

# Ukus i kulturni kapital publike Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu

---

**Matić, Andriana**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:328819>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-09-10**



Sveučilište u Zagrebu  
Filozofski fakultet  
University of Zagreb  
Faculty of Humanities  
and Social Sciences

*Repository / Repozitorij:*

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb  
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FILOZOFSKI FAKULTET  
ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

Andriana Matić

UKUS I KULTURNI KAPITAL PUBLIKE HRVATSKOG  
NARODNOG KAZALIŠTA U ZAGREBU

Diplomski rad

Mentorica: dr. sc. Jasmina Božić, izv. prof.

Zagreb, rujan 2023

## Sadržaj

Sažetak .....	1
Summary .....	1
Uvod.....	2
Teorijski pristupi ukusu i kulturnom kapitalu.....	3
Klasične teorije – marksističko poimanje klasa.....	4
Pierre Bourdieu – habitus, ukus i kulturni kapital.....	5
Habitus .....	6
Ukus .....	7
Kulturni kapital .....	8
<i>Highbrow</i> i kultura, omnivori i kulturni snobovi.....	11
Kratka povijest Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu .....	12
Cilj istraživanja, istraživačka pitanja i teorijske pretpostavke .....	13
Metodologija istraživanja i uzorak.....	14
Rezultati i rasprava .....	16
Sociodemografski podatci sudionika .....	17
Odrastanje i obitelj.....	18
Praćenje programa Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu i ostalih kulturnih aspekata.....	24
Ukus i ostalne kulturne preferencije .....	28
Rasprava.....	32
Zaključak .....	34
Literatura.....	38



## Sažetak

Ovaj diplomski rad se bavi ukusom i kulturnim kapitalom publike Hrvatskog narodnog kazališta u kontekstu društvene dinamike uvjetovane procesima globalizacije, modernizacije i individualizacije. Rad polazi od koncepta kulturnog kapitala Pierre Bourdieua te koncepta kulturnih omnivora Richarda A. Petersona i Rogera M. Kerna. Osim toga, rad ispituje relevantnost pojmova poput kulturnog snobizma i kulturnom omnivorizma te pojam kulturnog kapitala unutar suvremenoga hrvatskog društva. Tema koja se proteže kroz rad je način prenošenja kulturnog kapitala i razlika prenošenja kulturnog kapitala između starijih i mlađih generacija. U sklopu rada provedeno je kvalitativno istraživanje na neprobabilističkom namjernom uzorku od petnaest sudionika (N=15), čestih posjetitelja Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu. Uvidi prikupljeni intervjuima upućuju na važnost društvenih promjena u kontekstu kulturnog kapitala te relevantnost koncepta kulturnih omnivora u suvremenom hrvatskom društvu.

*Ključne riječi: ukus, kulturni kapital, kulturni omnivori, publika, Hrvatsko narodno kazalište*

## Summary

This paper examines the taste and cultural capital of the audience of the Croatian National Theatre, connecting them with dynamics within society, particularly in light of new social changes such as globalization, modernization and individualization. The study starts from the concept of cultural capital by Pierre Bourdieu, as well as the concept of cultural omnivores by Richard A. Peterson and Roger M. Kern. Furthermore, the research explores the cultural capital in contemporary Croatian society. A recurring theme throughout the study is the transmission of cultural capital and the differences in its transmission between older and younger generations. The study includes a qualitative research conducted on a non-probability purposive sample of fifteen participants (N=15), frequent attendees of the Croatian National Theatre in Zagreb. Insights gathered from interviews highlight the significance of societal changes in the context of cultural capital and the relevance of the concept of cultural omnivores in contemporary Croatian society.

## Uvod

Istraživanje kulturne potrošnje, ukusa i kulturnog kapitala predstavlja složeni sociološki fenomen koji je tema mnogih socioloških istraživanja. Kulturna je potrošnja, u kojoj je ukorijenjeno pitanje kulturnog kapitala, nezaobilazna tema sociologije kulture koju je rasvijetlio teoretičar Pierre Bourdieu. Ovaj rad se bavi analizom ukusa i kulturnog kapitala publike Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu pri čemu se posebna pozornost posvećuje Bourdieovom konceptu kulturnog kapitala te konceptu kulturnih omnivora sociologa Petersona i Kerna. Kulturna potrošnja, kao esencijalni aspekt suvremenog života, uvelike oblikuje identitet, društvene interakcije, stavove i vrijednosti pojedinca. Ovaj rad sagledava kulturnu potrošnju kroz prizmu ukusa, preferencija i konzumacije kulturnih sadržaja i povezuje ih s pojmom kulturnog kapitala. Bourdieu govori o kulturnom kapitalu kao o obliku kapitala koji nije samo rezultat nečijih osobnih preferencija, već je ukorijenjen u društvenom i ekonomskom kontekstu. Prepoznamo utjecaj suvremenih društvenih promjena poput globalizacije, modernizacije i tehnološkog napretka koji uvelike doprinosi novom načinu oblikovanja kulturnog kapitala.

U 21. stoljeću društvene promjene postavile su temelje za sveprisutna i nova kulturna i identitetska pitanja. Takva nam dinamika postaje posebno zanimljivom u svjetlu rastuće participativnosti i različitih oblika ukusa koji su povezani s vrlo širokom kulturnom ponudom, ne toliko opipljivom koliko virtualnom. Globalizacija je neosporno promijenila način na koji se oblikuje i stječe kulturni kapital. Tradicionalno, primarna socijalizacija, društvena interakcija i osobna iskustva unutar određenih skupina imale su ključnu ulogu u prenošenju kulturnih vrijednosti, preferencija i znanja. Međutim, današnje društvo doživjelo je izvanredne promjene zahvaljujući globalizaciji i tehnološkom napretku, osobito usponu interneta. Kulturni kapital više nije ograničen na iskustva i interakcije iz neposrednog okruženja, već ga oblikuju i obogaćuju raznolike globalne informacije i sadržaji. Ovaj rad polazi od šireg pitanja: kako globalizacija i tehnološki napredak oblikuju kulturni kapital te kako utječu na postojeće društvene dinamike, uključujući i klasne nejednakosti.

S obzirom na status metropole i kulturnog središta, Zagreb predstavlja mjesto mnogih kulturnih sadržaja i institucija. Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu institucija je visoke kulture, možda čak i kulturni epicentar, ne samo Zagreba, već i cijele Hrvatske. Upravo ta činjenica navodi nas na misao da se unutar Hrvatskog narodnog kazališta koncentrira „kulturna elita“ to jest „kulturni snobovi“, ukoliko oni, u suvremenom društvu, uopće i dalje postoje. Pokušat ćemo istražiti jesu li

kulturni snobovi pali pod utjecaj društvene i kulturne globalizacije. U kontekstu nove društvene dinamike, istraživanje ukusa i kulturnog kapitala postaje značajnije i mijenja neke postavke koje je Bourdieu postavio kao temeljne 1979. godine kada je izdao „*Distinkcija: Društvena kritika sudjenja*“. Zagreb, kao kulturna metropola, neizbježno je povezana i prva na „udaru“ globalnih, tehnoloških i suvremenih promjena koje zahvaćaju svijet. Iako je uzorak od petnaest sudionika premalen da bi služio kao odraz šireg društvenog konteksta, ovaj rad može dati uvid o kontekstu povezanosti društvenih promjena s kulturnom potrošnjom i otvoriti nova pitanja za daljnja istraživanja o ovom temi.

Konkretno, ovaj rad postavlja nekoliko ključnih pitanja: kakav je ukus sudionika koji redovito posjećuju Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu; koje vrste kulturnih sadržaja preferiraju i konzumiraju; kako se kulturni kapital manifestira među ovom publikom, kakvu ulogu igra obrazovanje, odgoj i društveni status; prenose li roditelji i kako svoj kulturni kapital na svoju djecu; koje društvene dinamike utječu na stvaranje i razvijanje kulturnog kapitala. Ta pitanja pokušat ćemo rasvijetliti putem kvalitativnog istraživanja provedenog u svrhu ovog rada. U konačnici, ovaj rad doprinosi dubljem razumijevanju veze između ukusa, kulturnog kapitala i socijalnih dinamika među publikom Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu.

## Teorijski pristupi ukusu i kulturnom kapitalu

Socijetalne promjene koje su se u zapadnom društvu počele događati sredinom dvadesetog stoljeća obilježene su ubrzanim procesima poput modernizacije, individualizacije i globalizacije. Takvi procesi, a ponajviše individualizacija, pojedincima je omogućio veću slobodu življenja vlastitoga života u suvremenom svijetu. Nekada su tradicionalne vrijednosti bile te koje su oblikovale svijet u kojem ljudi žive, to je značilo da su elementi poput roda, spola, rase te ostalih pripadnosti uvelike utjecali na životni put pojedinca tog vremena. Danas tradicija i običaji nisu u toj mjeri čimbenik ili barem ne isključivi čimbenik u oblikovanju vlastitoga identiteta. Pojedinci sami sudjeluju u konstruiranju vlastitoga identiteta kroz slobodan odabir elemenata koji im se nude u okolini.

S obzirom na prirodu i cilj ovoga rada, u svrhu teorijskog okvira osvrnut ćemo se na marksističko poimanje klasa, Bourdieovu teoriju kulturnog kapitala te teoriju omnivora i kulturnih snobova dvojice autora, Petersona i Kerna. Poseban naglasak stavljam na teoriju Pierre Bourdieua kao temeljni teorijski okvir, koji je vezan uz našu temu, a to je analiza i interpretacija ukusa i kulturnog

kapitala publike Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu. Prema tome, ovaj rad kroz provedeno kvalitativno istraživanje bavi se interpretiranjem, ponajprije ukusa publike Hrvatskog narodnog kazališta, kako je taj ukus nastajao kroz socijalizaciju i u što se on pretvorio u kasnijim, odraslim godinama sudionika. Nadalje, rad se bavi i istraživanjem kulturnog kapitala publike Hrvatskog narodnog kazališta, koliko je kulturni kapital relevantan u današnjem društvu, na koji način se razlikuje od starijih do mlađih sudionika te od kuda porijeklo postojećeg kulturnog kapitala među sudionicima.

### Klasične teorije – marksističko poimanje klasa

U svrhu razrade konceptualne podloge za naše istraživanje, polazimo od, klasične sociološke misli Karla Marxa i ostalih koji su slijedili njegov pristup, kasnije nazvan marksističkom sociologijom. Marx je razvio konfliktnu teoriju na temelju analize raspodjele kapitala. „Kapital je akumulirani rad (u svojoj materijaliziranoj ili internaliziranoj, utjelovljenoj formi) koji, kada se ekskluzivno prisvoji od strane pojedinca ili skupine pojedinaca, omogućava im prisvajanje društvene energije u obliku utjelovljenog ili živog rada“ (Bourdieu, 1986, str.15).

Marxov teorijski pristup temelji se na ideji kako je klasna podjela društva zasnovana na odnosu prema sredstvima za proizvodnju, ukoliko, resursima odnosno ekonomskom kapitalu. Prema tome, postoje dvije klasne skupine, a to su: proletarijat, klasa koja nema vlasništvo nad sredstvima za proizvodnju, to je najčešće radnička snaga, koja ostaje u sjeni moći druge klase, buržoazije. Buržoazija posjeduje sredstva za proizvodnju, nosi svu ekonomsku i političku moć i nameće se kao primarna klasa, odnosno klasa koja eksploatira one ispod sebe. Marx je smatrao da je vlasništvo nad sredstvima za proizvodnju temeljni izvor društvene nejednakosti, a eksploatacija proletarijata od strane buržoazije u kapitalističkom društvu temelj primarnog socijalnog sukoba. Ideja o reprodukciji klasne stratifikacije prisutna je sve do danas.

Cepić i Doolan u radu *Prikaz suvremenih socioloških istraživanja društvenih klasa: teme, teorije i metode* identificiraju osam polja istraživanja klasa, a to su: obrazovanje, društvene veze u mreže, identitet, politika i politička ekonomija, rad i zaposlenje, društvene rizike, društvenu mobilnost te kulturnu potrošnju. Nadalje navode kako američki časopisi ne obrađuju klasnu analizu koliko je obrađuju znanstvenici u Europi. Što se Hrvatske tiče, klasna analiza je od početka devedesetih godina dvadesetog stoljeća zapostavljena. To ni ne čudi s obzirom na socijalističko nasljeđe i javno mišljenje kako je Jugoslavija negativno interpretirala marksističku teoriju i klasnu analizu.



Nekoliko godina od objave članka u radu pod nazivom *Što (ni)je dobiveno revitalizacijom klasne analize u hrvatskoj sociologiji?* Napisali su:

„Nadalje, vezano za korištene teorije, sociološka revitalizacija klasne analize u hrvatskom kontekstu nije i revitalizacija marksističke klasne analize. U većoj mjeri je čini korištenje nekih već standardiziranih „mjera“ klasne analize koje su u duhu „neoveberovske“ klasne analize, kao i nove teorijske konceptualizacije inspirirane bourdieovskom klasnom analizom“ (Doolan, Cepić, Tonković, 2023, str.155).

