14,9	6,4	0,7	100

Prosječna ocjena ispita je 6,63 što znači da je indeks težine ispita $it = 0,663$. Ispit je položilo 80,9 % studenata koji su ispit željeli položiti kontinuiranim ocjenjivanjem. Takva je uspješnost i očekivana u bolonjskom načinu studija. Ostali studenti imaju mogućnost polagati ispit na klasičan način, ali je kod tih ispita uspješnost vrlo mala (od 10 do 20 %).

Nakon završnog ispita studenti su u anonimnoj anketi ocjenjivali pedagoški proces za Tehničku mehaniku. Anketne liste predalo je 99 studenata. U anketi smo studente pitali o primjerenosti prikupljanja bodova za završnu ocjenu. Svi su se slagali s opisanim načinom – bilo je jako puno pohvala s napomenama da bi takav način morao biti i kod drugih predmeta. Na pitanje što je uzrok za dobar (odnosno loš) uspjeh, odgovorili su da na uspjeh utječu kontinuirani rad, polaganje kvalitetnih predavanja i vježbi, dobra predavanja i vježbe, izrada domaćih zadaća, testovi (manji opseg gradiva za provjeravanje nego na cijelom ispitu). Za slabiji uspjeh navodili su premalo učenja, premalo kontinuiranog rada, površnost, itd.

Zaključak

Prikazani model skupljanja bodova stalnim ocjenjivanjem različitih aktivnosti studenata pokazao se vrlo primjerenim, posebice s obzirom na broj studenata predmeta Tehnička mehanika. Na završnu ocjenu najviše utječu ocjene testova i oni zato moraju biti brižno pripremljeni. Odabir zadataka mora biti takav da je omogućena sadržajna pokrivenost, kognitivna složenost i time primjerena težina testa. Za objektivnost ocjenjivanja zadaci neka budu strukturirani, a moraju biti i pripremljene kvalitetne upute za ocjenjivanje. Ocjenjivanje domaćih zadaća i laboratorijskih izvješća je teže i zato je objektivnost ocjenjivanja manja. Zbog načina rada kod ovih je aktivnosti teško ocijeniti rad pojedinca. Ipak, ne bi imalo smisla odbaciti izradu i ocjenjivanja domaćih zadaća i izvješća laboratorijskih vježbi. Ovim aktivnostima studente potičemo na kontinuiran rad, otkrivamo eventualne nedostatke u studiju i pedagoškom procesu. Na taj način ove nedostatke možemo stalno i pravovremeno popraviti. Ocjene koje studenti dobiju iz tih aktivnosti ne utječu bitno utječu na konačnu ocjenu. Uspješnost iz predmeta bila je zadovoljstvo studentima i pedagoškim radnicima koji su sudjelovali u procesu obrazovanja.

Inače, vrijedi činjenica da dobar student sam od sebe počne studirati i zna povezivati gradivo s predavanja, udžbenika i vježbi te pronaći bit koju je sposoban primijeniti u novim okolnostima u svom budućem zvanju.

Literatura

- Biggs, John B.: Teaching for Quality Learning at University. Buckingham, SRHE&Open University Press, 1999.
- Drole, Roman: Metodologija pripreme elektronskega učbenika; Mehanika XV – Seminar, ZRSŠ, Ljubljana, 2008.
- Drole, Roman: Izpitni model. Državni izpitni center, Ljubljana, 2004.
- Kališnik, Miroslav: tretji strokovni posvet o maturi, Državni izpitni center, Ljubljana, 2001.
- Marentič Požarnik, Barica; Peklaj, Cirila: Preverjanje in ocenjevanje za uspešnejši študij, CPI, Filozofska fakulteta, Ljubljana, 2002.
- Marentič Požarnik, Barica; Lavrič, Andreja: predavanja kot komunikacija - Kako motivirati in aktivirati študente; znanstvena založba Filozofske fakultete, Ljubljana, 2011.
- Milekšič, Vladimir: Preverjanje in ocenjevanje, 1. del, Zavod RS za šolstvo, www.unisvet.si/index/get-file/uid
- Priročnik za preživetje z bolonjsko reformo: Kaj? Zakaj? Kako?; <http://www.uni-lj.si/files/ULJ/userfiles/ulj/novice/>
- Ramsden, Paul: Learning to Teach in Higer Education. London, Routledge, 1992.
- Sagadin, Janez: Statistične metode za pedagoge, Obzorja, Maribor 2003.
- Stropnik, Jože; Šterk, Peter: Analiza napak pri maturi 1999- 2008, Maturitetna mehanika VI...XV, Seminar, ZRSŠ, Ljubljana, 1999- 2008.
- Stropnik, Jože: Preverjanje in ocenjevanje študentov – Seminarska naloga iz visokošolske didaktike (B. Marentič-Požarnik, C. Peklaj), Ljubljana, 2000.
- Stropnik, Jože: Udžbenik za studente tehnike u bolonjskom studijskom procesu, Infomatologija, Vol.43, No.2 , (2010), HKD, Zagreb
- Za lažjo interpretacijo statistične analize mature..., Državni izpitni center, Ljubljana, 1997.

"BOLOGNA" EDUCATIONAL PROCESSES AND COMPETENCE OF TEACHERS

«BOLONJSKI » OBRAZOVNI PROCESI I KOMPETENCIJE NASTAVNIKA

Vladimir Rosić

University of Rijeka, Rijeka, Croatia

Sveučilište u Rijeci, Rijeka, Hrvatska

Abstract

Emphasizing the importance of teacher as participants in educational system, and by that the necessity of improving the quality of their education, are the constant of every time, and even our own. Academic year 2005./06. introduced novelty to the higher education, which is also known as the Bologna process.

Competencies and competence based teacher education are discussed in the context of European global changes. The paper focuses on discovering the theoretical framework for competence and competence based teacher education in order to achieve understanding among experts, free from modernism and absolute adoption of pragmatism present in the contemporary education policy. This study discusses a personal and professional development of a teacher and the development of practical competence. Competence is defined as a developmental category which to a large degree influences lifelong learning and research.

Keywords

communication, science, Bologna reform, education, competences

Sažetak

Isticanje važnosti nastavnika kao sudionika obrazovnog sustava, a time i nužnost poboljšanja kvalitete njihove naobrazbe, konstanta su svakoga vremena pa i ovoga našeg. Akademski godinu 2005./06. donijela je novinu u visokom obrazovanju pod nazivom Bolonjski proces. Kompetencije i obrazovanje nastavnika temeljeno na kompetencijama razmatraju se u kontekstu europskih globalnih promjena. Rad je usmjeren na otkrivanje teorijske osnove kompetencije i obrazovanja nastavnika na kompetencijama kako bi se postiglo razumijevanje među stručnjacima oslobođeno modernizma i apsolutnog prihvatanja pragmatizma iskazanog u suvremenoj obrazovnoj politici. Postavlja se pitanje koje su to kompetencije nastavnika koje im pomažu da se nose sa zahtjevima društva znanja. Kompetentnost određujemo kao razvojnu kategoriju koju u velike određuje i spremnost na cjeloživotno učenje i istraživanje.

Ključne riječi

komunikacija, znanost, bolonjska reforma, obrazovanje, kompetencije

SETTING SCHOOL PRIORITY GOALS FROM TEACHERS' AND STUDENTS' STANDPOINT

PRIORITETNI CILJEVI ŠKOLE S GLEDIŠTA UČITELJA I UČENIKA

Nina Stropnik Kunič

Elementary School Louis Adamič, Grosuplje, Slovenia

Osnovna škola Louisa Adamiča, Grosuplje, Slovenija

Abstract

The article discusses the formulation of priority goals of a school in line with its developmental vision and the subsequent implementation of those in the classroom. It deals with the process of setting crucial teaching and learning goals at the school level, at the level of working groups and at the level of individual teachers. The article touches upon the process of devising action plans valid for entire working groups, as well as individual goals set within the same framework with the aim of fulfilling the school vision of the future educational work. Two goals are highlighted in the field of language learning: improving literacy as a learning goal and developing learning and working strategies as an educational goal. Within this framework special emphasis is put on developing reading comprehension and monitoring general student's progress in developing all language skills by means of a language portfolio. Activities will be carried out within the project set by Ministry of Education and Sport of Republic Slovenia, which is System of Quality Assessment and Assurance in the Field of Education (as part of Operational Programme for Human Resources Development for the period 2007-2013). The article also presents the process of gathering and analyzing the data, students' progress, and critical assessment of the process of self-evaluation, bearing in mind the overall goal of empowering the teachers and schools for the assessment and assurance of a quality learning process.

Keywords

education, literacy, learning strategies, reading comprehension, self-evaluation

Sažetak

Članak se usredotočuje na kreiranje prioriteta ciljeva škole u skladu s vizijom škole te njihovom implementacijom u nastavni proces. Predstavljen je postupak kreiranja prioriteta ciljeva učenja i nastave na razini škole, stručnih aktiva te pojedinih učitelja. Tomu je posvećeno kreiranje akcijskih planova na razini stručnih aktiva i individualno postavljeni prioritetni zadaci koji vode ostvarenju vizije škole. Nit vodilja praćenje je razvoja pismenosti kao obrazovnog cilja te jačanje radnih navika te navika učenja kao odgojni cilj kod nastave stranih jezika. Unutar tih krovnih ciljeva opisan je postupak poticanja razumijevanja pročitanoa i praćenje općeg napretka učenika pomoću jezičnog portfelja. Aktivnosti će biti provedene u okviru projekta Ministarstva za školstvo i sport Republike Slovenije *Utvrdjivanje i osiguranje kvalitete u obrazovanju i osposobljavanju* (u okviru *Operativnoga programa razvoja ljudskih resursa za razdoblje 2007-2013*). Opisan je postupak prikupljanja i analiziranja podataka, učenikov napredak te kritička ocjena samoevaluacije u svjetlu cilja da se jača mogućnost učitelja i škola za utvrđivanje i osiguranje kvalitete.

Ključne riječi

obrazovanje, pismenost, navike učenja, razumijevanje pročitanoa, samoevaluacija

Great demands are posed on the contemporary school. Not only should it respond to socio-cultural changes, economical changes, and technological changes, which reflect globalization, digitalization and general development and adapt accordingly, it should in many ways anticipate the future trends and detect possible professional needs in order to equip students with the knowledge, skills and

learning strategies which would enable them to meet the forthcoming challenges, lead successful careers and effectively participate in various spheres of life. The future labour market will need not only employees capable of reproducing the knowledge, but being able of creatively inventing new knowledge, which will demand learning at the level of synthesis, with learning strategies such as association, capacity of making new combinations, and the ability to redefine a problem from an opposite angle or point of view. Veen (2007) is not an isolated example when he poses the following question: « Can the current education system respond to the needs of the new generations' learning approaches? Can schools respond to the challenges of a rapidly evolving information society? »

There is no doubt that schools should change, the questions, however, remain: how to adopt new approaches with satisfying learning results and how to successfully transfer innovative projects into a new educational context without the undertone of imposing them by force. In other words, every variation of the curriculum, teaching models, schooling technology and learning environment should be made cautiously and sensibly as well as systematically and consistently.

First of all, changes should be implemented in the overall vision of the educational system redesign. Secondly, novelties imported from a different environment, within which they may function perfectly, should form a link with pre-existing concepts, rather than represent a complete rupture. In fact, every change is a process with new ideas working in conjunction with tradition, adapting refreshing insights to established approaches. Moreover, the concept of quality is valued differently in different environments and is far from being all-encompassing (Trnavčević, 2000). Thirdly, many authors (Komljanc et al., 2007) support the idea that bottom-up approach functions better than top-down approach. Much more favourable results can be detected when the need for change arises directly from the school, or is at least felt as being necessary in that particular institution. Teachers base their willingness to try a different approach on their own practice with greater inner motivation. When personal need for change is present, new methods prove to be more efficient and effective. It should be borne in mind, however, that a similar vision of a particular change should be shared on the national level, providing the necessary encouragement and support. Sustainable changes, nevertheless, demand an individual's disposition to at least partly depart from established models of thinking and perceiving and the willingness to accept alternative lines of thought. With the only constant in the future being the constant of continuous change, schools of the future should strive towards an open, co-operative and learning community with the capacity to alter and adapt.

The programme *System of Quality Assessment and Assurance in the Field of Education* (as part of [Operational Programme for Human Resources Development](#) for the period 2007-2013), sponsored by the *Ministry of Education and Sport of Republic Slovenia*, could be viewed within the fore mentioned context, that is favouring reforms stemming from the schools themselves rather than from external imposition. The project involves 74 institutions in the field of education and 4200 teachers and educators working in education and training organisations (from kindergartens, elementary and secondary schools to the university level). The aim is to equip individuals with the necessary knowledge to implement the model of external evaluation and self-evaluation. In that way school autonomy on the one hand, and unity at the national level on the other, may be achieved simultaneously. Furthermore, by developing the ability of evaluation and self-evaluation, the project aims to:

- contribute to a greater effectiveness of the educational system empowering individual teachers during the process
- develop a long-term system of educating evaluators at the national level
- empower individual teachers and trainers and enhance the culture of evaluation in the field of education
- incite information flow regarding the quality of education and encourage cooperation among interested public and educational institutions

- draw information from the process of evaluation and use them for further changes and improvements

The educational training on evaluation, which will conclude in 2013, is being carried out by the *National school of Leadership in Education*. Legally it is supported by 48th and 49th article as stated in *Zakon o organizaciji in financiranju vzgoje in izobraževanja (ZOFVI)* and 16th article as stated in *Zakon o poklicnem in strokovnem izobraževanju (ZPSI)*. The training builds on and evolves from the existing school practice, inherent teaching skills, knowledge pool and detected shortcomings. The approach throughout the training is learner-based, coordinated by the team for self-evaluation (the head teacher and two co-workers), carried out in form of workshops. At *Primary School Louis Adamič Grosuplje* those are as follows:

- Setting priority goals of learning and teaching
- Planning improvements and self-evaluation (activities, criteria)
- Monitoring improvements (collecting and analyzing the data)
- Assessing leadership and other factors in the course of the process of self-evaluation
- Analysis and reflection as the basis for self-evaluation
- Reports and long term planning of improvements
- Self-evaluating school model

The initial phase *Setting priority goals of learning and teaching* has been carried out through several steps. In the first step each participant listed five curriculum based learning goals that he or she wished his or her students to accomplish till the end of schooling. Furthermore, each individual listed five social skills, values or standpoints he or she would like his or her students to internalize till the end of schooling. After that, group discussion followed, where each goal was ranked according to importance each individual assigned to it. All rankings were gathered and new points were allocated according to the hierarchical importance of the goal. After group consensus was reached, the variety of educational and learning goals was narrowed and finally the discussion converged into a single educational and learning goal shared, and felt as crucial, by all the participants. Then the group discussion proceeded towards a more tangible realization of the goal, namely, the participants had to list students' characteristics and activities upon which the teacher could decide whether the goal has been achieved or not. Furthermore, the group had to decide upon three school activities with which we could move towards the accomplishment of the set goals. According to points allocated to individual goals two priority goals were set: improving literacy as a learning goal and developing learning and working strategies as an educational goal.

As far as improving literacy goes, different aspects of the concept were highlighted. They included: transforming information from a linear text in form of a mind map; extracting information from the text to compete charts, tables, graphs; developing different reading techniques; answering comprehension check answers, searching the information on the world wide web; writing notes, invitations, requests and several others. Developing learning and working strategies within the context of prioritizing an educational goal went in the direction of discussing working habits, learning methods and learning skills techniques and strategies. Three factors contributing to the development of this goal were outlined: parents by providing external motivation, positive example and control, teachers with professional knowledge of children development and their capability of choosing the most suitable learning strategy for a particular developmental phase and learners' active role in the process of education.

The workshop concluded in the general feeling of accomplishment, without ignoring the obligatory and always present trace of skepticism, as well. Nevertheless, the sense of positive, solution-oriented

feeling was probably due to the fact that the priority goals were set gradually, stemming from every individual's standpoint. When in the course of the ranking process various opinions converged into one goal that was not too abstract or farfetched. In fact, due to the process itself, it was such, that individuals were able to relate to personally, with intrinsic motivation and personal involvement. In other words, the goal, determined as a result of discussion and in the atmosphere of open dialogue among peers and "critical friends" had perhaps a better starting point and a prospect to succeed than the same goal imposed, for example, from the Ministry of Education, in the form of a top-down approach.

In the subsequent phase *Planning improvements and self-evaluation* the discussion moved towards the level of professional working groups and it concentrated on each individual subject matter and the necessity to plan suitable activities to enable and monitor improvement. Before embarking on the task of planning, the importance of the following issues had to be established: why is it important to plan our future actions, what do we plan, who devises the plans and how do we plan effectively? Many advantages of effective planning were mentioned such as: realistic attainment of the goals in the actual practice; correlation between existing activities and current documentation; better general overview that teachers, working groups and school in general have over the improvements; empowerment of individuals with new skills and additional knowledge; interdisciplinary and intercurriculum cooperation, higher responsiveness to demands and expectation; easier formulation of follow-up reports; unification at the national school level in the sense of common outline of priority goals, common vision, unified pro-change course of action, common decision taking.

Among the most commonly voiced drawbacks were: time toll; goals, which are either too broad or too vague; too many activities and criteria, which results in too much data to process; unclear relations between various levels of the evaluation project; missing link between school documentation and activities, which were carried out; general working atmosphere and culture, paper work overload.

For effective self-evaluation certain starting points had to be established. First of all there are formal premises that range from legally set norms of teachers' jurisdiction and responsibility, to more or less standardized educational and learning goals. It can't be ignored that schools coexist with other schools within the network of public schooling, with approximately the same pedagogical premise of educating children according to the school vision and its code of values stated in the internal school act *Vzgojni načrt*. Within that context, external forms of examination in forms of *Nacionalno preverjanje znanja* and *Matura exam* set, in a certain degree, a comparable quality scale. If we move beyond the national level, schools relate to findings from various international projects and accept trends arising from European schooling systems or those existing in the educational field worldwide.

Furthermore, effective planning requires a comprehensive analysis of the current state of affairs, which can be carried out via self-evaluating questionnaire, or various types of SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) (Zupančič, 2011) as a framework for analyzing school's internal strengths and weaknesses, as well as the opportunities and threats, which might be faced during the process. There are also obligatory annual interviews with teachers, carried out by the head teacher, through which individual teachers can voice their visions at a more personal and perhaps more straightforward level. Another already existent instrument of analysis is a document *Letni delovni načrt šole* (*Annual school work report*), a formal document, supplementing teachers' personal work plans (*Osebni letni delovni načrt strokovnega delavca*) on the basis of which the school enables and systematically fulfills goals as determined by the legislation and the realization of which is examined at the end of each school year.

In the overall picture of planning, in order to devise plausible plans with attainable goals, we had to negotiate between several aspects during our activity of plan formulation. They were as follows: "what is legally required and has to be done, what is expected and should have been done, what is desired and is hoped to be done, and finally, what is the real state of affairs and has to be taken in consideration." (Zupančič, 2011)

Bearing all that in mind, the workshop at *Elementary School Louis Adamič Grosuplje* proceeded to another level in the process of self-evaluation, that is devising action plans of improvements. They

were to be devised in the context of working groups, in our case teachers of foreign languages. In those we should have incorporated the vision of the school; principal area of quality improvement; priority goals; activities which would enable the accomplishment of the goal; criteria for monitoring the attainment of the goals, schedule of data collecting, monitoring and assessing the results; and possible contributing factors, which influence the final result. While considering the goals we were encouraged to make use of verbs with positive connotation, such as: improve, increase, change, introduce, incite, ecc. and to decide for goals, which are SMARTER. That is: **S**pecific; **M**easurable, motivational; **A**chievable, attainable, accountable; **R**ealistic, relevant; **T**ime specific, tangible; **E**cological, ethical, evaluative ; **R**ewarding (Zupančič, 2011).

When deciding on the goal within the context of priority goals determined at the school level, which were improving literacy as a learning goal and developing learning and working strategies as an educational goal, individual working groups had to consider which characteristics and activities could be anticipated from the students, which activities would be carried out in the function of monitoring the improvement, and under which set of criteria the progress would be evaluated. The foreign language teachers' group opted for developing reading comprehension as a means of improving literacy and monitoring general students' progress in developing all language skills by means of a language portfolio as fulfilling the educational goal of developing learning and working strategies.

As far as criteria for developing reading comprehension goes, we agreed upon analysis carried out through written exams. Even though the capacity of extracting appropriate information to successfully solve reading comprehension related tasks would be developed during school lessons, home assignments and various projects, the data for measuring the extent of improvement would be gathered by means of two written exams, one at the beginning of the school year and the other at the conclusion of it. The aim was to measure the number of misinterpretations and wrong answers and discuss the possible causes.

The aim of language portfolio was to raise critical awareness of students, leading them towards independent life-long learning. The benefits of a language portfolio are, according to the *Language Policy Division of the Council of Europe*, " to support the development of learner autonomy, plurilingualism and intercultural awareness and competence; to allow users to record their language learning achievements and their experience of learning and using languages." (Council of Europe, 2011). By being able to evaluate their progress in language learning, by setting their own goals and voicing their attitude to language learning at large, we attempted to evoke the idea of taking part in sharing the responsibility for their success, or, in the opposite case, the lack of it. In addition, in a form of a questionnaire we collected data about their attitude towards foreign language learning, asking them what they could do themselves to improve their proficiency in the English language and what they had actually done to achieve that.

In the course of data gathering and monitoring of the development of the priority goals, another workshop took place. The aim was to discuss the advantages and eventual limitations of the process of evaluation. It turned out that the majority of participants felt that the greatest impact was felt in the improvement of students' performance, as well as in the increase of the effectiveness of teaching and learning processes. Furthermore, many believed it improved the general atmosphere and the culture of dialogue and favoured productive cooperation among teachers. Some pointed out that the sense of responsibility for the quality of education, shared by all employees, had increased. It was also noted that activities and school projects which had been initiated and were already taking place prior to the beginning of the process of self-evaluation, had witnessed a new momentum during the process of evaluation, which also contributed to a better link between projects themselves. As far as limitations are concerned, the discussion concentrated on the doubts concerning the degree of effectiveness of the analysis and its general impact upon the learning and teaching processes, which was on the other hand also one of the advantages chosen by many. The discussion concluded with the reflection upon each individual's eventual contribution towards increasing the efficiency of the process of evaluation. Since the process of evaluation hasn't been concluded yet, the concluding analysis still awaits us. Nevertheless it must be noted that our senses have been sharpened and we have become more aware

of the existing strong points in school activities as well as of the shortcomings of the educational practice. Moreover, by debating about the priority goals with students and parents at teacher- parent meetings and council gatherings, the process has connected all the crucial participants, who all contribute their share to make learning effective and efficient and stress its life-long component. Moreover, students have gradually become much more active in accepting their share of responsibility with so far quite encouraging results.

Nevertheless, according to Cvetka Bizjak (2007), prior analysis in different schooling contexts has shown that verification of the results in the sense if they corresponded to the pre-set goals and the assessment of the progress proved to be the most difficult phases of the process of self-evaluation. She stresses the danger of teachers becoming demotivated without a tangible comparison of the initial state of affairs and the final stage when the goals have supposedly been achieved. Consequently, this puts the emphasis on the crucial quality of internalizing the priority goals by the part of the teachers. Even though they are no longer the sole responsible factor for learning, teachers are, nevertheless, still the promoters and the driving force of changes, which can, however, happen only if teachers themselves have inner motivation to solve the problem, possess the necessary knowledge to do it and have confidence in the outcome (Messner, 2005). In the education and training process, it is important to teach students not only to fulfill the objectives of a particular education programme, but it is also vital to teach them to independently set their own objectives in developing their future careers.

By self-evaluation teacher's weaknesses may be exposed as well, which makes the teacher's figure within the schooling context more vulnerable than it used to be. Even though self-evaluation, in one form or another, should be the ever-present constant in school work, quality cannot be enforced nor guaranteed by any education system, legislation or outside institution. The focus on quality, should, however be structured and permanent and the responsibility of each participant in the learning process.

References

- Brejc, M. (ur). 2008. *Študija nacionalnih in mednarodnih pristopov h kakovosti v vzgoji in izobraževanju*. Ljubljana: Šola za ravnatelje
- Brejc, M. (ur). 2007. *Professional Challenges for School Effectiveness and Improvement in the Era of Accountability: Proceedings of the 20th Annual World ICSEI Congress*
- Cankar, G. (ur). 2006. *Kakovost v vrtcih in šolah*. Ljubljana: Državni izpitni center
- Erčulj, J. (ur). 2008. *Kazalniki kakovosti na področju ravnateljevega dela*. Ljubljana: Šola za ravnatelje.
- Komljanc, N. and F. Cankar, T. Majer, and G. Mohorčič. 2007. *Innovation Projects as an Element of Slovenian School Practice Modernisation*. The National Education Institute, Slovenia. V: *Professional Challenges for School Effectiveness and Improvement in the Era of Accountability: Proceedings of the 20th Annual World ICSEI Congress*
- Kump, S. 1995. *Samoevalvacija v visokem šolstvu*. Andragoški center Republike Slovenije. Ljubljana.
- Ledić, J. 1996. *TQM- nova kakovost v visokošolskem izobraževanju*. V: *Vzgoja in izobraževanje*, 27. 11 – 16
- Marentič Požarnik, B. 2005. *Spreminjanje paradigme poučevanja in učenja ter njunega dnosa – eden temeljnih izzivov sodobnega izobraževanja*. *Sodobna pedagogika*, št. 1, str. 58-74
- Marinšek, S. (ur). 2008. *Zadovoljstvo staršev kot kazalnik kakovosti šole*. Ljubljana: Šola za ravnatelje.
- Messner, E. 2005. *Kaj naredi samoevalvacijo uspešno?* V: *Ustvarimo ogledalo za svojo šolo, Comenius 3 mreža o samoevalvaciji*. Str. 29 – 34. Ljubljana. Komisija za ugotavljanje in zagotavljanje kakovosti v vrtcih, osnovnih in srednjih šolah
- Milekšič, V. 1999. *Ogledalo*. V: *Vzgoja in izobraževanje*, 6, 16 – 26.
- Trnavčević, A. 2000. *O kakovosti še malo drugače. Raznolikost kakovosti*. Str. 9 – 25. Šola za ravnatelje. Ljubljana.

Trnavčević, A. (ur). 2008. *Evalvacija zadovoljstva s šolo*. Metodološki in vsebinski izzivi. Ljubljana: Šola za ravnatelje.

Vodenje v vzgoji in izobraževanju (2010), letnik 8, številka 2. URN:NBN:SI:DOC-T5BPOMBN from <http://www.dlib.si>

Velikonja, M. 1996. *Popolno obvladovanje kakovosti*. V: Družbena vprašanja, Rast 7 –8, 611 –616.

Veen, W. 2007. *Homo Zappiens and the Need for New Education Systems*, Delft University of Technology, oecd.org

Zupanc Grom, R., C. Bizjak 2007. *Self Evaluation and Action Research – the Path towards Greater Quality*. V: *Professional Challenges for School Effectiveness and Improvement in the Era of Accountability*. Proceedings of the 20th Annual World ICSEI Congress

Zupančič, J. 2011. *Usposabljanje za samoevalvacijo* (delavnice)

THE IMPACT OF TECHNOLOGY ON MODERN COMMUNICATION AMONG CHILDREN AND YOUTH

UTJECAJ SUVREMENE TEHNOLOGIJE NA NAČIN KOMUNIKACIJE MEĐU DJECOM I MLADIMA

Renata Batelić

Abstract

The availability of new technologies and the opportunities they offer significantly affect lives of all us but especially the lives of children and young people among which is advanced use of modern methods of communication has created new forms and ways of communication. Due to the increased incidence of spending time in front of computers, internet, various forums and chat services, youth create new words that enter into their everyday communication and thus they created new "languages" that they use among their generation. This new language often leads to confusion in communication between different generations and misunderstandings. Using abbreviations such as SMS messages, by which young people shortens forms and shapes, they lose the spirit of language, and deepens the gap between older and younger population. This new mode of expression certainly requires further consideration and study.

Keywords

technology, communication, society, youth, language

Sažetak

Dostupnost novih tehnologija te mogućnosti koje one nude u značajnoj mjeri utječu na živote svih nas a posebno na živote djece i mladih koji sve naprednijim korištenjem suvremenih metoda komuniciranja stvaraju nove obrasce i načine komunikacije. Zbog sve češćeg provođenja vremena na računalima, internetu te raznim chat servisima i forumima mladi stvaraju nove riječi koje ulaze u njihovu svakodnevnu komunikaciju i na taj način kreiraju nove "jezike" za korištenje među svojom generacijom. Novostvoreni jezik često dovodi do zabuna u međusobnoj komunikaciji među različitim generacijama a često i do neshvaćanja izgovorenog. Korištenjem kratica primjerice u sms porukama, kojima mladi skraćuju jezične forme i oblike, gubi se duh jezika ali i produbljuje jaz među starijom i mlađom populacijom. Taj novi način izražavanja zasigurno iziskuje daljnje razmatranje i proučavanje.

Ključne riječi

tehnologija, komunikacija, društvo, mladi, jezik

IN THE CIRCLE OF THE FUTURE OF EDUCATION

U KRUGU BUDUĆNOSTI OBRAZOVANJA

Miroslaw Z. Babiarz , Daniel Kukla¹

Akademia Ignatianum w Krakowie, Krakow, Poland; Akademia im. J. Długosza w Częstochowie, Poland¹

Akademia Ignatianum, Krakow, Poljska, Akademia im. J. Długosza, Częstochowie, Poljska¹

Abstract

Education is the branch, which shapes the design and functioning of the other members of society. From the level of education, quality of teachers depends the development of our country and its competitiveness. Globalization processes necessitate the preparation of an entirely different citizen, of another man, who will be able to adapt to social, cultural, economic changes. We do not live in the vacuum and modern education should prepare the individual, being a citizen of the world, not just Europe.

Key words

Education, future, globalization

Sažetak

Obrazovanje je područje, koja oblikuje i funkcioniranje ostalih dijelova društva. Od razine obrazovanja, kvalitete nastavnika ovisi razvoj naše zemlje i njezine konkurentnosti. Globalizacijski procesi zahtijevaju pripremu za sasvim drugačije građane, drugog čovjeka, koji će biti u mogućnosti prilagoditi se socijalnim, kulturološkim, ekonomskim promjenama. Mi ne živimo u vakuumu i moderno obrazovanje treba pripremiti pojedinca, da bude građanin svijeta, a ne samo Europe.

Ključne riječi

obrazovanje, budućnost, globalizacija

Introduction

The contemporary world, particularly education, pose many challenges and demands on today's teacher educator as the creator of the future society. In the current hierarchy of objectives of education and upbringing a strong emphasis is put on the formation of personality and attitudes, and then on the development of necessary skills and equipment in knowledge. Without a doubt, this order has an impact on creation of individual creative units, open and yet independent, and thus corresponding to the ideal of the times in which we live.

Federic'o Mayor in the report "Future of the world" writes "many challenges will bear the future of education in the next twenty years. The first challenge is the availability and continuous updating of skills of teachers at all levels. Today, the quality of education depends on the quality of the teaching staff and the generosity." Dynamic socio-economic changes taking place in the world today are not without significance to the impact on education. Educator as a profession has many meanings. He or she is particularly a specialist appropriately trained to carry out teaching and educational work in schools at various levels of education. A characteristic feature of the times in which we live are increasing demands on teachers in particular relating to their professionalism, which is determined by such by acquiring new skills.

There is no need to convince anyone about the fact that one of the most basic conditions necessary for achieving the appropriate level of public education is to have a properly prepared team of educators at all levels. These people should be aware that their pupils have to become active members of an enlightened society, they have to co-create this future society, and it must involve not only equipping them with knowledge, but also suitable shaping of the characters.

Education and what we are able to gain from it is an important factor in building the foundations for the evolution of what is being done in society. Globalization trends affect the pace of the education development.

It is expected that the twenty-first century will be characterized by the following challenges:

- rapidly increasing globalization in various spheres of life;
- continuous acceleration of population growth;
- increasing amount of leisure time;
- shift in employment to service sector;
- particular societies will become more pluralistic and secular, turned to the universal values, cultivating ethnic and cultural identity;
- increasing role of women in the development of human civilization;
- development of a common artistic and creative interests;
- transition to participatory democracy.

Education in times of changes

Teaching is no longer an education of a contemporary European, it is a development of a global man, who both understands the world and directs himself. It cannot be achieved by educating in an encyclopaedic way. The important role have intellectual values, creating opinions allowing a rational dialogue and sensitivity to what is new. It is important to perceive what is between the traditional knowledge, the processes taking place before our eyes. Education, young people need to understand the shape of modern civilization and its tensions. Versatility, controlling own development – this is what is missing at the moment in Polish schools, and it is necessary to cope with the impending revolutions, both in the world economy and social life.

Melosik Z., writes that the task of global education is “(...) equipping a young generation in the” global consciousness” or more broadly - the global human community, whose creation is to serve:

- Transmission of the belief that people worldwide are joint by biological “status”, history, psychological needs and problems of existential (this is why the task is to teach teachers to recognise the universal elements of culture).
- Shaping own perception and the humanity as part of the Earth's ecosystem.
- Developing skills of seeing oneself and own social group as participants in the international life.
- Creating the ability to recognise civilization in the perspective of a “global bank of culture” - as a product of the entire human species.
- Realising that people living in different cultures perceive and value world's problems basing on different assumptions.

These analyses perfectly fits the definition of education, which was formulated at the Conference of the UNESCO-BIE, in Geneva called: “Participation of education in the cultural development”. The recommendation included a statement that “education – is a realization of the program of evolution of human beings in the course of a lifetime with the aim of integral development in the mental, physical, affective, moral, spiritual scope; a process involving not only transferring knowledge and skills, broad cultural values, but also attitude to inspire creative attitude, open, self-thinking, the ability to self-education. It also promotes the integration of individuals with social life (...)”

It is more often noted that a man, often called the human factor, is responsible for the development and future of the world. Only thanks to the presence, education of a thinking, sensitive, active man, caring both for their interests, and issues across the community, we are able to meet the challenges of globalization. The world is torn by various types of conflicts that affect almost every sphere of life. Man existing in a constant threat, must have appropriate level of knowledge to be able to normally exist. It should be noted that modern education also have to learn to understand others, is to form good relations and cooperation with people of different nations, cultures, religions, value systems -

without losing its own identity, is to prepare for their existence in a world without conflict, tension and terrorism.

Therefore, education must change to help in outlining a new shape the future. Globalization and how it creates reality is a kind of an opportunity to be exploited. And this can be only done by well-educated individuals, able to create the world respectively.

According to I. Wojnar, "New thinking about education requires a vision of education in the broad context of the challenges of the modern world, and so at the macro level, on the same time putting careful attention to subjective aspects, or focusing on a micro scale. Education is also a social and individual matter, driving force and effect of the on-going transformations".

Culture and education give direction to human thought and action, inspire to acquire knowledge and skills necessary for human activity. Reflecting on the shape of modern education, Mirosław J. Szymanski writes: *"The realization even the correctly set up objectives of education, which in a more complex and changeable world is without a doubt one of the main ways of building a successful individual and social perspectives, requires a stronger appeal to a sense of responsibility of the current and future politicians, entrepreneurs, people holding senior positions in government, local government, associations, organisations and private institutions. This also applies to intellectuals and other influential people in positions"*.

People responsible for the look and action of the education system must be aware of the acceleration which our country has entered. Only by ensuring all children and young people comparable, standard conditions of schooling and above all, fit the forms and methods of education to the challenges of contemporary reality, we are able to create a unit that will be able to find oneself in this "global village" that we are now. Education should prepare people not only to enjoy the modern civilization, but also to creatively participate in the process of its further existence and development.

Modern society forces somehow "creation" of a new type of man. Entrepreneurship, relevant qualifications and skills, willingness to risk - all of these features should be inoculated in a young man from the earliest years of education. The school has a huge impact on the personality of its students, but only the proper conduct of the student from the very beginning may develop appropriate patterns. The pace of life is getting faster, leading to the obsolescence of knowledge. The school must prepare a way to cope with the changing reality, to minimize uncertainty, as is well put by M. Mead – "There is a culture in which adults and children feel confused. Children - because - they are not certain whether there are still adults from which they could learn what they should do next in life".

A European Commission report "White Paper on Education and Development" is a document which proposes a model of the learning society – lifelong education and training. Education - we read - is the foundation of personal development and social integration and the challenges in the scope of education are:

- beginning of the information society; new technologies for information were developed that change people's working style and style of management;
- development of scientific and technological civilization, which means creating a new model of learning throughout life. Combining expertise with creativity;
- globalization of the economy, meaning creating the global market.

Education should be organized around four aspects of education, which throughout life will be for each individual a pillar of her knowledge. The report by Jacques Delors "Education. It has a treasure within" refers to the four pillars around which education should be organized:

1. learn to know (to give back the autotelic nature of knowledge, rehabilitation of education - general, broad, humanistic);
2. learn to act (acceptance for the effective action based on competencies, such as autonomy, resistance to stress, rational decisions, communication);
3. learn to live together (commitment to building social solidarity by engaging in conflicts resolution, the acceptance of pluralism, tolerance and understanding of the "other" and "otherness");
4. learn to be (assumes a development that is aimed at full flowering of man).

Each of these “pillars of knowledge” should be treated equally in a structured learning, for each education appeared as a global and lifelong experience, both in terms of cognitive and practical aspect, to every man as a person and a member of this society.

P. Lengrand notes that continuity and regularity of the learning process, provides on the one hand, sustainable development, on the other hand, protects against obsolescence of acquired knowledge, and also brings is closer to a success and master in the profession.

At this point, the words of the great philosopher Seneca should be mentioned: “The least man acts with what is said, more what you is doing, and most of those who you are.” And going forward, I will mention the Delors report: there is a “hidden treasure” in education, is this treasure not a “good teacher”? It is easy to notice that a huge impact on the effectiveness of educational interaction is just a teacher. Today's educator should rightly understand how material and social systems operate, should feel on what grounds and how the based messages are used as well as actions addressed to them, be able to help students to see meaning where others see only chaos, be able to interact with other people in teams and alone to decide how to do the job. They have to learn all the time, according to the acquired knowledge, cope with new responsibilities and what scientific and technical progress bring. The most desirable features include: openness and the ability to contact with young people, empathy, substantive and methodological competence, respect for human dignity and personal relationship with students and parents, fairness and objectivity in evaluating students for the results of their work and attitude, ability to dialogue and negotiate, democratic management style, conscious discipline and consistency in the requirements, as well as understanding students problems, tolerance, general and teaching culture, ability to plan, organize and evaluate own work, group and self-learning ability, improvement in own workshop, a sense of humour, optimism and joy of life.

At present, the teacher profession loses the authority. We are dealing with a crisis of authority, not only at school, educational institutions, but in the natural environment of children and young people and in family. Teacher is no longer treated as a partner. This is particularly worrying because it is the authority of the teacher what seems to be extremely important in shaping the personality of a young man.

Crisis of the teacher's education is most closely connected with the crisis of the past, and this is especially difficult for teachers, since their formation of the personality was shaped in past time/era, and from them depends the mediation between what is “past” and what “current”.

Work of a teacher in the new system is intended to facilitate students the understanding of changing social reality, characteristics and trends of modern civilization, global and national challenges, learning the rights and obligations of citizens, to help in the search for meaning in life, the construction of educational and life plans - in short, to prepare students to meet the future. Therefore, a teacher may not be prepared to work only by gaining a university degree or various forms of training, but should also observe the modern world to give students important opinions for their education. Thus, the true teacher must have a rich personality, rich not only in because of being equipped by nature, but also rich because of what itself has developed, accumulated and formed.

In the report written by Jacques Delors “Education. There is a treasure within”, we find that “lifelong education is the continuing evolution of human beings, knowledge and skills, but also its capacity for judgment and action. Education should enable a person being aware of own existence and environment as well as playing a social role in the world of work and local community. Theoretical and practical knowledge, social and behaviour skills are the four aspects of the closely related one and the same reality. Everyday life experiences with periods of intense effort to understand complex data and facts – lifelong education is the result of multidimensional dialectic”.

Conclusions

Today, education needs to adapt but also follow the instant changes taking place “here and now”, changes that we witness and are perpetrators”.

Poland, like other European Union countries, is under strong pressure from world competition. These challenges require a focus of attention not only on strengthening the competitiveness of our economy, but primarily on adjusting and improving the range and quality of education. Improving the quality of education and its popularisation is associated mainly with removing barriers limiting access to education at all stages of school, higher level and continuous education in each region. The education system should be open, both for society and the needs of the labour market as well as the education systems in other countries. Actions undertaken in the field of education will contribute not only to the personal development and fulfilment of citizens, but also to their participation in social life.

SUMMARY

Education is the branch, which shapes the design and functioning of the other members of society. From the level of education, quality of teachers depends the development of our country and its competitiveness. Globalization processes necessitate the preparation of an entirely different citizen, of another man, who will be able to adapt to social, cultural, economic changes. We do not live in the vacuum and modern education should prepare the individual, being a citizen of the world, not just Europe.

Bibliography

1. Banach Cz., Edukacja obywatelska wobec transformacji systemowej i globalnych wyzwań cywilizacyjnych, [w:] Edukacja wobec wyzwań XXI wieku, Kubin J., Wojnar I., (red.), Wyd. Elipsa, Warszawa 1998,
2. Biała Księga. Nauczanie i uczenie się na drodze do uczącego się społeczeństwa, Wyd. TWP, Warszawa 1997,
3. Biuletyn Rady Społecznej, nr 2/2005
4. Delors J., Edukacja. Jest w niej ukryty skarb. Raport dla UNESCO Międzynarodowej Komisji do spraw Edukacji, Stowarzyszenie Oświatowców Polskich Wydawnictwa UNESCO, Warszawa 1998,
5. Hejnicka-Bezwińska T, O zmianach w edukacji, Wyd. AB, Bydgoszcz 2000,
6. Kwieciński Z., Edukacja wobec nadziei i zagrożeń współczesności, Wyd. Rebis, Poznań 1998,
7. Kukła, D, Kształtowanie kompetencji komunikacyjnych przyszłych nauczycieli [W:] Kompetencja porozumiewaniu się nauczyciela akademickiego. Wielorakie pespektywy., Maliszewski J.W., (red.). Toruń: Adam Marszałek, Toruń 2007,
8. Kukła D., Preorientacja i orientacja zawodowa w edukacji, Wyd. Oficyna Brzeska, Warszawa 2010
9. Kruk M., Edukacja i wychowanie w dobie globalizacji, [w:] Edukacyjne zagrożenia i wyzwania młodego pokolenia, Rondalska D., Zduniak A., (red.), Wyd. WSB, Poznań 2000,
10. Leśniak M., Edukacja na tle procesów globalizacyjnych, artykuł opublikowany na stronie Małopolskiego Centrum Edukacji, www.malopolska.edu.pl, stan na dzień 26.06.2009
11. Mayor, F., Przyszłość świata. Warszawa: Fundacja studiów i badań edukacyjnych. Warszawa 2001,
12. Pelczar A., Nauczyciel. Misja i zawód [w:] www.rpo.gov.pl/pliki/1139859886.DOC stan na dzień 10. 07.2010
13. Melosik Z., Kultura instant – paradoksy pop-tożsamości, [w:] Pedagogika u progu trzeciego tysiąclecia. Materiały pokonferencyjne, Nalaskowski A., Rubacha K., (red.), Wyd. BNR, Toruń 2001,
14. Szymański M.J., Edukacyjne wyzwania globalizacyjne, [w:] Edukacja, nr4/ 2002,
15. Mead M., Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego, Wyd. PWN, Warszawa 2000,
16. Pólturzycki J., Edukacja ustawiczna a rozwój i przemiany dydaktyki, [w:] Edukacyjne dyskursy, <http://ip.univ.szczecin.pl/~edipp> – stan nadzień 30 października 2006

17. Wojnar I., Światowa dekada rozwoju kulturalnego – nowe propozycje dla edukacji, [w:] Edukacja wobec wyzwań XXI wieku, Kubin J., Wojnar I., (red.), Wyd. Elipsa, Warszawa 1998,
18. Wlazlik, B., Fischer, B. Kompetencje nauczyciela w zreformowanym systemie edukacji,[w:] Kompetencje zawodowe nauczycieli i jakość kształcenia w dobie przemian edukacyjnych. Wyd.UO, Opole:2005

CREATIVITY AS A FORM OF COMMUNICATION IN EDUCATION

KREATIVNOST KAO OBLIK KOMUNIKACIJE U ODGOJNO - OBRAZOVNOM RADU

Linda Juraković, Nevenka Tatković¹

*Visoka poslovna škola Višnjan, Višnjan, Hrvatska; Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula, Hrvatska¹
Business College Višnjan, Višnjan, Croatia; University of Juraj Dobrila, Pula, Croatia¹*

Abstract

In this paper the authors critically analyze the role and position of creativity in society and schools as well as its role in the educational work. Linking work experience, literature and previous researches, the intent is to bring closer the foundations of creativity and contemporary perceptions and trends, and also to explain the misunderstandings and contradictions between adults, children and young people in various aspects of education. The goal was also to explain the development of communication through creativity using analysis and description, and to compare contemporary teaching methods with traditional measures of education. The advantage of the terminology systematization and selection of case studies led to the conclusion that, although different in their definitions, creativity and communication need to function as equal substitutes in the educational process, that is as creative communication.

Keywords

creativity, communication, education, teacher, school

Sažetak

U ovom radu autori na kritičan način analiziraju ulogu i položaj kreativnosti u društvu i školi te njezinu ulogu u odgojno – obrazovnom radu. Povezujući iskustvo u radu, literaturu, i dostupna istraživanja, namjera je približiti temelje kreativnosti suvremenim percepcijama i tendencijama, te objasniti zašto je došlo do nerazumijevanja i kontradikcija između odraslih i djece, mladih u različitim vidovima odgoja i obrazovanja. Također, cilj rada bio je da na analitičko-deskriptivni način objasni razvoj komunikacije kroz kreativnost te komparira današnje metode rada s tradicionalnim mjerama odgoja i obrazovanja. Prednost terminološke sistemizacije i odabir slučajeva iz prakse dovela je do zaključaka da iako različite po svom definiranju, kreativnost i komunikacija danas trebaju funkcionirati kao ravnopravni supstituti u odgojno- obrazovnom procesu tj. kao kreativna komunikacija.

Ključne riječi

kreativnost, komunikacija, odgoj, obrazovanje, škola

1. UVOD

Kreativnost kao komunikacija, a komunikacija kao preduvjet razvoju kreativnosti postoji stoljećima iako se relativno mali broj znanstvenika i stručnjaka ozbiljno bavi tom tematikom. Bez obzira na to u kojem se obliku susrećemo s kreativnošću: pisanom, verbalnom, crtanom itd., ona postoji i zaslužuje punu pozornost. Unapređenjem kreativnosti unapređujemo svijet oko sebe. S obzirom na turbulenciju

događanja u današnjem društvu, sve promjene i noviteti trebaju biti zasnovani na inovativnosti i kreacijama, jer to nije ništa drugo do razvoj našeg drugog «ja» koje smo iz određenih razloga godinama potiskivali. Nametnute paradigme o neprihvatanju drukčijega od onog što je „pravilno“ ili društveno prihvaćeno s vremenom je postalo breme mladog naraštaja koje je na sve moguće načine (često i kontraproduktivno) iskazivalo svoj revolt bježeći u različite oblike ovisničkog ponašanja. Da bismo bolje razumjeli druge potrebno je dobro upoznati samoga sebe, a jedan od putova intrapersonalne spoznaje počiva na vanjskoj i unutarnjoj komunikaciji. Zahtjevi današnjeg društva za novim i stručnim kadrovima, iako izgledaju pomalo nemilosrdni, u odnosu na zahtjeve u obrazovnom procesu još uvijek su u inferiornoj poziciji. Tendencija je da pojedinac kad završi dio obrazovanja mora biti kvalificiran za rad ili spreman za nastavak obrazovanja. Česta pojava je da, iako teoretski dobro „potkovani“, mladi stručnjaci ukoliko se nađu u procesu proizvodnje, shvate da cijeli obim usvojenih činjenica i generalizacija tijekom školovanja nije dostatan samostalnom integriranju u proizvodni ciklus. Praktično neiskustvo, površnost u razumijevanju terminologije struke, strah od neuspjeha itd. predstavljaju za mlade stručnjake nepovjerenje u vlastite sposobnosti, a prednost često daju urođenoj snalžljivosti kao urođenoj predispoziciji za preživljavanjem. Da bi se takav trend (i obrazovni proces podliježe trendu s obzirom na česte promjene ili nadopunjavanja) produkcije neefikasnih kadrova zaustavio, ili barem usporio, potrebna je detaljna i stručna reorganizacija školskog kurikulumu, uključujući modifikacije, edukacije učitelja i odgajatelja. Sa spoznajom da je kreativnost jedan aspekt prirodnosti ponašanja s promocijom vlastita mišljenja koje se temelji na znanju stečenom vlastitim iskustvom ili tuđoj istinitosti, razvoj kreativnosti nužan je kod učenika, ali i svim osobama u odgojno-obrazovnom radu.

