

RELACIJSKI IDENTITETI

Prilog istraživanju identiteta hrvatskog društva

(Priredio Ivan Cifrić)

Hrvatsko sociološko društvo i Zavod za sociologiju Odsjeka za sociologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu, Zagreb, 2008. 336 str.

«Pitanje identiteta ispostavilo se kao jedan od glavnih indikatora oblikovanja i dokazivanja zasebnosti. To je, bez sumnje, jedna od onih «ključnih riječi» koja, po svojoj učestalosti i značenjskoj nabijenosti, ima svojevrstan privilegirani status u novijem javnopolitičkom i kulturnom diskursu.» (Kalanj, str. 47). Ova misao možda na najbolji način podvlači izniman značaj koji se u posljednje vrijeme pridaje tematiziranju identiteta. Iako je *identitet* već i mnogo ranije bio predmet diskusija, tijekom posljednjih desetljeća pitanje identiteta zadobiva sve istaknutiju ulogu. Prvenstveno je to posljedica globalizacijskih procesa uslijed kojih se nameće pitanje o samosvijesti i specifičnosti određenog kolektiva. Stoga svako *kolektivno biće* nastoji odgovoriti na pitanje o vlastitoj osobitosti. Međutim, pored utjecaja globalizacije za identitet hrvatskog društva od izrazite je relevantnosti iskustvo društvene tranzicije. Prilikom istraživanja identiteta hrvatskog društva također je potrebno uzeti u obzir elemente predmodernosti, modernosti i postmodernosti koji su u ovom društvenom okviru međusobno isprepleteni. U vrijednosnom sklopu hrvatskog društva zamjetan je, dakle, utjecaj triju tipova društava koji se manifestira i u rezultatima istraživanja prezentiranih u ovoj knjizi.

Zbornik «Relacijski identiteti» produkt je rada na dva znanstveno-istraživačka pro-

jekta: «Modernizacija i identitet hrvatskog društva. Sociokulturne integracije i razvoj» te kao nastavak projekta «Modernizacija i identitet hrvatskog društva». Njegova je namjera dvostruka: s jedne strane, u zborniku se obrazlaže i empirijski se argumentira koncept relacijskih identiteta a, s druge se strane, iznose rezultati empirijskog istraživanja provedenog u okviru projekta. Navedeno istraživanje provedeno je 2004. godine na reprezentativnom uzorku od 1202 ispitanika te je njime obuhvaćena cijela Hrvatska.

Kompozicijski gledano, zbornik je sastavljen od tri dijela. U prvom dijelu razmatraju se diferentna teorijska i konceptualno-metodološka pitanja. Analiza rezultata empirijskog istraživanja predstavljena je u drugom dijelu knjige dok treći dio sadrži bibliografiju radova objavljenih u okviru projekta i tablični pregled empirijskih rezultata istraživanja.

Teorijski i konceptualno-metodološki pristup naslov je prvog dijela zbornika u kojem se nalaze dva rada. Prvi rad naslovljen je *Teorijsko suočavanje s izazovima identiteta* (R. Kalanj). U njemu autor razmatra različite načine sociološkog tematiziranja identiteta. Na samom početku rada, Kalanj podvlači da svako tematiziranje identiteta u društvenim znanostima nailazi na prepreku pojmovne višeznačnosti i poteškoću preciznog definiranja pojma. Autor, nadalje, podsjeća na povijest sociološkog razmatranja identiteta i upoznaje čitatelja s diferentnim teorijskim pozicijama zauzetim o tom problemu.

Kao osobito značajna izdvajaju se dva suprotstavljena stajališta: *esencijalizam* i *antiesencijalizam*. Esencijalizam polazi od pretpostavke da identitet prethodi poje-

dincu te tako predstavlja «trajno determinirajuću bit ljudskog individualnog i kolektivnog odnošenja i djelovanja» (str. 48). Nasuprot tome, antiesencijalizam se zasniva na negiranju i relativiziranju te »determinirajuće biti«. Identitet je, smatraju antiesencijalisti, subjektivni izbor koji, doduše, ovisi o promjenjivom socijalnom okruženju. U nastavku autor podvlači značaj relacionističkog stajališta. Prema ovoj poziciji, identiteti su individualne i kolektivne tvorbe koje se manifestiraju kao element moći i društvenih sukoba za priznanje. Kalanj također ukazuje na razliku između liberalnog i komunitarističkog poimanja identiteta. U posljednje vrijeme dominantnom postaje komunitaristička pozicija. Njen korijen nalazi se u kritici «liberalnog atomizma» a u doba globalizacijskih procesa ukazuje na značaj kolektivnih identiteta koji predstavljaju osnovu za priznanje diferentnih kolektivnih prava. Tvrdnjom da su teorijski i ideološki iskazi o identitetu hrvatskog društva po svom karakteru uglavnom komunitaristički, autor zaključuje svoj prilog.