Spasić 2006. godine piše rad o akumulaciji kulturnog i socijalnog kapitala u postsocijalizmu kao refleksiju na trenutni status. U tom kvalitativnom istraživanju sudjelovalo je tristo ispitanika u devetnaest gradova Srbije. Iako se i u tom istraživanju većina sudionika samoidentificirala sa srednjom klasom, Spasić navodi zanimljivosti koje ukazuju na promjene unutar tog sloja. „...u najvećem broju slučajeva, ispitanici u istom dahu pokreću još nekoliko značajnih potpitanja, koji se kristaliziraju u niz često ponavljanih motiva. Jedan od njih je *propadanje srednje klase*, drugi *devalvacija obrazovanja*, treći *raskorak između realnog i normativnog* (Spasić, 2006, str.147-148).

Kao i Marxova klasna teorija, i Bourdieova teorija naglašava važnost reprodukcije klasne stratifikacije. Marx ukazuje na perpetuiranje ekonomske nejednakosti u kapitalističkom društvu, dok Bourdieu problematizira prenošenje privilegija i mogućnosti s generacije na generaciju, kao rezultat posjedovanja kulturnog kapitala. Cepić i Doolan, nadovezujući se na suvremeni kontekst klasne analize pišu: „Na primjer, članci koji se bave kulturnom potrošnjom uglavnom se koriste Bourdieovim konceptualnim aparatom (polje, kapital, habitus), sudjeluju u raspravama o njegovim glavnim idejama (homologija ukusa i vertikalno-horizontalna struktura društvenog prostora), a neki čak primjenjuju statističke tehnike koje je razvio Bourdieu (višestruka korespondencijska analiza)“ (Cepić, Doolan, 2018, str.255).

## Pierre Bourdieu – habitus, ukus i kulturni kapital

Marxovo promišljanje održavanja klasnih nejednakosti temelj je za sva daljnja teoretiziranja u sklopu kritičke misli pa tako i one Pierra Bourdieua. Bourdieu smatra kako kulturni simboli poput onih u umjetnosti, književnosti i jeziku igraju važnu ulogu u održavanju klasnih odnosa, odnosno

u reprodukciji klasne stratifikacije koja se prenosi generacijski. Bourdieu je u svojem kapitalnom djelu „Distinkcija“ proveo istraživanje nad 1217 ispitanika od 1963. do 1967. godine. „Istraživanjem se nastojalo utvrditi kako su kultivirane dispozicije i kulturalne kompetencije otkrivene u prirodi konzumiranja kulturnih dobara.“ (Bourdieu, 1996, str.13).

Bourdieu potječe iz radničke obitelji, skromne intelektualne i socijalne podloge. U njegovim radovima često se osjeća nezadovoljstvo i opterećenje vlastitom obiteljskom pozadinom. Pretpostavlja se da je to usmjerilo Bourdieua na proučavanje kritičke misli te je svoj rad usmjerio prema otkrivanju struktura moći i društvene stratifikacije u svijetu.

## Habitus

Razumijevanje Bourdieua počinje od ključnog koncepta kojega je razvio, koncepta habitusa. „Habitus je generativno načelo objektivno klasificirane prosudbe i sustava klasifikacije tih praksi“ (Bourdieu, 1996, str. 130). Prema tome, habitus obuhvaća sve dispozicije i vrijednosti koje oblikuju naše misli, djela i osjećaje, a u nama su utjelovljene. Primarna misao koja se proteže u ideji habitusa jest ta da je habitus temeljni koncept koji nesvjesno oblikuje naše djelovanje i preferencije, a ovisi od okruženja u kojemu se nalazimo odnosno u kojemu smo odrastali. Možemo reći kako je habitus sklop onoga što čini pojedinca poput mišljenja, osjećanja, načina djelovanja i ukusa, a rezultat je djelovanja društvene okoline i odgoja. Tako će na habitus pojedinca utjecati spol/rod, etnička klasa, obrazovanje pojedinca i njegovih roditelja, vršnjaci, ekonomski status itd.

Primjerice, habitus osobe koja je odrastala u imućnom okruženju naveliko će se razlikovati od onoga tko potječe iz radničke klase. Prema Bourdieu, te razlike nisu samo ekonomske, već sežu mnogo dublje. Prvo, ponašanje – Osobe višeg ekonomskog kapitala u većoj mjeri sudjeluju u elitnijim aktivnostima od onih slabijeg imovinskog stanja, u to su uključeni razni sportovi, bolje škole pa prema tome najčešće viša razina institucionalnog obrazovanja, putovanja i doticaj s drugim kulturama. S druge strane, osobe nižeg ekonomskog kapitala nisu u mogućnosti priuštiti si sve navedeno pa će češće sudjelovati u onome što im je dostupno. Drugo, vrijednosti i norme – Imućnijim osobama obrazovanje je mnogo dostupnije, stoga su njihove vrijednosti često zasnovane na važnosti obrazovanja, poslovnom uspjehu svakog pojedinca, individualizmu i suvremenosti. Za osobe iz niže klase poticat će se tradicionalne vrijednosti poput osnivanja obitelji, dobrobiti zajednice, religije i slično. Treće, jezik – Formalan način izražavanja, smatra se, održava nečije obrazovanje i društveni status, dok je žargon česti oblik govora korišten u radničkoj sredini.

Četvrto, ukus – Napoljetku, visoki društveni status cijeni i takozvanu visoku kulturu poput klasične glazbe, umjetničkih djela koja nisu intelektualno svima razumljiva. Nasuprot visokoj kulturi nalazi se popularna kultura, prevladavajuća, lako razumljiva i, posebice u zapadnom svijetu, ali i u drugim djelovima svijeta, svima dostupna.

Habitus se prenosi generacijski jer je vrlo teško ostaviti pozadi ono što nam je poznato, u čemu smo odrasli i što smo već internalizirali. Prema Bourdieu, habitus je subjektivan, ali ne individualno utemeljen sustav internaliziranih struktura, mišljenja i djelovanja koji je zajednički svim pripadnicima neke grupe ili klase. Bourdieu propituje visoko stratificirano klasno društvo u kojemu živimo. Vladajuća manjinska klasa jest ona buržujaska, visoke kulture i visoke moći, a druga, potlačena klasa jest ona radnička. U takvom društvu habitus dominantne klase je cijenjen, a onaj radničke klase smatra se nižim.

## Ukus

„Ukus je posrednik u spajanju boja i ljudi koji su dobro usklađeni parovi s obzirom na ukus... habitus potvrđuje svoju srodnost s drugim habitusima“ (Bourdieu: 1996, str.243). Ukus je usko povezan uz habitus, od nekih najbanalnijih ali najosnovnijih primjera poput hrane koja je usko vezana uz kulturu u kojoj živimo. Hrana koju pripremamo jedinstvena je ovom podneblju, određena paleta začina i namirnica koje pristaju našem nepcu i gode nam. Hrana drugih kultura ponekad će nam biti, za nas, neuobičajeno začinjena ili pak neukusna zato što je vezana uz drugačiju kulturu i način pripreme. Prema tome možemo dati definiciju da je ukus skup preferencija oblikovan pojedinčevom okolinom, iskustvima i kulturom, društveno je uvjetovan ali isto tako podložan promjenama odnosno nije definitivan. „Ukus je personaliziran, individualiziran i neizbježan. Rezultat je složenog procesa koji miješa našu klasnu poziciju, pozadinu i osobna iskustva“ (Geary, 2020, str.289).

„Ukusi su praktične afirmacije neizbježne različitosti. Nije slučajno da se, kada ih treba opravdati, postavljaju čisto negativno, odbijanjem drugih ukusa“ (Bourdieu, 1996, str.56). Mnogi konflikti proizlaze upravo iz različitosti ukusa. Već se od malih nogu djeca dijele na one koji slušaju jednu vrstu glazbe i one koji slušaju drugu, koji gledaju određene sadržaje na televiziji i one koji od najranijih godina čitaju književna djela. Taj obrazac nastavlja se i kasnije u odrasloj dobi te postaje još izraženiji ako okolnosti ne prisiljavaju pojedince da borave na istim mjestima poput škole. Društvo se u pogledu kulturnih preferencija dijeli, pojednostavljeno govoreći, na one koji se druže

u mjestima poput popularnih klubova i one koji se družu u mjestima kao što su kazališta. Ukus podržava klasnu podjelu, a intolerancija tuđeg ukusa može biti izuzetno nasilna. „Naša prosudba nikada nije oslobođena našeg ukusa“ (Geary, 2020, str.280-281). U suvremenom zapadnom svijetu, gdje je individualizacija izraženija no ikad prije, društvene razlike, kulturne razlike postaju svakim danom sve očitije.

Neizbježno je razmišljati o tome koliko je ukus vezan uz naš habitus. Sve ono što volimo ima svoju podlogu u načinu našeg odrastanja. Kakvu su glazbu slušali naši roditelji, u kakvoj smo se školi obrazovali, tko su nam bili prijatelji, a tko njihovi roditelji? Sve su to pitanja koja valja postaviti ukoliko želimo dokučiti porijeklo vlastitoga ukusa.

## Kulturni kapital

Koncept kapitala do pojave suvremene sociološke misli odnosio se samo na ekonomski kapital, dakle, ekonomska dobra ili druge resurse usko vezane uz proizvodnju i povećanje ekonomskog profita, što je opisao Marx. Kasnije je Bourdieu razradio konfliktnu teoriju dodajući ekonomskom još dvije vrste kapitala, socijalni i kulturni kapital, kao i specifičnu kategoriju simboličkog kapitala. Ekonomski kapital, kao što je već rečeno, obuhvaća ono što je Marx opisao, materijalni kapital te Bourdieu nije mijenjao njegovu definiciju. „Socijalni kapital je skup resursa, aktualnih ili potencijalnih, kojima raspolažu pojedinci ili grupe zahvaljujući trajnoj mreži manje ili više institucionaliziranih odnosa uzajamnog priznanja...“ (Bourdieu, 1996, str.252). U Enciklopediji Britannici socijalni kapital se definira na sljedeći način: „Socijalni kapital koncept je u društvenim znanostima koji uključuje potencijal pojedinca da osigura korist i iznađe rješenje svojih problema kroz članstvo u društvenim mrežama“ (Poteyeva, para.1). Prema Bourdieu teorija socijalnog kapitala ide u prilog ideji reprodukcije socijalnih nejednakosti, kao uostalom i druge opisane vrste kapitala. Oni koji posjeduju širi socijalni kapital imaju veće mogućnosti napredovanja u životu zahvaljujući društvenoj mreži koju su ostvarili. Ponekad je za uspjeh dovoljno poznavati i samo jednu osobu širokog socijalnog kapitala. S druge strane, oni slabijeg socijalnog kapitala susretat će se s mnogim teškoćama. Poznanstvo u ovom slučaju doista otvara mnoga vrata, iako se događa da na mnoge načine, samo po sebi, neće biti dostatno već zahtjeva određene preduvjete. Iz tog razloga Bourdieu širi koncept socijalnog kapitala na podtip koji naziva simbolički kapital. Simbolički kapital kompleksnija je verzija socijalnog kapitala, a polazi od činjenice da svako

društvo dodjeljuje vrijednost određenim simbolima. Ti simboli se pojavljuju u nekakvom obliku društvenog priznanja kao što su reputacija, titula, autoritet i slično.

Naposljetku, Bourdieu uvodi treći oblik kapitala, kulturni kapital. „Bourdieu je definirao kulturni kapital kao „poznavanje legitimne kulture društva“, ono što bismo mogli nazvati visokom kulturom. Prepoznao je kako obitelji prenose kulturni kapital svojoj djeci upoznavajući ih s plesom i glazbom, vodeći ih u kazališta, galerije i na povijesna mjesta te razgovarajući o književnosti i umjetnosti za stolom“ (Cairns, 2019, para.3). Prema Bourdieu, postoje tri vrste kulturnog kapitala: Prvo, utjelovljeni kulturni kapital – U njega spadaju sve vještine i sva znanja koja je pojedinac razvio putem vlastitog obrazovanja i socijalizacije. To je oblik kulturnog kapitala kojeg pojedinac internalizira putem životnog iskustva. Utjelovljeni kulturni kapital manifestira se putem ponašanja, jezik, raznih vještina i slično. „Postoji u obliku dugotrajnih dispozicija uma i tijela“ (Richardson, 1986, str.17). Drugo, objektivizirani kulturni kapital – Oblik je kulturnog kapitala najbliži ekonomskom kapitalu. Odnosi se na materijalne objekte koje pojedinac posjeduje, a predstavljaju kulturnu vrijednost. Osim kulturne, takvi objekti često ulaze i u sferu visoke ekonomske vrijednosti. Primjerice to su umjetnička djela slikarstva, kiparstva, glazbe i dr. Treće, institucionalizirani kulturni kapital – Odnosi se na vrijednosti koje su formalno institucionalizirane, najčešće, putem obrazovanja. U institucionalizirani kulturni kapital ubrajamo diplome i titule, certifikate stečene putem profesionalnih organizacija. Ovaj oblik kulturnog kapitala često će biti utjelovljen u nekom obliku autoriteta, nerijetko akademskog i profesionalnog.