2. KREATIVNOST KAO OBLIK KOMUNIKACIJE U NASTAVNOM PROCESU

Veliki obim školskoga gradiva koji učenici trebaju usvojiti, ponekad se odražava na štetu razvoja kreativnosti i inventivnosti. Jednosmjerna komunikacija, frontalni oblik rada kao sinonim tradicionalnog obrazovanja koje još uvijek egzistira u praksi, monometodizam te hijerarhijski pristup čine školu ustanovom učeničke zabrinutosti, neizvjesnosti i straha. Obrazovanje u svojoj osnovi treba poticati želju za znanjem, a ne korespondirati sa strahom od ocjene kojom će se kvantificirati reprodukcija mehanički usvojenog znanja bez mogućnosti iznošenja vlastita viđenja usvojenoga gradiva. Futurološke paradigme i teorijski modeli kreativne nastave te poticanje na inventivnost kao da egzistiraju tek u domeni literarnog ekspresionizma, ili kao članci stručnih, znanstvenih časopisa s tendencijom objavljivanja bez obzira na njihovu praktičnu primijenjenost u praksi. Rigidnost u poimanju kreativnosti kod određenog broja učitelja, manifestira se kroz osobnu percepciju viđenja kreativnosti kao prevelike slobode u izražavanju, nesposobnosti kontrole, nemoralnom ponašanju ili emocionalnoj nestabilnosti. Iako suočeni s mnoštvom novih saznanja, još uvijek se potencira u radu „čista teorija“ koja nailazi na sigurno potkrjepljenje i odobravanje institucionalnog obrazovanja. Iako se promjene u modelima poučavanja ne mogu realizirati preko noći kao što se ni naše ponašanje ne formira u jednom danu, ali iskustvo koje je dobiveno generacijskim obrazovnim radom zasigurno ima sada jednu novu kvalitetu koja uz adekvatno i stručno senzibiliziran prosvjetni kadar može napraviti promjenu u sistemima poučavanja. Metodički i didaktički sadržaji potkrjepljeni mnogim istraživanjima s multidisciplinarnom osjetljivošću više su nego zreli za aktivne reforme odgojno-obrazovnog sistema. Pedagoški stavovi akumulirani godinama, kao i strahovi od promocije vlastita identiteta (govorimo o obrazovanju) kategorije su koje je najteže mijenjati. Međutim strpljivošću se može adekvatno djelovati na svim područjima obrazovanja. Edukativna ozbiljnost preventiva je edukativnoj neozbiljnosti. Model je koji smo naučili napamet, ali „edukativna neozbiljnost preventiva je edukativnoj ozbiljnosti“, što s tim? Neozbiljnost nećemo shvatiti kao nonšalantnost djelovanja, već kao toleranciju prema učeničkom poimanju stvarnosti i nastavne građe. Nastavnici su ti koji vode, slušaju i upućuju. Osnovni element razumijevanja između nastavnika i učenika je kreativnost. Ona je poticaj za iskazivanje vlastitih ideja oslobođenih predrasuda koje će biti prožete kritičnim apstrahiranjem, dinamičnošću riječi i pokreta, stvaranjem novih ideja, dvosmjernom komunikacijom i

promjenama. Organiziranje nastave kao kreativne dvosmjerne komunikacije isključene straha od apsurdnosti verbalnog izražavanja (primjer *brainstorming*) korespondira sa situacijom gdje nastaju najkreativnije ideje, a koje nećemo poistovjećivati s infantilnošću. Ukoliko su za stvaralačko ponašanje potrebni motivi kao što su: odbacivanje predrasuda, traganje za novim rješenjima, motivacija, radoznalost te samopotvrđivanje, nije li upitno zašto onda toliko nerazumijevanja za razvojem kreativnosti kroz nastavni proces? Ako je odnos između učenja i motivacije jedno od važnijih pitanja na kojem učitelji trebaju djelovati, treba li onda i nastavnike posebno educirati „za kreativnost“? Kreativnost oslobađa kreativnost kao što i ljubav oslobađa ljubav. Shvaćamo dakle, da je „odnos između učenja i motivacije jedno od najvažnijih pitanja kreativnog nastavnika“ (Stevanović, 2000., str. 46). Važnost kreativnoga obrazovnog procesa je „iscrpiti“ i pronaći individualne potencijale svakog učenika, jer možda neki od tih potencijala ostvari svoju pravu vrijednost u novoj epohi izumiteljstva, inovacije i kreativnih rješenja. Možemo zaključiti da bez obzira na sve tradicionalne barijere „suvremena nastava sve se više transformira u učenje, a to označava visoki stupanj samostalnosti subjekata u procesu stjecanja znanja“ (Stevanović, 1997., str. 134). Svaki pojedini učenik potencijal je za nešto novo, a otkrivanje i afirmiranje tog potencijala jedini je zadatak i pravi cilj svakog nastavnika. Otkrivajući vrijednosti i talente drugih, otvaramo vrata vlastitoj samospoznaji, jer ukoliko osoba želi upoznati sebe ne može to učiniti ukoliko ne upozna i onog drugog (i obrnuto). Iskustvo bazirano na kreativnoj inteligenciji te znanje stečeno adekvatnom eliminacijom bitnoga od nebitnog poslužiti će u radu s novim kadrovima i na nov način, jer „bez znanja o uzrocima i ciljevima, bez volje za djelovanjem, sve će to ostati empirijske imitacije“ (Henting, 1997., str. 143). Uvrstimo li u razvoj i oslobađanje kreativnosti i emocionalnu komponentu koja simbolizira osjećaje kao što je ljubav prema vlastitoj i tuđoj istini, na dobrom smo putu vođenja mladih kadrova. Ljubav prema istini „je najuže povezana s doživljajem vrijednosti istine i tzv. intelektualnim čuvstvima koja se pojavljuju u procesu traganja za istinom“ (Vukasović, 1990., str. 110).

3. ULOGA KREATIVNOSTI U RAZVOJU MLADE LIČNOSTI

Živimo, radimo i oblikujemo se u sredini gdje se ideje i teorije mijenjaju velikom brzinom i zato sve što se misli i radi treba biti kreativnije i drukčije. Riječ je o društvima koja su spoj inteligencije, znanja i kreativnosti, „a brzina, jasnoća i nepogrešivost logike inteligentnih strojeva dopunjava se intuicijom, inspiracijom i invencijom kreativnih pojedinaca“ (Srića, 1997., str. 17). Jesmo li kao društvo spremni postati inventivni i prihvatiti sve konsekvence koje iz toga mogu proizaći ili ćemo se zadovoljiti tek s prijelazom od neinventivnog k imitativnom društvu, ostaje kao izbor na nama samima. „Inovacije i kreativni pristup problemima temeljni su pokretači napretka. Stoga je najvažniji zadatak na putu u budućnost stimuliranje, prepoznavanje, upravljanje i intenziviranje svekolikoga inovacijskog potencijala“ (Srića, 1997., str. 20). Bez obzira radi li se o odbojnosti prema tuđim idejama, birokratskim zaprekama, preuskoj specijalizaciji, bijegu od pogrešaka, ograničenim resursima (kvalificirani odgajatelji) ili pak rutini (nastava ograničena na jednosmjernu komunikaciju). Definirati kreativnost kao pojam puno je lakše negoli definirati njezinu ulogu u razvoju društva u cjelini. Što je onda „KREATIVAC“? Kreativac je osoba koja se često nalazi ispred svoga vremena i okruženja, pun ideja, oslobođen predrasuda i često pun razumijevanja za one koji ga ne razumiju. Ponekad se kreativnost definira kao razvojno-pedagoški trend u odgoju i obrazovanju ne shvaćajući da je kreativnost bila i ostat će glavni pokretač čitavog društva. Radi lakšeg razumijevanja odvojiti ćemo privremeno inventivnost od kreativnosti. Kreativnost je sposobnost proizvodnje novih ideja, a inventivnost je sposobnost transformacije novih ideja u konkretan oblik. Zato i govorimo da je kreativnost nužni temelj promjena, ali sama po sebi nije dovoljna ukoliko nemamo inventivnih osoba koje će određenoj kreativnoj ideji udahnuti život. Različiti su putovi koji vode od ideje do konačne kreacije. Neki teoretičari polazište nalaze i u radovima Grahama Wallasa (*The Act of Thought*, Harcourt Brace, New York, 1926.) koji proces kreativnog rješavanja promatranog s psihologijskog stajališta definira kroz četiri faze: identifikacija i definiranje problema, inkubacija, iluminacija, verifikacija i implementacija. Očito je da temelje kreativnosti možemo tražiti i u našim podsvjesnim radionicama. Ideje često padaju

«kao grom iz vedra neba» i mogu nas iznenaditi (AHA-efekt). Možemo li reći i da se neki pojedinci rađaju kreativniji od drugih ili se kreativnost može razvijati ukoliko joj omogućimo zdravu okolinu? Kako razumjeti kreativnost učenika i što učiniti ako se susretnemo s njom u nastavi? Samo su neka od pitanja, a rješenje je najčešće u slobodnijoj komunikaciji, gledanju, slušanju, praćenju i poticanju te pravilnom usmjeravanju. Korespondencija treba biti obostrana /nastavnik – učenik/, želje, misli i osjećaji prihvaćeni s uzajamnim uvažavanjem. U praksi se, najčešće, model komuniciranja još uvijek bazira na jednosmjernoj komunikaciji, naraciji nastavnika koji opterećen obimom nastavnoga gradiva ne uspijeva „uvesti“ kvalitetniju dvosmjernu komunikaciju. Teorija kreativnosti, tek je područje kojim se bave znanstvenici s futurološkim viđenjem procesa obrazovanja kao nečeg što će kod djeteta razvijati želju za učenjem. Možemo li isto tako govoriti i o jednosmjernoj i dvosmjernoj kreativnosti u procesu komuniciranja? Vjerujem da možemo i trebamo. Ukoliko je u razgovoru tek jedna strana kreativna, druga strana teško može pojmiti što je sve trebalo biti rečeno. Iako različite po svom terminološkom identitetu, kreativnost i komunikacija danas trebaju postati bliže no ikada, jer vrijeme je progresije i inovacija s tom razlikom da staro još nije potpuno odumrlo, a novo se još nije potpuno rodilo. Naučiti učenike učiti stvaralački za stvaralaštvo, veliki je zadatak suvremene škole i svih programa. „Već od prvog dana djecu treba učiti kako se uči kreativno, a onda zahtjeve postepeno proširivati dok god po završetku osnovne škole ne budu osposobljeni za samostalnu edukativno stvaralačku aktivnost“ (Stevanović, 2003., str. 5). Radi se o tome da učitelji i odgajatelji trebaju detaljno upoznati metode i tehnike stvaralačkoga učenja i interpersonalnog komuniciranja. Drugo pitanje izazova koje stoji pred nastavnicima je pitanje motivacije. Veći uspjeh u radu s učenicima imat će onaj nastavnik koji pokaže više ideje i samomotiviranost za motiviranje svojih učenika. Motivacija je tako povezana i s voljom, ali iznad svega s kreativnošću svih sudionika u nastavnom procesu. Pustiti plamen da se razbukta (učenik) ili ga permanentno gasiti i kontrolirati (pravilima) da tinja, stvar je osobnosti odgajatelja, odnosno kako će se on postaviti prema razvoju kreativnosti. Izgleda da uz Maslowljeve potrebe koje se temelje na zadovoljavanju egzistencije, sigurnosti, ljubavi, poštovanju i samoaktualizaciji, možemo dodati i potrebu za razvojem vlastite kreativnosti. Otkrivanje stvaralačkih potencijala kod djece i mladih treba postati pokretačka snaga cjelokupnoga odgojno-obrazovnog sustava i različitih edukativnih, programa. Znamo li da prekomjerna standardizacija znanja koja postoji i kojoj su još mnogi nastavnici skloni te podučavanje u strogom logičkom poretku s naglaskom na deduktivni misaoni sustav zasnovan na apstraktnim pojmovima koči razvoj kreativnosti, postavlja se pitanje o odbojnosti ili strahu mnogih nastavnika prema iskrenosti i ehzibicionizmu dječje mašte. „Učenik je za nastavnika uvijek ostajao velika nepoznanica, što je imalo za posljedicu nemogućnost ostvarivanja individualnog maksimuma“ (Stevanović, 2000., str. 91). Antagonizam nastao odgojem i nasljeđem često ne «trpi» drugačije i novo već jednostavno anticipira nove ideje kao preveliku slobodu ili kao odstranjenje u ponašanju i razmišljanju. Međutim, kreativnost i jest oslobođenje predrasuda. Ona je mašta daleko od konvergentnog razmišljanja. Ona je konsenzus između nas samih i nečeg što je izvan nas, u nama. Ona je i put k samospoznaji, motivator i trener naših života, temelj naše sigurnosti i poticaj za strah i evaluaciju vlastitih postupaka. Iz takvih i sličnih razloga nastavnik treba biti spreman za prihvaćanje svakog učenika kao posebne i prekrasne jedinice te konstruktivistički razvijati sebe i druge u smjeru humanističkog identiteta. Razvoj kreativnosti u razvoju mlade ličnosti, posebno u institucionalnom odgoju i obrazovanju, trebao bi biti „nježan“, a ne administrativno opterećen. Trebao bi biti uviđavan, dosljedan, jer rezultati razvoja kreativnosti ponekad izlaze na vidjelo s neplaniranom vremenskom razlikom tj. zakašnjenjem. Djeca prepoznaju, osjećaju i znaju želimo li im stvarno pomoći ili su tek dio administrativne statistike. Kriza institucije braka te manipulacija moralnim vrijednostima, težnja moći i hedonistički pristup rješavanju vlastite nemoći za posljedicu imaju strah od suočavanja s potrebama zajednice i vlastitim problemima. Uspoređuju li djeca svoje vrijednosti, mogućnosti i kreativnost s potrebama društva, često su dovedena do sukoba u razvoju vlastite osobnosti što za konačnicu nosi bijeg od stvarnosti u različite oblike ovisničke manipulacije. Ukoliko se tijekom odgojnoga i obrazovnog djelovanja koristi samo vlastita naracija kao jedina metoda, izbjegavajući ono što bi nam djeca i mladi mogli reći, stvaraju se samo novi oblici moći tj. djeca koja će i sama poslije reagirati po principu moć – moći. Voditi, a ne nametati – trebala bi postati odgojna

metoda u svakom odgojno-obrazovnom radu. Svaki oblik povratne informacije koji se dobije tijekom rada, kroz likovne radionice, literarne grupe, grupne diskusije i dr. samo je još jedan novi početak razvoja kreativnosti. Iz tog razloga kreativnost u školi, predškolskim i drugim odgojnim ustanovama treba postati dominantan faktor suradnje između djece/učenika i odgajatelja/nastavnika. Uzmemo li primjer likovnog izražavanja: slikarski ekspresionizam na zadanu temu, obuhvaćamo nekoliko elemenata: korištenje psihofizičke energije, terapijsko djelovanje, simboličko izražavanje osjećaja, emotivno stanje prikazano korištenjem boja. Prepoznajući svoj talent bez obzira na to o kojem se intenzitetu talentiranosti radi, djeca prihvaćaju svoje novootkriveno čuvstvo željni isticanja u grupi/aktivnosti nadajući se pozitivnom potkrepljenju voditelja i cijele grupe. Prepuštanje mašti u konstruktivnom smislu treba postati dio dječjeg svijeta, ali i nastavnika, odgajatelja.

3.1. Kreativni učitelj kao preduvjet kvalitetnog odgojno-obrazovnog rada

Kreativni učitelj potiče i uvažava mišljenje svojih učenika. On bi trebao biti demokratski vođa tima, motivirati i podržavati različite intelektualne „izlete“ učenika koje metodom grupnog ili individualnog pristupa selekcionira, objašnjava te dovodi do posebnih zaključaka koji u osnovi sadržavaju konstruktivnost spoznaje prilagođenu samom shvaćanju učenika. Da bi se učitelji odmaknuli od formalizma, dogmatizma, jednostranosti, stereotipnosti i sami moraju posjedovati vještine i znanja struke, ali i emocionalne kompetencije. Cilj današnjega obrazovnog sustava naglasak stavlja na permanentno usavršavanje, jer ono što je do jučer bilo novo, već danas može biti staro. Međutim usavršavanje u znanju ne odnosi se isključivo na strukovno usavršavanje već i na cjelokupni razvoj ličnosti koja na osnovi svega stečenog treba postati osjetljivija na potrebe, konstruktivnija, inovativnija i kreativnija te emocionalno stabilnija. „Nastavnik stvaralac, u svom radu neprekidno pronalazi nove metode i načine rada“ (Stevanović, 1999., str. 221). Odnosno, učitelj svoj rad shvaća kao stvaralaštvo prožeto promjenama i stalno usavršavanje. Naći najbolje u svakom učeniku treba postati cilj, a ne teoretska klauzula. Učitelj je taj koji tolerancijom zrele ličnosti prihvaća drukčije, potiče, oprašta, vodi. On je stup društva, epicentar škole kao prosocijalne zajednice i moderator zdravih i kreativnih mladih ličnosti. Događa se da zbog velikoga društvenog i materijalističkog pritiska prožetog ambicijama i karijerizmom u prenošenju gradiva učenicima, učitelji mogu zaboraviti osnovna ekonomska načela proporcionalnosti, tj. cijena treba biti proporcionalna vrijednosti proizvoda. Ili, nije bitna samo kvantiteta, već i kvaliteta. Što je to sa znanjem? Od prevelikog obima različitih teorija učenici u svojoj preopterećenosti često zaboravljaju i najosnovnije stvari. Za njih moto postaje „proći po svaku cijenu taj dan“, ali što sutra? Nije rijetkost da nastavnik svojim učenicima izgleda ponekad i kao rječnik stranih riječi. Sjetimo se rečenice D. Cesarića da je „najteže govoriti i pisati jednostavno“ i zato slijeđenje modela jednostavnosti u prenošenju nastavnoga gradiva važnije je od same količine gradiva koje učenik treba savladati. Heuristički pristup poučavanju, otvaranje problemskih situacija uz režiranje kreativnih prostora događanja, sloboda izražavanja i korištenje različitih kreativnih modela grupne interakcije osnova su konstruktivnog i zanimljivog nastavnog rada. Svaka povratna informacija koju učitelj dobiva od učenika u obrazovnom procesu, verbalno ili neverbalno, još je jedna nova spoznaja koju se može instalirati kao nit vodilju o tome kako i na koji način učenik shvaća i razmišlja. Pritom pozitivna potkrepljenja učitelja igraju dominantnu ulogu. Strpljivost s učenicima iznad svega, jer „strpljivost podnosi pogrešne korake u stvaralačkom procesu, nije iznenađena grubim skicama i uči na neuspjesima“ (Cameron, 1999., str. 158). Prema riječima Miles Davisa „Ne bojte se pogrešaka, njih nema“, i Sv. Augustina „Strpljenje je pratilac mudrosti“, možemo konstatirati da je u odgojno-obrazovnom radu uspjeh prisutan kroz element strpljivosti, ponavljanja, pogrešaka i ispravaka. Mnogo je prepreka koje nastavnici novog doba trebaju savladati. Zahtjevi obrazovne politike propisane s državnih instanci, materijalna i poslovna neizvjesnost, prilagodba moralnim trendovima, posebno kada se radi o ženama koje svoju poslovnu nastavničku karijeru moraju inkorporirati u familijarne obveze. Sve to čini jedan odmak od potpune slobode i razvoja kreativnosti samih učitelja. Potrebe se zadovoljavaju samo djelomično. Prenosivost odgovornosti za poneki neuspjeh u obrazovnom radu, samo na nefleksibilnost učitelja, ponekad je cinična konotacija

jer svako društvo ima svoje specifičnosti i kao takvo treba funkcionirati cjelovito i sinkronizirano. Postupak promjene ili usavršavanja prosvjetnih djelatnika kreće od „vrha“ na niže. Međutim ljubav prema zvanju i tolerancija koja bi trebala biti osnova svakog odgajatelja – učitelja, može puno postići u prikrivanju nedostataka propisanih Zakonom o odgojno-obrazovnom radu. „Kvaliteta stvaralačke edukacije na svim obrazovnim stupnjevima sve se više promatra kao egzistencijalna i kreativna kategorija nastavnika, posebice s futuroloških paradigmi“ (Stevanović, 1999., str. 9).

3.2. Učenik u procesu komunikacije i razvoju kreativnosti

Rezultat odgoja i obrazovanja trebala bi biti slobodna i stvaralačka ličnost učenika. Ne možemo izostaviti i obitelj kao dominantan faktor u poticanju djetetova stvaralaštva koje se potom nastavlja u vrtićima, školama i na fakultetima. Svako je stvaralaštvo put neizvjesnosti, a stvaralački subjekt je vizija pred kojom se nalazimo. Gdje je rješenje? Trebaju li projekti odgoja i obrazovanja biti ti koji će promijeniti nastavnike ili će nastavnici biti oni koji će utjecati na formiranje programa bliskijim shvaćanju djece? Da bi se riješilo ovo krucijalno pitanje, nastavnicima su potrebna nova akademska i profesionalna stvaralačka znanja koja će biti instrument samorefleksije i detaljne programske analize. Samo poznavanje struke, ali bez samorefleksije i stvaralačke implementacije znanja, često dovodi do alijenacije samoga subjekta i deficitne edukacije. Ukoliko kreativnost/stvaralaštvo definiramo kao znanost i umjetnost, ali i način razmišljanja koje nije iscrpljeno samo u znanstvenim otkrićima ili umjetničkim impresijama, već je dio svakodnevice sa svim originalnim aktivnostima, nije li parcijalno govoriti kako je kreativnost samo dio koji treba poticati u odgojno-obrazovnom procesu ili je cijeli taj proces jedna kreativna kreacija. C. Rogers npr. stvaralački proces definira kao nastojanje novog proizvoda pri čemu motivacija ima veliki udio. Navodi da je glavni izvor zapravo čovjekova težnja da ostvari samog sebe te da postane ono što su njegove mogućnosti. Ako su osnove kreativnosti otvorenost prema iskustvu, isticanje vlastita suda i zamisli te mogućnosti igranja s različitim elementima, zamislama, koliko smo još daleko od uvažavanja kreativnih pojedinaca? Kao osnovu za razumijevanje kreativnosti treba razlučiti osnovne elemente, a to su: inventivna motivacija, intuicija, kreativna percepcija, bogatstvo ideja, sigurnost u neizvjesnost, traganje za vlastitim identitetom, koncentracija, radoznalost i sposobnosti. Kako bi se svi ti elementi ili barem dio njih mogli razviti u pojedinca, trebalo bi mu pružiti sigurnost, povjerenje, priznanje i što je najvažnije ljubav. Stimulativna sredina najviše utječe na razvoj sposobnosti i interesa u djeteta. Kao i kod kreativnosti i elementi komunikacije standardizirani su na: pošiljatelja–poruku–kanal–primatelja (Berlo). C. Cooley, H. Mead i H. S. Sullivan govorili su o razvijanju ličnosti u interakciji s drugima. Možemo li i mi danas govoriti o jednom novom terminu, tj. „verbalnoj kreativnosti“, bez obzira bila ona jezično siromašna ili ne, ili pak simbolička? Jesmo li prestali komunicirati zbog straha od iznošenja vlastita mišljenja koje bi se moglo podcijeniti ili je to posljedica razvojnoga trenda tradicionalnog školstva gdje se od nas tražilo slušanje i nedovođenje u sumnju usvojeno gradivo? Poticati stvaralački prevrat mladih osoba, potencirati izjašnjavanje skrivenih emocija, uvažavati talentiranost i individualnost, čak i onda kada je ona za naš ukus prenaglašena, treba postati jedan od primarnih ciljeva učitelja u radu s učenicima. Govoriti, ali i reći, može se ne samo riječima, već i tišinom, crtežom, pogledom i dodirrom. Takvi oblici komunikacije stepenica su više na postizanju bliske suradnje ukoliko želimo stupiti u pravilan kontakt s djetetom, učenikom. Učenje je dugotrajan proces gdje uz uzajamno uvažavanje učenika i učitelja uz pravilan rad i poticanje, dolazi do buđenja talenata i intelektualnog potencijala, jer se „komunikacija dogodila i onda kada nije bila uspješna“ (Reardon, 1998., str. 14). Kreativnost kroz proces komunikacije lijek je protiv napetosti koje neki učenici osjećaju u nastavi. Kako nastaju napetosti? Odgođena akcija znači napetost. Nemogućnost izražavanja vlastite ideje stvara napetost i strah, a „napetost je prirodni uvod u svrhovito djelovanje i prestaje kada je to djelovanje izvršeno“ (Goleman, 1997., str. 265). Shodno tomu, učenicima treba dopustiti da više govore i analiziraju. Može se dogoditi da na kraju uvidimo ljepotu dječjeg percipiranja stvarnosti drugačije od naše, ali zasigurno iskrenu i neopterećenu.

Zaključak

Opterećenost egzaktnošću naučenoga gradiva i spoznajom koliko se još toga zna ili ne zna, a („krhko je znanje“) balansira se između vlastita viđenja stvarnosti i tuđeg poimanja stvarnosti. Ako je nesvjesno preteča svjesnom, nije li tada i kreativnost kao fenomen nesvjesnog potenciranja nas samih, neopravdano zakinjuta na račun čiste svjesnosti? „Kad se jednom naviknemo sve oko sebe podvrgavati kritičkom ispitivanju, sumnji i analizi, to je prvi veliki korak prema inventivnosti“ (Srića, 1994., str. 9). Kreativne ideje i kreativno stvaralaštvo vuku društvo općenito unaprijed, a pomanjkanje ideja i konformizam unatrag. To je baza na kojoj se mora temeljiti pristup odgojno-obrazovnim tendencijama. Razvoj novih i ležernijih modela poučavanja nije nastao preko noći i kada se govori o tradicionalnoj školi kao mjestu punom negativnosti, treba biti obazriv. Da bismo danas znali što treba promijeniti i što je već promijenjeno u obrazovanju i odgoju, treba zahvaliti upravo tradicionalnosti školstva koje nas je svojim znakovitostima i dovelo na put jedne nove istine i suvremenih pristupa. Konceptualni sukobi staroga i novog, individualnoga nasuprot masovnom, inventivnost nasuprot rutini itd., dijelovi su novog modaliteta koji izvire iz beskonačnosti prošlog iskustva. Čak i onaj pristup kojim smo kao djeca „onog“ školskog sistema bili ukalupljeni u fenomen prosječnosti sadrži pozitivne konotacije, jer bez takvog uprosječivanja danas ne bismo znali što znači biti originalan i kreativan. Kao učitelji i odgajatelji „pri svakom susretu odašiljemo emocionalne signale, a ti signali utječu na osobe oko nas“ (Goleman, 1997., str. 119). Signali ljubavi, razumijevanja i potpore trebaju biti osnova djelovanja u odgojno-obrazovnom radu, a smisao rada s mladima i djecom postaje tek onda kada i sami sebi dopustimo biti djeca, barem na trenutak. Kreativnost kao oblik komunikacije često je bila zanemarivana i oskudno interpretirana kategorija. Danas se sve češće počela uviđati potreba za edukacijom kako samih učenika, tako i nastavničkog kadra te uvođenja različitih kreativnih programa u odgojno-obrazovni sustav. Obraća se i pozornost na pronalazak talentiranih pojedinaca (specijalni razredi). Može se pretpostaviti da smo tek na početku i da je područje kao što je kreativnost tek počelo s pravim uvažavanjem, ali biti na putu sa željom da se otkriju novi modeli ponašanja, kreativnosti i komunikacije puno je bolje od onog da se uopće nije zakoračilo na taj put.

Literatura

1. Cameron, J.: Zlatni rudnik, Optima, Ljubljana, 1999.
2. Denning, M., Phillips, O.: Kreativna vizualizacija, Zagraf tisak, Zagreb, 1997.
3. Goleman, D.: Emocionalna inteligencija, Mozaik knjiga, Zagreb, 1997.
4. Hentig, H.: Humana škola, Educa, Zagreb, 1997.
5. Jovanovska, M. P.: Kreativno vođenje u vrtiću i školi, R & S, Tuzla, 2004.
6. Reardon, K. K.: Interpersonalna komunikacija, Alineja, Zagreb, 1998.
7. Srića, V.: Upravljanje kreativnošću, Školska knjiga, Zagreb
8. Srića, V.: Kako postati pun ideja, M.E.P. Consult, Zagreb, 1997.
9. Stevanović, M.: Kreatologija, Tonimir, Varaždinske Toplice, 1999.
10. Stevanović, M.: Edukacija za stvaralaštvo, Tonimir, Varaždinske Toplice, 1997.
11. Stevanović, M.: Interaktivna stvaralačka edukacija, Andromeda, Rijeka, 2003.
12. Stevanović, M.: Modeli kreativne nastave, R & S, Tuzla, 2000.
13. Srića, V.: Upravljanje kreativnošću, Školska knjiga, Zagreb, 1994.
14. Stevanović, M.: Kreatologija, Tonimir, Varaždinske Toplice, 1999.
15. Stevanović, M.: Edukacija za stvaralaštvo, Tonimir, Varaždinske Toplice, 1997.
16. Stevanović, M.: Modeli kreativne nastave, R & S, Tuzla, 2000.
17. Vukasović, A.: Pedagogija, tisak Zagreb, Zagreb, 1990.

TEHNOLOGIJA I SVJETSKI
TURISTIČKI TRENDovi

TECHNOLOGY AND TOURISTIC
TRENDS IN THE WORLD

TOURISM AND E-BUSINESS: THE SEMANTIC PARADIGM AS A PRECONDITION FOR SUCCESS

TURIZAM I POSLOVANJE PUTEM WEBA: SEMANTIČKA PARADIGMA KAO PREDUVJET USPJEŠNOSTI

Mislav Šimunić, Ljubica Pilepić, Maja Šimunić¹

*Faculty of Tourism and Hospitality Management, University of Rijeka, Opatija, Croatia; Liburnia Riviera
Hotels, Opatija, Croatia¹*

*Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Opatija, Hrvatska; Liburnia Riviera
Hoteli d.d., Opatija, Hrvatska¹*

Abstract

The development of technology in many ways determines the business concepts and ways of business processes at all levels of business. Tourism practices today cannot be imagined without the integration of Internet and the Web in everyday business. Semantic Web (which deals with aspects of the meaning) is an extension of the World Wide Web as seen through the integration of "machine" technology and human intelligence (human brain), and is often described in different ways as a utopian vision, website data-information, or paradigm change in everyday use of web. Modern business via the web starts from the behavioral approach of all involved in the business process, particularly in the area of online promotion, whereby the base of a dynamic web site should be automatism which is based on the results of semantic analysis. Business via web is extremely important and dominant in the day-to-day business. Business "Systems" - companies in the tourism industry must follow modern trends and continuously adopt technological changes from the global context. In this way the positive effect is visible at the web site user side (satisfaction) and on the better business results on the other hand. The main feature of this paper is to present behavioral models in the tourism business through the prism of the Semantic Web paradigm.

Keywords

e-business, tourism, semantic, web, semantic paradigm

Sažetak

Razvoj tehnologije u mnogočemu determinira poslovne koncepte i način odvijanja poslovnih procesa na svim razinama poslovanja. Poslovanje u turizmu danas se nemože niti zamisliti bez integracije interneta i weba u svakodnevnoj poslovnoj praksi. Semantički web (koji se bavi aspektim značenja) je proširenje World Wide Weba promatrano kroz integraciju "stroja", tehnologije i ljudske inteligencije (ljudskog mozga), a često se opisuje na različite načine kao utopijska vizija, web podatak ili pak promjena paradigme u svakodnevnom korištenju weba. Suvremeno poslovanje putem weba polazi od bihevioralnog pristupa svih involviranih u poslovni proces, posebice u segmentu on line promocije pri čemu bi temelj dinamike određenog web site-a trebao biti automatizam upravljan ponderiranim razultatima semantičke analize. Poslovanje putem weba sve je značajnije i dominantnije u poslovanju. Poslovni subjekti u turizmu moraju se suvremenim trendovima i promijenama stalno prilagođavati kako bi ne samo zadržali konkurentnosti učinkovito pozitivno djelovali na zadovoljstvo korisnika svoga "weba" i na svoje poslovanje uopće, već da bi i opstali. Glavna značajka ovoga rada jest predstavljanje bihevioralnog modela poslovanja u turizmu predstavljenog kroz prizmu semantičkog weba.

Ključne riječi

poslovanje, turizam, semantika, web, semantička paradigma

MANAGEMENT CAMPS' COMPETITIVENESS: TRENDS AND USE OF INTERNET

MENADŽMENT KONKURENTNOSTI KAMPOVA: TRENDVI I PRIMJENA INTERNETA

Ines Milohnić, Josipa Cvelić Bonifačić¹

Faculty of Tourism and Hospitality Management, University of Rijeka, Opatija, Croatia; Valamar d.o.o., Zagreb, Croatia¹

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, Hrvatska; Valamar d.o.o., Zagreb, Croatia¹

Abstract

The exponential growth of internet has made adaptability of the tourism sector to the new technologies indispensable. In that respect, the camping market is constantly undergoing transformations (increased transparency, more competition, possibilities of price comparisons etc) which are associated with innovative and dynamic camps. This article delivers a detailed analysis of the concept and trends of using the internet in Croatian campsites. By looking at the elements of quality, the article will single out the competitive advantages of the best camps on the Mediterranean in relation to the internet as a competitive advantage of campsites. The sample of the empirical study consist of 840 guests of Croatian camps divided into two target groups: camping guests and guests which resided in mobile homes. The aim of this study is an attempt to get an evaluation of 1) using the internet before the holiday, b) main purpose of using the internet. The research results for the usage of internet prior to the holiday are related to gathering information and booking accommodation online. Guests in mobile homes use internet more frequently for accommodation booking (36,6%) than other camping guests (28,6%). The internet is an important instrument of the marketing management with the purpose of achieving and maintaining the competitive advantage in the camping sector.

Keywords

camps, internet, competitive advantage

Sažetak

Snažan razvoj interneta uvjetovao je prilagodbu turističkog sektora novoj tehnologiji. U tom smislu kamping tržište prate stalne promjene (povećana transparentnost, uključivanje novih konkurenata, omogućavanje usporedbe cijene i sl.) koje se vezuju uz inovativne i dinamične kampove. U ovom se radu detaljnije obrađuje koncept primjene i trendova korištenja interneta u hrvatskim kampovima. Kroz elemente kvalitete u radu se donose konkurentske prednosti najboljih kampova na Mediteranu posebno s aspekta interneta kao konkurentske prednosti kampova. Za potrebe ovog rada provedeno je istraživanje na uzorku od 840 gostiju u hrvatskim kampovima podijeljenih u dvije ciljne skupine: a) goste koji su koristili usluge kampiranja u mobilnim kućicama i ostale goste kampa. Cilj istraživanja odnosi se na pokušaj dobivanja ocjene: 1) korištenja interneta prije putovanja i 2) temeljne svrhe korištenja interneta. Rezultati istraživanja o korištenju interneta prije putovanja vezuje se uz prikupljanje informacija i rezervaciju smještaja. Gosti u mobilnim kućicama više se koriste internetom prilikom rezervacije smještaja (36,6%), u usporedbi s ostalim gostima kampa (28,6%). Internet čini važan instrument menadžment marketinga u smislu postizanja i održavanja konkurentske prednosti u sektoru kampova.

Ključne riječi

kampovi, internet, konkurentska prednost

MODERN TRENDS IN RATE AND YIELD MANAGEMENT IN HOSPITALITY POLICIES WITH AN EMPHASIS ON WEB BOOKINGS

SUVREMENI TRENDOVI RATE I YIELD MANAGEMENT HOTELA S NAGLASKOM NA WEB BOOKING

Maja Šimunić

*Liburnia Riviera Hotels, Opatija, Croatia
Liburnia Riviera Hoteli d.d., Opatija, Hrvatska*

Abstract

Today's market and technology development in the form of hotel software solutions as well as the website's involved in selling capacities of individual hotels or hotel chains fully determine the business policy of rate categories with regard to season, occupancy rate, days of week, length of stay, the selling actions etc. One of the biggest challenges today is setting up competitive rates sold on the third party websites / distribution channels as booking.com, hrs.com, expedia.com, etc. Why? Because any change in rate category which is mainly affected by the rooms availability and season, the hotel / hotel chain must send to all third party websites/distribution channels at the same time or it would not violate "rate parity" partnership that each of these sites request, while rates can change several times a day. Rate parity exists when the same rate structure for a hotel exists across all its distribution channels. This means that everyone must have the lowest rates at the same time. Technology development has greatly contributed to the appearance of systems such as "Rate Tiger", "Channel Manager", etc., which greatly simplifies the work of the hotel in the way that rates are integrated into one system instead of at each site separately, and that system then sends rates on websites which hotel has a contract with. One of the most elegant solutions currently is myfidelio.net paired with Opera hotel software because it offers a solution where rates change by system itself and then sends them to "My fidelio.net" and it saves a lot of time, but also requires the implementation of opera as a hotel software solution, and thus more funding. Nevertheless, a huge job remains to every hotel to stay present and competitive on the market because the web booking increases

Sažetak

Današnje tržište i razvoj tehnologije u vidu hotelskih softverskih rješenja kao i website-ova koji sudjeluju u prodaji kapaciteta pojedinih hotela ili lanaca hotela u potpunosti determiniraju poslovnu politiku u vidu kreiranja cijena s obzirom na sezonu, popunjenost kapaciteta, dana u tjednu, dužinu boravka, akcija i sl. Jedan od najvećih izazova je redovno postavljanje trenutno aktualnih cijena na booking site-ove kao što su booking.com, hrs.com, expedia.com i sl. Zašto? Zato što svaka promjena cijena na koju u najvećoj mjeri uz sezonu utječe popunjenost pojedinog hotela ili lanca mora biti poslana na sve web-ove u isto vrijeme da se ne bi povrijedio "rate parity" partnerski odnos koji svaki od njih zahtjeva, a cijene se mogu promijeniti i više puta dnevno. „Rate parity“ predstavlja pojam koji objašnjava da cijene koje hotel prodaje na svojem webu moraju biti iste kao i one koje se prodaju primjerice booking.com-u. To znači da svi moraju imati najpovoljnije cijene u isto vrijeme. Razvoj tehnologije uvelike je doprinjeo pojavom sistema poput "rate tigera", "channel manager-a" i sl. koji uvelike olakšavaju posao hotelu u smislu da se tada cijene integriraju u taj sistem umjesto na svaki web zasebno; te sistem dalje cijene šalje na webove s kojima ima sklopljen ugovor. Jedno od trenutno najelegantnijih rješenja je myfidelio.netu paru s Opera hotelskim softverskim rješenjem jer nudi mogućnost gdje sistem sam šalje promjene cijena "my Fidelio.net-u" te se uštedi puno vremena, ali i zahtjeva i implementaciju Opere kao hotelskog programskog sistema, a time i mnogo više financijskih sredstava. Svejedno, svakom hotelu ostaje ogroman posao kako bi ostali prisutni i konkurentni na tržištu jer je poslovanje putem

rapidly and is more present on the Croatian market as well. It is difficult to adjust to today's world standards, because of outdated technology, which is due to the current economic situation more difficult to finance.

Keywords

rate management, booking, rate parity, Web, Hotel Software solutions

weba sve zastupljenije na hrvatskom tržištu, a prilagoditi se današnjim svjetskim standardima sve je teže zbog zastarjele tehnologije, koju je zbog trenutne gospodarske situacije sve teže financirati.

Ključne riječi

rate management, booking, rate parity, web, hotelska softverska rješenja

HOTEL MARKETING MANAGEMENT AND WEB DATA MINING

UPRAVLJANJE HOTELSKIM MARKETINGOM RUDARENJEM WEB PODATAKA

Marina Laškarin

*Faculty of Tourism and Hospitality Management, University of Rijeka, Opatija, Croatia
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Opatija, Hrvatska*

Abstract

All businesses have recognized the importance and significance of creating, maintaining and using databases of their guests, clients, customers and other consumers of their products or services. The methodology used in collecting data has changed and developed parallel with the development and application of information and communication technologies. The transformation of data collection from the manual method to the use of technology and the Web has helped to facilitate the collection of large quantities of personal data concerning the consumers of products or services. As a result, hoteliers and other actors on the supply side are faced with an enormous quantity of unstructured, mostly transactional, data collected via the Web. A methodology known as data mining has emerged in response to this problem. Data mining refers to a process of searching for and using valuable data which hoteliers can take advantage of in their one-to-one marketing strategy. Recent studies show that future service consumers rely more on the personal experiences of current consumers than on conventional advertising methods. The reason for this lies in the emotional experiences of individuals in a hospitality facility or tourist

Sažetak

Važnost i značaj kreiranja, održavanja i korištenja baza podataka o svojim gostima, klijentima, kupcima i svim ostalim potrošačima proizvoda ili usluga, prepoznale su sve gospodarske djelatnosti. Metodologija prikupljanja tih podataka, mijenjala se i razvijala usporedno sa razvojem i primjenom informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Transformacija prikupljanja podataka od manualnog načina do korištenja tehnologije i web-a, doprinijela je povećanju mogućnosti za prikupljanje velikog broja osobnih podataka o korisnicima proizvoda ili usluga. Istovremeno, te mogućnosti dovele su do pojave da se hotelijeri i ostali subjekti na strani ponude susreću sa velikom količinom nestrukturiranih i većinom transakcijskih podataka prikupljenih putem web-a. Kao odgovor na takve probleme, pojavila se metodologija pod nazivom rudarenje podataka. Ona upućuje na proces traženja i korištenja visokovrijednih podataka, koje hotelijeri mogu iskoristiti u svojoj strategiji marketinga „jedan prema jednome“. Recentna istraživanja pokazuju da budući korisnici usluga imaju više povjerenja u osobna iskustva dosadašnjih korisnika usluga nego u tradicionalne metode oglašavanja i

destination. While, on the one hand, the daily comments of past service consumers posted on social networks may provide hoteliers with a promotional opportunity to attract future service consumers, on the other hand, they can represent a real threat by dissuading future service consumers. Today's blogs represent an enormous source of highly valued data with a relatively high dose of credibility. When writing blogs, people reveal themselves and their experiences which are in most cases imbued with personal feelings, giving them a higher level of persuasiveness. Based on the research problem, the basic hypothesis of this paper can be formulated, which reads: Web data mining provides a better approach to using guest databases and enables more-effective personalization in identifying the needs, wants and habits of guests as future service consumers.

Keywords

hotel industry, data mining, one-to-one marketing, social networks

reklamiranja. Razlog tome leži u doživljajnim emocijama pojedinaca u nekom ugostiteljskom objektu ili turističkoj destinaciji. Dok svakodnevni komentari prijašnjih korisnika usluga na društvenim mrežama, s jedne strane hotelijerima omogućuju promotivnu šansu za buduće korisnike usluga, dotle s druge strane, to može predstavljati realnu opasnost za odbijanje budućih korisnika usluga. Današnji blogovi predstavljaju ogroman izvor visoko vrijednih podataka, sa relativnom visokom dozom vjerodostojnosti. Ljudi u takvim tekstovima otkrivaju sebe, svoje doživljaje koja su u većini slučajeva prožeta osobnim iskustvima, što za posljedicu ima i veći stupanj uvjerenosti.

Na temelju ovako determiniranog problema istraživanja, moguće je postaviti temeljnu hipotezu u ovom radu, koja glasi: rudarenje web podacima omogućuje kvalitetniji pristup korištenja baze podataka o gostima i efikasniju individualizaciju u prepoznavanju njihovih potreba, želja i navika kao budućih korisnika usluga.

Ključne riječi

hotelijerstvo, rudarenje podataka, marketing „jedan prema jednom“, društvene mreže

A CONTRIBUTION TO E-TOURISM DEMAND MODELLING

DOPRINOS MODELIRANJU E-TURISTIČKE POTRAŽNJE

Tea Baldigara, Ana Štambuk¹, Maja Mamula

Faculty of Tourism and Hospitality Management, University of Rijeka, Opatija, Croatia; Faculty Of Economics, University Of Rijeka, Rijeka, Croatia¹

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Sveučilište u Rijeci, Opatija, Hrvatska; Ekonomski fakultet, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, Hrvatska¹

Abstract

The tourism sector has experienced several significant changes over the past decades due to the strong development of the information and communication technologies (ICT). The technological revolution experienced through the development of the Internet has changed dramatically the market conditions for tourism organisations. ICTs evolve rapidly providing new tools for tourism development

Sažetak

Zbog snažnog razvoja informacijskih i komunikacijskih tehnologija (ICT) turistički sektor je u posljednjih nekoliko desetljeća doživio nekoliko značajnih promjena. Tehnološka revolucija prouzročena razvojem interneta dramatično je promijenila tržišne uvjete poslovanja svih turističkih organizacija. ICT se brzo razvija, pružajući nove alate za preusmjeravanje i razvoj turizma. Kao što je

and rerouting. As known, tourism is defined and characterised by the demand side, it is therefore important to detect and define the various factors that determine it. Tourism demand modelling and forecasting have been an issue under examination in many researches. A large number of econometrics studies used, both time series and econometric approaches to model and forecast tourism demand and its various determinants. As known, tourism demand can be defined as a set of goods and services that people acquire to accomplish their journeys, expressed in term of quality. Among different factors that influence tourism demand income, prices, substitute prices, and other variables are mentioned as determining measures or explanatory variables that affect the quantity of goods or services purchased. On the other side of the tourism demand function, as the dependent variable, most commonly the number of tourists or the number of tourists overnights are investigated. The paper presents the authors' endeavour to express a theoretical e-tourism demand model, as a mathematical function that indicates the presence of a relationship between the dependent variable, expressed by the number of tourists' arrivals and a number of commonly used explanatory variables. Due to the growing importance of the information and communication technology and its great influence on the tourism sector, the authors research the possibilities of adding some additional supplementary independent variables i.e. the number of internet users, the number of overnights stays that were booked online or the number of online reservations to stress and represent the significant role played by the information and communication technology in determining the e-tourism demand.

Keywords

Information and communication technology (ICT), e-tourism demand, econometrics modelling, mathematical model, dependent variable, explanatory variables.

poznato, turizam je determiniran i karakteriziran prvenstveno od strane potražnje, stoga je važno definirati i pronaći različite faktore koji ju određuju.

Modeliranje i prognoziranje turističke potražnje tema je mnogih istraživanja. Veliki broj ekonometrijskih istraživanja koristi pristup analize vremenskih serija kao i ekonometrijski pristup za modeliranje i prognoziranje turističke potražnje i njezinih različitih odrednica. Kao što je poznato, turistička potražnja može se definirati kao skup dobara i usluga koje ljudi koriste za vrijeme svojeg putovanja, izražen u smislu kvalitete. Između različitih čimbenika koji utječu na turističku potražnju prihod, cijene, cijene supstituta i druge varijable spominju se kao mjere odrednice ili eksplanatorne varijable koje utječu na kvantitetu kupljenih dobara i usluga. S druge strane, u funkciji turističke potražnje kao zavisna varijabla najčešće se istražuje broj turista ili broj ostvarenih turističkih noćenja. Polazeći od snažnog utjecaja, kojega dramatični razvoj ICT-a, ima na cjelokupni turistički sektor, ad prikazuje nastojanje autorica da izraze teorijski model e-turističke potražnje, kao matematičku funkciju koja izražava prisutnost veze između zavisne varijable, izražene brojem turističkih dolazaka i najčešće korištenih eksplanatornih varijabli, ali i uključivanjem dodatne nezavisne varijable, primjerice broj internet korisnika, broj noćenja ostvarenih online bookingom ili broj online rezervacija da bi se istaknula i prikazala značajna uloga informacijske i komunikacijske tehnologije u određivanju e-turističke potražnje.

