Uloga karikatura Nika Titanika u političkoj participaciji građana u Hrvatskoj

Brico, Paula

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:604440

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-10**

Repository / Repozitorij:

FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / disertations

Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Diplomski studij novinarstva

Paula Brico

ULOGA KARIKATURA NIKA TITANIKA U POLITIČKOJ PARTICIPACIJI GRAĐANA U HRVATSKOJ

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2024.

Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Diplomski studij novinarstva

Paula Brico

ULOGA KARIKATURA NIKA TITANIKA U POLITIČKOJ PARTICIPACIJI GRAĐANA U HRVATSKOJ

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Marijana Grbeša-Zenzerović

Studentica: Paula Brico

Zagreb,

Srpanj 2024.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad *Politička karikatura Nika Titanika i uloga u političkoj participaciji građana Republike Hrvatske* koji sam predala na ocjenu mentorici izv. prof. dr. sc. Marijani Grbeši-Zenzerović, napisala 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 stekla ECTS bodove. Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

ZAHVALE

Prije svega želim zahvaliti svojoj obitelji: mami, tati, sestri i baki na ljubavi, na svim utjehama i savjetima, i na tome što su mi od prvog dana bili ogromna podrška u svemu što radim. Veliko hvala i mom dečku Jakovu na bezuvjetnoj podršci i razumijevanju, ali i mojoj ALMI, Adrijani, Rinu, Goranu, Moniki i Ani koji su sa mnom proživjeli sve uspone i padove, skupa sa mnom se smijali, plakali, i odrastali. Hvala vam na svim životnim lekcijama.

Na kraju, želim zahvaliti svom dedi, koji nažalost nije doživio kraj mog akademskog putovanja, ali znam da je negdje gore ponosan. Hvala ti što si uvijek vjerovao u mene, čak i kad ja sama nisam.

Sadržaj

Popis ilustracija

1.UVOD ... 1

2. HUMOR I SATIRA ... 2

2.1. Definicija satire ... 2

2.2. Povijest satire u Hrvatskoj ... 3

2.3. Politička satira kao alat političke komunikacije ... 5

3. KARIKATURA ... 7

3.1. Definicija karikature ... 7

3.2. Društveni značaj karikature ... 9

3.3. Povijest karikature ... 11

3.4. Uloga karikature u političkoj komunikaciji ... 13

3.5. Političke karikature kao alati za uključivanje građana ... 14

3.6. Povijest karikature u Hrvatskoj ... 15

3.7. Politička karikatura u Hrvatskoj ... 18

4. O ISTRAŽIVANJU ... 20

4.1. Ciljevi i zadaće istraživanja ... 20

4.2. Istraživačka pitanja ... 21

4.3. Jedinica analize i uzorak ... 21

4.4. Kvantitativna i kvalitativna analiza sadržaja ... 21

5. ANALIZA ... 22

5.1. Karakteristike političkih karikatura Nika Titanika ... 22

5.2. Tehnike izražavanja i elementi kojima se koristi Nik Titanik ... 23

5.3. Karakteristike političara koje ismijava Nik Titanik ... 34

6. RASPRAVA ... 39

7. ZAKLJUČAK ... 42

LITERATURA ... 44

MATRICA ... 51

POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1: *Facebook, Nik Titanik, 3.3.2024.*

Slika 2: *Facebook, Nik Titanik, 7.3.2024.*

Slika 3: *Facebook, Nik Titanik, 25.3.2024.*

Slika 4: *Facebook, Nik Titanik, 14.3.2024.*

Slika br. 5: *Facebook, Nik Titanik, 15.4.2024*

Slika br. 6: *Facebook, Nik Titanik 16.4.2024.*

Slika br. 7: *Facebook, Nik Titanik, 17.3.2024.*

Slika br. 8: *Facebook, Nik Titanik, 17.3.2024.*

Slika br. 9: *Facebook, Nik Titanik, 8.4.2024.*

Slika br. 10: *Facebook, Nik Titanik, 11.3.2024.*

Slika br. 11: *Facebook, Nik Titanik, 15.3.2024.*

Slika br. 12: *Facebook, Nik Titanik, 22.3.2024.*

Slika br. 13: *Facebook, Nik Titanik, 6.4.2024.*

Slika br. 14: *Facebook, Nik Titanik, 10.4.2024.*

Slika br. 15: *Facebook, Nik Titanik, 14.4.2024.*

Slika br. 16: *Facebook, Nik Titanik, 26.3.2024.*

Slika br. 17: *Facebook, Nik Titanik 4.4.2024.*

Slika br. 18: *Facebook, Nik Titanik 12.4.2024.*

Slika br. 19: *Facebook, Nik Titanik 18.3.2024.*

Slika br. 20: Facebook, Nik Titanik, 19.3.2024.

Slika br. 21: Facebook, Nik Titanik, 5.4.2024.

Slika br. 22: *Facebook, Nik Titanik, 3.4.2024.*

Slika br. 23: *Facebook, Nik Titanik 13.4.2024.*

Slika br. 24: *Facebook, Nik Titanik 11.4.2024.*

Slika br. 25: *Facebook, Nik Titanik, 4.3.2024.*

Slika br. 26: *Facebook, Nik Titanik 6.3.2024.*

Slika br. 27: *Facebook, Nik Titanik 12.3.2024.*

Slika br. 28: *Facebook, Nik Titanik: 21.3.2024.*

Slika br. 29: *Facebook, Nik Titanik, 20.3.2024.*

Slika br. 30: *Facebook, Nik Titanik 23.3.2024.*

Slika br. 31: *Facebook, Nik Titanik, 27.3.2024.*

Slika br. 32: *Facebook, Nik Titanik, 24.3.2024.*

Slika br. 33: *Facebook, Nik Titanik, 9.4.2024.*

1.UVOD

Humor je nešto s čime se svakodnevno susrećemo u životu. Zapravo, može se reći da bez humora gotovo i ne možemo, a svakako je to nešto što nas okružuje i kod kuće, i na poslu, ali i na društvenim mrežama. Humor postoji odavno, a s vremenom se počeo koristiti u svim sferama života, pa tako i u politici. Kroz godine su ga koristili i brojni političari, no češće se koristio kako bi se te iste političare ismijalo. Tako su se s godinama razvili brojni oblici humora, odnosno satira, karikature, a u novije vrijeme i memovi. Iako se humor smatra oblikom zabave te oblikom ljudske komunikacije kojoj je svrha nasmijati, često su se postavljala pitanja ima li humor i neku drugu svrhu, odnosno može li humor i educirati ili izazvati neku drugu reakciju ljudi. Wallinger (1997.) navodi da humor može utjecati na odnose među pojedincima na više načina, pa tako dodaje i da humor privlači pozornost, provocira misli, brusi vještinu predviđanja, donošenja odluka, prisjećanja, rješavanja problema i vizualne maštovitosti. Ovaj rad bavit će se upravo humorom kao oblikom koji provocira misli i to kroz karikature poznatog hrvatskog karikaturista Nika Titanika.

U prvom dijelu rada definirat ću pojmove humora i satire, a dotaknut ću se i povijesti satire u Hrvatskoj, te ću objasniti političku satiru kao alat političke komunikacije da bi se shvatila uloga političke satire u suvremenoj političkoj komunikaciji. U drugom dijelu rada definirat ću karikaturu, detaljno objasniti njezinu povijest, njezin društveni značaj, ulogu u političkoj komunikaciji, ali ću objasniti i koncept uključivanja građana u politiku, koji je od izrazite važnosti za moj rad. Nakon toga objasnit ću i nastanak i razvitak političke karikature u Hrvatskoj.

U istraživačkom dijelu analizirat ću same karikature Nika Titanika koje je on objavio na svom Facebook profilu. Ovim istraživanjem pokušat ću otkriti koje tehnike izražavanja i elemente Nik Titanik koristi u svojim karikaturama, te koje karakteristike političara ismijava. Cilj rada je istražiti i analizirati na koji način Nik Titanik stvara svoje karikature, odnosno kojim se mehanizmima koristi, te imaju li karikature Nika Titanika potencijala da kod građana Republike Hrvatske potaknu raspravu o političkim pitanjima.

