

# Politička satira kao sredstvo informiranja i mobiliziranja političke participacije

---

**Junušić, Tin**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:206968>

*Rights / Prava:* [Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-20**



*Repository / Repozitorij:*

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu  
Fakultet političkih znanosti  
Diplomski studij novinarstva

Tin Junušić

**POLITIČKA SATIRA KAO SREDSTVO INFORMIRANJA I  
MOBILIZIRANJA POLITIČKE PARTICIPACIJE**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2021.

Sveučilište u Zagrebu  
Fakultet političkih znanosti  
Diplomski studij novinarstva

**POLITIČKA SATIRA KAO SREDSTVO INFORMIRANJA I  
MOBILIZIRANJA POLITIČKE PARTICIPACIJE**

DIPLOMSKI RAD

Mentor: doc. dr. sc. Kosta Bovan

Student: Tin Junušić

Zagreb

veljača, 2021.

Izjavljujem da sam diplomski rad Politička satira kao sredstvo informiranja i mobiliziranja političke participacije, koji sam predao na ocjenu mentoru doc. dr. sc. Kostu Bovanu, napisao samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekao ECTS bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivao etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Tin Junušić

## SADRŽAJ

|   |    |
|---|----|
| POPIS ILUSTRACIJA .....   | i  |
| 1. UVOD.....  | 1  |
| 2. SATIRA .....   | 2  |
| 2.1. Formalna i neformalna satira.....                          | 4  |
| 3. OBLICI POLITIČKO SATIRIČNIH TEKSTOVA.....                    | 6  |
| 3.1. Satirični dokumentarni film ili mockumentary .....         | 7  |
| 3.2. Satirična informativna emisija.....                        | 9  |
| 3.2.1. Tradicionalna politička satira .....                     | 11 |
| 3.2.2. Satira situacijske komedije.....                         | 11 |
| 3.3. Ironične aktivističke grupe.....                           | 12 |
| 3.4. Satirični strip .....                                      | 14 |
| 4. POLITIČKO PONAŠANJE I POLITIČKA SATIRA .....                 | 16 |
| 4.1. Politička satira i informiranost .....                     | 17 |
| 4.2. Politička satira i politička participacija.....            | 18 |
| 5. CILJ I METODA ISTRAŽIVANJA, MJERNI ELEMENTI I REZULTATI..... | 20 |
| 5.1. Cilj i metoda istraživanja .....                           | 20 |
| 5.2. Mjerni instrumenti .....                                   | 21 |
| 5.3. Rezultati istraživanja.....                                | 23 |
| 5.3.1. Deskriptivni podaci .....                                | 23 |
| 5.3.2. Istraživački problemi.....                               | 29 |
| 6. DISKUSIJA .....  | 33 |
| 7. ZAKLJUČAK .....  | 35 |
| LITERATURA.....   | 38 |
| PRILOG .....  | 43 |
| SAŽETAK .....   | 48 |

## POPIS ILUSTRACIJA

|   |    |
|---|----|
| Histogram 1. Dob ispitanika .....   | 24 |
| Histogram 2. Politička orijentacija ispitanika.....   | 25 |
| Histogram 3. Konzumacija političko satiričnih sadržaja.....   | 25 |
| Histogram 4. Zainteresiranost za politička zbivanja (1=vrlo nezainteresiran/a do 5=vrlo zainteresiran/a ..... | 26 |
| Histogram 5. Informiranje o političkim događajima putem medija.....   | 27 |
| Histogram 6. Zadovoljstvo funkcioniranjem demokracije u Republici Hrvatskoj .....                             | 28 |
|   |    |
| Tablica 1. Konzumacija političko satiričnih sadržaja prema spolu.....   | 26 |
| Tablica 2. Razina cinizma.....  | 28 |
| Tablica 3. Tablica korelacije konzumiranja političko satiričnih sadržaja i razine informiranosti .....        | 29 |
| Tablica 4. Korelacija konzumiranja političko satiričnih sadržaja i političke participacije .....              | 30 |
| Tablica 5. Korelacija konzumiranja političko satiričnih sadržaja i specifične demokracije .....               | 30 |
| Tablica 6. Povezanosti konzumiranja političko satiričnih sadržaja i difuzne demokracije.....                  | 31 |
| Tablica 7. Korelacija konzumiranja političko satiričnih sadržaja i cinizma ispitanika.....                    | 32 |

## 1. UVOD

Satira kao umijeće umanjivanja predmeta s ciljem izazivanja stavova zabave, prezira ili pogrde fenomen je prisutan u književnosti, ali i u ostalim oblicima ljudske komunikacije. Politička satira popularan je fenomen koji je konzumiran na masovnoj razini, a može se definirati kao jedan od suvremenih oblika satire koji je vezan uz masovne medije u liberalnom i demokratskom političkom kontekstu. Uz niske razine konvencionalne političke participacije, ostaje pitanje tko točno konzumira političku satiru, te uz koje karakteristike i ponašanje se veže politička satira. Odnosno pitanje političke satire kao sredstvo informiranja i mobiliziranja političke participacije. Cilj rada bio je ispitati postoji li veza između konzumiranja sadržaja političke satire s političkim ponašanjem, odnosno s razinom informiranosti i mobiliziranjem političke participacije.

Diplomski rad podijeljen je na šest dijelova uz uvodni dio. U prvom poglavlju objašnjava se i opisuje općenito pojam satire, a osim toga objašnjava se i podjela satire na formalnu i neformalnu satiru. U drugom poglavlju objašnjava se pojam političke satire. Navode se najznačajniji oblici političke satire (satirični dokumentarni film ili *mockumentary*, satirična informativna emisija, ironični aktivizam, te satirični politički strip. U četvrtom poglavlju istražuje se veza između političke satire i političkog ponašanja. U tom smislu, poglavlje je podijeljeno na potpoglavlja koja se bave vezom između političke satire i informiranosti, kao i s vezom između političke satire i političke participacije. U petom poglavlju objašnjavaju se ciljevi istraživanja. U sljedećem potpoglavlju opisuju se mjerni instrumenti korišteni u dizajnu istraživanja (konzumiranje političko satiričnih sadržaja, zainteresiranost i informiranost građana o opće političkim temama, politička participacija, podrška demokraciji i cinizam). U sljedeća dva potpoglavlja iznose se rezultati istraživanja. Odabrana metoda istraživanja bila je anketa, a istraživanje je provedeno na prigodnom uzorku studenata fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Sljedeće poglavlje sabire nalaze istraživanja, uspoređuje ih s postojećom literaturom te iznosi neke prepreke i nedostatke istraživanja. U zaključnom poglavlju sumira se teorijska pozadina, te se iznose rezultati istraživanja i diskusije.

## 2. SATIRA

Satira se može opisati kao književno umijeće umanjivanja ili derogiranja predmeta čineći ga smiješnim i evocirajući prema istoj stavove zabave, prezira, pogrde ili ogorčenja (Abrams, 1999: 275). Ipak, satira je jedan od često korištenih termina vrlo nepreciznog značenja. S jedne strane, satira predstavlja vrstu književnosti a s druge strane označava kritičan i posrpan ton koji se pojavljuje u brojnim književnim žanrovima, ali i u ostalim oblicima ljudske komunikacije (Elliot, 2020). Od komičnog se razlikuje u tome što komedija izaziva smijeh uglavnom kao sam sebi cilj, dok satira ismijava odnosno koristi smijeh kao oružje protiv mete koja postoji izvan samog djela. Ta meta može biti pojedinac ili vrsta osobe, klasa, institucija, nacija ili čak čitav ljudski rod (Abrams, 1999: 275). Satira je, općenito definirana, način diskursa ili vizije koji utvrđuje polemički ili kritički pogled, a čiji okvir izlazi iz domene književnosti.

Gilber (1972) govori kako pojam „satira“ potječe od latinske riječi *satura*, što u prvom redu znači „puna“, a onda znači „mješavina puna različitih stvari“, iz čega proizlazi pretpostavka kako je izraz bio dio vokabulara hrane. Postoji recept vrste salate koja se zove *satura*, jelo puno miješanih plodova ponuđenih bogovima zvalo se *Ianx satura*, a pjesnik Juvenal svoje satire naziva *farragom*, mješavinom zrna za stoku. Suština izvornog imena je bila raznolikost – plus određena prirodnost, grubost ili neodređena srdačnost. Enije je prvi svoje pjesme nazivao *saturama* (Gilber, 1972: 231). *Satura* (također *satira*), nomenklatura rimskog doba, podrazumijevala je i dozvolu i obvezu razotkrivanja svake vrste ljudskog neuspjeha, od bezobzirne zlobe do bezumne ludosti i taštine (Preminger i Brogan, 1993: 1115). Rimljani su uživali u raznolikim nastupima na pozornici koje su nazivali *saturae*. Nisu bile prave predstave, jer nisu imale kontinuitet i konkretnu radnju; to su bile skupine scena ili skečeva s dijalogom (Gilber, 1972). Kad je Enije svoje pjesme nazvao *saturae*, vjerojatno nije samo mislio na miješano jelo jednostavnih sastojaka, već da su izrasle iz improvizirane zabave koja je bila (iako lišena zapleta) dramatična, jer je oponašala i ismijavala ljude i njihov način života, a sadržavala dijalog koji se izvodio kroz recitacije ili razgovore (Gilber, 1972: 233). Elliot (2020) kaže kako su naknadne ortografske modifikacije zamračile latinsko podrijetlo riječi satire, pa *satura* postaje *satyra*, a pogrešnim se tumačenjem etimologije miješaju ova dva pojma (Preminger i Brogan, 1993: 1115). Ipak, prema Gilberu (1972) „naziv satira nema nikakve veze s grčkim



bićima satirima, stvorenjima dijelom ljudske i dijelom životinjske prirode, često divljima u svom ponašanju“ (Gilber, 1972: 231-232).

Satira konotira prepoznatljive strukturne i aktualne osobine diskretnog književnog žanra. Nadalje, kritički nabijeni atributi satire mogu se također vezati uz drugi književni ili kvaziliterarni fonus, uporabu koja se javlja u prozi i stihu (Preminger i Brogan, 1993: 1114). Satiričari na raspolaganju imaju mnoštvo književnih i retoričkih uređaja; oni mogu koristiti basne sa životinjama, dramatične incidente, izmišljena iskustva, zamišljena putovanja, crteže likova, anegdote, poslovice, homilije, a mogu se poslužiti sarkazmom, burleskom, ironijom, izrugivanjem, parodijom, pretjerivanjem – humorom u bilo kojem obliku (Elliot, 2020). Koncept ironije, više nego bilo koji druga figura, ima tendenciju da se smatra središnjim mehanizmom u proizvodnji satire (Worcester 1940: 40-83). Glavna razlika između ironije i satire je ta što je satira militantna ironija. U satiri su ključne dvije stvari: jedna je duhovitost ili humor, utemeljena na fantaziji ili osjećaju groteske ili apsurdna, a druga je objekt napada. Ironija postoji izvan satire, ali posebno „militantna“ verzija, ona koja može napasti je ono što oblikuje satiru (Simpson, 2003: 53). U mnogim djelima satira se javlja kao slučajni element čiji ukupni modus nije satiričan – izražava se samo u određenom liku ili situaciji ili u interpoliranom odlomku ironičnog komentara o nekom aspektu ljudskog stanja ili suvremenog društva. Ipak, za neke književne spise, stihove ili prozu, pokušaj umanjivanja teme podsmijehom je primarno načelo organiziranja, a ta djela pripadaju formalnom žanru satire (Abrams, 1999: 276).

W. H. Auden sugerirao je da satira procvjeta u vremenima relativne stabilnosti i zadovoljstva te u homogenim društvima koja poštuju zajedničku koncepciju moralnog zakona (1952: 69; prema Simpson, 2003: 50). Elliott (1971) tvrdi da se najinventivnija satira javlja u vrijeme rizika i prijetnje kaznom i da uspijeva kad je društvo pokuša cenzurirati, dok Paulson (2003) smatra kako je razočaranje doživljeno nakon dva svjetska rata, i „egzistencijalistički pogled na život“ koji je potekao iz toga, označilo dvadeseto stoljeće kao doba satire. Definicije satire slažu se da satira mora ciljati osobu ili objekt te stoga mora ovisiti o prethodnim pojavama parodiranja, ismijavanja ili reformiranja, pa je stoga za razumijevanje satire nužno poznavanje povijesnog i društvenog konteksta (Alliker Rabb, 2007: 568).