Ključne riječi

Informacijsko komunikacijska tehnologija (ICT), e-turistička potražnja, ekonometrijsko modeliranje, matematički model, zavisna varijabla, eksplanatorne varijable

MEDIA CONVERGENCE AND NEW WORLDS OF VIRTUAL TOURISTIC DESTINATIONS

MEDIJSKA KONVERGENCIJA I NOVI SVIJETOVİ VIRTUALNIH TURISTIČKIH DESTINACIJA

Mario Plenković, Vlasta Kučič

Faculty of Tourism, University of Maribor, Brežice, Slovenia

Fakultet za turizam, Sveučilište u Mariboru, Brežice, Slovenija

Abstract

Authors analyze the technical, communication and touristic aspects of media convergence on the efficiency, disclosure, consummation and knowing new worlds of touristic destinations. New worlds of virtual tourist destinations in the modern global world of tourism are viewed in terms of technological development of digital media convergence at all levels of touristic destination communication. The paper starts from the hypothetical basic assumption that media convergence enables creation of a new virtual world of tourist destination which for every citizen (potential tourists) opens new possibilities for discovering new interactive world for tourism at all levels of global, regional, national and local tourist destinations. The theoretical discussion is based on the presumption that the convergence of media and tourism, is in correlation with metaphysical reflection and creative presentation of new global tourist destination values. In recognizing new world of tourism, convergent media provide that every citizen "homo turisticus" become a media convergent touristic "homo ludens" (playfull media convergent touristic traveling man on the new way of knowing the world of tourism). The authors indicate the four possible communication touristic errors (idola tribus, idola specus, idola fori and idola theatri) made by media convergence in recognizing new virtual worlds of tourist destinations. The paper warns that the technological achievements of media convergence and media digitization are communicative gradual process of civil adaptation in a virtual world and consummation of new digital destination touristic values. The authors conclude that media convergence offers and allows each

Sažetak

Autori u radu analiziraju tehnološke, komunikološke i turizmološke aspekte medijske konvergencije na učinkovitost otkrivanja, otvaranja, konzumiranja i spoznavanja novih svijetova turističkih destinacija. Novi svijetovi virtualnih turističkih destinacija u suvremenom globalnom svijetu turizma se promatraju s aspekta razvojnih dostignuća digitalne konvergentne medijske tehnologije na svim razinama destinacijske turističke komunikacije. U radu se polazi od temeljne hipotetske pretpostavke da medijska konvergencija omogućuju komunikativno stvaranje novog virtualnog svijeta turističke destinacije koji svakom građaninu (potencijalnom turistu) otvara nove mogućnosti za interaktivno spoznavanje novih svijetova turizma na svim razinama globalne, regionalne, nacionalne i lokalne turističke destinacije. Teorijska rasprava polazi od pretpostavke da su medijska konvergencija i turizam u korelaciji s metafizičkim promišljanjem i prezentiranjem novih kreativnih prezentativnih globalnih turističkih destinacijskih vrijednosti. U spoznavanju novih svijetova turizma konvergentni mediji omogućuju da svaki građanin »homo turisticus« postane medijski konvergentni turistički »homo ludens« (igrajući medijski konvergentni putujući turistički čovjek na putu spoznavanja novih svijetova turizma). Autori ukazuju i na četiri moguće komunikativne turističke zablude (idola tribus, idola specus, idola fori te idola theatri) koje nam (ne)donosi medijska konvergencija u virtualnom spoznavanju novih svijetova turističkih destinacija. U radu se upozorava da su tehnološka postignuća medijske konvergencije i medijske digitalizacije postupni komunikativni

citizen a multitude of virtual tourist production that becomes a permanent tourist destination, cultural and communicative way of knowing the value of new tourism worlds.

Keywords

tourism, tourist destinations, communication, culture, media convergence, digitization, virtual communication

proces građanske virtualne prilagodbe u kreiranju i konzumiranju novih digitalnih destinacijskih turističkih vrijednosti. Autori zaključuju da medijska konvergencija pruža i omogućuje svakom građaninu mnoštvo digitalne turističke virtualne produkcije koja postaje trajna turistička kulturna i komunikativna destinacijska vrijednost na putu spoznavanja novih turističkih svijetova.

Ključne riječi

turizam, turistička destinacija, komunikologija, kultura, medijska konvergencija, digitalizacija; virtualna komunikacija

**NOVINARSTVO I EUROPA
(1992.-2012.)**

**JOURNALISM AND EUROPE
(1992.-2012.)**

THE PROFESSION OF A JOURNALIST IN THE INDEPENDENT STATE OF CROATIA

ZANIMANJE NOVINAR U NEZAVISNOJ DRŽAVI HRVATSKOJ

Alan Labus

College of Business and Management Baltazar Adam Krčelic, Zapresic, Croatia

Visoka Škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti B. A. Krčelić, Zaprešić, Hrvatska

Abstract

Based on a part of an archive material and the testimony of the contemporaries, the author examines how, to what extent and through which institutions Ustasha authorities in the Independent State of Croatia (NDH) controlled the work of journalists and influenced the content of newspapers from 1941 to 1945. The model of the multilayer censorship of newspapers and professional, financial and social status of journalists in the NDH are specifically analyzed by using documents from official correspondence between the newspaper editorial staff and the authorities. This article focuses on the fate of some of the journalists, their uncertain status and position as journalists and the function that Ustasha policy determined for this profession. It also pays special attention to the importance of forming the State Reporting and Promotion Office, Croatian Journalists' Association and Ustasha Publishing Institute since these institutions significantly predetermined the position and the role of journalists in the Independent State of Croatia.

Key words

journalist, status, policy, control, the Independent State of Croatia

Sažetak

Na osnovi dijela arhivske građe i svjedočanstava suvremenika, autor razmatra na koji je način, u kojoj mjeri te preko kojih institucija, ustaška vlast u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj 1941. – 1945. kontrolirala rad novinskih redakcija i utjecala na sadržaj novina. Pri tome posebno analizira model višeslojnog cenzuriranja novina te profesionalni, materijalni i društveni položaj novinara u NDH, koristeći kao izvor dokumente iz službene korespondencije novinskih redakcija i organa vlasti. U fokusu ovoga članka novinarske su sudbine dijela novinara, nesiguran status i položaj novinara, kao i funkcija koju je ustaška politika nadjenula tom zanimanju. Posebna pažnja posvećena je važnosti formiranja Državnog izvještajnog i promidžbenog ureda, Hrvatskog novinarskog društva i Ustaškog nakladnog zavoda kao institucija koje su bitno predodredile položaj i ulogu novinara u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj.

Ključne riječi

novinar, status, politika, kontrola, Nezavisna Država Hrvatska

Uvod

Nezavisna Država Hrvatska stvorena je u Travanjskom ratu 1941. na prostoru dijela današnje Hrvatske i BiH kao dio vojnog i političkog plana Njemačke i Italije na jugoistoku Europe. Obveze koje je preuzeo poglavnik Ante Pavelić prema talijanskoj i njemačkoj strani odredit će slab položaj NDH i upitan suverenitet, imajući u vidu prisutnost njemačkih snaga od 1941. do 1945. i talijanskih od 1941.

do rujna 1943. u NDH. Dodamo li tome da se od 1941. do 1945. u NDH vodio građanski rat između ustaša, četnika³⁴¹ i NOP-a, jasno je u kakvim je uvjetima funkcionirala marionetska ustaška vlast.

Ustaša - Hrvatski oslobodilački pokret, jedina politička organizacija koja je imala pravo djelovati u NDH, vlast je formirala po uzoru na Njemačku i Italiju. U Nezavisnoj Državi Hrvatskoj ustaška organizacija bila je istovjetna državnoj vlasti. Poglavnik je u NDH koncentrirao moć u svojim rukama, poput Führera u Njemačkoj i Ducea u Italiji. On je bio na čelu države i ustaške organizacije koja je kontrolirala upravu, sudstvo i zakonodavstvo. Osobno je izdavao zakonske propise, pa i u vrijeme djelovanja Hrvatskog državnog sabora od 23. veljače do 28. prosinca 1942., donosio presude i odluke o namještenjima.³⁴² Na isti način upravljalo se i medijima u NDH, kao dijelu šireg državnog promidžbenog aparata.

Podvrgavanjem najvišoj instanci upravne vlasti još u ljeto 1941. (24. lipnja 1941. (*Državno tajništvo za promidžbu* direktno je stavljeno u nadležnost Predsjedništva vlade)³⁴³ promidžba je dobila veoma važan položaj u ustaškoj politici, no ipak nije kao u Trećem Reichu ili Kraljevini Italiji bila izdignuta u stupanj ministarstva, niti je imala tako širok krug djelovanja.³⁴⁴

U prvim mjesecima NDH, Hrvatska izvještajna služba (HIS) imala je vrlo kompleksnu zadaću. Ugasiti sve novine koje nisu bile proustaške, postaviti vlastite cenzore u tiskovinama, osiguravati *ispravno* obavještavanje stranih novinara o situaciji u zemlji, pratiti strani tisak i radio s naglaskom na vijesti o NDH, voditi brigu da ustaše preuzmu urednička mjesta u novinama, ali najvažnije od svega, osigurati da željena informacija doprije do krajnjeg čitatelja. Tako kompleksne zadaće uvjetovale su i prilično divergentnu organiziranost službi HIS-a. Uz ured upravitelja, postojao je *Odsjek za domaći tisak* sastavljen od *Obavještajnog ureda*, *Pododsjeka za nadzor i organizaciju*, *Svjetlopisni odsjek*, te *Odsjek za inozemni tisak* sastavljen od *Krugovalne prislušne službe* i *Pododsjeka za strane novinare*. HIS je preko agencije *Velebit*, odnosno Hrvatskog dojavnog ureda *Croatie* preuzeo i ulogu informativnog punkta koji prati radio-vijesti te tisak i informacije stranih agencija, prvenstveno njemačkog *DNB-a* i talijanskog *Stefania*, ali i tisak i agencijske vijesti Bugarske, Mađarske, Rumunjske, Slovačke te neutralnih zemalja Švicarske, Švedske i Turske.³⁴⁵ Međutim, diplomatski važnu materiju, međunarodne odnose, pregovore NDH s inozemstvom te vijesti o narodnim manjinama na prostoru NDH, *Hrvatska izvoještajna služba* i njezine ispostave nisu mogle samostalno propustiti u novinska uredništva bez prethodne privole *Političkog odjela* Ministarstva vanjskih poslova.³⁴⁶

Na temelju zaprimljenih brzojava stranih agencija HIS je izrađivao bilten koji se u tijeku dana dostavljao uredništvima. Bilteni su bili tajnog informativnog karaktera i dostavljali su se ravnateljima, glavnim urednicima i političkim urednicima te višim političkim dužnosnicima. Glavni ravnatelj za promidžbu odlučivao je, hoće li se što iz pojedinog biltena objaviti u dnevnoj štampi. *Hrvatsku izvoještajnu službu* u inicijalnoj fazi vodili su Ivo Bogdan i Stipe Tomičić, a poslije pukovnik Josip

Jelić-Butić, Fikreta, *Četnici u Hrvatskoj 1941-1945.*, Zagreb, 1986., 109.-112. Matković, Hrvoje, *Povijest Nezavisne Države Hrvatske*, Zagreb, 2002. 193., Bilandžić, Dušan, *Hrvatska moderna povijest*, Zagreb 1999., 125.-138., Goldstein, Ivo, *Hrvatska 1918. – 2008.*, Zagreb 2008.

³⁴² Jareb, Jere, *Pola stoljeća hrvatske politike 1895.-1945.*, Buenos Aires 1960 – pretpisak Zagreb, 1995.

³⁴³ Jelić-Butrić, Fikreta., *Ustaše i NDH*, Zagreb 1977. 109., 110., Landikušić, Rafeael, *Priručnik o političkoj i sudbenoj podjeli Nezavisne Države Hrvatske*, Zagreb 1942., 4.-14.

³⁴⁴ Itković Zuckerman, Boško, *Funkcija protužidovske propagande zagrebačkih novina u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj od travnja do srpnja 1941. godine*, *Časopis za suvremenu povijest* 38, br. 1, 80., Zagreb 2006., 81. Neimenovani izvor, novinar u NDH, navodi kako je HIS bio pod Ministarstvom vanjskih poslova, vjerojatno misleći na obvezu dodatne kontrole povjerljivih diplomatskih informacija. No HIS nije bio u sastavu MVP-a. HDA, Fond RSUP SRH SDS (1561), 0131.18.

³⁴⁵ U nadležnosti njemačkog Ministarstva za narodno prosvjeđivanje i promidžbu, bili su i glazbeno stvaralaštvo, kazalište, likovna umjetnost. Jareb, Mario, *Mediji i promidžba Nezavisne Države Hrvatske, Nezavisna Država Hrvatska 1941. – 1945. – zbornik radova*, Zagreb 2009.

³⁴⁶ Nakon Ive Bogdana, koji je inicijalno vodio agenciju mjesto preuzima ustaški pukovnik Josip Mrmić. Od siječnja do kolovoza 1942. nadstojnik Hrvatskog dojavnog ureda Croatia, potom obavlja niz dužnosti u Zapovjedništvu ustaške vojnice i Ministarstvu oružanih snaga. HDA, Fond Predsjedništva vlade NDH – HIS, sumarni inventar, 2.- 10.

³⁴⁷ Dana 3. studenog 1941. povjerenik za novinstvo pri Predsjedništvu vlade upozorava HIS, da ne može bez privole političkog odjela MVP-a dati na objavu sadržaje diplomatske, tj. međunarodne važnosti za NDH. HDA, Fond HIS-a (1078), 2911/41.

Mrmić.³⁴⁷ HIS je djelovao do 24. siječnja 1942., kada njegovu ulogu preuzima *Odsjek za novinstvo* pri novoosnovanom *Državnom izvještajnom i promičbenom uredu* (DIPU). U isto vrijeme ugašeno je i *Povjereništvo za novinstvo* pri Predsjedništvu vlade, a sve promidžbene poslove i kontrola nad medijima u NDH preuzima DIPU.³⁴⁸

Zakonskom odredbom od 29. listopada 1941. osnovan je *Hrvatski dojavni ured* (HDU) *Croatia*, izvanredakcijska novinska izvještajna agencija direktno podređen DIPU-u, a ugašena agencija *Velebit*. Zadatak agencije bila je dojava svih kulturnih, političkih, gospodarskih, burzovnih i športskih vijesti iz tuzemstva i inozemstva. Uglavnom je primala vijesti od njemačke agencije DNB, talijanske *Stefani*, francuske agencije *Havas*, engleskog *Reutera* i sovjetskog *Tassa* i na temelju informacija izrađivala je bilten.³⁴⁹ Agencija je bila povezana sa svim hrvatskim ispostavama DIPU-a te izvjestiteljima u inozemstvu bežičnim Hell-pisačima, također je postojala i stalna veza s ostalim dojavnim uredima te državnim organima. HDU *Croatia* izdavala je vijesti za zagrebački i pokrajinski tisak te državne radijske postaje, posebno je pripremala vijesti na stranim jezicima za njemačke i talijanske novinare. Za ograničeni broj korisnika izdavale su se tajne vijesti, a uredništvima naputci o načinu kako i na kojem mjestu vijest valja objaviti. *Tajne vijesti* bile su probrane informacije iz savezničkih agencija i neutralnih zemalja, a dnevno su se sastavljale u tri biltena. U prvom su bile političke vijesti, drugom vojni izvještaji o savezničkim ratnim operacijama, a treći naslovljen *Posebna služba* sadržavao je većim dijelom cijele emisije agencije TANJUG, kao i vijesti drugih savezničkih agencija ukoliko su se one odnosile na NDH.³⁵⁰ HDU *Croatia* organizacijski je bila podijeljena na *Novinsku službu*, koja se dalje dijelila na *Domaću*, *Inozemnu* i *Povjerljivu službu*.³⁵¹ Prvi ravnatelj HDU *Croatie* bio je književnik Antun Nizeteo³⁵², a potom je imenovan Daniel Uvanović, koji će tu funkciju obnašati sve do kraja rata.³⁵³

Od početka 1942. novinskim redakcijama u NDH upravljao je *Državni izvještajni i promičbeni ured*, odnosno *Glavno ravnateljstvo za promičbu* pri Predsjedništvu vlade. Na svakodnevnom sastancima *Odsjeka za novinstvo* GRP-a izdavani su naputci ravnateljima novinskih kuća, koji su iste prenosili svojim urednicima i novinarima na terenu, što je na kraju davalo jednoličan i predvidljiv ton cjelokupnom novinskom izdavaštvu. Prije tiskanja novinski je sadržaj morao proći temeljitu kontrolu, tj. cenzuru, kako bi bilo uklonjeno sve ono što ne konvenira političkom establišmentu ili saveznicima NDH. Predcenzura se provodila na informacijama koje su pristizale u formi agencijskih vijesti, tjednih, polumjesečnih i mjesečnih pregleda stranog tiska, kako neželjene informacije ne bi dospjele do novinskih redakcija, a potom i u novine. Uz to, provodila se i stroga selekcija sadržaja iz inozemnih novina, ne bi li se ono što je na kraju objavljeno u formi izvješća, kontekstualno poklopilo s političkim pravcem NDH tiska. Osim GRP-a, kontrolu novinarskog rada vršio je i *Novinski odsjek* Ministarstva vanjskih poslova, zadužen za nadzor vanjske politike u novinama te Ministarstvo unutarnjih poslova preko svojih cenzora koji su sjedili u uredima GRP-a i nadzirali rad novinskih službi. Strah u

³⁴⁷ HDA, Fond RSUP SRH SDS (1561), 0131.18 Josip Mrmić ustaški pukovnik (1907. - ?) U ožujku 1941. nakon vijesti o puču u Beogradu, sudjeluje u osnivanju radiopostaje *Velebit* u Berlinu. Po proglašenju NDH imenovan je povjerenikom za kotar Petrinja, a ubrzo i stožernikom Ustaškog stožera Gora u Petrinji. Od siječnja 1942. nadstojnik je HDU *Croatia*. Od listopada 1943. – do siječnja 1945. pročelnik je Odgojnog odjela u Ministarstvu oružanih snaga, a u zadnjim mjesecima rata preuzima funkciju pomoćnika pročelnika Ministarstva oružanih snaga (MINORS-a). Nakon rata emigrirao u SAD. *Tko je tko u NDH*, 284.

³⁴⁸ Česte promjene nadležnosti upravljanja medijima i uopće promidžbom od osnutka NDH (Državno tajništvo za narodno prosvjećivanje, DIPU, GRP) ne mijenjaju činjenicu da je uvijek postojalo jedno središnje tijelo koje je od 1941. do 1945. bilo nadležno za sve medije u NDH. Jareb, M., op. cit., 92., 93.

³⁴⁹ HDA, Fond Predsjedništva vlade NDH – HIS, sumarni inventar, 2.- 10.

³⁵⁰ Daniel Uvanović po izručenju DFJ u okviru policijskog obavijesnog razgovora 9. ožujka 1947. navodi kako su *Tajne vijesti* primali ministri, pojedini državni uredi, ravnatelji novina, neki strani novinari njih 50-ak ukupno. Potkraj rata taj je broj reduciran na 12-16 korisnika po nalogu ministra unutarnjih poslova dr. Mate Frkovića, HDA, Fond RSUP-SRH-SDS (1561), 0131.18 – Zapisnik obavijesnog razgovora od 09. 03. 1947 s Danijelom Uvanovićem.

³⁵¹ *Spomen knjiga prve obljetnice NDH*, 46.- 48. *Domaća služba* dijelila se na političku, pokrajinsku i zagrebačku, a *Inozemna* na dopisničku, gospodarsku i športsku. *Novinska služba* dnevno je pripremala od 100-150 vijesti i informacija, a vrijeme rada Sabora rekordnih 357 stranica.

³⁵² Antun Nizeteo, književnik (1913. – 2000.) Po uspostavi NDH zapošljava se u MVP-u, te je imenovan izaslanikom za kulturne veze u Rimu. Poslije kapitulacije Italije imenovan je nadstojnikom Odjela za kulturne veze MVP-a, odakle je pred kraj rata premješten u tek otvoreni konzulat u Pragu. Nakon sloma NDH seli se u München, a potom u SAD. *Tko je tko u NDH*, 297., 298.

³⁵³ HDA, Fond RSUP-SRH-SDS (1561), 0131.18.

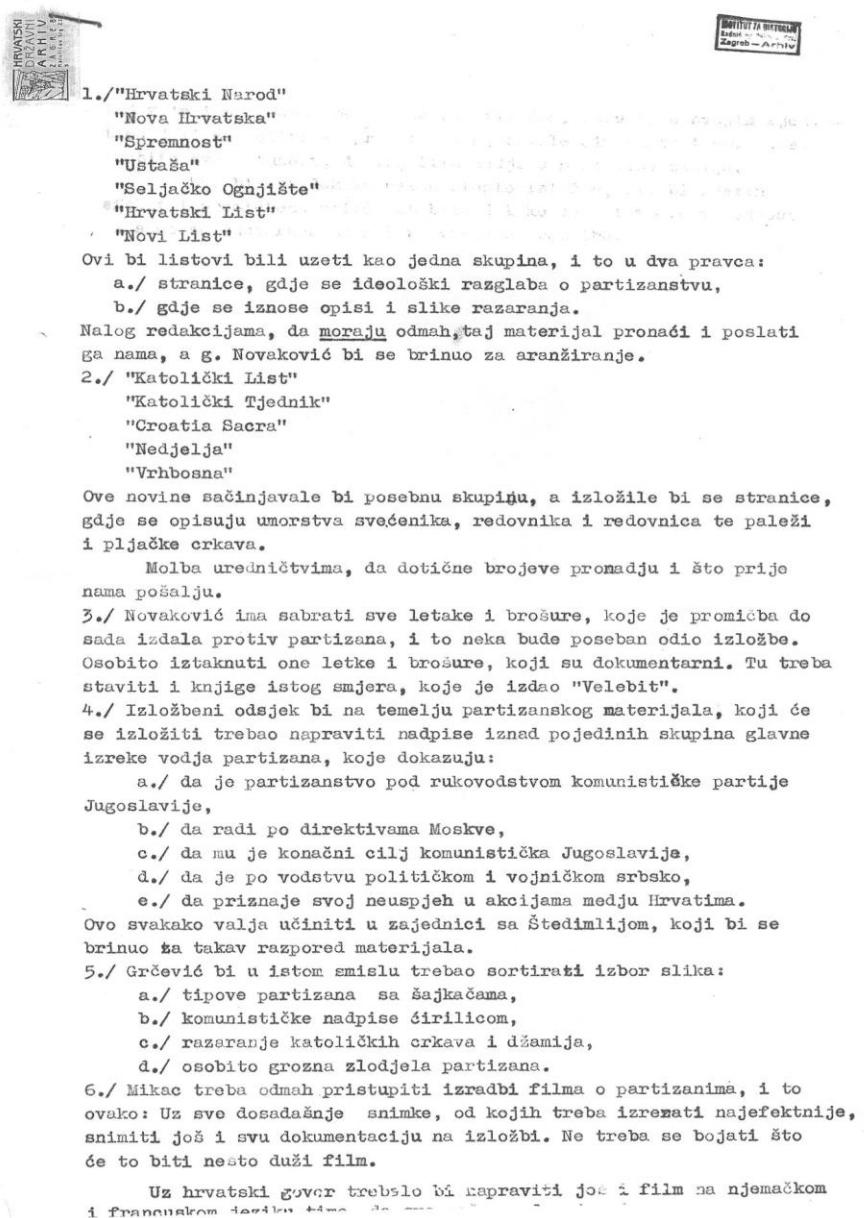
novinskim redakcijama posebno je izazivala prisutnost UNS-ovih agenata, koji su imali široke ovlasti i predstavljali fizičku prijetnju novinarima.

Ministarstvo unutarnjih poslova zadržat će pravo uvida u rad cjelokupnog propagandnog djelovanja. Ukoliko bi državna cenzura nešto propustila ili nije pregledala, povjerenici MUP-a mogli su obustaviti tisak i provesti zapljenu. Ulogu supervizora do kraja 1943. obavljao je ing. Franc Perše, a naslijedio ga je dr. Leopold Bjelobrajdić, koji je do kraja rata bio na toj dužnosti. Jedan zaposlenik *Odsjeka za novinstvo i tiskopis* GRP-a na sljedeći način progovara o cenzorima MUP-a:

O tim ljudima ništa pobliže ne znam, nego da smo ih se pribojavali, ne će li oni poslije izlaska koje knjige staviti kakav prigovor, a specijalno Bjelobrajdić je bio revan, pa je mene optužio da proguravam demokratsku literaturu, specijalno Nobelovce.. Kada je izišla knjiga, mislim pod konac 1944. godine «Uvod u sociologiju», gdje sam mimo pročelnika dozvolio tisak slika svih sociologa svijeta, pa i Marksa i Engelsa, onda sam bačen sa svog rada iz cenzure na razdiobu pošte i razvrstavanje akata po odsjecima i tu sam ostao do kraja, a dr. Bjelobrajdić je imenovan komesarom, jer smo svi mi mlađi kulturu shvaćali u širim razmjerima.³⁵⁴

U cenzuru, na kojoj je radila cijela vojska ljudi, vladajući režim ulagao je ogromnu energiju i materijalna sredstva, ne bi li se građane uvjerilo u ispravnost ustaške politike, pobjednički rat Njemačke i realizaciju projekta *Nova Europa*. Sadržaj objavljen u novinama NDH u razdoblju 1941. – 1945. nije bio djelo slobodnog novinarskog rada, već prije svega domaće političke cenzure i diktata saveznika, Njemačke i Italije.

³⁵⁴ Op. cit.



Prilog 1. – Dnevni naputci redakcijama iz DIPU-a/GRP-a

Novinari na udaru politike

Po uspostavi Nezavisne Države Hrvatske u proljeće 1941., ustaška vlast bila je svjesna da svi novinari nisu na liniji ustaških nazora. Mnogima je bila strana netrpeljivost prema drugim etničkim skupinama, vjerskim zajednicama, a napose uvođenje rasnih zakona. Vlast je prvo općim državnim aktima i zakonskim odredbama stvorila pretpostavke, a potom i konkretnim represivnim mjerama provela čistke te zavela čvrstu kontrolu nad cjelokupnim medijskim sektorom.

U pozadini takvih mjera bila je odluka ustaških vlasti da se već:

...u prvim satima života nove države onemogućiti da Židovi i jugomasoni – koji su poradi svojih posebničkih probitaka ne samo vjerno služili tiranima i mučiteljima hrvatskog naroda, nego su s užitkom napadali i blatili sve hrvatske narodne svetinje – da oni i dalje imaju bilo kakav utjecaj na naše novinstvo, na naš tisak. Time se više nije moglo dopustiti, da ti isti izrodi i nametnici pune svoje

džepove plodovima ustaške borbe, tj. da se obogaćuju na račun toga, što je naše tržište očišćeno srbskih novina i tiskovina.³⁵⁵

Već tijekom proljeća 1941., kada se formiraju novinske redakcije u NDH, bilo je jasno da postoji više dijametralno suprotstavljenih tabora koji se bore za kontrolu tiskovnih medija. Novinari okupljeni oko Ive Bogdana, Tiasa Mortigijje, Daniela Uvanovića, Stjepana Hrastoveca, Stipe Tomičića, činili su jedan krug. Druga grupa formirala se oko Ante Oršanića iz reda studentskog društva August Šenoa, treća oko prvog glavnog urednika Hrvatskog naroda, D. Bumbera i ministra M. Budaka. Četvrta grupa, koja se može definirati kao stranački lobi ustaških časnika emigranata poduprtih Poglavnikom, formirana je pod vodstvom pukovnika Josipa Mrmića i na nju se oslanjala novinarska grupa predvođena Matijom Kovačićem i Mijom Toljom. Potonja će se pokazati najutjecajnijom,³⁵⁶ a J. Grbelja posebno apostrofira pukovnika Josipa Mrmića, kao eksponenta agresivne ustaške politike prema urednicima i novinarima.³⁵⁷

Da je ustaško vodstvo imalo cilj usmjeravati novinarski izričaj i uopće rad novinara, govori i okružnica pukovnika Mije Bzika, posebnog povjerenika za novinstvo. Ondje se traži da ton listova mora biti sto posto ustaški, da listovi veličaju lik i djelo Poglavnika te da o vanjskopolitičkim temama koriste prijevode iz talijanskih i njemačkih listova.³⁵⁸ To ipak u praksi nije bilo do kraja provedivo, no represija prema novinarima nije slabila sve do kraja rata. Ipak, i najmanja pogreška, npr. skraćivanje teksta ili pak naznake neprijateljstva prema saveznicima, mogle su biti kobne po urednike i novinare.³⁵⁹

Novinari koji su dočekali novu vlast u redakcijama ugašenih listova, nekoć najznačajnijih informativnih dnevnika Jutarnjeg lista, Novosti i sl., bili su maknuti u stranu. Došli su neki novi mladi ljudi koji se u poslu nisu snalazili. Sa čisto žurnalističkog aspekta osjećala se stagnacija i dekadencija u novinstvu, a nova je politika tražila, kao na svim životnim poljima, posebno u području informiranja, ustaški predznak. Isti izvor dalje prepričava kako je Tias Mortigijja postavljen povjerenikom za HSS-ov list Hrvatski dnevnik, u kojem je izvor radio te da je list promptno obustavljen. Novinarima je rečeno prilikom zatvaranja lista, navodi anonimni svjedok, da se do daljnega moraju svi pojavljivati u redakciji. Potom je sazvan sastanak od strane Matije Kovačića u prostorijama bivšeg Jutarnjeg lista, na koji su se morali javiti svi novinari rasformiranih redakcija. Ondje je Matija Kovačić kao vladin povjerenik novinarima objasnio kako ih nova država treba, ali da je prethodno pod njegovim vodstvom potrebno izvršiti reorganizaciju novina i uredništava. Tom je prigodom provedena selekcija novinara za glavni politički dnevnik Hrvatski narod i Nova Hrvatska. Među novinarima koji nisu izabrani bio je i istaknuti HSS-ovac desnoga krila, Mirko Glojnarčić, koji se nakon toga vratio u rodno Mače nedaleko Zlatara. Kasnije su on i njegova sestra likvidirani od strane ustaša.³⁶⁰

Već na prvoj Skupštini novinara u NDH, 16. srpnja 1941. od ukupno 147 novinara na popisu, koji su do tada u Banovini Hrvatskoj Kraljevine Jugoslavije radili novinarski posao, odabran je osamdeset i jedan podoban. Oko 40 % novinara bilo je nepoželjno, a neki od njih će uskoro dobiti otkaz i naći se na ulici, prije svega oni koji su držali odgovorne uredničke funkcije novinskih koncerna Jugoslavenska štampa i Tipografija. Da su novinari i njihove egzistencije bili ugroženi, svjedoči i dopis od 7. lipnja 1941. upućen tada još Novinarskom društvu Banovine Hrvatske. Njih dvadesetpetorica usrdno mole da se intervenira u njihovu slučaju, jer da nisu primljeni u nove listove te da im prema važećem zakonu nisu isplaćene plaće za pet mjeseci. Dalje u obrani svoje profesije navode: Mi kao profesionalni novinari nipošto ne možemo snositi odgovornost za smjer listova, kod kojih smo radili i o kojem smjeru nismo odlučivali mi, nego njihovi vlasnici i izdavači. Taj dokument, zaključuje Božidar Novak jasno govori o odnosima vladajućih političara i novinstva: novinari su promjenom režima prvi plaćali pripadnost svojoj profesiji gubitkom materijalne egzistencije, a neki slobodom i životima.³⁶¹

³⁵⁵ *Spomen knjiga prve obljetnice Nezavisne Države Hrvatske*, 40.

³⁵⁶ HDA, Fond RSUP-SRH-SDS, 0131.18

³⁵⁷ Grbelja, Josip, *Uništeni naraštaji*, Zagreb 2000., 18.-20.

³⁵⁸ Jelić, Butić, F., op. cit., 204., Mortigijja, Tijas, *Moj životopis*, Zagreb, 1996., 75.

³⁵⁹ Grbelja, J., op. cit, 27.

³⁶⁰ HDA, Fond RSUP SRH SDS, 0131.18.

³⁶¹ Novak, Božidar, *Hrvatsko novinarstvo u 20. stoljeću*, Zagreb 2005., 313. – 315.

Prisjećajući se posljednjih travanjkih dana Jugoslavije, ondašnji direktor zagrebačkih Novosti Ive Mihovilović, rekao je: Znete kako mi je izgledao naš posao tih dana? Kao da svi zajedno pišemo neku svoju kolektivnu oporuku. Imao sam već tada osjećaj da nam je to posljednji zajednički posao.³⁶²

Ipak, dio je novinara prigrlio novu mogućnost i stavio se novom režimu na raspolaganje.³⁶³ No čini se da je tek mali broj njih bio ideološki vezan za ustaški pokret, a veći dio u suradnji s vladajućom politikom nastojao sebi osigurati povoljniji materijalni i društveni položaj. Daniel Uvanović na obavijesnim razgovorima tijekom ožujka 1947. po izručenju iz Rima vlastima Federativne Narodne Republike Jugoslavije (FNRJ), sličnim tipiziranim formulacijama argumentira svoj način pisanja i propagandnog djelovanja u prilog njemačkih ratnih uspjeha, nacističke doktrine, ustaške ideologije i protuboljševičke borbe. Na upit o veličanju Hitlera i njegovih ratnih uspjeha on odgovara:

Iz ovakvog moga načina pisanja slijedi sve ono kako je naznačeno u upitu, ali nije bilo moje osobno uvjerenje ni namjera da takve Hitlerove planove i akcije opravdavam, a još manje veličam. Do toga članka kao i do niza drugih sličnih članaka u istome broju novina došlo je po prethodnoj uputi Glavnog ravnateljstva za promičbu, koje je tražilo da se posebnim novinskim prilogom dade izražaja značenju dolaska nacional-socijalizma na vlast u Njemačkoj. Na drugom mjestu odgovarajući na pitanje zašto je veličao ustaški pokret Uvanović kaže:

Ovakav način pisanja znači odobravanje čitave ustaške aktivnosti, pa i borbene i on je napisan u duhu ustaške propagande, no nije bilo ni u mojoj namjeri, nit je moje uvjerenje da ima bilo kakovih argumenata kojima bi se mogla opravdati, pa makar i u najmanjoj mjeri meni inače poznata ustaška zlodjela...³⁶⁴

Članstvo u Hrvatskom novinarskom društvu, „stališkoj“ organizaciji svih novinara, bio je temeljni preduvjet da bi netko radio novinarski posao u NDH. U prvom vodstvu *Hrvatskog novinarskog društva* bili su uz predsjednika Matiju Kovačića, ustaški prvaci dr. Ivo Mrakovčić, Antun Šenda, Franjo Dujmović, Ante Jedvaj i Josipom Blažina Za počasnog predsjednika izabran je doglavnik Mile Budak. Pravilnikom HND-a, koji je stupio na snagu 23. rujna 1942., regulirano je novinarsko zvanje i uvjeti po kojima netko može postati članom HND (kasnije sastavnica *Zakona o novinarima i novinarskom radu*). Novinarsko zvanje definirano je kao javno zvanje koje se stiče upisom u *Imenik novinara i novinskih pripravnika*. Uvjet da bi netko bio novinar bila je punoljetnost i položena matura. Osoba je također trebala imati status državljanina arijeuskog porijekla neoženjenog za osobu nearijskog porijekla na temelju zakonske odredbe o zaštiti krvi i časti hrvatskog naroda, što je većim dijelom preuzeto iz njemačkog *Zakona o urednicima* iz 1933.³⁶⁵ Uloga novinara bila je raditi na ustaškim probicima o čemu govori članak 29 pravilnika HND-a: *Ustaša vojničar je pozvan da svaki neprijateljski pokušaj protiv domovine, države i tekovine ustanka najodlučnije, ako je potrebno i u krvi, nemilosrdno uguši.*³⁶⁶

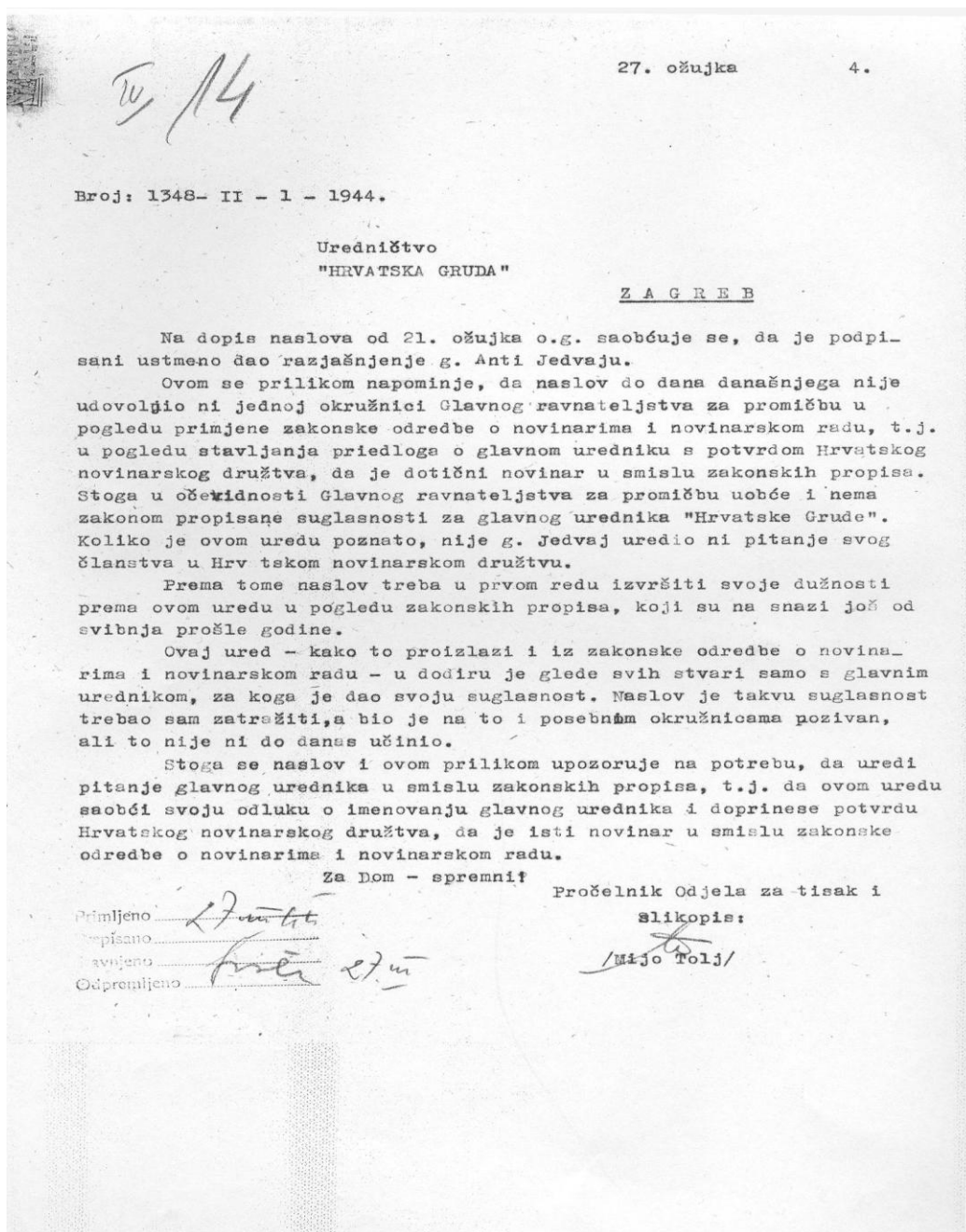
³⁶² Košutić, Ivan, *Radanje, život i umiranje jedne države. 49 mjeseci NDH*, Zagreb, 1997., 33.

³⁶³ Po uspostavi NDH ustaški novinari i urednici svoju su lojalnost iskazali na prijemu kod Poglavnika krajem srpnja 1941. o čemu je pisao i *Novi list* 26. srpnja 1941. Itković Z. B., op. cit., 81.

³⁶⁴ Fond RSUP-SRH-SDS (1561), 0131.18 – *Zapisnik obavijesnog razgovora od 15. 03. 1947 s Danijelom Uvanovićem*

³⁶⁵ U njemačkom zakonu od 4. listopada 1933. kaže se da urednik može biti samo onaj tko posjeduje njemačko državljanstvo, građanska časna prava, tko je arijeuskog porijekla i nije oženjen osobom nearijeuskog porijekla. HDA, Fond Predsjedništva vlade HIS (237), A. J. 313.

³⁶⁶ Novak, Božidar, op. cit, 317. – 318.



Prilog 2.- Članstvo u HND-u bila je licenca za rad u novinskim redakcijama NDH

Da bi netko postao suradnik, stalno zaposleni novinar ili urednik u nekom dnevnom ili periodičnom listu NDH, uz članstvo u HND-u, trebao je ispuniti i upitnik o osobnim podacima, koji je nalikovao policijskom dosjeu. U njemu su osim uobičajenih generalija, imena, prezimena, mjesta prebivanja, kvalifikacije, traženi podaci o vjeroispovijesti, članstvu u stranci *Ustaša-Hrvatski oslobodilački pokret*, detaljni podaci o visini osobe, obliku lica, boji kose, obliku čela, izgledu obrva, očiju, nosa, usta, brade te o zdravlju zuba. Uz opisani sadržaj upitnika, obavezno je stajala i fotografija, kao zorni dokaz navoda.³⁶⁷ To potvrđuju i izjave nakon rata zarobljenih novinara NDH, Danijela Uvanovića, Vilima Peroša, Tijasa Mortigije, da su novinari bili pod snažnom prismotrom državnog aparata u razdoblju 1941.-45. te da je golo preživljavanje često puta bilo uvjetovano bezuvjetnim pokoravanjem ciljevima ustaške propagande.³⁶⁸

³⁶⁷ HDA, Fond 237, kutija 42, 1492/944.

³⁶⁸ HDA, Fond Fond RSUP-SRH-SDS (1561), 0131.18



MINISTARSTVO NARODNE PROSVJETE
 GLAVNO RAVNATELJSTVO ZA PROMIČBU
 NOVINSKI URED

OSOBNI PODATCI:

O OSOBAMA, KOJE RADE I SURADJUJU NA IZDAVANJU NOVINA I ČASOPISA U NEZAVISNOJ DRŽAVI HRVATSKOJ

Broj spisa pod kojim se vodi kod nas:

Ime i prezime: Zvonimir Mikac

Ime roditelja: Zvonimir i pok. Marija rođj. Agrež

Nadimak (pseudonim):

Stalno zanimanje: }

Svojstvo rada: student Hrvatske ekonomsko-komercijalne visoke škole

Datum i godina rođenja: 9. ožujka 1920.

Narodnost: hrvatska

Zavičajnost:

Boravište: Zagreb

Državljanstvo: N.D.H.

Vjeroispovjest (sadašnja i prije 10. IV. 1941.): katolička

Uzrast: srednji

Oblik lica: dugoljast

Kosa: tamna

Čelo: visoko

Obrve: tamne

Oči: tamno smeđe

Nos: pravilan

Brkovi: brije

Usta: pravilna

Zubi: zdravi

Brada: brije

Posebni znakovi: nema

Oženjen: neoženjen

Koliko djece: ./.

Jesu li djeca namještena: ./.

Zena namještena i gdje: ./.

Služio vojsku: služi obvezatno djelatno razdoblje

Položaj u uredničtvu: odgovorni urednik



PRVA STRANA
1941. 12. 12.

Koju rubriku uređuje ili suradjuje:

Koliko godina radi kao novinar i gdje je radio: godinu dana radi i suradjuje u
uredništvu "Vojnika"

Mjesečna plaća: Kn 12.000.-

Učlanjen u Hrvatsko novinarsko društvo:

Da li je sudbeno ili redarstveno kažnjavan: nije

Odgovara li za koje kažnjivo djelo: ne

Posjeduje li putnicu od koje vlasti i kakvu: ne

Kvalifikacije: cand.ing. ekonomije

Govori strane jezike, čita i piše: njemački i francuzki

Član znanstvenih ustanova i prosvjetnih društava:

Književni i znanstveni rad:

Proputovao zemlje: Italiju

Poznaje brzopis: ne

Vozi motorna vozila: samovoz

Slikar, crtač, karikaturista:

Bio sam osiguran:

Član ustaškog oslobodilačkog pokreta: /.

Prije 10. IV. 1941. bio učlanjen: /.

Primjedbe:

ZA DOM SPREMNI!

Josipović H. R.

Prilog 3.– Upitnik koji su novinari neizostavno popunjavali prije zasnivanja radnog odnosa u redakcijama

Hrvatsko novinarsko društvo imalo je i ključnu ulogu u osiguravanju egzistencijalnih uvjeta i socijalne sigurnosti novinara u NDH. Jer, kako kaže jedan suvremenik novinar, *ratne prilike učinile su život u Zagrebu vrlo teškim za sve one ljude koji su živjeli od svoje mjesečne plaće, a nisu se bavili švercom i sličnim unosnim, ali nepoštenim poslovima*. Preko HND-a novinari su se snabdijevali ogrjevom, a često su od društva dobivali pozajmice i pripomoć. Prihodi *Društva* kumulirani su članarinama, ali i prirezom na oglašavanje u dnevnim novinama. Ustaške vlasti prirez su uvele na zahtjev HND-a ne bi li se osigurala financijska baza za autonomno mirovinsko osiguranje novinara. Kada je krajem 1941. postignut dogovor velikih dnevnika *Hrvatskog naroda*, *Nove Hrvatske* i *Hrvatskog lista* da obustave svoja nedjeljna izdanja, stvoren je medijski prostor za *Nedjeljne vijesti* koje je pokrenulo *Hrvatsko novinarsko društvo* (HND). Pojavom zagrebačkog tjednika *Nedjeljne vijesti*, novinari dnevnih tiskovina dobili su jedan dan odmora, a HND dodatni prihod. Osim informativnog karaktera, te su novine bile i sindikalno glasilo novinara. Novinari različitih listova ispocetka su za *Nedjeljne vijesti* radili bez naknade, a novac od prodaje uplaćivali u mirovinski fond, no list se do 1943. profesionalizirao i promijenio naziv u *Novine*. Taj je informativni tjednik izlazio je prvo na tri stranice početkom 1942., potom na osam tijekom 1943., te deset i dvanaest tijekom 1944. Glavni urednik do kraja 1942. bio je Antun Šenda, a potom Josip Blažina. Prema odluci GRP-a od 1943. počinju izdavati osim zagrebačkog, osječko i sarajevsko izdanje u skraćenom obliku. Ovaj tjednik posebno je značajan za razumijevanje položaja novinara u NDH, što je i razumljivo, jer je osnivač lista bio HND. Velik broj članaka posvećen je novinarima i njihovom radu, kao i društvenom i materijalnom položaju.³⁶⁹ Prirez na sva dnevna izdanja i vlastiti tjednik bili su ustupci koje je ustaški režim smišljeno učinio HND-u, svojevrsnoj novinarskoj komori, ne bi li djelomično poboljšao teške materijalne uvjete novinara u NDH i tako ih još tješnje vezao za probitke promidžbenog aparat NDH. Formiranje pripomoćnog fonda bilo je od egzistencijalne važnosti za brojne novinare u NDH od sredine 1942. kada su zbog nestašice papira odlukom DIPU-a ugašena ukupno 73 tjednika, dvotjednika, mjesečnika i dvomjesečnika.³⁷⁰

Od proljeća 1943., odlukom ustaških vlasti, sve novine u NDH bile su u upravnom i financijskom smislu stavljene pod vlast Ustaškog nakladnoga zavoda, čime se htjelo ojačati ustaški utjecaj u novinskim redakcijama. Za prvog direktora *Zavoda* izabran je dr. Edo Bulat, koji je pokrenuo reformu u poslovanju novinskih kuća, a svim novinarima uručio je otkaze, ne bi li osigurao sklapanje novih ugovora, ali ne više s novinskim kućama već s *Ustaškim nakladnim zavodom*. Sredinom 1944. ministar Mirko Puk preuzima vodstvo *Zavoda*, stavlja Novinarski zakon van snage te izdaje naredbu o obveznom učlanjenju svih novinara u ustaški pokret. Bilo je to, navodi jedan anonimni suvremenik, vrlo teško razdoblje za novinare. Mnogi su izgubili posao, neki su politički proganjani, a dijelu je novinara i život bio u pitanju zbog snažne represije Luburićevaca (Vjekoslav Max Luburić, zapovjednik Logora Jasenovac i čelnik trećeg odjela UNS-a tz. Ustaške obrane) i vojnog oružništva Jose Rukavine. Unatoč velikom pritisku, neznatan broj novinara podlegao je pritisku.³⁷¹ Sve te mjere imale su za cilj osigurati unificirani model izvještavanja, na tragu hrvatskih državnih probitaka, ustaških načela i viših vanjskopolitičkih interesa koji su bili jasni isključivo kreatorima politike. U posljednjim mjesecima rata, potkraj 1944. i početkom 1945., kada Nezavisna Država Hrvatska prema izvještajima švicarskih dopisnika više nije upravljala svojim teritorijem i državnim institucijama,³⁷² Poglavnik je pokušao provesti ustašizaciju svih segmenata hrvatskog društva i osigurati do kraja rata monolitnost savezništva s Njemačkom ma kakav zajednički usud bio. Na udar su došli i novinari.

³⁶⁹ B. NOVAK, op. cit., 291.