2. HUMOR I SATIRA

Oxford English Dictionary pojam humora opisuje kao kvalitetu djelovanja, govora, ili pisanje koje uzbuđuje zabavu i neobičnost (Simpson, 1989). Hancock (2004: 447) tvrdi da je humor određena alternativa stvarnosti, odnosno protuteža svakodnevnom životu, koji je u svojoj pojavnosti inherentno ozbiljan. S druge pak strane, budući da je jedna od zanimljivijih tema u pozitivnoj psihologiji, u mnogim se studijama pokazalo da je humor povezan s fizičkim i psihičkim blagostanjem (Zhao, i dr. 2014: 26). Yip i Martin (2006) također su tvrdili da je upotreba humora povezana s visokom socijalnom vještinom, a Marín-Arrese (2004: 2) pak navodi da stvaranje i interpretacija humora presudno ovisi i o kognitivnim i o emocionalnim faktorima, te da su duhoviti učinci neraskidivo povezani s emocionalnim čimbenicima.

Oblik humora je i satira koja ismijava pojedinca, neku skupinu, pa čak i državu ili vlast. Ona dakle nastoji kritički nastupiti prema svemu što je neprihvatljivo, pa je tako često i oblik političke borbe. Baček (2019) tvrdi da, s koje god strane promatramo satiru, ona se uvijek odnosi na kritiziranje društvenih problema na šaljiv način. Feller (2009) tako ističe da satira predstavlja poseban oblik umjetničkog izraza kroz koji umjetnik, ili satiričar, izražava svoj subjektivni stav prema vanjskim događajima. Shodno tome, satira se razlikuje od drugih oblika umjetnosti u načinu na koji umjetnik interpretira svijet oko sebe. Prema Hadžiću (1998: 60) satira je dugoročno učinkovita jer prodire u suštinu društva, istovremeno potičući samoopažanje. Ona ne samo da razotkriva stvarne probleme društva, već promiče razmišljanje o vlastitim postupcima, ali i svijetu oko nas.

2.1. Definicija satire

Prvi znani naziv za satiru datira iz antičkog Rima, a prvi ga je analizirao Kvintilijan, poznati rimski učenjak i retoričar. On je prvi koristio pojam satira kako bi opisao radove rimskog pisca Gaja Lucija. No, najistaknutiji primjeri dolaze od rimskih satiričara Horacija i Juvenala (Cudden, 1998). Prema opisu iz leksikona Marina Držića definicija satire glasi „književno djelo ili postupak u kojem se ili napada pojedinac ili zajednica, kakva mana, karakterna osobina, uvjerenje i sl. pri čemu se predmet napada podvrgava ismijavanju. Satira je redovito, i kada transcendira svoj predmet, konkretna i vezana uz vrijeme i prostor u kojima nastaje“[1]

[1] Leksikon Marina Držića https://leksikon.muzej-marindrzic.eu/satira/

No, shvaćanje satire zapravo nije toliko jednostavno. „Hoćemo li neko djelo čitati kao satiru ili ne, ovisi uvelike i o društveno-povijesnom kontekstu u kojemu ono nastaje, kao i o recepciji. Vjerojatno je najpoznatiji primjer nekoć oštre satire koja to više nije roman J. Swifta Gulliverova putovanja (1726.). Danas se taj roman čita, pa i ekranizira, kao dječji pustolovni roman, a njegova je satirička oštrica postala neprepoznatljiva“ (Plejić Poje, 2008: 47).

Rosen (2012.) tvrdi da satira uspijeva na nizu paradoksa. S jedne strane satiričar često tvrdi da izražava svoje „prave osjećaje“, proistekle iz intenzivne, neposredne ljutnje, a s druge strane, satirično djelo, bez obzira na precizan oblik, jasno se oblikuje s namjerom da zadovolji publiku ili druge vanjske čimbenike, poput konvencija žanra i stila, izvan samog sadržaja djela. Ističe i da satira može biti planirana ili smišljena, iako satiričar možda tvrdi suprotno. Dodatno, zbunjujuće je što satira, kao oblik komedije, ima svoju dinamiku koja se može ili ne mora podudarati s onim što satiričari tvrde da žele postići (Rosen, 2012: 2)

2.2. Povijest satire u Hrvatskoj

Kada je riječ o hrvatskoj satiri, Plejić Poje (2008: 49) navodi da su „kronološki prve dvije srednjovjekovne pjesme*: Svit se konča* (ili, prema J. Hammu, *Svitlost se konča*) i *Sliši vsaki človik* ovo, u novije vrijeme naslovljavana kao *Ženska ljubav*. Prva je sačuvana u Pariškoj pjesmarici iz 14. stoljeća, a govori, kao što je poznato, o pokvarenosti Crkve. Druga, koja napada žene, zapisana je u *Tkonskome zborniku,* u djelu *Cvêt vsake mudrosti*.“

Plejić Poje dalje opisuje kako drugih satiričkih pjesama o pokvarenosti Crkve nije bilo, dok se, primjerice, u ranonovovjekovnoj književnosti češće pojavljuje ženska pokvarenost kao predmet satiričkih pjesama. Osim toga, autorica dodaje da se među stihovima Šiška Menčetića mogu naći satirične pjesme koje sadrže elemente mizoginije. Tako se on, kada je riječ o satiričkom pjesništvu, može smatrati prvim poznatim satiričarem hrvatske književnosti (Plejić Poje, 2008: 50).

Nadalje, autorica ističe da se riječ satira u mediju hrvatskoga jezika, u značenju koje je otprilike jednako onome koje ona ima danas, pojavljuje relativno kasno, tek u 18. stoljeću u djelima nekih dubrovačkih autora. Ipak, ističe da se u jednom pojavljuje i znatno ranije. Prvenstvo u uporabi riječi satira u tekstu pisanom hrvatskim jezikom pripada, naime,

spominjanoj Marulićevoj pjesmi *Anka Satira*, koja je zapisana krajem 16. stoljeća u Vartlu Petra Lucića (Plejić Poje 2008: 56).

No, ono što je također važno spomenuti je i politička satira u Hrvatskoj. Budući da su političari konstantno u javnosti, te su osobe od javnog interesa, time nekako postaju i predmet kritike, odnosno ismijavanja i ironiziranja. S obzirom da se satira često bavi nekom vrstom društvene nepravde, političari koji često donose odluke i oblikuju politike koje među građanima nisu uvijek dobro prihvaćene, satirično su prikazani i opisivani na razne načine kako bi građani na neki način time mogli iskazati svoje mišljenje. S time se slaže i Goldstein (1995: 23). koji političku satiru definira kao „oblik slobode izražavanja političkog negodovanja i mišljenja, legitimno sredstvo borbe za svoje ciljeve i opredjeljenja".

Početak političke satire u Hrvatskoj bio je nadasve zanimljiv. Autor Hadžić (1998: 68) napominje kako Hrvatska ima svoje satirične listove od 1862. godine kada je izašao *Podravski jež,* dok su najduže ipak izlazile *Koprive* (1906.-1941.), koje su bile list za razbibrigu s malo politike. Tijekom neprekidnog izlaženja od preko 30 godina, karikatura je u tom listu ne samo dobila puno priznanje javnosti, već je dosegnula i visoku umjetničku razinu. *Koprive* su bile značajno ogledalo hrvatske novinske hrvatske novinske karikature u prvoj polovici 20. stoljeća, a kroz teme koje su obrađivale mogao se pratiti i stupanj slobode tiska (Okičić, 2017 navedeno u Horvatić, 1975: 8-9).