Slijedeći nosi naslov *Koncept i dimenzije socijalnog identiteta* (I. Cifrić/K. Nikodem). Budući da objašnjava teorijski i konceptualni pristup empirijskom istraživanju, ovaj rad je bitan za razumijevanje slijedećih priloga u zborniku. U njemu se tako iznose ciljevi istraživanja, pojašnjavaju se ključni pojmovi, navode se hipoteze, objašnjava se način na koji su konstruirani istraživački instrumenti te se u kratkim crtama daje informacija o terenskoj provedbi empirijskog istraživanja i statističkoj obradi podataka. Autori ističu da se istraživanje odnosi na *kolektivni* identitet gdje se identitet istražuje kao *identificiranje* ispitanika s ponuđenim

karakteristikama konceptualnih dimenzija. Subjektivni osjećaj važnosti pripadanja ispitanika određenoj skupini (npr. naciji, obitelji, profesiji i sl.) presudan je pri toj identifikaciji.

Međutim, prvi zadatak koji se nameće jest određivanje *konceptualnih dimenzija* socijalnog identiteta. Tako su izdvojene četiri skupine esencijalističkih elemenata kolektivnog identiteta koje posjeduju krucijalna identifikacijska obilježja: *socijalna, teritorijalna, kulturna* i *obiteljsko-rodna*. Svaka od ovih četiri konceptualnih dimenzija operacionalizirana je pomoću određenih specifičnih karakteristika.

Autori zauzimaju stav da se identitet uvijek formira u *relacijama* prema nekome (ili nečemu). U tom kontekstu izdvaja se pet *relacijskih dimenzija* identiteta: odnos prema *sebi*, prema *drugima*, prema *prirodi*, prema *bogu* (odnosno, *transcendentnom* ili *svetom*), te odnos prema *svijetu*. Ove relacijske dimenzije ujedno predstavljaju uporišne točke u odnosu na koje se oblikuje identitet. Jedna od osnovnih ideja u konceptu istraživanja i statističkoj obradi prikupljenih podataka jest istraživanje povezanosti između konceptualnih i relacijskih dimenzija identiteta. Na taj se način može izraditi određeni *profil socijalnog identiteta*, bilo da se radi o profilu pojedine regionalne skupine ili pak o profilu hrvatskog društva u cjelini.

Drugi, najopsežniji, dio zbornika *Rezultati istraživanja* čini sedam priloga. Osnovni rezultati istraživanja predstavljani su u prilogu naslovljenom *Socijalni identitet u Hrvatskoj* (I. Cifrić/K. Nikodem). U njemu se analiziraju i prikazuju rezultati empirijske provjere konceptualnih dimenzija socijalnog identiteta koji, zatim, otvaraju prostor za analizu relacijskih dimenzija

identiteta u priložima koji slijede.

Istraživanje je pokazalo kako građani Hrvatske važnim smatraju *osjećaj pripadanja* najužoj rodbini, obiteljskoj lozi, naciji te regiji u kojoj žive. Nasuprot tome, najmanje im je bitna povezanost s ljudima istih političkih nazora, radnom kolektivu, profesiji, društvenom sloju, gradskoj četvrti te pripadnost Europljanima i srednjoeuropskom kulturnom krugu.

Faktorskom analizom utvrđeno je pet faktora, odnosno, pet empirijskih dimenzija socijalnog identiteta. *Kulturalna dimenzija* povezana je s običajima i tradicijom; *socio-profesionalna dimenzija* povezana je s uvjerenjima i stilom života; *regionalna dimenzija* označava pripadnost zavičaju i najužoj rodbini; *nacionalno-vjerska dimenzija* naglašava važnost pripadanja vjeri i naciji te, naposljetku, *susjedsko-lokalna dimenzija* ističe značaj susjedstva i kvarta kao važnih identitetnih obilježja. U nastavku autori analiziraju povezanost između navedenih dimenzija socijalnih identiteta i socio-demografskih obilježja ispitanika. Pored toga, ispituje se kako određene socio-demografske karakteristike utječu na osjećaj pripadnosti naciji, rodbini, regiji, crkvi itd. Na tragu tih razmatranja autori sugeriraju kako se u hrvatskom društvu može govoriti o dvije generacije: generacija rođenih do 1938. godine koja podvlači značaj esencijalističkih sadržaja identiteta i generacija rođena nakon te godine koja u percepciji socijalnog identiteta naglašava važnost političkog, profesionalnog i vrijednosnog.

