



SOCIJALNI IDENTITET U HRVATSKOJ

**KONCEPT I DIMENZIJE SOCIJALNOG  
IDENTITETA**

29.03.2021.

Doc.dr.sc. Andreja  
Sršen

# KONCEPT I DIMENZIJE SOCIJALNOG IDENTITETA

- *SOCIJALNI IDENTITET U HRVATSKOJ: KONCEPT I DIMENZIJE SOCIJALNOG IDENTITETA* ; ( IVAN CIFRIĆ, KRUNOSLAV NIKODEM).

EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE PROVEDENO NA  
REPREZENTATIVNOM UZORKU STANOVNIŠTVA HRVATSKE  
(N=1202;2004) U SKLOPU PROJEKTA “MODERNIZACIJA I  
IDENTITET HRVATSKOG DRUŠTVA “.

# **SADRŽAJ:**

**1. UVODNO: TEORIJSKI PRISTUP U IDENTITETU**

**2. KONCEPTUALNO-METODOLOŠKI PRISTUP**

**3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA**

**4. SOCIJALNI IDENTITET I SOCIODEMOGRAFSKA OBILJEŽJA**

**5. ZAKLJUČAK**

# 1. UVODNO: TEORIJSKI PRISTUP U IDENTITETU

POJAM **IDENTITET** (LAT.IDENTITAS ,OD IDEM ,ISTO) IMA DVA TEMELJNA ZNAČENJA:POTPUNU ISTOVJETNOST I RAZLIKOVANJE KOJE PRETPOSTAVLJA ODREĐENU KONZISTENTNOST ,ODNOSNO VREMENSKI KONTINUITET.

**DRUŠTVENI IDENTITET** JE “NAŠE RAZUMIJEVANJE ONOGA TKO SMO I TKO SU DRUGI LJUDI,TE RECIPROČNO ,RAZUMIJEVANJE DRUGIH LJUDI TOGA TKO SU ONI I DRUGI”(JENKINS,1996:5)

# KONCEPT I DIMENZIJE SOCIJALNOG IDENTITETA

PITANJE IDENTITETA KAO KULTURNO ,POLITIČKO ILI ZNANSTVENO PITANJE ,POSTAJE VAŽNO PITANJE ZAPADNIH DRUŠTAVA POČETKOM 19.ST.

U PROPITIVANJU TEORIJSKIH PRISTUPA KONCEPCIJE IDENTITETA I POVEZANOSTI TE KONCEPCIJE S PODRUČJEM KULTURE ISTIČE SE TZV."ESENCIJALIZAM" I "ANTIESENCIJALIZAM",ODNOSNO "OBJEKTIVIZAM" I "SUBJEKTIVIZAM".

KONSTRUKCIJA IDENTITETA U OPĆEM SMISLU NUŽNO PODRAZUMIJEVA  
ODREĐENE ODNOSNE ,RELACIJE KOJE MOŽEMO SVESTI NA PET  
TEMELJNIH INDIVIDUALNIH ILI KOLEKTIVINIH ODNOSA:

*ODNOS PREMA SEBI,PREMA DRUGIMA,PREMA SVIJETU,PREMA PRIRODI I  
PREMA BOGU.*

OBITELJ,KLASA ,ROD,ETNICITET,RELIGIJA,MJESTO BORAVKA I ITD.VAŽNE  
SU DIMENZIJE IDENTITETA,TE UKAZUJU NA SUČELJAVANJE  
INDIVIDUALNOG I DRUŠTVENOG,ODNOSNO NA SUČELJAVANJE  
INDIVIDUALNOG DJELOVANJA I OGRANIČENJA KOJE NAMEĆE  
DRUŠTVENA STRUKTURA.

# KONCEPT I DIMENZIJE SOCIJALNOG IDENTITETA

KONSTRUKCIJA IDENTITETA KARAKTERIZIRAJU TRI TEMELJNA PITANJA:

*TKO SAM JA U SVIJETU?*

*TKO SAM JA U DRUŠTVU?*

*TKO SAM JA SPRAM SEBE?*

PO TOME JE KONCEPCIJA IDENTITETA BITNO OZNAKA MODERNITETA JER U TRADICIONALNOM STANJU DRUŠTVA KOJIM UGLAVNOM DOMINIRA “ZAJEDNICA” NIJE BILO POTREBE ZA POSTAVLJANJE TIH PITANJA.