Podravski jež bio je prvi humoristički list na hrvatskom jeziku. „U ono vrijeme poznati borac protiv njemačkog i mađarskog utjecaj, ilirac, propagator kazališta na hrvatskom jeziku, pravnik i političar Dragutin Antolek izdao je 1862. *Podravskog ježa*, odštampavši ga u Platzerovoj tiskari, u tiraži od 2000 komada" (Golob, 1981: 141). Važan je bio i političko-satirički list pod nazivom *Zvekan*: „Marko Manasteriotti bio je glavni urednik, u listu je izrađivao ilustracije, te je izradio naslovnicu, no u cijelosti je idejna tvorevina dr. Ante Starčevića" (Turkalj, 1999: 123). Tako je pokretanje *Zvekana* 1867. godine u obliku humoristično-satiričkog lista zamišljeno je na način da „ideje i koncepcije izložene u njemu treba promatrati i analizirati u kontekstu zbivanja u Europi, Monarhiji i Hrvatskoj od 1865. do 1867., a pri tome je posebnu pažnju trebalo pridati Hrvatskom Saboru 1866. kada su političke skupine nesnalaženjem u vrlo složenim prilikama i nedosljednošću u procjenama i odlukama, jako razočarale Starčevića" (Turkalj, 1999: 124).

Najpoznatiji među njima je list *Feral Tribune* hrvatski satirički list, koji je, prema Hrvatskoj enciklopediji leksikografskog zavoda Miroslav Krleža[2], izašao 1983. godine u Splitu. Nastao je iz istoimenog priloga koji je od 1984. izlazio u splitskom tjedniku Nedjeljna Dalmacija, „okupio je krug vrsnih kritičkih lijevih i liberalnih novinara i publicista“, te je „oštrim satiričkim i kritičkim pisanjem o politici hrvatske vlasti i političkih stranaka, izazivao žestoke reakcije vlasti, i bio predmet stalnih pokušaja gašenja. Na koncu je ugašen 2008. godine zbog financijskih problema.[3]

U novije vrijeme postoji satirični portal NewsBar[4] u čijem opisu stoji „jedini hrvatski news portal kojem možete, ali i ne morate vjerovati“, a slogan im glasi „pametnome dosta“. Na portalu se tako nalaze satirične (izmišljene) vijesti, a pokrenut je s uzorom na američki portal The Onion 1 za koji Waisanen (2011: 508). smatra da je „stvorio hiperrealne prostore za satiriziranje javne gluposti na svim razinama, ostavljajući malo političkih ili kulturnih tema koje nisu na dnevnom redu“. Mnogima je dobro poznata NewsBarova emisija *Prime Time*, u kojoj najčešće ismijavaju političare, no u emisiji imaju i brojne intervjue s javnim osobama i razno raznim stručnjacima koji često također imaju dozu humorističnosti. Osnivač je Vlado Lucić, koji je na portalu i dalje aktivan, a s njim radi i satiričar Borna Sor.

2.3. Politička satira kao alat političke komunikacije

Neki autori političku satiru smatraju vrlo ozbiljnom i važnom, pa su tako Fox, Koloen i Sahin (2007) u svom istraživanju o usporedbi značaja *The Daily Showa Jona Stewarta* i emisija koje su emitirale televizijske kuće u kampanji za predsjedničke izbore 2004. godine, zaključili da su satirične emisije poput američkog Daily Showa, jednako značajne za praćenost političkih kampanja kao i političke emisije televizijskih kuća. No, osim njih, mnogi drugi autori smatraju da su satirične emisije, i satiričan sadržaj općenito, korisni za povećanje političke participacije građana. Cao i Brewer (2008: 91) smatraju da satirične emisije mogu imati „pozitivan utjecaj na javno znanje o politici, te poticati potencijal za političku aktivaciju i participativnu demokraciju.“ No, Rosen se ne slaže s time u potpunosti.

[2] Hrvatska enciklopedija leksigrafskog zavoda Miroslav Krleža https://www.enciklopedija.hr/clanak/feral-tribune
[3] Hrvatska enciklopedija leksigrafskog zavoda Miroslav Krleža https://www.enciklopedija.hr/clanak/feral-tribune

[4] Portal NewsBar https://newsbar.hr/#google_vignette

„Satiričari kada nastupaju punim gasom, njihov je položaj suprotan: posljednja stvar koju pokušavaju učiniti – i to je osobito slučaj s političkom satirom – jest podrediti sadržaj do humora. Ostaje nam, dakle, nepopravljivo iskren stav: satiričari će tvrditi da je ono što govore važnije od bilo čega drugoga, ali presudno je da shvatite da je ono što oni govore još kritičnije. Satirična učinkovitost završava smijehom, a ne uvjeravanjem ili obrazovanjem, čak i ako satiričari oblikuju svoj rad kao da je suprotno“ (Rosen, 2012: 21-22).

Ipak, više je onih autora koji smatraju da politička satira može biti koristan alat u političkoj komunikaciji. Tako Combs (2016: 12) u svom radu tvrdi da politička satira pomaže javnosti da razumije javne i političke teme koje im inače nisu jasne, te da pridonosi političkoj svijesti gledatelja. S tim se slažu i McClennen i Maisel (2014:11) koji ističu da je satira postala sve relevantnija kada se govori o pitanjima političke participacije i opće informiranosti o politički važnim pitanjima. Osim toga, navode da satira ima sposobnost oblikovanja javnog mnijenja zbog sve većeg nepovjerenja prema tradicionalnim vijestima, što je rezultat široke izloženosti profesionalnim satiričnim komentarima, interakcije između profesionalne i građanske satire, te uloge satire u oblikovanju „zabavljenog“ građanina (McClennen i Maisel, 2014: 11). Cao i Brewer (2008) u svom su istraživanju otkrili da gledatelji prate *soft news* programe i političke satiričke emisije prvenstveno radi zabave, no da takvi programi ipak mogu javno utjecati na javno političko znanje.

Dobar primjer političke satire su *late-night shows* ili kasnonoćni večernji talk showovi. Berberović i Delibegović Džanić (2010: 202) navode da se može tvrditi da je glavna svrha takvih emisija pružiti kritičko sagledavanje političke situacije kroz humor i posebice, verbalni humor. *Late-night show* je tako na neki način platforma koja, osim što pruža zabavu, publici omogućuje da dobije i razmotri informacije o politici, odnosno o političarima. Rosen (2012) je pisao je o tome kako je od američkih predsjedničkih izbora 2008. zabilježen porast znanstvenih istraživanja, kao i brojnih neakademskih rasprava, koje su pokušale procijeniti kakav, ako ga uopće ima, utjecaj na publiku ima emisija Jona Stewarta, *The Daily Show* koja se emitirala na američkom televizijskom kanalu Comedy Central. Te studije, kao i ona Rosenova, fokusirale su se na istraživanje utjecaja Stewartove snažne političke satire na gledatelje, ispitujući kako reakcije publike mogu oblikovati i ojačati satiričnu poruku. Rosen (2012) tako dolazi do zaključka da Stewartova emisija *The Daily Show* nije samo zabavnog karaktera, već da služi i za političku edukaciju i kritiku. Autor dodaje i da Stewartova satira

potiče i promišljanje i kritičko sagledavanje stvarnosti, demonstrirajući kako moderni mediji mogu oblikovati javno mnijenje i potaknuti društvenu promjenu.

3. KARIKATURA

Karikature su nešto što često možemo vidjeti u novinama, na televiziji, na portalima, pa tako i na društvenim mrežama, a one su obično zabavnog karaktera te se temelje na nekim društvenim događajima i problemima. No, osim takvih, postoje i karikature koje se fokusiraju na politiku i političare, odnosno takve karikature često kritiziraju vlast, komentiraju neke političke stavove, a nerijetko među čitateljima započinju i javnu raspravu o važnim društvenim pitanjima. Fedor Kritovac (1973: 59) tvrdi da, ako prepričamo neku dnevnu političku karikaturu ili nesvakidašnju šalu, a da se pri tome lako shvati njen smisao i izazove emocionalna reakcija, najbolji je i najjednostavniji dokaz da je karikatura bila ili loša ili nepotrebna. „Ona je tada svedena (čak ako je i virtuozno nacrtana) na puku ilustraciju teksta koji je i sam za sebe dovoljan“ (Kritovac, 1973: 59).