Kako «drugi» vide Hrvatsku – osnovne odrednice (K. Kufrin) naslov je slijedećeg priloga. Ovaj rad zasniva se na anketnom pitanju u kojem se od ispitanika tražilo da

procjene po čemu je Hrvatska prepoznatljiva u svijetu. Za stvaranje slike o Hrvatskoj ispitanici su najvažnijima procijenili sadržaje «turizam», «hrvatski sportaši», «haške optužnice» te «prirodne ljepote i nezagađenost okoliša». Političke ideologije («antifašizam», «komunizam», «ustaštvo») smatraju se najmanje bitnim za konstrukciju slike «drugih» o Hrvatskoj. Premda tu tvrdnju ne može nedvojbeno potkrijepiti podacima, autor iznosi stav da su se prilikom procjene važnosti sadržaja ispitanici barem jednim dijelom više rukovodili svojim željama nego objektivnom snagom samih sadržaja.

Autor, nadalje, identificira pet diferentnih faktora koji posreduju različite slike Hrvatske: *slika moderne Hrvatske, slika balkanske Hrvatske, slika pastoralne Hrvatske, slika Hrvatske opterećene ideologijama prošlosti i stereotipna slika Hrvatske*. Premda između ispitanika različitih socio-demografskih karakteristika postoje statistički značajne razlike u naklonosti prema pojedinim slikama Hrvatske, one su relativno male pa stoga nisu prikladne za tumačenje varijabilnosti procjena.

Slijedeći prilog nosi naslov *Odnos prema Bogu u suvremenom hrvatskom društvu* (K. Nikodem). Autor se poziva na prethodna istraživanja religioznosti u Hrvatskoj koja su pokazala prevlast tradicionalnih oblika religioznosti vezanih uz religijske institucije. Budući da suvremeno hrvatsko društvo karakterizira sučeljavanje tradicionalnog i modernog, autor postavlja hipotezu «da će tradicionalni obrasci religioznosti, vezani uz religijske institucije, biti izraženiji u načelnim pitanjima, kao što su primjerice odnos prema postojanju Boga i odnos prema nauku Crkve, dok će moderni obrasci

religioznosti, vezani uz osobni izbor, biti izraženiji u praktičnim pitanjima, kao što je religijska praksa i spolni moral» (str. 115). Analizirani rezultati potvrdili su početnu pretpostavku.

Analiza obilježja religioznosti s obzirom na određene socio-demografske karakteristike ispitanika pokazala je da su tradicionalnim obrascima religioznosti sklonije ženske osobe, starije životne dobi, nižeg stupnja obrazovanja, iz ruralnih sredina, koje svoje imovinsko stanje procjenjuju lošijim od drugih. S druge se strane pokazala povezanost ispitanika mlađe dobi, muškog spola, višeg stupnja obrazovanja, iz urbanih područja, koji svoj materijalni status smatraju višim od drugih s modernim obrascima religioznosti. Ipak, autor upozorava kako navedeni odnosi nisu u potpunosti jednoznačni.

Utvrđivanje strukture osnovnih koncepata seksizma («tradicionalnog» i «modernog») prema mišljenju dviju glavnih rodni grupa (muškaraca i žena) te utvrđivanje povezanosti ovih koncepata s varijablama kao što su bračni status, regionalna pripadnost, dobne i obrazovne razlike, glavni je cilj priloga *Rodni identitet i seksizam u hrvatskom društvu* (B. Galić).

Kako bi konkretnije utvrdila koncepte tradicionalnog i modernog seksizma autorica primjenjuje faktorsku analizu na 17 varijabli koji sačinjavaju istraživački instrument. Na taj način izdvojena su četiri faktora: *antropološki patrijarhalizam (F1)*, *deklarativni egalitarizam (F2)*, *androcentrizam s inverzijom žrtvalnasilnik (F3)* te, naposljetku, faktor imenovan *za rodno egalitarno društvo (F4)*. Pokazala se pozitivna korelacija prvog i trećeg faktora koji reprezentiraju vrijednosti patrijarhata.