Bourdieuova premisa nalaže kako je kulturni kapital ključni čimbenik u reprodukciji nejednakosti u suvremenom društvu. Naime, kulturni je kapital oblik kapitala koji se u najvećoj mjeri naslijeđuje i slijedi zakon da se prenosi s generacije na generaciju putem socijalizacije. Na primjer, obitelji visokog kulturnog nasljeđa svojim će potomcima pružiti mnogo više mogućnosti za stjecanjem kulturnog kapitala od onih koji rastu u obiteljima koje to nisu u mogućnosti. Problem nastaje pri tome što je i obrazovni sistem podređen dominantnoj klasi, u ovom slučaju onima koji su visokog ekonomskog, kulturnog i socijalnog kapitala i svoje znanje pokušavaju prenijeti na način razumljiv samo onima koji dolaze iz istog miljea. Ne samo to, već se visoki kapital glorificira, dok se niži podsmjehuje što dovodi do simboličkog nasilja. Takvo okruženje stvara “začarani krug” gdje je onima čije obitelji nisu iz dominantne klase i nemaju visoku razinu niti

jednog kapitala, gotovo nemoguće izaći iz habitusa u kojemu su rođeni. Upravo o tome Bourdieu govori kada objašnjava da svaka vrsta kapitala dovodi do reprodukcije nejednakosti u društvu.

U Hrvatskoj znanosti 20. i 21. stoljeća kulturni kapital i međugeneracijsko prenošenje istoga učestala je tema socioloških istraživanja. Hrvatska znanost često problematizira utjecaj roditeljskog kulturnog kapitala na njihovu djecu. Boneta, Čamber Tambolaš i Ivković su 2013. godine proveli anketu u jednom riječkom vrtiću na 343 roditelja i rezultate prezentirali u radu pod nazivom „Oblici roditeljskog glazbenog kulturnog kapitala i glazbena socijalizacija djece rane i predškolske dobi“. Cilj njihova istraživanja bio jest utvrditi povezanost glazbenog kulturnog kapitala roditelja sa onim njihove djece. Tada su ustvrdili: „Postojanje statističkih značajnih veza razine obrazovanja majki i indikatora glazbene socijalizacije djece objašnjavamo dvama razlozima. Prvi, u duhu Bourdieua, da je rast aspiracija u obrazovanih majki način društvene promocije vlastite djece. Budući da se ista veza samo sporadično pojavljuje kod očeva, možemo zaključiti da je uloga majke važnija u prijenosu kulturnog kapitala na djecu rane i predškolske dobi. Drugi razlog, koji smatramo čak i važnijim od prethodnoga, jest rodna podjela roditeljskih zadaća u odgoju djece rane i predškolske dobi. Naime, majke realiziraju ulogu poželjnog majčinstva preuzimanjem brige za veliku većinu aktivnosti djeteta te dobi“ (Boneta, Čamber Tambolaš i Ivković, 2013, str.32).

Sve su vrste kapitala međusobno isprepletene i bitne jedna za drugu. Primjerice posjedovanje velikog kulturnog kapitala može pomoći u stjecanju ekonomskog, što na kraju dovodi do povećanja socijalnog kapitala, a samim time i reputacije odnosno simboličkog kapitala. U vrijeme individualizacije i modernizacije, kada nam je dostupan veliki broj informacija, postoje možda nešto lakši načini za stjecanje kulturnog kapitala nego onda kada je Bourdieu pisao djelo Distinkcija. Iako i dalje živimo u svijetu nejednakosti, pojedincima je kultura nešto dostupnija. Više nego ikada prije, pojedinci imaju mogućnost izražavanja vlastite individualnosti i stvaranja vlastitoga identiteta kroz različite kulturne izričaje, prema tome, individualizacija ima veliku ulogu u promjeni kreiranja kulturnog kapitala koji više nije određen isključivo generacijski.

## *Highbrow* i kultura, omnivori i kulturni snobovi

Richard A. Peterson američki je sociolog, predavač na mnogim sveučilištima u SAD-u i teoretičak kulturne sociologije. 1996. godine Peterson i njegov kolega Roger M. Kern, pišu članak pod nazivom “*Changing Highbrow taste: from Snob to Omnivore*”, bitno istraživanje koje je promijenilo način promatranja sociologije kulture iz bourdieovskog pogleda u novi, drugačiji pogled. *Highbrow* kultura podrazumijeva visoku kulturu poput klasične glazbe i opere. Prema tome, Peterson i Kern opisuju snoba kao osobu koja participira samo u aspektima *highbrow* kulture, no ne i *lowbrow* (jeftine, niske kulture) i *middlebrow* (konvencionalne kulture). Omnivori s druge strane barem su otvoreni prema uživanju svih oblika kulture.

“Pet glazbenih žanrova smatra se *lowbrow*: country, bluegrass, gospel, rock i blues” (Peterson i Kern, 1996, str.901). “Tri su *middlebrow* žanra: *mood/easy listening music* (opuštajuća ambijentalna glazba lagana za slušanje), Broadway mjuzikli i *big band* glazba (glazba velikih orkestara)” (Peterson i Kern, 1996, str.901). Ova se vrsta glazbe, u nekim društvenim krugovima, smatra “lošim ukusom”.

Iako nije prošlo mnogo godina od istraživanja Peterson i Kerna, kultura se uistinu izmijenila, pa bi klasifikacija ovih žanrova danas bila pomalo drugačija. Također, teško je istu vrstu glazbe staviti u suvremeni hrvatski kontekst, iako, postoje inačice i ovdje. Primjerice, u Hrvatskoj bi turbofolk bio relevantan oblik *lowbrow* kulture, rock i blues danas možda ne bi klasificirali kao *lowbrow* već *middlebrow*, a njihovo mjesto bi preuzeli pop i RnB. S tom mišlju, društvo je prošlo mnoge promjene u zadnjih nekoliko desetljeća, a Petersonovo i Kernovo istraživanje provodilo se od 1982. godine do 1992. godine. Iz tog razloga, postavlja se pitanje o trenutačnoj relevantnosti, barem kada su u pitanju temeljni preduvjeti ovog istraživanja. Ipak, glavna hipoteza koju su Peterson i Kern oblikovali i potvrdili, a to je, da su osobe koje su nekada bile zainteresirane više za *highbrow* kulturu u deset godina istraživanja postale kulturni omnivori. Ta je potvrda mjerodavna i danas, a može nas navesti na zaključak, da su nakon više od trideset godina, kulturni snobovi gotovo iščezli iz društva, imaju mnogo godina ili se pak nalaze u velikoj manjini. “Nalazi ove studije podržavaju tezu da omnivori zamjenjuju snobove među *highbrow* Amerikancima” (Peterson i Kern, 1996, str.903).

Što se tiče hrvatskih istraživanja o kulturnom kapitalu, Marčelić, Tonković i Krolo su 2020. godine objavili rad pod nazivom 'Klasika, Punk, Cajke: Kulturni kapital i vrijednosti mladih u gradovima

na jadranskoj obali'. U radu su iznijeli rezultate empirijskog istraživanja provedenog na uzorku srednjoškolskih učenika iz šest jadranskih gradova. Marčelić, Tonković i Krolo u istraživanjima su došli do zanimljivih zaključaka poput toga da je spol relevantan indikator razlike u navikama gledanja televizijskog sadržaja. Naime, žene odnosno djevojke gledaju reality programe čak 40% posto više od muškaraca. Reality televizija, iako nije usko povezana s temom ovoga rada, značajka je *lowbrow* i masovne kulture. Trebali bi biti poštteni i iako istraživanje pokazuje kako žene 40% više sudjeluju u jednom obliku *lowbrow* kulture, iz samog promatranja lako je za pretpostaviti kako i muškarci sudjeluju u nekom obliku *lowbrow* kulture. Možda video igrice? „Pokazalo se kako obrazovanje roditelja ispitanika nema značajan utjecaj na odabir televizijskog sadržaja, ali zato broj knjiga u kućanstvu (objektivirani kulturni kapital) i afiniteti roditelja prema pop-folk glazbi imaju značajan utjecaj na navike gledanja televizijskih sadržaja ispitanika“ (Marčelić, Tonković, Krolo, 2020, str.310). Ovi nalazi govore kako roditelji doista imaju znatan utjecaj na kulturni kapital njihove djece, no možda ne u tolikoj mjeri naspram trideset godina ili u vrijeme kada je Bourdieu pisao svoju Distinkciju.

### Kratka povijest Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu

Hrvatsko narodno kazalište predstavlja iznimnu instituciju visoke kulture, možda čak i neospornu nositeljicu najviše razine takve kategorije u Hrvatskoj. Kazalište je osnovano 1833. godine kada je trgovac Kristofor Stanković izgradio zgradu kazališta na Markovom trgu dobitkom dobivenim na bečkoj lutriji. U vrijeme Habsburške monarhije kazalište je djelovalo većinski na stranom jeziku “A kad je povrh svega nastupilo razdoblje najcrnje reakcije, desetogodišnji mračni Bachov apsolutizam koji je ukinuo ustav, zabranio svaku upotrebu hrvatskog jezika u javnim ustanovama i pod prisilom zaveo njemački jezik – suton narodne misli bio je potpun” (Cindrić, 1980, para.4). 24. studenog 1860. godine, pri početku predstave na njemačkom jeziku, sa samo jednim hrvatskim glumcem u ansamblu, kada su s pozornice odjeknule prve riječi na njemačkom jeziku, zagrebačka je publika digla neviđenu buku, a s galerije su poletjela jaja i trulo voće. Upravo tada, u narodnom kazalištu u Zagrebu, prekinut je desetogodišnji Bachov apsolutizam, a na hrvatskoj je pozornici hrvatski jezik postao primarni. I danas, ovaj se datum obilježava Nagradama hrvatskog glumišta. Tuđinska kultura je onda bila nametana i lako prihvaćana kao ona ispravna. To se njemački govor i tuđinska umjetnost smatrala ispravnom kulturom i visokim kulturnim kapitalom.



Publika je voljela kazalište, a opera je itekako bila živa. Upravo u vrijeme Austro-Ugarske stvarali su Vatroslav Lisinski i Ivan pl. Zajc, a velike su operne primadone poput Sidonije Erdody-Rubido bile slavne zvijezde tog vremena. Takvoj popularnosti kazališta svjedoči i izgradnja nove kazališne zgrade 1895. godine. Naime, katastrofalni potres pogodio je Zagreb 1880. godine. Tada je već zaključeno kako je stara zgrada na Markovom trgu dotrajala. 1894. se sklapa ugovor s bečkim arhitektima Hellmerom i Fellnerom, a u listopadu 1895. godine, samo šesnaest mjeseci od početka gradnje, otvorena je nova kazališna zgrada na tadašnjem Sajmišnom trgu. „Podizanje nove zgrade omogućilo je da Zagreb i hrvatska kazališna umjetnost krenu bržim koracima za scenskim uzorima naprednijeg kazališnog svijeta“ (Cindrić, 1980, para. 13). U ono vrijeme očite težnje i ljubav prema kazalištu i klasičnoj umjetnosti, publika je na svakoj predstavi mnogobrojna i dobro poznaje kazališni repertoar.

Kazalište se kroz vrijeme i kroz razne države kroz koje je prošlo, širilo i živjelo. O popularnosti kazališne umjetnosti tada, govori i činjenica da je Hrvatsko narodno kazalište imalo i vrlo posjećenu ljetnu pozornicu, a radi velike zainteresiranosti početkom 20. st. otvaraju glumačku školu. Za novu kazališnu zgradu mnogi su građani uplatili dobrovoljni prilog, ponovimo da je trgovac Kristofor Stanković dobitkom na lutriji inicirao izgradnju stare zgrade. Teško je uopće i zamisliti suvremeni svijet koji diše za kulturu na ovakav način.

## Cilj istraživanja, istraživačka pitanja i teorijske pretpostavke

Predmet istraživanja jest ukus i kulturni kapital publike Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu. Sukladno naslovu, ciljevi istraživanja su dubinsko razumijevanje ukusa i kulturnih preferencija publike Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu te uvidi o ekonomskom, društvenom i kulturnom kapitalu intervjuiranih sudionika istraživanja. Specificirani ciljevi odnose se na istraživanje teze generacijskog prenošenja kulturnog kapitala i utvrđivanja povezanosti gledanja predstava u institucijama visoke kulture s ostalim kulturnim oblicima kao što su odlasci u muzeje i na koncerte te provesti raščlambu habitusa intervjuiranih sudionika, i otkriti u kojoj mjeri prate različite oblika visoke, popularne i niske kulture.

Svrha istraživanja jest produbiti dosadašnje spoznaje o ukusu i kulturnim preferencijama kazališne publike, a prije svega publike Hrvatskog narodnog kazališta.

Istraživačka pitanja:

Istraživačka pitanja inspirirana su pod pretpostavkama navedenim u literaturi obrađenoj u teorijskom okviru. Pitanja se odnose na generacijsko prenošenje kulturnog kapitala kakvo je opisao Bourdieu te relevantnosti kulturnih snobova i omnivora u današnjici, teoriju koju su razradili Peterson i Kern.

1. Postoji li generacijski način prenošenja kulturnog kapitala kod intervjuiranih sudionika?
2. Postoji li povezanost između odlaska u Hrvatsko narodno kazalište s konzumiranjem ostalih oblika kulture?
3. Na koji način je ukus intervjuiranih ispitanika povezan s njihovim preferencijama kazališnih predstava?
4. Postoje li među mlađom populacijom kulturni snobovi?