3.1. Definicija karikature

Hrvatska enciklopedija leksikografskog zavoda Miroslav Krleža definira karikaturu kao namjerno pretjeran prikaz karakterističnih svojstava osoba, pojava, događaja, stvari itd., često kao sredstva društvene, političke ili moralne kritike[5]. Dulibić (2009: 9) tvrdi da je u osnovi, karikatura umjetnički prikaz ili opis subjekta kojemu se preuveličavaju, umanjuju ili iskrivljavaju karakteristike, kako bi se stvorio smiješan ili apsurdan efekt, a njezina svrha može biti zabava ili kritika, te predstavlja duhovit komentar na određenu situaciju. „Pojam karikatura dolazi od talijanskog glagola *caricare* što znači „pretjerati“, te je usko povezan sa španjolskim riječima *cara* ili *carattere*, što označava „lice“ i „karakter““ (Dulibić 2005: 2).

No, karikatura nije oduvijek bila za sve, pa tako Dulibić (2009: 10) piše o tome kako je karikatura prvenstveno bila određeni oblik zabave za elite i umjetnike, ali je tijekom 19. stoljeća, s razvojem tiska, postala dostupna i širim slojevima društva. Karikature su koristile humor i izobličenja, izrugivale se političkim, socijalnim ili moralnim manama i slabostima pojedinaca, slojeva ili društva u cjelini. Iako bliska satiri, karikatura pokriva puno šire područje. Dok se većina karikatura može smatrati satiričnima, ne mora sav satiričan sadržaj

[5] Hrvatska enciklopedija
https://www.enciklopedija.hr/clanak/karikatura

biti karikaturalan jer se može izražavati kroz različite metode i tehnike. Satira je namjerno pretjerano prikazivanje kojemu je cilj otkriti i izrugivati „bezbrojne poroke, bedastoće, gluposti i zla ljudske vrste (Dulibić 2005: 23).

Kako god ju definirali, svi smo upoznati s karikaturom i što ona predstavlja. „Od stripova i grafičkih ilustracija, do uredničkog stripa koji se nalazi u većini novina diljem svijeta, karikature nas mogu zabaviti, nasmijati, ali i pružiti društvena opažanja o ključnim aspektima stvarnosti“ (Mateus 2016: 196). No, važno je naglasiti da postoje različite vrste karikatura. Pojam karikature se tumači različito, ovisno o tome koristi li se u užem ili širem smislu. Karikatura u užem smislu obično se odnosi samo na portretnu karikaturu, dok se karikatura u širem smislu povezuje s različitim oblicima, uključujući situacijsku karikaturu, geg-karikaturu ili crtani vic, a najčešće je društveno angažirana karikatura. Portretna karikatura može se podijeliti na dva tipa: karikaturu lica, odnosno poprsja, te karikaturu čitave figure, a bavi se pojedincem. U karikaturi lica fokus leži na psihološkom portretiranju karaktera osobe koja je karikaturirana (Dulibić, 2005a: 13-17). S druge strane, karikatura čitave figure se „ne zadržava na detaljnoj psihološkoj studiji lica, nego izdvaja i na duhovit način „komentira“ čitavu osobu na kojoj se na plastičan način odražavaju i njezine životne navike“ (Dulibić, 2005a: 18). Situacijska karikatura ističe karakteristike grupe ili različite skupine ljudi, a dijeli se na „društveno angažiranu karikaturu koja se odnosi na određene ljude ili događaje, i karikaturu svakodnevice, čiji je protagonist najčešće figura ili figure, koje su predstavnice svoje klase, spola ili dobi u svakodnevnim situacijama (Dulibić, 2005a: 15). U društveno angažiranu karikaturu spadaju politička karikatura, karikatura ekonomske ili socijalne situacije društva ili pojedinca, karikaturu određene društvene klase ili zanimanja, karikaturu događaja povezanih s kulturom, te u novijem vremenu, ekološku karikaturu (Dulibić, 2005a: 18-19). „Cilj društveno angažirane karikature je otkrivanje društvenih negativnosti. Ona želi postupke odgovornih u društvu izvrgnuti ruglu i tako potaknuti na promjene“ (Dulibić 2005a: 9). Nasuprot tome, osnovni cilj karikature svakodnevice je pružiti čitatelju zabavu. Tako je ona često tematski povezana s obiteljskim dinamikama koje služe kao plodno tlo za razne humoristične situacije, temeljene na stereotipovima poput odnosa između punica i zetova ili supružnika, a često se i povezuje sa zanimanjima kao što su liječnici, odvjetnici, umjetnici (Dulibić, 2005a: 18-19).

Ja ću se u ovom radu baviti društveno angažiranom karikaturom, budući da su tema rada političke karikature na temu hrvatskih parlamentarnih izbora.

3.2. Društveni značaj karikature

Kao što je već i spomenuto, karikature često možemo vidjeti na društvenim mrežama, ali, naravno, i u dnevnim novinama. S obzirom na to da karikatura prikazuje neki društveni ili politički problem ili pitanje, zapravo može biti od velike važnosti jer može javnost kroz humor i kritiku osvijestiti o određenoj situaciji, a upravo humor dopire do mnogih. Zarifian i dr. (2022: 636) smatraju da karikature treba promatrati ne samo kao izvor vijesti, već i kao neprocjenjiv povijesni dokument političkog konteksta u bilo kojem razdoblju, a ističu i kako karikature imaju sposobnost za podizanje javne svijesti i prenošenje uvjerljive detaljne poruke. Mnogi drugi autori također se slažu da su karikature puno više od pukog zabavnog sadržaja: „Političke karikature su simbolične umjetničke ilustracije duhovite ili šaljive poante koje sadrže komentare o društvenim temama, događajima ili ličnostima… kombinirajući satiru i hiperbolu za dovođenje u pitanje autoriteta i društvenih običaja (Mateus, 2016: 197). Karikature prate aktualna politička i društvena događanja, kroz koja zapravo svoju publiku mogu i uključiti.

> „Karikatura treba da je aktualna i angažirana, kaže se, s tim da je aktualnost gotovo neminovan svijet angažiranosti. Neke povijesne situacije iskazuju taj apel i prije nego što je on izrečen; serije izvanrednih karikatura nastajale su u doba svibanjskih nemira u Parizu. Vladi su one dakako bile nepoželjne, ali je »establishment« ipak uspio da od njih napravi unosan posao“ (Kritovac, 1973: 63).

Autor nadalje govori o tome kako karikatura može biti korisna. „Mnoge bezvrijedne karikature npr. o Staljinovim brkovima pedesetih godina imale su važno moralno djelovanje i učinile nas opreznijima da takve brkove ponovno opazimo kad se nakostriješe“ (Kritovac, 1973: 63). No, politička karikatura je često i poruka. „Govoreći o karikaturi kao poruci podsjetimo se različitosti njene povijesne uloge. U doba Daumiera karikatura je zaista preuzimala ulogu neposrednog informiranja i komentiranja, Danas, uz televizijsku brzinu i jezik, bilo bi pogrešno očekivati od nje tu istu zadaću“ (Kritovac, 1973: 63).