ANALIZE IDENTITETA KAO JEDNOG OD KLJUČNIH PITANJA SUVREMENOG SVIJETA BAVILI SU SE RAZLIČITI AUTORI SHMUEL EISENSTADT ,BERNHAR GIESEN,GIDDENS, JEFFREY WEEKS,HARRIET BRADLEY ,MANUEL CASTELLS ....

ZAKLJUČNO PAK MOŽEMO NAVESTI DA JE SUVREMENA KRIZA IDENTITETA POVEZANA S ČETIRI PROBLEMA JASTVA KOJA KARAKTERIZIRAJU RAZDOBLJE KASNOG MODERNITETA:

*1.PROBLEMATIZIRANJE SAMOSPOZNAJE*

*2.ISTICANJE LJUDSKOG POTENCIJALA*

*3.RASTVARANJE HIJERARHIJSKE DRUŠTVENE STRUKTURE,RAZVOJ INDIVIDUALIZMA I SOCIJALNE MOBILNOSTI*

*4.NOVA FLEKSIBILNOST U ODREĐIVANJU JASTVA,ODNOSNO U SAMOODREĐIVANJU*



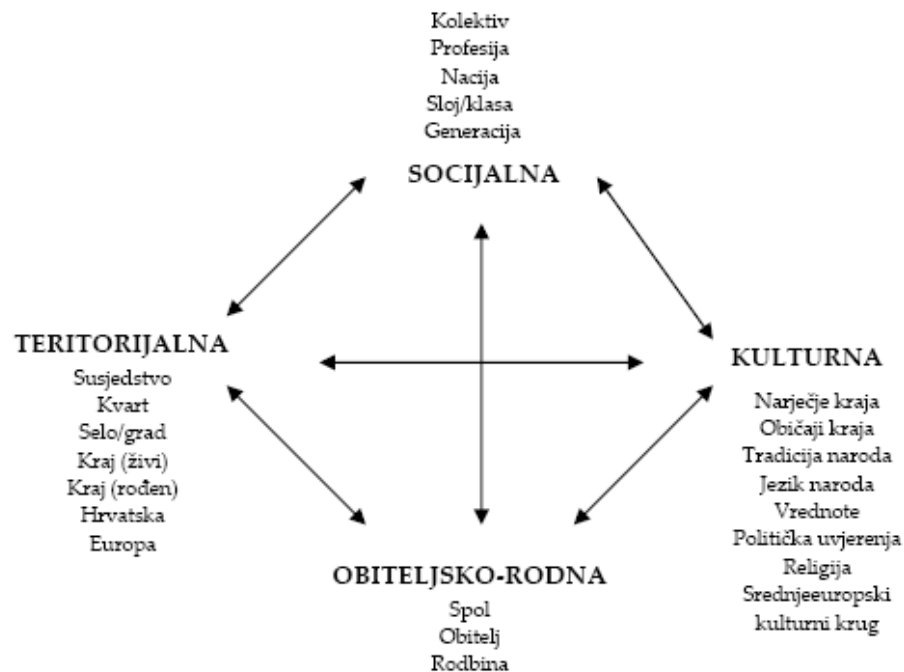
1) KONCEPTUALIZACIJA SOCIJALNOG IDENTITETA ZASNOVANA JE NA TEORETSKOM KONSTRUKTU IDENTITETA –KONSTRUKCIJI RELEVATNIH SASTAVNICA ,KAO MOGUĆI PRISTUP U SOCIOLOŠKOM ISTRAŽIVANJU SOCIJALNOG IDENTITETA.

IDENTITET SHVAĆEN KAO PROMJENJIVA KATEGORIJA, FORMIRA SE U ODREĐENOM VREMENU I SOCIOKULTURNOM PROSTORU, POJMOVNO ESENCIJALISTIČKI, KONKRETNO DINAMIČAN I PROCESUALAN, ŠTO ZNAČI DA JE POJEDINAC ILI KOLEKTIV U POSTMODERNOM DRUŠTVU STALNO IDENTITETSKI OTVOREN.