## 2.1. Formalna i neformalna satira

Književni kritičari čine široku podjelu između formalne (ili izravne) satire i neizravne satire. U formalnoj satiri satirična osoba progovara u prvom licu. Može se obratiti ili čitatelju ili pak liku u samom djelu, koji se naziva *adversariusom* (lat.) i čija je glavna umjetnička funkcija izazivanje i dodavanje vjerodostojnosti komentarima satiričnog govornika. Često se razlikuju dvije vrste formalne satire, preuzimajući svoja imena od velikih rimskih satiričara Horacija i Juvenala. Vrste su definirane karakterom osobe koju autor predstavlja kao satiričnog govornika u prvom licu a također i stavom te tonom koji takva osoba očituje prema temi i čitateljima djela (Abrams, 2005: 276). Prvi, koji odgovara horacijskoj vrsti, blagonaklono promatra većinu ljudi, ali misli da su prilično slijepi i bezumni. Istinu govore s osmijehom, nadajući se da će ih izliječiti od neznanja koje percipira kao njihovu najveću manu (Gilber, 1972: 235). Horacije pojam satire pojašnjava kad govori o želji da se izrazi istina, istovremeno se smijući. Dakle, satiričar, iako se smije, govori istinu. Mnogi satiričari to ponavljaju, ali često izjavljuju da je njihova istina ono što ljudi ne žele čuti (Gilber, 1972: 234). U horacijskoj satiri govornik očituje karakter urbanog, duhovitog i tolerantnog svjetovnog čovjeka, koji je češće potaknut na zabavu, nego na ogorčenje zbog spektakla ljudske ludosti, pretencioznosti i licemjerja i koji koristi opušten i neformalan jezik da čitateljima izazove osmijeh na ljudske propuste i apsurre – ponekad uključujući i vlastite (Abrams, 2005: 276-7). Taj tip satiričara je optimist koji vjeruje da ludost i zlo nisu urođeni u čovječanstvo, a čak i ako jesu, da se mogu iskorijeniti. To su stanja koja se mogu izliječiti te pogreške koje se mogu ispraviti (Gilber, 1972: 236).

U juvenalskoj satiri karakter govornika je karakter ozbiljnog moraliste koji dostojanstvenim i javnim stilom izricanja ukazuje na poroke i pogreške koje nisu ništa manje opasne zato jer su prikazane na smiješan način, i koji se obvezuje dočarati od čitatelja moralnu ogorčenost ili tugu zbog stanja čovječanstva (Abrams, 2005: 277). Njihov cilj, dakle, nije izliječiti, nego raniti, kazniti, uništiti. Mizantropski satiričar vjeruje da je neznanje ukorijenjeno u čovjekovu prirodu i strukturu društva. Smatra kako ništa ne može eliminirati ili izliječiti ljudsku glupost, a čovjek zaslužuje samo prezir i mržnju (Gilber, 1972: 235). Mizantropski satiričar promatra život i ne smatra ga tragičnim ili komičnim, već smiješno prezirnim.

Neizravna satira može se naći u drugim književnim oblicima koji se ne obraćaju izravno čitatelju. Najčešći neizravni oblik je onaj fiktivne pripovijesti, u kojoj su predmeti satire likovi koji sebe i svoja mišljenja čine smiješnima ili neugodnima zbog načina na koji se ponašaju,

govore, misle i čine, a ponekad ih autori dodatno ismijavaju komentarima u tekstu i narativnim stilom (Abrams, 2005: 277). Jedna vrsta neizravne satire je Menippeova satira, po uzoru na grčki oblik koji je razvio cinik Menippus, koja se ponekad naziva i Varronianska satira, prema rimskom imitatoru. Takve satire napisane su u prozi, obično s interpolacijama stihova, i čine raznovrstan oblik koji često drži labavo konstruirana pripovijest (Abrams, 2005: 277). Menippus, cinik koji je satirizirao druge filozofe, nazvan je čovjekom koji se šali o ozbiljnim stvarima ili grčki σπουδογέλοιος, a prema Gilberu (1972) to je središnja metoda satire.

Prema Pollardu (1972) u situacijama kada je satirična meta prikazana kao prekršitelj moralnog zakona, satiričar je sklon tome da se pozicionira kao čuvar morala. Stoga, kad satiričar tvrdi da govori istinu, to može značiti da pokušava pomoći svojim prijateljima i javnosti dajući im vrijedne savjete i upozorenja koja im trebaju ili im ukazuje na skandale koji bi užasnuli svijet. Ako je prvi tip, očekuje da će istina učiniti dobro; ako je drugi, očekuje da će naštetiti mnogim ljudima i ugroziti sebe i druge (Gilber, 1972: 235). Satira kao takva ne mora se nužno vezati uz književnost i književne forme, već se prepoznaje i u drugim izražajnim oblicima od kojih je za ovaj rad najbitnija politička satira.

### 3. OBLICI POLITIČKO SATIRIČNIH TEKSTOVA

Fraza politička satira toliko je aktualna u svakodnevnom govoru da je definiranje granica političke satire praktički nemoguće taksativno odrediti. Kao prva prepreka nameće se pitanje što se podrazumijeva pod političkom satikom. Griffin (1994) predlaže definiciju političke satire kao jednu od suvremenih oblika satire vezanu uz masovne medije u liberalnom i demokratskom političkom kontekstu (Griffin, 1994:139).

Osim te definicije, Hodgart (2009) tvrdi kako, da bi došlo do pojave političke satire u javnom prostoru, moraju biti ispunjeni određeni uvjeti. Politička satira zahtjeva četiri specifična uvjeta. Prvo, mora postojati spremnost obrazovanih ljudi da pojačaju političku participaciju, drugim riječima, javnost mora biti spremna odmaknuti se od pasivnog stava koji izaziva političku apatiju. Drugo, mora postojati povjerenje u autore satiričnih tekstova da oni zapravo mogu ostvariti promjenu. Treće, Hodgart tvrdi da mora postojati široka publika koja uživa u primjeni ovih ideja. Konačno, u određenoj mjeri mora postojati sloboda govora (Hodgart, 2009: 72).

Unatoč činjenici da je apatija glasača prisutna te unatoč činjenici da interes o vijestima prenesenim tradicionalnim izvještavanjem opada te da je profesionalni politički dijalog karakteriziran ponavljanjem, ipak dolazi do renesanse na području političke satire (Day, 2011: 1). Politički diskurs koji se odvija u satiričkom registru trenutno se čini daleko živahnijim od bilo kojeg tradicionalnog prostora za ozbiljan politički dijalog (Day, 2011: 1).

Najpopularniji oblici političko satiričnih tekstova su:

1. Satirični dokumentarni film ili *mockumentary*,
2. Satirična informativna emisija,
3. Ironični aktivizam koji uzurpira medijski prostor,
4. Satirični politički strip.

### 3.1. Satirični dokumentarni film ili *mockumentary*

Filmovi u kategoriji satiričnih dokumentarnih filmova politički su motivirani, a velika većina filmova strukturirana je oko pripovjedača/protagonista koji u prvom licu iznosi spoznaje do kojih je došao istraživanjem problematike iz prve ruke te gledateljima nudi vlastitu duhovitu perspektivu (Day, 2011: 7). Uloga je takvih pripovjedača „stvarati istinu“, a upravo navedeno u određenoj mjeri opisuje ulogu *mockumentary* odnosno satiričnog dokumentarnog filma, koji stvara izmišljene tekstove koji se površinski doimaju kao da su utemeljeni na činjenicama (Wallace, 2018: 201).

Tijekom posljednja dva desetljeća *mockumentary* ili satirični dokumentarni film je igrao značajnu ulogu u naglašavanju performativnog aspekta suvremene politike. Ti aspekti uključuju brzo uređivanje filmskog materijala koje proizlazi iz procesa stvaranja fikcije, ali i odražavanje nepristranog osjećaja promatranja kroz objektiv dokumentarne kamere te manipulaciju i rekontekstualizaciju originalnih vijesti (Wallace, 2018: 201).

Nichols je predložio da dokumentarni film predstavlja žanr koji treba definirati pozivanjem na institucionalnu praksu koju je razvila i održava „zajednica sudionika“, praksu koja tvrdi da publici predstavlja stvarnost kao točnu, objektivnu i nepristranu (Height, 2008: 204). Dokumentarni film može se definirati pozivanjem na određeni „korpus tekstova“ koji zajedno pokazuju poznati niz kodeksa i konvencija. Ti se kodeksi i konvencije obično grupiraju kao dokumentarni načini predstavljanja (Height, 2008: 205). Treće, Nichols tvrdi da dokumentarni film nužno uključuje „sastav gledatelja“ koji u vlastito čitanje dokumentarnih formi unose posebna očekivanja i pretpostavke. Ovdje se publika obično bavi tim tekstovima kroz dokumentarni način čitanja koji se temelji na poznavanju i prihvaćanju valjanosti i cjelovitosti ovih generičkih načina predstavljanja (Height, 2008: 205). *Mockumentary* preuzima uobičajene konvencije dokumentarca, ali ideje i poruke implicira kroz satiru.

Mockumentary je vrsta filmske ili televizijske emisije koja prikazuje izmišljene događaje, predstavljene kao dokumentarac. Ove se produkcije često upotrebljavaju za analizu ili komentiranje trenutnih događaja i problema pomoću izmišljene postavke ili za parodiranje same dokumentarne forme (Wallace, 2018: 202).

Satirični dokumentarni film se može definirati kao diskurs koji se prepoznaje pozivanjem na tri razine medijske prakse (Height, 2008: 208):

1. Satirični dokumentarni film se posebno oslanja na parodijske i satirične tradicije, ali se na njih ne može svesti.
2. Na tekstualnoj razini, satirični dokumentarni film prisvaja stilove ne samo iz kodova i konvencija dokumentarca, već i iz čitavog spektra medija, uključujući hibridne oblike. Diskurs satiričnog dokumentarnog filma djeluje unutar niza generičkih tradicija i potencijalno preuzima karakteristike mnogih drugih oblika medija.
3. Satirični dokumentarni film je karakterističan po složenom obliku angažmana publike, često (ali ne nužno) uključujući refleksivnost prema ne-fiktivnim i hibridnim oblicima koje koristi.

Komedija satiričnog dokumentarnog filma pokazuje brojne definirajuće karakteristike koje se ne oslanjaju na strogu replikaciju dokumentarnih konvencija, pa je općenito sam dokumentarac postao rezidualni aspekt forme satiričnog dokumentarnog filma (Wallace, 2018: 206). Najsloženiji i najzanimljiviji primjeri satiričnog dokumentarnog filma su oni tekstovi s namjernom satiričnom agendom. Najbolji primjeri satiričnog dokumentarnog filma obično grade složeni skup oblika angažmana za publiku, oslanjajući se na niz intertekstualnih referenci i nastojeći se povezati sa znanjem gledatelja o široj vizualnoj kulturi i ključnim društveno-političkim diskursima. Oni uspostavljaju likove s kojima se publika može identificirati i razvijaju narative koji ne ovise isključivo o znanju drugih tekstova kako bi bili uspješni (Height, 2008: 205). Ključni dio satiričnog dokumentarnog filma je prepravljavanje, rekontekstualizacija, ponovno uređivanje, pa čak i lažiranje priloga vijesti u komične ili satirične svrhe (Wallace, 2018: 207).

Prelazak u umreženo okruženje Interneta donio je određene promjene. Satirični dokumentarni projekti na Internetu nagrađuju skepticizam korisnika, često su kritični i nejasne su razlike među kategorijama kao što su prijevara, parodija, krivotvorenje i satira; ali mrežni satirični dokumentarni film to radi kroz raznovrsnije načine pristupa temi u odnosu na klasični satirični dokumentarni film (Cynthia, 2012: 211).

Sve veća popularnost izričajnih dokumentarnih filmova (s američkim televizijskim programima *ER*, *The Practice*, pa čak i *The Simpsons*, koji prikazuju epizode pomoću ove forme) nudi složen izazov prepoznatljivom statusu samog dokumentarca. Žanr dokumentarca dugo je uživao povlašten položaj zbog svoje tvrdnje da može točno uhvatiti i predstaviti stvarnost. Pokazujući kako se lako i uspješno mogu dokumentirati dokumentarni oblici, *mockumentary* film učinkovito narušava ovaj poseban status i sugerira novi odnos između publike i žanra.

Jedan od najpoznatijih satiričnih dokumentarnih filmova je *Bogovi su pali na tjeme* koji izlazi početkom osamdesetih godina dvadesetog stoljeća, a koji kroz forme dokumentarnog filma prati likove kroz tri različite priče. U prvoj priči pronađena boca Coca-Cole Bušmanima približava koncept privatnog vlasništva što uzrokuje probleme za sve uključene. Druga priča prati smiješne situacije znanstvenika i učiteljice koji putuju Bocvanom, dok se treća priča bavi gerilcima komunistima koji neuspješno pokušavaju provesti puč.

*This is Spinal Tap* satirični je dokumentarni film iz 1984. godine, a koji prati putovanja fiktivnog heavy metal benda. Film satirizira česta ponašanja *rock* i *heavy metal* glazbenika i kritički se osvrće na takav život.

Jedan od najpoznatijih satiričnih dokumentarnih filmova 21. stoljeća je *Borat: učenje o amerika kultura za boljitak veličanstveno država Kazahstan* koji je objavljen 2006. godine. Sacha Baron Cohen u ulozi Borata, reportera iz Kazahstana koji putuje SAD-om i upoznaje se s običajima domaćina, a sve kroz prizmu apsurdnih stereotipa i predrasuda o istočnoj Europi. Krajem 2020. godine izlazi drugi nastavak Boratovih putovanja.