Karikatura je također i određena javna kritika, a pogotovo ona politička. Tako Mateus (2016) naglašava da, budući da njena poanta može biti vizualno uhvaćena i brzo prenesena, karikature imaju izrazitu uvjerljivu dimenziju pridonoseći nastanku i razvoju političkih tema ili kulturnih tema. „Instantna dostava poruke kao i sofisticirana, ali žestoka kritika, političku karikaturu čini tako moćnim komunikacijskim oružjem“ (Mateus 2016: 198). No, neki autori su napravili nešto drugačija istraživanja, te su se bavili time kako zapravo karikature nastaju,

odnosno koje tehnike izražavanja i elemente karikaturisti koriste. Waquar i dr. (2020: 70) u svom su istraživanju istaknuli široko prihvaćene načine, odnosno tehnike izražavanja i elemente, koje karikaturisti koriste. Tako su naveli simbolizam, pretjerivanje, opise, analogiju i ironiju. DeSousa i Medhurst su u svom istraživanju (1982) analizirali značajne simbole na karikaturama u političkoj kampanji u SAD-u 1980. godine, a osim toga su istraživali i pretjerane fizičke osobine kandidata na tim karikaturama. Došli su do zaključka da su karikaturisti vrlo često koristili te tehnike uvjeravanja, pokušavajući istaknuti nešto o kandidatima i kritizirati ih, no istaknuli su da bi se za uspješno prikazivanje pretjerivanja, karikatura prvo morala temeljiti na kolektivnoj percepciji da ona odražava neku unutarnju istinu o određenoj političkoj figuri (1982: 87). Osim toga, tvrdili su i da je simbolizam „srce karikature“ (1982: 84). No, DeSousa i Medhurt u radu su spomenuli još jedan element koji je vrlo važan za karikaturu, a to je metafora. Istaknuli su da je metaforom karikaturisti objašnjavaju i lakše dočaravaju ljudima neku kompleksnu političku situaciju, proces ili problem. Naveli su kako je stoga sasvim razumljivo zašto je u njihovom istraživanju u predsjedničkoj kampanji 1980. godine bilo toliko prisutnih metafora na karikaturama, s obzirom na to da dosta građana neke stvari ne bi uopće mogli razumjeti bez da im se to objasni na malo lakši način (1982: 93-95).

Werner (2004) je u svom istraživanju analizirao analogiju, intertekstualnost i kulturno pamćenje u političkim karikaturama. On za analogiju tvrdi da se sastoje od pojednostavljenih situacija, likova ili predmeta koji su napravljeni tako da pojašnjavaju složenija pitanja, te dodaje da autor uspoređuje dvije stvari i kroz tu usporedbu poziva na tumačenje (Werner, 2004). No, autor u istraživanju zaključuje da se mogu koristiti mnoge vrste analogija, ali da značenja nastaju kada ih gledatelj može prepoznati i protumačit (Werner, 2004). Mirza (2015) u svom radu analizirala je ironiju u američkim političkim karikaturama, odnosno zanimalo ju je koju funkciju ironija u njima ima. Istraživajući i analizirajući slučajno odabrane političke karikature, došla je do zaključka da je ironija u političkim karikaturama u većini slučajeva otvoreno stupnjevana, jer se želi postići neka svrha, što je gotovo kritiziranje određene situacije (Mirza, 2015: 37).

Stereotipi su također stavka koja je vrlo česta u karikaturama jer se mnogi karikaturisti vole koristiti tim elementom kako bi iskazali neku svoju poantu. Nives Rumenjak je u svome istraživanju *Manjinski identitet i autostereotipi: srpska karikatura u Hrvatskoj 1896. -1902,* pisala o tome kako su „u političkim karikaturama nerijetko vizualiziranim socijalnim, etničkim ili nacionalističkim stereotipima o neprijateljskim kolektivitetima jukstaponirani

pozitivni kolektivni autostereotipi“ (Rumenjak, 2006: 549-550). Autorica Natalija Rumenjak u svom je radu *Politička karikatura i slika „Khuenovih Srba“ s kraja 19. stoljeća u Hrvatskoj* istraživala o stereotipnoj slici srpske prorežimske elite, na temelju političke karikature u svim sačuvanim satiričkim listovima u Hrvatskoj u razdoblju 1883.-1902. godine. Autorica je tako pisala i da „smiješnu stranu stvarnosti politička karikatura gradi na postojećim stereotipima, ali i sama stvara nove stereotipe“ (Rumenjak, 2000: 474). Mararo i Mberia (2014) istraživale su o stereotipima primijenjenima u dizajniranju karikatura koje su prikazivale žene u politici u Keniji, na studiji slučaja karikaturista Gade. Došle su do zaključka da se stereotipi koriste kao pomoć u razumijevanju informacija na pojednostavljen način, iako to ima i velike negativne učinke na gledatelje koji prate takve poruke (Mararo i Mberia, 2014: 278).

Ova istraživanja od iznimne su važnosti i za moj rad. Naime, ja ću, kroz navedene tehnike izražavanja i elemente, koje ću definirati i objasniti malo kasnije, analizirati karikature Nika Titanika, odnosno: simbole, pretjerivanje, opise, analogiju i ironiju, a osim toga istražit ću i koristi li on na svojim karikaturama elemente poput metafore i stereotipa.

3.3. Povijest karikature

Prva poznata politička karikatura datira iz 1360. godine prije Krista u kojoj se ismijava Ikhnaton, Tutankamonov tast. Osim toga, prvi rudimentarni oblici političke karikature također pronađeni na prikazima starogrčke keramike koji su ismijavali političke vođe i hvalili Olimpijske bogove (Danjoux, 2007: 245, cit. prema Mateus, 2016). Autor dodaje i da su diljem Rimskog Carstva pronađeni raštrkani grafički natpisi na zidovima, koji ismijavaju nesposobnu vojne zapovjednike ili javne službenike (Danjoux, 2003: 245, cit. prema Mateus 2016).

Što se tiče prve portretne karikature, talijanska i svjetska karikatura počinju s braćom Caracci, talijanskim umjetnicima, koji su počeli crtati svoje prve karikature krajem 16. stoljeća. Braća Caracci pripadaju poznatoj Bolonjskoj školi umjetnosti, čiji su predstavnici također bili Il Guercino (Giovanni Francesco Barbieri (1591.-166.) i Domenichino (Domenico Zampieri 1581.-1641.) (Dulibić, 2009: 56). Neki smatraju da je i Martin Luther također zaslužan za razvoj karikature. „Karikature uredničke prirode (*editorial cartoon*) pojavile su se kao dio protestantske reformacije pod Martinom Lutherom 1483.-1586. Lutherove karikature bile su usmjerene na nepismeno stanovništvo, ali ono koje je bilo

spremno suprotstaviti se autoritetu. Njegove su karikature ispuhale komplicirane političke rasprave te ih prikazale kroz medije tiskanih i rasprostranjenih slika kako bi mobilizirao podršku i radničke klase i seljaštva kako bi osigurao da ponovno oblikuje uspjeh“ (Walker, 2003: 17). No, karikaturu je u moderno doba popularizirala pojava u tiskanim medijima. „Prva poznata uporaba u tiskanim medijima datira iz sredine 19. stoljeća, karikatura koja se odnosila na stripove korištena je u britanskom časopisu *Punch* 1843. godine. Punch je ovaj termin satirično pripisao svojim političkim karikaturama“ (Spinozzi, Zironi, 2010: 261, cit. prema Zarifian i dr. 2022). Kako Walker (2003) ističe u svom radu, bilo je potrebno još tristo godina, uglavnom zbog visokih troškova proizvodnje slika u novinama, da karikature postanu redovita pojava u američkim novinama. Nadalje, autor piše o tome kako počeci uredničke karikature datiraju iz 1884. godine kada je Joseph Pulitzer objavio političku karikaturu u svom listu *New York World*, satirično prikazujući republikanskog kandidata. Pulitzer je značajno transformirao izgled novina, uvodeći živopisne, privlačne ilustracije i karikature. William Randolph Hearst je slijedio taj primjer, uspostavljajući tako tradiciju karikatura u novinama (Walker, 2003).