³⁷⁰ HDA, Fond 237, kutija 10, 844/42

³⁷¹ Izvor navodi kako ne zna niti jednog *starog* novinara (iz bivših novinskih redakcija) koji je potpisao pristupanje ustaškom pokretu. HDA, Fond RSUP SRH SDS (1561), 0131.18.

³⁷² Bernski *Der Bund* sredinom studenog 1944. navodi kako u Hrvatskoj nema zapravo nikakvog zakonitog autoriteta. Zagreb je potpuno izoliran od ostale zemlje i strogo nadziran od Gestapoa. Pavelić i njegovi suradnici, u slučaju potrebe bit će zrakoplovom prevezeni u Njemačku. Od ustaške vojnice, navodi se, preostalo je svega četiri divizije koje su podređene Wermachtu. HDA, MVP – Izvještajni ured, kut. 27, Pregled švicarskog tiska, br. 789, *Kaos u Hrvatskoj*.

Svaki novinar koji nije htio pristupiti u ustaške redove, dobio je jednomjesečni otkaz, bez prava na *odpravninu*. Tako je trideset do četrdeset novinara otpušteno, od kojih osam iz *Hrvatskog naroda* i petnaest iz *Nove Hrvatske*. Novinari ne samo da su otpušteni nego su automatski pozivani na vojničku dužnost. Zadatak da pročisti sve što nije ustaško dobio je ministar dr. Mirko Puk, pa su na udaru bili svi oni novinari koji nisu pristali položiti ustašku zakletvu.³⁷³ Ravnatelj *Nove Hrvatske* Vilim Peroš izručen iz Rima 1947. vlastima FNRJ na pitanje zašto je prisiljavao osoblje redakcije na upis u ustašku organizaciju, izjavio je: *U prosincu 1944. godine Dr. Puk koji je tada bio glavni ravnatelj Ustaškog nakladnog zavoda, tražio je od mene, da mu se dostavi izjava svakog pojedinog člana redakcije, da li je član ustaške redakcije ili nije. Ja sam svakome predočio dopis dr. Puka, kojim se to tražilo, te su svi članovi odgovorili da li su pripadnici ustaške organizacije. Ja sam sve te izjave službenim putem dostavio Puku. Tada je Puk htio da na osnovu ove ankete otpustim skoro sve članove redakcije, pa smo mi urednici listova predložili da se otpuštanje izvrši prema stručnoj sposobnosti i marljivosti u poslu. Tada sam ja naredio članovima redakcije da svaki o sebi sastavi kratki prikaz što radi u listu i što je u posljednja dva mjeseca napisao. Te elaborate svih članova redakcije, ja sam sa svojim mišljenjem dostavio Puku. Na osnovu toga načelno su otpušteni svi oni koji su služili kadrovski rok u vojsci. Osim njih poimenično otpušteni su Katičić, gradski reporter, Svoboda, Betanik, koji je ipak zadržan, zatim je otpušten Maruševski, Mlinarić, Djunio, Ožegović, Ivan Ambrozić i Salih Alić. Mislim da nije nitko više otpušten.*³⁷⁴

U NDH bilo je novinara koji svojim ideološkim profilom nisu odgovarali režimu, ali su svejedno zbog njihova značaja u akademskoj zajednici, utjecaja u društvu i uopće ugleda bili upregnuti u promidžbena nastojanja ustaških vlasti. Tako je 1941. u koncentracijskom logoru završio i poznati publicist komunističke orijentacije u međuratnom periodu, Ante Ciliga³⁷⁵. Međutim, ustaški režim u njemu je prepoznao važan potencijal za propagandu NDH, pa je naknadno rehabilitiran, ali uz dozu opreza i stalnu političku kontrolu. Početkom 1943. na inicijativu Ive Bogdana, ravnatelja glavnog političkog dnevnika u NDH (nakon toga čelnik GRP-a u NDH) i Aleksandra Seitza, šefa Poglavnikovog ureda, Ciliga je pušten iz koncentracijskog logora Jasenovac, jer su potonji utjecajni ustaški dužnosnici procijenili kao bi im njegova erudicija i elokventnost, a napose poznavanje prilika u SSSR-u moglo poslužiti u protukomunističkoj djelatnosti.³⁷⁶ Tako je u zagrebačkoj *Spremnosti* tijekom 1943. i 1944. objavljena serija kolumni posvećena kritici komunističkog režima u Sovjetskom Savezu. U *Spremnosti* je zajedno s Ciligom djelovala ideološki veoma divergentna grupa intelektualaca, jer je ustaški režim, uz novinski sadržaj preuzet iz osovinskog tiska, trebao na stranicama ozbiljnog političkog i kulturnog magazina, i uvjerljiv autorski sadržaj s hrvatskim predznakom. Jedan anonimni novinar ispitivan od organa vlasti FNRJ 1947. ovako je to opisao: *Među suradnike Spremnosti spadao je, koliko se ja sjećam, sveučilišni profesor Grga Novak, Kus Nikolajev, dr. Ante Ciliga i spomenuti Magdić (op. a. Milivoj).*³⁷⁷ *Čudna sprega klerofašista, „trockista“, „socijal-demokrata“, i kraljevskih jugoslavena! Za ustaše je to bila potreba vremena. Trebalo je po mogućnosti „zvučnim“ imenima opravdati ono što se pisalo.*³⁷⁸ Zbog toga je *Spremnost* bila nešto drukčija od ostalih dnevnih i periodičnih izdanja posebno od Teheranske konferencije.³⁷⁹

³⁷³ Grbelja, J., op. cit., 97.-98.

³⁷⁴ HDA, RSUP SRH SDS (1561), 0131.18 – *Zapisnik razgovora od 6. kolovoza 1947.*

³⁷⁵ Ante Ciliga, političar i publicist (Šegotiči kraj Vodnjana, 1898. – Zagreb, 1992.). Po uspostavi NDH uhićen je na temelju starojugoslavenske tjeralice i zatvoren u Jasenovac. U siječnju 1943. je pušten i postaje suradnik *Spremnosti* gdje objavljuje političke analize o sovjetskom komunizmu. Tijekom rata tiskao je knjige: *Deset godina u Sovjetskoj Rusiji, Komunistička stranka. Nacrt ustrojstva.* i dr. *Tko je tko u NDH*, 70., 71.

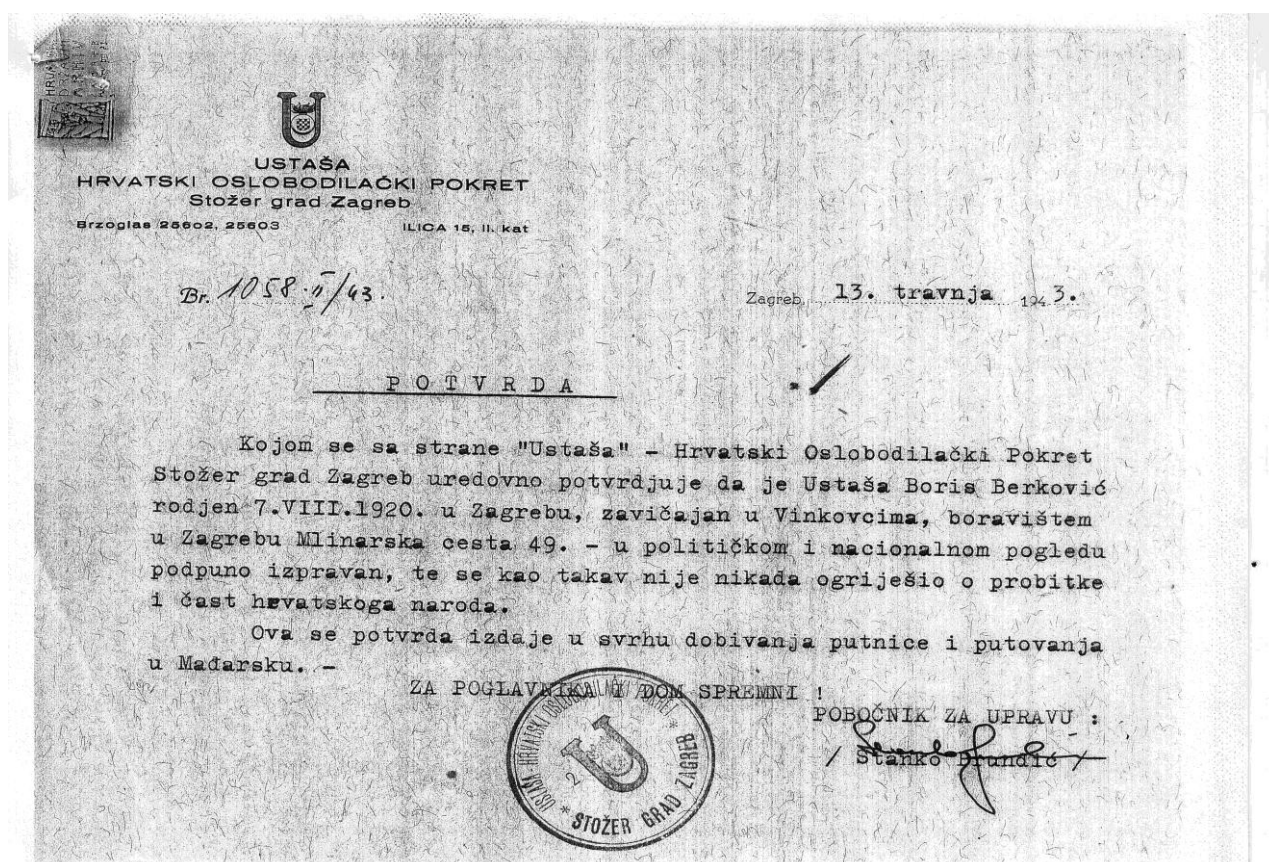
³⁷⁶ HDA, Fond Fond RSUP-SRH-SDS (1561), 0131.18

³⁷⁷ Mirko Kus-Nikolajev, sociolog i etnolog (Zagreb, 1896. – Zagreb, 1961.). U međuratnom razdoblju bio je kustos Muzeja za umjetnost i obrt u Zagrebu i Muzeja južne Srbije u Skopju. Nakon proglašenja NDH zatvaran (Kerestinec), a od sredine 1942. bibliotekar u GRP-u, zbog čega je 1946. osuđen na dugogodišnji zatvor. Za vrijeme NDH surađivao je s mnogim časopisima: *Spremnost, Suradnja, Hrvatski krugoval, Hrvatska misao*, itd. *Tko je tko u NDH*, 222. Milivoj Magdić, publicist (Koprivnica 1900. – Zagreb 1948.) U svojim mnogobrojnim člancima nastoji povezati načela socijalne demokracije s hrvatskom državnom idejom. Pozdravlja stvaranje NDH, ali je kritičan prema režimu i njegovim postupcima. Postaje suradnik *Spremnosti*, gdje objavljuje brošure *Intelektualci prema marksizmu i liberalizmu, Najstrašnije razdoblje života seljačtva u Sovjetskoj Uniji i Slučaj Vere Wagnerove. Tko je tko u NDH*, 249.-250.

³⁷⁸ HDA, Fond Fond RSUP-SRH-SDS (1561), 0131.18

³⁷⁹ Labus, Alan, *Politika i novine u NDH*, Plejada, Zagreb 2011., 65. – 70.

Ustaški režim na svaki je način nastojao držati novinare pod kontrolom. Vidljivo je to iz primjera kako je novinarima bilo teško ishoditi dozvolu za službeno putovanje u inozemstvo. Trebalo je proći strogu i detaljnu sigurnosnu kontrolu više instanci. U slučaju uglednog režimskog novinara i člana uredništva *Hrvatskog naroda*, Borisa Berkovića, procedura izdavanja putnice trajala preko mjesec dana (travanj/svibanj 1943.), a obuhvatila je nekoliko razina odlučivanja. Nakon preliminarne potvrde zagrebačkog stožera *Ustaše - Hrvatskog oslobodilačkog pokreta*, u ime Berkovića, *Hrvatski narod* podnosi zamolbu Glavnom ravnateljstvu za promičbu i *Odjelu za tisak i slikopis MVP-a*, ne bi li ishodio pozitivno očitovanje, odnosno mogućnost izdavanja putnice kod Redarstvene oblasti, *Odjela za putnice*, Zagreb.³⁸⁰ Iz navedenog je posve jasno da eventualni bijeg novinara u neutralne zemlje ili pak u tabor Saveznika nije bio moguć, osim u redove NOP-a, što su neki hrvatski književnici i novinari učinili, poput Vladimira Nazora, nakon rata prvog predsjednika hrvatskog Sabora, Ivana Gorana Kovačića ili pak novinara *Nove Hrvatske* Šime Balena.³⁸¹



Prilog 4.– Potvrda ustaške organizacije koja je novinarima u NDH jamčila izdavanje putovnice

Bez obzira na sve mjere predostrožnosti ustaškog režima, novinari nisu slijepo vjerovali u vijesti koje su bili primorani plasirati hrvatskim građanima. Od početka 1942. mnogim novinarima koji su potajice slušali neprijateljske radio stanice, a preko biltena *Izvoještajnog ureda MVP-a* imali pristup i neutralnom novinstvu, bilo je jasno da je ratna pobjeda Njemačke na Istočnom bojištu upitna. O tome svjedoči i sastanak urednika, komentatora i suradnika vanjskopolitičkih rubrika novina i radija na poziv HND-a početkom 1942., kojemu će prisustvovati predstavnici Ministarstva vanjskih poslova, na čelu s ministrom Mladenom Lorkovićem. Neki od novinara posve otvoreno upitali su ministra o stanju na Istočnom ratištu, sovjetskoj ofenzivi i teškom položaju njemačkih snaga, a neki su ga upitali i što misli o pisanju neutralnog novinstva Švedske i Švicarske u kontekstu ratnih uspjeha

³⁸⁰ HDA, Fond Predsjedništva vlade DIPU-GRP (237), 3080/43.

³⁸¹ HDA, Fond Fond RSUP-SRH-SDS (1561), 0131.18

Sovjeta.³⁸² To potvrđuje tezu da su mnogi novinari u strahu za vlastiti život i egzistenciju bili primorani jedno misliti, drugo govoriti, a posve treće pisati.

Pritisak na urednike novinare bio je neizdrživ. Čak je UNS 5. rujna 1942. bio primoran intervenirati prema DIPU-u, jer je među odgovornim novinarima u redakciji vladao paničan strah od političkih grešaka i radikalnog kažnjavanja novinara. Iz dopisa upućenog *Odsjeku za novinstvo* razabire se da su neki novinari otpušteni bez pravog razloga, dok su odgovorni prošli bez sankcija. U dopisu UNS-a *Novinskom odsjeku* DIPU-a između ostalog se navodi:

*Time je učinjena kažnjenima moralna i materijalna nepravda, a napose novinaru Ambroziću, koji je hranitelj obitelji od deset članova. Time se još više omrazuje ustaška vladavina, a na to bi posebno uredi promičbe morali paziti.*³⁸³ Sve to upućuje na činjenicu da je novinarski rad bio pod povećalom službi DIPU-a, MVP-a i UNS-a, te da se u strahu od sankcija u novinarskim redakcijama nije prezalo niti od lažnog prokazivanja. Uloga novinara prema mišljenju najmoćnije ustaške, odnosno državne službe bila je rad za usko stranački interes, promociju ustaške vlasti, čiji je kredibilitet, kako se razabire iz spomenutog dopisa, već u 1942. bio ozbiljno poljuljan.

Politika ustaškog vodstva u teoriji i praksi negirala je građanska prava i slobode, posebice slobodu izražavanja, a time onemogućavala novinarski rad temeljen na istini. Da su novinari i urednici uistinu uhićivani zbog napisane riječi, svjedoči i primjer T. Mortigijije koji je u ranu jesen 1941. pritvoren po nalogu A. Pavelića, zbog jedne notice o HSS-ovim prvacima Janku Tortiću i dr. Josipu Berkoviću. T. Mortigijija dalje svjedoči kako je urednik gospodarske rubrike *Hrvatskoga naroda* Milan Lavicki također uhićen, a mnogi strogo opominjani.³⁸⁴

Teror nad novinarima i njihovu radu pojačan je u 1943. godini. Mnogi su novinari završili na stratištima i u logorima, a posebno su bili na udaru oni koji nisu podržavali režim. Među šesnaest obješenih redarstveno utvrđenih komunista, kako je pisala *Nova Hrvatska* 21. prosinca 1943., bili su i neki novinari agencije *Croatia*, dr. Branimir Ivakić, Petar Mihočević, pa zatim novinari Ljubomir Sokolović, Radovan Reicherzer te poznati književnik Bogdan Ogrizović.³⁸⁵

Zaključak

Zanimanje novinar u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj u razdoblju 1941. – 1945. svedeno je na glasnogovornika jedine političke stranke koja je imala pravo djelovati, *Ustaša – Hrvatski oslobodilački pokret*. Društveni status, prava i obveze te odgovornost prema Državi bila je određena Zakonom o novinarima i novinarskom radu, koji je bio preslika njemačkog Zakona o urednicima iz 1933. Po osnutku NDH, novinari su politički selektirani u redakcije, potom pomno kontrolirani putem vladinih ureda i agencija HIS-a, HDU Croatia, DIPU-a/GRP-a, ali i policije, UNS-a i MVP-a. Osim višeslojno organizirane cenzure u novinskim redakcijama, kao i od vlade imenovanim uredima i agencijama, kontrolu su provodili policijski agenti, koji su među novinarima širili strah. Za novinare se u NDH situacija pogoršala od sredine 1944. kada ministar Mirko Puk, ravnatelj Ustaškog nakladnog zavoda, uvjetuje zadržavanje radnog mjesta pristupanjem stranci *Ustaša-Hrvatski oslobodilački pokret*. Najveći broj novinara bio je primoran pod pritiskom politike i bojazni za vlastitu egzistenciju pisati prema dnevnim naputcima iz Odsjeka za novinstvo DIPU-a/GRP-a, o čemu svjedoče dokumenti Fondova Predsjedništva vlade DIPU-a/GRP-a, isljednički iskazi istaknutih dužnosnika novinskih redakcija ili vladinih agencija Republičkom sekretarijatu unutrašnjih poslova Socijalističke Republike Hrvatske Službe državne sigurnosti te memoarski zapisi novinara i političkih čelnika NDH. Dio uglednih i poznatih intelektualaca u NDH, koji svakako nisu pripadali ustaškom svjetonazoru, poput Ante Cilige, Grge Novaka ili Mirka Kusa Nikolajeva kolumnista *Spremnosti*, rehabilitiran je od ustaškog

³⁸² Košutić, I., op. cit., 241.-244.

³⁸³ HDA, Fond Predsjedništva vlade DIPU-GRP (237),1332/42. Ambrozić Ivan bio je urednik drugog izdanja *Nove Hrvatske*, HDA, Fond Predsjedništva vlade DIPU-GRP(237), 1356/42., Novak, B., op. cit., 310. – 311.

³⁸⁴ Mortigijija T., op. cit., 33., 73.

³⁸⁵ Novak, B., op. cit., 312. – 313.

režima. Na taj je način ustaška promidžba nastojala stvoriti dojam otvorenosti prema drukčijem i različitom od politički zadanih kanona, simulirati slobodu i dobiti na vjerodostojnosti, zbog čega je tjednik *Spremnost* imao zaseban položaj među tiskovinama u NDH.

Već na početku NDH, na prvoj Skupštini novinara sredinom srpnja 1941. od 147 novinara otpušteno je preko 40% nepodobnih, a tijekom sljedećih godina mnogi su izgubili radno mjesto zbog financijskih poteškoća i gašenja 73 lista u 1942., tehničke pogreške ili pak zbog flagrantnog oponiranja režimu potkraj 1944. u vrijeme pokušaja ustašizacije novinskih redakcija. Neki su na žalost završili na stratištima poput dr. Branimira Ivakića, Petra Mihočevića, Ljubomira Sokolovića, Radovana Reicherzera te poznatog književnika Bogdana Ogrizovića.

Uvjet za zasnivanje radnog odnosa u novinskoj redakciji u svojstvu suradnika ili pak stalnog zaposlenika bio je pristupanje HND-u te ispunjavanje upitnika o osobnim podacima, koji su ustaškim vlastima trebali jamčiti da je riječ o rasno, nacionalno, konfesionalno i ideološki ispravnoj osobi. HND je imao i veoma važnu socijalnu funkciju za materijalno ugrožene novinare u NDH, što je ustaški režim vješto koristio nastojeći vezati novinare za svoje promidžbene probitke. Naime, političkim odlukama o uvođenju prireza na sva novinska izdanja u NDH i dozvolom za izdavanje vlastitog tjednika, *Nedjeljnih vesti (Novina)*, vlasti su osigurale prihod HND-u, koji će jednim dijelom služiti popuni mirovinskog fonda novinara, a drugim dijelom biti pripomoć za socijalno najugroženije novinare.

Od početka 1943. upravne i financijske ovlasti za sva novinska izdanja u NDH preuzima Ustaški nakladni zavod, od tada novinari više nisu bili zaposlenici novinskih kuća, već novoosnovanog Zavoda. Njihov položaj od tada je bio teži, jer je Zavod inicijalno osnovan kako bi proveo racionalizaciju u novinskom izdavaštvu u ratno vrijeme kada je papir predstavljao luksuz, ali i da bi novinare snažnije vezao za promidžbene interese ustaških vlasti. Posebno će to biti izraženo na samom svršetku rata, potkraj 1944. i početkom 1945. u otvorenom pokušaju ustašizacije novinara u NDH.

Zaključak

Zanimanje novinar u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj u razdoblju 1941. – 1945. svedeno je na glasnogovornika jedine političke stranke koja je imala pravo djelovati, *Ustaša – Hrvatski oslobodilački pokret*. Društveni status, prava i obveze te odgovornost prema Državi bila je određena Zakonom o novinarima i novinarskom radu, koji je bio preslika njemačkog Zakona o urednicima iz 1933. Po osnutku NDH, novinari su politički selektirani u redakcije, potom pomno kontrolirani putem vladinih ureda i agencija HIS-a, HDU Croatia, DIPU-a/GRP-a, ali i policije, UNS-a i MVP-a. Osim višeslojno organizirane cenzure u novinskim redakcijama, kao i od vlade imenovanim uredima i agencijama, kontrolu su provodili policijski agenti, koji su među novinarima širili strah. Za novinare se u NDH situacija pogoršala od sredine 1944. kada ministar Mirko Puk, ravnatelj Ustaškog nakladnog zavoda, uvjetuje zadržavanje radnog mjesta pristupanjem stranci *Ustaša-Hrvatski oslobodilački pokret*. Najveći broj novinara bio je primoran pod pritiskom politike i bojazni za vlastitu egzistenciju pisati prema dnevnim naputcima iz Odsjeka za novinstvo DIPU-a/GRP-a, o čemu svjedoče dokumenti Fondova Predsjedništva vlade DIPU-a/GRP-a, isljednički iskazi istaknutih dužnosnika novinskih redakcija ili vladinih agencija Republičkom sekretarijatu unutrašnjih poslova Socijalističke Republike Hrvatske Službe državne sigurnosti te memoarski zapisi novinara i političkih čelnika NDH. Dio uglednih i poznatih intelektualaca u NDH, koji svakako nisu pripadali ustaškom svjetonazoru, poput Ante Cilige, Grge Novaka ili Mirka Kusa Nikolajeva kolumnista *Spremnosti*, rehabilitiran je od ustaškog režima. Na taj je način ustaška promidžba nastojala stvoriti dojam otvorenosti prema drukčijem i različitom od politički zadanih kanona, simulirati slobodu i dobiti na vjerodostojnosti, zbog čega je tjednik *Spremnost* imao zaseban položaj među tiskovinama u NDH.

Već na početku NDH, na prvoj Skupštini novinara sredinom srpnja 1941. od 147 novinara otpušteno je preko 40% nepodobnih, a tijekom sljedećih godina mnogi su izgubili radno mjesto zbog financijskih poteškoća i gašenja 73 lista u 1942., tehničke pogreške ili pak zbog flagrantnog oponiranja režimu potkraj 1944. u vrijeme pokušaja ustašizacije novinskih redakcija. Neki su na žalost završili na

stratištima poput dr. Branimira Ivakića, Petra Mihočevića, Ljubomira Sokolovića, Radovana Reicherzera te poznatog književnika Bogdana Ogrizovića.

Uvjet za zasnivanje radnog odnosa u novinskoj redakciji u svojstvu suradnika ili pak stalnog zaposlenika bio je pristupanje HND-u te ispunjavanje upitnika o osobnim podacima, koji su ustaškim vlastima trebali jamčiti da je riječ o rasno, nacionalno, konfesionalno i ideološki ispravnoj osobi. HND je imao i veoma važnu socijalnu funkciju za materijalno ugrožene novinare u NDH, što je ustaški režim vješto koristio nastojeći vezati novinare za svoje promidžbene probitke. Naime, političkim odlukama o uvođenju prireza na sva novinska izdanja u NDH i dozvolom za izdavanje vlastitog tjednika, *Nedjeljnih vesti (Novina)*, vlasti su osigurale prihod HND-u, koji će jednim dijelom služiti popuni mirovinskog fonda novinara, a drugim dijelom biti pripomoć za socijalno najugroženije novinare.

Od početka 1943. upravne i financijske ovlasti za sva novinska izdanja u NDH preuzima Ustaški nakladni zavod, od tada novinari više nisu bili zaposlenici novinskih kuća, već novoosnovanog Zavoda. Njihov položaj od tada je bio teži, jer je Zavod inicijalno osnovan kako bi proveo racionalizaciju u novinskom izdavaštvu u ratno vrijeme kada je papir predstavljao luksuz, ali i da bi novinare snažnije vezao za promidžbene interese ustaških vlasti. Posebno će to biti izraženo na samom svršetku rata, potkraj 1944. i početkom 1945. u otvorenom pokušaju ustašizacije novinara u NDH.

Kratice:

1. DIPU – Državni izvještajni i promidžbeni ured
2. DNB - Deutsches Nachrichtenbüro
3. FNRJ – Federativna Narodna Republika Jugoslavija
4. GRP – Glavno ravnateljstvo za promidžbu
5. HDA – Hrvatski državni arhiv
6. HDNU – Hrvatski državni novinski ured
7. HDU *Croatia* – Hrvatski dojavni ured
8. HIS – Hrvatska izvještajna služba
9. HND – Hrvatsko novinarsko društvo
10. HSS – Hrvatska seljačka stranka
11. MVP – Ministarstvo vanjskih poslova
12. NDH - Nezavisna Država Hrvatska
13. NOP – Narodnooslobodilački pokret
14. RSUP – Republički sekretarijat unutrašnjih poslova
15. SRH – Socijalistička republika Hrvatska
16. TANJUG – Telegrafaska agencija Nove Jugoslavije
17. UNS – Ustaška nadzorna služba

Izvorna građa:

Hrvatski državni arhiv, Fond Predsjedništva vlade (237), Državni izvještajni i promičbeni ured/Glavno ravnateljstvo za promičbu (DIPU/GRP)

HDA, Republički sekretarijat unutrašnjih poslova Socijalističke Republike Hrvatske, Služba državne sigurnosti (RSUP-SRH-SDS)

HDA, Fond Hrvatske izvještajne službe (HIS)

HDA, Fond Ministarstva vanjskih poslova (MVP), Izvještajni ured

Literatura:

1. Bilandžić, Dušan, *Hrvatska moderna povijest*, Zagreb 1999.
2. Goldstein, Ivo, *Holokaust u Zagrebu*, Zagreb, 2001.
3. Goldstein, Ivo, *Hrvatska 1918. – 2008.*, Zagreb 2008.
4. Grbelja, Josip, *Uništeni naraštaji*, Zagreb 2000.

5. Itković Zuckerman, Boško, *Funkcija protužidovske propagande zagrebačkih novina u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj od travnja do srpnja 1941. godine*, Časopis za suvremenu povijest 38, br. 1, 80., Zagreb 2006.
6. Jareb, Jere, *Pola stoljeća hrvatske politike 1895.-1945.*, Buenos Aires 1960 – pretisak Zagreb, 1995.
7. Jareb, Mario, *Mediji i promidžba Nezavisne Države Hrvatske, Nezavisna Država Hrvatska 1941. – 1945. – zbornik radova*, Zagreb 2009.
8. Jelić-Butrić, Fikreta, *Četnici u Hrvatskoj 1941-1945.*, Zagreb, 1986.
9. Jelić-Butrić, Fikreta., *Ustaše i NDH*, Zagreb 1977. 109.
10. Košutić, Ivan, *Radanje, život i umiranje jedne države. 49 mjeseci NDH*, Zagreb, 1997.
11. Labus, Alan, *Politika i novine u NDH*, Plejada, Zagreb 2011.
12. Landikušić, Rafeael, *Priručnik o političkoj i sudbenoj podjeli Nezavisne Države Hrvatske*, Zagreb 1942.
13. Matković, Hrvoje, *Povijest Nezavisne Države Hrvatske*, Zagreb, 2002.
14. Mortigijija, Tijas, *Moj životopis*, Zagreb, 1996.
15. Novak, Božidar, *Hrvatsko novinarstvo u 20. stoljeću*, Zagreb 2005.
16. *Spomen knjiga prve obljetnice NDH*
17. *Tko je tko u NDH: Hrvatska 1941-1945.*, Zagreb, 1997.

Prilozi

1. HDA, Fond Predsjedništva vlade (237), kut 8, arhivska jedinica (A. J.) 29
2. HDA, Fond Predsjedništva vlade (237), kut. 42, 1348/44
3. HDA, Fond Predsjedništva vlade (237), kut. 42, 1492/44
4. HDA, Fond Predsjedništva vlade (237), kut. 42, 1058/43

TWO DECADES OF CROATIAN JOURNALISM: AN ANALYSIS OF PAST AND FUTURE CHALLENGES

DVA DESETLJEĆA HRVATSKOG NOVINARSTVA: ANALIZA PROŠLOSTI I IZAZOVI BUDUĆNOSTI

Tanja Grmuša

Zagreb Business School, Zagreb, Croatia

Visoka poslovna škola Zagreb, Zagreb, Hrvatska

Abstract

This paper gives an overview of twenty years of Croatian journalism which include period from 1992. to 2012. years. Constitution of new independent state avouched higher level of media freedom, which were often repressed in the past. However, the politics wasn't decreased desire to control the media, which was evident through her role in questionable privatisation process significantly signed during the transition

Sažetak

Rad donosi pregled dvadeset godina hrvatskog novinarstva od 1992. do 2012. godine. Stvaranje samostalne države jamčilo je veći stupanj medijskih sloboda koje su u prošleme sustavu nerijetko gušene. No, to nije smanjilo želju politike za kontrolom medija, što je vidljivo u njenoj ulozi tijekom sumnjivoga procesa pretvorbe i privatizacije koji je obilježio razdoblje tranzicije. Pitanje transparentnosti medijskog vlasništva jedan je od najvećih problema

period. One of the biggest present problems of the Croatian media is transparency of media ownership. Political changes in 2000. resulted with wider openness of the media, together with the final result – weakening of a political influence. Liberalisations of the media market abolished long last monopoly of certain media. The commercial competitors came on the market at that time, which was much more oriented on the profit rather than the content. At the same time, grows and ruinous influence of advertisers, affected media with the negative trends such as tabloidization and sensationalism. There were also a phenomenon called citizen journalism which had a purpose to marginalize the role of journalists. The recent global economic crises strongly influenced the media industry as well. Advertising profit markdown, reduction of copies srewded many media owners to rationalize their operations and go to the overall savings, which was visible in several actions such as: closing of unprofitable media and releasement of journalists which rapidly decreased their social and professional status on the lowest level ever. Insufficient number of staff and lack of educational level remarkably marked the quality of content of media which had been decreased on the daily base. Truth and objectivity as the fundamental standards of the profession were infringed. The main aim of newly established self regulatory body, Council of a media, will be focus on punishment of disobedient, and rebuild sway confidence in the media.

Key words

media, politics, advertisers, journalists, ethics

1. Uvod

Dvadeseta obljetnica državne samostalnosti ujedno je i prigoda u kojoj se prisjećamo događaja koji su obilježili vrijeme iza nas te analiziramo ulogu medija u praćenju društvenih procesa. Sloboda medija jamstvo je demokratskog funkcioniranja pojedinoga društva, no prema posljednjoj ocjeni medijskih sloboda u Hrvatskoj, čini se kako domaći mediji još nisu u potpunosti dosegli te standarde. Neovisni mediji opasnost su za svaku vlast koja želi utjecati na njih, a jedan od najboljih instrumenata za ostvarenje toga cilja svakako je korištenje zakonodavnoga okvira koji se s vremenom ipak usavršavao nabolje. Osim političara, mediji su zanimljivi brojnim interesnim skupinama među kojima se najviše ističu oglašivači. Medijska se industrija našla na udaru ekonomske krize što je rezultiralo padom naklade i gašenjem pojedinih tiskovina, ali i općenitim smanjenjem marketinških prihoda od prodaje i oglasa. Loši financijski pokazatelji medijskog poslovanja natjerali su vlasnike na restrukturiranje i tržišnu prilagodbu koja je krenula od novinara, čime je njihov loš socijalni status dodatno pogoršan. Pitanje vlasničke strukture najveći je problem hrvatskih medija, započet početkom

hrvatskih medija danas. Promjenom vlasti 2000-te godine mediji se otvaraju, a utjecaj politike slabi. Liberalizacijom medijskog tržišta ukinut je dugogodišnji monopol pojedinih medija, a na scenu stupaju komercijalni konkurenti koji stavljaju naglasak na profit, umjesto na sadržaj. Raste i poguban utjecaj oglašivača, a medije zahvaćaju negativni trendovi tabloidizacije i senzacionalizma, a javlja se i fenomen tzv. građanskog novinarstva u kojem se uloga novinara nastoji marginalizirati. Globalna ekonomska kriza posljednjih se godina snažno odrazila i na medijsku industriju. Smanjenje marketinških prihoda od prodaje, kao i smanjenje naklada natjeralo je mnoge medijske vlasnike na racionalizaciju poslovanja i sveopću štednju koja se manifestira gašenjem neprofitabilnih medija i otpuštanjem novinara čiji socioekonomski i profesionalni status nikada nije bio gori. Nedostatak kadrova kao i niska obrazovna razina novinara održava se na kvalitetu sadržaja koja je sve lošija. Narušeni su temeljni standardi profesije kao što su istina i objektivnost. U podizanju kvalitete i vjerodostojnosti medija puno se očekuje i od novoosnovanog Vijeća za medije, samoregulatornoga tijela, koje bi trebalo sankcionirati neposlušne i, što je najvažnije, vratiti poljuljano povjerenje u medije.

Ključne riječi

mediji, politika, oglašivači, novinari, etika

90-ih u vrijeme sumnjive pretvorbe i privatizacije. Sve to rezultiralo je ozbiljnim narušavanjem temeljnih standarda profesije, ali i padom povjerenja građana u medije. Za loše stanje u medijima odgovornost se uglavnom prebacuje na novinare zbog nepoštivanja kodeksa ali i niske obrazovne razine. Kakav je doista utjecaj politike i oglašivača na medijski sadržaj? Mogu li mediji preživjeti globalnu ekonomsku krizu? Treba li za loše stanje u medijima prozivati samo novinare ili teret odgovornosti mora biti jednako podijeljen i na one koji upravljaju tim istim medijima? Hoće li Vijeće za medije doista zaživjeti kao jamac samoregulacije? Je li obrazovna struktura novinara doista tako loša? Ovo su samo neka od pitanja na koja ćemo pokušati odgovoriti u ovome radu.

2. Pregled društveno-povijesnih okolnosti (1992. - 2012.) i njihov utjecaj na medije

U godini u kojoj obilježavamo 20-tu godišnjicu proglašenja samostalnosti, većina je hrvatskih građana na drugome referendumu od neovisnosti pozitivno odgovorila na pitanje o ulasku Hrvatske u Europsku uniju, čime smo simbolično vratili povjerenje Europi koje je ona dala nama prije dva desetljeća. Proces izgradnje hrvatske države prema nekim mišljenjima možemo pratiti kroz dvije etape; prva od devedesete pa do 2000. koju je obilježilo duboko raslojavanje društva gdje su bogati postajali još bogatijima, a siromašni siromašnjima, te razdoblje od 2000. godine kada je uslijedio izlazak iz međunarodne izolacije. Otada je Hrvatska prošla dug put modernizacije i prilagodbe europskim standardima te postala članica velikih organizacija kao što je primjerice NATO. Ipak, društvo je u sve većoj krizi – socijalnoj ali i moralnoj, a dio odgovornosti za to snose i mediji koji djeluju po principu "samo loša vijest je dobra vijest". Prema ocjeni novinarskih sloboda hrvatski su mediji danas, dvadeset godina kasnije, tek "djelomično slobodni"³⁸⁶. Za usporedbu, mediji u Jugoslaviji nosili su titulu najslobodnijih medija u Istočnoj Europi (Jergović, 2004: 81), no prava je istina kako su slobode medija ograničavane zakonima, a vrh politike bio je pod posebnom zaštitom. Iako su mediji deklarativno pripadali narodu, što je bio jedan od glavnih propagandnih slogana, postojali su razni oblici cenzure. Priprema političkih i društvenih promjena počela je krajem 80-ih i početkom 90-ih kada novinari sve više uzmiču pred političkim utjecajem odbijajući prenositi partijske poruke koje su bile sastavni dio novinarskih tekstova, a vrhunac nastupa 1990. godine kada hrvatski novinari izlaze iz Društva novinara Jugoslavije i osnivaju vlastitu udrugu – Društvo novinara Hrvatske (DNH) koje se kasnije preimenuje u Hrvatsko novinarsko društvo (HND).

Stvaranje i nastanak hrvatske države pratili su brojni mediji, a neki od njih svojim su tadašnjim djelovanjem i ubrzali put ka samostalnosti. Zavladao je entuzijazam jer je nova država smatrana preduvjetom za ostvarivanje sloboda koje su pod bivšim režimom često bile gušene. Političke promjene koje su se dogodile u Hrvatskoj 90-ih nedvojbeno su utjecale na medijsku sliku. Pad komunizma u većini je zemalja, pa tako i u Hrvatskoj, "donio eksploziju novinskih izdanja. Godine 1993. na kioscima su bila 702 naslova, a 1998. godine čak 2766." (Jergović, 2004: 28). No, ne smijemo se zavaravati da je to ujedno i značilo veću slobodu govora. Iako je televizija bila jedan od omiljenih medija, čitanost novina 1998. godine bila je vrlo visoka (77 %). I dok je 1990. godine broj radijskih postaja bio 57, četrnaest godina kasnije i više se nego udvostručio (135). Jergović (2004) ističe kako su elektronski mediji u prvom razdoblju tranzicije od 1990. do 2000. bili pod većom kontrolom države koja je nastojala spriječiti njihovo širenje. Proces pokretanja novina s pravnog se stajališta činio mnogo lakšim, nego dobivanje koncesije za radio ili televiziju, a i stupanj cenzure i kontrole nad objavljenim sadržajima bio je mnogo manji.

Jergović tadašnje stanje u medijima opisuje "kao kombinaciju rigidnoga socijalističkoga zakonodavstva i prakse i nekih prisvojenih sloboda" (Jergović, 2003: 95). Iako je stanje djelovalo obećavajuće, nova je vlast nastavila praksu stare nastojeći kontrolirati medije i njihovo djelovanje

³⁸⁶ Godišnje izvješće američke udruge *Freedom House*, koja prati stanje građanskih sloboda u svijetu, za 2010. godinu naglašava kako je "pristup slobodnim medijima imao najmanji broj ljudi na svijetu u više od deset godina", dok je Hrvatska zadržala prošlogodišnji rejting 41, zauzevši 85. mjesto na ljestvici s ocjenom "djelomično slobodne zemlje".

"*Freedom House* daje ukupnu ocjenu od 0 (najbolje) do 100 (najgore) na temelju 23 metodološka pitanja i 109 pokazatelja. Od zemalja jugoistočne Europe, ispred Hrvatske je Slovenija na 48. mjestu, kao jedina iz regije u kategoriji 'slobodnih' zemalja. Srbija je na 72., a Crna Gora 80. Iza Hrvatske su Makedonija i BiH na 96. mjestu, Albanija 102. i Kosovo na 104. mjestu." (*Novinar*, 4 – 10 /2011)

donošenjem mnoštva zakona (Zakon o javnom informiranju 1992., Zakon o kaznenom postupku 1996., Zakon o javnom priopćavanju 1996. te Kazneni zakon 1997.). Oni su donijeli "kulturne promjene u tranziciji: promjene koje idu k uspostavi civilnog društva, pomicanje vrijednosti od kolektivismu prema individualnim vrijednostima, i od autoritarizma prema poštovanju sloboda čovjeka i građanina" (Jakubowicz, 1998:54 prema Jergović, 2003: 96). Hrvatska je već 90-ih prihvatila mnoge europske standarde i zakone, obavezujući se na osiguravanje slobode i neovisnosti medija, promoviranje pluralizma i demokracije, kao i na odmak od cenzure, što je djelovalo obećavajuće u smislu daljnje liberalizacije.

Bio je to i dobar temelj pravne regulacije komunikacije putem medija, često narušavan novinarskom (ne)namjernom nesmotrenošću, no postojanje i svrha nekih zakona dovedena je do paradoksa. Primjerice, stupanje na snagu Zakona o kaznenom postupku (ZKP-a) u drugoj polovici devedesetih urodilo je mnogim procesima pokrenutima zbog izražavanja novinarskih mišljenja u kojima je, uz ironiju, bio prisutan i kritički stav prema tada vodećim ljudima države. Osim toga, pojedini su mediji i novinari pod utjecajem ratnih zbivanja, nastojeći da se glas hrvatske žrtve daleko čuje, ali i pod izlikom lažnoga domoljublja, zaboravili pravila struke generalizirajući krivnju na pripadnike manjina i prozivajući sve one koji nisu javno poduprli njihova mišljenja za izdaju i pomaganje neprijatelju, nerijetko koristeći i govor mržnje. Stoga i ne čudi inflacija sudskih postupaka pokrenutih protiv novinara krajem 90-ih pod izlikom traženja nadoknade za duševne boli procjenjivane astronomskim iznosima, kojima je cilj, osim gušenja slobode, bio i gašenje pojedinih medija.³⁸⁷ Nadalje, Jergović (2004) podsjeća kako je uvođenje novih zakona donijelo i uvođenje novih termina poput 'javno priopćavanje', što je vrlo nespretno termin budući da u svom značenju krije jednosmjerni komunikacijski proces, uglavnom od vlasti prema građanima, koji se nastojao napustiti. No, usprkos tomu, borbu za prava novinara nije zanemarila ni krovna strukovna udruga HND, koja je profesionalne standarde nastojala očuvati inzistiranjem na stvaranju kodeksa unutar medijskih organizacija (Vukušić, 2000). Promjenom vlasti 2000. godine, osim političkih i društvenih okolnosti, dogodile su se i promjene u novinarstvu. Koalicijska vlada 2003. godine radi izmjene zakonodavnoga okvira vezanoga uz medije, te donosi Zakon o medijima koji je u nekim elementima bio i radikalniji od zakona iz 90-ih godina (primjerice traženje zatvorske kazne za klevetu što je uznemirilo struku), a mnogi smatraju kako je to bio i korak unatrag u smislu medijskih sloboda. To se odrazilo i na procjenu slobode medija te je iste godine (2003.) Hrvatska s 33. mjesta iz 2002. godine pala na 69. mjesto ljestvice (Jergović, 2004). Uspoređujući zakone prije i nakon 90-ih uočavaju se pozitivne promjene poput smanjivanja utjecaja državnoga aparata na medijski sadržaj uvođenjem odredbi tko sve može obnašati vodeće uloge u medijima (urednici i glavni urednici), ali i osiguravanjem instrumenata za zaštitu privatnosti kao i omogućavanje prava na ispravak i odgovor što je svakako pridonijelo jačanju kulture javnog dijaloga. Odnosi između ključnih osoba u medijima (novinar – urednik – vlasnik) formalno su riješeni uvođenjem statuta pojedinoga glasila, no oni u praksi ni do danas nisu zaživjeli (Jergović, 2004). Na medijsku scenu stupaju novi sudionici medijske komunikacije poput komercijalnih televizija, a Hrvatska dobiva i prve tabloidne novine. I hrvatski se mediji uspješno prilagođavaju negativnim trendovima izvještavanja; tzv. *infotainment* ulazi na velika vrata u informativni program te dolazi do estradizacije politike i svega vezanoga uz nju, što se građanima nastoji prikazati na što zabavniji način. Posebice je to vidljivo u izbornim kampanjama u kojima je naglasak s poruke i sadržaja prebačen na osobe (personalizacija kampanja). Sprega politike i novinarstva dolazi do izražaja u novome ruhu; tajni dokumenti i transkripti razgovora visokopozicioniranih političara, ali i pripadnika ostalih interesnih skupina objavljuvani su gotovo svakodnevno, a pojedini novinari dolaze pod nadzor tajnih službi.³⁸⁸ Otvaraju se do tada zabranjivane teme ratnih zločina, raskrinkavaju afere

³⁸⁷ U razdoblju od 1991. do 2000. godine protiv novinara je vođeno 540 postupaka, od čega su 43 imala predznak 'kazneni'. Najučestaliji tužitelji bili su Franjo Kajfež (8), Antun Vrdoljak (5), Tomislav Merčep (5), Miroslav Kutle (4), dok su najtuzeniji mediji bili Globus (27 %), Novi list (15 %), Nacional (13 %), Večernji list (6 %), Arena (4,5 %). Više u Malović (2007: 46).

³⁸⁸ Aferu s tajnim službama i prisluškivanjima pokrenuo je Nacional, a njegovu praksu ubrzo je preuzeo i Globus, te su se natjecali u tome tko će donijeti ekskluzivniju priču, a sve u svrhu podizanja naklade. Tom praksom Nacional je pokazao da i žuti listovi koji se bave senzacionalističkim objavama također mogu dati doprinos demokratizaciji društva. Nacional se pritom koristio metodama difamacije konkurenata ali i "javnosti otkrio mnoge neugodne detalje o utjecaju i manipuliranju politike

u kojima su sudionici neki od vodećih ljudi u izvršnoj vlasti, a mediji doista počinju djelovati kao psi čuvari demokracije. Bio je to ujedno i početak negativnoga trenda sveprisutnoga žutila i senzacionalizma koje je polako, ali sigurno zahvatilo većinu medija. Razdoblje nakon 2000. godine obilježila je i hipertrofija raznovrsnih medija od kojih su mnogi ugašeni nedugo nakon osnivanja, dok se drugi jednostavno nisu znali uspješno nositi s bespoštednom utrkom na velikom tržištu kapitala.

3. Ekonomski položaj novinara i medija u Hrvatskoj

3.1. Gospodarska kriza održava se i na medijsku industriju

Globalna ekonomska kriza koja je zahvatila i hrvatsko gospodarstvo krajem 2009. nije prošla nezamijećeno ni na hrvatskom medijskom tržištu. Broj naklada pojedinih listova, u usporedbi s devedesetima, u drastičnom je padu, a neki tiskani mediji hodaju po opasnome rubu opstanka. U posljednjih godinu-dvije nestalo je na stotine radnih mjesta u medijima. Kao glavni razlog vodeći ljudi u menadžmentu medija navode pad marketinških prihoda, što je svakako otežalo poslovanje, a nije pomoglo ni smanjivanje PDV-a 2008. godine.³⁸⁹ Pozitivno je što, usprkos lošoj financijskoj situaciji, prema zadnjim istraživanjima jača povjerenje u tisak. Dugoročno gledano razina čitanosti približava se onoj najvećoj iz 2005. godine.³⁹⁰ Usprkos tome što su mediji podložni različitim utjecajima i promjenama, oni istodobno snažno utječu na ljude i njihov svjetonazor. Građani su prepoznali njihovu ulogu korektivnog faktora u društvu, a to je posebice vidljivo u politici.