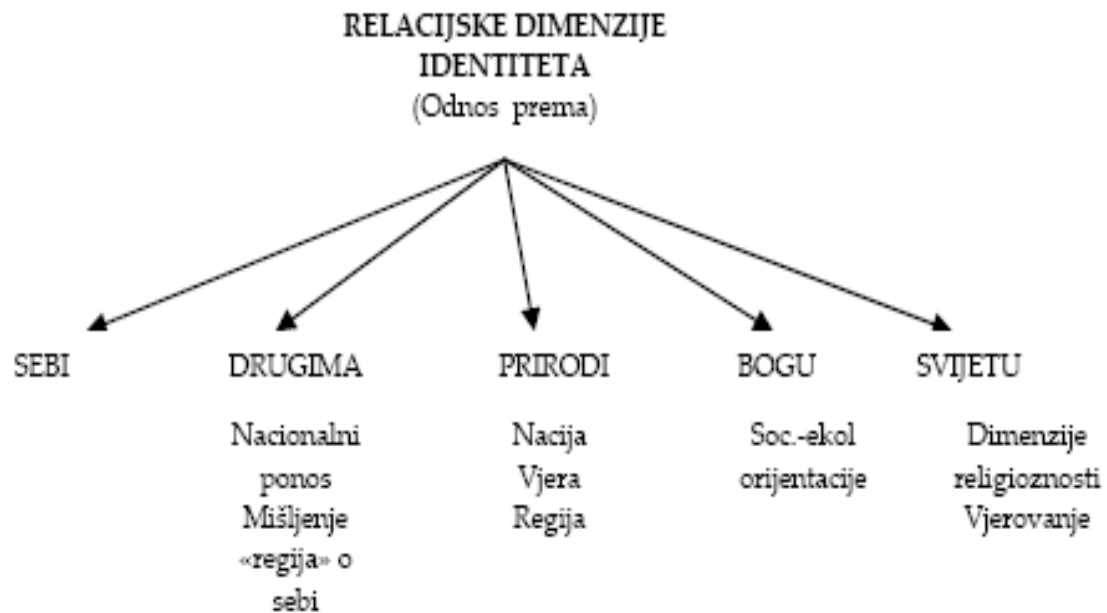
- ISTRAŽIVANJE SE ODNOSI NA **KOLEKTIVNE IDENTITETE**
- U IDENTIFICIRANJU KLJUČNI MOMENAT BILA JE **PROCJENA OSJEĆAJA VAŽNOSTI PRIPADANJA** ISPITANIKA NEKOJ SKUPINI

SOCIJALNI IDENTITET DEFINIRAN JE KAO **DIMENZIONALNI I RELACIJSKI** .DIMENZIONALNOST JE KONSTRUIRANA PUTEV ČETIRI KONCEPTUALNE DIMENZIJE :SOCIJALNA ,KULTURNA, PROSTORNA I OBITELJSKO –RODNA, KOJE SU OPERACIONARIZIRANE NA INSTRUMENTU OD 24 ČESTICE. RELACIJE IDENTITETA DEFINIRANE SU PREKO ODNOSA **PREMA SEBI, DRUGIMA, PRIRODI ,BOGU I SVIJETU.**

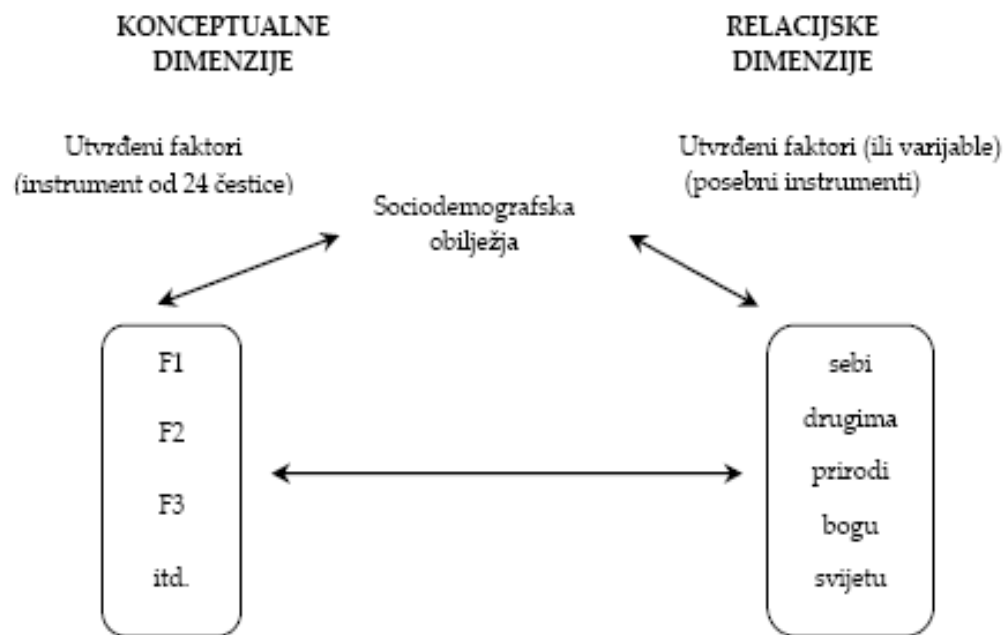
Shema 1. Konceptualne dimenzije identiteta.