### **3.2. Satirična informativna emisija**

Pod „satiričnom informativnom emisijom“ prije svega se misli na televizijsku emisiju režiranu kao da se radi o izravnom programu vijesti ili reportaži aktualnih događanja, ali publici se prikazuju na komično iskrivljeni način. Publika se zabavlja gledajući glumce kako stvaraju dojmove stereotipnih televizijskih novinara na stereotipnim informativnim setovima (Day, 2011: 6). Tijekom posljednjeg desetljeća satirične informativne vijesti pojavile su se kao sveprisutan oblik popularnog političkog diskursa koji, prije svega, dovodi u pitanje logiku i

integritet suvremenih novinarskih praksi. Iako se zabavna televizija tradicionalno odmiče od „ozbiljnog“ područja politike (samo povremeno istražujući političke teme), politika sada čini sastavni dio zabavnog programa. Ovaj je pomak ključan za zamagljivanje granica između ozbiljnih i zabavnih diskursa, postavljajući politiku u središte novih rasprava o funkciji i vrijednosti zabave u građanskoj kulturi (Reilly, 2012. : 258).

U novinarstvu satira se najčešće predstavlja poput „stvarnih” vijesti ili koristi parodiju prikazanu kao konvencionalne vijesti. Dok se satirične vijesti definiraju komičnom prirodom, koristeći humor za stvaranje lažnih vijesti, temeljni cilj satiričnih novinarskih oblika je davanje izjava o stvarnim ljudima, događajima i trendovima, često s namjerom utjecaja na promjene. Taj je način obično u osnovi pristran. Opisani cilj naglašava ključnu razliku između satire vijesti i parodiranja vijesti. Dok parodija koristi humor radi samog humora, satirične vijesti koristi humor za ostvarivanje društvene kritike i/ili promicanje promjena. Politika i aktualni događaji česta su tema vijesti, iako žanr nije ograničen na njih (Upsate Library, 2020).

Neuspjeh tradicionalnih vijesti u podržavanju racionalnog, građanskog javnog diskursa i pružanju istinitih informacija javnosti doveli su do zamućenja granica između politike i zabave. Takvi novinarski oblici ne samo da obavljaju bolji posao u uključivanju pojedinaca u argumentirane rasprave koje su važne u održavanju demokratskog sustava, već su također u stanju pružiti publici značajna sredstva za građanski i politički angažman (Jones i Baym, 2010: 279).

Holbert je razvio tipologiju za proučavanje odnosa između politike i zabavne televizije u kojoj razlikuje devet različitih tipova međuovisnosti politike i zabave. U vertikalnom smjeru razlikuje tipove emisije za koje gledatelji očekuju da sadržaj određenog dijela zabavne televizije bude prvenstveno politički, donekle politički ili da sociopolitički elementi koji se nude u programu imaju sporednu funkciju. Horizontalno slijeva udesno razlikuju se tipovi koji sadrže eksplicitne političke izjave, do mješavine eksplicitnih i impliciranih sociopolitičkih poruka, do onih tipova zabavnog programa koje impliciraju određene stavove.

U ovom radu od interesa su dva tipa koje Holbert (2005) razlikuje, a to su tradicionalna politička satira i satira situacijske komedije.



### 3.2.1. Tradicionalna politička satira

Tradicionalna politička satira u kontekstu televizijskog programa je emisija u kojoj publika očekuje političke poruke koje se bave implicitnim političkim sadržajem, a ne prenošenjem otvorenih izjava o političkim činjenicama (Holbert, 2005).

Tradicionalna politička satira značajna je po tome što je pokretačka snaga emisije predstavljanje političke satire (npr. *The Daily Show With Jon Stewart*) ili su vrlo specifični i dobro definirani segmenti zabavnog programa posvećeni predstavljanju političke satire (npr. monolozi talk show-a u kasnim satima, politička skica komedije *Saturday Night Live*), zabavni televizijski programi koji ne pružaju eksplicitne izjave o političkim činjenicama. Umjesto toga, politička satira i komični društveni komentari općenito su različiti od tradicionalnih oblika političkih informacija jer zahtijevaju aktivno sudjelovanje publike (Young, 2004: 3).

Politički humor nudi se publici, ali članovi publike igraju vrlo aktivnu ulogu u određivanju istinskog značenja šaljivih priča ili anegdota koje im se nude (Young, 2004). Kognitivni i afektivni podražaji igraju ulogu u shvaćanju značenja, ali očekivanja publike moraju se podudarati sa sadržajem kako bi se osiguralo maksimalno shvaćanje značenja (Holbert, 2005: 442). Dakle, političke poruke pružene putem ovih programa pretežno se impliciraju kroz humorisitčnu ekspoziciju.

Iako Holbert (2005) i kasnonoćnu komediju, poput *The Tonight Show with Jayem Leno*, i komične vijesti, uključujući *The Daily Show with Jonom Stewartom*, smatra tradicionalnom političkom satirou, drugi istraživači tvrde da ove dvije vrste programa imaju različit sadržaj, publiku i efekt (Holbert, 2005: 244).

### 3.2.2. Satira situacijske komedije

Autori popularnih situacijskih komedija koje sadrže političku satiru (kao što su *The Simpsons*, *King of the Hill*, *South Park*) primijetili su da politička satira rijetko pokreće priču koja čini osnovu za datu epizodu (Hafner, 2003). Umjesto toga, kratki isječci političke satire često se implementiraju u epizodu radi komičnog efekta. Holbert (2005) govori kako je publika očekivala poluregularne satirične elemente impliciranog političkog komentara usmjeren prema širokom spektru pitanja javnih politika (socijalna sigurnost, zdravlje), političkim skupinama

(npr. Nacionalno udruženje pušaka) ili stvarnim političarima (npr. predsjednik William Jefferson Clinton). Ti se ubrzani oblici političke satire kombiniraju sa suptilnijim političkim glasom emisije poput Simpsona, koja dosljedno temelji raspravu o sociopolitičkim pitanjima unutar obiteljske jedinice (Cantor, 1999).

### **3.3. Ironične aktivističke grupe**

Politički aktivisti tijekom povijesti nisu bili poznati po svom smislu za humor i zaigranosti, međutim kako se komunikacija putem masovnih medija razvijala, tako su se razvijale i taktike aktivista za privlačenje medijske pažnje. Sve više i više grupa sada svoje akcije grade na zaigrano ironičnom senzibilitetu, stvarajući atraktivne grafike i slogane te čineći vratolomije koje privlače pozornost (Day, 2008).

Ironične aktivističke grupe sve su više sredstvo ukazivanja na posebno popularan suvremeni način političke agitacije. U ovom žanru, skupine koje imaju političko pitanje koje žele javno obraditi, pokušavaju privući medijsku pozornost spektakularnim istupima i ironičnim javnim događajima. Jedna od tehnika kojoj se posebno okreću je tzv. „nabiranje identiteta“, u kojoj se članovi grupa lažno predstavljaju kao ljudi kakvi nisu, često čak i pokušavajući se kandidirati za svoje političke neprijatelje (Day, 2011: 7).

Unutar ovog većeg trenda, jedna određena taktika uključuje oblik maskiranja, jer skupine namjerno preuzimaju identitet svojih protivnika. Umjesto direktne političke rasprave, oni komuniciraju putem indirektnosti, mimike i spektakla. Iako se njihove vratolomije mogu činiti samom antitezom uvjerljivog političkog diskursa, oni su usmjereni upravo na utjecaj na smjer javne rasprave (Day, 2008).

Jedan od razloga zašto aktivisti posežu za satirama i ironijom ima veze s njihovim pozicioniranjem prema masovnim medijima i njihovoj potencijalnoj publici. Te skupine pokušavaju privući pažnju, često pažnju prolaznika i medijskih kuća, stoga je za sve skupine vrijednost zabave ključna za uspjeh njihovih akcija, jer u najmanju ruku osigurava da će biti primijećene. Iz tog je razloga potencijalno zadovoljstvo koje mogu priuštiti svojoj publici ključna briga u njihovom dizajnu, užitak često koncipiran nasuprot potencijalnom nezadovoljstvu izravno didaktičke naravi. Ovo udvaranje zabavne vrijednosti očituje se u

šaljivoj primjeni satire i ironije ili kao spektakularne medijske podvale osmišljene kako bi javno osramotile moćnike ili institucije (Day, 2011: 148).

Aktivistička skupina *The Billionaires* je prisustvovala javnim događanjima i organizirali 'prosvjede u kojima su utjelovili karikature ultra bogatih, navodno u znak podrške predsjedniku Bushu i Republikanskoj stranci, doslovno postajući njihovi protivnici u pokušaju da preoblikuju uvjete rasprave (Day, 2008).

Skupina *Yes Men* dodatno je proširila ovu strategiju. Oni pohađaju konferencije i obavljaju televizijske razgovore kao predstavnici tvrtki za koje zapravo ne rade, s ciljem usmjeravanja politike i prakse organizacija. Kombiniraju identitet s nevidljivim kazalištem stvarajući umjetni identitet za koji su pretpostavljali da ga je puno teže odmah prepoznati kao lažan, djelujući kako bi angažirali i možda razbjesnili svoju publiku i potaknuli gledatelje da dovode u pitanje vjerodostojnost organizacija čiji su navodni predstavnici (Day, 2011: 149). Na primjer, 2012. godine *Yes Men* objavljuju video *Three Strikes, You're In* u kojem predstavljaju novi program suradnje između policije u New Yorku i McDonald's restorana. Tobožnji program predstavljen je kao nagrada za građane koji se pridržavaju zakona, a ostvaruju pravo na besplatan *Happy Meal* obrok ako bez incidenta tri puta prođu pregled policije (Steinhauer, 2012).

Dery (prema Day, 2008) tvrdi da je svrha takvog ometanja ratovanje protiv masovne i komercijalne kulture i kolonizacije masovnih medija – tiranija „carstva znakova“, odnosno oblik semiološkog ratovanja. Primjerice, grupe za izmjenu reklamnih panoa ciljaju reklamne panoe u javnom prostoru, mijenjajući ih na način da prenose vrlo različita značenja od originala, često ona koja su kritična za proizvod, kompaniju ili kulturu potrošača općenito (Day, 2008).

Takav aktivizam uspostavlja jedinstveni odnos između aktivista i publike, tako da publika sudjeluje u procesu stvaranja značenja te u mnogim pretpostavke grupe. Drugim riječima, publika sudjeluje u zajedničkoj izgradnji predmetnog događaja. Orenstein (Day, 2008) ističe da za mnoge lekcija nije vijest ili promjena stava koliko podsjetnik ili potvrda onoga na što već sumnjaju (Day, 2008).

### 3.4. Satirični strip

Politički stripovi vizualni su ili vizualno-verbalni tip diskursa vijesti. Politički stripovi čitateljima vijesti nude sažete tvrdnje ili skraćene pripovijetke o društvenim problemima te pružaju meta-jezik za diskurs o društvenom poretku konstruirajući idealizacije svijeta, postavljajući čitatelje u diskurzivni kontekst „stvaranja značenja” i nudeći čitateljima alat za promišljanje o trenutnim uvjetima svijeta. Stripovi uokviruju pojave smještanjem dotičnog problema u kontekst svakodnevnog života i na taj način iskorištavaju univerzalne vrijednosti kao sredstvo uvjeravanja čitatelja da se identificiraju sa slikom i njenom namjeravanom porukom. Politički stripovi djeluju kao okviri za organizaciju društvenog znanja pa se koriste raznim retoričkim sredstvima, metaforama, frazama i prikazima koji imaju za cilj grafički prikazati suštinu problema ili događaja (Greenberg, 2008: 182).

Cijenjeni kao umjetnički radovi i povijesni zapisi o suvremenim stavovima, stripovi mogu pokrenuti društveni prosvjed i pravne radnje zbog kritičkih stavove koje zauzimaju prema moćnim pojedincima, institucijama i skupinama (Swein, 2012: 83). Jedna od poznatijih karikatura 19. stoljeća prikazuje Napoleona i tadašnjeg britanskog premijera Williama Pitta kako dijele pečenu puricu koja u stripa nalikuje na globus. Satirični stripovi bili su propagandna pomagala gotovo svih država u 1. i 2. Svjetskom ratu u kojima su najčešće ismijavali neprijatelje. Stripovi nizozemskog crtača stripa Louisa Raemaekersa, usmjereni protiv nacističke Njemačke, zamalo je sudski procesuiran zbog ugrožavanja Nizozemske „neutralnosti“ i pritisaka njemačkih vlasti. Suvremeni primjer su Danske novine *Jyllands-Posten* koje 2005. godine objavljuju niz stripova s likom Islamskog proroka Muhameda što dovodi do prijetnji umjetnicima kao i masovnim protestima i bojkotiranjem Danskih proizvoda u zemljama većinske Islamske vjeroispovijesti (Armitage, 2016). Francuski satirični časopis *Charlie Hebdo* također je poznat po satiričnim stripovima i karikaturama proroka Muhameda, što je izazvalo nasilne reakcije te ranjavanje jedanaestero i ubojstvo dvanaestero ljudi.