## Metodologija istraživanja i uzorak

U cilju postizanja dubinskog uvida pojedinca kakav se može dobiti samo kroz kvalitativne pristupe istraživanju, odabrani način prikupljanja podataka bio je intervju. Ukupno je provedeno petnaest polustrukturiranih intervjua u razdoblju od 16. travnja 2023. godine do 17. svibnja 2023. godine. Dio intervjua, njih osam, provedeno je licem u lice te sniman na snimaču zvuka, dok je drugi dio, njih sedam, provedeno putem aplikacije WhatsApp.

Pri provođenju intervjua i traženjem novih sudionika postojala su neka ograničenja, manjkavosti i teškoće. Primjerice, dio predloženih potencijalnih sudionika nisu bili zainteresirani za intervju što je odužilo i otežalo daljnje istraživanje. Nadalje, mahom mlađa populacija nije pokazivala povjerenje pri intervjuu licem u lice i izražavali su negodovanje pri tome; dakle, drugi je dio ispitanika preko aplikacije WhatsApp izrazio manjak vremena za intervju licem u lice. Upravo zato je, iako nije bilo u prvotnom planu, tek naknadno dio intervjua proveden putem aplikacije.

Trebalo bi napomenuti kako su intervjui provedeni putem aplikacije WhatsApp, iako praktični, pokazali neke manjkavosti. Sudionici su svoje odgovore izražavali službenije i književnije, manje prirodno, nego što se to pokazalo interakcijom licem u lice. Takvi, hladniji i sažetiji odgovori, u nekim slučajevima, rezultirali su smanjenom dubinom podataka. Također, intervjui provedeni putem aplikacije WhatsApp pokazali su se manjeg obima s obzirom na to da su odgovori bili sažetiji. Nadalje, komunikacija licem u lice omogućuje bogat uvid u život pojedinca, odnosno sve ono što takva vrsta komunikacije pruža između redova. Govor tijela, što je osoba odjenula, koje je

bilo mjesto susreta te sam razgovor prije i nakon intervjua daje drugu dimenziju i veću dubinu od komunikacije online.

Intervjuirani sudionici uzorkovani su iz ciljane populacije pretplatnika i posjetitelja Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu. Sudionici predstavljaju neprobabilistički namjerni uzorak prikupljen metodom snježne grude, a prva je sudionica bila osobna poznanica.

Sociodemografski podatci sudionika istraživanja:

SUDIONIK	ROD	DOB	STRUČNA SPREMA	ZANIMANJE	MJESTO ROĐENJA
SUDIONICA BROJ 1	Ž	25	SSS	studentica	Zagreb
SUDIONICA BROJ 2	Ž	83	VSS	umirovljenica	Otoka (BiH)
SUDIONICA BROJ 3	Ž	72	SSS	umirovljenica	Zagreb
SUDIONIK BROJ 4	M	76	VSS	umirovljenik	Zagreb
SUDIONICA BROJ 5	Ž	51	SSS	administrativni referent	Zagreb
SUDIONICA BROJ 6	Ž	23	VŠS	studentica	Zagreb
SUDIONIK BROJ 7	M	28	VSS	inženjer	Ivanić Grad
SUDIONIK BROJ 8	M	28	VŠS	student	Split
SUDIONIK BROJ 9	M	26	VSS	nezaposlen	Zagreb
SUDIONICA BROJ 10	Ž	26	VŠS	studentica	Zagreb

SUDIONICA BROJ 11	Ž	24	VŠS	studentica	Zagreb
SUDIONICA BROJ 12	Ž	69	VSS	umirovljenica	Varaždin
SUDIONICA BROJ 13	Ž	25	VSS	logopedica	Zagreb
SUDIONICA BROJ 14	Ž	63	VŠS	učiteljica razredne nastave	Dubrovčak
SUDIONIK BROJ 15	M	54	VSS	policijski inspektor	Zagreb

## Rezultati i rasprava

U provedenom istraživanju, kao što je već pisano u redovima iznad, sudjelovali su posjetitelji Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu. U ovom ćemo poglavlju temeljito obraditi rezultate iskustva pojedinaca koji su sudjelovali u ovom istraživanju. Naglasak je na dubokom uvidu u preferencije, ukus i naslijeđeni, odnosno ne naslijeđeni kulturni kapital sudionika. Kroz niz pitanja o sociodemografskim podacima i kulturnim preferencijama prikupljeni su podaci koji su omogućili sagledavanje kompleksnih faktora koji oblikuju ukus i kulturni kapital publike Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu. Sudionici ovog istraživanja različitih su socijalnih pozadina, različitih društvenih slojeva i bili su izloženi različitim kulturnim utjecajima. Pitanjima sociodemografske prirode stvoren je temelj za dublje razumijevanje kazališne publike. Nadalje, pitanjima koja se tiču ukusa i kulturnog nasljeđa omogućen je dublji uvid u povezanost individualnih preferencija s oblikovanjem putem kontekstualnih, obiteljskih i društvenih utjecaja. Postavlja se pitanje kako su različiti utjecaji poput tradicije, obitelji i društva oblikovali kulturni identitet pojedinca. Također, ovim je poglavljem obrađena tema raznolikosti ukusa različitih generacijskih skupina. Naposljetku, ovi rezultati istraživanja otvaraju prostor za dublju raspravu o ulozi Hrvatskog narodnog kazališta kao generatora kulturnog kapitala u suvremenom, medijski prožetom, društvu.

## Sociodemografski podatci sudionika

Sociodemografski podatci intervjuiranih sudionika u ovom istraživanju pružaju dublji uvid u raznolikost uzorka. Iako je već prikazana tablica sociodemografskih karakteristika sudionika u ovom ćemo poglavlju rezimirati i povezati glavne individualne sličnosti i raznolikosti. Prvenstveno, od ukupno petnaest provedenih intervjuja, dvije trećine su bile žene. Njih je bilo deset, dok su muškarci sačinjavali trećinu, njih pet, intervjuiranih. Točnije, od četiri pojedinaca koji su odbili intervju iz raznih razloga, njih čak troje su bili muškarci. Nadalje, dobna struktura sudionika u istraživanju značajno je varirala, najmlađa sudionica je tako u vrijeme intervjuja imala 23 godine, dok je najstarija sudionica imala 83. Prosjek godina sudionika jest  $X = 44,87$  dok je medijalna vrijednost  $M = 28$ . Primijećeno je kako je obrazovna struktura bila nešto homogenija, većina intervjuiranih sudionika, njih sedam, imaju visoku stručnu spremu, a njih četvero su studenti, od toga njih troje su na diplomskoj razini. Ostali sudionici su srednje stručne spreme, dok je sudionica broj 14, učiteljica razredne nastave, kroz sustav obrazovanja u prijašnjem sistemu stekla višu stručnu spremu. U pogledu mjesta prebivališta, svi sudionici trenutno žive u gradu Zagrebu. Njihovi životni uvjeti variraju, u tome se ističu sudionica broj 3 i sudionik broj 4 koji žive u umirovljeničkom domu, sudionica broj 6 živi u iznajmljenom stanu s cimerom, a ostali u vlastitim domovima, mlađi s roditeljima, osim sudionice broj 1 koja živi u vlastitom stambenom objektu sa sestrom. Bitno je naglasiti kako je većina sudionika rođeno u Zagrebu, njih 10. Sudionica broj 2, jedina je rođena izvan Hrvatske, iako za vrijeme bivše države, u mjestu Otoka u Bosni i Hercegovini, sudionik broj 7 rođen je u Ivanić Gradu, sudionik broj 8 u Splitu, sudionica broj 12 u Varaždinu te sudionica broj 14 u Dubrovčaku. Dakle, samo su dvije sudionice rođene i odrasle u manjim i ruralnijim područjima. Ovakva geografska pozadina sudionika može ukazivati na drugačiju vlastitu kulturnu perspektivu. Nadalje, vezano uz imovinski status, većina se sudionika identificirala sa srednjim slojem odnosno smatraju da su srednjeg imovinskog stanja, dok samo jedan sudionik, sudionik broj 14, nije htio odgovoriti na ovo pitanje. Dakle, iako je većina sebe klasificirala kao srednji sloj, primijećeni su među njima drugačiji životni stilovi. Kao i kod Spasić 2006. godine, ovo istraživanje također otvara pitanje vezano uz propadanje srednje klase.

*„Trenutno je moja plaća ispod prosjeka, ali možda, to je neki srednji sloj. Mislim stvarno nemam izdataka previše. Živim s roditeljima i dalje pa nemam tih dodatnih izdataka, ono režije,*

*stanarina...Većinom štedim plaću za to otvaranje kabineta i za putovanja. Pa ono, čak bi rekla da živim bolje od prosjeka.“ (I13, Ž 26, logopedica)<sup>1</sup>*

*„Ha, a srednjeg valjda. Mislim sve je poskupilo sad. Malo me strah i te penzije, to ne znam kak ću se naviknut. Ajde imam dvoje djece, njih sam othranila, pozavršavali su fakultete i rade dobre poslove što se toga tiče. Za mene će ta penzija biti dovoljna...“ (I14, Ž 63, učiteljica razredne nastave)*

*„Pa... rekla bih srednje. Smatram se djelom srednje klase, ali nakon što platim fakultet, zato što sam na privatnom fakultetu. Uglavnom, nakon što platim fakultet za neke ostale luksuze imam puno manje novaca od prosjeka rekla bih. Ali sveukupno, ne bi rekla da mi nešto fali.“ (I1, Ž 25, studentica)*

Ovi odgovori upućuju na realan strah od degradacije u niži ekonomski sloj društva. No suprotno odgovorima o imovinskom stanju, većina je intervjuiranih sudionika ocijenila kako odlazak u kazalište, za njih osobno, nije luksuz. Na pitanje smatraju li odlazak u kazalište luksuzom, odgovarali su ovako:

*„To je užitak, za to bum uvijek imala peneze.“ (I3, Ž 72, umirovljenica)*

*„Ne, nikako. Karte su za naša kazališta, naspram ostalih u Europi stvarno jeftine.“ (I6, Ž 23, studentica)*

*„He, he, pa karte same po sebi nisu nekaj skupe, ali piće prije, piće nakon, nakupi se to. Iako to je nešto za mene što si volim priuštiti...Kazalište je baš nešto za kaj ću si uvijek odvojiti.“ (I14, Ž 63, učiteljica razredne nastave)*

## Odrastanje i obitelj

Odrastanje i obitelj ključni su čimbenici koji oblikuju kulturni kapital. Kako bismo razumjeli kulturni kapital publike Hrvatskog narodnog kazališta, započet ćemo od konteksta odrastanja intervjuiranih sudionika. Veliko pitanje koje se proteže kroz čitav ovaj rad je pitanje generacijskog prenošenja kulturnog kapitala te utjecaja ostale okoline. U istraživanju provedenom na 868 učenika

---

<sup>1</sup> I(broj) – označava redni broj sudionika/ce, Ž ili M označava rod/spol sudionika/ce, broj nakon označavaju godine sudionika/ce i na posljetku se nalazi trenutno zanimanje sudionika/ce.

srednjih škola autori su potvrdili: „Rezultati upućuju na važnost obiteljske socijalizacije u oblikovanju kulturnog ukusa, jer se najvažnijom pokazala sličnost preferencija kod roditelja i djece“ ( Krolo, Marčelić, Tonković, 2015, str.343). Generacijska perspektiva pruža uvid u bitnost obiteljskih vrijednosti, tradicija i kulturnih praksi koje su se prenosile s koljena na koljeno i oblikovale percepciju, ukus i preferencije pojedinaca. U tom slučaju, starije generacije internalizirani kulturni kapital prenose na mlađe generacije. Ideja prenošenja obrazaca u sociologiji postoji još od samih početaka: „Težina prošlosti uvijek tiho naređuje tok budućnosti...Mrtvi vladaju živima“ (Comte, 1875, str. 381). Naravno, svaka generacija sa sobom nosi nove elemente stoga su sudionici različitih dobnih skupina, reflektirajući društvene promjene kroz koje su prolazili, pokazali raznolikost odgovora i razmišljanja unutar ovog istraživanja. Starije i mlađe generacije, odrastajući u potpuno drugačijem kontekstu, vrijednosti, preferencije i stavovi o različitim temama unutar kulture, mlađih i starijih generacija znatno se razlikuju. Dakle, ovaj se komplet pitanja unutar intervjua odnosio na obiteljsku pozadinu sudionika. Odakle dolaze roditelji sudionika, što su bili po zanimanju? Stariji su sudionici navodili roditelje koji su većinom bili srednje stručne spreme, obično nekog zanata.