Ekonomska situacija medija u Hrvatskoj odražava se i na novinare, čiji je socijalni status sve lošiji, a u prilog tome govori i nesrazmjer primanja između menadžmenta i glavnog urednika s jedne strane te novinara s druge, pri čemu ovi posljednji nose veliki teret odgovornosti za publicirani sadržaj. Rasprava o vlasništvu svakako je preduvjet stabiliziranja medijske scene. "Položaj novinara vezan je uz položaj izdavača, a on je, pak, vezan uz novac. Ekonomska neovisnost ključna je za stabilnost medija i njihov opstanak." izjavio je tijekom gostovanja na televiziji jedan od vodećih novinskih izdavača u Hrvatskoj.³⁹¹ Najveći problem većine novinara u Hrvatskoj danas je prikriveni radni odnos ili status honorarnih suradnika koji nekima traje i cijelu karijeru. Osim toga, novinari će proteklo desetljeće pamtititi po otvaranju afera i raskrinkavanju sprege vlasti i kriminala, čiji su cijenu neki platili i vlastitim životom.³⁹² Duka upozorava na loš socijalni status novinara danas navodeći kako onaj tko je "socijalno obespravljen i u tom svom položaju ucijenjen, taj ne može biti slobodan novinar

nekim novinama." (Jergović, 2004: 189) Oba su tjednika nastala u prijelomnim trenucima za Hrvatsku, *Globus* nedugo nakon osamostaljenja, a *Nacional* krajem rata. Ono što ih povezuje su dobre veze s državnim vrhom, ali i obavještajnom zajednicom te obračuni s neistomišljenicima, što su oba znala iskoristiti u svrhu ostvaivanja što većeg profita. Njihove su naklade u najboljim danima dosežale i do 300.000 primjeraka. Danas su ti tjednici tek "blijeda kopija svojih izvornih ideja s otprilike tek desetinom naklade koju su nekada imali, opterećeni marketinškim diktatom oglašivača, a politički potpuno na marginama društvene relevantnosti." (Simonović, 2010: 36)

³⁸⁹ Smanjenje PDV-a 2008. godine bio je samo trik i varanje javnosti. Naime, kako su iste godine održani i parlamentarni izbori, vladajući su tim potezom samo nastojali učvrstiti svoj položaj i osigurati jednostrano informiranje bez kritičnosti. (Duka, 2008)

³⁹⁰ Prema istraživanju koje je za T-portal provela agencija Henda na uzorku od 5049 ispitanika čitanost dnevnih novina iznosila je 80 %, pri čemu se vodila tijesna utrka između Jutarnjeg i Večernjeg lista. Jutarnji je list imao ulogu vodećega, pretekavši dotada najtiražniji Večernji list. Na ljestvici čitanosti slijedili su Slobodna Dalmacija, Novi list, 24 sata, Glas Istre, Sportske novosti, Glas Slavonije te Vjesnik. Zanimljivo je da 20 % ispitanika tada izjavilo kako uopće ne čita novine. Promatrano po regijama oko 13 % Zagrepčana tada je priznalo da ne čita dnevne novine, kao i 30 % Slavonaca, dok je najveća čitanost zabilježena kod Dalmatinaca, gotovo 89 %. Promatrano po spolu muškarci su čitali više nego žene, a razlika je zabilježena i prema dohodovnome cenzusu.

<http://www.poslovniforum.hr/about02/sd32.asp> pristup ostvaren 6. 02. 2012.

³⁹¹ Boris Trupčević, predsjednik uprave Styria grupe u Hrvatskoj tijekom gostovanja u mozaičnoj emisiji HRT-a "Ljetna slagalica", urednika i voditelja Danka Družijanića, na temu "Budućnost medija", 1. 08. 2011.

³⁹² Broj napada na novinare u konstantnom je porastu od početka 2000. godine, a napadači u pravilu bivaju neotkriveni i nekažnjeni. I dok su 90-ih novinari pisali o obračunima u podzemlju, nerijetko koristeći medijski prostor za prenošenje poruka njihovih članova, sada su i sami postali likovi priča iz crne kronike. Na tradicionalnim Danima hrvatskog novinarstva održanima u Opatiji 2008. godine iznesena je inicijativa za ustrojem novinarske komore po uzoru na druge struke kako bi se jasno odijelilo 'žito od kukolja' (Ničota Toth, Petričević, 2008). Neki novinari koji su preživjeli teške i brutalne napade, poput Dušana Miljuša, upozorili su kako novinari još uvijek nemaju status službenih osoba, a samim time ni odgovarajuću zaštitu. Podsjetimo, iste godine, 2008., u atentatu u središtu Zagreba ubijeni su novinar i vlasnik NCL Media Grupe Ivo Pukanić i njegov suradnik Niko Franjić, a suđenje izvršiteljima u trenutku pisanja ovoga članka bliži se kraju. Nalogodavac nikada nije otkriven.

kojem javnost vjeruje" (2011: 5). Govoreći o pogubnim učincima komercijalizacije koja je zahvatila hrvatske medije, Gavranović (2006a) ističe kako uspjeh i preživljavanje izdavača ovisi isključivo o njihovoj sposobnosti prilagodbe tržišnim uvjetima, što uključuje i promjenu formata (za tiskane medije) ukoliko je nužno, cijene proizvoda, odnosa prema publici ali i publike same te prilagodbu novim tehnologijama kojima se sve više okreće mlađa i internetski aktivnija publika. Parola pod kojom se takve promjene odvijaju glasi: "Vaši čitatelji se mijenjaju? Promijenite vaše novine! Mijenjajte vaš proizvod!" (Gavranović, 2006a: 112). Neki od pokazatelja komercijalizacije vidljivi su u produkciji lakih i zabavnih sadržaja, što posebno pogubno djeluje na temeljne postulate novinarske profesije kao i srozavanje etičkih i profesionalnih standarda. Iako okosnicu komercijalizacije medija čini inzistiranje na zabavnim i lakim sadržajima, Gavranović podsjeća kako čitatelji, slušatelji i gledatelji žele "pravu informaciju, dakle pažljivo odabranu i što čistiju vijest. Analize dalje pokazuju kako su poštivanje činjenica, čvrsto strukturirana informacija i temeljito provjeravanje podataka, temelji na kojima počiva rad novinara, posebno onih koji rade u specijaliziranim rubrikama" (Gavranović, 2008b: 28, 29)

Koliki je točan broj tiskanih izdanja koja izlaze nitko ne može sa sigurnošću potvrditi, budući da postoje različiti statistički izračuni i klasifikacije koji jedna izdanja ubrajaju, a druga isključuju.³⁹³ Trendovi istraživanja iz 2006. godine pokazali su povećanje broja tiskanih medija što je zapravo posljedica novih izdanja pojedinih nakladnika³⁹⁴, ali i okretanje tržištu knjiga što ipak nije rezultiralo dugoročno većom dobiti. Slično je i sa elektroničkim medijima koji bilježe rast broja emitiranih sati vlastite proizvodnje, kao i lagani porast broja zaposlenih. "Prema evidenciji izdanih potvrda o upisu u upisnik HGK o izdavanju i distribuciji tiska, tijekom 2010. nestale su 72 tiskovine, odnosno po jedne svakih pet dana. Ove godine tempo se pojačao, pa ih je samo u prvom kvartalu u vječnost otišlo još 25; ukupno od siječnja 2010. do kraja ožujka 2011. nestalo je 97 tiskovina." (Paparella, 2011: 14) No, kao što je već spomenuto, i ove podatke treba prihvatiti s oprezom, budući da upisnik nije ažuriran što umanjuje njegovu vjerodostojnost ili ima zastarjele ili netočne podatke.³⁹⁵ Evidencija HGK vodi se od lipnja 2004. godine i otada je nestalo gotovo 290 izdanja, pa se "krajem ožujka ukupan broj novina sveo na 914." Istodobno, od početka 2010. godine prijavljeno je 227 novih izdanja, od čega u 2011. čak 82 (uglavnom enigmatski časopisi). Međutim, Paparella upozorava na paradoks tzv. "eksplozije izdavaštva" s kojom se suočava hrvatska medijska scena, budući da HGK vrši pritisak na nakladnike "da kao posebna izdanja prijave i priloge u novinama" (Paparella, 2011: 15) čime se nastoji stvoriti umjetna slika i privid dobroga stanja. Zanimljivo, najveći je broj ugašenih izdanja, od kojih neka i sa gotovo polustoljetnom tradicijom i velikim tiražama u bivšoj državi, izlazio pod okriljem EPH.

Zbog čega nakladnici ostvaruju tolike minuse? Gavranović i Naprta (2008a) navode nekoliko razloga: zaostajanje u praćenju trendova, inflacija besplatnih izdanja koja su se pokazala dodatnim financijskim opterećenjem, veći troškovi sirovina koji poskupljuju proizvodnju (papir kao burzovna roba i energija), godinama fiksna cijena novina te nejednaka raspodjela oglasnoga kolača. Sve navedeno svakako sužava prostor za djelovanje menadžmentu u ostvarivanju ušteda i pozitivnom poslovanju, a to nerijetko rezultira stvaranjem viškova koji se najčešće prelamaju preko ljudskih potencijala, što je za struku ujedno i najpogubnije.

3.2. Utjecaj politike i oglašivača na rad medija

Govoreći o utjecaju politike, nemoguće je zaobići pitanje neovisnosti medija koje uvelike određuje slobodu medija, a nerijetko se spominju i druge interesne skupine. Prije 15-ak godina mediji su bili pod neupitnim utjecajem stranaka kao u jednopartijskom političkom sustavu. Malović (2007) podsjeća kako svaka vlast želi kontrolirati medije ili barem utjecati na njih, stoga odnos između novinara i

³⁹³ Trenutno evidenciju o broju tiskovina na tržištu vode Hrvatska gospodarska komora (HGK) i Državni zavod za statistiku. No, zbog, različite klasifikacije izračuna pri čemu se primjerice kulturna, prosvjetna izdanja isključuju iz obračuna, njihovi se podaci znatno razlikuju. (Gavranović, Naprta, 2008a)

³⁹⁴ "EPH je počeo izdavati besplatne novine - Metro Express. Grupa NCL izdaje besplatni dvotjednik News, a grupa Styria Metropolu." (Gavranović, Naprta, 2008a: 73)

³⁹⁵ Primjerice, u Evidenciji se navodi kako *Playboy* više ne izlazi, no prava je istina kako je list samo promijenio vlasnika, a listovi koji su ugašeni poput *Feral Tribunea* ili dalmatinskoga tjednika *Vrime* još uvijek su u Evidenciji ili su tek naknadno izbrisani (Paparella, 2011).

političara možemo promatrati kao prijateljski. Oni su djelokrugom rada međusobno povezani; novinari trebaju političare kako bi saznali informaciju 'ispod žita', dok političari trebaju novinare kako bi (iz)gradili svoj imidž u javnosti, pri čemu se koriste i raznim metodama potkupljivanja novinara, a sve kako bi postigli svoj cilj. No, kredibilitet takvih novinara ovisan je o vremenu trajanja pojedine vlasti, jer samo nezavisni novinari mogu preživjeti sve političke promjene.

Analizirajući utjecaj politike na medije Hajrudin Hromadžić, novinar i medijski predavač, govori kako je došlo do svojevrstne transformacije toga odnosa koji je još uvijek simbiotski. I dok je u prijašnjem političkome sustavu postojao jasni i vidljivi partijsko-ideološki utjecaj na medijski sadržaj, u novije vrijeme država djeluje poput birokratskoga alata koji služi za produciranje zakona koji neće smetati kapitalu, tj. medijski vlasnici trebaju političare sve dok im ti isti omogućavaju ostvarivanje profita. "S druge strane, politika više ne traži nužno otvorenu glorifikaciju lika i djela, baš suprotno, sve češće traži samo da se neke teme uopće ne otvaraju, problematiziraju. Dakle, sprega politike i financijske moći nije ništa novo, zapravo u ovim okolnostima sasvim je prikladna Marxova definicija države kao izvršnog odbora vladajuće klase." (Bakotin, 2009: 44). Iako je taj utjecaj na medije latentniji nego 90-ih, ipak je još uvijek snažan u pojedinim medijima. Novinari danas ne smiju govoriti o korupciji niti kritizirati vlast budući da odmah slijede sankcije (smanjenje plaće, pritisci na poslu, opomene pred otkaz) neovisno o tome o kojem se mediju radi, javnome ili privatnome.³⁹⁶

Osim političara, velik utjecaj na medije svakako imaju i oglašivači. Današnja je situacija drugačija, budući da su i mediji počeli djelovati kao tržišno usmjerena poduzeća a glavnu riječ vode oglašivači od kojih većina medija ipak živi. Prema procjenama pojedinaca iz medijske industrije novine će biti umotane u oglase.³⁹⁷ Biznis tako preuzima kontrolu i nad privatnim medijima. No, neki ne vide poguban utjecaj oglašivača tvrdeći kako jedan kupljeni oglas ne znači ujedno i kupljeni medij. Kako bilo, medijska je industrija danas jedna od najkreativnijih brzorastućih gospodarskih grana. Pojava novih medija rezultirala je padom profita, ali i čitatelja, što je mnoge nakladnike natjeralo konsolidiranju svojih kompanija i restrukturiranju poslovanja. Iako su internetska izdanja hrvatskih medija dugo bila zapravo kopije tiskanih izdanja, izdavači su shvatili da čitateljima moraju ponuditi više, bolje i kvalitetnije informacije, ali i da distribuciju informacija moraju prilagoditi novim tehnologijama i platformama. Stoga su odlučili pratiti svjetske trendove te ograničiti dostupnost medijskih objava na internetu te postupno uvode naplatu cjelovitoga sadržaja. Iako internet sve više ugrožava tisak, Gavranović smatra kako je to samo dodatna smjernica za preživljavanje novina koje će "dobiti ključnu ulogu u uvođenju reda u velikoj masi informacija" (Gavranović, 2006b: 161)

³⁹⁶ O tom zorno svjedoče slučajevi Aleksandra Stankovića i Hrvoja Appelta koji su javno progovorili o pritiscima kojima su bili izloženi te pokušajima cenzure koje su htjeli provesti njihovi nadređeni. Stanković je svjedočeci pred saborskim Odborom za medije progovorio o pritiscima koje su doživljavali novinari njegove kuće (HRT-a) nakon rasplamsavanja korupcijske afere u kojoj je glavnu ulogu imao bivši premijer Ivo Sanader. Stanković je istaknuo kako se o aferi smjelo izvještavati tako da Sanader bude prikazan kao jedini kivac za sve, no kada bi istraživanja novinara otkrila kako je korupcijska hobotnica puno šira te dotiče i neke ljude iz tada izvršne vlasti, počinjali su problemi jer su takve teme pokušavale biti zataškane a njihovi sudionici izbrisani. Njegov istup o stanju na javnoj televiziji zgrozio je javnost, a njemu priskrbio opomenu pred otkaz, čime se priključio klubu 'preglasnih HRT-ovaca' poput Sanje Mikleušević Pavić i Denisa Latina, čija je kulturna 'Latinica' nakon godina emitiranja ukinuta. Bivši novinar Jutarnjeg lista Hrvoje Appelt progovorio je kako njegov poslodavac, koncern EPH, štiti korupciju. Dokazao je to brojnim pričama i neugodnim aferama koje je otkrio (Bandićev bijeg s mjesta nesreće pruzročene u alkoholiziranom stanju, kupovina ispita na zagrebačkom sveučilištu poznatija pod imenom Indeks...itd.). U svom javnom istupu spomenuo je kako je većina priča pokušana zataškati, pri čemu je godinama trpio šikaniranja ali i premještaje s jednog radnog mjesta na drugo, a vjerodostojnost njegovih otkrića umanjivana je pozivanjem na korištenje anonimnih izvora i nepreciznost. Kao najgori primjer korupcije Appelt je iznio dolazak bivšeg ministra obrazovanja Dragana Primorca u EPH u jeku studentskih prosvjeda koji su bili odraz bunta i socijalnoga nezadovoljstva, a prikazivani su kao simpatična borba male grupice u borbi za ostvarivanje svojih prava. Appeltov istup kolege su više kritizirale nego Stankovićev proglašavajući ga osvetničkim budući da je sve detalje iznio tek nakon otkaza, a i strašnije djeluje spoznaja da su cenzura i korupcija prisutne u javnome servisu. Klauški (2009) smatra kako je Appeltov iskaz zapravo otkrivanje tople vode budući da je riječ o privatnoj korporaciji čiji vlasnik nikada nije skrivao dobre odnose s vlašću, te prebacuje odgovornost na sve one koji pristaju raditi pod njegovim uvjetima, ali i na one koji takav sadržaj kupuju. "Prijetnje otkazom ljudima koji javnim istupima štite javni interes najgori je oblik kršenja novinarskih prava i medijskih sloboda i baš bi tima koji prijetnje otkazima trebalo dati otkaz." (Klauški, 2009: 16)

³⁹⁷ Procjena je to Ninoslava Pavića, predsjednika uprave EPH koji je i najveći regionalni novinski izdavač s prosječnom godišnjom nakladom od 110 milijuna primjeraka. (Usp. Jurišić, Kanižaj, Jukoš, Janeš, Jurić, 2007).

Vežano uz oglasni prostor treba reći kako najveći dio marketinških prihoda ostvaruju upravo elektronički mediji³⁹⁸, dok oglašivači polako ali sigurno zaobilaze tiskana izdanja. Budućnost novina odredit će "nove strategije za pridobivanje čitatelja, nove koncepcije oglašavanja, korištenje najbolje prakse u izdavanju novina kao i utjecaj novih formata i novog dizajna novina." (Gavranović, Naprta, 2008a: 76). Prostora za oporavak ima, ali svi (su)dionici u procesu stvaranja medijskog sadržaja moraju podnijeti jednaki teret odgovornosti. Gavranović i Naprta tako ističu četiri razine odgovornosti: novinarsku, uredničku, menadžersku i vlasničku. Novinari su odgovorni zbog iznošenja senzacionalizma i sudjelovanja u svakodnevnom kreiranju žutula, urednici jer "podliježu interesima menadžmenta i vlasnika, što se odražava na kvaliteti medija" (2008a: 79), zatim menadžment za povlačenje određenih poslovnih poteza te još uvijek nejasni vlasnički odnosi "gdje je manje nesporazuma na relaciji mediji-politika, a sve više sukoba (sukoba interesa) na relaciji novinar-vlasnik" (2008: 80). Modrić (2008) ističe tri negativna trenda koja obilježavaju hrvatsko novinarstvo danas; 1) koncentracija vlasništva u medijima – riječ je o globalnome trendu koji nastoji ograničiti širenje i utjecaj konkurencije te smjestiti veliki kapital u jednome centru moći. Tendencija je prodati istu informaciju, obrađenu i prilagođenu, različitim vrstama medija (tiskovni, elektronski, novi mediji) te ostvariti što veći profit uz što manje troškove poslovanja. Iako hrvatski pravni okvir deklarativno sprječava stvaranje monopola, stanje u praksi govori suprotno, budući da zakonodavac popušta tim istim monopolistima, 2) medijski vlasnici zarađeni novac ulažu i oploduju u drugim gospodarskim sektorima (bankarstvo, farmaceutska industrija, telekom i mobilni operateri...), što rezultira smanjivanjem ili u konačnici nestajanjem kritičkih tekstova o navedenim industrijama ili eventualnim nepravilnostima pod kojima posluju i 3) medijsko poslovanje postaje unosan posao s ogromnim zaradama, stoga je kupovina medija u vidokrugu velikih igrača postala česta operacija, posljedica koje je brisanje granica nekada jasno utvrđenih odnosa (vlasnik – novinar – oglašivači). Stoga mediji sve više djeluju kao marketinška podrška te sve više vode tzv. 'politikom nezamjeranja' interesnim skupinama, ponajprije oglašivačima od kojih žive, a to polako znači i (od)umiranje medija.

3.3. Tko su vlasnici hrvatskih medija? - vječno pitanje bez odgovora

"Postao sam novinar kako bih pomogao da se na svjetlo dana iznesu problemi svijeta. Danas je jasno da su jedan od tih problema sami mediji" (Schechter prema Modrić, 2008: 15) izjava je koja se može primijeniti i na naše medije. Kao najveći problem hrvatskih medija ističe se netransparentnost vlasništva dodatno aktualizirana tijekom privatizacije. Prvi privatizacijski ciklus započeo je nakon donošenja tzv. Markovićeva zakona³⁹⁹ koji je ujedno bio i prvi model na temelju kojega je "društveno vlasništvo pretvoreno u vlasništvo zaposlenika – novinara" (Jergović, 2004: 145). Po tome modelu privatizirani su Novi list i Slobodna Dalmacija. Drugi model privatizacije karakterizira pretvorba društvenog vlasništva u državno. Riječ je o omiljenome modelu, aktualnome do 1993. godine, prema kojemu je privatizirano mnoštvo poduzeća u Hrvatskoj, a kao tipičan primjer mogu poslužiti Vjesnik i Večernji list. Treći model uslijedio je od 1993. godine do 2000. godine, a obilježilo ga je pokretanje novih privatnih izdanja (Globus, Nacional, Slobodna Dalmacija, Glas Slavonije). Bio je to proces pod nejasnim okolnostima u kojima su se novine kupovale i za nepoznatoga vlasnika (Jergović, 2004). Većina najtiražnijih dnevnih novina prešla je tako u ruke stranoga kapitala, no postavlja se pitanje tko se doista krije iza vlasničkoga imena. Zakonodavac je taj problem nastojao riješiti kreiranjem pravnoga okvira (Zakon o medijima 2003, 2004 i Zakon o elektroničkim medijima 2003, 2009) koji je s vremenom i nadopunjavao, no to ne sprječava pojedince u stvaranju koncentracije i monopola. Čini se kako prešućujemo izazove pred kojima se nalazi medijska industrija, budući da rasprava o transparentnosti vlasništva u Hrvatskoj kasni, no ipak je opasno generalizirati i relativizirati stvari.

³⁹⁸ Udio televizije u Hrvatskoj u oglasnome budžetu iznosi 59, 8 %. "Najveći udio TV ima u Ukrajini (81,5 posto od ukupnoga oglasnog budžeta, Venezueli (78, 2), Slovačkoj (66,6), Bugarskoj (65,8), Indiji (65,3), Sloveniji (63,2), Italiji (55,2), Portugalu (55,6), Poljskoj (54,2), Tajlandu (51,7), Južnoafričkoj Republici (45,4)" (Gavranović 2006b: 24).

³⁹⁹ Ante Marković bio je predsjednik Predsjedništva SFRJ, a njegov zakon o pretvorbi društvenoga vlasništva u državno smatrao se jednim od najboljih privatizacijskih modela.

Iako imamo dobre zakone još uvijek je nejasno tko su vlasnici medija. Malović (2004) podsjeća kako su u prvom desetljeću ovoga stoljeća to uglavnom bili Crkva i država, što stvara percepciju kako su mediji zapravo produžena ruka svake od navedenih skupina. Koga mediji podupiru vrlo je teško dokazati, no mnogo je toga vidljivo upravo iz uređivačke politike, pogotovo privatnih medija. Kako bilo, važno je naglasiti da je uređivačka politika i njeno provođenje autonomna odluka svakoga pojedinoga vlasnika medija.

Odnosi između medijskih organizacija temeljito su promijenjeni pojavom komercijalnih medija i sve većom spregom politike i gospodarstva s medijima. Tako je nekadašnja kontrola države nad medijima danas zamijenjena novim oblikom kontrole u vidu medijskih koncerna / konglomerata⁴⁰⁰ koji predstavljaju veliku opasnost za pluralnost mišljenja, neovisnost medija i demokraciju (Valković, 2009). Tako je kada je o tiskanim medijima riječ vlasništvo podijeljeno između dvaju velikih igrača; EPH i Styrie⁴⁰¹. Vodeće komercijalne televizije poput RTL-a i Nove Tv u mješovitom su vlasništvu domaćih i stranih tvrtki⁴⁰², a regionalne i lokalne televizije u rukama su županijskih vlasti ili tamošnjih moćnika. Koncentracija u medijima opasna je zbog grupiranja moći pojedinaca u jednome središtu koji provođenjem jednake uređivačke politike u različitim medijima promiču vlastite interese ali i ideologije, što može biti pogubno za medijski ali i društveni sustav u cjelini budući da vlasnici medija nameću svoju medijsku politiku kao općeprihvatljivu, što nije lako mijenjati. Jedno od rješenja takvoga stanja svakako je jačanje javnoga servisa, kojemu trenutno u prilog idu zakonodavno ograničenje koncentracije ali i državne subvencije, kojih će se ulaskom Hrvatske u Europsku uniju morati odreći. Osim toga, Valković (2009) moguće rješenje vidi u ukidanju poreznih stopa na knjige i tisak, kao i dodatno smanjivanje poštanskih troškova na isto, što se u vremenima krize doista teško može smatrati realnim zahtjevom.

4. Novinari - između slobode i odgovornosti

4.1. Narušavanje temeljnih standarda profesije

Pitanje istine jedno je od najvažnijih ali i najosjetljivijih pitanja novinarske profesije danas. Prema istinitosti objava procjenjuje se i kvaliteta i vjerodostojnost medija, a prema njoj pada / raste povjerenje u medije. Istina, poštenje i točnost preduvjeti su i slobodnoga novinarstva (Malović, 2006). Najveći je problem hrvatskih medija danas prešućivanje istine, koja je u medijima poput slona kojega dodiruju slijepi pri čemu svaki otkriva neku svoju istinu (Labaš, 2006). Iako je istina temeljni pojam i zakon novinarskoga djelovanja zapisan u većini međunarodnih novinarskih kodeksa, čini se kako je Kodeks časti HND-a usvojen 2009. godine pokazao koliko je istina bitna hrvatskim medijima. Naime, iako se u članku 4. Kodeksa iz 1993. godine apostrofira kako je novinar dužan iznositi istinitu, provjerenu i uravnoteženu informaciju podsjećajući na nužnost navođenja izvora informacije ali i mogućnost neotkrivanja njegova identiteta, novi Kodeks to pitanje ne problematizira tako izričito već dosta ublaženo (Grmuša, 2010). Nadalje, koncept objektivnosti kakav smo nekada poznavali, a koji se temeljio na činjeničnosti i nepristranosti u obradi teme, danas gotovo da i ne postoji. Više nije dovoljno tražiti potvrdu informacije iz najmanje dvaju izvora, već se govori i o nekoliko njih. Nažalost, većina

⁴⁰⁰ "Medijski koncerni su tvrtke koje uglavnom djeluju na području medija ili dominiraju nekim relevantnim medijskim tržištem. Njihova velika gospodarska moć temelji se na različitim isprepletenostima." (Kunczik, 2006: 248)

⁴⁰¹ "Europapress Holding (EPH) u većinskom je ili djelomičnom vlasništvu sljedećih tiskovina: *Jutarnji list*, *Slobodna Dalmacija*, *Sportske novosti*, *Globus*, *Comspolitan*, *Dječji klub*, *Auto blic*, *Moja tajna*, *moja sudbina*, *Astro*, *Auto klub*, *Gloria*, *Tena*, *Mila*, *Arena*, *Doktor u kući*, *Playboy*, *Hacker*, *Lifestyle*, *OK!*, *Dječji klub*, *Božićni kolači*, *Vitki & zdravi*, *Ljetna kuharica*. EPH je najveća domaća medijska tvrtka. STYRIA je u većinskom ili djelomičnom vlasništvu ovih važnijih novina: *Večernji list*, *24 sata*, *Primadona*, *Elite*." (Malović, 2004 prema Vilović 2004, prema Valković 2009: 131)

⁴⁰² "RTL Televizija je u 58 % vlasništvu RTL Grupe i velikih hrvatskih tvrtki (Agrokor 11.5 %, Podravka 11.5 %, Atlantic grupa 11.5 %, Splitska banka HVB Split 7.5 %). To je jedna od najvećih europskih medijskih kompanija i ima televizijske postaje u više zemalja. RTL Grupa je 89 % u vlasništvu njemačkog medijskog koncerna Bertelsmann i 7 % u vlasništvu WAZ-a. Američki Central European Media Enterprise (CME) kupio je Novu Tv od nekoliko domaćih vlasnika u srpnju 2004. godine CME je također vlasnik televizijskih postaja u drugim zemljama." (Televizija u Europi. Zakonodavstvo, javne politike i neovisnost. Izvještaj, 2005 : 214 - 216 prema Valković 2009: 131)

tema uglavnom je jednostrano obrađena, a novinari se sve više žale na uskraćivanje informacija⁴⁰³ što svakako narušava etičnost ali i kvalitetu medijskih objava.

Labaš i Uldrijan u svom radu tematiziraju pitanje kvalitete u novinarstvu pitajući se "jesu li kvaliteta i etika dvije različite stvari" (2010: 88). Pitanje etike i kvalitete u medijima povezano je i s obrazovnom razinom publike, što uključuje poznavanje određenih vještina u smislu medijske pismenosti koja podrazumijeva sposobnost razlikovanja dobrog od lošeg novinarstva. Novinarska kvaliteta dovedena je u pitanje trendom komercijalizacije koji je zahvatio hrvatske medije, a nagovijestio ga je slogan prvog hrvatskog tabloida "cijela istina-pola cijene" (Labaš, 2006: 53-68 prema Labaš, Uldrijan 2010: 94). Osim toga, javio se i trend tzv. građanskog, participativnog ili kolaborativnog novinarstva prema kojemu su se i građani nastojali uključiti u proces stvaranja vijesti time što mogu slati snimke / materijale s terena za što su u početku bili i novčano stimulirani. Osim što je to jedan od jeftinijih načina pokrivanja teme i dobivanja na ekskluzivnosti, neovisno o tome je li kvaliteta materijala upitna ili nije, to je ujedno i pokazatelj kako je svaki novinar ipak zamjenjiv i u određenoj (ne)milosti vlasnika te da se novinari deprofesionaliziraju, a publika profesionalizira. Pojava građanskoga novinarstva jedna je od devet zabluda suvremenoga hrvatskog novinarstva⁴⁰⁴, koja je nametnula percepciju kako je tehnika ključni faktor koji određuje sadržaj medija, što je pogrešno budući da u središtu mora biti ono što medij ima poručiti javnosti (Đilas, 2009). Za Labaša je "komuniciranje istine najvažnija dužnost medija i najveći izazov" (2010: 99), budući da onaj tko pronosi istinu uživa i veći stupanj povjerenja od onoga koji to ne čini, a to je svakako jedan od pokazatelja kvalitete i moralnosti svih koji se bave novinarstvom.

Ekspanzija novih medija i novih tehnologija uvelike je utjecala na struku i traganje za novim izvorima i novim pričama pri čemu je stara etika zaboravljena. Novinari su sve manje na terenu, a sve više u redakcijama. Društvene mreže učinile su dostupnim intimu javnih, ali i anonimnih osoba čiji se profili svakodnevno pretražuju u potrazi za senzacijama. Također, dostupnost medijskih sadržaja na internetu gotovo je posve istisnula s pozornice istraživačko novinarstvo. Mnogi kolege u utrci sa

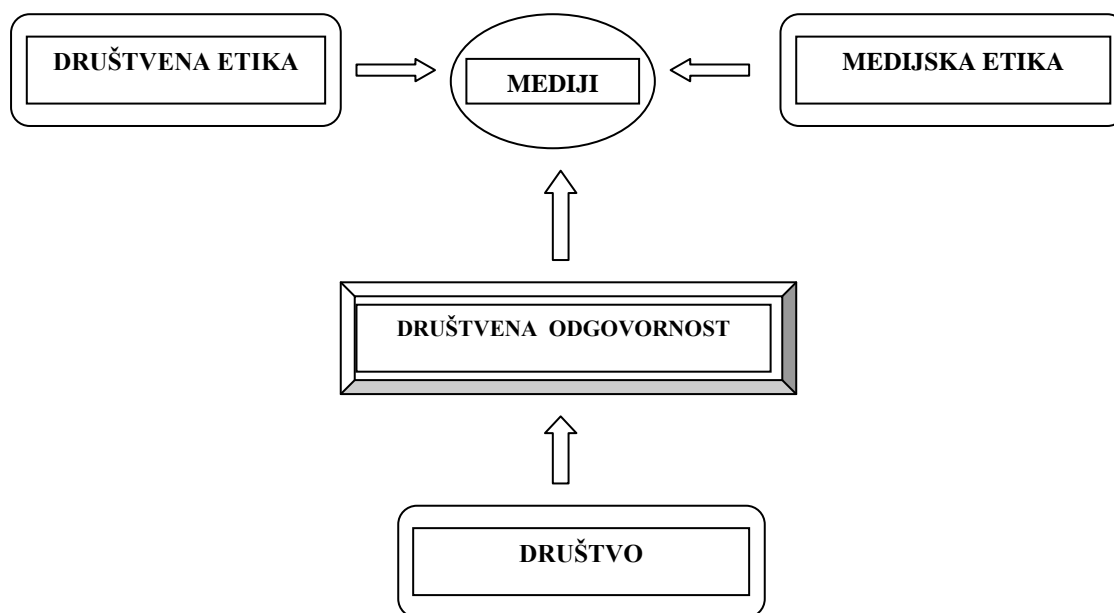
⁴⁰³ Istraživanje Zbora novinara istraživača HND-a provedeno u rujnu 2009. godine na uzorku od 70 ispitanika nastojalo je utvrditi s kojim se sve problemima novinari susreću pri dobivanju ili traženju relevantnih informacija za teme o kojima pišu, te utvrditi koliko tijela državne i lokalne vlasti, te zaposlenici u državnim i lokalnim službama poštuju Zakon o pravu na pristup informacijama i Zakon o medijima. Iako je anketa bila anonimna, odaziv je bio slab zbog nedostupnosti samih novinara ili možda i zbog straha od sankcija. Gotovo 73 % ispitanih novinara potvrdilo je kako su im javne institucije uskratile informaciju, pri čemu prednjače državne institucije (ministarstva) a slijede ih javne službe (škole, bolnice, fakulteti, znanstvene i socijalne ustanove). U većini slučajeva (67 %) izostalo je objašnjenje zbog čega je informacija uskraćena, a kao najčešća obrazloženja navodilo se kako 'institucija nije u nadležnosti davati takve informacije' ili bi to 'moglo štetiti samome postupku koji je u tijeku'. "Novinari na odgovor najčešće čekaju do dva tjedna (62 %), a nešto manje je onih koji na odgovor čekaju mjesec dana (12 %) ili onih koji čekaju tek dva dana." (Bačić, 2009: 39). Svega 7 % novinara upit pošalje samo jednom, dok 56 % njih inzistira na odgovoru i više od dva puta. Iako 76 % novinara poznaje zakonodavni okvir u slučaju uskraćivanja informacija (Zakon o medijima i Zakon o pravu na pristup informacijama), svega 19 % njih koristilo je te mogućnosti, dok 81 % to nije učinio, no nisu naveli točan razlog. Nadalje, gotovo 26 % novinara našlo se u situaciji da im urednik odbije istraživačku temu, a u 43 % slučajeva nisu dobili objašnjenje toga postupka. Istodobno, 88 % novinara tvrdi kako istu temu nisu ni pokušavali objaviti negdje drugdje, a 81 % ispitanika tvrdi kako dobivene informacije nisu davali kolegama iz drugih medija koji su bili u prilici objaviti temu. (Usp. Bačić, 2009). Iako je uzorak istraživanja mali, tj. prigodni i autorica upozorava kako pri donošenju zaključaka treba biti oprezan, podaci su svakako korisni za bolje razumijevanje poteškoća s kojima se novinari susreću tražeći informacije, kao i stanja u medijima općenito.

⁴⁰⁴ Ostale zablude u kojima djeluje hrvatsko novinarstvo danas su: 1) *podcjenjivanje čitatelja* u smislu ukidanja lektora i redaktora kao čuvara novinarske pismenosti. Osim toga novinari nerijetko pišu o temama za koje nisu specijalizirani., 2) *ako nije objavljeno, kao da se nije ni dogodilo* – prešućivanje tema u medijima bezuspješan je pokušaj uvođenja cenzure i općenito jednosmjernе komunikacije koju ipak onemogućavaju novi mediji i nove tehnologije, 3) *otpuštanja novinara* prva su na dnevnome redu kada se želi racionalizirati poslovanje, no takve odluke nisu posljedica stručnih analiza poslovanja jer njih najčešće ni nema. I dok je u socijalizmu postojao razrađeni sustav vrednovanja novinarskoga rada, danas toga nema a preživljavaju samo oni koji se prilagođavaju vlasniku i tržištu. 4) *naklade vs. oglasi* – iluzorno je očekivati povećanje naklade u situaciji kada tržištem dominiraju veliki igrači (oglašivači) kojima se podilazi na sve načine, 5) *reklame na naslovnicama* – i nisu neka novost, postojale su i 80-ih godina, no prevelika eksploatiranost dovela je do banalizacije novinarskoga sadržaja koji se teško razlikuje od marketinškoga dijela, 6) *pretplata* – pad povjerenja u medije općenito odrazio se i na pretplatnički dio te su i nekada kvalitetne i ozbiljne novine izgubile dio najvjernije publike, 7) *marketing ili nabavljanje novca?* pitanje je koje se odnosi na ulogu menadžmenta u medijima koja se uvelike preklapa s djelovanjem marketinga čiji je zadatak osigurati profit i konačno 8) *vizualnost medija* danas je na velikoj cijeni, a jedan od glavnih problema je prevelika uniformiranost koja onemogućava razlikovanje kvalitetnoga od nekvalitetnoga (Đilas, 2009).

vremenom sve više pribjegavaju *copy-paste* tehnici, ne mareći pritom za istinitost i vjerodostojnost informacija koje prenose.

Pitanje odgovornosti nikada nije bilo aktualnije. Lučić (2009) podsjeća kako odgovornost mora biti opća kategorija neovisna o bilo kakvim političkim i pravnim okolnostima, budući da je riječ o vrijednosti koja je ili barem trebala biti svojstvena svakome čovjeku, a odgovoran je onaj novinar koji prenosi istinitu informaciju. Novinari moraju naučiti balansirati između dvostrukosti i sukoba koji karakteriziraju profesiju (zadovoljiti interes javnosti i vlasnika, odabrati pravi trenutak za iznošenje istine...), kao što i moraju naučiti preuzeti odgovornost za izgovorenu ili napisanu riječ, a ne tražiti načine kako da ju prebace na druge. Valković (2009) podsjeća na ulogu i značenje teorije društvene odgovornosti u čijem je središtu poštivanje standarda novinarske profesije kao što je iznošenje istinitih i objektivnih informacija, a tu svakako treba spomenuti i odgovornost novinara kao komunikatora prema recipijentima što je i preduvjet ostvarivanja povjerenja između ovih dvaju subjekata u komunikaciji. Govoreći o ulozi novinara unutar medijskoga sustava, ne treba zaboraviti kako je riječ o samoj jednoj karici u lancu koja nedvojbeno utječe na proizvodni proces, ali čiji je manevarski prostor znatno ograničen.

Stoga se postavlja pitanje jesu li četiri teorije tiska, koje možemo promatrati i kao teorije društvene odgovornosti, još uvijek aktualne? Podsjetimo, prema njima javno se mnijenje stvara preko medija, autoriteti trebaju proći pomno propitivanje, postojanje društveno odgovornih medija uvjetovano je tržišnim okolnostima te, konačno, mediji su odgovorni javnosti. Jergović (2010) svaku od navedenih teza vidi problematičnom i pogodnom za preispitivanje. Prvo, ispitivanja javnoga mnijenja uglavnom su nepouzdana, a nerijetko se koriste kao manipulativni alat političkih elita ili medija kako bi uvjerali građane u nešto, no ljudi rijetko mijenjaju mišljenja, već učvršćuju postojeće stavove ili ih pak u potpunosti odbacuju. Nadalje, ni sami novinari nisu suglasni oko toga jesu li oni doista prave osobe koje bi trebale propitivati autoritete, a opstanak na tržištu moguć je samo prilagodbom publici koja je ujedno i ciljana grupa oglašivača. Jergović (2010) podsjeća kako su izvan tržišnoga dometa javni servisi koji bi trebali biti objektivniji i služiti javnosti, no to prestaju činiti onoga trenutka kada njihovi urednici i novinari počnu kopirati sadržaje drugih, uglavnom komercijalnih konkurenata. Najvidljivije je to u središnjoj informativnoj emisiji HRT-a koja je godinama okupljala mase. Pojavom komercijalnih televizija, pala je gledanost javnoga servisa, koji je staru slavu pokušao vratiti konceptijskim promjenama (skraćivanje emisije, uvođenje više javljanja uživo, dovodenjem atraktivnih gostiju, uvođenje jinglova koji najavljuju priče u nastavku) što se nije pokazalo produktivnim. Dodatni faktor koji je svakako utjecao na srozavanje javnoga servisa svakako su i nestabilnosti unutar same organizacije, a koje su se manifestirale u vidu saponice oko konstituiranja Programskoga vijeća ili pak izbora ravnatelja. Kao prilog rušenju teza kako je postojanje društveno odgovornih medija uvjetovano tržišnim okolnostima, te da su mediji odgovorni javnosti, Jergović (2010) navodi podatke o velikoj čitanosti tzv. besplatnih novina upitne kvalitete sadržaja, što služi kao jedno od opravdanja da imamo medije kakve zaslužujemo i želimo. Govoreći o društvenoj odgovornosti, Jergović (2010) ističe njenu veliku ulogu i značaj, no podsjeća kako ona nije jedina budući da je značenje pojma sa današnjeg stajališta zastarjelo i preusko. Osim odgovornosti prema vlastitoj profesiji, novinari su odgovorni i nadređenima (urednici, vlasnici), ali i svekolikoj javnosti.



Slika 1: Model odgovornosti novinara (prema Jergović 2010: 26)

Raste broj senzacionalističkih tekstova prepunih neistinitih informacija koje bivaju vrlo brzo demantirane. Najveći je problem novinarske profesije otvorenost prema drugim strukama, pri čemu novinar može biti bilo tko neovisno o stupnju obrazovanja. Oni koji nisu obrazovani za rad u medijima niti poznaju pravila struke, nisu ni primorani poštivati etičke kodekse što dodatno narušava temeljne novinarske postulate kao što su istina i objektivnost. Stoga se Obradović (2009) zalaže da svi novinarski prilozu budu izrađeni u skladu s pravilima struke, ističući kako bi bilo poželjno da svaka redakcija ima svoj etički kodeks. Jedan od recepata za očuvanje slobode medija, ali i očuvanje profesionalne razine prema Maloviću (2004) je regulacija i samoregulacija profesije o čemu više u nastavku.

4.2. Može li samoregulacija pomoći?

Domaća, ali i međunarodna istraživanja o povjerenju građana u institucije pokazuju poražavajuće rezultate kada je riječ o medijima koji su nerijetko na začelju društvene ljestvice.⁴⁰⁵ Daleko je to od

⁴⁰⁵ Prema rezultatima istraživanja agencije Gfk za prosinac 2011. godine medijima u Hrvatskoj vjeruje svaki peti građanin (21 %), dok ih više od polovice (54 %) nema povjerenje u medije. Riječ je o istraživanju koje agencija Gfk provodi u 25 zemalja svijeta a koje ispituje povjerenje građana u različite institucije u državi. Najveći stupanj povjerenja hrvatski su građani pokazali prema prijateljima (83 %), slijedi znanost (62 %), liječnici (55 %), banke i Crkva (44 %), dok je najmanji stupanj povjerenja u političare (7 %). Istraživanje je pokazalo i kako viši stupanj povjerenja u medije pokazuju npr. ispitanici u Njemačkoj i Brazilu – po 45 %, Poljskoj 44 %, Francuskoj i Japanu po 33 %, V. Britaniji i Italiji po 33 %.

Više na <http://www.vecernji.hr/vijesti/hrvati-vise-vjeruju-banci-kojom-posluju-nego-crkvi-clanak-374822> pristup ostvaren 9. 02. 2012.

Treba spomenuti i istraživanje iz 2007. Godine "Hrvatski mediji u očima građana" Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu i nezavisnoga istraživačkoga centra Media metar, koje je pokazalo zanimljive podatke o tome kako građani doživljavaju medije i institucije. Na reprezentativnom uzorku od 1000 ispitanika utvrđeno je da od svih medija, čak 45 % ispitanika najviše vjeruje internetu, potom radiju - 39 %, magazinima i tjednicima 30 %, odnosno 31 %. Na posljednjem mjestu našle su se dnevne novine, u koje hrvatski građani imaju najmanje povjerenja - 24 %. Što se tiče praćenosti medija, internet je također iznad dnevnih novina s 33 % naspram 28 %, a praćeniji su jedino televizija s 57 % i radio s 50 %. Nadalje, ispitanici navode kako imaju veće povjerenje u lokalne, nego u nacionalne medije, a kada je u pitanju izvještavanje o politici najvjerodostojniji medij jest radio, a najmanje dnevne novine i televizija.

Od ponuđenih 19 institucija i društvenih aktera, "domaći mediji" su, prema ocjeni ispitanika, sedmi s ocjenom 2,78, a "novinari" osmi (2,73) u ljestvici povjerenja. Prva je Crkva (ocjena 3,44), slijede znanstvenici (3,36), obrazovne institucije (3,32), vojska RH (3,25), ugledni intelektualci (2,98), dok posljednjih nekoliko mjesta zauzimaju sindikat (2,55), Europska unija (2,49), Vlada RH (2,36), Sabor RH (2,33) te političke stranke općenito (2,21).

Što se tiče obilježja tipičnog hrvatskog novinara građani ga procjenjuju kao pismenog, razumljivog, sklonog manipulaciji, senzacionalizmu i isticanju loših vijesti, dok bi njegova uloga trebala biti ona kritičara nepravilnosti, informatora i savjetnika

nekadašnjih definicija koje su medije određivale kao četvrtu vlast u društvu. Zanimljivo, i novinari su svjesni da je takvo stanje posljedica nepoštivanja pravila struke što je dovelo do generaliziranja i percepcije kako su svi novinari isti, što nije točno. Mnogi svjesno krše pravila kako se ne bi zamjerili vlasnicima i ostali bez posla. Stoga je sustav potrebno mijenjati na svim razinama - odozdo i odozgo; jačanjem i razvijanjem svijesti novinara da sami počnu poštivati pravila struke, ali i utjecajem na vlasnike i mijenjanjem njihova odnosa prema medijima, ali i sadržaju kojega proizvode. Loš sadržaj možda donosi veći profit, ali dugoročno gledano ne jamči opstanak na tržištu. Nije dovoljno imati samo dobre inicijative, već i pokazati spremnost njihovih prihvaćanja jer za postizanje dogovora i uspješnost njegove provedbe potrebne su dvije strane; novinari i vlasnici medija.

Dugo smo tražili uzore u skandinavskim zemljama u kojima funkciju nadzornika medijskog sustava i rješavanja konfliktnih situacija ima ombudsman za medije, a kao jedno od mogućih rješenja predstavljano je u obliku osnivanja Vijeća za medije po uzoru na njemački *Presserat* ili britanski *Press Council*. Konačno, 2011. godine hrvatsko je novinarstvo dočekalo osnivanje Vijeća za medije⁴⁰⁶, što je vrlo pozitivno odjeknulo u medijima. Vijeće će se financirati sredstvima raznih sudionika (HRT, HGK, Agencija za elektroničke medije, Ministarstvo kulture...), a godišnji budžet ne bi trebao prelaziti 300.000 kuna. U Vijeću bi trebali sjediti u jednakom omjeru predstavnici struke koji bi trebali raditi volonterski, kao i predstavnici poslodavaca, a početak rada predviđen je za prvi kvartal 2012. godine.

Osnovno obilježje Vijeća za medije je "dobrovoljnost članstva i dragovoljno pristajanje na pravorijek koji ono ima" (Malović, 2009: 229). Važno je naglasiti da zakonodavni okvir medijskog djelovanja ostaje, dok Vijeće za medije provodi primjenu etičkih načela kojima se novinarstvo nastoji poboljšati. Kazne koje Vijeće izrekne nisu bezazlene, no vlasnici ih prihvaćaju kako bi izbjegli sudske sporove. Načela prema kojima će novoosnovano Vijeće za medije djelovati kombinacija su Kodeksa časti hrvatskih novinara i publicističkih načela njemačkog vijeća za medije (*Presserata*). Treba napomenuti kako pri HND-u već djeluje Vijeće časti, no njegove odluke nisu obvezujuće i nemaju takvu težinu budući da u njemu sjede samo novinari, a i nerijetko se našlo na udaru kritika zbog mlakog ili nikakvog reagiranja na djelovanja pojedinih novinara koja su predstavljala grubo kršenje etičkih normi. Preokret koje nudi novo Vijeće sastoji se u tome da će svaki novinar koji bude radio prema propisanim načelima imati i podršku urednika i nakladnika, a novost je da će moći odbiti raditi / pisati sve što se ne podudara s njegovim osobnim, etičkim načelima što je do sada bilo nezamislivo (Lulić, 2011). U slučajevima u kojima se ustanovi kršenje pravila, svi mediji koji su članovi Vijeća za medije obvezni su objaviti odluku Vijeća i sankcije. Ukoliko praksa doista zaživi bit će to veliki iskorak u zaštiti ljudskih prava i dostojanstva i integriteta pojedinaca, pogotovo najranjivijih skupina u društvu kao što su bolesni, djeca i manjine.

Lulić (2011) ističe kako su mnogi nakladnici i medijski vlasnici u utrci za profitom zaboravili na činjenicu da su mediji javno dobro i da kao takvi moraju služiti javnosti. Mnogima su oglasi bili nadomjestak za loš sadržaj koji nude. Sada kada je kriza otjerala oglašivače ponovno se aktualiziralo pitanje sadržaja. A da bi sadržaj bio dobar nužno je imati educirane i kvalitetne novinare koje publika cijeni i prepoznaje.