Morris tvrdi da strip hvataju beskrajne binarne opozicije koje organiziraju društvene predstave o svijetu i pružaju, kognitivnu mapu za razumijevanje svakodnevnog života. Prema Morrisu (1993) stripovi uspostavljaju društvene ciljeve pomoću:

1. utvrđivanja izvora stripa (tj. autor, novine) kao autoriteta ili stručnjaka u odnosu na problem te utvrđivanje, lociranja i označavanja određenih „drugih“ elemenata kao problematičnih;
2. konstruiranja specifičnog okvira i postavljanja dnevnog reda koji će „stvoriti ili pobuditi zanimanje za problem, stvoriti osjećaj intelektualne krize, prepoznati prirodu krize, odrediti njene simptome i predložiti način djelovanja kao učinkovito sredstvo“ ;
3. izrade normativnog dnevnog reda prema kojem čitatelji vijesti mogu likove stripa procijeniti u moralnom smislu; i
4. promicanja „želje za akcijom“ osiguravajući da preferirana poruka odzvanja s proživljenim iskustvima publike.

Coupe (1969.) postulira stilske kategorije stripa te razlikuje strip odobrenja, opisni strip, satirični smiješni strip i destruktivni satirični strip (Coupe, 1969: 89). Isti autor navodi kako većina čitatelja očekuje da će ih strip zabaviti ili barem nasmijati, a moderni politički karikaturist uglavnom je sveden na razinu dvorske lude, s obzirom na razinu slobode da kaže „istinu“, ali samo pod uvjetom da istina pritom nasmijava (Coupe, 1969: 89).

Satiričnom smiješnom stripu nije cilj raskrinkavanja maski javnih osoba i upozoravanja čitatelja, već ima tendenciju predstavljanja ozbiljnih političkih problema u šaljivoj alegorijskoj masci i pozivanja na smijeh političkim neprilikama, na taj način smanjujući osjećaj stvarnosti i štiteći od bolne realnosti. U teoriji je cilj kaznene i smijuće satire identičan: kao rezultat sukoba i kontrasta, predstavljena stvarnost postaje predmet neukusa u umu gledatelja i obje vrste ukazuju na nedostatke u pojedinim ljudima ili u društvu kao cjelini i pozivaju čitatelje da donesu odgovarajuće zaključke (Coupe, 1969: 89).

#### 4. POLITIČKO PONAŠANJE I POLITIČKA SATIRA

Danas je pitanje uloge političke satire u medijima, a posebno na Internetu, i reakcije gledatelja sve relevantnije. Posljednjih desetljeća postoji zabrinutost da će mladi gledatelji koji su potpuno novi na političkoj sceni postati cinični, ostati neinformirani i neupućeni kao rezultat konzumiranja satiričnih sadržaja, pa su kao odgovor istraživači političke komunikacije počeli proučavati učinke izloženosti sadržajima političke satire na ključne demokratske ishode, uključujući stjecanje znanja i učenje, političku djelotvornost i političku participaciju (Becker i Bode, 2018: 1). U demokracijama se politička participacija odnosi na glasanje, sudjelovanje u političkim raspravama i druge oblike građanskog angažmana, koji su svi neophodni za dobro funkcionirajući demokratski sustav. Satira postaje sve relevantnija kad se govori o pitanjima političke participacije i opće informiranosti o politički značajnim pitanjima (McClennen i Maisel, 2015: 11). Pojačani utjecaj na političku participaciju izravno je povezan s promjenama u suvremenoj satiri. Sposobnost satire da oblikuje javno mnijenje posljedica je povećanog nepovjerenja prema tradicionalnim vijestima, zbog sveprisutne izloženosti profesionalnim satiričnim komentarima, interakcije između profesionalne i građanske satire i uloge satire u oblikovanju „zabavljenog“ građanina (McClennen i Maisel, 2015: 11).

Stavovi o utjecaju političke satire na političko ponašanje, pa tako i na razinu informiranosti i participacije se razlikuju, od onih koji smatraju političku satiru opasnom za gledatelje i konzumente političke satire (Hart i Hartelius, 2007), kao i faktorom koji utječe na negativan stav i rast cinizma prema društvenim i političkim događajima (Baumgartner i Morris, 2006). Naravno, postoje i oprečni stavovi koji na političku satiru gledaju kao na pozitivan fenomen.

Kad su se potpuno integrirali u suvremeni politički krajolik, informativno orijentirani mediji (pa i politička satira) proširuju tradicionalne vijesti (novine, radio i televiziju) tako da uključuju veći broj izvora političkih informacija (Moy i sur, 2014: 198) ali i format prikazivanja vijesti vezan uz zabavne sadržaje. Potencijal za korištenje satire, parodije i humora predstavljaju jedan od primarnih instrument za biranje političkih sugovornika te na koje načine i s kojim autoritetom i legitimitetom. Zbog toga Jones (2008) smatra kako tvrdnja da zabava i informacije pripadaju odvojenim sferama jednostavno više nije vjerodostojna (Jones, 2008). Baym (2010) tu pojavu naziva diskurzivnom integracijom, navodeći da informativnu programi preuzimaju

karakteristike zabavnih medija, ali i da zabavni programi usvajaju formate prikazivanja i izvještavanja preuzete iz tradicionalnih vijesti (Jones i Baym, 2010: 286).

#### **4.1. Politička satira i informiranost**

Prethodna istraživanja pokazuju da je vjerojatnije da će gledatelji komedije u odnosu na gledatelje tradicionalnih vijesti pomno pratiti program i kao rezultat toga pamtili informacije izložene u politički satiričnim programima, a uz to izlaganje političkoj komediji potiče gledatelje da potraže dodatne informacije iz različitih tradicionalnih izvora vijesti (Becker i Bode, 2018: 2). Hardy i suradnici (2014) navode da je politička satira učinkovitija u promicanju stjecanja znanja specifičnog za pojedinu temu i poboljšanju percepcije gledatelja o vlastitoj informiranosti u odnosu na tradicionalne vijesti (Becker i Bode, 2018: 2). Ipak, upitno je koliko se povećava informiranost u odnosu na vlastitu percepciju informiranosti, a također je upitno koliko informacija zadržavaju gledatelji satiričnih sadržaja baziranih na *hard news* pitanjima. Što se tiče zadržavanja znanja i razine informiranosti vezane uz *soft news* sadržaje, autori Becker i Bode (2018) ističu kako je ono skromno.

Cao i Brewer (2008) tvrde da gledatelji *soft news* programe i političke satirične emisije konzumiraju prije svega radi zabave, a ne da bi se informirali, ali da ipak takvi programi mogu imati pozitivan utjecaj na javno znanje o politici (Cao i Brewer, 2008: 91).

Young i Tisinger (2006) otkrivaju da su ljudi koji gledaju kasnonoćnu komediju općenito, a posebno *The Daily Show*, informiraniji o politici, vjerojatnije će je slijediti i postići više na testovima građanskog znanja od onih koji takve programe ne prate. Također je vrijedno napomenuti da su ove pozitivne asocijacije na građanski angažman izraženije za publiku *The Daily Show*-a nego za ostale komičare poput Lenoa ili Lettermana, čiji humor može biti manje ciničan, ali i naizgled manje koristan za građanski angažman (Bennet, 2007: 282).

Izloženosti mekim vijestima i informativno-zabavnom programu, čija je ključna komponenta politička satira, omogućila je neinformiranim građanima povećanje znanja o vanjskopolitičkim problemima kao rezultat promatranja vijesti putem zabavnog programa. Iako su ta povećanja znanja i učenja bila skromna, izlaganje vanjskopolitičkim vijestima olakšalo je politički nepažljivim gledateljima lakše razumijevanje i političko angažiranje. Usredotočujući se na

zabavu gledatelja i prenoseći informacije, meke vijesti i programi političke satire čine teška politička pitanja lakšim za učenje (Baum i Jamison, 2011). Građani i stručnjaci ističu moć satiričnih programa u povećanju javnog znanja o političkim ličnostima. Nadalje, smatraju da upravo format satiričnih sadržaja čini vijesti privlačnijima građanima koji ne znaju ništa ili imaju niske razine znanja o trenutnim političkim događanjima (Ferré-Pavia i sur., 2011: 13).

#### **4.2. Politička satira i politička participacija**

Postoje dva glavna stava, pozitivni i negativni, kad se govori o vezi između političke satire i političke participacije.

Mnogi su implicirali ili sugerirali da satira ima negativan učinak na političko sudjelovanje, uglavnom promičući cinizam (Hart i Hartelius, 2007). Baumgartner i Morris (2006) sugerirali su da zbog toga politički humor i politička satira može biti štetna za demokraciju. Eksperiment Baumgartnera i Morrisa pokazao je da je izlaganje *The Daily Show*-u natjeralo gledatelje da negativno ocjenjuju političke kandidate i izražavaju manje povjerenja u medije, kao i manje vjere u izborni sustav. Na temelju ovih nalaza, autori Cao i Brewer su sugerirali da bi politička satira mogla potkopati participaciju poticanjem političkog cinizma među članovima publike (Cao i Brewer, 2008: 91).

Politički se cinizam često doživljava kao posljedica korumpiranosti postojećeg sustava, negativnih kampanja, političkih skandala i medijske slike o politici koja je prožeta negativnim pitanjima i stoga često doprinosi gubitku povjerenja u demokraciju, politički pesimizam, povlačenje iz političkog sudjelovanja ili dovodi do glasanja za ideološki ekstremne i populističke stranke i kandidate (Blanuša i Bovan, 2015).

S druge strane, zagovornici političke satire tvrde da ona mobilizira političku akciju. Prvo, izlaganje satiri može povećati političku samoefikasnost. Mnoga istraživanja tvrde da izloženost političkoj satiri može izazvati zajednička iskustva i mišljenja kod gledatelja (Cao i Brewer, 2008: 91) i dohvatiti informacije iz sjećanja. Ovaj postupak povećava samoefikasnost gledatelja, posebno internu samoefikasnost koja se odnosi na nečije samopoimanje sposobnosti da utječe na politiku. Istraživanje Hoffmana i Thomsona (2009) pokazalo da je gledanost političkog humora među srednjoškolcima povećala internu političku samoefikasnost, što je



zauzvrat imalo pozitivan učinak na političko sudjelovanje. Veća samoeфикаsnost potiče političku participaciju. Satira također može potaknuti političko sudjelovanje pobuđujući negativne osjećaje ljudi prema vladi (Lee i Kwak, 2014). Izloženost političkoj satiri također može povećati interese ljudi za sudjelovanje u političkim razgovorima, kao i izbornu politiku i zakonodavne procese (Shao i Liu, 2018: 2). Umjesto da obeshrabruju sudjelovanje, negativne informacije mogle bi motivirati gledatelje da sudjeluju u politici izazivanjem tjeskobe zbog trenutne političke situacije i budućih političkih zbivanja (Cao i Brewer, 2008: 92).

Lee i Kwak (2014) otkrili su da gledanje sarkastičnog političkog humora izaziva negativne emocije prema vladinoj politici i smanjuje podršku vladajućih, što je zauzvrat dovelo do povećane participacije. Webster, prema Eastonu (1975), definira podršku kao podupiranje, odnosno privrženost, te kao aktivno promicanje interesa određenog predmeta (Easton, 1975: 436). U svakom demokratskom poretку političko povjerenje ključan je oblik potpore političkom sustavu (Maldini, 2008: 179).

Izloženost političkim satiričnim sadržajima također bi mogla potaknuti političko sudjelovanje gradeći zamišljenu zajednicu među gledateljima i čineći politiku ugodnijom. Mutz (prema Cao i Brewer, 2008) govori kako korištenje masovnih medija može potaknuti percepciju kolektivnog iskustva ili kolektivnog mišljenja. Takvo zajedničko iskustvo ili mišljenje mogu olakšati kolektivno djelovanje javnosti. Političke satirične emisije mogu povećati političku participaciju poticanjem zajedničkih iskustava i mišljenja kod gledatelja. Štoviše, takvi programi obično predstavljaju politiku na zabavan način, što može navesti gledatelje da misle da je politika ugodna, stimulirajući time političko sudjelovanje (Cao i Brewer, 2008: 92).

Vrsta političkog sudjelovanja potaknuta zabavnim spektaklom satire povezana je s aktivizmom navijača i poticanjem kritičkog mišljenja u odnosu na određena pitanja relevantna za društvo. Jedan od ključnih načina na koji satira utječe na javnu sferu jest njezino izravno sudjelovanje u rekonstrukciji onoga što znači biti politički aktivan. Satira sve više privlači građane da pronađu načine za razvoj i djelovanje na političke ideje koji će im također omogućiti da se zabave (McClennen i Maisel, 2015: 11).

## **5. CILJ I METODA ISTRAŽIVANJA, MJERNI ELEMENTI I REZULTATI**

### **5.1. Cilj i metoda istraživanja**

Cilj istraživanja je otkriti vezu između konzumacije političko satiričnih sadržaja i političkog ponašanja. Postavljena su četiri istraživačka pitanja

IP1: Ispitati postoji li veza između konzumiranja satire s razinom političke informiranosti građana

H1. Postoji pozitivna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom informiranosti građana o opće političkim temama

IP2: Ispitati postoji li veza između konzumiranja satire s političkom participacijom

H2. Postoji pozitivna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s političkom participacijom građana

IP3: Ispitati postoji li veza između konzumiranja satire s razinom podrške demokraciji

H3. Postoji negativna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom podrške demokraciji u Hrvatskoj

IP4: Ispitati postoji li veza između konzumiranja satire s ciničnim stavovima

H4. Postoji pozitivna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom cinizma

Odabrana metoda istraživanja bila je anketa, a istraživanje je provedeno na prigodnom uzorku studenata fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Prikupljanje podataka za potrebe ankete odvijalo se od 22. prosinca 2020. godine do 18. siječnja 2021. godine. Za provođenje istraživanja korišten je Google Forms servis, a dijeljena je putem društvenih mreža na grupama studenata Sveučilišta u Zagrebu, koji čine prigodni uzorak korišten za ovo istraživanje. Prikupljeni podaci analizirani su u programu za statističku obradu podataka Jamovi.