*„I otac i majka su iz Zagreba, otac je bio zanatlija, postolar. Učio je kod jednog starog postolara u Ilici, kasnije je otvorio svoju radnju...Majka je kao i ja bila medicinska sestra. Radnička obitelj.“*  
(I3, Ž 72, umirovljenica)

*„I mama i otac su rođeni u Varaždinu, mama je bila kućanica, brinula je o nama, djeci. Imam 3 sestre i brata tako da nas je bilo puno i ona je svo svoje vrijeme i ljubav, za nas je to dala. Tata je radio u tvornici tekstila, kasnije je to bio Varteks“* (I12, Ž 69, umirovljenica)

*„Moja je majka bila Kordunašica, iz Slunja. Nakon položenog poštanskog ispita je dobila posao u Otoci u pošti. Otac je bio obrazovan, bogat. Kad sam imala dvije godine tatu su ubili partizani, barem se tako onda pričalo. Njegovo tijelo nije nikad nađeno.“* (I2, Ž 83, umirovljenica)

S druge strane, mlađi sudionici i oni srednje dobi, većinom dolaze iz obitelji visokog obrazovanja. Upravo je ta starija generacija migrirala u urbanije sredine, obično radi obrazovanja i veće perspektivnosti koje je nudio grad.

*„Mama je radila u NAMI, Narodnom Magazinu onda, a tata je bio direktor u Zagrebačkim cestama. Oboje su došli na studij u Zagreb, inače je mama iz Dubrovnika, tata je iz Slavenskog*

*Broda...mama i tata su radili obadvoje, srednja građanska klasa.“ (I5, Ž 51: administrativni referent)*

*„Oba roditelja su iz Zagreba, oboje su završili fakultet. Mama je završila medicinu i radi u jednoj bolnici, a tata strojarstvo. Tata je od ove godine u mirovini, do tada je radio u HŽ-u.“ (I6, Ž 23, studentica)*

*„Roditelji su došli iz manjih sredina u Zagreb u srednju školu. Mama je iz Hercegovine, tata iz Zagorja. Mama je završila za farmaceutskog tehničara, krenula na faks al nije završila jer se zaposlila. Tata je diplomirani inženjer strojarstva“ (I9, M 26, nezaposlen)*

*„Otac je radio u Nizozemskoj u brodogradnji, a majka je bila liječnica opće medicine. Oboje su rođeni u Zagrebu.“ (I15, M 54, policijski inspektor)*

Sudionici ovog istraživanja dolaze iz različitih socioekonomskih i obiteljskih pozadina. Njihova obiteljska dinamika, iskustva koja nose sa sobom, interakcije, vrijednosti i tradicije koje su pratili u djetinjstvu u velikoj mjeri doprinose formiranju ukusa i kulturnog kapitala. U nekim obiteljima umjetnost i kultura su se držale kao najviše vrijednosti, u drugima to nije bio fokus.

*“Oboje vole mjuzikle. Imali smo na vhs kazeti snimku Cats i Jalta Jalta. To se vrtilo na repeat.” (I1, Ž 25, studentica)*

*„Majka je bila ta koja je poticala kulturno uzdizanje. Imali smo radio i gramofon, a majka je svirala...pianino je svirala. Izvrsno je svirala Chopena, ali za nas djecu bi obično otpjevala neku pjesmicu.“ (I4, M76, umirovljenik)*

*„Kod kuće se, po mom mišljenju, u normalnoj količini poticao dodir s umjetnošću i sa sve prisutnijim elektronskim medijima. Upućivalo me se na primjerene sadržaje koji bi poticali ili donekle bili u dodiru s glazbom, plesom, glumom ili nečim drugim.“ (I8, M 28, student)*

Postoji jasna distinkcija u odnosu na medije i medijske sadržaje koje su u djetinjstvu pratili oni stariji u odnosu na one mlađe. To naravno ne čudi, s obzirom na to da je televizija u Jugoslaviji počela emitirati prijenos 1956. godine. Starije su generacije odrastale bez televizije ili tek uz jedan televizor u susjedstvu. Danas, mnogi stariji sudionici spominju radio kao bitan medijski sadržaj što nam daje drugačiji pogled, pogleda da je radio itekako i dalje živ medij, možda ne toliko prisutan među mlađom populacijom, ali itekako prisutan među starijom. S druge strane, mlađe



generacije odrastaju uz, ne samo televiziju, već i mnoge druge elektroničke medije. Djetinjstvo mlađih sudionika prožeto je sjećanjima na televizijske programe, što ukazuje na veliku prisutnost televizijskog medija kao glavnog medija mlađim generacijama. U prvih nekoliko primjera vidimo odgovore mlađih sudionika koji naglašavaju prisutnost medijskih sadržaja, dok je dok ostali promjeri pokazuju odnos starijih sudionika prema medijima unutar okrija svog odrastanja. Mlađi su tako spominjali crtane filmove, dječje programe i audio i video kazete, a stariji radio emisije i tadašnji televizijski sadržaj koji tada nije nudio veliku raznolikost programa.

*“Sjećam se još i onih starih crtića Zagrebačke škole crtanog filma, Krava na mjesecu, Čarobnjakov šešir i slični crtići. U tome smo baš uživali.” (I1, Ž 25, studentica)*

*„U djetinjstvu smo najviše slušali one bajke na kazetama, to nam je mama prije spavanja puštala. Vuk i sedam kozlića, Snježna kraljica, a najdraža mi je bila Četiri godišnja doba. A ovak tijekom dana je obično svirao radio ili su znali biti uključeni glazbeni programi kao MTV i VIVA. Slušala se Shakira i Britney (haha). I normalno crtići, meni je najdraži bio Tom i Jerry, a bratu onaj neki mali detektiv. Pokemoni, Digimoni naravno i onaj pingvin neki koji je od glinamola napravljen.*

*E znaš šta sam se još sjetila, kad smo mali bili gledali smo onaj dječiji program, bila je Učilica, Žutokljunac, Bembo... to se nije propuštalo.“ (I13, Ž 26, logopedica)*

*“A ne, ne, nismo mi onda imali niti gramofon niti televiziju. Slušalo se ono što se pjevalo.” (I2, Ž 83, umirovljenica)*

*„Dok sam jako mala bila ne, bio je tranzistor jedan samo, kasnije kada sam školu upisala je bio neki televizor. Ja to nisam baš gledala.“ (I12, Ž 69, umirovljenica)*

*„Kako ne, moj otac je bio veliki protivnik televizije pa smo bježali kod susjeda pogledati koji film o kaubojima i Indijancima. (haha) Otišao bi i on ponekad pogledati dnevnik...“ (I4, M 76, umirovljenik)*

Osim navedenih medijskih sadržaja, gotovo svi intervjuirani sudionici, osim njih dvoje, naveli su važnost glazbe u doba odrastanja. Nekoliko njih dolazi iz obitelji gdje je netko od roditelja svirao instrument. Boneta, Čambler Tambolaš i Ivković su 2013. godine proveli anketu u jednom riječkom vrtiću na 343 roditelja i rezultate prezentirali u radu pod nazivom „Oblici roditeljskog

glazbenog kulturnog kapitala i glazbena socijalizacija djece rane i predškolske dobi“. U tom istraživanju, zaključeno je kako:

„Na glazbene odgojne prakse i posjedovanje materijalnih resursa u većoj mjeri utječu glazbeno obrazovanje i glazbeni angažman od općeg obrazovanja roditelja. Roditeljsko glazbeno obrazovanje i njihov glazbeni angažman povezani su s pojedinim indikatorima utjelovljenog i objektiviranog kapitala njihove djece. Primjerice, glazbeno obrazovaniji roditelji djeci češće puštaju klasičnu glazbu i češće muziciraju s njima na instrumentima, učestalije prakticiraju aktivnosti glazbene odgojne prakse, a djeca im posjeduju više glazbenih materijalnih resursa. Možemo zaključiti da u glazbenoj socijalizaciji djece rane i predškolske dobi roditeljsko glazbeno obrazovanje i njihov glazbeni angažman imaju veću ulogu od općeg obrazovanja“ (Boneta, Čamber Tambolaš, Ivković, 2016, str.32).

Iako od intervjuiranih ispitanika samo jedan navodi roditelja s formalnim glazbenim obrazovanjem, nekoliko njih navelo je roditelje koji sviraju instrument ili su nekada djelovali u zboru.

*„Majka je odrasla u Pločama, a sada živi u Splitu i radi kao profesorica klavira u jednoj glazbenoj školi... U kući je često svirao radio, gotovo od jutra do mraka, tako da je kontakt s glazbom bio konstantno prisutan.“* (I8, M 28, student)

*“Baka je bila u studentskom zboru Ivan Goran Kovačić kao mlada, a imala je i sluha, pa je ona uvijek pjevala. Najviše mi se urezala hrvatska verzija “tamo iznad duge” iz Čarobnjaka iz Oza.”* (I1, Ž 25, studentica)

*„Majka je bila ta koja je poticala kulturno uzdizanje. Imali smo radio i gramofon, a majka je svirala...pianino je svirala. Izvrsno je svirala Chopena, ali za nas djecu bi obično otpjevala neku pjesmicu.“* (I4, M 76, umirovljenik)

Značajan broj sudionika istraživanja istaknuo je važnost knjiga u formiranju njihova svjetonazora i kulturnih afiniteta tijekom odrastanja. Možemo primijetiti kako postoji duboka povezanost između kazališnih predstava i bajki. Osim toga što su mnoge kazališne predstave interpretacija bajki, oba oblika umjetnosti oživljavaju nestvarne, „bajkovite“ scenarije i likove. Takva ideja može sugerirati kako su knjige, posebno bajke, osnažile vezu između pojedinca i kazališta, a kazališne predstave bude rana dječija sjećanja i kulturne korijene.

*„A čitali su mi bajke dok sam bila dijete, a i jako jako puno mi je tata čitao...joj... grčku mitologiju, da. A ja sam ko mala čitala dječje knjige, bila je biblioteka Vjeverica. Najdraža knjiga mi je bila Šegrt Hlapić. Mama i tata su jako polagali na knjige tako da smo imali stvarno puno knjiga. Sjećam se i Grimmovih bajki, Družba Pere Kvržice.... E sjetila sam se još, tata mi je čitao Ezopove bajke.“ (I5, Ž 51, administrativni referent)*

*“Kasnije, kad sam naučila čitati onda su bile bajke na repertoaru. A još se sjećam, meni najdraže, od Branka Čopića, Ispod zmajevih krila. To je bilo onak, puno priča unutra. Kasnije su to i u strip pretvorili...” (I14, Ž 63, učiteljica razredne nastave)*

*„U djetinjstvu smo najviše slušali one bajke na kazetama, to nam je mama prije spavanja puštala. Vuk i sedam kozlića, Snježna kraljica, a najdraža mi je bila Četiri godišnja doba.“ (I13, Ž 26, logopedica)*

Navedeni iskazi sudionika naglašavaju ključnu ulogu obitelji i rane socijalizacije u oblikovanju ukusa i kulturnog kapitala sudionika istraživanja. Analiza obiteljske pozadine ukazuje na duboko ukorijenjen utjecaj obitelji, njihovih vrijednosti, tradicija i interakcija na kasnije formiranje kulturne prakse. Kroz ovakvu generacijsku perspektivu otkrivamo kako starije generacije generiraju kulturni kapital mlađima, dok mlađi, uslijed društvenih promjena postojeći kapital potencijalno obogaćuju. Kako je većina sudionika porijeklom iz više obrazovanih obitelji ili su oni sami djelom akademske sfere, govori u prilog tome da doista postoji kulturna reprodukcija u kojoj internalizirani kulturni kapital igra ključnu ulogu. Naime, obiteljska obrazovna pozadina i socioekonomska situacija značajno utječu na formiranje kulturnog kapitala, u ovom slučaju, posjećivanje institucije visoke kulture kao što je Hrvatsko narodno kazalište. Dakako, raznolikost sudionika doprinosi shvaćanju društvenih promjena koje su se događale kroz nekoliko desetljeća u Hrvatskoj ali i u svijetu. Prije svega, postoji jasna distinkcija između starijih i mlađih ispitanika, svojevrsni generacijski jaz. Tehnološki i medijski nezaustavljivi napredak suvremenog društva stvorio je dvije potpuno različite generacije koje žive vrlo različite živote unutar istog društva.

## Praćenje programa Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu i ostalih kulturnih aspekata

U ovom poglavlju istražiti ćemo dublje razumijevanje navika posjetitelja Hrvatskog narodnog kazališta kroz pitanja koja se tiču učestalosti posjećivanja, upoznatosti s programom pretplate Hrvatskog narodnog kazališta. Pretpostavlja se kako Hrvatsko narodno kazalište, kao eminentna institucija visoke kulture, privlači publiku višeg kulturnog kapitala. Osim toga, u ovom poglavlju dotaknut ćemo se ostalih kulturnih aspekata koji privlače sudionike kao što su to muzeji, koncerti te umjetnine. Ova pitanja, osim što posredno otkrivaju dinamiku kulturne participacije, neposredno daju uvid u kulturnu osviještenost sudionika.

Većina sudionika posjećuje kazalište barem deset puta godišnje. Dva sudionika su zaposlenici preko studentskog ugovora u Hrvatskom narodnom kazalištu, a jedna sudionica je studentica Akademije dramskih umjetnosti, što im omogućuje slobodno gledanje predstava pa novac u njihovom slučaju nije bitna stavka te su odlično upoznati s repertoarom.