Iznimno je teško nabrojiti sve važno u europskoj i svjetskoj karikaturi 20. stoljeća. Literatura ističe autore iz zapadne Europe i Amerike kao najvažnije za napredak karikature tijekom prošlog stoljeća, iako su, naravno, pridonijeli i autori iz drugih dijelova svijeta (Dulibić, 2009: 55-57). Politička karikatura u Velikoj Britaniji dosegla je svoj vrhunac krajem 18. i početkom 19. stoljeća, s autorima poput Thomasa Rowlandsona, Jamesa Gillraya i Georgea Cruikshanka (Dulibić, 2009: 49). Što se tiče prvog dijela 20. stoljeća, najistaknutiji autori su Max Beerbohm, David Low i Ronald Searl (Dulibić, 2009: 55). U Francuskoj se u 19. stoljeću ističu Charles Philipon, Grandville, Constantin Gys, Paul Gavarni i André Hill (Dulibić, 2009: 52). U 20. stoljeću se u Francuskoj izdvajaju Jean Cabut, Rene Petillon, Jean Plantu i Jean-Marc Reiser (Dulibić, 2009: 56). Najistaknutija imena njemačke karikature s početka 20. stoljeća su Olaf Gulbransson, poznat po svojim karikaraturama Hitlera, te Georg Grosz, istaknuto ime političke satire (Dulibić, 2009: 56). Kad je riječ o američkoj karikaturi, važno je spomenuti da su Sjedinjene Američke Države imale mnoge časopise i kongrese posvećene tom području, ali i brojne karikaturiste koji su djelovali sredinom 20. stoljeća poput Jamesa Thurbera, Charlesa Addamsa, Petera Arnoa Saula Steinberga i Davida Levinea (Dulibić, 2009: 57).

U 19. stoljeću uz stalna poboljšanja u tiskarskoj industriji i distribuciji novina u velikim nakladama, karikature kao važan dio tiskanih medija postale su dostupne javnosti i brzo

stekle popularnost i dubok utjecaj. Razvoj tiskarske tehnologije povećao je naklade i kvalitetu slike u isto vrijeme, a u isto vrijeme je i smanjilo troškove proizvodnje (Press, 1981: 49, cit. prema Zarifian, i dr. 2022). S druge strane, pojava fotografije u 19. stoljeću također je imala značajnu ulogu u procvatu političke karikature jer je doprinijela stvaranju karikatura javnih ličnosti. Visoki postotak nepismenosti također je doprinio popularnosti karikatura, budući da su simboli i vizualni znakovi bili razumljivi većini ljudi (Zarifian i dr. 2022: 632). Što se tiče druge polovice 19. stoljeća i ranog 20. stoljeća, prve karikature u kolonijalnom dobu pokrenule su rasprave među kolonijama, pa su tako tijekom Građanskog rata i Drugog svjetskog rata vlade na političke karikature gledale kao na ideološku propagandu. Također, u Prvom svjetskom ratu, obje strane, i Savezničke i Središnje sile, naredile su karikaturistima da neprijatelja prikazuju kao zlog, i da veličaju borbu u cilju jačanja javne podrške na domaćem terenu (Göçek, 1998: 5, cit. prema Zarifian i dr. 2022). Iako su političke karikature ere Drugog svjetskog rata potaknule društvene rasprave, a briljantne karikature o Watergateu u ranim 1970-im često se nazivaju vrhuncem političkih karikatura, s pojavom alternativnih tjednika 1980-ih i 1990-ih. broj uredničkih karikatura danas je značajno opao, uglavnom zbog prelaska novinske industrije na velike konglomerate i online distribuciju (Zarifian i dr. 2022: 633).

3.4. Uloga karikature u političkoj komunikaciji

Budući da se ovaj rad bavi pitanjem utjecaja političkih karikatura na uključivanje građana u politiku, važno je proučiti kakvu ulogu političke karikature imaju u političkoj komunikaciji. Walker (2003: 17) ističe da duhovita intervencija političke karikature može pridonijeti akumulaciji informacija i formuliranju javnog mišljenja. Osim toga, one konstruiraju društvena i politička pitanja i nude čitateljima mini narativ, ili čak zamjenski narativ koji smanjuje jaz o tekućim aferama (Walker, 2003: 17). Mateus (2016: 198) smatra da političke karikature mogu itekako utjecati na javno mnijenje.

> „Satiričnim isticanjem određenih činjenica, događaja ili ličnosti, one daju bitnu relevantnost koja može slijediti ili utjecati na javnu agendu. Političke karikature, u ovom slučaju, bile bi ključni aspekti političke komunikacije jer pomažu stvoriti javnu svijest i zabrinutost za bitna pitanja mnogo puta ih filtrirajući ili oblikujući na načine koji predstavljaju osnovu za formiranje javnog mišljenja“ (Mateus, 2016: 200).

Što se tiče tema koje karikaturist koji se bavi političkim karikaturama obrađuje, to su teme koje su lako dostupne svakom karikaturistu koji se bavi politikom. Takve opće političke

stvari uključuju stanje gospodarstva, vanjsku politiku, nacionalnu obranu, te razne izborne procese kao što su kampanja, glasanje i ankete (DeSousa i Medhrust, 1982: 86). Sani i dr. (2014: 75) spomenuli su nekoliko studija koje su se bavile sposobnošću karikatura da učinkovito prenesu društvene i političke poruke masovnoj publici. Tako spominju studiju autora Streichera (1965) koji je tvrdio da karikature olakšavaju publici čitanje vijesti. Publika koristi karikature za brzo shvaćanje značenja određenog pitanja ili događaja, što je posebno korisno za one koji preferiraju vizualne vijesti i imaju ograničeno vrijeme. Tvrdio je i da političke karikature mogu komentirati društvena i politička pitanja, što ih čini posebnim medijem koji značajno doprinosi učinkovitoj komunikaciji. Sani i dr. (2014: 75) u svome radu ističu studiju autorice Walker (2003) koja je ispitivala političke karikature u pogledu političkih komunikacija. Tvrdila je da su političke karikature moćno sredstvo za prenošenje političkih poruka jer ih publika lako razumije i dijeli dalje. Njezini nalazi su pokazali da su političke karikature društveno značajne jer pomažu u oblikovanju društvenih agenda i nude satirične komentare koji mogu transformirati društvene i političke norme (Sani i dr., 2014: 75).

3.5. Političke karikature kao alati za uključivanje građana

Mnogi se autori slažu da političke karikature mogu služiti kao most između složenih političkih tema i šire publike. DeSousa i Medhurst (1982) tvrde da političke karikature pružaju određene smjernice koje omogućuju čitateljima da razumiju život i politički sustav u nekoj zemlji. Autori tako ističu četiri osnovne funkcije političkih karikatura u društvenom životu. Ističu da političke karikature kao oblik zabave mogu nasmijati čitatelje različitim scenarijima i osobnostima. Drugo, kao alat za smanjenje agresije, političke karikature pružaju čitateljima mjesto za katarzu, omogućujući im da smanje frustraciju i ljutnju vezanu uz određene situacije. Treće, kao sredstvo za postavljanje agende, karikature prezentiraju stavove na zabavan način. Na koncu, kao sredstvo kontekstualizacije, odnosno uokviravanja, političke karikature nude specifične okvire za pojedine probleme u ograničenom prostoru i specifičnim konfiguracijama (DeSousa i Medhurst, 1982). Ashfaq (2008) zaključuje da karikature pružaju sigurnu platformu za društveni komentar, omogućujući izražavanje mišljenja i podizanja glasa javnosti. Autorica tvrdi da one također utječu i na percepciju političara u umovima čitatelja, a taj utjecaj može biti pozitivan ili negativan. Nadalje, navodi kako su karikature medij satirične, lagane i ugodne komunikacije, koji može biti izvor mišljenja i doprinositi izgradnji imidža. Dodaje i da ljudi, osim toga što uživaju u ovom

mediju, razmišljaju i o temama koje on obrađuje (Ashfaq, 2008). Međutim, Holbert i dr, (2011) ističu kako jasnoća satirične poruke ne ovisi samo o karakteristikama te poruke, već i o sposobnosti čitatelja da ju razumije. Ta sposobnost često ovisi o poznavanju konteksta, koji se obično stječe iz drugih medijskih izvora koji građanima obično pružaju pozadinske informacije za tumačenje satiričnih poruka. Autori su tvrdili i kako je očekivano da će oni građani bez prethodnog iskustva s određenom temom, manjkati potrebnog znanja i sposobnosti da u potpunosti razumiju značenje satirične poruke. Smatraju da će, kao rezultat toga, satiričnu poruku obrađivati selektivno, tj. u skladu sa svojim preferencijama, te će je doživljavati smiješnom čak iako je autorovo namjeravano značenje satirične poruke bilo suprotno njihovim stavovima (Holbert i dr, 2011).