*Shema 2. Relacijske dimenzije identiteta.*



*Shema 3. Odnos konceptualnih i relacijskih dimenzija identiteta*



# METODOLOGIJA RADA

- **CILJEVI RADA:**
- PRVO, IZLOŽITI I OBRAZLOŽITI KONCEPTUALNI PRISTUP ISTRAŽIVANJA, ŠTO UKLJUČUJE SHEMATSKI PRIKAZ GLAVNIH KOMPONENTI I RELACIJA U ISTRAŽIVANJU.
- DRUGO, PRIKAZATI I ANALIZIRATI REZULTATI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA KONCEPTUALNIH DIMENZIJA SOCIJALNOG IDENTITETA, KAKO BI SE MOGLA NASTAVITI ANALIZA RELACIJSKIH DIMENZIJA IDENTITETA.

## • **POJMOVI U ISTRAŽIVANJU:**

- SOCIJALNI IDENTITET** SHVAĆEN JE KAO RELACIJSKI I DIMENZIONALAN I ODNOSI SE NA KOLEKTIVNI IDENTITET.
- REGIONALNA PRIPADNOST** DEFINIRA JE PREKO NAZIVA PRIPADNIKA NEKIH PROSTORA HRVATSKE.
- ODNOS PREMA SEBI** DEFINIRAN JE KAO MIŠLJENJE PRIPADNIKA NEKE REGIJE O SVOJIM SUNARODNJACIMA.
- RELIGIJSKI IDENTITET** OZNAČAVA UTVRĐENE KARAKTERISTIKE OSOBNE PREFERENCIJE PREMA SADRŽAJIMA RELIGIJSKOG UČENJA ŠTO PODRAZUMIJEVA I ALTERNATIVNU RELIGIOZNOST.
- ODNOS PREMA PRIRODI** DEFINIRAN JE KAO SOCIJALNOEKOLOŠKE DIMENZIJE :ANTROPOCENTRIZAM,EKOCENTRIZAM I TEHNOCENTRIZAM.
- ODNOS PREMA BOGU** DEFINIRAN JE PREKO DIMENZIJA DVAJU INSTRUMENATA :INSTRUMENATA RELIGIJSKOG IDENTITETA I INSTRUMENTA VJEROVANJA.

## **HIPOTEZA RADA:**

**H1 :SOCIJALNI IDENTITET PERCIPIRA SE KAO  
VIŠEDIMENZIONALAN**

**H2:SOCIJALNI IDENTITET OBLIKUJE SE KAO  
(SKUPINA)RELACIJSKIH IDENTITETA.**

**H3:ODNOSI IZMEĐU POJEDINIH DIMENZIJA SOCIJALNOG  
IDENTITETA I DIMENZIJA RELACIJSKIH OBILJEŽJA  
OMOGUĆIT ĆE UTVRĐIVANJE SPECIFIČNOG PROFILA  
SOCIJALNOG IDENTITETA.**