*„Da, tamo sam svaki dan kada je na rasporedu predstava, ali ne gledam svaku. Kako ovaj posao radim već dugo, puno repriza, pogotovo onih koje me ne zanimaju ne gledam. Pogledam većinu premijera, dramskih najviše, opernih malo manje i rijetko koji balet.“ (I8, M 28, student)*

*„Da, sada dok sam još ovdje pogledam sigurno dvije ili tri predstave tjedno, a kada se vratim iz Italije želja mi je doći barem dva puta mjesečno u HNK.“ (I9, M 26, nezaposlen)*

*„Kao studenti Akademije imamo pravo doći na bilo koju predstavu besplatno i gledati ju sa balkona. Naravno to iskorištavam u potpunosti. Gledam uvijek sve nove dramske predstave, a često, ako su mi se svidjele i reprize. Neke glumce i redatelje jako cijenim pa nastojim pogledati sve njihove izvedbe.“ (I11, Ž 24, studentica)*

Nekoliko je umirovljenika spomenulo kako imaju jednu ili više pretplata, što im se čini prigodnim, dok mlađi, iako većinom upoznati s pretplatnim programom nisu zainteresirani za takav oblik povezanosti. Ovakav stav može upućivati na to kako mladi više vole slobodu odabira kada će i koju predstavu pogledati, ali i na veći financijski trošak odjednom koji pretplata zahtjeva.

*“Sviđa mi se pretplata zato što onda imam garantiranu ulaznicu za neke predstave, zato što je, ima puno predstava koje sam htjela jako pogledati, ali nisam mogla jer nije bilo dovoljno karata.*

*Evo, na primjer, sada sam htjela pogledat Peer Gynta ali se odmah rasprodao. Htjela bi uzeti možda pretplatu u budućnosti zbog takvih stvari, ali opet ima i nekih predstava koje me ne zanimaju. Nisam baš neki fan drame, više me zanimaju opere i baleti.” (I1, Ž 25, studentica)*

Osim Hrvatskog narodnog kazališta, neki su mlađi sudionici istraživanja spomenuli i druga zagrebačka kazališta koja posjećuju. Spominjalo se Zagrebačko kazalište mladih, Exit i Teatar &TD. Široki spektar posjećenih kazališta među sudionicima upućuje na izuzetno bogat kulturni život koji vode.

*„Volim ZKM i idem često u ITD.“ (I8, M 28, student)*

*„Da, najviše volim Exit, a kako mi prijateljica radi u ITD-u tamo isto volim pogledati neku predstavu. I ZKM bi istaknula.“ (I10, Ž 26, studentica)*

Taj bogati kulturni život nije ograničen samo na kazališne izvedbe. Sudionici često ili za neke nešto rjeđe odlaze na muzejske izložbe te različite koncerte. Možemo zapaziti kako su stariji sudionici češće povezivali „koncert“ s klasičnom glazbom dok su mlađi sudionici u tu kategoriju uključili široki spektar glazbenih nastupa popularne, alternativne i rock glazbe pa sve do glazbenih festivala na koje odlaze i noćnih klubova gdje idu u izlaske.

*„Da, da, naravno. U Klovičevima skoro svaku izložbu volim posjetiti, volim i postav Mimare i odlazila sam, prije potresa u Muzej za umjetnost i obrt, oni su imali krasne izložbe. Ponekad se odem u Muzej suvremene umjetnosti, ali to mi je nekako i van ruke, a i nisam baš zadivljena izložbama koje drže.*

*Kako sam rekla imam pretplatu u Lisinskom, jedino to, i čeka se ljeto na Trgu kralja Tomislava. Ostalo ne mogu reći da Zagreb ima toliko široku ponudu koncerata koje bi ja voljela posjetiti. Za mlade čini se da ima toga mnogo više.“ (I12, Ž 69, umirovljenica)*

*„Onda kada sam putovao išao sam često po muzejima, danas u Zagrebu ne. Sve sam već više puta vidio, a na koncerte u Lisinski, pa i Hrvatsko narodno kazalište zna imati lijepih opernih koncerata. Išli smo prije koji mjesec na koncert Emanuela Cencića, to smo karte dobili na poklon za pedesetu godišnjicu braka.*

*A išli smo na Andre Rieu, jel znate tko je to?“ (I4, M 76, umirovljenik)*

*„Odlazim i u muzeje i na koncerte, volim otići na izložbe ili određene povijesne postavbe u muzejima. Ponekad idem na glazbene festivale, no većinu glazbe slušam kroz odlazak u klubove, sam ili u društvu prijatelja.“ (I8, M 28, student)*

Mnogi su sudionici putovanja naglasili putovanja kao nešto što je njima osobno bitno. Takvo saznanje nam je bitno zato što su iskustva s putovanja usko povezana s obogaćivanjem kulturnog kapitala pojedinca. Putovanja pružaju priliku za nova iskustva, učenje i promatranje druge kulture i širenje ostalih vidika. Interakcija s drugim kulturama proširuje percepciju pojedinca te ukoliko je putovanje takve prirode, produbljuje razumijevanje umjetnosti. Iako su neki sudionici putovali radi takvog radnog odnosa, a neki iz vlastite znatiželje, svi su upravo taj aspekt opisali kao osobno iznimno važan.

*“Prvo je to počelo jednom sezonom koju sam odradila u Šibeniku i kako ta agencija ima svoj hotel i na Tajlandu zvali su me da i tamo radim animaciju. Tako sam odradila 8. mjeseci na Tajlandu i vratila se u Hrvatsku. Ovdje sam radila neke bezvezne poslove i odlučila se za isprobati Irsku. Prijavila sam se kao au pair i živjela sam kod jedne obitelji.” (I1, Ž 25, studentica)*

*Pa da, najviše sam nekako u Americi, ali proputovao sam gotovo cijelu Europu, Južnu Koreju, Indiju... (I7, M 28, inženjer)*

*„Najviše po Francuskoj i Engleskoj, tam sam i živjela neko vrijeme, ali u najljepšem sjećanju mi je bilo putovanje u Japan. Imala sam te sreće, a valjda i znanja, da su odabrali mene za to. Inače tko zna bi li ikada vidjela tako daleku zemlju toliko bogate kulture.“ (I12, Ž 69, umirovljenica)*

*„Svako je bilo posebno, ali smo SSSR-om putovali transsibirskom željeznicom. To je doživljaj bio. U tom vlaku, kakvih je sve ljudi bilo, onih trgovaca, lopova. Baš anegdota za anegdotom u toj Rusiji. Mislim oni su tada sirotinja bili, to smo se gladi baš nagledali tamo, ali veseli, pilo se svaki dan se pilo.“ (I4, M 76, umirovljenik)*

*„Ljetovali smo svake godine, išli na zimovanje, putovali smo malo po Europi. Tako da mislim da sam imala ugodno odrastanje.“ (I5, Ž 51, administrativni referent)*

*„Pa volim otići na jedno barem, ili dva putovanja godišnje. Prošle sam godine preko ljeta išla u Napulj i Rim...išla sam u Poljsku i Bugarsku još. Sada štedim za Tursku, Istanbul zapravo. I odem*

*naravno na neke manje izlete po Hrvatskoj, Bosni ili Sloveniji ovako preko godine, za vikend.“*  
(I13, Ž 26, logopedica)

Zamijećena je povezanost putovanja i ostalih aspekata kulture. Neki od intervjuiranih sudionika spomenuli su kako upravo na putovanjima odlaze najviše u muzeje dok je jedan sudionik izjavio kako ne odlazi na kazališne predstave samo u Zagrebu već i u drugim gradovima Europe.

*„Za staru godinu smo gledali Šišmiša, to smo se oduševili. Die Fledermaus sam gledao u mnogo navrata, u Zagrebu, ali i u Beču, pa u Amsterdamu isto. To nam je neka tradicija u novogodišnje vrijeme, ako ima mogućnosti, naravno.“* (I4, M 76, umirovljenik)

*“Za vrijeme srednje škole sam imala besplatan ulaz u muzeje pa sam pogledala sve stalne postavbe više puta, sada odlazim samo na te neke koje me zanimaju. Osim kada putujem, obavezno idem u muzeje.”* (I1, Ž 25, studentica)

*„U muzeje odlazim ponekad, na putovanjima uvijek, a u Zagrebu možda dvaput godišnje. Koncerte slabo nekako posjećujem, osim one na kojima pjevam u zboru. Od muzičkih izvedbi nekako najviše idem u klubove.“* (I9, M 26, student)

Unutar ovog poglavlja smo dublje istražili navike posjetitelja Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu. Osim analize učestalosti posjećivanja Hrvatskog narodnog kazališta otvorili smo i temu kulturne participacije u ostalim aspektima kulture kao što su to koncerti, muzeji i putovanja. Prema danim izjavama možemo prepoznati kako je publika Hrvatskog narodnog kazališta aktivna u kulturnom životu što ukazuje na viši kulturni kapital. Još jednom, primjećujemo generacijsku razliku između mlađih i starijih sudionika istraživanja. Mlađi sudionici skloni su slobodnijem odabiru predstava i nisu skloni obvezi, materijalnoj i vremenskoj, koju kazališna pretplata nosi sa sobom. S druge strane, stariji sudionici upravo taj oblik preferiraju. Širu kulturnu osviještenost vidimo kroz posjete muzejima, koncertima i ostalim kulturnim događanjima koje su sudionici naveli. Posebno je zanimljivo kako su sudionici istaknuli putovanja kao nešto što je povezano s obogaćivanjem kulturnog kapitala. Definitivno možemo zaključiti da sudionici vode bogat kulturni život. „Kako je istaknuto od strane Hrvatskog zavoda za statistiku, nakon izuzetno teške sezone kazališta 2020./2021. zbog epidemioloških mjera uvedenih radi sprječavanja širenja COVID-19, uslijedila je bolja sezona izvedbene umjetnosti u pogledu broja odigranih predstava i broja posjetitelja. Profesionalna kazališta za sve dobne skupine izvela su 41% više predstava u

Hrvatskoj i inozemstvu te su imala 116% više posjetitelja nego prethodne sezone“ (DZS, 2023, para. 2) Prema tome, možemo zaključiti kako kazalište uz ostale izvedbene umjetnosti ostvaruje ponovnu istu, ili čak i veću, popularnost nego je ona bila prije epidemiološke situacije.

## Ukus i ostalne kulturne preferencije

Ukus predstavlja osnovni element oblikovanja kulturnog identiteta pojedinca. Pojedinci ukus mogu izraziti putem širokog spektra preferencija i estetskih vrijednosti. Ne samo da on odražava sklonost prema različitim žanrovima već se proteže na način odijevanja, hrane koju jedemo te stavova koje zastupamo. Jedinstvenost se ukusa prepoznaje i kroz specifične kulturne prakse. Neki aspekti ukusa duboko su ukorijenjeni u specifičnoj kulturi i vezan je s kulturnim tradicijama, poput recimo gastronomije svakog naroda. S druge strane, neki aspekti ukusa podložni su individualnim preferencijama. Ukus je tako, zapravo, vrlo svestran i sveprisutan u svakoj kulturi. Osim što oblikuje kulturni identitet, kako neke kulture, tako i pojedinca, on stvara i poveznicu prema drugima koji dijele slične afinitete.

U ovom poglavlju istražuju se različiti aspekti ukusa s naglaskom na audio i vizualne preferencije. Postavljamo pitanje koliko je aktualna teorijska podjela na kulturne snobove i omnivore danas?

Između tri ponuđena ansambla Hrvatskog narodnog kazališta, opere, drame i baleta, sudionici su pokazali veliku raznolikost u svojim preferencijama. Operu je odabralo njih četvero, dramu šest, a prema baletu je naklonost izrazilo pet sudionika. Možemo zapaziti kako je i u ovim preferencijama vidljiva dobna diferencijacija. Stariji su obično birali operu, a mlađi su skloniji dramu i baletu. Ovu podjelu moguće je i dalje produbiti. Primjećujemo kako su balet obično birale žene, a dramu su odabrali gotovo svi muškarci, osim jednog umirovljenika, koji su sudjelovali u istraživanju. Ovakav uvid nam sugerira mogućnost da su žene, moguće, internalizirale kulturni kapital koji uzdiže estetiku ljepote i privlačnosti. I doista, ženske, dječje igračke često su povezane upravo uz bajke, ljepotu i romantiku, teme koje su vrlo česte u baletnim predstavama. Ova promišljanja omogućuju nam uvid u dublje kulturne obrasce i podsvjesne utjecaje koji oblikuju naš ukus. Zanimljivo nam je i to kako postoji značajna razlika u percepciji drame među sudionicima. Dok je kod nekih drama omiljena, kod drugih nije naišla na istu vrstu odobravanja i naklonosti. No, unatoč negativnim stavovima prema dramskim izvedbama u Hrvatskom narodnom



kazalištu u Zagrebu, činjenica je da su upravo drame bila istaknuta kao hitovi i kao omiljene predstave među sudionicima.