Ova dva faktora kontradiktorna su četvrtom faktoru, odnosno, nespojivi su s konceptom rodno egalitarnog društva.

Rezultati istraživanja potvrdili su pretpostavke o ustrajnosti patrijarhalnih koncepata u svijesti hrvatske populacije. Seksistički koncepti osobito su zastupljeni u svijesti muškaraca, starijih ispitanika te ispitanika s nižom stručnom spremom. Za razliku od muškaraca koji su skloniji tradicionalnoj i modernoj varijanti seksizma, žene iskazuju veću naklonost konceptu rodno egalitarnog društva. Razlike u plauzibilnosti seksističkih koncepata postoje i s obzirom na regionalnu pripadnost. Dok su odbacivanju tradicionalnog seksizma najviše skloni ispitanici s područja Zagreba i Sjeverne Hrvatske, najrigidniji oblici seksizma, i u tradicionalnom i u modernom obličju, smatraju se prihvatljivima na području Like.

Autorica na kraju naznačuje skicu jednog koncepta koji prvotno nije bio pretpostavljen. Riječ je o viziji budućeg rodno egalitarnog društva, razvoj kojeg podupiru žene, mladi i obrazovani segment populacije.

U prilogu pod naslovom *Socijalnoekološke orijentacije kao obilježja identiteta* (I. Cifrić) autor polazi od pretpostavke «jedinstva čovjeka i prirode».

Istraživački instrument bio je sastavljen od 12 tvrdnji koji predstavljaju karakteristike triju različitih sustava s trima vrijednostima: čovjek, priroda i tehnika. Primjenom faktorske analize izdvojene su tri latentne dimenzije socijalnoekološkog prostora: *antropocentrizam*, *tehnocentrizam* i *ekocentrizam*. Navedene dimenzije ujedno reprezentiraju tri diferentna idealno-tipska orijentacijska cilja. U nastavku autor po-

kazuje povezanost određenih sociodemografskih obilježja ispitanika s pojedinim dimenzijama. Na taj način otvara se mogućnost izrade empirijskog profila za sve tri socijalnoekološke dimenzije te se tako dobiva identitetska dimenzija nazvana «konkretni orijentacijski identitet». Autor objašnjava kako latentne dimenzije samo po sebi ne predstavljaju neki identitet. Tek povezane s određenim sociodemografskim karakteristikama ove latentne osnove empirijskog identiteta poprimaju empirijsko identitetno obilježje i značenje. Konkretni orijentacijski identitet predstavlja jednu od identitetskih karakteristika pojedinca koji se manifestira tek u njegovom praktičnom djelovanju.

Autor, naposljetku, predlaže izradu kompleksnijeg istraživačkog instrumenta koji bi se zasnivao na kombinaciji tri socijalnoekološke dimenzije, odnosno, orijentacije (antropocentrizam, tehnocentrizam i ekocentrizam) i pet kriterija oblikovanja relacijskih odnosa (prema sebi, drugima, svijetu, prirodi i Bogu).

Naslov slijedećeg rada je *Koliko nas zabrinjavaju ekološki problemi* (I. Cifrić). «Mnogo» i «veoma mnogo»! Tako su, naime, ispitanici u pravilu odgovarali na upit o zabrinutosti za 11 aspekata zagađivanja okoliša. Pri tome su najveću zabrinutost iskazali za «neodgovarajuće zbrinjavanje komunalnog otpada», «gomilanje opasnog otpada» i «zagađenost hrane». «Zagađenost vode za piće», «zagađenost rijeka, jezera i mora» te «odumiranje šuma» percipirani su kao najmanje zabrinjavajući ekološki problemi.

Faktorskom analizom izolirana su dva faktora nazvana «zabrinutost za klasične ekološke probleme», odnosno, «zabrinutost za nove ekološke probleme». Dok su klasičnim

ekološkim problemima skloniji ispitanici starije životne dobi, nižeg stupnja obrazovanja, slabijeg imovinskog stanja i koji smatraju da je zagađenost okoliša u Hrvatskoj veća od zagađenosti okoliša u Europskoj Uniji, za nove ekološke probleme veću zabrinutost pokazuju jedino ispitanici koji zagađenost okoliša u Hrvatskoj percipiraju većom nego u Europskoj Uniji.