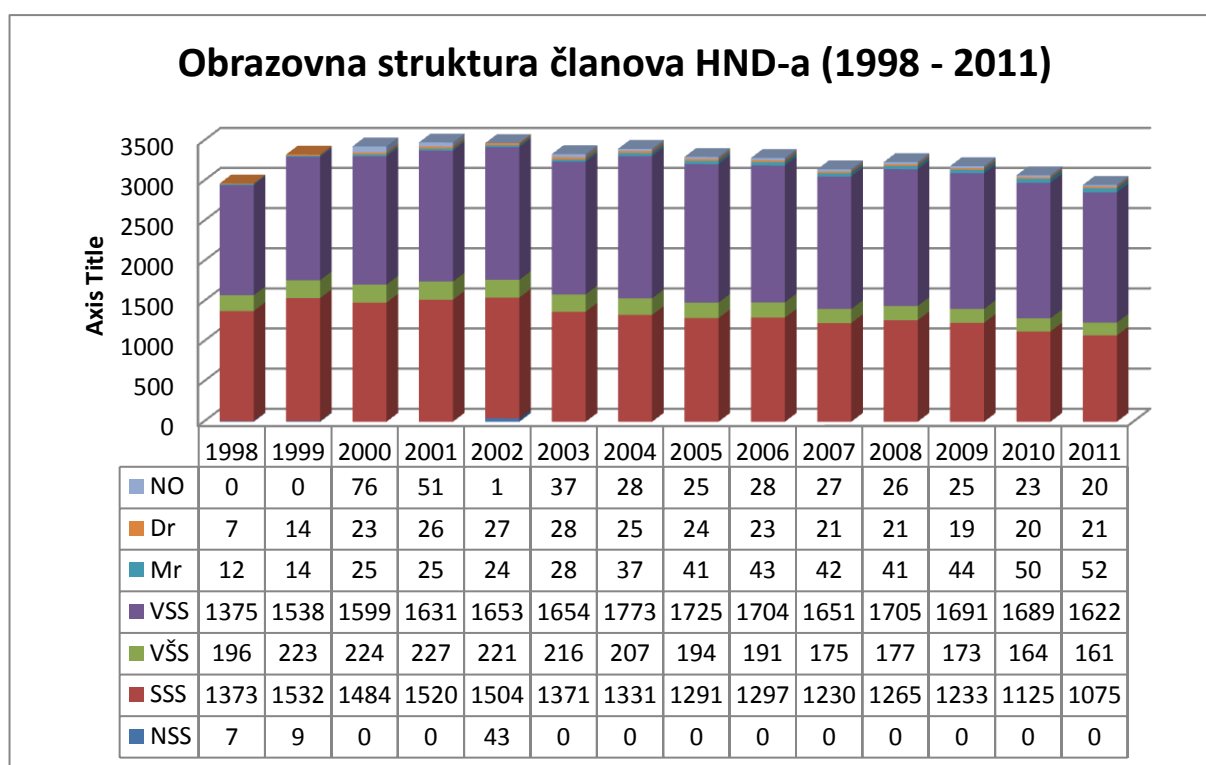
4.3. Cjeloživotno obrazovanje novinara kao jamac profesionalnosti

Malović (2000) upozorava na paradoks hrvatskog novinarstva pri čemu se funkcija i uloga novinara promatra kao medalja s dvije strane; s jedne se novinarima pripisuju velike zasluge za demokratizaciju društva, a istodobno ih se proziva zbog niske obrazovanosti. "Što novinar manje zna, što slabije poznaje profesionalne vještine, što je niža njegova profesionalna razina, to će više biti izložen pritiscima i teže će im odoljeti. Novinar zavidnog profesionalnog znanja neće podleći pritiscima i znat će što mu je činiti." (Malović, 2000: 98) Potrebu za kontinuiranim stručnim

građana, čuvara demokracije, tumača društvenih problema te glasnogovornika naroda. Čak 84, 8 % ispitanika smatra da bi novinari trebali biti stručno osposobljeni za svoj poziv. (Grmuša, 2010: 12)

⁴⁰⁶ 4. listopada 2011. predstavnici HND-a i HUP-udruga novinskih izdavača, Hrvatska udruga radija i novina, Nacionalna udruga televizija (HRT, RTL, NOVA) i IAB (Udruga internetskih portala) potpisali su pismo namjere "kojim su izrazili želju da osnuju Vijeće za medije, samoregulatorno tijelo koje će pratiti i sankcionirati kršenja profesionalnih etičkih standarda u medijima." (Lulić, 2011: 14)

usavršavanjem prepoznala je i struka organizirajući brojne novinarske radionice kao oblik izvaninstitucionalnoga obrazovanja koje se održavaju od 1997. godine, a važno je spomenuti i osnivanje Međunarodnog centra za obrazovanje novinara u Opatiji (ICEJ) osnovanom godinu kasnije, koji je ubrzo postao mjesto susreta i razmjene iskustava kolega iz cijele regije. Labaš smatra kako je "svakom novinaru potrebno komplementarno ili paralelno znanje, kao i trajno proširivanje znanja, budući da obrazovni sustav daje samo osnovno znanje koje treba stalno nadograđivati" (2011: 208). To je ujedno i jedini način da novinar postane aktivni subjekt i tako relevantno i vjerodostojno informira javnost. No, jesu li radionice dovoljne za unaprjeđivanje znanja? Što je s onima koji nemaju odgovarajuće (akademsko) obrazovanje? To je svakako siva zona ove profesije u koju se doista svatko, uz ponešto talenta i želje za radom može uspješno infiltrirati. No, kakva je doista obrazovna struktura članova HND-a pokazat će nam pregled statističkih podataka⁴⁰⁷ od početka vođenja evidencije, 1998. godine (Grafikon 1.).



Grafikon 1: Obrazovna struktura članova HND-a (1998-2011)

Broj je članova HND-a koji imaju najnižu i neodgovarajuću stručnu spremu (NSS) početkom vođenja evidencije bio u porastu, no posljednji izračuni ne donose brojke o toj skupini, stoga pretpostavljamo da se njihov broj smanjuje ili je gotovo potpuno nestao. Broj članova sa srednjom stručnom spremom (SSS) raste do 2001. godine kada je na vrhuncu (1520 članova), a potom slijedi tendencija pada. Rezultati za proteklu godinu pokazuju kako 1075 članova HND-a ima srednju stručnu spremu, što je minimum otkada postoji evidencija. Nadalje, broj novinara sa višom stručnom spremom (VŠS) raste do 2001. godine, nakon čega slijede godine pada, te je u 2011. godini na minimumu otkada se vodi evidencija (161 član). Istodobno, broj članova s visokom stručnom spremom (VSS) bilježi pozitivne trendove rasta do 2006. godine kada doseže maksimum (1704 člana), da bi u sljedećim godinama uslijedile oscilacije. S druge strane, broj novinara sa završenim magisterijem u konstantnom je porastu otkada postoji i evidencija (2011. godine 52 člana HND-a imala su završen magisterij). Broj članova s najvišim stupnjem obrazovanja, doktoratom, opada od 2003. godine kada je bio na povijesnom maksimumu (28), a posljednje četiri godine stagnira. Statistika pokazuje i oscilacije u broju novinara

⁴⁰⁷ Izvor: Hrvatsko novinarsko društvo.

čije je obrazovanje nepoznato, no pozitivno je što se te brojke od početka vođenja evidencije ipak smanjuju.

Usprkos tomu, raduje interes mladih za studije novinarstva i komunikologije, koji se osim u Zagrebu (Hrvatski studiji i Fakultet političkih znanosti) od 2005. mogu studirati i u Splitu, Zadru i Dubrovniku. Riječ je o vrlo mladoj znanstvenoj disciplini klasificiranoj tek 2005. godine u polju informacijskih znanosti.⁴⁰⁸ Politički determinizam koji je nedvojbeno utjecao na struku u bivšoj državi, gdje je novinar smatran društveno-političkim radnikom, prenio se i u novo doba, što je uzrokovalo usporavanje demokratizacije i profesionalizacije struke pri čemu su akademski obrazovani novinari u diskriminirajućem položaju, a "na tržištu im ravnopravno konkuriraju novinari-amateri" (Hebrang i Hebrang, 2010: 61). No, vrlo mali broj onih koji izađu s fakulteta doista i završe u profesiji. "Nije sramota biti neuk, pa i novinari koji nemaju visoko obrazovanje, ili nisu stručno obrazovani etička načela mogu naučiti. Sramota je biti neuk, a moći učiti; a kad je o novinarima riječ, neukost nije samo sramotna, nego i opasna, zbog masovne dostupnosti njihovih uradaka." (Obradović, 2009: 243). Niska obrazovna razina novinara očituje se u nedostatku kritičkoga mišljenja u tekstovima, ali i u nedostatku tekstova koji propituju (ne)opravdanost društvenih promjena. Dodatan problem predstavlja i svaštarenje, pri čemu novinari više ne pišu samo za rubriku u koju su raspoređeni, već "šetaju" kroz sve rubrike. Posebice je to vidljivo kod manjih medija koji si, za razliku od velikih, ne mogu priuštiti angažiranje stručnjaka koji bi pokrio određenu temu. Stoga je ključ svega u specijalizaciji novinara koja osigurava stvaranje stručnjaka za praćenje određenoga područja / teme pri čemu može nuditi svoje usluge i drugim medijima, a istodobno raditi i izvan svoga područja djelovanja.

Malović je još 2000. godine kao jedno od rješenja za poboljšanje stanja u struci predlagao uvođenje stručnoga ispita za novinare "kojim bi se verificiralo njihovo znanje i osposobljenost za obavljanje novinarskih poslova i zadataka" (2000: 99). Inicijativa je dobra, no kod nas još uvijek postoji opravdani strah od negativne selekcije novinara vođen nestručnim kriterijima poput, primjerice, stranačke pripadnosti što je bio čest slučaj devedesetih godina. Nadalje, postavlja se pitanje tko bi provodio tu verifikaciju i odlučivao tko udovoljava traženim kriterijima, a tko ne. Ideju zasigurno ne treba odbaciti, no mora joj se dati prostor u javnoj raspravi u koju treba uključiti sve relevantne (su)dionike društva, ali i struke.

Žitinski (2010) navodi kako ideja o boljoj obrazovanosti novinara nije prihvatljiva onima koji se zalažu za novinarstvo kao industriju. Time se ponovno aktualiziraju vječne priče o tome je li novinarstvo profesija, zanat ili vještina? Naime, oni smatraju kako bi to vodilo stvaranju elitističkog novinarstva namijenjenog (obrazovanoj) manjini, dok bi (slabije obrazovana ili neobrazovana) većina ostala usamljena. Riječ je o dvama izazovima s kojima se suočava suvremeno novinarstvo (Rosenstiel 2003 prema Žitinski 2010). Izjednačavanje novinarstva s elitizmom temelji se na odmaku od normi i pravila struke te njegovu temeljnu djelovanju, a to je javni interes. S druge se strane nalazi antiprofesionalizam koji poistovjećuje neutralnost i neovisnost, što može biti jako opasno ukoliko novinar zaboravi naglasiti prave vrijednosti. Stoga je profesionalizacija zanimanja novinar i više nego nužna, no inicijative trebaju krenuti iz same strukovne udruge kao što je HND, čiji Statut još uvijek nije prihvatio akademsku profesiju novinar, a takvo nepotrebno odugovlačenje dodatno srozava vjerodostojnost novinara i medija u cjelini, ali i dovodi u pitanje koncept društvene odgovornosti (Hebrang i Hebrang, 2010).

5. Zaključak

Hrvatski su mediji u posljednja dva desetljeća prošli dug i trnovit put; od borbe za slobodu govora i djelovanja u vrijeme stvaranja države do borbe za opstanak. Tranzicijsko razdoblje ostavilo je veliki

⁴⁰⁸ Prema *Pravilniku o znanstvenim i umjetničkim područjima, poljima i granama* (NN 2005, br. 76) u informacijske je znanosti uz informatologiju uvrštena i komunikologija. Mataušić (2007) navodi kako se komunikacijske znanosti smatraju dijelom informacijskih što je posljedica činjenice da Filozofski fakultet u Zagrebu ima matičnost. Početkom 2006. godine dogovoreno je da se "polje informacijskih znanosti nazove dvojno informacijske i komunikacijske znanosti" (2007: 22), pri čemu su uz postojeću komunikologiju i novinarstvo uvedeni i odnosi s javnošću.

utjecaj na medije ali i na društvo u cjelini; sumnjivi proces pretvorbe i privatizacije, čiji su modeli neuspješno primjenjivani na medije, zauvijek je ugasio pojedine medije, a druge predao u ruke sumnjivoga kapitala čiji su vlasnici i danas nepoznati, a pitanje transparentnosti vlasništva potrebno je zatvoriti budući da opterećuje sliku medijske scene u Hrvatskoj. Osim toga, liberalizacija tržišta i ulazak stranoga kapitala redefinirao je ulogu medijskog vlasništva, ukinuti su državni monopoli, no istovremeno dolazi do okrupnjavanja vlasništva i stvaranja koncerna. Ulaskom komercijalnih medija na hrvatsko tržište neki od njih gube dugogodišnji monopol, ali i kvalitetu. Fenomen tabloidizacije i komercijalizacije ostavio je negativne posljedice u vidu nestanka ozbiljnih novina, kao i pravog istraživačkog novinarstva, a javlja se i tzv. građansko novinarstvo koje smanjuje vrijednost medijskog sadržaja i novinarski profesionalizam. Glavni izvor prihoda postaju oglašivači čiji je utjecaj pogubniji od političkoga, budući da posve kontroliraju medijski sadržaj ali i novinare. Ekonomski položaj medija u Hrvatskoj dodatno je uzdrman gospodarskom krizom koja je smanjila broj naklada, prepolovila udio marketinških prihoda što je mnoge izdavače i medijske vlasnike natjeralo na racionalizaciju poslovanja što se manifestiralo gašenjem neprofitabilnih projekata, uvođenjem djelomične ili potpune naplate internetskih sadržaja, ali i smanjenjem broja zaposlenih u redakcijama. Status novinara (socioekonomski i profesionalni) nikada nije bio gori, a njihova nesigurnost i nezadovoljstvo nikada veće. Zbog sveopće štednje na kadrovima, niske obrazovne razine većine novinara i nepoštivanja pravila struke te zadovoljavanja interesa vlasnika narušeni su temeljni standardi profesije. Pozitivan iskorak svakako predstavlja i osnivanje Vijeća za medije po uzoru na skandinavske i zapadnoeuropske zemlje – tijela koje bi se brinulo za dosljedno provođenje etičkih standarda ali i javno prozivalo neodgovorne. Ukoliko zaživi bit će to veliki iskorak u zaštiti ljudskih prava i dostojanstva pojedinaca. Ne treba ni zanemariti inicijative o uvođenju stručnoga ispita za novinare ili osnivanja novinarske komore koje bi svakako bile dobar samoregulativan alat, a regulaciji profesije svakako će pridonijeti i poboljšanje obrazovne razine novinara, o čijim pozitivnim trendovima svjedoče statistički podaci novinarske udruge. Također, bilo bi poželjno nastaviti s izvaninstitucionalnim obrazovanjem novinara u vidu radionica i okruglih stolova.

Popis literature

- Gavranović, A. (2006a): Utjecaj komercijalizacije na javne medije, *Medij. istraživanja (god. 12, br. 1)*, 2006., str. 111 – 115
- Gavranović, A. (2006b): *Medijska obratnica: novi čitatelji traže drugačije novine*, Zagreb, Sveučilišna knjižara
- Gavranović, A., Naprta, R. (2008a): Ekonomski položaj medija u Hrvatskoj, *Mediaanali*, 2 (2008) 3, str. 69 - 84
- Grmuša, T. (2010): *Istinitost i objektivnost u informaciji i društveno-štetne komunikacijske forme* (magistarski rad)
- Hebrang, B., Hebrang, V. (2010): Neki vidovi društvene odgovornosti medija i potreba profesionalizacije u medijskom području, *Mediji i društvena odgovornost*, Biblioteka komunikologija, sv. 3. (ur. Danijel Labaš), str. 59 - 83
- Jergović, B. (2004): *Odmjeravanje snaga: Novine i politika u Hrvatskoj u prvom razdoblju tranzicije*, Zagreb, Sveučilišna knjižara
- Jergović, B. (2003): Zakonske promjene i tisak u Hrvatskoj od 1990. do 2002., *Polit.misao*, Vol XI, (2003), br. 1., str. 92. - 108.
- Jergović, B. (2010): Društvena odgovornost novinara - od pretpostavki do ostvarenja, *Mediji i društvena odgovornost*, Biblioteka komunikologija, sv. 3. (ur. Danijel Labaš), str. 13 - 28
- Jurišić J., Kanižaj, I., Jokoš, I., Janeš, S. (2007): Manipulacija čitateljima – prikriveno oglašavanje u hrvatskim novinama, *Polit.misao*, 44 (2007), 1, str. 117 - 135
- Kunczik, M., Zipfel, A. (2006): *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*, Zaklada Friedrich Ebert Stieftung, Zagreb

- Labaš, D. (2006): Novinarstvo pred zahtjevom istine, *Riječki teološki časopis* 14 (2006), 1 (27), str. 53 – 67
- Labaš, D., Uldrijan, I. (2010): Može li dobro novinarstvo biti nemoralno? Pitanje odnosa etike, kvalitete i medijske pismenosti, *Mediji i društvena odgovornost*, Biblioteka komunikologija, sv. 3. (ur. Danijel Labaš), str. 85 – 106
- Labaš, D. (2011): Hrvatski novinari i mediji: od doba 'beskućništva' do 'okućivanja', *Komunikacija i mediji u krizi*, Biblioteka komunikologija, sv. 4., (ur. Danijel Labaš), str. 193 – 210
- Lučić, P. (2009): Odgovornost novinara danas, *Mediaanali* 3 (2009), 5, str. 31 – 48
- Malović, S. (2000): Stručnost - uvjet za profesionalnost, *Medij. istraživanja (god. 6., br. 2.)*, str. 97 – 100
- Malović, S. (2004): Ima li granice slobodi medija?, *Polit. misao, Vol. XLI (2004), br. 1*, str. 32 – 41
- Malović, S. (2006): Etika u medijima: Tko je pozvan na odgovorno djelovanje, *Riječki teološki časopis*, 1(27) (14 (2006)), 69-78.
- Malović, S. (2007): *Mediji i društvo*, ICEJ i Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007.
- Malović, S. (2009): Samoregulacija: čaroban štapić ili uzaludan trud?, *Mediaanali* 3 (2009) 6, str. 225 - 232
- Mataušić, J. M. (2007): Komunikacijske znanosti. Definicije i područja istraživanja., *Komunikacijske znanosti. Znanstvene grane i nazivlje.*, (ur. Juraj Mirko Mataušić) str. 9 – 37
- Obradović, Đ. (2009): Samoregulacija novinarske profesije na temeljnoj razini, *Mediaanali* 3 (2009), 6, str. 230 - 249

- Valković, J. (2009): Supsidijarnost u hrvatskom medijskom prostoru - problemi i mogućnosti djelovanja, *Bogoslovska smotra*, 79 (2009) 1, str. 113 - 146
- Vukušić, J. (2000): Novinari - glavni čuvari vlastitih postulata, *Medij. istraživanja (god. 6., br. 2.)*, 2000, str. 101 - 104
- Žitinski, M. (2010): Novinarstvo kao industrija naspram novinarstvu kao profesiji, *Mediaanali* 4 (2010), 7, str. 23 - 38

Izvori:

- Bačić, M. (2009): Istraživanja: Hrvatska novinarska stvarnost danas – Novinari u apatiji, *Novinar* 10 – 11-12 /2009, str. 38 - 40
- Bakotin, J. (2009): Sklad političara i medijskih tajkuna, intervju s Hajrudinom Hromadžićem, *Novinar* 5-6/2009, str. 43 – 45
- Duka, Z. (2008): Uzvracena ljubav, *Novinar* 1/2008, str. 18
- Duka, Z. (2011): Ili ćemo biti ili nas neće biti, *Novinar* 1-2-3/2011, str. 4 – 5
- Đilas, M. (2009): Devet zablude hrvatskog novinarstva, *Novinar* 5-6/2009, str. 8 – 12
- Gavranović, A. (2008b): Što ljudi očekuju od medija, Neizbježan sukob informiranosti i zabave, *Novinar* 2/2008, str. 28 - 29
- Klauški, T. (2009): Tko štiti korupciju i kako – Slučaj Stanković Appelt, *Novinar* 5-6/2009, str. 15 – 18
- Lulić, V. (2011): Vijeće za medije - Senzacionalno lijepa vijest usred mnoštva ružnih, *Novinar* 4-10/2011, str. 14 – 16
- Modrić, S. (2008): Novinarstvo kao sluga big businessa, *Novinar*, 1/2008, str. 13 – 15
- Ničota Toth, M., Petričević, J. (2008): Sloboda medija na udaru kapitala, kriminala i korupcije, *Novinar* 10-12/2008, str. 26 - 33
- Paprella, S. (2011): Od lani ugasilo se 97 novina, *Novinar* 1-2-3/2011, str. 12 - 14
- Simonović, G. (2010): Tjednici – vlastite blijeđe kopije, *Novinar*, 10-12/2010, str. 36 – 37
- *Novinar*, 4 – 10 /2011

Internetski izvori

- <http://www.poslovniforum.hr/about02/sd32.asp> pristup ostvaren 6. 02. 2012.

•<http://www.vecernji.hr/vijesti/hrvati-vise-vjeruju-banci-kojom-posluju-nego-crkvi-clanak-374822>
pristup ostvaren 9. 02. 2012.

WAYS OF COVERAGE OF CHRISTIAN CREED IN SLOVAK DAILIES

NAČINI IZVJEŠTAVANJA O KRŠĆANSTVU U SLOVAČKIM DNEVNIM LISTOVIMA

Imrich Gazda, Albert Kulla

Catholic University in Ružomberok, Ružomberok, Slovakia

Katolíčko sveučilište u Ružomberoku, Ružomberok, Slovačka

Abstract

The Slovak republic is markedly a Christian country. According to results of the last population census in 2001, not less than 84 per cent of people claimed to be Christians. Catholicism prevails among Christian denominations. Despite the fact, in Slovakia there is not a strong periodical, besides *the Catholic Newspaper*, with Christian background, so an image of Christian/Catholic creed and religion is formed mainly by means of secular media. Diego Contreras (2004) from The School of Institutional Social Communications at the Pontifical University of the Holy Cross in Rome led the extensive research in 1998 within which he analyzed 10 prominent dailies from five countries (*Corriere della sera, La Repubblica; ABC, El País; The New York Times, The Washington Post; Le Monde, Le Figaro; The Times, The Daily Telegraph*). The results of the research show that 85 % of texts covering any religious topic were related to the Catholic Church. The share was up to 90% in case of Italian and Spanish dailies. We may assume, and this is the first hypothesis of our paper, that we can gain similar numbers when analysing the Slovak dailies quantitatively. All the elite newspapers (the liberal *SME daily*, the mainstream *daily PRAVDA* which was officially a periodical of the Communist Party before 1989 and the daily *Economic Newspaper- Hospodárske noviny*) cover issues from the Catholic Church mostly critically. We are planning to confirm or disprove this second hypothesis by means of the qualitative research of the Slovak dailies. At the same time, we plan to specify accurately reasons

Sažetak

Slovačka je izrazito kršćanska zemlja. Prema rezultatima posljednjeg popisa stanovništva u 2001, ne manje od 84 posto ljudi izjasnilo se kršćanima. Katoličanstvo prevladava među kršćanskim denominacijama. Unatoč tome, u Slovačkoj ne postoji jak časopis, osim Katoličkih novina, s kršćanskom pozadinom, tako da se slika kršćanske / katoličke vjere i religije uglavnom formira kroz svjetovne medije. Diego Contreras (2004) iz škole institucionalnih društvenih komunikacija Papinskog sveučilišta Svetoga Križa u Rimu vodio je opsežno istraživanje 1998. u kojem je analizirao 10 uglednih dnevnih novina iz pet zemalja (*Corriere della Sera, La Repubblica, ABC, El País, New York Times, Washington Post, Le Monde, Le Figaro, The Times, Daily Telegraph*). Rezultati istraživanja su pokazali da se 85% tekstova koji se bave vjerskim temama odnose na Katoličku crkvu. Udio je bio i do 90 posto u slučaju talijanskih i španjolskih dnevnika. Možemo pretpostaviti, a to je prva pretpostavka našeg rada, da ćemo dobiti slične brojeve pri kvantitativnoj analizi slovačkih dnevnih novina. Sve elitne novine (*SME liberalni dnevnik, mainstream dnevnik Pravda, koji je bio službeni časopis komunističke partije prije 1989. i dnevnik Ekonomske novine - Hospodárske noviny*) pokrivaju pitanja Katoličke crkve uglavnom kritički. Planiramo potvrditi ili opovrgnuti ovu drugu hipotezu pomoću kvalitativnih istraživanja slovačkih dnevnih listova. U isto vrijeme, planiramo navesti razloge kritičkog pristupa. Istraživački uzorak za kvalitativno i kvantitativno istraživanje bit će gore navedeni listovi

of the critical approach. The research sample of the qualitative and quantitative research will be the issues of the above-mentioned dailies within the chosen months in the year 2011.

Key words

Christian religion, Slovak dailies, coverage, research, critical approach

u odabranim mjesecima 2011. godine.

Ključne riječi

Kršćanska religija, slovački dnevници, pokrivenost, istraživanja, kritički pristup

Print media, besides traditional issues that attract attention of wide range of readers, e.g., politics, sport, popular culture, cover also issues with more demanding and complex content, namely events and issues from science, medicine, economics, ethics or religion. Prevaillingly, there is special space reserved in special sections as *Science*, *Health* or *Entertainment*, but, occasionally, they may become a part of the front page. They are topics containing strong *news values* (conflict, currency, proximity, unexpectedness, etc.) as evidence for existence of antisubstance, development in research and cure of cancer, sexual scandals of priests. It is just the right time when even internally more complex issues become top stories of the day and we can observe journalists incapable of proper, i.e., attractive and truthful coverage.

In editorial offices of significant international media there work editor who cover specific issues and who are specialists in given areas at the same time. The journalist Piero Bianucci, editor of prominent Italian La Stampa's "Tuttoscienze" supplement for more than twenty years writes in his work *Te lo dico con parole tue* (*I will tell you that by your words*) regards necessary for information belonging to a scientific sphere to be offered in secular media with a certain level of suitable popularisation (*buona divulgazione*), but at the same time he emphasizes a request of clear and comprehensible communication (*comunicazione facile*), as there is at stake knowledge which is a part of important political, economic or moral decisions.⁴⁰⁹

In our paper we pay our attention to religious sphere that is complex for one numerous group (it consists of nonbelievers or formal believers) and very sensitive for the other group (mostly believers) of recipients. To analyze ways of coverage of religious issues in media is important especially because "*most people are informed about churches especially by media. This statement is not totally in force in case of active believers, although one cannot exclude impact of media even for this group. Because as it seems, an exchange via media is also important for members of the church.*"⁴¹⁰ As the public opinion is affected mostly by secular media⁴¹¹, we decided to insert two elite most read dailies SME daily and the Pravda daily.

Hypotheses and research questions

The Catholic Church holds a prominent position among religious institutions drawing attention of media. Diego Contreras (2004) from The School of Institutional Social Communications at the Pontifical University of the Holy Cross in Rome completed his extensive research in 1998⁴¹² within which he analyzed 10 prominent dailies from five countries (*Corriere della sera*, *La Repubblica*; *ABC*, *El País*; *The New York Times*, *The Washington Post*; *Le Monde*, *Le Figaro*; *The Times*, *The Daily Telegraph*). The results of the research show that 85 % of texts covering any religious topic were related to the Catholic Church. The share was up to 90% in case of Italian and Spanish dailies.

Based on these findings, the Catholic tradition in Slovakia, but also with a view to the fact that according to results of the last population census, not less than 65,8 % of citizens claimed to belong to

⁴⁰⁹ BIANUCCI, Piero: *Te lo dico con parole tue. La scienza di scrivere per farsi capire*. Bologna : Zanichelli: 2008, p. 7, 10.

⁴¹⁰ FIALA, Petr: *Laboratoř sekularizace*. [The Laboratory of Secularisation]Brno : CDK, 2007, p. 57.

⁴¹¹ Under the term of worldly or secular media we understand media that do not comprise in the environment of a church or religious society.

⁴¹² Comp. CONTRERAS, D.: *La Iglesia en la prensa. Periodismo, retórica y pragmática*. Pamplona: Eunsa, 2004. ISBN 978-84-313-2232-8

the Catholic Church (Roman Catholic Church 3.347.277, The Greek Catholic Church 206.871)⁴¹³ we suppose that also our analysis confirms primary coverage of the Catholic Church. We will be interested in the coverage of further christian churches in Slovakia, i.e., the Evangelical Church of the Augsburg Confession in Slovakia (316.250 believers-5,9 % of population), Reformed Christian Church (98.797-1,8 %) and the Orthodox Church (49.133-0,9 %).

There frequently appear stipulations by particular religious and some ecclesiastical officials that media cover churches insufficiently and that they pay their attention chiefly to issues with prevailing conflict and curiosity. Luigi Accattoli, Professor Emeritus and a vaticanist of the daily *Corriere della Sera* assumes that the aim of religious information in commercial media is the same as in case of other information: to draw attention of audience, to cover the issue vividly and attractively, to get attention of those who are not primarily affected by the information.⁴¹⁴ In our paper we try to answer, at least partly, the question whether religious issues in secular dailies are missing, respectively whether religions and churches, especially christian ones, are depicted mostly negatively.

Quantitative analysis

We divided the analysis of coverage of religious/christian issues in dailies *SME* and *Pravda* into two parts. In the first part, in which we provide brief quantitative analysis, there are not only news dedicated to christian churches, but to any religious issues published in the mentioned dailies within research period. It is the first quarter of the year 2011, i.e., months January, February and March. The reason is to compare the proportion of coverage of christianity and its particular denominations with the coverage of other world religions and religious groups. In the second part we quantitatively analyze articles dedicated to christian issues only.

In months January – March 2011 we identified 183 articles that fully or prevalingly covered any world religion, religious society or a church. Articles which contain the research topic only secondarily are not a part of our analysis. In the case of *SME* daily we speak of 87 articles, in the case of *Pravda* daily we speak of 96 articles. The number of articles that were published in given analyzed periodicals is the first signal of the interest of media in the research topic. We may assume that in the research period there was not a sharp difference in number of articles covering religious topics. As far as *Pravda* daily concerned, neither of issues was published in the front page, while in the case of *SME* daily it was one issue, and thus, on March 24 the daily brought information on formation of a special group of experts that is supposed to investigate possibilities of a change of ways of financing of churches from the state budget.⁴¹⁵

Results (chart nr.1) confirm that the Catholic Church was expressly a church covered most by the two media, articles covering issues in Islam ranked second, however, with a huge disadvantage. Another world religions, religious societies or churches were presented by the two dailies only marginally. A special category is the category 'Unrated' to which we included articles that cover more religions or churches, respectively that cover religious issues without stating concrete religions or churches.

Chart nr. 1: Covered religions and churches

Pravda daily

	January	February	March	Total
The Catholic Church	17	16	14	47
Unrated	7	8	12	27
Islam	4	3	5	12

⁴¹³ Statistical Office of the Slovak republic, final results of the 2011 Population and Housing Census, <http://portal.statistics.sk/showdoc.do?docid=43829>

⁴¹⁴ Doriana LEONARDO, *Benedetto, i media e la lectio di Ratisbona. Intervista a Luigi Accattoli*, http://www.luigiaccattoli.it/blog/?page_id=659 [published 3/2008, quot. 19.10.2011]

⁴¹⁵ Michal Piško, *Príspevky pre cirkev stále rastú. Kňazov pribúda, náklady rastú*, [Contributions for the church still increase. Number of priests raises, expenses raise] *SME*, vol. 19, 2011, n. 69, pp. 1, 4.

The Coptic Church	3	-	1	4
Budhism	-	-	3	3
Reformed Christian Church	-	-	2	2
The Church of Scientology	-	-	1	1
Total	31	27	38	96

SME daily

	January	February	March	Total
The Catholic Church	19	7	11	37
Unrated	9	5	13	27
Islam	3	3	1	7
Judaism	1	2	2	5
The Church of Scientology	-	-	4	4
The Coptic Church	2	1	1	4
Budhism	-	-	2	2
The Orthodox Church	-	1	-	1
The Evangelical Church	-	1	-	1
Total	33	20	34	87

An interesting fact is that from 150 researched issues of the both dailies issued within the research interval (75 of the both), only 41 of them do not contain any religious issue. It confirms the fact that within the period very frequently defined as a secularized or 'dereligious' period, there is notable interest of the Slovak dailies in religion.

Chart nr. 2: Number of issues of dailies without religious topics

	SME daily	Pravda daily
January	24/6	24/7
February	24/11	24/5
March	27/7	27/5
Total	75/24	75/17

There is a huge discrepancy in an approach towards coverage of religious issues, as it is shown in the chart nr. 3. While in the case of Pravda daily the news articles prevail over in-depth coverage, in the case of SME daily the proportion is balanced. One of reasons is also the fact that in the weekend issue of SME daily there has been a regular section Viera (Religion) devoted to religious in-depth coverage.

Chart nr. 3: Genre classification of articles

Pravda daily

	January	February	March	Total
News articles	27	16	32	75
In-depth coverage	4	11	6	21

SME daily

	January	February	March	Total
--	---------	----------	-------	-------

News articles	24	6	16	46
In-depth coverage	9	14	18	41

As far as quantitative analysis concerned, we paid our attention also to sections where the researched articles were published. From the chapter nr. 4 results that, especially in the case of Pravda daily, articles in sections covering international political situations prevailed. In the case of SME daily the weekend supplement ranked second. It is an integral part of the Saturday edition. This was supported by the fact that the section Religion is a part of the weekend supplement. However, in the case of both dailies sections covering national issues (*Slovakia/National News*) ranked after sections *International News/World*. Almost similar space was dedicated to religious issues in in-depth sections, i.e., in the case of Pravda daily it is the section *Opinions*, in SME daily *In-Depth Analysis* and *Opinions*. Similar proportion of religious issues is in lifestyle sections *Society/People* and *Entertainment*.

Chapter nr. 4: Section Classification of Newspaper Articles

Pravda daily

	January	February	March	Total
International News	14	8	11	33
National News	6	2	9	17
Opinions	3	8	3	14
Society/People	3	2	6	11
Regions	2	3	3	8
Culture	1	1	2	4
Weekend	1	1	2	4
Science	1	-	2	3
"Wasp" (Supplement)	-	2	-	2

SME daily

January	February	March	Total	January
International News	11	9	6	26
Weekend	10	7	6	23
News	5	2	9	16
Entertainment	5	-	4	9
In-Depth Analysis	-	-	6	6
Opinions	-	2	1	3
Culture	-	-	2	2
Bratislava	1	-	-	1
Media	1	-	-	1

Qualitative content analysis

In this part of our paper we will briefly define main topics the analyzed dailies paid their attention to when covering christian churches and the way of their coverage. In the chapter we present an overview of topics covered in higher number.

Chapter nr. 5: main topics

	Pravda daily	SME daily	total

Beatification of John Paul II.	8	10	18
Financial separation of churches from state	12	5	17
Protection of proscribed christians	5	4	9
Attacks on Copts in Egypt	5	4	9
National census	6	1	7
Sexual delinquencies of clergy	3	3	6
Letter of bishop Tondra	1	3	4
Other christian churches	2	2	4

Beatification of John Paul II.

The topic that was covered most and systematically by both dailies during the whole reserach period was the beatification of John Paul II. Pravda daily covered it in 8 and SME daily in 10 articles. Events was firstly covered on January 5, when they published information about the decision of a medical comission that had confirmed inexplicability of healing of the French nun Maria-Simon Pierre from Parkinson disease.⁴¹⁶ They returned to the topic ten days later when informing on an approval of the beatification of the Pope by Benedict XVI and setting the date of the process on May 1st, 2011.⁴¹⁷ Meanwhile, Pravda daily in news-story mentioned also confirmation of miraculous healing of the nun by cardinals and bishops from Congregation for the Causes of Saints⁴¹⁸ which name was wrongly translated as Congregation for the Issues of Beatification. SME daily covered the issue in the whole page on January 20 and it explained readers in four articles importance and process of beatification and canonisation or the meaning of veneration of saints in the Catholic church. The topic was covered in the days to come, e.g., when they informed about preparation for the act of beatification in Rome and Poland.

Both dailies found an interconnection with Slovakia, i.e., SME daily informed on the erecting of the larger-than-life statue of the deceased Pope in Nitra⁴¹⁹, Pravda daily brought information on polemics which Slovak politics would be members of the official delegation on May 1 in Vatican⁴²⁰.

Financial separation of the church from the state

Another vividly presented topic within the period was the financial separation of churches from the state about which it has been spoken since the origin of the Slovak republic in 1993, but which still does not take place. There were 17 articles, 5 were published in SME daily, 12 in Pravda daily. Mostly they were in-depth analysis and commentaries in which authors and external correspondents commented on the Then-minister of Culture Daniel Krajcer. Minister from the liberal party SAS (Freedom and Solidarity) in the end of February 2011 tried to stir a new round of negotiations between churches, religious societies active in Slovakia and the state. Only six news covered the issue, three in each daily, but 11 commentaries- 9 in Pravda daily.

Despite the fact that within national discussion it was all about the separation of the state and churches, authors paid their attention to the catholic Church mostly. That is why we divided articles into the category "The Catholic Church" and the remaining nine into "Unclassified", as they covered more churches and religious societies.

⁴¹⁶ Jánovi Pavlovi II. pripísali zázrak,[Miracle for John Paul II] Pravda, vol. 21, 2011, n. 3, p. 14; Ján Pavol II. urobil zázrak, priznal Vatikán, SME, vol. 19, 2011, n. 3, p. 12.

⁴¹⁷ Jána Pavla II. blahorečia 1. mája, [John Paul II beatification on May 1]Pravda, vol. 21, 2011, n. 11, p. 44; Ján Pavol II. urobil zázrak, SME, vol. 19, 2011, n. 11, p. 8.

⁴¹⁸ Blahorečeniu chýba jediný podpis,[one signature missing for his beatification] Pravda, vol. 21, 2011, n. 9, p. 14.

⁴¹⁹ V Nitre chystajú sochu pápeža,[Statue of Pope in Nitra] SME, vol. 19, 2011, n. 24, p. 4

⁴²⁰ Pôjde do Vatikánu Figel alebo Čič?,[Figel or Cic for Vatican?] Pravda, vol. 21, 2011, n. 67, p. 7; Figel pôjde do Vatikánu aj sám, Pravda, vol. 21, 2011, n. 69, p. 2.

SME daily, but especially Pravda daily dedicated wider space for authors who churches, but mostly the Catholic church regard to be an institution of power which is satisfied to benefit from the state budget. Authors of texts were former priests, a lesbian activist Hana Fábry or pro-choice activist Oľga Pietruchová. As well as sociologists asked by Pravda daily were critical against church. Eloquent are headlines of their articles, e.g., Church hunt for secular power⁴²¹ or Churches like to scoop from state budget⁴²². Even in short-news stories there were sentences as: "even if Slovakia does not follow any ideology or religion, the reality is different."⁴²³

Declaration of Slovak Parliament on protection of Christians

The declaration approved by the Slovak parliament in the end of March reacted on attacks against Christian minorities, especially in the Near East. Controversy was caused by the proposal of one member of Parliament for the liberal political party in which they compared persecutions of Christians with discrimination of homosexuals. 9 articles covered the issue, Pravda daily in 5 and SME daily in 4

Commentaries in both of the dailies emphasized that the declaration against persecution of Christians is necessary, but the homosexual minority deserves the same attention⁴²⁴.

Attacks of Copts

The second most presented christian denomination after the Catholic Church was, rather paradoxically, The Coptic Orthodox Church, which is not active in Slovakia. The reason of its medialization was attacks on Coptic religious minority in Egypt which were recorded by the end of the year 2010 and at the beginning of the year 2011. 9 articles covered Copts within the mentioned period, i.e., 5 in Pravda daily and 4 in SME daily. 6 articles covered bomb attacks on a Coptic church in Alexandria in Egypt which happened at the end of midnight Mass at a Coptic church on New Year's Eve, two articles were dedicated to a clash between Copts and Muslims taking place at the beginning of March 2011 in Cairo and one article covered a position of Egyptian Copts in a context of protests against president Hosni Mubarak.

Both the dailies in their articles emphasized that the Copts represent from 5% to 10% or less of a population of over 83 million Egyptians. SME daily did not approach the religious minority in detail. Pravda daily presented better information. "*Coptic Christians represented a majority for several centuries in Egypt. Their dominance was suppressed in the 7th. century by Islamic raids*" stated the daily in its first edition in the year 2011.⁴²⁵ A small box belonged to the article carrying the title "*Christianity in Egypt*" in which the daily explained in four points that Copts in Egypt have been living since the fourth century, that they are the largest Christian community in the Near East, they are Catholics and Orthodox and that the name is derived from the word *kubti* (Egyptian). "*Since the time when most of Egyptians started to profess Islam, this term was restricted for Christians only.*" In the next edition, readers could learn even the fact that the head of the church was Pope Shenouda III of Alexandria (His death in March 2012 was also covered by media) and despite previous threats he decided to celebrate Christmass Mass.⁴²⁶

Despite the fact that victims of the attacks were copts, in dailies they carried an image of a rather conflicting minority. "*They tried to force an entrance to mosques to take revenge for the attacks,*"

⁴²¹ Hana Fábry, Cirkevná honba za svetskou mocou, [Church hunt for secular power]Pravda, vol. 21, 2011, n. 47, p. III.

⁴²² Vladimír Jancura, Cirkvám vyhovuje načierať hlbšie do štátnej kasy, [Churches like to scoop from state budget]Pravda, vol. 21, 2011, n. 53, p. 16-19

⁴²³ Radovan Krémárik, Vplyv cirkvi na Slovensku rastie najmä vďaka KDH, Pravda, vol. 21, 2011, n. 24, p. 6.

⁴²⁴ Peter Javůrek, Čo im ide najlepšie, Pravda, vol. 21, 2011, n. 74, p. 44; Marián Leško, Rovnako ochranyhodné, SME, vol. 19, 2011, n. 74, p. 18.

⁴²⁵ Boris Latta, V Alexandrii zabil výbuch pred kostolom 21 veriach [21 believers died after explosion in front of church in Alexandria], Pravda, vol. 21, 2011, n. 1, p. 16.

⁴²⁶ Egyptská polícia je v strehu, [Egyptian Police on the alert], Pravda, vol. 21, 2011, n. 2, p. 16.

SME daily wrote. Moreover, it emphasized that tension between Egyptian Christians and Muslims still grows.⁴²⁷ *“Analytics addressed by the weekly TIME say that the problem is also caused by the fact that Egyptian Muslims and Coptic Christians are radicalized, which enhances shadiness and hate.”* Pravda daily published similar information: *“After an explosion police were forced to intervene by means of tear gas against Christians and Muslims who both had caused riots.”*⁴²⁸ However, on the other day it added that according to The Associated Press *“lately, attacks have hit Christians not only in Egypt or Iraq, but also Christians in Iran face persecutions and there is a threat over the community even in Yemen.”*⁴²⁹

Copts were described as an actively defending minority when media informed on new struggles with Muslims. Headlines of articles claimed Copts to be victims of violence, i.e., Christians attacked in Egypt (Pravda daily), Christians killed in central Egypt (SME daily), but in articles themselves there are lines depicting scenes as *“fight lasting for several hours between Christians and Muslims”*⁴³⁰ or manifestation of about two thousand Christians that turned out to be *“a struggle between Muslims during which both sides threw stones and shot at each other.”*⁴³¹ The photograph portraying members of the both religions together protesting against violence has an important impact within the context of describing rivalry between Christians and Muslims. It was published by SME daily, and there is a comment below the photograph: *“Egyptian Muslims and Christians protested against attacks with Koran and a cross together.”*⁴³²

Dailies paid their attention also to the attacking side. Firstly, they brought information on a probable suicidal assassin, while they stressed a strategy and threat of the militant Islamist organization Al-Qaeda. Pravda daily informed also on disavowing attacks by Hamas, Hiyballah and Tehran. In contrast to Pravda daily, SME daily covered the issue after a couple of days and it quoted the Egyptian Minister of Interior, according to whom the group of Army of Islam takes full responsibility and which is still in contact with Al-Qaeda.

Two texts from the scope of these articles grab reader's attention. The first one is a short report, author of which is Matúš Krčmárik, a delegated editor of SME daily in Cairo. A Coptic university profesor speaks of freedom that Copts gained in Mubarak's regime. *“I did not get to know his name, not even the reason what they could lose as they frequently complain about intimidation and discrimination in Islamic Egypt. A man in casual clothes came up to us and the professor immediately became silent. Copts may have religious freedom, but, as the rest of Egyptians, they do not have some of basic human rights. Freedom of speech.”*⁴³³

The second article with the special headline 'Hitparade of Martyrs' covers not only attacks on Copts, but in a wider context also pursuit of Christians in the Near East. In author's opinion (Michal Havran, a protestant theologian) *“European media have accepted a game of apocalyptic fractions of Islam, the game of forming a hit parade of martyrs. And this game is overwhelmingly won by ours.”*⁴³⁴ A basic message of the article is that victims cannot be judged by religion, whether they are Muslims or Christians. *„Until we find out that every destroyed human life, regardless his or her religion, is a loss for the whole humanity, we will keep on making obscene hit parades of martyrs that we wail most likely when they die away at their homes, thousands of kilometres from our Christmas peace.”*

National Census

Another national issue in the first half of 2011 was the national census in Slovakia. As one of the questions was related to confession, articles were dedicated to Slovak churches. The issue was

⁴²⁷ Jana Shemesh, Kresťania v Egypte sa po atentáte búria, [Christians in Egypt revolt], SME, vol. 19, 2011, n. 1, p. 13.

⁴²⁸ Boris Latta, V Alexandrii zabil výbuch pred kostolom 21 veriach, Pravda, vol. 21, 2011, n. 1, p. 16.

⁴²⁹ Egyptská polícia je v strehu, [21 believers died after explosion in front of church in Alexandria], Pravda, vol. 21, 2011, n. 2, p. 16.

⁴³⁰ V centre Egypta zabili kresťanov [Christians killed in central Egypt], SME, vol. 19, 2011, n. 57, p. 11.

⁴³¹ V Egypte útočili na kresťanov [Christians attacked in Egypt], Pravda, vol. 21, 2011, n. 67, p. 15.

⁴³² Jana Shemesh, Kresťania v Egypte sa po atentáte búria, [Christians revolt after attacks in Egypt], SME, vol. 19, 2011, n. 1, p. 13.

⁴³³ Je kresťan a zmeny nechce, [He is a Christian, but he does not want changes], SME, vol. 19, 2011, n. 29, p. 9.

⁴³⁴ Michal Havran, Mučenícka hitparáda, [Hitparade of martyrs], Pravda, vol. 21, 2011, n. 6, p. 34.

covered in seven articles of the dailies- whilst SME daily had only one text, Pravda daily had three news articles and three commentaries.

The three articles published by Pravda daily were primarily targeted at Pastoral letter of Catholic bishops in which they appeal to believers to declare their confession. "A sociologist Miroslav Tížik defines activities of churches as a demonstration of their power. Believers would, in his opinion, declare their confession at any rate, but via appeals the church shows its influence in society, "he stated in Pravda daily⁴³⁵. On the contrary, SME daily paid its attention to marketing activities of not only the Catholic, but also Evangelical church or Jewish religious communities.

In its opinion pages the daily formed a space of the head of Slovak Statistic Office of Slovakia to explain validity of findings of confession⁴³⁶ together with two secular humanists who declare non religious world-view. In their texts they criticised that "for the Slovak republic, in practice, there are not any citizens without religious world-views⁴³⁷ and, in their opinion, the question of confession intrudes privacy of the citizen.⁴³⁸

Sexual abuse of the youth

In six articles dailies covered lately a vividly medialized issue, i.e., sex abuse of children and the youth by priests. Newspaper informed on new recorded cases, which took place on 1950s and 1960s,⁴³⁹ about crisis of churches in the USA, Belgium and Austria⁴⁴⁰ or alleged barriers for investigation by Vatican.⁴⁴¹

SME daily covered the issue even in the section Culture where there was a review of the novel by Andrew O'Hagan *Be Near Me*, which was published in the Czech and in which the main character, the priest David Anderton, abuses a teenager.⁴⁴²

Pastoral letter of Bishop Tondra dedicated to bishop Ján Vojtaššák

A widespread controversy at opinion pages of the both dailies was sparked by the pastoral letter of the Diocesan bishop of Spiš František Tondra who wrote about his predecessor Ján Vojtaššák. The bishop who experienced hardships in communist jail and whose process of beatification has been running for a couple of years is blamed by some people for the lack of engagement in favour of saving Jews during the WWII.