## 5.2. Mjerni instrumenti

### *Konzumiranje satirično političkih sadržaja*

Učestalost konzumiranja satirično političkih sadržaja mjerena je postavljanjem pitanja o učestalosti konzumiranja satirično političkih sadržaja (političko satirični strip, političko satirična informativna emisija, političko satirični dokumentarac, itd.). Ponuđeni su odgovori bili u rasponu „rjeđe od jednom na mjesec“ do „više puta dnevno“.

### *Zainteresiranost i informiranost građana o opće političkim temama*

Zainteresiranost ispitanika o političkim zbivanjima mjerena je skalom od 1 (vrlo nezainteresiran) do 5 (vrlo zainteresiran). Informiranost ispitanika o opće političkim temama mjerena je postavljanjem pitanja o učestalosti informiranja o političkim događajima putem medija. Ponuđeni su odgovori bili u rasponu „rjeđe od jednom na mjesec“ do „više puta dnevno“.

### *Politička participacija*

Politička participacija mjerila se brojem aktivnosti u kojima su ispitanici sudjelovali. Mjerena je izlaznost na parlamentarne izbore 5. srpnja 2020. godine, ali i oblici političke participacije u posljednjih godinu dana kao što su sudjelovanje u demonstracijama, potpisivanje peticija, izlaska na štrajk te sudjelovanje u političkim kampanjama. Konačan rezultat izražen je kroz aritmetičku sredinu broja aktivnosti u kojima su sudionici participirali gdje je vrijednost 1 označavala sudjelovanje u svim ponuđenim aktivnostima, dok je vrijednost 0 označavala da ispitanik nije sudjelovao u niti jednom obliku ponuđene političke aktivnosti.

### *Podrška demokraciji*

Podrška podrazumijeva određene temeljne stavove, a dijeli se na specifičnu i difuznu podršku. Specifična podrška je usmjerena na uočene odluke, politike, postupke, izjave ili opći stil vlasti (Easton, 1975: 437). Pretpostavlja se da građani imaju dovoljno političke svijesti da mogu povezati zadovoljstvo ili nezadovoljstvo s ponašanjem vlasti, bilo da je ponašanje u obliku prepoznatljivih radnji ili nekih pripisanih općim rezultatima. Specifična podrška moguća je

samo pod uvjetima u kojima kultura omogućuje članovima shvaćanje vlasti kao odgovornom za ono što se događa u društvu (Easton, 1975).

Difuzna podrška može se definirati kao procjena onoga što je objekt ili što predstavlja, a ne što čini (Magalhaes, 2014: 79). Sastoji se od rezervoara povoljnih stavova ili dobre volje koji pomaže članovima da prihvate ili toleriraju rezultate kojima se protive ili čije učinke smatraju štetnim njihovim željama. Ako je potpora negativna, ona predstavlja rezervu loše volje koja se ne može lako umanjiti (Easton, 1975: 444). Difuzna podrška obično je trajnija od specifične podrške. Difuzna podrška političkim vlastima i režimu obično se izražava u dva oblika, kao povjerenje koje djeluje protiv cinizma i u vjerovanju u legitimitet političkog objekta (Easton, 1975: 447).

Ispitanicima je postavljeno pitanje preuzeto iz istraživanja Čular i Šalaj (2019) u kojem su proveli ispitivanje zadovoljstva razinom demokracije u Hrvatskoj. Na vrijednosnoj skali od 1 (potpuno nezadovoljan) do 5 (u potpunosti zadovoljan) ispitanicima je postavljeno pitanje „Općenito govoreći, u kojoj ste mjeri zadovoljni načinom na koji funkcionira demokracija u Hrvatskoj?“ za ispitivanje specifične potpore demokraciji. Difuzna demokracija mjerena je pitanjem „Demokracija ponekad teško funkcionira. Neki smatraju da su potrebni jaki vođe koji će srediti stvari. Drugi misle da je demokracija najbolje rješenje čak i kad stvari ne funkcioniraju najbolje. Što mislite o tome?“ Ispitanici su mogli odgovoriti s „potrebi su jaki vođe“, „demokracija je uvijek najbolja“ i „ne znam, nisam siguran/a“.

### *Cinizam*

Cinizam kao moderni fenomen obično nosi značenje ironične arogancije, odbacivanja i prezira prema ustaljenim moralnim vrijednostima i agresivnom ponašanju prema drugima (Blanuša i Bovan, 2015). Sloterdijk (1992) razlikuje dva oblika svijesti ciničnog razuma, a to su cinizam i kinizam koji se tim rascjepom bave na različite načine. Cinizam se i dalje drži za ideološku masku, dok kinizam ukazuje na postojanje rascjepa i kritizira licemjerje cinizma (Sloterdijk, 1992; prema Blanuša, 2010: 58). Kinizam se suprotstavlja vladajućim lažima, patetičnome, uzvišenom i ozbiljnom tonu službene ideologije i razotkriva sebične interese, nasilnost i okrutne težnje ka moći (Žižek, 2002; prema Blanuša i Bovan, 2015). Ukazuje javnosti na tzv. mračnu stranu politike i djelovanje političkih aktera u tim „skrivenim“ procesima (Blanuša i Bovan, 2015). Iz ovoga se čini sigurno zaključiti da cinični humor ne odvraća od odgovornog

angažmana građana. Suprotno tome, čini se da je cinizam (ili barem kinizam) dio suvremenog građanskog alata koji se koristi zajedno s drugim alatima, kao što su dnevne vijesti, kako bi se proizvela zdrava razina poznavanja političkog procesa (Bennet, 2007: 282).

Razina cinizma kod ispitanika mjerena je postavljanjem niza tvrdnji prema kojima su ispitanici trebali izraziti stav. Stav je izražen skalom od 1 (nimalo se ne slažem) do 5 (u potpunosti se slažem). Postavljene tvrdnje bile su: „političari obećavaju više nego što mogu ispuniti“, „lakše je postati članom parlamenta zahvaljujući političkim prijateljima nego zbog vlastite sposobnosti“, „političari se uglavnom fokusiraju na vlastite interese“ i „političari ne razumiju što se događa u društvu.“ Mjerenje razine cinizma preuzeto je iz istraživanja Arjen van Dalen and Erik Albæk (2011) u kojem su istraživali razinu cinizma novinara. Konačne vrijednosti iskazane su kroz aritmetičku sredinu izraženih stavova svih tvrdnji.

### **5.3. Rezultati istraživanja**

Rezultati istraživanja podijeljeni su na deskriptivne podatke i istraživačke probleme.

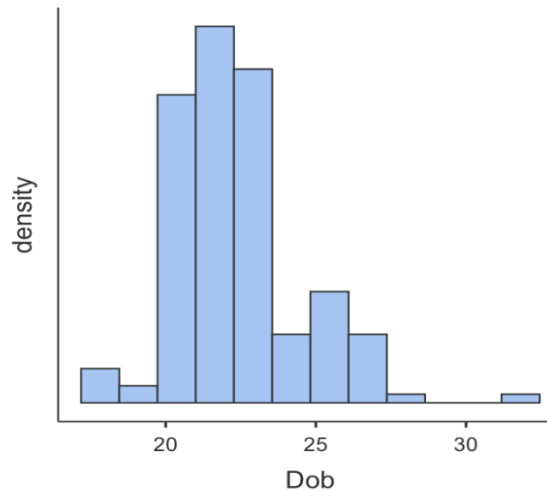
#### **5.3.1. Deskriptivni podaci**

U istraživanju je sudjelovalo 156 ispitanika studenata na različitim razinama studija Sveučilišta u Zagrebu od kojih je ukupno bilo 94 (60.3 posto) ispitanica i 62 (39.7 posto) ispitanika.

Broj ispitanika na preddiplomskoj razini studija bio je 28 (18.1 posto), na diplomskom studiju 126 (80.8 posto), a dva ispitanika na specijalističkom studiju (1.3 posto) sudjelovali su u istraživanju. Svi pristupnici valjano su ispunili upitnik.

Najmlađi ispitanik imao je 18 godina, a najstariji 32 godine, a prosječna dob ispitanika je 22.6 godina. Dob ispitanika prikazana je na histogramu 1.

Histogram 1. Dob ispitanika



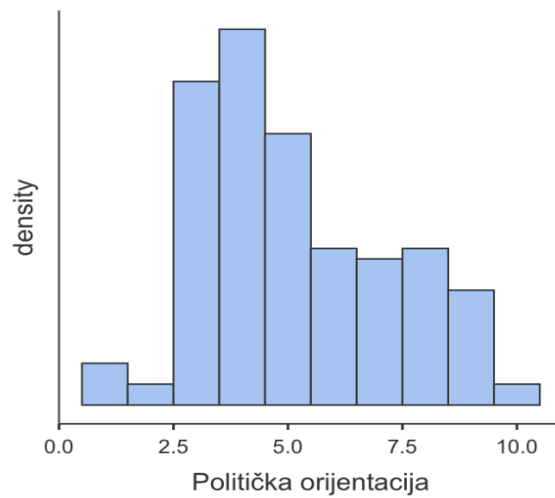
Fakulteti koje pohađaju ispitanici na Sveučilištu u Zagrebu podijeljeni su u četiri kategorije: biomedicinski, tehnički, prirodni i društveno-humanistički fakulteti. Najviše ispitanika bilo je s društveno-humanističkih fakulteta, njih 132 (84.6 posto). Ispitanika s tehničkih fakulteta bilo je 18 (11.5 posto). Ispitanika s prirodnih fakulteta bilo je četiri (2.6 posto) dok je najmanje sudionika bilo s biomedicinskih fakulteta - dva (1.3 posto).

Ukupno 81.4 posto ispitanika procijenilo je da imaju prosječna primanja, ispod prosječna primanja procijenilo je 16 ispitanika (10.3 posto). Ukupno 11 ispitanika procijenilo je imaju iznadprosječna primanja. Po jedan ispitanik procijenio je izrazito ispodprosječna, odnosno izrazito iznadprosječna primanja (0.6 posto). U prosjeku su ispitanici imali prosječna primanja ( $M=2.97$ ,  $SD=0.474$ ).

Upitnik se sastojao od 18 pitanja a ispitanicima je trebalo oko pet minuta kako bi ga riješili.

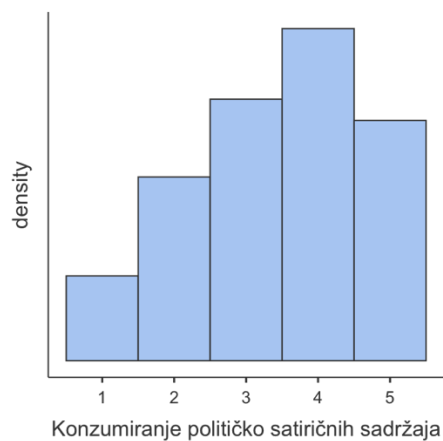
Na pitanje da se izjasne oko političke orijentacije najviše ispitanika izjasnilo se da je orijentirano pri centru s minimalnom orijentacijom na desno ( $M=5.14$ ,  $SD=2.08$ ) kao što se vidi iz distribucije na histogramu 2.

Histogram 2. Politička orijentacija ispitanika



Ispitanici su upitani koliko često konzumiraju političko satirične sadržaje gdje su mogli odabrati „više puta dnevno“, „jednom dnevno“, jednom tjedno“, „jednom mjesečno“ i „rjeđe od toga“. Distribucija odgovora vidljiva je u histogramu 3, a većina ispitanika se uglavnom izjasnila kako političko satirične sadržaje konzumiraju u prosjeku između jednom tjedno i jednom dnevno ( $M=3.42$ ,  $SD=1.22$ ).

Histogram 3. Konzumacija političko satiričnih sadržaja



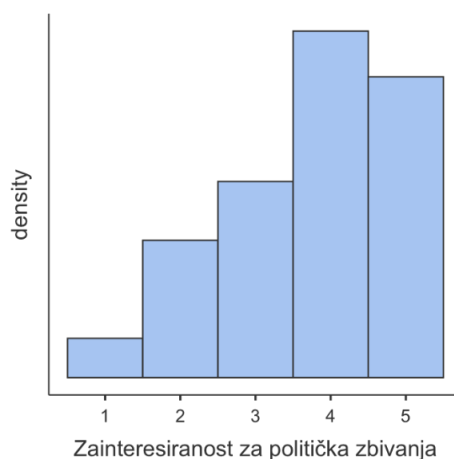
U tablici 1. vidljivo je da ne postoji značajna razlika između konzumacije političko satiričnih sadržaja između spolova, kod muških ispitanika  $M=3.4$  sa  $SD=1.22$ , dok je kod ženskih ispitanica  $M=3.43$  i  $SD=1.22$ .