*„Preferiram balet, iako mi je najdraža predstava u HNK dramska.“ (I6, Ž 23, studentica)*

*„Ovako, volim i operu, nekada mi odemo do Beča, baš radi opere, a drama se ove godine čini podosta slaba. Vrgoč je tu napravila veliku stvar za publiku, popularizirala je kazalište upravo kroz dramu. Sada ide na red opera kako je došla i nova intendantica, inače operna pjevačica. I neka, lijepo je vidjeti takvu promjenu. Samo, samo šteta šta uvijek jedna strana ostane tako zakinuta. To ne bi trebalo baš...“ (I12, Ž 69, umirovljenica)*

*“Da, da, volim i balet jako. Ma volim ja i dramu, ali ne toliko u HNK. Ima nekih dobrih, ovih hitova kao Tko pjeva, ali ove nove nikako. Gledala sam prošle godine 64, to mi se nikako nije sviđelo. Pa čak i U agoniji sam gledala, jako volim Krležu inače, ali predstava je, po meni, ako mogu reć, bila promašaj.” (I14, Ž 63, učiteljica razredne nastave)*

Zanimljivo je i to kako su se dvije sudionice izdvojile od ostalih sudionika, naime, one potječu iz manjih sredina te su istaknule važnost vlastite etnografske kulture u oblikovanju njihovih ukusa i stavova kroz život. Prva sudionica, rodnom iz Otoke u Bosni i Hercegovini istaknula je ljepotu odrastanja u multikulturalnom društvu gdje je glazba bila dio identitetskog povezivanja i prepoznavanja. Druga sudionica dolazi iz Dubrovčaka u hrvatskoj Posavini gdje je odrasla i provela jedan dio odraslog života prije preseljenja u Zagreb. Kao tadašnja članica Kulturno umjetničkog društva Posavec iznijela je kako je ono kasnije utjecalo na njen ukus u kazališnim predstavama. Nadalje, jedan je sudionik istaknuo kako nosi duboko nasljeđe svojih roditelja iz Hercegovine i Zagorja. Sudionik se referira na njegovanje domoljubne kulture unutar obitelji. Time potvrđuje ideju kako kulturni kapital nije samo rezultat vlastitih postignuća već i snažnog utjecaja generacijskog generiranja u oblikovanju identiteta i kulturnih preferencija. Interesantno je kako su svi ovi sudionici spomenuli predstavu Ero s onoga svijeta u jednom ili drugom kontekstu, operu Jakova Gotovca koja ne silazi s repertoara Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu od svoje praizvedbe, što je 88 punih godina. Opera Ero s onoga svijeta zapravo je pisana prema narodnoj priči i zorno prikazuje tradiciju i hrvatski folklor.

*“Zadnje sam išla sa unukom gledati Eru, to mogu hiljadu puta gledat i slušat. U Goranu smo onda puno arija pjevali iz Ere s onoga svijeta, ja sam pjevala Đulinu pjesmu majci, solirala sam onda.”* (I2, Ž 83, umirovljenica)

*“Pa osim Traviate, ove godine sam baš uživala u Šišmišu. Ali to nije ona klasična tragijska opera već nešto malo zabavnije, za razonodu više. I normalno, Ero s onoga svijeta.”* (I14, Ž 63, učiteljica razredne nastave)

*„Dojmio me se...hm...Ero naravno. A najdraža izvedba možda Decadance ili Tko pjeva.“* (I9, M 26, nezaposlen)

Preferencije u pojedinim predstavama među sudionicima, kako je bilo i za očekivati, doista su se razlikovale od osobe do osobe. Ipak, možemo primijetiti kako su se neke predstave spominjale u više navrata. Ero s onoga svijeta, Tko pjeva, Ciganin ali najljepši i Labuđe jezero popularne su predstave koje su godinama već rasprodane.

*„Sad ću se ponoviti kao papiga, ali Labuđe za mene uvijek prolazi. Jako mi je zanimljiv bio Decadance, to me kćer nagovorila da zajedno pogledamo, nisam požalila. A veselim se što vraćaju Seviljskog brijača, karte već imam. Gledala sam ga, prije desetak godina sam ga gledala i odlična je to predstava.“* (I5, Ž 51, administrativni referent)

*“Pa mislim da je to Ciganin ali najljepši. Znam da je za to bilo i teško nabaviti karte i stvarno s razlogom. Baš dobra predstava radi koje sam pročitao i knjigu kasnije.”* (I7, M 28, inženjer)

*„Da, definitivno drama. Najdraža predstava mi je Ciganin, ali najljepši.“* (I8, M 28, student)

*„Tko pjeva je super zabavna predstava u kojoj ima puno improvizacije što mi je posebno zanimljivo, pogledala sam ju stvarno nebrojeno puta.“* (I11, Ž 24, studentica)

*„Svake godine idem gledati Labuđe jezero. Čajkovski daje tu bajkovitu atmosferu i to je balet baš za sve. Čak i za one koji ne vole, to je opća kultura.“* (I12, Ž 69, umirovljenica)

Prateći ukus sudionika, možemo uočiti kako raznovrsnost preferencija u glazbenim žanrovima također ne nedostaje. Sudionici su predstavili cijeli spektar žanrova koje preferiraju i prate. Podsjetimo, Peterson i Kern su u hijerarhiji kulturnih oblika ponudili klasifikaciju koja izgleda ovako: *highbrow* – klasična glazba, *middlebrow* – Broadway mjuzikli, *easy listening*, a *lowbrow* – country, gospel, rock i blues. No, suvremena glazbena scena nudi vrlo široku raskoš žanrova te

masovnu upotrebu medija, a poglavito interneta što otežava primjenu klasifikacije Petersona i Kerna.

*“Volim mjuzikle, volim ex Yu rock, klasiku kada učim i kada se želim opustiti.” (I1, Ž 25, studentica)*

*„Volim Chopena, Beethovena, Rachamninoffa, Liszta, volim te poznate pijaniste, ta mi glazba jako godi. Ujutro se ipak sluša radio. Chopen je ipak glazba za večernje sate. Poneki valcer isto, pa onda zaplešemo...pravimo se mladi.“ (I4, M 76, umirovljenik)*

*„Pa volim uglavnom ono što sam i kao mlada voljela, Novi Val, Punk... klasiku volim isto. Iako neke recimo stvari mi se čine kao da sam ih prerasla. Sada ne mogu nikako slušati Azru recimo... A nekada sam otkidala na to. U zadnje vrijeme mi paše zvuk harmonike.... aliii, ne ne ovo što na svadbama ide nego ima jedan umjetnik, Jason Webley. To slušam u zadnje vrijeme puno. Volim i Tom Waitsa, Johnny Casha. Ma slobodno me zaustavi, ja bi o glazbi mogla danima pričati.*

*Ajde mogu još maalo onda.... Amandu Palmer volim, Regina Spektor, Brandi Carlile. Volim tu glazbu koja ima poruku, iza koje stoje ljudi koji su aktivisti, koji su feministi. To volim. Volim i tradicionalnu irsku muziku. To nešto što ima povijesnu konotaciju. Nikako ne mogu podnijeti ovu buku koja je danas popularna. Jedno su vrijeme moje cure, dok su u pubertetu bile, palile one glazbene programe. Meni to neopisivu nervozu stvara.“ (I5, Ž 51, administrativni referent)*

*„Preferiram elektronsku glazbu u različitim oblicima. Često idem u klubove gdje se i pušta takva glazba.“ (I8, M 28, student)*

*„Ambijentalnu muziku od orijenta do tehna, ali i muziku uopće. U svemu ću naći nešto što će mi se svidjeti. Klasika može, ali i narodno, cajke isto. Sebdalinke može ali i psihodelični rock.“ (I9, M 26, nezaposlen)*

*„New Order, Depeche Mode, U2, Joy Division, Pink Floyd... I danas čuvam sve te albume. Nisam se još prebacio na slušanje preko mobitela.“ (I15, M 54, policijski inspektor)*

Možemo zaključiti kako je ukus ključni element oblikovanja kulturnog identiteta pojedinca. Ukus je uistinu svestran. Ukus nije ograničen samo na naše osobne afinitete, već je ukorijenjen u specifičnoj kulturi, vezan uz tradiciju i običaje. Upravo primjer sudionica iz manjih sredina dodatno naglašava važnost naslijeđenog kulturnog kapitala kroz tradiciju i povijest. Njihova

sklonost prema glazbi i sadržajima koji su usko povezani s tradicijskom i folklornom baštinom svjedoče o dubokoj povezanosti ukusa s vlastitim korijenima. Ovaj primjer potvrđuje kako su kontekstualni i običajni utjecaji koje smo iskusili kroz odrastanje i raniju socijalizaciju snažan čimbenik u oblikovanju našeg ukusa i kulturnog kapitala te ostaju ukorijenjeni i onda kada se premjestimo u druge okoline. No, ne moramo ići niti toliko daleko u povijest, ovo istraživanje potvrđuje kako su se neki segmenti ukusa među sudionicima prenosili s naraštaja na naraštaj, s roditelja na djecu. Ono čemu smo bili izloženi kroz djetinjstvo, često ćemo negovati i u kasnijim fazama života. No, unatoč utjecaju naslijeđenog kulturnog kapitala potvrđujemo i generacijsku podjelu koja u dobroj mjeri reflektira društvene promjene koje su nas snašle u suvremenom društvu.

## Rasprava

Kao što je već više puta naglašeno u poglavljima iznad, primjećujemo prisutnost određenog generacijskog jaza između starije i mlađe generacije. Ta generacijska rupa nije ograničena samo na različite kulturne preferencije, ona prodire mnogo dublje i obuhvaća šire, globalne društvene promjene. Ovdje govorimo o jednoj generaciji koja je migrirala iz ruralnih sredina u grad, koji su odrastali s vrlo malo ili u potpunosti bez prisutnosti medija te o generaciji koja je odrasla u metropoli, oazi kulturnih sadržaja, generaciji koja je odrasla u okruženju interneta, svakodnevno uronjena u virtualno obilje informacija koje su im prisutne svaki dan, cijeli dan. Ovaj svojevrsni generacijski jaz postavlja temelje za potpuno novo doživljavanje kulture i novo, do suvremenog društva neviđeno, oblikovanje kulturnog identiteta. Različita dinamika korištenja medija, osobito među starijom generacijom za koju radio i televizija ostaju vrlo relevantni, dok se mlađi okreću suvremenim medijima poput interneta koji postaje primarni izvor informacija. Iako nikad izravno izrečeno kroz intervju, to možemo potvrditi činjenicom da su mnogi mlađi sudionici inzistirali na intervjuu koji ne stavlja naglasak na komunikaciju licem u lice. Ova transformacija iz starije u mlađu generaciju sa sobom nosi i neke potencijalne probleme s obzirom na to da se gubi osobni kontakt. Postepeno ulazimo u društvo gdje se tradicionalna komunikacija zamjenjuje onom virtualnom. Takvo što može imati negativan utjecaj na naše socijalne veze i kulturnu povezanost. Iako je internet „čudo“ moderne tehnologije koji je otvorio vrata mnogim izvorima znanja, sada

ne samo privilegiranim, već gotovo svima u zapadnom društvu, beskontaktnost s drugim ljudima dovodi do urušavanja naše kulture i našeg kulturnog identiteta.

U modernom zapadnom društvu individualizacija je postala ključni element koji oblikuje kulturni identitet i ukus svakog pojedinca. U svijetlu društvenih promjena koje su zadesile svijet u posljednjih tridesetak godina, predlažemo revidiranu klasifikaciju glazbenih žanrova koje su postavili Peterson i Kern. *Highbrow* žanrovi, poput klasične glazbe i opere, zadržavaju svoj status za one s dubokim razumijevanjem glazbe i kulture općenito. *Middlebrow* žanrovi danas obuhvaćaju široki spektar glazbenih stilova poput rocka, elektronske glazbe, indie, jazz, bluesa i još mnogih drugih koji ne spadaju u dvije krajnje kategorije. Ono postaje najšira i najraširenija kategorija. *Lowbrow* danas možemo percipirati kroz žanrove masovne glazbe i turbofolk glazbe. Sve veći izbor kulturnih aspekata stvara društvo u kojemu svatko može naći nešto za sebe. Izbor je nadasve velik i svi sudjeluju u njemu kako bi stvorili svoj vlastiti, njima jedinstven, identitet. Jedinstvenost kulturnog identiteta čini nas različitim od drugih, prema tome, kulturna individualizacija mogla bi značiti korak prema brisanju kulturne klasne reprodukcije. Nadalje, kulturna „srednja klasa“ postaje sve značajnijom i raste, suprotno tome, ekonomska srednja klasa postaje sve manjom stvarajući sve veću nejednakost u društvu. Suočeni smo tako s dubokim ekonomskim nejednakostima. Kapitalizam glorificira materijalne vrijednosti iznad kulturnih i obrazovnih što stvara izazove čak i u vrijeme gdje gotovo svi imamo jednak pristup informacijama. Internet, iako je otvorio mogućnost za pristup znanju, također je otkrio kako internalizirani kulturni kapital i prethodno usvojene vrijednosti igraju ključnu ulogu u odabiru sadržaja koje konzumiramo. Mnogi se često okreću sadržajima koji nude bijeg od stvarnog svijeta i tako doprinosi gubitku svijesti o društvenim nejednakostima.