In Pravda daily the protestant theologian Michal Havran⁴⁴³ sharply criticised it and in SME daily it was the former Catholic priest of Spiš diocese Miroslav Kocúr⁴⁴⁴. Bishop Tondra⁴⁴⁵ reacted to Kocúr's text together with two Slovak historians frequently quoted by the both authors⁴⁴⁶.

Other Christian Churches

Besides the Catholic and the Coptic Orthodox Church we recorded information about three other churches in the both dailies during the research period and, namely, The Evangelical Church (1 article), The Orthodox Church (1 article) and Reformed Christian Church (2 articles). The first two were covered by SME daily and the last one was covered by Pravda daily.

⁴³⁵ Biskupi začali kampaň pred sčítaním ľudu, [Bishops to start campaign]Pravda, vol. 21, 2011, n. 74, p. 5.

⁴³⁶ Eudmila Ivančíková, Zisťovanie náboženského vyznania nie je samoučelné, Pravda, vol. 21, 2011, n. 45, p. 36-37.

⁴³⁷ Roman Hradecký, Celú svetónázorovú skupinu štát znevýhodňuje,[nonprofitable by state for the whole world-view] Pravda, vol. 21, 2011, n. 45, p. 36-37.

⁴³⁸ Rastislav Škoda, Vtierať otázka, [Intriguing question]Pravda, vol. 21, 2011, n. 45, p. 37

⁴³⁹ Z pedofílie v Belgicku obvinili aj mníšky, [Nuns accused from paedophilia in Belgium]Pravda, vol. 21, 2011, n. 9, p. 34; Miriam Zsilleová, Sexuálne zneužíval aj syn nacistu Bormanna,[Son of Nazi Bormann sexually abuses] SME, vol. 19, 2011, n. 2, p. 13.

⁴⁴⁰ Katolícka cirkev má problémy, nič ju pedofília kňazov, [Catholic Church with problems, paedophilia of priests]Pravda, vol. 21, 2011, n. 4, p. 36; Ela Rybárová, Katolícku cirkev opustili masy katolíkov, SME, vol. 19, 2011, n. 6, p. 11.

⁴⁴¹ Vatikán bránil nahlasovaniu zneužívania,[Vatican prevents abuses] Pravda, vol. 21, 2011, n. 14, p. 16.

⁴⁴² Eubomír Jaško, Toto nie je škandalózný príbeh pedofilného kňaza,[This is not a story of a pedophile priest] SME, vol. 19, 2011, n. 54, p. 15.

⁴⁴³ Michal havran, Hnedajú si pokoj, [they just will not stop]Pravda, vol. 21, 2011, n. 54, p. 34.

⁴⁴⁴ Miroslav Kocúr, Na okraj jedného pastierskeho listu,[end of one pastoral letter]SME, vol. 19, 2011, n. 57, p. 15.

⁴⁴⁵ František Tondra, Ad: Na okraj jedného pastierskeho listu (10.3.), SME, vol. 19, 2011, n. 66, p. 15.

⁴⁴⁶ Ján Hlavinka – Ivan Kamenec, Ad: Na okraj jedného pastierskeho listu (21.3.), SME, vol. 19, 2011, n. 73, p. 15.

Despite the fact that the the Evangelical Church of the Augsburg Confession is the second most numerous church in Slovakia (316. 250 believers, which means 5.9 % of the Slovak population), one article was dedicated to it during the three-month period. Its theme was a position of women priests within the church, as Slovaks commemorated the 60th anniversary of sanctification of Darina Bancíková. Author of the article which is in the whole page in the section Religion in Saturday supplement, Karol Sudor, followed utterances of three female priests who expressed their opinions of the fact “*whether they face prejudice of the type ‘only men should preach’.*”⁴⁴⁷

Only one article covered an issue from the sphere of the Orthodox Church with 49.133 believers, which is 0,9 % of the Slovak population. The article did not cover Slovak, but Russian Orthodox Church. In a column *Mnísi v negližé (Monks in negligee)* published in SME daily its authoress Petra Procházková wrote about the Russian Orthodox Cultural and Spiritual Centre of Moscow Patriarchate.⁴⁴⁸ The luxurious centre is, according to environmental activists, supposed to be built in the protected environment of the Krasnodarsk region and will serve as a relaxation centre of orthodox clergy. “*The palace for the patriarch is a proof that not only secular leaders long for primitive material pleasure,*” writes author and she finishes her article via the question: “*And what does God say about that?*”

Two articles in Pravda daily mentioned Reformed Christian Church with 98.797 believers which is 1,8 % of the Slovak population. Author of both of them is Štefan Rimaj and in both articles he pays his attention to sacral objects, i.e., it is the church belfry of the Renaissance church in the village Riečka in the first article. It has been gradually diverting, so it remembers the The Leaning Tower of Pisa⁴⁴⁹, in the second case author informs about a deteriorating church from the 15th. century in the village Zacharovce⁴⁵⁰.

Conclusion

Professor Diego Contreras in his study *La Chiesa di carta. La stampa e gli interventi della gerarchia ecclesiastica*⁴⁵¹ defines five models of editorliaship which characterize how secular media inform about the church: militant laicist, pluralital laicist, libertarian, liberal-conservative and christian-liberal. The pluralital laicist is characterized as the one which there prevails efforts to form pluralital space securing presentation of various views, there absents ideologization typical of lacistic line, so there is space for negative and positibe views and it provides space for views of the Church

Based on our analysis we suppose that editorship of SME daily is mostly pluralital laicistic, while Pravda daily still more inclines to militant laicist of which it is typical the perception of the Church as an enemy for democratic and developing society. While SME daily provides articles of a Catholic bishop and religious topics are given a special section, Pravda daily prefers authors with critical or hostile attitude, while the daily claims its identification with the attitudes.

In case of the both dailies we observe a strong interest in religious topics, especially those which describe the Slovak Catholic Church. Remaining religions and churches are given less space, which is understood as a challenge to improve their communication strategies. At the same time, if churches wish to gain better coverage, they should enter an open dialogue with journalists and to help them to orientate in for them frequently unknown world.

⁴⁴⁷ Karol Sudor, *Cítia farárky predsudky, že ich miesto patrí mužom?* [Do female priests feel prejudice that their position belongs to men?], SME, vol. 19, 2011, n. 41, p. 7.

⁴⁴⁸ Petra Procházková, *Mnísi v negližé*, [Monks in negligee], SME, vol. 19, 2011, n. 43, p. 12.

⁴⁴⁹ Štefan Rimaj, *Šikmú vežu majú aj v Gemeri*, [There is a leaning tower also in Germer], Pravda, vol. 21, 2011, n. 52, p. 9.

⁴⁵⁰ Štefan Rimaj, *Po veži hrozí aj zrútenie kostola*, [A threat of collapse of a church after falling the tower], Pravda, vol. 21, 2011, n. 56, p. 9.

⁴⁵¹ Diego Contreras, *La Chiesa di carta. La stampa e gli interventi della gerarchia ecclesiastica*, In Izquierdo, C. – Soler, C.: *Cristianos y democracia*, Eunsa, Pamplona, 2005, p. 150.

TV MARKET IN SLOVAKIA: TELEVIEWERS AT THE EXPENSE OF PEOPLE-METERS

TELEVIZIJSKO TRŽIŠTE U SLOVAČKOJ: TELEVIZIJSKI GLEDATELJI NA TROŠAK “PEOPLE-METERA”

Peter Kravcak

*Catholic University in Ruzomberok, Ruzomberok, Slovakia
Katolícko sveučilište u Ruzomberoku, Ruzomberok, Slovačka*

Abstract

In the early of nineties the dual broadcasting system in the young country in the middle of Europe enabled to develop television broadcasting to the scale of what viewers previously even had not dreamed of. Commercial television broadcasting prevailed in five and a half million country. Private broadcasting gained control of the more than forty-year-old state-owned service of TV broadcasting and sent it to the role of a statistical margin. Confidence of the first one - and later followed by other private televisions - has grown faster than the numbers of audience. Directors with the influence of legislators, unbeatable managers determined the transmission time programs from a week to week. This is termed as finding the optimal time based on audience preferences. The result is today's big television chaos for the viewers, who, as a consequence of unpredictable changes in the broadcasting of televisions cease to be interested. For many years the most viewed channel has dropped to the level of underrated rivals and the panic, which it suddenly started, make them produce more fatal changes. All in the name of the audience and excellent numbers of boxes called people meters. The same problem also faces other post-communist country, the second part of the former Czechoslovakia, the Czech Republic. The paper focuses on analysis and evaluation of Slovak television sphere (partly in comparison with the Czech), which seems, after twenty years of dual broadcasting, to gather a real media competition. But not everybody likes it.

Keywords

television, broadcasting, people-meter, audience

Sažetak

U ranim devedesetim godinama dvostruki prijenosni sustav u mladoj državi u srcu Europe omogućio je razvitak emitiranja televizijskih programa na razinikuju gledatelji do tada nisu mogli ni sanjati. Komercijalno emitiranje televizijskog programa prevladalo je u pet i pol milijunskoj zemlji. Privatno emitiranje steklo je nadmoć nad više od četrdeset godina starim državnim TV emitiranjem koje je poslano na statističke margine. Povjerenje prema prvoj - i kasnije drugim privatnim televizijama - raslo je brže od broja publike. Ravnatelji s utjecajem na zakonodavce, menadžeri su koji određuju vrijeme prijenosa programa iz tjedna u tjedan. To je nazvano kao pronalaženje optimalnog vremena temeljenog na željama publike. Rezultat je današnji veliki kaos televizije za gledatelje, koji, radi nepredvidljivih promjena u emitiranju televizijskog programa prestaju biti zainteresirani. Već dugi niz godina najgledaniji kanal je pao na razinu podcijenjenog rivala i radi panike, počeli su raditi još više fatalnih promjena. Sve u ime publike i izvrsnih koje daju tzv. People-metri. S istim problemom se također sučeljavaju i druge post-komunističke zemlje, kao npr. drugi dio bivše Čehoslovačke, Češka Republika. Rad se usredotočuje na analizu i evaluaciju slovačke televizije sfere (dijelom u odnosu na češku televiziju), koja čini se, nakon dvadeset godina dualnog emitiranja, okuplja pravu medijsku konkurenciju. No, ne sviđa se to svima.

Ključne riječi

televizija, broadcasting, people-meter, publika

Assumptions for TV competition

Slovak TV viewers were born on November 3, 1956. Television studio Bratislava was the first in Slovakia and, after studio Prague, only the second in the former Czechoslovakia. TV market at that time included about 500 television sets.⁴⁵² Considering the discussion worthy fact, that nothing special happened in the popular mass media expansion in the 20th century, the audience was certainly on the maximum. At that time it was obvious, as the joy of the broadcaster only stemmed from the fact that it is able to broadcast and to fulfill the experience of the viewer to hear and to see the picture. Fortunately, advertising and marketing specialists never experienced this golden period. They appeared in the world of media, of course, much later.

Television went through different milestones that we know. They also came to Slovakia. In 1970 the public television started broadcasting not only on the two channels (circuits), but also for the first time in color. And Alpine ski World Cup from the High Tatras, broadcasted live in dozens of countries around the world, contributed to the situation. Color broadcasting became ordinary three years later. In 1978, when both Czechoslovak channels were full-colored, the number of concessionaires exceeded one million inhabitants, which was one fifth of the country at that time.

We do not have to remind the readers from the Central and Eastern Europe that Ideology was the main producer, screenwriter and director, nearly for forty years of broadcasting on the single television in the country. Prague Spring in 1968 made uncertain the preferred presentation of the state-building successes and unflinching steps of socialism. It meant for TV broadcasting the possibility of filming other than the socialist authors. Beautiful moments in life usually do not last long, Spring too. Slovak television broadcasting, respectively Slovak Television, was, for the remaining 20 years, an invisible part of people's daily lives. Television, of course, had its color broadcasting, every week a new high-quality fiction productions and Slovak and Czechoslovak television series reaching high quality and viewing. People realized that quality only after many years - right now, in the stream of sawdust purchased foreign production.⁴⁵³ At that time television was necessary part of reality, not very attractive time how to fill occasional free evening, or a means of dramatic plot of Czechoslovak sportsmen.

Television got known much better on November 22, 1989, when the news transmitted first serious events happening in the streets of Prague and Bratislava. Three days later, Slovak Television transmitted live stream of the meetings of the Velvet Revolution from SNP Square in Bratislava. It was a television screen that contributed significantly to the final fall of the regime with the information about the times full of tension in new democracy rising.

Czechoslovak television was split. While the first channel remained common for both countries of former Czechoslovakia, the second channel received new frequencies and name. In the Czech Republic it was (CTV) and in Slovakia (S1). The Slovak Government changed in its resolution the name of the Czechoslovak television in the Slovak Socialist Republic to Slovak Television (STV). On 1 July 1991, the National Council of the Slovak Republic passed the act no. 254/1991 which determined legal basis of the Slovak Television as a public institution.⁴⁵⁴ Slovak Television became the first public television in post-communist countries, whose creation was allowed by national legislation. In the same year the Federal Assembly (Parliament of CSFR) by Act no. 468/1991 on Radio and Television Broadcasting laid the basis for dual system of broadcasting. After thirty five years, when the television

⁴⁵² <http://www.sme.sk/c/2979235/tv-vysielanie-na-slovensku-slavi-polstoroce.html#ixzz11bgcLdza>, 8. 4. 2012

⁴⁵³ According to research conducted in 2011 at the Catholic University, formed a foreign film production in broadcasting of Slovak televisions from 88% to 100%.

⁴⁵⁴ DARMO, J. *Slovenská televízia, Fakty 1956 – 1996*. Bratislava: Slovenská televízia, 1996. s. 42

was found in the country, there was opened the possibility for the development of basic broadcasting under license.

Dual broadcasting - competition of the audience starts

It took four years to get a dual act of television broadcasting into practice.⁴⁵⁵ In January 1995, broadcasting of the first private TV channel began (Danubius Cable TV), but it lasted only four months. Other TV channels did not become real competitors, for example, TV North which operated 14 months and also the most promising of all projects, VTV. Launched in April 1995, VTV during five years of its existence was largely the dramaturgical vegetation than the real alternative to public Slovak Television. STV was dominating on the Slovak television market in 1995; - we are still in the period of five years after the possibility of dual broadcasting. First channel audience was about 70%, the second channel reached 15% following the surveys of Market & Media & Lifestyle⁴⁵⁶ (See Appendix A, 18 p.).

From 1990 to 1996, STV changed nine directors⁴⁵⁷, was struggling with financial problems and, despite the monopoly position, it operated at a loss every year. The competition appeared with the first Czech private TV channel Nova, which made dramatic changes also in the audience in our country in 1994. During the second year of broadcasting in Slovakia it reached 17% of the audience, and got dramatically close to the audience of STV 2. It should be noted that Nova is available primarily in the western half of the country; therefore the Czech commercial broadcaster had only partial impact on the recipients of the neighboring country. The audience figures were amazing despite this fact.

In this, five years open situation for the commercial broadcasting, the fourth Slovak private television - Markiza comes on the market in August 1996. Professionally prepared TV with a strong foreign capital (U.S. Company CME, which was also behind the emergence of TV Nova in the Czech Republic) made a revolution in the television broadcasting. At that time we started to talk about the emergence of competition in television broadcasting in Slovakia. Compared to public Slovak Television it is a dynamic, commercial TV, which does not need a break in broadcasting, preparing regular reporting with the light elements of yellow journalism and spoken language. It can regularly offer the viewers some new movies and series production from the west, and after forty years of malnutrition on TV broadcasting, they do not need much to impress the viewers. Besides the undoubted cinema hits of that time, the Slovaks accepted with pleasure 10-year and older series and movies which were in Western Europe or in the U.S. broadcast known only as cult films.⁴⁵⁸ Considering the mentioned time, an average commercial European television was launched on the Slovak market. However, the public broadcaster with a regular income from the state budget, revenues from license fees and advertising was relegated to the role of extras. *"The way, how TV with a long history, rich archives, steady programming and technical know-how was knocked down, is surprising. TV left the position easily with an amateur way of response to dramatic changes. Commercial channels with regional status and the initial coverage 55-60% of the population reached, during four months, a significantly higher share on the market than STV audiences with its two nationwide channels."*⁴⁵⁹ (See Appendix A, 18 p.).

⁴⁵⁵ From June 1991 to June 1992 broadcast on Slovakia television TA3, which was commercially tuned third range of public television - STV. For lack of funds the broadcast was stopped after one year.

⁴⁵⁶ MISTRÍKOVÁ, Z.; ZMEČEK, A. a kol.: *Mediálna ročenka 1990 – 2000*, Mediálny inštitút, 2001, s. 171
http://www.mi.sk/medialna%20rocenka/173/172_files/image002.gif (8. 4. 2012)

⁴⁵⁷ Czechoslovak Television while being dissolved of the law adopted by the Federal Assembly of Czechoslovakia in the years between 1953 to 1992 the central eleven directors.

⁴⁵⁸ Markiza audience reached high numbers in the years 1996 - 2000 with shows like *Dynasty*, *Dallas*, *Step by step*, *Alf*, *MacGyver*, *Baywatch* or the *Police Academy* series, *Star Trek*, *Naked Gun* and *Indiana Jones*.

⁴⁵⁹ MISTRÍKOVÁ, Z.; ZMEČEK, A. a kol.: *Mediálna ročenka 1990 – 2000*, Mediálny inštitút, 2001, s. 38
http://www.mi.sk/medialna%20rocenka/173/172_files/image002.gif (8. 4. 2012)

With the experience of Western Europe countries, we know that it took years for new commercial televisions to succeed on the market. The procedure was almost the same everywhere. Foreign film and series production was followed by news and self-production. These indicators were typical mostly for public broadcasters. The situation was different in the former Eastern bloc countries. Private TV channels succeeded immediately on the market, perhaps except Poland and Slovenia. Five months after the launch of commercial television, the viewing figures on the basis of daily continual research of STV were overwhelming: Markíza - 41.5 percent, STV 1 - 22 percent and STV 2 only 7.6 percent.⁴⁶⁰ The growth of commercial entities and decrease of public broadcaster continued.

TV Ratings

Slovak Television was losing more and more. It lost its prime-time and News viewing figures, what is considered to be the most important for the public media. Moreover, during the year 1997, commercial Markíza (the year after its broadcasting started) achieved more than 50 percent of weekly market share.

Table no. 1 - The market share of STV television in the years 1996 - 2000⁴⁶¹

YEAR \ TV	1996	1997	1998	1999	2000
STV 1	46,9%	22,1%	22%	17,9%	19,6%
STV 2	16,3%	7%	6,7%	4,4%	5,8%

A similar decline in Central Europe was seen only in Hungary, where the public channel MTV 2 in 1997 was moved to satellite, which meant a drop of the share in the public broadcasting in this country from 56 to 10 percent. Other countries, i.e., public televisions of the region managed the transition to compete with commercial environment in a less painful way.

We should mention at least one of the factors that caused the drop. Polarized society before the parliamentary elections in 1998 affected the media as well. As people were divided into pro Meciar's and anti-Meciar's, this political struggle started to play an important role in all media in Slovakia. While new Markíza was heading the efforts to change policy and cause Vladimir Meciar's removal from the position of prime minister, Slovak Television was his main medium. For readers who know the political scene in Central Europe there is no need to mention that. In 1998, the political decline of Vladimir Meciar began and the Slovak Television in elections lost too. But we cannot say, in terms of moral role of media to inform fairly and objectively, that all were losers. There was no objective alternative even for the viewers who could not comprehend it.

But if we talk about emerging TV market, we have to talk about those who constitute the market. The competition between the broadcasters would not exist, if there were no spectators. Although the commercial and public sectors are different like apples and pears, they are both fruits; in this case they belong to the group of media market called television. To know your subscribers, it is necessary to be acquainted with their structure, number, habits, expectations and reactions. The more you know the more precisely you can serve them and get them on your side.

As dual broadcasting was in its infancy, Slovak television business makes its first steps in programming, i.e., creating a broadcasting structure. This business, after many years of habits without

⁴⁶⁰ MISTRÍKOVÁ, Z.; ZMEČEK, A. a kol.: *Mediálna ročenka 1990 – 2000*, Mediálny inštitút, 2001, s. 40
http://www.mi.sk/medialna%20rocenka/173/172_files/image002.gif, (8. 4. 2012)

⁴⁶¹ MISTRÍKOVÁ, Z.; ZMEČEK, A. a kol.: *Mediálna ročenka 1990 – 2000*, Mediálny inštitút, 2001, s. 38
http://www.mi.sk/medialna%20rocenka/173/172_files/image002.gif, (8. 4. 2012)

competition and without critical environment, was advised of subjective opinion of authors, rather than the relevant data resulting from the audience. The experimental method trial-and-error was the only one that worked in our country. The reason could be generalized and summed up as follows: young democratic state, no free-broadcasting experience, lack of competitive environment and inexperienced viewers for whom everything on television was new like America for Europeans in the 15th century. The audience measurement was available only thanks to daily continual research by STV (with its special department) and later the research by the VISIO Company, which was executed by post. In this audience measurement, the viewers filled in questionnaires that were divided into days – i.e. diary method. They had to re-remember what they had watched in particular day and hour. The time between watching and writing the questionnaire was often one week, to say nothing of the speed of re-processing results, which were sent by post. That is why there was a sign of a common electronic audience measurement after the launch of TV Markiza in the second half of the nineties. Although the introduction of audience measurement is generally considered a meaningful and profitable, in case the advertising cake reaches almost 100 million viewers, Slovak advertising cake in 1996 did not reach more than one third of this amount.⁴⁶² This was not the problem of failure of the first attempt of introducing an electronic audience measurement. Televisions did not make an agreement; therefore, they secured their own research, through diary method. While STV had its own department for this, VTV and Markiza had to obtain it externally. We have already mentioned the negatives of diary measurements; we should also present a different methodology, which was used by both televisions. While daily continual research by STV in the households was based on simple questions, e.g. *"have you watched the program ..."*, Visio agency doing similar studies for Markiza and VTV, required more accurate data and split the broadcasting time into 15-minute blocks in which the interviewers specified what they had been watching at exact time of fifteen minutes. It was more difficult for respondents to fill in the form reliably. On the other hand, this research could build more accurate indicator of the audience. Six months after the launch of TV Markiza, STV began doing research using the mentioned method, and only then the public learnt about its biggest fall. The figures after the unified methodology were almost uniform; the variation was 2-4%, which is caused by sympathy and loyalty of the contractor to his client. Big differences were shown in the news programs – which is the most lucrative advertising time. Surprisingly, each television reached significantly better results in its own research.

Late decision of STV to use accurate measurement, despite using diary method and forming a stable panel sample which already knew what to do (research was more reliable), resulted in the fact that all media acquired working with the figures published by Visio Agency. Private televisions were the customers and it is clear that they wanted to have research favorable for them. STV, besides the fight for viewers lost the fight for observation and measurement of mood, which also resulted in the loss of important tenths, and perhaps whole percentage points. And talking about the loss of percentage points means tens of millions (Slovak Crowns at that time) losses in the advertising market.

The Czech Republic introduced peplemeters in 1997, which was three years after the launch of the first commercial TV channel. We had not done it for nine years from the beginning of the first private television broadcasting. STV did not need peplemeters. They did not need to know exactly the fact, that someone else led the market. That would be like putting salt on open wounds. Markiza did not rush to introduce electronic measurement as well. They were satisfied with their dominant position. Two or three percentage points are more worthy than the risk of a possible finding that in fact it would be about five percent less. Other televisions on the Slovak market by 2000 (VTV, TV Luna), having existential problems, had no time, will nor money to think about peplemeters. Big pressure came after 2001. New televisions on the market, TA3 – a news-format TV and TV JOJ - a full-format TV, desired to introduce peplemeters at any costs. Naturally, they needed to know the figures and

⁴⁶² MISTRÍKOVÁ, Z.; ZMEČEK, A. a kol.: *Mediálna ročenka 1990 – 2000*, Mediálny inštitút, 2001, s. 38
http://www.mi.sk/medialna%20rocenka/173/172_files/image002.gif, (8. 4. 2012)

needed to cut from the growing cake of media market, if they wanted to survive. *"According to the General Manager, Martin Lengyel, TA3 diary surveys are simply not relevant, and the clients, who are governed only by them, waste their money because they do not know if they pay effectively for the advertisement."*⁴⁶³

The shift occurred in 2003. Televisions, after lengthy negotiations in an atmosphere of distrust formed a common company PMT. It made tender for the Contractor of an audience measurement and in the summer of 2004, launched the trial operation. The proper measurements, which results could also see the public came in October of that year. The cost of installing peplemeters reached approximately 2 million euros.

Immediately after publish of the peplemeters results, journalist Miroslav Sojková from portal HNonline.sk realized a test and compared the measurements from the peplemeters and diary methods at the same period and found differences in the measured values. Data were obtained in the first half of October 2004. Diaries survey added to Markiza 7.77 percent share.⁴⁶⁴ Also Jednotka (STV) was previously more of 0.65 percent, TV JOJ was in last printed surveys about 1.99 percent more. From the October audience measurement rise only Dvojka (second channel STV). Electronic measurements showed a 1.98 percent more than it gave by diary survey. An important finding was also the fact that television watched fewer people than the broadcasters thought based on previous diary surveys.⁴⁶⁵ While the average number of TV Markiza had a market share ranging from 43 to more than 50 percent⁴⁶⁶, the first three days of audience measurement by peplemetres obtained on average 32.9 percent of the total number of active viewers. Markiza was followed by first channel of STV - Jednotka (19.3 percent share) and a private TV JOJ (13.4 percent share).⁴⁶⁷

Television chess

Over time, as other private Slovak TV growth, the television market has become a victim of the measurements of an audience. Run after the highest decimal number in the audience and market share leadership has become priority number one for the television management. These factitious phenomenon grows still more. TV's justify those steps such as action in favor of the audience, because they want to broadcast programs about the viewer desires at a particular time. The truth is, that television's just looking for programs and times, which can attract the most viewers on their screens.⁴⁶⁸ Changing programs from day to day, finding the ideal time for the start of the session after every time when did not achieve imagine percentage is becoming common practice. *"... The constant changes declining the credibility of the Media (author's note: program periodicals), but ultimately also the broadcaster. Phone calls of angry readers, due to changes in the program can count the thousands, so I'm not sure if frequent changes could not damage television and cannot be a reason of drop the audience ... And if even newspapers could not react to changes in television programs, it is already disquieting."*⁴⁶⁹ And if these "tricks" are unsuccessful, TV's do not hesitate to cancel all program or move it to early morning or night hours. Just to be broadcast out of necessity, because money have been invested. If anything proves, the

⁴⁶³ ANONYM: *Pôrodné bolesti slovenských peplemetrov*. [cit. 2012-01-08]. Dostupné na internete: <http://www.radiotv.cz/p_tv/t_obchod/prodne-bolesti-slovenskych-peplemetrov/>.

⁴⁶⁴ Market share of all television viewers, who watched television exactly on that time.

⁴⁶⁵ SOJKOVÁ, M.: *Peplemetre – tabuľka Porovnanie priemernej sledovanosti televízií*. [online]. In: hnonline.sk, 19. október 2004. [cit. 2012-04-06]. Dostupné na internete: <<http://hnonline.sk/c1-22136945-peplemetre-tabulka-porovnanie-priemernej-sledovanosti-televizii>>.

⁴⁶⁶ HOROBOVÁ, M.: *Každá televízia vidi svoju sledovanosť inak*. [online]. In: sme.sk, 15. marec 2002. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <<http://www.sme.sk/c/269307/kazda-televizia-vidi-svoju-sledovanost-inak.html/>>.

⁴⁶⁷ SOJKOVÁ, M.: *Najvyššiu sledovanosť má spravodajstvo*. [online]. In: hnonline.sk, 19. október 2004. [cit. 2012-04-06]. Dostupné na internete: <<http://hnonline.sk/c1-22136975-najvyssiu-sledovanost-ma-spravodajstvo>>.

⁴⁶⁸ The research about filling program of the Slovak Television in 2011 reveals, that Slovak Television broadcast together on average just 11% premiere movies.

⁴⁶⁹ KRASKO, I.: *TV program: zmena za zmenou*, IN: *Stratégia: Média 2010*, Bratislava, č. 6, roč. 20, s. 15

viewer saw a few reruns; usually the first is coming few hours after the premiere, and already in the next day.⁴⁷⁰ Television advertising is planned so, that at the moment of the beginning it broadcast, the competition could not start broadcasting the new program because it would be threaten that the viewer has not switch back. Ideally, of course, is if the advertising is in both televisions at the same time. Television Chess are alchemy. The whole media circus that makes for the viewers - to get them to television - has a great paradox. The one who suffers most and is damaged by the television battle is only a viewer. Fixed structure of television broadcasting in Slovakia is practically non-existent. Newspapers with weekly TV Program printed usually week advance increasingly lose their importance. Till the 15:00 the television is uninteresting for the viewer. Management knows this and accordingly deployed and broadcasting. The viewer is at this time by television offered quality unexciting and underestimated. Of course, marketing and economic department wish and argue the opposite, but that is not supported by adequate supply. In the afternoon, already starting mentioned chess with programming and lasts until midnight.

Method attempt – error

For commercial TV Joj (since 2002) and for public television STV was 20 percent share a magic border on the market up to the year 2008. Who was closer to it, or broke it, won the coveted post - second place in the market. Over the years, Markíza (leader of the TV market) set the bar pretty high, and became its slave. The daily number of 40 percent has become imperative not only for day share, but also the lower limit for prime-time. Any value below 35 percent was until recently considered as a flop. The Television newspaper, major television news programs has bigger numbers. At the beginning of 2008 Markíza has 79.7 per cent share of audience, which produced a 32.7 percent market share. Extrapolated to the quantity of recipients, this means 1.5 million viewers.⁴⁷¹ TV Markíza was not only dominant, but in prime time rolled the competition. And want to continue. Director of the Centre for Journalism of the most watching television in Slovakia Tibor Búza is clarifying the situation by saying: *"What Markíza developed between 19:00 and 19:20 is problem put at risk, other way, for us it is not easy to put at risk JOJ-and STV News after 19:30. There is a strong habit; the viewer wants to compare the News."*⁴⁷² There is only one meaning by those words. Markíza wanted increase the dominance after the nineteenth hour, and it was possible at the expense of news STV and TV Joj only, which was broadcast at 19:30. More viewers mean more participation on the market and more advertising potential. As the clear leader of the Slovak television market began to get bored on the throne. The high number of audience in all kinds of programs - and Markíza reached it with third hand serial rerun - really gave it confidence and from this result changes. Television was obviously trying to grab even larger part of the market pie in the most interesting time, which should aim to increase profits and put the competitive Television to the ankles named Markíza. In January the most watched television split its news for two shows. At 19:00 they started News called Headlines and after thirteen minutes, and approximately two-minutes of advertisement – television news continue by part called Today (Before this changes television has generated share nearly to 80 percent after 19:00).

Since the beginning of a new issue of TV news reached with Headlines similar numbers (1 378 000 viewers, 77.5% share). Mathematically Markíza well received as expected.⁴⁷³

Leader lost the percent's

⁴⁷⁰ A dangerous phenomenon has become the endless repetition of films that television has often repeated the same day and almost always one more time during the week in which it aired. For example, research from December 2011 says, that from 55 films broadcast in the Christmas week on TV JOJ, was 47 repetitions. Thirteen of it was repeated in the month, five of them have been repeated on the same day.

⁴⁷¹ <http://medialne.etrend.sk/televizia/grafy-a-tabulky.php?medium=televizia&co=vyvojrelacii> (8. 1. 2012)

⁴⁷² <http://medialne.etrend.sk/televizia/grafy-a-tabulky.php?medium=televizia&co=vyvojrelacii> (7. 12. 2007)

⁴⁷³ KRAVČÁK, P.: *Nový impulz pre televízny trh na Slovensku* In: *Nové horizonty*, 2008, roč. II. č. 2, s. 12

Initial positive percent very quickly ran out and started the largest fall of audience by the strongest television on the Slovak market since its inception. Slovak prime time broadcasting was shaken in its foundations. After a few days from start the Headlines viewers leave the program. Forcibly forcing actuality and below-average topics was too strong cup of coffee for viewers, despite the 12 year old habit in this News. Moreover, competition was not sleeping. Slovak Television and TV Joj, from the beginning looking for counter attack and suddenly it pushed into its hands themselves. Caught viewers of Markíza were leaving and searched where to switch their remote. Suddenly, less than a million people looked two new programs. If the Markíza had this number at the beginning of the year, the silver TV logo would be impermissibly blush by this audience. Markíza lost control on the situation. From the planned evolution they made by the method trial – error a Revolution. Against each other. The lowest number from 6 February 2008 says about 819 000 viewers and 50.7 percent prime time hour share. Markíza was still a leader, even still the dominant leader in all-day broadcast, but the fall was huge.

From that moment the “TV cake” began to share with more equal parts. We can talk about the beginning of the standardization of the television market in Slovakia, but not about its final and enduring form. There was not only fatal mistake in the case of television news change. As Markíza made experiment in this segment, also did it in the purchase of films, serials, licensed programs or production of their own. The second commercial player TV Joj bet on their own production and program stability. Despite of that it's not an example of right TV programming; but changes were not so frequent and so panic than by television leader. TV Joj was able to keep program in broadcasting with not ideal numbers, but in medium-term it turned in favor of television.

The viewer rating of TV Markíza steadily declined past for years until it plunged to historic lows. The television news of this TV is no longer most viewed every day. The two on the market, TV Joj is capable defeating Markíza regularly. And it's not only important time for TV when the years established order was changing. *“Today is the second month when TV Joj is leader of the market in primetime, so in the most important broadcast TV times. Especially on weekdays we are a leader whole day”*⁴⁷⁴, says CEO of the TV Joj František Borovský. Being a leader is important when negotiating about prices.⁴⁷⁵ The biggest changes occurred in the past year, what is visible in the table below.

Table no. 2 – year-on-year development of an audience of the two strongest television in Slovakia⁴⁷⁶

All Day 12 to 54 years	february 2011	january 2012
TV Markíza	35,4%	26,2%
TV Joj	20,0%	22,8%
Primetime 12 to 54 years		
TV Markíza	41,1%	27,3%
TV Joj	21,6%	28,7%
TV News 19-20 hod.	7. week 2011	7. week 2012
TV Markíza	43,1%	35,4%
TV Joj	27,6%	35,5%

Television news of the Markíza are attacked for the nearly eight percent, while TV Joj increased by eight percent, and between the seventh and eighth in the evening has been turns by more people.

⁴⁷⁴ <http://medialne.etrend.sk/televizia/sprava.php?sprava=6272> (7. 2. 2008)

⁴⁷⁵ TRŠKO, M. : *Markíza už nie je suverénna*. In: SME, 27. 2. 2012, roč. 20. č. 48, 2012, s. 1

⁴⁷⁶ TRŠKO, M. : *Markíza už nie je suverénna*. In: SME, 27. 2. 2012, roč. 20. č. 48, 2012, s. 1

Markíza was partly weakened by moving news at public STV; it competes directly in broadcasting at 19:30, now. The Digitization⁴⁷⁷ also made changes, it brought the same signal covering in all regions of Slovakia, brought more television and the resulting numbers of audience and market share were diversified between more broadcasters. We dare to say that under the influence of ill-planned changes, blind watching of people meters results, proactive steps of competition and all over digitization, the Slovak television market became more realistic and closer to situation what we can traced in Germany today. Although Germany have more nationwide TV stations as Slovakia, but the leader of the day usually achieve less than 20 percent market share.⁴⁷⁸

Regularity of the numbers of peplemeters

There are many doubts about the credibility of peplemeters measurement of an audience. The publication of results has become a carefully thought job and encrypted alchemy by press and PR departments of the televisions. Each Television naturally adjusted results according to its image and own needs. The variables in the equation for many unknown are the times of broadcasting, viewers ages, recently we have come to read the numbers of two or more programs at once, because it is more than if we separated them. The battle for every percentage of an audience become sacred, because defending audience means maintain price list of advertising, keep advertisers and therefore profits in millions euros per year. This is not just a symptom of Slovakia. A Simple example from Czech Republic: Private TV Nova has cease to publish statistics in categories D15 + (all viewers over 15 years), and shortened it to viewers 15 to 54 years. Commercial TV needs a younger, productive audience representing purchasing power. In this set of numbers they achieve around 45 percent every evening. In the category of the D15 + in the top five of prime-time monitoring is mixed and competitive TV stations: Prima Family or public CT1. In the category without an older audience (more than 54) Nova least 2.5 percent better numbers.⁴⁷⁹ By the way, since Czech public television CT 1 lost viewers on the first channel in January, so they start published cumulative figures for both channels (CT 1 and CT 2) in February.⁴⁸⁰ Then the CT has a market share around 21 to 22 percent instead of 17 or 18 percent. In Slovakia, from first February 2010 they increased panel of households from the original number of 800 to 1,200, representing approximately 3,600 individuals. Peplemeters also started to use Audio Matching technology, which allows measurement of all forms of digital signal.⁴⁸¹ Slovak peplemeters are one of the best which are available to measure audience in Europe. Nevertheless, televisions behave childishly in processing and evaluating of the results. *“Instead of holding longer-term concept and program strategies respond by a single criterion - the actual number of audience and market share in biggest target groups. The result of this process are three television focused on the same group of people, essentially, to all viewers over the age of twelve years whose are willing to look Slovak TV stations. At the moment, when the title don't get at least average level of the stations, television managements start immediately think how to change it, even if not cancel.”*⁴⁸²

This phenomenon, together with an excessive number of reruns is currently characteristic for the development of Slovak Television. The victim of this “earn easy money” system has become only Markíza, who lost the crown of elusive leader. What will be the next reactions of viewers for television audience measurement obsession, low bid of premiere, frequent changes in programs and constantly recycling and re-generating the same formats is difficult to predict. For Televisions are important just profit and development in this area does not change dramatically. Despite the growing influence and

⁴⁷⁷ The Digitalisation in Slovakia was in the years 2010 and 2011.

⁴⁷⁸ RTL (17,3 %), ProSieben (10,8 %), Sat.1 (10,6 %), Vox (7,4 %), ARD (7,2 %), ZDF (6,4 %), RTL II (6,3 %), Kabel 1 (5,9 %), Zdroj: <http://medialne.etrend.sk/televizia-spravy/ani-sat1-sa-nemusi-vydarit-novy-serial-sledovanost-v-nemecku.html> (20. 1. 2010)

⁴⁷⁹ <http://www.ato.cz/vysledky/tydenni-data/share/15-54> (31. 3. 2012)

⁴⁸⁰ <http://www.digizone.cz/clanky/carovani-s-cisly-z-peplemetru-uz-i-ceska-televize/> (12. 3. 2012)

⁴⁸¹ <http://medialne.etrend.sk/televizia-spravy/sledovanost-stv-je-uz-uplne-neznama-ocitla-sa-v-baliku-ostatnych.html> (15. 4. 2012)

⁴⁸² <http://medialne.etrend.sk/televizia-clanky/media-2005-ani-velke-televizie-nemozu-byt-pre-vsetkych.html> (15. 4. 2012)

market space for internet, according to these numbers television is not threatened. The viewer is simply difficult separable from television and remains there despite above described situation. Until it does so, we will have to write about his captivity and domination meters above man – the TV viewer.

Bibliography

- DARMO, Jozef: *Slovenská televízia, Fakty 1956 – 1996*. Bratislava: Slovenská televízia, 1996
- MISTRÍKOVÁ, Zuzana; ZMEČEK, Andrej. a kol.: *Mediálna ročenka 1990 – 2000*, Mediálny inštitút, Bratislava, 2001
- KRASKO, Ivan: *TV program: zmena za zmenou*, IN: *Stratégia: Média 2010*, Bratislava, č. 6, roč. 20, 2011, s. 15
- KRAVČÁK, Peter: *Nový impulz pre televízny trh na Slovensku* In: *Nové horizonty*, roč. II. č. 2, 2008, s. 12
- TEKELOVÁ, Lúbia: *Súčasná programová ponuka plnoformátových slovenských televízií*. Ružomberok: Katolícka univerzita, 2012
- TRŠKO, Michal: *Markíza už nie je suverénna*. In: *SME*, 27. 2. 2012, roč. 20. č. 48, 2012, s. 1
- AUGUSTÍN, Radoslav: *Televízne noviny Headlines padajú tretí deň*. [2008-02-07]. Available on the internet: <http://medialne.etrend.sk/televizia/sprava.php?sprava=6272>
- AUGUSTÍN, Radoslav: *Médiá 2005: Ani veľké televízie nemôžu byť pre všetkých*. [2012-04-15]. Available on the internet: <http://medialne.etrend.sk/televizia-clanky/media-2005-ani-velke-televizie-nemozu-byt-pre-vsetkych.html>
- ANONYM: *Pôrodné bolesti slovenských peplemetrov*. [2012-01-08]. Available on the internet: http://www.radiotv.cz/p_tv/t_obchod/prodne-bolesti-slovenskych-peplemetrov/.
- HOROBOVÁ, Miroslava: *Každá televízia vidí svoju sledovanosť inak*. [online]. In: *sme.sk*, 15. marec 2002. [cit. 2012-04-08]. Dostupné na internete: <http://www.sme.sk/c/269307/kazda-televizia-vidi-svoju-sledovanost-inak.html>.
- KOČIŠEK, Lukáš: *Sledovanosť STV je už úplne neznáma. Ocitla sa v balíku „ostatných“* [2012-04-15]. Available on the internet: <http://medialne.etrend.sk/televizia-spravy/sledovanost-stv-je-uz-uplne-neznama-ocitla-sa-v-baliku-ostatnych.html>
- KRASKO, Ivan: *Ani Sat.1 sa nemusí vydať nový seriál* [2012-04-15]. Available on the internet: <http://medialne.etrend.sk/televizia-spravy/ani-sat1-sa-nemusi-vydarit-novy-serial-sledovanost-v-nemecku-.html>
- POTŮČEK, Jan: *Čarování s čísly z peplemetrů: už i Česká televize...* [2012-03-12]. Available on the internet: <http://www.digizone.cz/clanky/carovani-s-cisly-z-peplemetru-uz-i-ceska-televize/>
- SOJKOVÁ, Miroslava: *Peplemetre – tabuľka Porovnanie priemernej sledovanosti televízií*. [online]. In: *hnonline.sk*, 19. október 2004. [cit. 2012-04-06]. Dostupné na internete: <http://hnonline.sk/c1-22136945-peplemetre-tabulka-porovnanie-priemernej-sledovanosti-televizii>.
- TASR: *TV vysielanie na Slovensku slávi polstoročie*. [2012-04-12]. Available on the internet: <http://www.sme.sk/c/2979235/tv-vysielanie-na-slovensku-slavi-polstoroocie.html#ixzz11bgcLdza>
<http://medialne.etrend.sk/televizia/grafy-a-tabulky.php?medium=televizia&co=vyvoje-relacij> (8. 1. 2012)
<http://www.ato.cz/vysledky/tydenni-data/share/15-54> (31. 3. 2012)

JOURNALISM AND EUROPE (1992.-2012.) PAST AND PRESENT

NOVINARSTVO I EUROPA (1992.-2012.) - PROŠLOST I SADAŠNJOST

Mario Plenković¹, Slobodan Elezović², Daria Mustić¹, Slobodan Hadžić³

Katedra za komunikologiju, Grafički fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska¹; MediaNet, Zagreb, Hrvatska², Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, Hrvatska³

Abstract

This paper analyzes the historical, journalistic, political and economic conditions of construction and functioning of a pluralistic Croatian journalism in the past two decades (1992. 2012.) in the process of Croatian association to the EU. Authors of the paper are starting from the hypothetical assumption that each new pluralistic society requires a dialogical journalism and maximum freedom of journalists with full personal responsibility of all participants in the process of public communication (journalists, citizens, media owners and politicians). The authors suggest that the Croatian journalism in the past two decades followed the European media, ownership and political standards and new technological media discoveries (ICT technologies) in Europe's arduous path of transition from the old system of public information in the new system of public communication. In the full European media frenzy, theorists and journalists practicing journalism (1992) argued for the economic, political and journalistic pluralist and democratic conception of "Europe 92". Croatian journalism, the last two decades of its European path is accomplished through ten of the reform of communication, technological, economic and political efforts: (1) How to achieve reform in the way from models of public information to the model of public communication, (2) Is it possible to rid our reporting way of old media and journalistic policies (top down) and party influence, (3) How to establish a new paradigm of dialog and pluralistic European model of civic journalism, (4) Journalism, Political, Economy and progressive efforts to clear and transparent ownership relations in the media, (5) Insisting on

Sažetak

U radu se analiziraju povijesne, novinarske, gospodarske i političke pretpostavke izgradnje i funkcioniranja hrvatskog pluralističkog novinarstva u protekla dva desetljeća (1992. - 2012.) u postupku pridruživanja i ulaska Hrvatske u EU. Autori u radu, polaze od hipotetske pretpostavke da svako novo pluralističko društvo zahtijeva dijaloško novinarstvo i maksimalnu slobodu novinara uz punu osobnu odgovornost svih sudionika u procesu javnog komuniciranja (novinara, građana, medijskih vlasnika i političara). Autori ukazuju kako je hrvatsko novinarstvo u protekla dva desetljeća usvajalo europske medijske, vlasničke i političke standarde te nova tehnološka medijska otkrića (ICT tehnologije) na mukotrpnom europskom putu prelaska iz starog sustava javnog informiranja u novi sustav javnog komuniciranja. U punom europskom medijskom zanosu teoretičari novinarstva i novinari praktičari (1992.g.) zagovarali su gospodarsku, političku i novinarsku pluralističku i demokratsku koncepciju „Europa 92“. Hrvatsko novinarstvo, u protekla dva desetljeća svoj europski put je ostvarivalo kroz deset reformskih komunikoloških, tehnoloških, gospodarskih i političkih nastojanja: (1) Kako ostvariti reformski put iz modela javnog informiranja u model javnog komuniciranja; (2) Je li naše novinarstvo moguće osloboditi od starih diseminativnih medijskih i novinarskih politika (odozgo prema dolje) i stranačkih utjecaja; (3) Kako uspostaviti novu paradigmu dijaloškog pluralističkog europskog modela građanskog novinarstva; (4) Novinarska, gospodarska i politička progresivna nastojanja za jasne i transparentne vlasničke odnose u medijima; (5) Inzistiranje na jasnom

a clear political and journalistic commitment to public radio, public television and transparent media services, (6) The education of journalists and introduction of new ICT technologies in the media industry (Internet, Social networks, Facebook, Twitter, YouTube, Broadcast, LinkedIn and other new media), (7) Creating conditions for a new democratic, autonomous and free journalism ("eyes and ears" of all citizens) and not the organ of special interest groups and political parties, (8) Press insistence on European regulatory models, legal regulation of electronic media and the general public sphere of communication, (9) Preservation of journalism, media and civil liberties (freedom of expression of public opinion and agreed public attitudes) and (10) Establishing legal, ethical, status, normative, civic and journalistic standards Freedom (human rights). The authors set out the basic tenets in the work of diachronic and synchronic analysis of the past two decades in journalism at the premises of the Croatian phrase "Journalism and Europe (1992.-2012). - The Past and present". They conclude that the European pluralistic Croatian journalism is only possible with full Croatian membership in the EU.

Keywords

Journalism, Europe, the media, politics, communication, technology

političkom i novinarskom opredjeljenju za javni radio, javnu televiziju i transparentne medijske servise; (6) Obrazovanje novinara i uvođenje novih ICT tehnologija u medijskim djelatnostima (Internet, Društvene mreže (Social Network), Facebook, Twitter, YouTube, Broadcast, LinkedIn i drugi novi mediji); (7) Stvaranje uvjeta za novo demokratsko, autonomno i slobodno novinarstvo („oko i uho“ svih građana) a ne glasilo posebnih interesnih skupina i političkih stranaka; (8) Novinarsko inzistiranje na europskim regulativnim modelima, zakonskim i pravnim regulacijama elektroničkih medija i sveopće sfere javne komunikacije; (9) Očuvanje novinarskih, građanskih i medijskih sloboda (pravo na iskazivanje javnog mišljenja i javnih usuglašenih stavova); i (10) Uspostavljanje zakonskih, etičkih, statusnih, normativnih, građanskih standarda i novinarskih sloboda (ljudska prava). Na iznesenim temeljnim postavkama autori u radu dijakronijski i sinkronijski analiziraju protekla dva desetljeća novinarstva na prostorima Republike Hrvatske u sintagmi „Novinarstvo i Europa (1992.-2012.) – Prošlost i sadašnjost“. Zaključuju kako je europsko pluralističko hrvatsko novinarstvo tek moguće ostvariti punopravnim članstvom Hrvatske u EU.