Tablica 1. Konzumacija političko satiričnih sadržaja prema spolu

|                               |   | N  | Min | Max | Mean | SD   | M-W<br>U | p     |
|-------------------------------|---|----|-----|-----|------|------|----------|-------|
| <b>Konzumacija<br/>satire</b> | M | 62 | 1   | 5   | 3.40 | 1.22 | 2884     | 0.912 |
|                               | Ž | 94 | 1   | 5   | 3.43 | 1.22 |          |       |

Što se tiče tipa političko satiričnih sadržaja koje su ispitanici konzumirali najviše ispitanika izjašnjava se kako konzumira političko satirične *news* portale (*News bar*, *Onion News*, itd.), njih 100 (67.1 posto). Sljedeći tip s najvećom konzumacijom bio je političko satirični performans (performansi Darija Juričana, *Yes Men*, itd.) koji konzumira 70 ispitanika (47 posto). Političko satiričnu informativnu emisiju (*The Late Report*, *The Colbert Report*, itd.) odabralo je 66 ispitanika (44.3 posto). Političko satirične stripove (Charlie Hebdo, Ludas, itd.) konzumira 63 ispitanika (42.3 posto) dok političko satirične dokumentarce (Borat, Bogovi su pali na tjeme, itd.) konzumira 58 ispitanika (38.9 posto).

Histogram 4. Zainteresiranost za politička zbivanja (1=vrlo nezainteresiran/a do 5=vrlo zainteresiran/a)

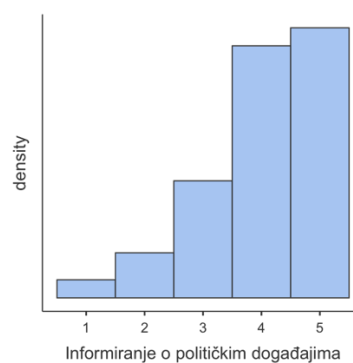




Na pitanje u kojoj mjeru su zainteresirani za politička zbivanja prosjek zainteresiranosti za politička zbivanja bio je  $M=3.72$  ( $SD=1.14$ ) što znači da su ispitanici blago zainteresirani za politička zbivanja. Distribucija odgovora ispitanika vidljiva je u histogramu 4.

Prosjek razine informiranosti o političkim događajima putem medija bio je  $M=4.01$  ( $SD=1.02$ ) što znači da su se ispitanici u prosjeku o političkim događajima informirali jednom dnevno. Distribucija odgovora ispitanika vidljiva je u histogramu 5.

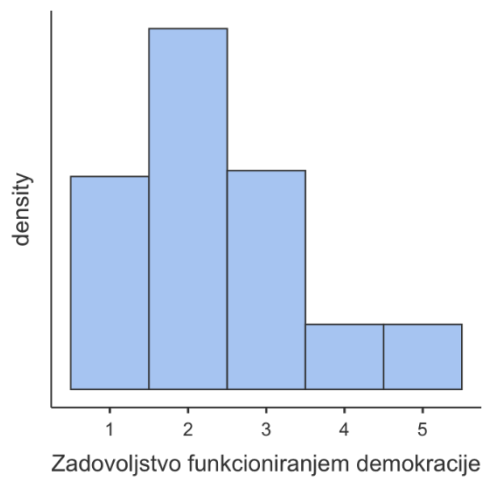
Histogram 5. Informiranje o političkim događajima putem medija



Ukupno 92 ispitanika (59 posto) izašlo je na parlamentarne izbore 5. srpnja 2020. godine. Što se tiče ostalih oblika političke participacije, najviše ispitanika je u prethodnih godinu dana potpisivalo peticije, njih 100 (69.4 posto). Ukupno je 31 ispitanik (21.5 posto) sudjelovao u političkim kampanjama, a štrajkalo je 23 ispitanika (16 posto). Samo je jedan ispitanik (0.7 posto) prosvjedovao.

Na pitanje o općenitom zadovoljstvu načinom na koji funkcionira demokracija u Hrvatskoj najviše ispitanici su odabirali vrijednosti na skali gdje jedan označava nimalo zadovoljan stav, a pet u potpunosti zadovoljan stav. Prosječni odgovor je  $M=2.36$  ( $SD=1.12$ ) što označava da su ispitanici u prosjeku nezadovoljni načinom funkcioniranja demokracije u Hrvatskoj. Distribucija odgovora vidljiva je u histogramu 6.

Histogram 6. Zadovoljstvo funkcioniranjem demokracije u Republici Hrvatskoj



Da je demokracija uvijek najbolja odgovorilo je 88 ispitanika (56.4 posto), dok 32 ispitanika (20.5 posto) smatraju kako je potreban jaki vođa. Broj ispitanika koji nije bio siguran u odgovor bio je 36 (23.1 posto).

Za mjerenje cinizma ispitanici su morali izraziti stav slažu li se s različitim tvrdnjama na skali od 1 (nimalo se ne slažu) do 5 (u potpunosti se slažu).

S tvrdnjom da „političari obećavaju više nego što mogu ispuniti“ u prosjeku se u velikoj mjeri slaže većina ispitanika,  $M=4.44$  ( $SD=0.883$ ) kao što je vidljivo u tablici 2.

S tvrdnjom da je „lakše postati članom parlamenta zahvaljujući političkim prijateljima nego zbog vlastite sposobnosti“, u prosjeku se u velikoj mjeri slaže većina ispitanika,  $M=4.33$  ( $SD=0.822$ ) kao što je vidljivo u tablici 2.

Tablica 2. Razina cinizma

|  | N   | Min | Max | M    | SD    |
|--|-----|-----|-----|------|-------|
| <b>Političari obećavaju više nego što mogu ispuniti.</b>   | 156 | 1   | 5   | 4.44 | 0.883 |
| <b>Lakše je postati članom parlamenta zahvaljujući političkim prijateljima nego zbog vlastite sposobnosti.</b> | 156 | 1   | 5   | 4.33 | 0.822 |

|  |     |   |   |      |       |
|--|-----|---|---|------|-------|
| <b>Političari se uglavnom fokusiraju na vlastite interese.</b> | 156 | 1 | 5 | 4.34 | 0.807 |
| <b>Političari ne razumiju što se događa u društvu.</b>         | 156 | 1 | 5 | 3.83 | 1.07  |

S tvrdnjom da je „lakše postati članom parlamenta zahvaljujući političkim prijateljima nego zbog vlastite sposobnosti“, u prosjeku se u velikoj mjeri slaže većina ispitanika,  $M=4.33$  ( $SD=0.822$ ) kao što je vidljivo u tablici 2.

S tvrdnjom da se „političari uglavnom fokusiraju na vlastite interese“ u prosjeku se u velikoj mjeri slaže većina ispitanika,  $M=4.34$  ( $SD=0.807$ ) kao što je vidljivo u tablici 2.

S tvrdnjom da „političari ne razumiju što se događa u društvu“ u prosjeku se slaže većina ispitanika,  $M=3.83$  ( $SD=1.07$ ) kao što je vidljivo u tablici 2.

### 5.3.2. Istraživački problemi

Prva hipoteza je glasila da „postoji pozitivna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom informiranosti građana o opće političkim temama.“ U istraživanju je pronađena statistički značajna pozitivna povezanost između konzumiranja političko satiričnih sadržaja i zainteresiranosti za politička zbivanja kao što se može vidjeti u tablici 3.

Tablica 3. Tablica korelacije konzumiranja političko satiričnih sadržaja i razine informiranosti

|   |     | Konzumiranje sadržaja političke satire |
|---|-----|--|
| Zainteresiranost za politička zbivanja    | rho | <b>0.540</b>                           |
|   | p   | <b>0.001</b>                           |
| Informiranje o p. događajima putem medija | rho | <b>0.566</b>                           |
|   | p   | <b>0.001</b>                           |

Smjer korelacije je pozitivan, a vrijednost  $\rho=0.540$  označava srednje jaku korelaciju. Osim toga, pronađena je i statistički značajna pozitivna povezanost između konzumiranja političko satiričnih sadržaja i informiranju o političkim događajima putem medija. Smjer korelacije je pozitivan, a  $\rho=0.566$  označava srednje jaku korelaciju. S obzirom na postojeće korelacije možemo zaključiti kako postoji pozitivna korelacija između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom informiranosti građana o opće političkim temama, odnosno da je prva hipoteza potvrđena.

Tablica 4. Korelacija konzumiranja političko satiričnih sadržaja i političke participacije

|                         |        | Konzumiranje sadržaja političke satire |
|-------------------------|--------|--|
| Politička participacija | $\rho$ | <b>0.360</b>                           |
|                         | p      | <b>0.001</b>                           |

Druga hipoteza glasila je: „Postoji pozitivna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s političkom participacijom građana. U istraživanju je pronađena statistički značajna pozitivna povezanost između konzumiranja političko satiričnih sadržaja i političke participacije kao što se može vidjeti u tablici 4. Smjer korelacije je pozitivan, a vrijednost  $\rho=0.360$  označava slabu korelaciju. S obzirom na postojeće korelacije možemo zaključiti kako je potvrđena i druga hipoteza.

Treća hipoteza glasila je: „Postoji negativna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom podrške demokraciji.“ U istraživanju je pronađena statistički značajna negativna povezanost između konzumiranja političko satiričnih sadržaja i specifične demokracije kao što se može vidjeti u tablici 5.

Tablica 5. Korelacija konzumiranja političko satiričnih sadržaja i specifične demokracije

|  |  | Konzumiranje političko satiričnih sadržaja |
|--|--|--|
|--|--|--|

|                        |     |               |
|------------------------|-----|---------------|
| Specifična demokracija | rho | <b>-0.204</b> |
|                        | p   | <b>0.011</b>  |

Smjer korelacije je negativan, a vrijednost  $\rho = -0.204$  označava vrlo slabu korelaciju. Nije pronađena statistički značajna povezanost između konzumiranja političko satiričnih sadržaja i difuzne demokracije kao što se vidi u tablici 6. Hipoteza je samo djelomično potvrđena.

Tablica 6. Povezanosti konzumiranja političko satiričnih sadržaja i difuzne demokracije

|   | $\chi^2$                   | df       | p        |
|---|----------------------------|----------|----------|
| <b>Konzumiranje političko satiričnih sadržaja</b> | 2.06                       | 2        | 0.356    |
|   | <b>Difuzna demokracija</b> | <b>W</b> | <b>p</b> |
| <b>Demokracija je najbolja</b>                    | Potrebi su jaki vođe       | -1.371   | 0.596    |
| <b>Demokracija je najbolja</b>                    | Ne znam                    | -1.828   | 0.4      |
| <b>Potrebi su jaki vođe</b>                       | Ne znam                    | -0.241   | 0.984    |

Četvrta hipoteza glasila je: „Postoji pozitivna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom cinizma.“ U istraživanju je pronađena statistički značajna pozitivna povezanost između konzumiranja političko satiričnih sadržaja i cinizma kao što se može vidjeti u tablici 7. Iako je korelacija vrlo slaba ( $\rho = 0.271$ ) zadnja hipoteza je potvrđena.

Tablica 7. Korelacija konzumiranja političko satiričnih sadržaja i cinizma ispitanika

| Konzumiranje političko satiričnih sadržaja |     |              |
|--|-----|--------------|
| Cinizam                                    | rho | <b>0.271</b> |
|  | p   | <b>0.001</b> |

## 6. DISKUSIJA

Analizom rezultata istraživanja potvrđene su tri hipoteze, dok je jedna tek djelomično potvrđena. Analiza rezultata istraživanja potvrdila je hipotezu kako postoji statistički značajna pozitivna veza između konzumiranja političko satiričnih sadržaja s razinom političke informiranosti građana. Iako se iz rezultata istraživanja ne može utvrditi uzročnost, već samo korelacija, rezultati idu u istom smjeru kao i rezultati istraživanja koje su proveli Becker i Bode (2018), kao i s rezultatima istraživanja Young i Tisinger (2006), koji tvrde kako konzumiranje političke satire može potaknuti gledatelje da potraže dodatne informacije iz različitih tradicionalnih izvora vijesti.

Pronađena je statistički značajna pozitivna korelacija između konzumiranja sadržaja političke satire s političkom participacijom građana. Iako se iz provedenog istraživanja može ustvrditi samo korelacija, rezultat se barem djelomično slaže s istraživanjem koje su proveli Cao i Brewer (2008) u kojem su zaključili kako konzumiranje političko satiričnih sadržaja može pomoći povećati političku participaciju. Osim toga, rezultat se barem djelomično slaže s istraživanjem Shao i Liu (2018) u kojoj tvrde kako izloženost političkoj satiri može povećati interes ljudi za političku participaciju. Rezultati ovog istraživanja nisu u skladu s rezultatima istraživanjima koja tvrde kako konzumiranje političko satiričnih sadržaja može umanjiti interes za političkom participacijom, poput Harta i Harteliusa (2007) kao i Baumgartnera i Morrisa (2006).