# KONCEPT I DIMENZIJE SOCIJALNOG IDENTITETA

- **INSTRUMENTI** - 24 TVRDNJE, 8UTVRĐIVANJE DIMENZIJA SOCIJALNOG IDENTITETA).
- **ISTRAŽIVANJE I UZORAK** U OKVIRU PROJEKTA “MODERNIZACIJA I IDENTITET HRVATSKOG DRUŠTVA” PROVEDENO JE U LIPNJU 2004.GODINE EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE NA REPREZENTATIVNOM UZORKU 1202 ISPITANIKA/CE.UZORAK JE IZABRAN VIŠEKRATNIM POSTUPKOM IZBORA U KOJEMU SU BILE ZASTUPLJENE SVE REGIJE,ODNOSNO SVE (21) ŽUPANIJE U HRVATSKOJ.
- **STATISTIČKA OBRADA**



# 3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

- **DISTRIBUCIJE FREKVENCIJA I FAKTORSKE STRUKTURE**

## **1. ANALIZA DISTRIBUCIJE FREKVENCIJE**

ISPITANICI SU PROCJENJIVALI KOLIKO IM JE VAŽAN OSJEĆAJ PRIPADNOSTI ZA SVAKU NAVEDENU RODBINSKU ILI SOCIJALNU SKUPINU, TERITORIJALNU ILI KULTURNU PRIPADNOST.

Tablica 1. Rezultati procjene važnosti osjećaja pripadnosti.

	Nevažno (1+2)		Ne može procijeniti	Važno (4+5)		$\bar{X}$	S.D.
	%	Rang		%	Rang		
Osjećaj nacionalne pripadnosti	12,3	18	8,6	79,2	6	4,0	1,0
Osjećaj da pripadam rizu generacija moje obitelji (obiteljskoj lozi)	6,1	23	10,7	83,2	3	4,2	0,9
Povezanost s najužom rodbinom	3,3	24	7,8	88,0	1	4,4	0,7
Osjećaj pripadnosti crkvi (katoličkoj, pravoslavnoj itd.)	18,6	11	10,1	71,3	11	3,8	1,2
Osjećaj pripadnosti kraju (regiji) u kojem sam rođen	8,4	20	10,9	80,4	5	4,1	0,9
Osjećaj pripadnosti kraju (regiji) iz kojega potječu moji preci	15,5	13	14,3	70,2	14	3,8	1,0
Osjećaj pripadnosti kraju (regiji) u kojem sada živim	6,5	22	9,4	84,1	2	4,1	0,8
Osjećaj pripadnosti mojoj generaciji, njezinim vrijednostima i načinu života	15,7	12	13,0	71,1	12/13	3,8	1,0
To što sam muško/žensko*	22,2	10	16,4	61,2	15	3,6	1,2
Osjećaj pripadnosti određenom društvenom sloju (klasi)	44,7	1	19,3	36,0	24	2,9	1,2
Osjećaj pripadnosti mjestu (gradu ili selu) u kojem živim	14,2	15	13,1	72,6	10	3,8	1,0
Osjećaj pripadnosti kvartu u kojem živim	34,3	5	16,1	49,3	19	3,2	1,2
Doc. dr. sc. Andreja Sršen Osjećaj pripadnosti užem susjedstvu	27,0	8	15,1	57,8	17	3,4	1,2
To što sam građanin Hrvatske	8,1	21	9,5	82,5	4	4,1	0,9

To što sam Europljanin*	31,0	7	17,9	50,9	18	3,3	1,2
Osjećaj pripadnosti ljudima iste profesije	40,8	3	22,1	37,0	23	2,9	1,2
Osjećaj pripadnosti ljudima koji govore istim jezikom kao i ja	12,5	17	13,3	74,2	8	3,9	0,9
Osjećaj pripadnosti ljudima koji govore narječjem mojega kraja	23,6	9	17,6	58,9	16	3,5	1,2
Osjećaj pripadnosti kulturi i običajima mojega kraja	14,5	14	14,4	71,1	12/13	3,8	1,0
Osjećaj pripadnosti kulturnoj tradiciji moga naroda	14,0	16	12,6	73,4	9	3,8	1,0
Osjećaj pripadnosti srednjoeuropskom kulturnom krugu	35,0	4	22,2	42,8	21	3,1	1,2
Osjećaj pripadnosti ljudima s kojima dijelim ista politička uvjerenja	41,7	2	19,3	38,9	22	2,9	1,2
Osjećaj pripadnosti ljudima koji cijene iste vrijednosti kao i ja*	9,3	19	12,1	78,6	7	4,0	0,9
Osjećaj pripadnosti radnom (školskom, studentskom i sl.) kolektivu	32,8	6	19,1	48,0	20	3,2	1,3

\*Tvrđnje koje nisu ušle u faktorsku analizu.