Ipak, neki autori smatraju kako reakcije na političke karikature mogu biti vrlo raznolike i ponekad imati razorne posljedice. Brantner i Lobinger (2014), istraživanjem o tome kako se karikature koriste kao alat za stratešku komunikaciju tijekom kampanja, otkrile su da političke karikature koriste određenu retoriku koja oblikuje mišljenja i istovremeno iznosi optužbe. Analizirajući primjere iz raznih političkih kampanja, njihovo istraživanje je pokazalo kako karikature mogu oblikovati javno mnijenje, mobilizirati birače i ojačati političke poruke (Brantner i Lobinger, 2014). Sani i dr. (2012) analizirali su ulogu političkih karikatura u nigerijskim novinama, kao alata za postavljanje društvene agende. Istraživanjem su tako prikazali kako karikature privlače pažnju čitatelja i potiču kritičko razmišljanje o važnim temama. Analizom specifičnih primjera, došli su do zaključka kako karikature mogu naglasiti određene probleme, mobilizirati javnost i izvršiti pritisak na političke lidere, a zaključili su i da političke karikature nisu samo izvor zabave, već i moćan instrument za usmjeravanje društvene pažnje i oblikovanje političke rasprave (Sani i dr., 2012: 162).

3.6. Povijest karikature u Hrvatskoj

Dulibić (2004: 309) ističe kako preširoko shvaćanje ili nepoznavanje definicije karikature, dovode do toga da se u našoj literaturi katkad navode primjeri „najstarijih“ karikatura bez utemeljene argumentacije, odnosno bez očitih obilježja karikature. Većinom ih možemo svrstati u pretpovijest karikature u Hrvatskoj jer su to likovni prikazi s većom ili manjom mjerom likovnoga humora, odnosno s grotesknim ili satiričkim svojstvima.

Kulundžić (1976: 61) navodi kako je, prema dosadašnjim shvaćanjima, karikatura u Hrvatskoj zapravo mlada, odnosno nije starija više od 130 godina. On citira Likovnu enciklopediju u kojoj piše da je Maksimilijan Vrhovec prvi spomenuo karikaturu time što je u svom dnevniku 26.4.1812. zabilježio kako je vidio jednu satiričnu sliku koja prikazuje mađarskog saborskog zastupnika Vaya kako drži dukat u zraku poput hostije i izgovara riječi: „U ovom je znaku spasenje!“ Ta je karikatura, kako tvrdi autor, nastala negdje u Ugarskoj, a Vrhovec ju je obilježio kao dokument političke korupcije. No, Dulibić (2004: 314) tvrdi, te citira nekoliko autora koji se s time slažu, kako u tom prikazu nema izrazitih karikaturalnih elemenata, te da je veća vjerojatnost da se radi o simboličkom prikazu, vjerojatno zdušnog iskazivanja poštovanja tadašnjega plemstva i građanstva prema predstavnicima vlast. Autor objašnjava kako simbolički ili alegorijski sadržaj nije dovoljan da prikaz shvatimo kao karikaturu. Osim toga, Dulibić (2004: 258) smatra da Kulundžić u svom djelu definiciju karikature smatra preširoko, te da „njegove primjere nije moguće interpretirati kao karikature po njihovim likovnim svojstvima, već da iste posjeduju elemente po kojima ih možemo smatrati dijelom pretpovijesti karrikature, u koje spadaju brojni groteskni crteži.“ Nadalje, Kulundžić (1976: 61), s čime se slaže i Dulibić (2004: 314), tvrdi kako se prvom karikaturom u Hrvatskoj može smatrati ona nastala oko 1843. godine, kada je crtač Janko Havliček prikazao L. Koissutha kako u kolijevci ljulja mađaronskog Turopoljca i drži na lancu bana Hallera. Karikatura je, naime, litografirana negdje izvan Hrvatske, a u zemlju je prokrijumčarena.

Dulibić (2004: 256) naglašava kako na početku 20. stoljeća nastaje i prva definicija karikature u Hrvatskoj objavljena u knjizi *Razvoj i sustav obćenite estetike* 1903. godine, književnika i sveučilišnog profesora filozofije dr. Franje Markovića. „Karikatura – nagrda – jest pretjerano naopačje u pojavu i u djelovanju razumna sobstva. Ona je naopačje osobinske obilježnosti, koja je jedno potrebno oblikovno svojstvo ljepote. Kad se obilježene osobinske crte izopače tj. nagrde, a da ipak ostane jasan trag zbilji, navlastito kad se pretjeraju nelijepe crte u zbiljnu liku ili u značaju ili činu, onda nastane karikatura (Dulibić, 2004 navedeno u Marković: 1903: 550-551).

U Hrvatskoj su o karikaturi prvo pisali književnici na početku 20. stoljeća, dok su između dva svjetska rata najčešće tekstove o karikaturama pisali sami karikaturisti i likovni kritičari. Tek nakon Drugog svjetskog rata su povjesničari umjetnosti počeli obrađivati tu tematiku. U zadnjem desetljeću 20. stoljeća, mlađi povjesničari umjetnosti znanstveno proučavaju humorističke i satirične časopise s karikaturama (Dulibić, 2004: 255)

Dulibić (2004: 255-256) naglašava da su prvi poznavaoci karikature u Hrvatskoj bili su književnici poput Antuna Gustava Matoša koji je 1900. godine izvijestio čitatelje lista Hrvatsko pravo o izložbama karikatura su sklopu velike izložbe. Osim njega, o karikaturama je pisao i Antun Branko Šimić, koji je pisao o razlikama između francuskog načina crtanja karikatura utemeljenog na nekoliko brzo izvedenih linija i njemačkog. Dulibić (2004: 257) zaključuje da „mnogi tekstovi upućuju na to da karikatura u Hrvatskoj nije nikada uspjela steći status ravnopravan ostalim likovnim vrstama. U većoj ili manjoj mjeri smatrala se manje vrijednim oblikom likovnog izražavanja."

Karikaturista u Hrvatskoj bilo je podosta, a Dulibić (2004: 256) ističe Slavka Vereša, koji je pisao o karikaturi u svojoj knjizi *O karikaturi* 1910. godine. On je tada pisao o naglom razvitku ilustriranog novinarstva u Hrvatskoj, i o karikaturi koja se tada, osim u tisku, sve više koristila i u reklamama i na plakatima. Isticao je i da dobar karikaturist treba poznavati psihologiju, odnosno posvetiti se ljudskoj unutrašnjosti Dulibić spominje i Anđela Uvodića, „karikaturista iznimno bogata opusa", koji je pisao o portretnoj karikaturi ističući psihološko poniranje u karakter karikirane osobe. Autor je opisao i kako je Uvodić priredio pet izložbi karikatura (između 1917. i 1932. godine) o kojima je tiskan iznimno velik broj kritika, te je zaključio da „Anđeo Uvodić među svim hrvatskim karikaturistima ima najopsežniju bibliografiju" (2004: 256). No, Uvodiću je zaista bilo stalo do karikature i što o njoj misli javnost, pa tako Dulibić tvrdi da je on svojim karikaturama i tekstovima o karikaturi više od drugih nastojao utjecati na promjenu odnosa javnosti prema karikaturi i na shvaćanje karikature kao umjetnički vrijedne vrste (2004: 256). Osim njih, Dulibić ističe i Pjera Križanića koji je, kako autor tvrdi, 1921. naglašavao umjetničku vrijednost karikature, koja je najočitija u djelima najboljih francuskih i njemačkih karikaturista (2004: 257). Osim njih, međuratnoj novinsku karikaturu obilježili su i Sergej Mironović, Franjo Maixner, Andrija Maurović, te slikari Petar Papp, Ivo Režek, Antun Motika i mnogi drugi (Okičić, 2017 navedeno u Horvatić, 1975: 8).