Tijekom analize hipoteza kako postoji negativna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom podrške demokraciji samo je djelomično potvrđena. Iako je pronađena statistički značajna negativna povezanost između konzumiranja političko satiričnih sadržaja i specifične demokracije, nije pronađena povezanost s difuznom demokracijom. Moguće je da korelacija između konzumiranja političko satiričnih sadržaja i difuzne demokracije nije pronađena zbog nedovoljnog broja pitanja kao i zbog toga što se gotovo četvrtina ispitanika izjasnila da nisu sigurni kome pružiti podršku. Završno, u istraživanju je pronađena statistički značajna pozitivna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom cinizma. Rezultat je u skladu s postojećom literaturom (Hart i Hartelius (2007) kao Baumgartner i Morris (2006) ) koja se slaže da izloženost političko satiričnim sadržajima može povećati razinu cinizma kod gledatelja. U literaturu postoji izraženi strah kako cinizam izazvan

konzumiranjem političko satiričnih tekstova negativno utječe na političko ponašanje. Rezultati istraživanja kose se s tim, a iako je ciničnost prisutna kod ispitanika, njihov interes za politička zbivanja, praćenje političkih događaja te politička participacija i dalje je pozitivno korelirana s konzumiranjem političko satiričnih sadržaja. Moguće je da je takav rezultat dobiven zbog prigodnog uzorka studenata koji su tradicionalno više zainteresirani za politiku (Brooks, 2016).

Becker i Bode (2018) definiraju ključne demokratske ishode za koje smatraju da proizlaze iz proučavanja političke satire, među kojima su stjecanje znanja i učenje, odnosno politička participacija. Povećana razina informiranosti, kao i povećana razina političke participacije koja korelira s konzumiranjem političko satiričnih sadržaja može samo pozitivno utjecati na demokraciju, jer upućuje građane na razvijanje kritičnog stava kojim uz humor vrednuju različite političke sadržaje s kojima su u kontaktu. Osim toga, cinizam koji je u ovom istraživanju povezan pozitivnom korelacijom s konzumacijom politički satiričnih tekstova, bitan je čimbenik za postojanje specifične podrške, koja se ostvaruje samo kada postoji shvaćanje vlasti kao odgovornom za ono što se događa u društvu (Easton, 1975). Razina cinizma, odnosno negativne emocije prema vladinoj politici i smanjena podrška vladajućih (Lee i Kwak, 2014) kao i smanjenja vjera u izborni sustav (Baumgartner i Morris, 2006) potencijalno može dovesti do povećane političke participacije. Cinizam (ili barem kinizam) dio je suvremenog građanskog alata koji se koristi zajedno s drugim alatima, kao što su dnevne vijesti, kako bi se proizvela zdrava razina poznavanja političkog procesa (Bennet, 2007: 282) što eventualno opet može utjecati na razinu političke participacije. Osim toga, konzumiranje političko satiričnih sadržaja potiče gledatelje da potraže dodatne informacije iz različitih tradicionalnih izvora vijesti (Becker i Bode, 2018) što potencijalno može utjecati i na povećanje političke samoefikasnosti i političke participacije (Hoffmana i Thomsona, 2009). Eksperimenti u budućnosti bi mogli istražiti potencijalne veze i detaljnije razlučiti moguće odnose.

Daljnja istraživanja koja bi se bavila sličnom problematikom mogla bi proširiti broj pitanja, pogotovo u slučaju podrške demokraciji. Osim toga, bilo bi korisno u budućim eksperimentima uključiti objektivne mjere znanja i informiranosti koje bi stvorili bolji uvid u stvarne razlike. Uzorak su većinskim dijelom činili studenti diplomskih studija na društveno-humanističkim fakultetima, pa se postavlja pitanje bi li rezultati analize bili znatno drugačiji s većim i širim uzorkom. Osim ovih ograničenja, treba uzeti u obzir kako je politička participacija bila ograničena mjerama protiv pandemije SARS-CoV-2 virusa.



## 7. ZAKLJUČAK

Satira se može opisati kao književno umijeće umanjivanja ili derogiranja predmeta čineći ga smiješnim i evocirajući prema istoj stavove zabave, prezira, pogrde ili ogorčenja (Abrams, 1999: 275). Griffin (1994) predlaže definiciju političke satire kao jednu od suvremenih oblika satire vezanu uz masovne medije u liberalnom i demokratskom političkom kontekstu (Griffin, 1994:139). Hodgart (2009) tvrdi kako, da bi došlo do pojave političke satire u javnom prostoru, moraju biti ispunjeni određeni uvjeti. Politička satira zahtjeva četiri specifična uvjeta. Prvo, mora postojati spremnost obrazovanih ljudi da pojačaju političku participaciju, drugim riječima, javnost mora biti spremna odmaknuti se od pasivnog stava koji izaziva političku apatiju. Drugo, mora postojati povjerenje u autore satiričnih tekstova da oni zapravo mogu ostvariti promjenu. Treće, Hodgart tvrdi da mora postojati široka publika koja uživa u primjeni ovih ideja. Konačno, u određenoj mjeri mora postojati sloboda govora (Hodgart, 2009: 72). Najpopularniji oblici političko satiričnih tekstova su satirični dokumentarni film ili *mockumentary*, satirična informativna emisija, ironični aktivizam koji uzurpira medijski prostor, te satirični politički strip.

*Mockumentary* je vrsta filmske ili televizijske emisije koja prikazuje izmišljene događaje, predstavljene kao dokumentarac. Popularni primjeri su *This is Spinal Tap* (1984) i *Borat* (2006). Pod „satiričnom informativnom emisijom“ prije svega se misli na televizijsku emisiju režiranu kao da se radi o izravnom programu vijesti ili reportaži aktualnih događanja, ali publici se prikazuju na komično iskrivljeni način. Dije se na tradicionalnu političku satiru (*The Daily Show With Jon Stewart*) i na satiru situacijske komedije (*The Simpsons*, *King of the Hill*, *South Park*). Ironične aktivističke grupe sve su više sredstvo ukazivanja na posebno popularan suvremeni način političke agitacije (Dario Juričan, *Yes Men*). Politički stripovi čitateljima vijesti nude sažete tvrdnje ili skraćene pripovijetke o društvenim problemima te pružaju meta-jezik za diskurs o društvenom poretku konstruirajući idealizacije svijeta (*Charlie Hebdo*, *Jyllands-Posten*).

Posljednjih desetljeća postoji zabrinutost da će mladi gledatelji koji su potpuno novi na političkoj sceni postati cinični, ostati neinformirani i neupućeni kao rezultat konzumiranja satiričnih sadržaja, pa su kao odgovor istraživači političke komunikacije počeli proučavati učinke izloženosti sadržajima političke satire na ključne demokratske ishode, uključujući stjecanje znanja i učenje, političku djelotvornost i političku participaciju (Becker i Bode, 2018:

1). Pojačani utjecaj na političku participaciju izravno je povezan s promjenama u suvremenoj satiri. Sposobnost satire da oblikuje javno mnijenje posljedica je povećanog nepovjerenja prema tradicionalnim vijestima, zbog sveprisutne izloženosti profesionalnim satiričnim komentarima.

Provedeno istraživanje imalo je za cilj ispitati postoji li veza između konzumiranja satire s razinom političke informiranosti građana, te veza između konzumiranja satire s političkom participacijom, kao i veza između konzumiranja satire s razinom podrške demokraciji te veza između konzumiranja satire s ciničnim stavovima. Odabrana metoda istraživanja bila je anketa, a istraživanje je provedeno na prigodnom uzorku studenata fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Prikupljanje podataka odvijalo se od 22. prosinca 2020. godine do 18. siječnja 2021. godine. Za provođenje istraživanje korišten je Google Forms servis. . Prikupljeni podaci analizirani su u programu za statističku obradu podataka Jamovi. U istraživanju je sudjelovalo 156 ispitanika studenata na različitim razinama studija Sveučilišta u Zagrebu. Prosječna dob ispitanika bila je 22.6 godine, a najviše ispitanika bilo je na diplomskoj razini studija s društveno-humanističkih fakulteta. U prosjeku su ispitanici imali prosječna primanja.

Većina ispitanika se uglavnom izjasnila kako političko satirične sadržaje konzumiraju u prosjeku između jednom tjedno i jednom dnevno ( $M=3.42$ ,  $SD=1.22$ ), a ne postoji značajna razlika između konzumacije političko satiričnih sadržaja između spolova.

Najviše ispitanika izjašnjava se kako konzumira političko satirične news portale (*News bar*, *Onion News*, itd.), njih 100 (67.1 posto). Sljedeći tip s najvećom konzumacijom bio je političko satirični performans (performansi Darija Juričana, Yes Men, itd.) koji konzumira 70 ispitanika (47 posto). Političko satiričnu informativnu emisiju (*The Late Report*, *The Colbert Report*, itd.) odabralo je 66 ispitanika (44.3 posto). Političko satirične stripove (*Charlie Hebdo*, *Ludas*, itd.) konzumira 63 ispitanika (42.3 posto) dok političko satirične dokumentarce (*Borat*, *Bogovi su pali na tjeme*, itd.) konzumira 58 ispitanika (38.9 posto).

Prosjek zainteresiranosti za politička zbivanja bio je  $M=3.72$  ( $SD=1.14$ ) što znači da su ispitanici blago zainteresirani za politička zbivanja, a prosjek razine informiranosti o političkim događajima putem medija bio je  $M=4.01$  ( $SD=1.02$ ) što znači da su se ispitanici u prosjeku o političkim događajima informirali jednom dnevno. Ukupno 59 posto ispitanika izašlo je na

parlamentarne izbore 5. srpnja 2020. godine. Što se tiče ostalih oblika političke participacije, najviše ispitanika je u prethodnih godinu dana potpisivalo peticije, njih 100 (69.4 posto).

Analizom rezultata istraživanja potvrđene su tri hipoteze, dok je jedna tek djelomično potvrđena. Potvrđena je hipoteza kako postoji statistički značajna pozitivna veza između konzumiranja političko satiričnih sadržaja s razinom političke informiranosti građana. Također je pronađena statistički značajna pozitivna korelacija između konzumiranja sadržaja političke satire s političkom participacijom građana. Tijekom analize hipoteza kako postoji negativna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom podrške demokraciji samo je djelomično potvrđena. Završno, u istraživanju je pronađena statistički značajna pozitivna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom cinizma. Povećana razina informiranosti, kao i povećana razina političke participacije koja korelira s konzumiranjem političko satiričnih sadržaja može samo pozitivno utjecati na demokraciju, jer upućuje građane na razvijanje kritičnog stava kojim uz humor vrednuju različite političke sadržaje s kojima su u kontaktu.

Daljnja istraživanja trebala bi povećati broj pitanja slučaju podrške demokraciji. Također bi se trebao proširiti uzorak na studente ostalih razina studija izvan humanističko-društvenih fakulteta. Osim toga, bilo bi korisno u budućim eksperimentima uključiti objektivne mjere znanja i informiranosti koje bi stvorili bolji uvid u stvarne razlike. Što se tiče političke participacije, treba uzeti u obzir kako je politička participacija (prosvjedi, štrajk i ostala okupljanja) proteklih mjeseci bila ograničena zbog borbe protiv pandemije koronavirusa.

## LITERATURA

1. Armitage, Helen (2016) *The 15 Most Influential Political Cartoons Of All Time*. <https://theculturetrip.com/north-america/usa/articles/the-15-most-influential-political-cartoons-of-all-time/>  
Pristupljeno 15.12.2020.
2. Baumgartner, C. Jody i Lockerbie, Brad (2018) Maybe it Is More Than a Joke: Satire, Mobilization, and Political Participation\*. *Social Science Quarterly*, 99(3): 1060–1074.
3. Becker, B. Amy i Bode, Leticia (2018) Satire as a source for learning? The differential impact of news versus satire exposure on net neutrality knowledge gain. *Information, Communication & Society*, 21(4): 612–625.
4. Blanuša, Nebojša i Bovan, Kosta (2015) Political Cynicism and Kynicism of Croatian Citizens. *Profiles of Political Thinking and Behavior*. EQPAM 4(3). Dostupno na: <https://sites.google.com/a/fspub.unibuc.ro/european-quarterly-of-political-attitudes-and-mentalities/Home/eqpam-vol-4-no-3-july-2015---blanusa-bovan> (Pristupljeno 2. srpnja 2020).
5. Brooks, Rachel (2016) *Student Politics and Protest*. London: Routledge.
6. Cantor, A. Paul (1999) The Simpsons: Atomistic politics and the nuclear family. *Political Theory*, 27(1): 734-749.
7. Cao, Xiaoxia, i Brewer, Paul (2008) Political comedy shows and public participation in politics. *International Journal of Public Opinion Research*, 20(1): 90–99.
8. Coupe, A. William (1969) Observations on a theory of political caricature. *Comparative Studies in Society and History*, 11(1): 79–95.

9. Čular, Goran i Šalaj, Berto (2019) Kritički građani ili nezadovoljni autokrati? Potpora demokraciji u Hrvatskoj 1999-2018. *Anali Hrvatskog politološkog društva*, 16(1): (2019): 7-26.
  