Ključne riječi

Novinarstvo, Europa, mediji, politika, komunikologija, tehnologija

FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU OPATIJA, Sveučilište u Rijeci

Polovicom prošlog stoljeća, dok je turizam, posebno onaj međunarodni, bio tek na horizontu, javila se inicijativa lucidnih pojedinaca za osnivanje visokoškolskog obrazovanja kadrova za turizam. Od 1960. godine, kada je osnovana Viša ekonomska škola turističkog smjera, traje proces obrazovanja koji je našem, i ne samo našem turizmu, te drugim sektorima gospodarstva i društva dao preko deset tisuća visokoobrazovanih kadrova. Treba li uopće govoriti o kakvom je doprinosu riječ kada je opće poznato da čovjek, naročito u turizmu, predstavlja osnovnu polugu razvoja. Taj polustoljetni put nije bio lagan. Iz objektivno nametnutih formalnih oblika razvoja, institucija je 1993. izašla kao samostalan Hotelijerski fakultet. Trebalo je puno hrabrosti, inicijative i snage da se pokrene tijekom brzog, na svjetskim programskim standardima utemeljenog visokoškolskog obrazovanja za turizam i ugostiteljstvo.

Nasljeđe, koje današnje i buduće generacije nastavnika i studenata primaju uz obvezu da ga, kao bogatije i vrednije, prenesu generacijama koje dolaze je neosporno:

- ✓ Od strane SACEN-Internationala, u travnju 2010.g., Fakultet je dobio priznanje kao najbolja obrazovna institucija za turizam u jugoistočnoj Europi.
- ✓ Studijski programi Fakulteta, unatrag puno godina, visoko koreliraju s programima najboljih učilišta u Europi i Sjedinjenim Američkim Državama.
- ✓ Model ECTS sustava na Fakultetu je gotovo optimalno uobličen. Nažalost, prvenstveno iz objektivnih razloga, potrebe primjene Bolonjskog procesa nisu pratili materijalni i kadrovski resursi, što je imalo odraza na dio kvalitete studija. U tom raskoraku bit će potrebno pronaći prijelazna rješenja s ciljem najveće kvalitete studija, znanja i konkurentno nadmoćnih kompetencija studenata na tržištu rada.
- ✓ Fakultet ima izvrsnu suradnju s nizom inozemnih visokih učilišta. Suradnja naravno nije u dvadesetak potpisanih ugovora o suradnji već u stvarnoj razmjeni nastavnika, suradnika, studenata i, sve više, u radu na zajedničkim projektima.
- ✓ Interes studenata za Fakultet je izuzetan. U pravilu postoji dva puta veći interes, nego što je moguće upisati. Prolaznost studenata na prvoj godini je preko 50%, dalje po godinama raste pa je na četvrtoj godini oko 90%. Na uzorku najboljih studenata njih 87% jako je zadovoljno što je upisalo Fakultet. Najbolji studenti stižu pravo na nagradno stručno putovanje u trajanju od tri dana. U jako ograničenim mogućnostima maksimalno se potiče istraživački rad i stvaralaštvo, sportske, kulturne i druge aktivnosti. Prema ozbiljnim procjenama oko 40% svih rukovodećih mjesta u turizmu drže bivši studenti Fakulteta. I ne samo u turizmu, jer su diplomirani studenti na pozicijama regionalnih direktora banaka, savjetnici u ministarstvima i dr.
- ✓ Na Fakultetu radi 47 doktora znanosti i 14 magistara znanosti. Među njima većina su mlađa i mlada generacija koja garantira siguran prosperitet Fakulteta narednih desetljeća. Jako se potiče razvoj i usavršavanje suradnika i nastavnika. Odlasci u inozemstvo prerastaju u normalni oblik usavršavanja, a stručni i znanstveni rad u svijetu rada postat će dio normalnog radnog angažmana. To su tek naznake međunarodne i domaće znanstvene i stručne afirmacije svakog zaposlenika Fakulteta, a time i samog Fakulteta.

Zadatak je Fakulteta da na vrijednom nasljeđu napravi novi iskorak u kvaliteti i pozicioniranju Fakulteta kao vrhunske, međunarodno prepoznatljive institucije. Konkretnije, ciljevi su, u osnovnim crtama, sljedeći:

- ✓ Materijalni preduvjeti rada, prvenstvenom studentski hotel i prehrana, a zatim eko Hotel, eko marina, anexi zgrade za nastavu i kabinete, sportska dvorana.
- ✓ Snažno i brzo otvaranje Fakulteta prema okruženju, prvenstveno lokalnim samoupravama, gospodarstvu, institucijama sustava i civilnom sektoru.
- ✓ Stalno, a prvenstveno međunarodno, usavršavanje suradnika i nastavnika.
- ✓ Smanjenje broja studenata u klasičnom obliku obrazovanja i promocija brojnih oblika cjeloživotnog obrazovanja. Prerastanje u Fakultet koji društvu, prvenstveno turizmu, daje elitne, vrhunski kompetentne kadrove.

Fakultet u cijelosti slijedi Strategiju 2007.-2013. Sveučilišta u Rijeci i u Sveučilištu vidi snažan oslonac i poticajno okrilje koje svakoj sastavnici pomaže da ostvari svoje razvojne ambicije. Polazeći od izuzetne kvalitete studenata i nastavnika, visoke učinkovitosti organizacije i razvijenog sustava za provjeru i prikupljanje studijskih bodova Fakultet intenzivne aktivnosti usmjerava na područja:

- ✓ Inoviranje studijskih programa i oblika studiranja, te u većem broju izbornih predmeta, koji prate dugoročne trendove razvoja turizma i njegovog okruženja, s naglaskom na specifične oblike turizma.
- ✓ Preferiranju preddiplomskih, diplomskih i poslijediplomskih studijskih programa s razvijenim praktičnim, odnosno istraživačkim sadržajima. Tijekom 2010./2011. godine započeo je poslijediplomski doktorski sveučilišni studij «Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu».
- ✓ Kao istinske novine ističe se specijalistički poslijediplomski doktorski studij «Zdravstveni turizam», koji koji će se organizirati zajedno s Medicinskim fakultetom i Filozofskim fakultetom te doktorski studij «Menadžment održivog razvoja» s dijelom najkompetentnijih nositelja iz Hrvatske, Italije i Austrije.
- ✓ Uvođenju novih sadržaja sticanja kompetencija konkurentnih na tržištu poput:
 - novih stranih jezika (ruski, kineski, japanski);
 - praktičnih programa podizanja kompetentnosti i kompetitivnosti studenata s izravnom osposobljenošću za angažiranje u svijetu rada;
 kod čega se sve stečene kompetencije upisuju u *Diplomu Supplement*.
- ✓ Trajnom sudjelovanju najboljih kadrova iz gospodarstva u realizaciji studijskih programa, u čemu se već otišlo daleko naprijed s gostima predavačima u trajnom statusu, uključivo i strance.
- ✓ Ponovno uvođenje obavezne, ali organizirane mentorirane prakse za studente u zemlji i inozemstvu.

Posebno treba istaći da:

- ✓ je 17 djelatnika Fakulteta završilo različite oblike usavršavanja i priprema za izradu EU projekata,
- ✓ se uvodi praksa stručnog i znanstvenog angažiranja mladih suradnika i nastavnika u svijetu rada. Po vrlo preciznom ugovoru Fakulteta i domaćina, djelatnici stječu kompetencije i na jedini mogući način osposobljavaju se za prijenos kompetencija na studente, ali i za doprinos unapređenju poslovanja i razvoja u poduzećima, lokalnim samoupravama i drugim radnim sredinama.

Kao znanstveno – nastavna institucija, Fakultet se brzo «otvara» jer je strateška suradnja s okruženjem od najvećeg značaja. Od najvećeg je interesa da Fakultet brzo preraste u učilište treće generacije, dvosmjerno kontinuirano povezano s gospodarstvom, lokalnom samoupravom, institucijama sustava i civilnim sektorom. Fakultet ima neusporedivu konkurentsku prednost u odnosu na druge fakultete, jer se razvija i radi, zajedno s ljudima koji nose hrvatski turizam, i ne samo turizam, zajedno s načelnicima i gradonačelnicima, naravno i djelatnicima turističkih zajednica, praktično sa svim sektorima za koje obrazuje kadrove.

Međunarodni centar za turizam i održivi razvoj, kao presudan činitelj budućeg razvoja, ključni je projekt za materijalne preduvjete rada, studiranja i istraživanja.

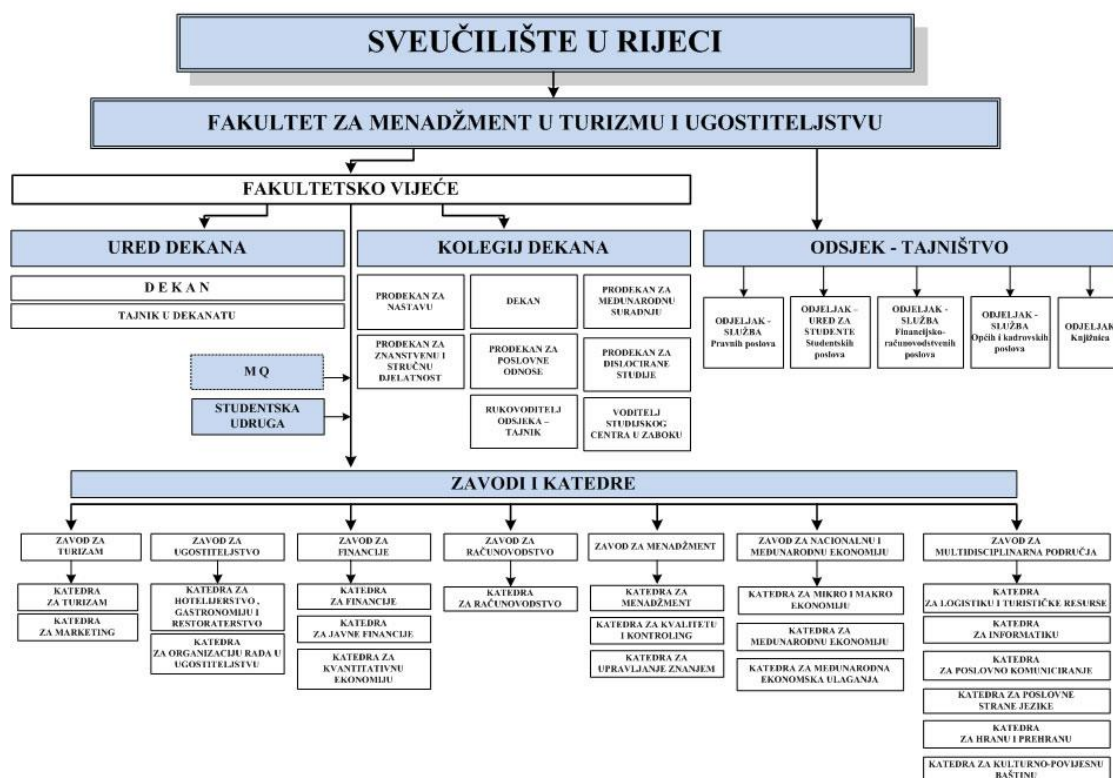
Po svojem sadržaju, ključne sastavnice projekta su:

- ✓ Studentski hotel (s prehranom) kapaciteta do 300 ležajeva, od kojih 50 za međunarodnu razmjenu profesora i studenata.
- ✓ Edukacijski, ali i komercijalni Hotel „UNIRI“ kapaciteta 80 smještajnih jedinica.
- ✓ Aneksi zgrade fakulteta (predavaonice, kabineti, gastro kabinet) površine 5000-6000 m².
- ✓ Edukacijska lučica (marina) s komercijalnim sadržajima i 20-30 vezova za potrebe Fakulteta.
- ✓ Sportsko rekreacijsko komercijalna zona (M1,2) s dvoranom kapaciteta 400 gledatelja za zajedničko korištenje s lokalnom zajednicom.

Cijeli koncept projekta zamišljen je na način da u potpunosti očuva mjesto Iku i autohtonost života i nasljeđa, a da istovremeno znatno uveća ukupni standard domaćeg stanovništva.

Zadaci koji su pred Fakultetom, njegovim djelatnicima i studentima iziskuju ne samo veliku volju, nego i optimizam. Posebno iziskuju održavanje duha stalne mijene i prilagođavanja.

DIJAGRAM INTERNE STRUKTURE FAKULTETA



Visoka škola za poslovanje i upravljanje,
s pravom javnosti

BALTAZAR ADAM KRČELIĆ

Z a p r e š i ć

Približavanje Europskoj uniji traži ljude primjerenih sposobnosti koji mogu voditi poslovanje i upravljati procesima, ljude koji imaju za to potrebna znanja.

Stalne promjene u tehnologiji, organizaciji, zahtjevima tržišta..., obiluju izazovima i zahtijevaju poduzetne i kreativne ljude koji teže svekolikomu društvenom napretku, a ostvaruju ga osobnim uspjehom.

To danas nije moguće bez stalnog učenja.

A kako steći takva znanja?

Visoka škola za poslovanje i upravljanje, s pravom javnosti "BALTAZAR ADAM KRČELIĆ" Zaprešić privatno je visoko učilište utemeljeno 2001. godine sa sjedištem u Zaprešiću i nedavno je proslavila desetu godišnjicu uspješnog rada.

Kroz proteklih deset godina, Visoka škole se svrstala među vodeće privatne visokoškolske ustanove u Republici Hrvatskoj, posebice po atraktivnosti i kvaliteti svojih obrazovnih programa te po broju upisanih studenata.

Temeljem dopusnica Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa, Visoka škola ustrojava i izvodi:

Preddiplomski stručni studij Poslovanje i upravljanje sa tri usmjerenja: Poslovna ekonomija i financije, Menadžment u kulturi i Menadžment uredskog poslovanja, te tri specijalistička diplomatska stručna studija: Projektni menadžment, Komunikacijski menadžment i Financijski menadžment.

Krajem 2008. god. Visoka škola je u Biogradu na Moru pokrenula Dislocirani stručni studij Poslovne ekonomije i financija.

STRUČNI STUDIJI

Sukladno istraženim potrebama i dopusnici, temeljni cilj stručnog studija Poslovanje i upravljanje jest obrazovanje i osposobljavanje studenata za poslovanje i upravljanje te operativni menadžment u svim strukturama poslovanja, a posebno za rad u gospodarstvu, uslužnim, upravnim, kulturnim i drugim djelatnostima.

Završetkom trogodišnjeg dodiplomskog stručnog studija Poslovanje i upravljanje stječe se stručni naziv stručni prvostupnik / stručna prvostupnica ekonomije i dobiva se 180 međunarodno priznatih ECTS bodova.

SPECIJALISTIČKI STUDIJI

Nakon završenoga trogodišnjeg stručnog studija studenti mogu nastaviti svoje obrazovanje na Visokoj školi i upisati jedan od tri spomenuta dvogodišnja specijalistička diplomatska stručna studija čijim se završetkom stječe stručni naziv: stručni specijalist / stručna specijalistica projektnog menadžmenta, komunikacijskog menadžmenta ili financijskog menadžmenta i dodatnih 120 međunarodno priznatih ECTS bodova.

Specijalistički diplomski stručni studij Projektni menadžment koji se izvodi u suradnji sa Institutom Ruđer Bošković, obrazuje Vas i osposobljava za pripremu i vođenje projekata u projektno

usmjerenim poduzećima, složenijih znanstveno-istraživačkih projekata, projekata u javnom sektoru, za organizaciju cjelovitoga projektnog rada u organizacijama u kojima će se projekti ostvarivati.

Specijalistički diplomski stručni studij Komunikacijski menadžment obrazuje Vas i osposobljava za razvijanje korporativnih komunikacija, te upravljanje poslovnim i drugim informacijama, posebno u vođenju poslovnih, marketinških i komunikacijskih akcija, kampanja, promocija, prezentacija i sl..

Specijalistički diplomski stručni studij Financijski menadžment obrazuje Vas i osposobljava za razvijanje, organiziranje i upravljanje poslovnim financijama poduzeća, upravljanje investicijskim projektima, upravljanje poslovima revizije, kontrole i analize financijskih izvješća, izrade financijskih planova, razumijevanje funkcioniranja financijskog tržišta, poslove međunarodnog financijskog menadžmenta, operativni menadžment itd.

Visoka škola za poslovanje i upravljanje, s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“ svoj nastavni program zasniva na stručnim, znanstvenim i iskustvenim postignućima hrvatske i europske tradicije stručnoga visokog školstva, a studente obrazuje za poslovanje i upravljanje na izvršnoj razini i razini operativnog menadžmenta.

Što zbog dobrih uvjeta i kvalitete studiranja, što zbog povoljne cijene školarine, interes za upis na studijske programe Visoke škole ima tendenciju stalnog rasta i danas broji gotovo tri tisuće studenata.

IZVOĐENJE STUDIJA

Studij na Visokoj školi izvodi se kao redoviti i izvanredni. Oba su načina studiranja ravnopravna.

Redoviti studij izvodi se putem predavanja, seminara i vježbi te prakse u trgovačkim društvima i ustanovama.

Kao i redoviti studenti Sveučilišta u Zagrebu i redoviti studenti Visoke škole „Baltazar Adam Krčelić“ imaju pravo na studentsku ikonicu, subvencionirani javni prijevoz i zdravstveno osiguranje, prehranu u studentskim kantinama, mogu se natjecati za državne stipendije, stipendije grada Zaprrešića i drugih donatora.

Posebne pogodnosti u vremenu studiranja Visoka škola daje **izvanrednim studentima**, uvažavajući činjenicu da su to uglavnom zaposleni ljudi, koje njihove tvrtke šalju na doškolovanje ili koji se žele usavršiti u svome poslu, kako bi u njemu napredovali ili osigurali svoje radno mjesto.

Izuzetno uspješne studente Visoka škola nagrađuje povratom uplaćene školarine.

NASTAVNICI I NASTAVA

Nastavnici Visoke škole izabrani su u nastavna i znanstveno-nastavna zvanja sukladno Zakonu a vanjski suradnici eminentni su znanstvenici, stručnjaci i menadžeri iz prakse. Na Visokoj školi predaju i akademici, te profesori emeritisi.

Nastava se odvija u manjim grupama, sukladno pravilima Bolonjske deklaracije, a više predmeta predaje se u računalnim učionicama. Visoka škola članica je CARNeta, raspolaže vlastitom knjižnicom, videokonferencijskom dvoranom. Škola ima razrađen program e-učenja na daljinu 'Baltazar', putem kojeg profesori organiziraju svoje nastavne materijale i sugeriraju studentima poveznice na forume i internet stranice koje obrađuju sličnu nastavnu materiju i problematiku.

PROSTOR

Visoka škola svoje nastavne i ostale djelatne aktivnosti obavlja u prostoru od preko 3000 četvornih metara.

Nedavnim otvorenjem veće i suvremene **knjižnice** koja raspolaže sa više od 7000 svezaka namijenjene studentima i profesorima, Visoka škola poboljšala je razvitak nakladničke djelatnosti u sklopu koje izdaje udžbenike, priručnike, zbornike i ostale nastavne materijale, koji naročito služe studentima u nastavi i pripremi za ispite.

Visoka škola raspolaže sa dvije **informatičke učionice** s posebnim programima u kojima studenti rješavaju nastavne zadatke i vezom na CARNetov internet.

Svi studenti dobivaju besplatno priključke na elektroničku poštu, a prijavu ispita vrše putem studomata.

Visoka škola ima informatiziranu studentsku službu i računovodstvo. U svim učionicama suvremena su pomagala za izvođenje nastave: panel-ploče, LCD projektori, prijenosna računala, grafoskopi, učionica za videokonferencije, a razvijen je i već spomenuti sustav za učenje na daljinu „Baltazar“.

Od ak.god. 20012/13. trebala bi početi sa radom i studentska zalogajnica, koja bi svakodnevnom ponudom toplih jela omogućila studentima adekvatnu prehranu tokom studija.

ISO 9001

Zavidan rast broja studenata, profesora i zaposlenika nije doveo do pada razine kvalitete nastave i nastavnih procesa. Uprava škole kontinuirano je radila na održanju i poboljšanju kvalitete nastave što je 2009. godine rezultiralo dobitkom Certifikat norme ISO 9001:2008 za nastavnu djelatnost u području visokog obrazovanja. Ovo vrijedno i zaslužen priznanje svake se godine ponovno valorizira od strane certifikacijske tvrtke i time se dokazuje kontinuitet kvalitetnog rada Škole.

IPMA

Visoka škola je 2009.g. potpisala sporazum s *Hrvatskom udrugom za upravljanje projektima (HUUP)* o dugoročnoj suradnji na razvoju i profesionalizaciji struke projektnog menadžmenta na području Republike Hrvatske.

Sukladno potpisanom sporazumu o suradnji s HUUP, studenti specijalističkog studija Projektni menadžment mogu pred završetak studija položiti i certifikacijski ispit (po posebno povoljnim uvjetima), te osim diplome specijalističkog diplomskog stručnog studija steći i certifikat za projektne menadžere, koji je priznat u više od 50 država diljem svijeta.

Početakom 2012.g. specijalistički studij Projektnog menadžmenta postao je i prvi obrazovni program u Republici Hrvatskoj registriran u *IPMA Registered Education Programme-u (IPMA REG)*.



STUDENTSKI ŽIVOT

Mnogi studenti putuju u Zaprešić, a neki su tu i podstanari. Ipak, studentski život izvan nastave ima svoje oblike i svoje rezultate.

Studentski zbor utemeljen je već 2002. godine i provodi izbore za svoje vodstvo i za predstavnike u Stručnom vijeću. Predstavnici studenata aktivni su kada se raspravlja i odlučuje o pitanjima vezanim za nastavu, ispite, studij i rad Visoke škole.

Osnovan je i **Klub diplomiranih studenata** kojim se prati napredovanje diplomanata Visoke škole.

Ponosimo se i našim **Pjevačkim zborom** sastavljenim od studenata i diplomanata.

Kompletiranjem svojih studijskih i obrazovnih programa, širenjem na druge lokacije u Republici Hrvatskoj i sve intenzivnijom suradnjom s domaćim i inozemnim fakultetima i znanstveno-obrazovnim ustanovama, Visoka škola odavno je prerasla zakonom propisani ustroj Visoke škole i stekla sve uvjete za preustroj u Veleučilište kao viši organizacijski oblik visoko obrazovnih ustanova. Tome u prilog idu i sve učestalije i obimnije aktivnosti na razradi planova i projekata za početak gradnje znanstveno-tehnološkog parka sa studentskim kampusom u Zaprešiću. U realizaciju ovoga projekta Visoka škola očekuje blisku suradnju s Institutom Ruđer Bošković iz Zagreba s kojim već uspješno surađuje na provedbi specijalističkog diplomskog stručnog studija Projektni menadžment. U sklopu kampusu planirana je i izgradnja veleučilišne zgrade za cca 5.000 studenata i dormitorija za smještaj studenata i profesora iz drugih gradova i regija. Imajući to u vidu razvidno je kako je preustroj ove Visoke škole u Veleučilište samo pitanje vremena.

Optimistični kao i uvijek do sada, vjerujemo da će se i ovaj projekt uspjeti realizirati.

Internet adresa:

www.vspu.hr

ALMA MATER EUROPAEA – EUROPEAN CENTRE MARIBOR (ECM)

European Centre Maribor, ECM, is a higher education and research institution network of over 250 academic teachers and over 40 academic institutions from 12 countries in the Danube region. Engagement of ECM in the research and higher education study programs is in the field of ecology ("Ecoremediations"), reintegration ("Financial Services, European Business Studies"), the intercultural coexistence ("Institute for Intercultural and Jewish Studies in Central Europe") and the health and social work ("Nursing, Physiotherapy, Social Gerontology").

In addition to our teaching programs in the areas of ecology, reintegration, intercultural and intergenerational coexistence and the health and welfare; the European Centre has been entrusted to organize the project **Regional Interactive Educational Network (RIEN)** within the Danube strategy. The RIEN project would like to introduce interactive technologies in education. Briefly: blackboard, white chalk and paper books are going to be replaced by the interactive whiteboard and electronic learning tools.

International development and research work

International community is estimating that reintegration of the Danubian Region has and will have key impact on Balkan Region in order to integrate peace and sustainable development in Europe. Academic community is evaluating that accelerated educational program in the Danubian Region is crucial for its reintegration. This lead to development of the study programme *European business studies* which offers three modules/ areas:

- European Integrations
- European project management
- Regional development and urban planning

Academic study programmes

So far, the following study programmes have been accredited in Slovenia:

- Management of business systems (1st 2nd Bologna degree);
- Financial services (1st Bologna degree)
- Ecoremediations (1st and 2nd Bologna degree)
- Nursing (1st Bologna degree)
- Physiotherapy (1st Bologna degree)
- Social gerontology (1st and 2nd Bologna degree)
- European business studies (2nd Bologna degree)

Currently in the accreditation process:

- Social gerontology (3rd Bologna degree)
- Archival studies and documentology (2nd Bologna degree)

In addition to the above presentation, one of the key issues and topics of research at ECM cover the area of **Social Gerontology**. Ageing is today one of the most crucial issues, because data, related to age and ageing population in Europe shows, that there are four times more elderly people in Europe that in times, when the today's ageing population was in their childhood years. These numbers are supposed to double within the next 15 years. This situation consequently means that we need to ensure qualitative ageing and inter-generational communication, education and provide suitable conditions for living and working with the elderly.

The need for education for this particular group is present in every country. This was also the main reason for preparation of the study programme, which will be further presented at the conference in Lovran 2012.

It is a fact that majority of professionals, working with this age group, do not possess adequate knowledge because this type of studies is relatively new in central Europe, thus there are hardly any study programmes that address this issues outside of medical studies. Changes in work and approach toward the elderly will be possible only with suitable training and education, providing staff with new competences and further development and professional knowledge in that area. We are thus talking about a new type, systematic application and team work.

Many European countries have already addressed the issue of ageing in their national strategies. Strategies thus emphasise the efforts and aspirations for new educational paths, including all available resources and all the niches. These include:

- Care for assuring conditions for active inclusion of the 'third generation' into the work process;
- Care for socially suitable retirement money;
- Care for modern programmes of social care;
- Preparation for a highly qualitative ageing;
- Research in this field.

Maribor, May 2012

prof. dr. Ludvik Toplak
President AME - ESM

RIS d.o.o. je tvrtka u privatnom vlasništvu utemeljena 1993. godine, te je specijalizirana za razvoj i proizvodnju softvera, posebno poslovnih aplikacija.

RIS d.o.o. zapošljava 32 ljudi, od kojih 23 radi u razvoju, a planira se osjetni rast u budućem razdoblju. Djelatnici društva RIS većinom su mladi visoko motivirani stručnjaci u dobi od 25 do 35 godina, koji posjeduju brojne certifikate i kontinuirano se usavršavaju.

Kroz dugogodišnja iskustva na projektiranju i gradnji informacijskih sustava RIS d.o.o. je razvio svoj specifičan pristup i način rada koji se prvenstveno odnosi na analizu, modeliranje i projektiranje sustava korištenjem vlastitih metodologija (**MIRIS**⁴⁸³), a na osnovu kojih je usavršena i vlastita razvojna tehnologija kao nadgradnja specijaliziranim razvojnim platformama i alatima.

Ta tehnološka nadgradnja omogućava održavanje strateških prednosti kroz vrijeme, odnosno kroz čitav životni ciklus vlastitih proizvoda.

Praćenjem novih dostignuća i tehnologija na informatičkom tržištu, RIS se uvijek prilagođavao najmodernijim rješenjima nudeći svojim korisnicima instrumente i alate koji osiguravaju **sigurnost, stabilnost i kontinuitet** kroz duža vremenska razdoblja, kao garanciju neprekidnog razvoja i unapređenja njihovih informacijskih sustava.

U namjeri da svoju korisničku bazu proširi na što veći broj korisnika, poglavito srednjih i malih društava koje su često zbog financijskih i resursnih razloga ostajale bez mogućnosti korištenja modernih IT rješenja, RIS se u samom početku pridružio novom valu pružanja softverskih usluga (**SaaS** – Software as a Service) umjesto prodaje softverskih paketa i njihovu implementaciju u sjedištu korisnika.

U tom kontekstu je razvijena vlastita mrežna (internet) **platforma Thin@**⁴⁸⁴ koja predstavlja snažnu infrastrukturu za sve kategorije poslovnih SaaS aplikacija.

Thin@ - budućnost poslovnih aplikacija

Thin@ je specijalizirano rješenje za brz razvoj poslovnih aplikacija koje se nude kao usluga putem interneta.

Najznačajnije karakteristike i prednosti platforme Thin@ u odnosu na druge koncepte implementacije SaaS aplikativnih softvera su:

- Izuzetna sigurnost:
 - neprobojnost za vanjske napade bilo koje vrste
 - podaci kriptirani i zaštićeni na mreži posebnim metodama
- Velika brzina rada:
 - ne koristi se http, html, web, web alati i uobičajeni browseri
 - cjelokupna komunikacija zasnovana je isključivo na tcp/ip
 - na mreži se prenosi minimalna količina strukturiranih podataka
 - korisnik ima osjećaj da je aplikacija instalirana lokalno
- Jednostavnost pristupa:

• ⁴⁸³ **MIRIS** (MetodIka za Razvoj Informacijskog Sustava) je skup metoda i uputa čiji je ukupni cilj projektirati i izgraditi informacijski sustav (IS). Oblikovana je od 1984. godine a objavljena 1995. godine na savjetovanju CASE u Opatiji.

• ⁴⁸⁴ **Thin@** je RIS-ova arhitektura i tehnologija razvoja aplikacija u obliku softvera kao usluge (SaaS). Na arhitekturi Thin@-a Ris je razvio široku paletu proizvoda.

- korisnik mora imati samo pc/laptop sa pristupom internetu
- aplikacija se izvodi slično klasičnim client/server aplikacijama
- može se istovremeno pokrenuti više različitih aplikacija na raznim serverima
- Automatizacija procesa registracije, prijave i naplate:
 - korisnik mora biti registriran, a postupak registriranja i ugovaranja usluge može biti automatski ili putem osobnog kontakta za složenije aplikacije
 - nakon prijavljivanja sustavu korisnik može pokrenuti bilo koju aplikaciju za koju je registriran
 - sustav računa i mjeri količinu i trajanje aktivnosti pojedinog korisnika te automatski vrši obračun i naplatu usluge na osnovu ugovora
- Centralizirano upravljanje, pohranjivanje i održavanje baza podataka:
 - baze podataka smještene su na snažnim podatkovnim serverima u sigurnim prostorima (data centar), zaštićene od svih vanjskih i nepoželjnih utjecaja
 - baze podataka su pod stalnim nadzorom, pohranjene istovremeno na više lokacija sa redovnim sigurnosnim kopijama što osigurava kontinuirani rad
- Centralizirane aplikacije istovremeno dostupne velikom broju korisnika:
 - aplikacije su smještene i izvode se na osiguranim aplikativnim serverima pod stalnim nadzorom
 - svi korisnici pokreću iste aplikacije sa istog mjesta tako da svi imaju uvijek na raspolaganju samo zadnju verziju softvera

Više podataka o Thin@ mogu se naći na <http://thinetsolution.com/>

Najvažniji RIS-ov proizvod koji se temelji na SaaS modelu je FAROS.

FAROS

FAROS je ERP (Enterprise Resource Planning), odnosno integralni informacijski sustav namijenjen upravljanju poslovanjem tvrtki. Zahvaljujući modularnoj izvedbi i skalabilnosti infrastrukture na kojoj se temelji, Faros se može prilagoditi malim, srednjim i velikim tvrtkama, bez obzira na djelatnost koju obavljaju.

Korisnici FAROS-a su tvrtke koje obavljaju različite trgovačke i uslužne djelatnosti, komunalne djelatnosti, zatim računovodstveni servisi, financijske ustanove, te razne druge djelatnosti.

Zahvaljujući troslojnoj arhitekturi i mrežnoj orijentiranosti, aplikacija FAROS iznimno je sigurna, a u isto vrijeme dostupna za rad s bilo kojeg mjesta gdje korisnik ima pristup Internetu.

Također, troslojna arhitektura i modularni pristup u izgradnji, FAROS čine izuzetno prilagodljivim potrebama različitih tvrtki, kako po pitanju funkcionalnosti tako i po pitanju kapaciteta i performansi.

Sustav FAROS živi je sustav koji se neprekidno unaprjeđuje, prateći potrebe korisnika kao i relevantne zakonske okvire.

Ovisno o potrebama korisnika u sustavu FAROS dostupni su sljedeći moduli:

1. **Financije** – modul koji sadrži sve funkcije za praćenje cjelokupnog financijskog prometa tvrtke;
2. **Računovodstvo** – modul koji omogućuje automatsko knjiženje i praćenje knjigovodstvenih podataka tvrtke na jednom mjestu;
3. **Komercijalno poslovanje** – modul koji povezuje procese nabave, prodaje i robno-materijalnog knjigovodstva;
4. **Skladišno poslovanje** – modul koji obuhvaća procese upravljanja zalihama skladišnog poslovanja;
5. **Osnovna sredstva** – modul za evidentiranje i obradu osnovnih sredstava i sitnog inventara;
6. **Kadrovi i plaće** – modul namijenjen praćenju evidencije djelatnika i rada te obračunu plaće;

7. **Upravljanje najmom** – modul koji pokriva procese upravljanja raznim vrstama objekata najma;
8. **POS** – modul za upravljanje POS (engl. *Point of Sale*) sustavom naplate u maloprodaji;
9. **Putni nalozi** – modul za unos, obradu i knjiženje putnih naloga i lokalne vožnje;
10. **Sustav naplate** (engl. *Billing*) – modul za upravljanje fakturiranjem i naplatom, namijenjen tvrtkama s velikim brojem pretplatnika ili potrošača;
11. **Poslovno izvješćivanje** (engl. *BI – Business Intelligence*) – sustav poslovnog izvješćivanja namijenjen analizi i obradi podataka;
12. **Upravljanje dokumentima** – modul koji omogućuje elektroničko upravljanje dokumentacijom, omogućujući smanjenje troškova pohrane i distribucije dokumenata.

Uz FAROS RIS je razvio još niz aplikacija namijenjenih širem spektru poslovnih korisnika. Osnovna ideja ovih računalnih rješenja jest zadovoljiti sve poslovne potrebe njihovih korisnika, postižući pritom prihvatljivo nisku cijenu, te omogućiti korisniku bavljenje njegovim *core businessom*, bez potrebe da ujedno bude i informatičar. Kako bi se to postiglo, razvijaju se softveri koji su web orijentirani i kojima korisnici mogu pristupiti, te ih koristiti s bilo kojeg računala povezanog na internet.

Pored toga RIS je razvio i niz posebnih računalnih rješenja za velike poslovne sustave: **IMIS** – sustav prodaje osiguranja za **Croatia osiguranje**, **PRIS** – sustav naplate RTV Pristojbe za **Hrvatsku radioteleviziju**, **KREDIS** – bankarski sustav za **Croatia banku**.

Softveri za osiguravajuća društva

Tvrtka RIS na području razvoja softvera za osiguravajuća društva radi od 1993. godine. Većinu softvera je razvila u suradnji sa svojim partnerom Croatia Osiguranjem, našim najjačim osiguravajućim društvom. Tijekom tog vremena u RIS-u je stvorena **ogromna baza znanja** iz tog poslovnog područja. Pored toga, tvrtka RIS ima veliki broj visoko obrazovanih stručnjaka sa iskustvom i znanjem potrebnim za razvoj softvera za osiguravajuća društva, koji poznaju poslovnu tehnologiju i najmodernije alate za razvoj softvera.

Softveri za bankarstvo

Na području razvoja softvera za bankarski sektor RIS-ov tim radi već 15 godina, te prati promjene u bankarstvu. Tako da uz, nesumnjivo, poznavanje suvremenih metoda i tehnologija za razvoj informacijskih sustava, poznaju i probleme suvremenog bankarstva.

Kvaliteta i informacijska sigurnost

Kvaliteta RIS-ovih proizvoda rezultat je vlastitog procesa razvoja softvera pod nazivom "**metodika MIRIS**", prvog i jedinog hrvatskog procesa razvoja koji je nositelj prestižnog znaka "**Izvorno hrvatsko**".

Za sustav upravljanja kvalitetom RIS posjeduje **ISO 9001:2008** certifikat iz djelatnosti **projektiranja, programiranja i održavanja informacijskih sustava i aplikacija, usluge data centra**, a za sustav informacijske sigurnosti RIS posjeduje certifikat **ISO/IEC 27001:2005 - Informacijska tehnologija – Sigurnosne tehnike – Sustavi upravljanja informacijskom sigurnošću – Zahtjevi**.





MALVAZIJA

Citrus yellow color with freshness of wild flowers, balanced fruitiness and minerality. Perfectly dry for fish dishes, subtle enough for cheeses and ham.

VINA LAGUNA
MALVAZIJA
healthiest wine
UZGAJANO NA STOLI
PLOVINI I REKA 2011
LIMONKA, PISTOČIČKI I DINA
VINAISTRE
HRVATSKA

VINA LAGUNA



MediaNet d.o.o. je nezavisna agencija specijalizirana za analize medijskog sadržaja te medijska i tržišna istraživanja. U MediaNetu se, mjereći i evaluirajući učinke medijske komunikacije, dnevno obradi preko 2.000 neplaćenih medijskih objava i 1.700 plaćenih oglasa iz oko 700 hrvatskih tiskovnih i elektroničkih medija te u prosjeku izradi 60 različitih analiza mjesečno. Poslujući na hrvatskom tržištu od 1996. godine, agencija pruža usluge za 160 klijenata godišnje.



- ⊗ **On-line analitika** je web statistika i evaluacija pojmova iz medija. Pojmovna i autorska pretraga tekstova. Brza kvantifikacija analize sadržaja.
- ⊗ **Baza medijskih objava** omogućuje retrogradnu analizu i usporedbu po godinama
- ⊗ **Monitoring oglašavanja** obuhvaća sve oglase u tisku, na nacionalnim televizijama, odabranim radijskim postajama, vanjskim površinama i web portalima
- ⊗ **Baza oglasa** / kreativnih rješenja od 2002. godine.
- ⊗ **Visoka kvaliteta istraživanja** temeljena na dugogodišnjem iskustvu i jedinstvenim uzorcima prilagođenim svrsi i cilju konkretnog istraživanja
- ⊗ **Prevođenje analiza** na engleski i ostale jeziku po dogovoru u kratkom roku



presscut

Presscut d.o.o. Prva hrvatska monitoring agencija koja se je još od 1989. godine posvetila stručnom praćenju, selekciji, obradi i analizi informacija dostupnih iz hrvatskog medijskog prostora. Za specifične potrebe velikog broja korisnika Presscut-ovih usluga, svojim sugestijama, profesionalnim i stručnim pristupom pomaže u pravovremenom i brzom informiranju. Opskrbljuje klijente svim dostupnim podacima i informacijama iz najrazličitijih tematskih područja gospodarstva i financija, bankarstva, politike, brodogradnje, prometa, naftne industrije, kulture, znanstvenih institucija i izdavaštva.

Proizvodi i usluge

SVEOBUH VATNOST PRAĆENJA MEDIJA Prate se svi tiskani mediji na području Republike Hrvatske sa tiražom većom od 300 tiskanih primjeraka. Praćenje svih elektroničkih mediji u Republici Hrvatskoj: televizija, radio, WEB portali i Internet sadržaji.

LOKALNO I REGIONALNO IZVJEŠĆIVANJE Najbolja pokrivenost lokalnih elektroničkih medija – redovno pratimo 94 emisije s 42 radijske postaje i 29 emisija s 12 televizijskih postaja u 10 županija.

INTERNACIONALNA POKRIVENOST MEDIJA Suradnja s agencijama za praćenje medija u zemljama regije i mnogim zemljama svijeta.

FIND IT Usluga koja podrazumijeva pronalaženje, vrednovanje i analiziranje relevantnih informacija o poslovnim subjektima, proizvodima, uslugama, gospodarskim granama i ključnim akterima.

MAX-MEDIJI.COM Bilo koji članak od 2005. godine do danas na dohvata ruke. Novinska on-line baza tekstova je pretraživa po pojmovima, autorima, novinama. Koristi se i za istraživanja i analizu sadržaja medija.

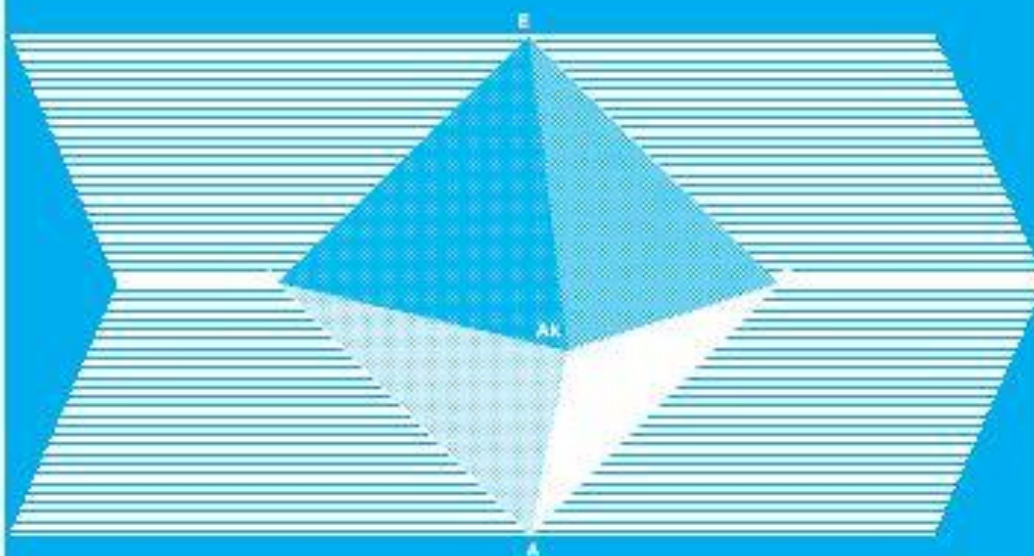
Presscut Web shop

- on-line pretraga novinske arhive
- pretraga po pojmovima
- pretraga po autorima
- arhiva i kolekcija pretraga
- tekstualni zapisi članaka

UDK 007:002:03
Codenc: IORME7

ISSN 1330-0067

informatologia 2011



HRVATSKO KOMUNIKOLOŠKO DRUŠTVO
CROATIAN COMMUNICATION ASSOCIATION
Zagreb, 20114926
Informatol. 44, 2011, 3, 187-278

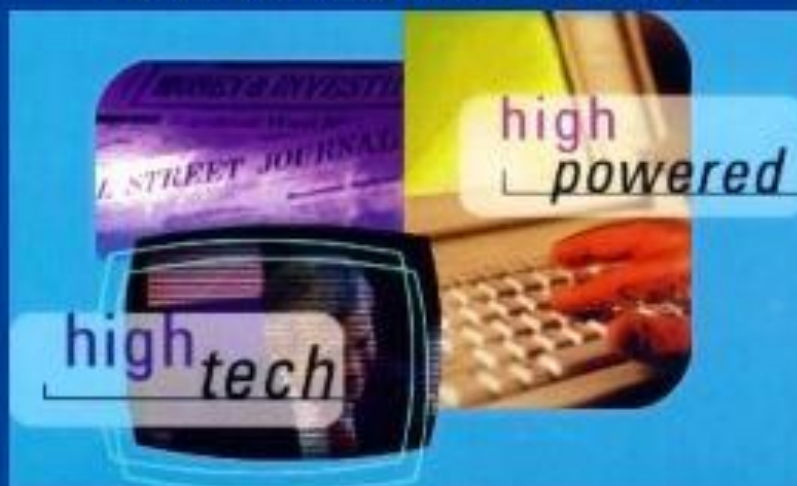
UDK 007:002:02

ISSN 1333-6371

Media, Culture and Public Relations



Mediji, kultura i odnosi s javnostima



HRVATSKO KOMUNIKOLOŠKO DRUŠTVO
CROATIAN COMMUNICATION ASSOCIATION

Zagreb, 2002-04-15

Media cult. public relat. 1, 2002, 1, 1-129

INDEKS AUTORA

Antoliš, Krunoslav
 Ašenbrener, M.
 Babiarz, Mirosław
 Bačić, Ana
 Bakić-Tomić, Ljubica
 Baldigara, Tea
 Barbarić, Danijel
 Bartoš, Allen
 Batelić, Renata
 Beljan, Karlo
 Bevc, Viktorija
 Blaće, Dubravko
 Blahútová, Dana
 Bojanić, Igor
 Bosanac, Nada
 Bratina, Alojz
 Bratina, Tomaž
 Bručić, Zoran
 Buković, Damir
 Cifrić, Ivan
 Cvelić Bonifačić, Josipa
 Cvitanović, Leo
 Cvitić, Filip
 Čulo, Ksenija
 Ćorić, Gordana
 Damjanić, Zdenka
 Degen, Silvija
 Demšar Pečak, Nataša
 Domšić, Lana
 Dovedan Han, Z.
 Dragičević, Dražen
 Dugonik, Bogdan
 Duh, Matjaž
 Dumančić, Mario
 Đukić, Marina
 Elezović, Slobodan
 Galičić, Vlado
 Garača, Neven
 Gazda, Imrich
 Golob, Ksenija
 Grmuša, Tanja
 Hadžić, Jelena
 Hadžić, Slobodan
 Heđi, Ivan
 Hilčenko, Slavoljub
 Ištaković, Ana
 Jablonský, Tomáš
 Jankovič, Patricija
 Jevtović, Zoran
 Juraković, Linda
 Jurina, Milan
 Jurković, Martina
 Kač, Liljana
 Kern, Bojan
 Kmetec, Polona
 Kočović, Dragoslav
 Konopljak, Snježana
 Kovačić, Božidar
 Krašna, Marjan
 Krneta, Perino
 Kučiš, Vlasta
 Kukić, Slavo
 Kukla, Daniel
 Kulla, Albert
 Kunac, Jadranka
 Kupinić Guščić, Darja
 Labus, Alan
 Lacković, Krešimir
 Lacković, Zlatko
 Lamza-Maronić, Maja
 Laškarin, Marina
 Lipič, Nikolaj
 Lončarić, Dina
 Lozina, Koraljka
 Macko, Jozef
 Maja, Šimunić
 Mamula, Maja
 Marinović, Marija
 Markić, Brano
 Matošić, Filip
 Matotek, Darko
 Medvešek, Irena
 Međugorac, Olivera
 Milohnić, Ines
 Morović, Vinko
 Mustić, Daria
 Novak, Ninoslav
 Novak, Tatjana
 Orlić, Mandi
 Ostojić, Josip
 Ovsenik, Jožef
 Ovsenik, Marija
 Ovsenik, Rok
 Pavić, Željko
 Pavlović, Dragana
 Pavlović, Eduard
 Pešić, Vesna
 Peteh, Matej
 Peter Kravcak
 Petričković, Milan
 Pilepić, Ljubica
 Plenković, Mario
 Pogačnik Jarec, Livija
 Popek Biškupec, Petra
 Popeškić, Valter
 Popović, Goran
 Popović, Maša
 Posavec, Stjepan
 Poščić, Patrizia
 Prelas Kovačević, Anita
 Pšunder, Majda
 Pšunder, Igor
 Pšunder, Mirko
 Raletić, Saša
 Ratković, Milijanka
 Rosić, Igor
 Rosić, Vladimir
 Sindik, Joško
 Skendrović, Vladimir
 Slavuj, Vanja
 Spitzer, Ana
 Stollárová, Nadežda
 Stropnik, Jože
 Stropnik Kunič, Nina
 Subotić, Danijela
 Šafhalter, Andrej
 Šimundić, Slavko
 Šimunić, Maja
 Šimunić, Mislav
 Šimunović, D.
 Šorđan, Zdravko
 Špoljarić, Marijana
 Štambuk, Ana
 Šundalić, Antun
 Tatković, Nevenka
 Uhrinová, Miriam
 Valčić, Marija
 Valenčak, Urška
 Vidic, Damijana
 Vučić Peitl, Marija
 Vulić, Tatjana
 Zalokar, Jadran
 Zentko, Jozef
 Železnik, Danica
 Žiljak Stanimirović, Ivana
 Žiljak Vujić, Jana

SOCIETY AND TECHNOLOGY 2012 - Dr. Juraj Plenković

This work has been supported by the Ministry of Science, Education and Sports of the Republic of Croatia, under the grant No.128-0000000-3620:

CROATIAN MEDIA COMMUNICATIONS IN A CONVERGENT ENVIRONMENT /
HRVATSKA MEDIJSKA KOMUNIKACIJA U KONVERGENTNOM OKRUŽENJU

Head of the research project / Glavni istraživač: Prof.dr.sc.Mario Plenković

(Book No.5 / Knjiga br.5)