Tablica 2. Rangovi važnosti osjećaja pripadnosti – prvih sedam kategorija.

Nevažna pripadnost (1+2)	%	Rang	%	Važna pripadnost (4+5)
Pripadnost određenom društvenom sloju	44,7	1	88,0	Pripadnost najužoj rodbini
Pripadnost ljudima s kojima dijelim ista politička uvjerenja	41,7	2	84,1	Pripadnost kraju (regiji) u kojmu sada živim
Pripadnost ljudima iste profesije	40,8	3	83,2	Pripadnost nizu generacija moje obitelji (obiteljska loza)
Pripadnost srednjeeuropskom kulturnom krugu	35,0	4	82,5	To što sam građanin Hrvatske
Pripadnost kvartu u kojem živim	34,3	5	80,4	Pripadnost kraju (regiji) u kojem sam rođen
Pripadnost radnom kolektivu (školskom, studentskom i sl.)	32,8	6	79,2	Pripadnost naciji
To što sam Europljanin	31,0	7	78,6	Pripadnost ljudima koji cijene iste vrijednosti kao i ja

Najveći postotak ispitanika smatra «nevažnim» osjećaj za pripadnost: određenom društvenom sloju, ljudima s kojima dijele ista politička uvjerenja (političkoj skupini), profesiji, srednjeeuropskom kulturnom krugu, kvartu u kojemu žive, radnom kolektivu te pripadnost Europljanima

Najviše ispitanika smatra «važnim» osjećaj pripadnosti: najužoj rodbini, kraju (regiji) u kojemu su rođeni, naciji te ljudima koji cijene iste vrijednosti kao i ispitanik.

*Tablica 3. «Izrazito nevažan» (1) i «izrazito važan» (5) osjećaj pripadanja. Rangovi procjene prvih sedam kategorija pripadnosti*

Izrazito nevažna (1)	%	Rang	%	Izrazito važna (5)
Pripadnosti ljudima s kojima dijelim ista politička uvjerenja	17,2	1	53,9	Pripadnost najužoj rodbini
Pripadnost radnom kolektivu (školskom, studentskom i sl)	16,2	2	43,8	Pripadnost nizu generacija obitelji (obiteljska loza)
Pripadnost ljudima iste profesije	15,8	3	41,6	To što sam građanin Hrvatske
Pripadnost određenom društvenom sloju (klasi)	13,4	4	38,3	Pripadnost naciji
Pripadnost srednjeeuropskom kulturnom krugu	11,3	5	36,4	Pripadnost kraju (regiji) u kojem sada živim
Pripadnost kvartu u kojem živim	11,1	6	36,0	Pripadnost crkvi (kat., prav. itd)
To što sam Europljanin	9,8	7	35,2	Pripadnost kraju (regiji) u kojem sam rođen

Ispitanicima je «izrazito nevažan» (1) osjećaj pripadnosti: političkoj skupini, radnom kolektivu, istoj profesiji, društvenom sloju ili klasi, srednjeeuropskom kulturnom krugu, kvartu te pripadnost Europljanima. «Izrazito važna» (5) im je pripadnost: najužoj rodbini, obiteljskoj lozi, građanima Hrvatske, naciji, kraju (regiji) u kojoj živi, crkvi te kraju (regiji) u kojoj je rođen.

Što se može zaključiti iz distribucija frekvencija? Za identitet je manje važan osjećaj pripadnosti sljedećim obilježjima: društveni sloj, politička skupina, ista profesija, radni kolektiv, kvart, srednjeeuropski kulturni krug ili osjećaj da je Europljanin. Ovakav zaključak temelji se na analizi rezultata prikazanih u tablicama 2 i 3 u kojima su identične skupine obilježja, iako ne zauzimaju jednak rang.

## 2. Faktorska struktura socijalnog identiteta

Na rezultate dobivene na instrumentu, odnosno varijable, primijenjena je faktorska analiza pod komponentnim modelom uz varimax rotaciju i GK kriterij redukcije dimenzionalnosti. Od ukupno 24 varijable u konačnu analizu je ušla 21 varijabla, koje pokazuju visoke vrijednosti korelacija s faktorom. Varijable broj 9, 15 i 23 nisu ušle u faktorsku analizu. Faktorska analiza je izdvojila pet faktora, koji objašnjavaju 58,664% ukupne varijance (tablica 4).