10. Day, Amber (2011) *Satire and Dissent: Interventions in Contemporary Political Debate*. US: Indiana University Press.
  
11. Day, Amber (2008) Are They For Real? Activism and Ironic Identities. *The Electronic Journal of Communication*, 18(2,3,4).  
<http://www.cios.org/www/ejc/EJCPUBLIC/018/2/01846.html>      Pristupljeno  
 15.12.2020.
  
12. Easton, David (1975) A Re-Assessment of the Concept of Political Support. *British Journal of Political Science*, 5(4): 435-457.
  
13. Elliot, C. Robert (2020) *Satire*. <https://www.britannica.com/art/satire> Pristupljeno  
 10.05.2020.
  
14. Ferré-Pavia, Carme i sur. (2016). The perceived effects of televised political satire among viewers and the communication directors of political parties: A European case. *European Journal of Cultural Studies*, 19(4): 299–317.
  
15. Greenberg, Josh (2008) Framing and Temporality in Political Cartoons: A Critical Analysis of Visual News Discourse\*. *Canadian Review of Sociology/Revue Canadienne de Sociologie*, 39(2), 181–198.
  
16. Griffin, Dustin (1994) *Satire: A Critical Reintroduction*. USA: University Press of Kentucky.
  
17. Hafner, J. (2003). *Homer, Hank & the American dream: Social and political satire on American television, a conversation with writers for King of the Hill and The Simpsons*. Symposium sponsored by the Program in American Studies at Stanford University, Palo Alto, CA. Palo Alto: Stanford University.

18. Harrington, Stephen (2011) The uses of satire: Unorthodox news, cultural chaos and the interrogation of power. *Journalism*, 13(1): 38-52.
  
19. Height, Craig (2008) *Mockumentary A call to play*. U: Austin, Thomas i de Jong Wilma (ur.). Rethinking Documentary: New Perspectives and Practices. Berkshire: Open University Press.
  
20. Highet, Gilber (1972) *The Anatomy of Satire*. New Jersey: Princeton University Press.
  
21. Hoffman, H. Lindsay i Young, G. Dannagal (2011). Satire, Punch Lines, and the Nightly News: Untangling Media Effects on Political Participation. *Communication Research Reports*, 28(2): 159–168.
  
22. Holbert, R. Lance (2005) A Typology for the Study of Entertainment Television and Politics. *American Behavioral Scientist*, 49(3): 436-453.
  
23. Hoon Lee i Nojin Kwak (2014) The Affect Effect of Political Satire: Sarcastic Humor, Negative Emotions, and Political Participation, *Mass Communication and Society*, 17(3): 307-328.
  
24. Jeffrey P. Jones i Geoffrey Baym (2010) A Dialogue on Satire News and the Crisis of Truth in Postmodern Political Television. *Journal of Communication Inquiry*, 34(3): 278–294.
  
25. Bennett, W. Lance (2007) Relief in Hard Times: A Defense of Jon Stewart’s Comedy in an Age of Cynicism. *Critical Studies in Media Communication*, 24(3): 278–283.
  
26. Abrams, H. Meyer (1999) *A Glossary of Literary Terms*, 7<sup>th</sup> edition. US: Heinle & Heinle.
  
27. Magalhaes, C. Pedro (2014) Government effectiveness and support for democracy. *European Journal of Political Research* 53(1): 77–97.

28. Maldini, Pero (2008) Političko povjerenje i demokratska konsolidacija. *Politička misao*, 45(1): 179-199.
29. McClennen, Sophia A. i Remy, M. Maisel (2014) *Is Satire Saving Our Nation? Mockery and American Politics*. New York: Palgrave Macmillan.
30. Miller, J. Cynthia (2012) *Too Bold for the Box Office*. UK: The Scarecrow Press, Inc.
31. Pollard, Arthur (1970). *Satire [The Critical Idiom Series]*. London: Routledge.
32. Preminger, Alex i Brogan, Terry (1993) *The New Princeton Encyclopedia of Poetry and Poetics*. Princeton: Princeton University Press.
33. Reilly, Ian (2012) Satirical Fake News and/as American Political Discourse. *The Journal of American Culture*, 35(3): 258-275.
34. Shao, Li i Liu, Dongshu (2018). *The Road to Cynicism: The Political Consequences of Online Satire Exposure in China*. *Political Studies* 00(0): 1-20.
35. Simpson, Paul (2003) *On the Discourse of Satire*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
36. Sloterdijk, Peter (1992). *Kritika ciničkog uma*. Globus: Zagreb.
37. Stroud, J. Natalie i Muddiman, Ashley (2013) Selective Exposure, Tolerance, and Satirical News. *International Journal of Public Opinion Research*, 25(3): 271-290.
38. Swain, Elizabeth (2012). *Analysing evaluation in political cartoons*. *Discourse, Context & Media*, 1(2-3), 82-94.
39. Upsate Library (2020) *Evaluating News: Satirical News*. [https://uscupstate.libguides.com/news\\_aware/SatireNews](https://uscupstate.libguides.com/news_aware/SatireNews) Pristupljeno 15.12.2020.

40. Wallace, Richard (2018) *Mocumentary Comedy*. UK: Palgrave Studies in Comedy.
41. Worcester, David (1940). *The Art of Satire*. Cambridge: Harvard University Press.
43. Young, D. Dannagal (2004). Late-night comedy in election 2000: Its influence on candidate trait ratings and the moderating effects of political knowledge and partisanship. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(1): 1–22.
44. Žižek, Slavoj (2002). *Sublimni objekt ideologije*. Arkzin: Zagreb.



## **PRILOG**

Poštovani,

Molim Vas da sudjelujete u istraživanju u kojem se nastoji ispitati političko mišljenje i ponašanje studenata Sveučilišta u Zagrebu.

Vaše sudjelovanje u ovom istraživanju je dobrovoljno i anonimno, a bit će korišteni samo agregirani podaci na razini grupe. Imate pravo prekinuti svoje sudjelovanje u bilo kojem trenutku.

Za ispunjavanje upitnika trebat će Vam otprilike 10 minuta.

Nastavkom ispunjavanja upitnika dajete svoj pristanak za sudjelovanje u istraživanju.

Ukoliko imate bilo kakvih pitanja ili komentara ili Vas zanimaju rezultati istraživanja, slobodno se obratite na e-mail [tinjunusic@gmail.com](mailto:tinjunusic@gmail.com) ili na mail mentoru dr. sc. Kostu Bovanu na [kbovan@fpzg.hr](mailto:kbovan@fpzg.hr).

Unaprijed hvala na uloženom trudu i vremenu.

**1. Kada ljudi govore o vlastitoj političkoj orijentaciji govore o rasponu između krajnje lijevog i krajnje desnog. Na skali od 1 (krajnje lijevo) do 10 (krajnje desno) označite svoju političku orijentaciju.**

1. Krajnje lijevo

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10. Krajnje desno

**2. U kojoj mjeri ste zainteresirani za politička zbivanja?**

- a) Vrlo nezainteresiran/a
- b) Nezainteresiran /a
- c) Niti zainteresiran/a niti nezainteresiran/a
- d) Zainteresiran /a
- e) Vrlo zainteresiran /a

**3. Koliko često se informirate o političkim događajima putem medija?**

- a) Više puta dnevno
- b) Jednom dnevno
- c) Jednom tjedno
- d) Jednom mjesečno
- e) Rjeđe od toga

**4. Koliko često konzumirate političko satirične sadržaje?**

- a) Više puta dnevno
- b) Jednom dnevno
- c) Jednom tjedno
- d) Jednom mjesečno
- e) Rjeđe od toga

**5. Ukoliko konzumirate politično satirične sadržaje navedite koje:**

- a) Političko satirični news portale (*News bar, Onion News*, itd.)
- b) Političko satirične informativne emisije (*The Late Report, The Colbert Report*, itd.)
- c) Političko satirične performanse (performansi Darija Juričana, *Yes Men*, itd.)
- d) Političko satirične stripove (*Charlie Hebdo, Ludas*, itd.)
- e) Političko satirične dokumentarce (*Borat, Bogovi su pali na tjeme*, itd.)
- f) \_\_\_\_\_

**6. Jeste li glasovali na parlamentarnim izborima 5. srpnja 2020. godine?**

1. Ne
2. Da

**7. Označite oblike političke participacije u kojima ste sudjelovali u posljednjih godinu dana:**

- a) Demonstracije
- b) Sudjelovanje u političkim kampanjama
- c) Potpisivanje peticija
- d) Štrajk
- e) \_\_\_\_\_

**8. Općenito govoreći, u kojoj ste mjeri zadovoljni načinom na koji funkcionira demokracija u Hrvatskoj?**

1. Nimalo zadovoljan/na
- 2.
- 3.
- 4.
5. U potpunosti zadovoljan/na

**9. Demokracija ponekad teško funkcionira. Neki smatraju da su potrebni jaki vođe koji će srediti stvari. Drugi misle da je demokracija najbolje rješenje čak i kad stvari ne funkcioniraju najbolje. Što mislite o tome?**

1. Potrebni su jaki vođe
2. Demokracija je uvijek najbolja
3. Ne znam, nisam siguran/na

**10. Na skali od 1 (nimalo se ne slažem) do 5 (slažem se u potpunosti) označite stav prema tvrdnji: Političari obećavaju više nego što mogu ispuniti.**

1. Nimalo se ne slažem
- 2.
- 3.
- 4.
5. Slažem se u potpunosti

**11. Na skali od 1 (nimalo se ne slažem) do 5 (slažem se u potpunosti) označite stav prema tvrdnji: Lakše je postati članom parlamenta zahvaljujući političkim prijateljima nego zbog vlastite sposobnosti.**

1. Nimalo se ne slažem
- 2.
- 3.
- 4.
5. Slažem se u potpunosti

**12. Na skali od 1 (nimalo se ne slažem) do 5 (slažem se u potpunosti) označite stav prema tvrdnji: Političari se uglavnom fokusiraju na vlastite interese.**

1. Nimalo se ne slažem
- 2.
- 3.
- 4.
5. Slažem se u potpunosti

**13. Na skali od 1 (nimalo se ne slažem) do 5 (slažem se u potpunosti) označite stav prema tvrdnji: Političari ne razumiju što se događa u društvu.**

1. Nimalo se ne slažem
- 2.
- 3.
- 4.
5. Slažem se u potpunosti

**14. Spol:**

1. Muški
2. Ženski

**15. Godina rođenja: \_\_\_\_\_**

**16. Upisan fakultet: \_\_\_\_\_**

**17. Procijenite svoja primanja u odnosu na prosječna primanja u Republici Hrvatskoj:**

- a) Izrazito niža od prosjeka
- b) Niža od prosjeka
- c) Prosječna
- d) Iznadprosječna
- e) Izrazito iznadprosječna

**18. Razina studija:**

- a) Preddiplomski studij
- b) Diplomski studij
- c) Postdiplomski studij

## SAŽETAK

### **Politička satira kao sredstvo informiranja i mobiliziranja političke participacije**

Tema rada je analiza konzumiranja političko satiričnih sadržaja s političkim ponašanjem studenata Sveučilišta u Zagrebu. Teorijski pregled rada obuhvaća pojam satire i političke satire, te oblike političko satiričnih tekstova. Osim toga, iznosi se i veza političke satire s političkom informiranošću i političkom participacijom. U drugom djelu rada provedeno je istraživanje na studentima Sveučilišta u Zagrebu (N=156) gdje se ispituje postoji li veza između konzumiranja političke satire s razinom političke informiranosti građana, političkom participacijom, s razinom podrške demokraciji te veza s ciničnim stavovima. U istraživanju je mjereno konzumiranje političko satiričnih sadržaja, zainteresiranost za politička zbivanja, informiranje o političkim događajima putem medija, politička participacija, podrška demokraciji te razina cinizma. Rezultati istraživanja pokazali su kako postoji statistički značajna pozitivna korelacija između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom političke informiranosti građana kao i s političkom participacijom građana. U istraživanju je također pronađena statistički značajna negativna povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom cinizma. Povezanost između konzumiranja sadržaja političke satire s razinom podrške demokraciji samo je djelomično potvrđena.

**Ključne riječi:** politička satira, informiranost, političko ponašanja, politička participacija, cinizam, potpora demokracije

## SUMMARY

### **Political satire as a means of informing and mobilizing political participation**

The main topic of the paper is the analysis of the link between the consumption of politically satirical content and the political behavior of students at the University of Zagreb. The theoretical overview of the paper includes the concept of satire and political satire, as well as forms of political satirical texts. In addition, the connection between political satire and political information and political participation is presented. In the second part of the paper, a study was conducted on students at the University of Zagreb (N = 156) where it examined a link between consuming political satire with the level of political information, political participation, support for democracy and cynical attitudes. The research measured the consumption of politically satirical content, interest in political events, interest in political events through the media,

political participation, support for democracy and the level of cynicism. The results showed that there is a statistically significant positive correlation of consumption of political satire with the level of political awareness of information of citizens and the political participation of citizens. The study also found a statistically significant negative correlation between political satire with and the level of cynicism. The link between political satire and the level of support for democracy has only been partially confirmed.

**Key words:** political satire, awareness of information, political behavior, political participation, cynicism, democracy support