U radu se također utvrđuje postojanje značajnih razlika između ispitanika s obzirom na regionalnu pripadnost. Razlog tome jest utjecaj konkretnih ekoloških problema na razini regija na percepciju zabrinutosti ispitanika.

Komparacija rezultata više istraživanja u različitim vremenskim točkama pokazala je da u procjeni stanja ekoloških problema u slijedećih deset godina ispitanici očekuju povećanje problema. Na kraju priloga autor zagovara uvođenje *Eko-barometra*, odnosno, pledira za sustavna istraživanja reagiranja javnosti o ekološkim problemima i ekološkoj politici. O tim se pitanjima, dodaje autor, «društvo mora organizirano postaviti i mnogo ozbiljnije odnositi» (str. 242).

Posljednji prilog u ovom dijelu zbornika naslovljen je *Obilježja relacijskih identiteta* (Cifrić/Nikodem). U radu se analizira povezanost između pet dimenzija socijalnog identiteta (kulturna, socio-profesionalna, regionalna, nacionalno-vjerska i susjedsko-lokalna) i relacijskih dimenzija identiteta (odnos prema sebi, drugima, prirodi i Bogu). Relacijska dimenzija «odnos prema svijetu» ovdje nije uzeta u obzir. Kao i u slučaju dimenzija socijalnog identiteta, i relacijske dimenzije izražavaju subjektivnu percepciju ispitanika, odnosno, procjene ispitanika o važnosti pojedinih identitetskih obilježja.

Relacijska dimenzija «odnos prema sebi» dobivena je analizom percepcije nacionalnog ponosa, imagea Hrvatske te mišljenja regionalnih skupina prema sebi. Tako se pokazalo da građane Hrvatske ponosom najviše ispunjavaju sportski uspjesi, domovinski rat, nacionalna povijest a najmanje ih ponosnima čini obrazovna struktura stanovništva, nedostatak tolerancije između različitih društvenih grupa te stupanj demokratskog razvitka. Oblikovanju imagea Hrvatske u drugim zemljama najviše pridonose turizam, hrvatski sportaši, haške optužnice te prirodne ljepote i nezaagađen okoliš. Analiza rezultata također je pokazala da regionalne skupine uglavnom imaju «prilično dobro» i «uglavnom dobro» mišljenje o sebi.

Relacija «odnos prema drugima» koncipirana je kao percepcija drugih regionalnih skupina, drugih naroda i vjerskih skupina. Najveći postotak ispitanika najpozitivnije se izrazio o Goranima i Slavoncima. Dok su ispitanici iskazali najviše simpatija prema Bošnjacima, Slovencima i Židovima, prilično ili izrazito loše mišljenje imaju o Srbima i Romima. Mišljenje o alternativnim religijama, Muslimanima, ateistima i Pravoslavicima također je negativnog predznaka.

Korelacija između pet dimenzija socijalnog identiteta i tri dimenzije socijalnoekoloških orijentacija, antropocentrizma, tehnocentrizma i ekocentrizma, upućuje na relacijsku dimenziju «odnos prema prirodi». Autori akcentiraju relativnu regionalnu ekološku osviještenost na koju upućuje povezanost regionalne dimenzije socijalnog identiteta s ekocentrizmom.

«Odnos prema bogu» analiziran je putem korelacije faktora religijskog identiteta i vjerovanja s dimenzijama socijalnog iden-

titeta. Vidljivom je tako postala povezanost između tradicionalnih oblika vjerovanja i nacionalno-vjerske te kulturalne dimenzije. Pored toga, pokazala se uska povezanost između nacionalno-vjerske i kulturalne dimenzije s kršćanskim vjerovanjem. Nasuprot tome, socio-profesionalna dimenzija u bliskoj je vezi s alternativnim vjerovanjem.

Treći dio knjige sadrži dva *Priloga*: dok opsežni *tablični pregled* empirijskih rezultata istraživanja čitatelju omogućuje detaljan uvid u istraživački instrument, iscrpna *bibliografija* znanstvenih radova objavljenih u okviru projekta predstavlja dragocjen orijentir svim budućim istraživanjima identiteta hrvatskog društva. Dvama dodacima zaključuje se ovaj vrijedni zbornik.

Krešimir Žažar