Tablica 4. Struktura faktora socijalnog identiteta (varimax)

	KULTURALNA DIMENZIJA	SOCIO-PROFESIONALNA DIMENZIJA	REGIONALNA DIMENZIJA	NACIONALNO-VJERSKA DIMENZIJA	SUSJEDSKO-LOKALNA DIMENZIJA
Osjećaj pripadnosti kulturi i običajima mogega kraja	.812				
Osjećaj pripadnosti kulturnoj tradiciji moga naroda	.771				
Osjećaj pripadnosti ljudima koji govore narječjem mogega kraja	.730				
Osjećaj pripadnosti ljudima koji govore istim jezikom kao i ja	.500				
Osjećaj pripadnosti srednjoeuropskom kulturnom krugu		.550			
Osjećaj pripadnosti kraju (regiji) iz kojega potječu moji preci	.435				
Osjećaj pripadnosti radnom (školskom, studentskom i sl.) kolektivu		.780			
Osjećaj pripadnosti ljudima iste profesije		.753			
Osjećaj pripadnosti ljudima s kojima dijelim ista politička uvjerenja		.682			
Osjećaj pripadnosti mojoj generaciji, njezinim vrijednostima i načinu života		.526			
Osjećaj pripadnosti određenom društvenom sloju (klasi)		.520			
Osjećaj pripadnosti kraju (regiji) u kojem sada živim			.797		
Osjećaj pripadnosti mjestu (gradu ili selu) u kojem živim			.679		

## 4) SOCIJALNI IDENTITET I SOCIODEMOGRAFSKA OBILJEŽJA

*Tablica 6. Dimenzija socijalnog identiteta s obzirom na osnovna sociodemografska obilježja.*

	KULTURALNA DIMENZIJA	SOCIO-PROF. DIMENZIJA	REGIONALNA DIMENZIJA	NACIONALNO-VJERSKA DIMENZIJA	SUSJEDSKO-LOKALNA DIMENZIJA
DOB	Rođeni do 1938.	1959.-1978.	Rođeni do 1938.	Rođeni do 1938.	-
OBRAZOVANJE	Nezavršena i završena os.	Viša, visoka	Nezavršena i završena os.	Nezavršena i završena os.	Nezavršena i završena os.
REGIJE	Dalmacija	Sjeverna Hrvatska	Lika, Počuplje i Banovina	Slavonija	Sjeverna Hrvatska
MJESTO NAJDUŽEG BORAVKA	Manje od 10000	-	70001-150000	Manje od 10000	Manje od 10000
IMOVINSKO STANJE OBITELJI	-	Bolje od drugih	-	Lošije od drugih	-

# ZAKLJUČNO

- DISTRIBUCIJE FREKVENCIJA SU POKAZALE DA NAJVEĆI POSTOTAK ISPITANIKA PROCJENJUJE VAŽNIM OSJEĆAJ PRIPADANJA S NAJUŽOM RODBINOM, KRAJEM U KOJEMU SU ROĐENI ILI SADA ŽIVE, OBITELJSKOJ LOZI, GRAĐANIMA HRVATSKE I NACIJI.
- ANALIZA VARIJANCE POKAZALA JE PREFERENCIJE ISPITANIKA PREMA FAKTORIMA I ČESTICAMA U INSTRUMENTIMA, S OBZIROM NA SOCIODEMOGRAFSKA OBILJEŽJA. UTVRĐENE SU TAKOĐER DVIJE KARAKTERISTIČNE GENERACIJSKE SKUPINE: STARIJA (PREKO 65 GODINA) I OSTALE (IZMEĐU 18 I 65 GODINA). STARIJA GENERACIJA JE VIŠE SKLONA IDENTIFIKACIJI SA ESENCIJALISTIČKIM OBILJEŽJIMA IDENTITETA, DOK OSTALE GENERACIJE PRIDAJU VAŽNOST POLITIČKIM, PROFESIONALNIM I VRIJEDNOSNIM U PROCESU IDENTIFIKACIJE SA SKUPINAMA.

HVALA NA PAŽNJI 😊