Bourdieu je zastupao ideju kako su određeni pojedinci u privilegiranoj poziciji s obzirom na njihov kulturni kapital. Oni koji su odrastali u okruženju gdje je visoka kultura i obrazovanje bila bitna stavka odgoja svoj su habitus temeljili na tim vrijednostima. No, suvremeno društvo donosi novu dinamiku ovom konceptu. Habitus ne formira više samo bliža okolina već je puno većeg dometa. Globalizacija oblikuje naš identitet. Po prvi puta u povijesti, suvremeno društvo i pojedinac se gledaju u kontekstu ako ne cijelog svijeta, barem cijelog zapadnog svijeta što omogućuje razvitak ukusa, identiteta, kulturnog kapitala. Usprkos tome, primarna socijalizacija koju doživljavamo u djetinjstvu nije zanemariva. Iz tog razloga habitus se oblikuje na te dvije razine, jedna je ono što

smo naslijedili, a druga ono što smo sami razvijali kroz život, sada putem globalnih podataka koji su nam nadohvat ruke.

Kao što je povijest pokazala, moć ostaje čvrsto u rukama onih koji je posjeduju u težnji očuvanja svoje prevlasti. Prije svega to su bili oni visokog ekonomskog kapitala koji im je omogućio razvijanje i visokog kulturnog kapitala, koristeći ga kao sredstvo za očuvanje svoje društvene pozicije i prestiža. Kada je kulturni kapital postao dostupan široj masi ljudi, elita je osjetila potrebu zadržati svoj status quo. Tako, putem masovnih medija šire se popularni, komercijalni sadržaji koji ograničavaju svijest pojedinaca o njihovoj inferiornoj poziciji. Ovaj obrazac moći i kontroliranja kulturnog narativa demonstrira stalni napor onih u poziciji moći da održe svoj položaj. Prividno, čini se kako ukus više ne dijeli, kako svi postepeno postaju kulturni omnivori, uživajući u kazalištu i popularnim klubovima, slušajući operu i pop glazbu, istovremeno. No istina je, kako klasno društvo i dalje postoji, kako je moć i dalje raspodijeljena u rukama odabranih pojedinaca. Iz tog je razloga klasna analiza do dana današnjeg ostala bitnim aspektom istraživanja društva.

## Zaključak

Ovaj rad usmjeren je na istraživanje kulturnog kapitala publike zagrebačkog Hrvatskog narodnog kazališta u kontekstu njihova kulturnog kapitala i klasne pripadnosti. Prvenstveno, primijetili smo kako neke sociodemografske karakteristike sudionike istraživanja čine međusobno homogenijima, poput obrazovanja. Analiza sudionika ukazuje na prevladavajuću prisutnost visokoobrazovane skupine, često iz visokoobrazovanih obitelji ili same uključene u sustav visokog obrazovanja. Cepić i Doolan su obrazovanje istaknuli i identificirali kao jedno od osam polja istraživanja unutar klasne analize. Stoga, velika prisutnost visokoobrazovanih sudionika definira klasnu dinamiku gdje se određeni sloj društva nalazi u istim ili sličnim situacijama odnosno mjestima, u ovom slučaju Hrvatskom narodnom kazalištu. Zanimljivo je i to kako ekonomski aspekt, iako prisutan, nije ključan čimbenik; naime, većina sudionika ne smatra kazalište luksuzom niti smatraju ulaznice preskupima, iako sami sebe smatraju pripadnicima srednjeg društvenog sloja.

U kontekstu kulturnog identiteta, naglasak na jedinstvenosti postaje izrazito značajan, Kulturna individualizacija izranja kao potencijalni čimbenik u razbijanju kulturnih klasnih razlika. Srednja kulturna klasa, odnosno *middlebrow* postaje sve prisutnijom i važnijom, dok se ekonomska srednja

klasa sužava, izazivajući sve izraženiju nejednakost u društvu. S dubokim ekonomskim disproporcijama suočavamo se u društvu koje kapitalizira i glorificira materijalne vrijednosti, postavljajući ih ispred kulturnih i obrazovnih. Paradoksalno, iako tehnološki napredak, posebice internet, pruža gotovo univerzalni pristup informacijama, istovremeno na površinu izlazi internalizirani kulturni kapital koji je, u konačnici, odgovoran za oblikovanje naših kulturnih izbora. Stoga, pojedinci nižeg kulturnog kapitala imaju tendenciju okretanja sadržajima koji nude eskapizam od stvarnosti. U suvremenom društvu taj fenomen postaje sve izraženiji, čime doprinosi gubljenju svijesti o društvenim nejednakostima. Ovaj je fenomen, upravo visokoj eliti, omogućio da koristi svoj prestižni status u očuvanju društvene pozicije.

Razmatrajući internalizirani kulturni kapital dolazimo do spoznaje da je ukus duboko ukorijenjen u habitusu pojedinca. Ono što volimo i što nas privlači temelji se na složenoj mreži iskustava i okolnostima našeg odrastanja - načinu odgoja, ranoj i kasnoj socijalizaciji, načinu obrazovanja i dr. Sve to oblikuje temelje ukusa. Prema Bourdieovoj teoriji, kulturni kapital postaje ključani čimbenik održavanja nejednakosti u suvremenom društvu. Kulturni kapital nasljeđuje se generacijama i prenosi socijalizacijom, čime se stvara jaz između obitelji s bogatima kulturnim nasljeđem i onih koji nisu imali iste privilegije. Dakako, taj problem dolazi do izražaja onda kada uzmemo u obzir da je obrazovni sustav često pod kontrolom dominantne klase koja prenosi svoje znanje na način koji je razumljiv samo onima iz istog društvenog konteksta. Ova dinamika može rezultirati glorificiranjem visokog kulturnog kapitala (ili druge vrste kapitala) i omalovažavanjem nižih slojeva društva, stvarajući tako simboličko nasilje. Takva atmosfera perpetuira začarani krug iz kojega je vrlo teško, gotovo nemoguće, izaći kao pojedinac.

Suvremeno društvo u kakvom danas živimo donosi novu dimenziju oblikovanja i razumijevanja habitusa. Habitus se više ne formira samo na temelju bliske okoline, već je on tapiserija isprepletana raznim iskustvima, kako onima lokalno uvjetovanim, tako i onima globalne naravi. Globalizacija danas oblikuje identitet pojedinca, omogućuje mu da razvije svoj ukus, identitet i kulturni kapital u širem kontekstu. Unatoč tome, primarna socijalizacija kojoj su pojedinci izloženi u djetinjstvu i dalje ima značajan utjecaj. Prema tome, habitus se oblikuje putem globalnih čimbenika i putem lokalno uvjetovanih čimbenika te obiteljskog nasljeđa.

Nadalje, teorija kulturnih omnivora, izložena od strane Petersona i Kerna, donosi dodatnu dubinu razumijevanju dinamike ukusa i kulturnih preferencija. Glavna hipoteza tih autora ističe kako

osobe koje su nekada iskazivale veći interes prema *highbrow* kulturi u novije vrijeme postaju kulturni omnivori. U okvirima ovog istraživanja, taj je zaključak relevantan u suvremenome hrvatskome društvu. Današnje društvo doista obiluje kulturnim omnivorima, posebno među mladima. Očituje se generacijski jaz između starijih i mlađih sudionika, pri čemu starija skupina često preferira visoku kulturu i specificirane žanrove glazbe, dok mlađi izborom pokazuju otvorenost prema brojnim kulturnim i umjetničkim izražajima. Ta široka inkluzivnost ukazuje na potencijalnu promjenu ukusa te podržava teoriju Petersona i Kerna o sveprisutnom usvajanju kulturnog omnivorstva.

Sagledavajući postavljena istraživačka pitanja, već smo ranije pružili dublji uvid te je svako pitanje odgovoreno. Ipak, valja ponoviti kako se prvo istraživačko pitanje odnosilo na način prenošenja kulturnog kapitala. Sudionici su jasno potvrdili prisutnost generacijskog prenošenja kulturnog kapitala. Kulturni kapital koji su kao mladi stekli oblikovao je temelje njihova ukusa koji se nadopunjavao kroz druga životna iskustva i utjecaje. Drugo je pitanje vezano uz povezanost odlaska u Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu s konzumiranjem drugih kulturnih formi. Također, i to je pitanje dobilo potvrdu. Osim odlaska u Hrvatsko narodno kazalište sklonost prema umjetnosti i kulturi širi se i na druge oblike kulturnog izraza, koncerte, muzeje, ostala kazališta i dr. Treće i četvrto pitanje istražuju povezanost ukusa s drugim kulturnim preferencijama i prepoznavanje kulturnog snobizma odnosno kulturnog omnivorizma kod mladih. Mlađi sudionici su svoj ukus opisivali šaroliko te je evidentno da ne ulaze u kategoriju kulturnog snobizma. Podatci nam sugeriraju kako se mladi ne ograničavaju na jednoobrazne kulturne kategorije ukusa već istražuju različite kulturne aspekte. U cjelini, odgovori na istraživačka pitanja osvijetlili su interakciju između ukusa, kulturnih preferencija i socijalizacije, odgoja i ostalih društvenih faktora. Dobili smo uvid u generacijsko prenošenje kulturnog kapitala s roditelja na djecu, ne samo kod starije generacije već i kod mlađih sudionika.

Zaključno, kroz ovaj rad koji se bavi ukusom i kulturnim kapitalom publike Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu, osvijetlili smo značajke između generacijskog prenošenja kulturnog kapitala u suvremenom hrvatskom društvu, ali i razvoj prenošenja kulturnog kapitala na globalnoj razini, što nas dovodi do zaključka o većoj inkluzivnosti u kulturnoj konzumaciji. Suvremeno društvo suočeno s globalizacijom, individualizacijom i tehnološkim napretkom, prikazano je u raznolikom ukusu mlađih generacija koji sve više postaju, ili čak, isključivo jesu kulturni omnivori i time



(možemo reći - prividno) smanjuju kulturne, klasne razlike. No, isti procesi, primjećujemo, dovode do eskapizma, bijega od realnosti. Sveprisutna dostupnost različitih sadržaja putem medija često preuzima dragocjeno vrijeme, stvarajući iluziju bijega od stvarnosti, odnosno bijega od društva nejednakosti. Poticani smo na konzumaciju sadržaja koji nas alijeniraju od osjećaja da je klasna nejednakost itekako prisutna. Uslijed toga, nastaje paradoks, s jedne nas strane tehnologija i globalizacija povezuju, a istodobno nas udaljavaju od dubokog razumijevanja svijesti o stvarnim socijalnim razlikama.

## Literatura

- Batušić, N. (1996). *Sto godina zgrade Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu*. Zagreb. Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu.
- Boneta, Ž., Čamber Tombolaš, A., Ivković, Ž. (2017). *Oblici roditeljskoga glazbenog kulturnog kapitala i glazbena socijalizacija djece rane i predškolske dobi*, *Revija za sociologiju*, 47(1), 5-36.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, Massachusetts. Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. Richardson, J. (ur.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (15-29), Westport, Greenwood.
- Cairns, S. (1.7.2019). *What is cultural capital?*. Cultural learning alliance. Preuzeto 30. 6. 2023. s <https://www.culturallearningalliance.org.uk/what-is-cultural-capital/>.
- Cepić, D., Doolan, K. (2018). *Prikaz suvremenih socioloških istraživanja društvenih klasa: teme, teorije i metode*. *Revija za sociologiju*, 48(2), 239-265.
- Cindrić, V. (1980). *120 godina Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu*. Zagreb. Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu
- Cultural participation and consumption Croatia*. (Lipanj, 2023). Cultural policies & trends. Preuzeto 29. 8. 2023. s <https://www.culturalpolicies.net/database/search-by-country/country-profile/category/?id=7&g1=6>.
- Doolan, K., Cepić, D., Tonković Ž, (2023). Što (ni)je dobiveno revitalizacijom klasne analize u hrvatskoj sociologiji?. *Revija za sociologiju*, 53(1), 155-165.
- Fanuko, N. (2008). *Kulturni kapital i simbolička moć: Tri aspekta Bourdieove teorije ideologije*, *Školski vijesnik*, 57(1-2), 7-41.
- Geary, P. (2020). *The production of taste: ecologies, intersections, implications*, *Studies in theatre and performance*, 40(3), 280-291.
- Giddens, A. (2007). *Sociologija*. Zagreb. Nakladni zavod Globus.
- Kalanj, R. (2002). *Pierre Bourdieu. Sociologija i angažman*. *Socijalna ekologija*, 11(1-2), 97-113.
- Krolo, K., Marčić, S., Tonković, Ž. (2016). *Roditeljski kulturni kapital kao odrednica kulturnih preferencija mladih*. *Društvena istraživanja Zagreb*, 25(3), 329-351.
- Peterson, R. A., Kern, R. M. (1996). *Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore*, *American Sociological Review*, 61(5), 900-907.
- Poteyeva, M. *Social Capital*. Britannica. Preuzeto 30.6. 2023. s <https://www.britannica.com/topic/social-capital>.

Spasić, I. (2006). *Distinkcija na domaći način: diskursi statusnog diferenciranja u današnjoj Srbiji*, Filozofski fakultet, Beograd.

Tonković, Ž., Krolo, K., Marčelić, S. (2020). *Klasika, punk, cajke: Kulturni kapital i vrijednosti mladih u gradovima na jadranskoj obali*. Sveučilište u Zadru. Hrvatska sveučilišna naklada.

Tonković, Ž., Marčelić, S., Krolo, K. (2017) *Kulturna potrošnja, društvene nejednakosti i regionalne razlike: istraživanje Eurobarometra u Hrvatskoj 2013. godine*, Sociologija i prostor, 55(2), 187-208.