Jedan od naših zasigurno najpoznatijih karikaturista bio je i Oton Antun Reisinger. Kako piše Hrvatsko društvo karikaturista[6], „Prve karikature objavio je još kao srednjoškolac u humorističkom tjedniku *Šilo* (Zagreb, 1943), a definitivno se afirmirao u humorističkom tjedniku *Kerempuh* (Zagreb), kojemu je bio stalni suradnik od 1946. do prestanka izlaženja

[6] Hrvatsko društvo karikaturista - Oton Reisinger
http://www.hdk.hr/Preminuli/reisinger_oton.htm

1958. Godine 1950. ulazi u uredništvo *Vjesnika,* u kojemu kao karikaturist i karikaturist-komentator djeluje do odlaska u mirovinu 1986“. Prema Bencetić (2015: 62), Oton je bio daleko najzastupljeniji karikaturist u *Vjesniku* 1950-ih godina, a osim njega među potpisanim karikaturistima bili su Alojz Ševčik, Nedeljko Dragić i Ivo Kušanić. Bencetić napominje i da je velik broj autora tada ostao nepotpisan.

Okičić (2017: 13) spominje karikaturista Icu Voljevicu poznatog po karikaturi *Grge,* legendarne Večernjakove karikature, ali i Srećka Puntarića, poznatog po *Felixu* koji izlazi od 1995. godine. Na koncu spominje i Joška Marušića, koji je poznatiji kao autor animiranih filmova, ali je i autor karikatura koje danas izlaze u *Slobodnoj Dalmaciji* i *Vijencu.*

U današnje, moderno doba, jedan od poznatijih hrvatskih karikaturista je Nikola Plečko, poznat po nadimku *Nik Titanik.* On je karikaturist, ilustrator, strip crtač i grafički dizajner rođen u Zagrebu 3.5.1974. godine[7] Kako piše na službenoj web stranici studija Nika Titanika, već se 1980-ih godina počeo baviti crtanjem stripova, a svoj prvi strip crta i dovršava 1980. godine. Prvu karikaturu nacrtao je 1986. godine, a tek krajem 1993. počeo se ozbiljnije baviti portretnom karikaturom, te je prvi ozbiljan angažman dobio u studentskom listu *Puls.* „Krajem 1999. godine otkriva unutarnju strast za geg karikaturom, te postaje punopravan član Hrvatskog društva karikaturista i počinje redovno slati karikature na festivale širom Hrvatske i svijeta, te osvaja niz nagrada. Početkom 2000. godine počinje objavljivati u *Večernjem listu* i *Slobodnoj Dalmaciji,* te na stranicama jednog od najstarijih web portala *Internet Monitor,* prvi puta pod pseudonimom Nik Titanik. Krajem godine postaje suradnik u Hrvatskom Slovu gdje objavljuje portretne karikature političara“[8] Danas on svoje karikature objavljuje i na društvenim mrežama, odnosno na Instagramu i Facebooku gdje redovito dobiva brojne reakcije korisnika.

3.7. Politička karikatura u Hrvatskoj

Rumenjak (2000) tvrdi da se u Hrvatskoj karikatura pojavila relativno kasno, a veliki krivac za to bila je Austro-Ugarska. Tako autorica tvrdi da „austrijska cenzura nije samo pazila da se ne krijumčare karikature iz inozemstva, nego je priječila i tehničku mogućnost njihova umnožavanja u pojedinim zemljama Habsburške monarhije“ (Rumenjak, 2000: 477). Početak

[7] Službena web stranica Nika Titanika
https://www.niktitanikstudio.com/tko-je-nik-titanik/
[8] Službena web stranica Nika Titanika
https://www.niktitanikstudio.com/tko-je-nik-titanik/

ere kontinuiranog humora „odozdo prema gore“ u Hrvatskoj počinje od osnivanja pravaškog satiričkog lista *Zvekan* 1867. godine, što je trajalo sve do raspada dvojne Monarhije (Horvat, 1964, cit. prema Rumenjak, 2000). Rumenjak (2000: 477) ističe da karakteristike ovog oporbenog smjera karikaturalnog humora uključuju ilustraciju specifične političke ili ideološke poruke, umjesto fokusa na individualnu umjetničku gestu i kreativnost, osim tehničkih nedostataka. Tek na početku 20. stoljeća u Hrvatskoj se javlja umjetnička karikatura, kada intelektualni i umjetnici iz Neovisne narodne stranke i oko lista *Obzor* osnivaju list *Satir,* pod uredničkim vodstvom poznatog političara i komediografa Marijana Derenčina (Rumenjak, 2000: 477). Autorica Rumenjak (2006: 550) u svom je istraživanju *Manjinski identitet i autostereotipi: srpska karikatura u Hrvatskoj 1896. -1902,* pisala o tome kako se „karikatura potkraj 19. st. u Hrvatskoj shvaća kao važno propagandno sredstvo u procesima oblikovanja političkih te nacionalnih identiteta i ideologija“. Autorica spominje i istraživanje utjecaja političkih karikatura na javno mnijenje u Hrvatskoj na prijelomu 19. u 20. stoljeće, koje je pokazalo u srpskom slučaju da karikaturalna propaganda može biti usmjerena i na izravnu produkciju negativnog etničkog stereotipa “o sebi” (Rumenjak, 2006 navedeno u Supek, 1992: 417-420). Zbog nedostatka razvijenosti redukcijskog crteža, karikature u satiričkim novinama često su bile popraćene tekstom, što im je dalo narativni ili anegdotalni karakter, a historijska kritička analiza diskursa u anegdotama prepoznaje moćno sredstvo distanciranja od drugih nacionalnih kolektiviteta i grupa (Rumenjak, 2006: 550-551).

Bencetić (2015: 60) navodi da je u komunističkoj Hrvatskoj karikatura imala ulogu političkog agitatora, a takve karikature zvale su se angažirane karikature i posebno su bile zapažene u prvom poslijeratnom periodu. Karakteristika ovih karikatura bila je da su uglavnom prikazivale radnike s metlom ili čekićem u rukama, udarajući na vanjskog ili unutarnjeg neprijatelja, kod kulaka, političkih neistomišljenika ili Katoličke Crkve. Autorica je u svom istraživanju obuhvatila kasnije razdoblje, u kojem su karikature zadržale karakter političkih agitatora, ali su također širile svoju aktivnost komentirajući mnoge društvene pojave i probleme, dajući svoje mišljenje, namećući u nekim slučajevima komunističku ideologiju, ali uglavnom kritizirajući društvene anomalije. Primjeri takvih karikatura bile su one koje osuđuju određena društvena pitanja, alkoholizam, nasilje, nepotizam, birokraciju uvjeti stanovanja i druge (2015: 60-61). No, nije se baš sve smjelo karikirati jer su neke teme u komunističkoj Hrvatskoj bile tabu, primjerice moćni ljudi, partizanski pokret i socijalistički poredak. Nisu se spominjali najviši jugoslavenski čelnici, kada se kritizirao državni aparat

općenito je prikazana samo niska birokracija, a pojedinci nisu karikirani. Pripadnici Narodnooslobodilačkog pokreta prikazani su u prvoj godini nakon rata kako bi proslavili svoju pobjedu nad fašizmom/nacizmom. Te su karikature prenijele poruku da, na temelju legitimiteta koji proizlazi iz pobjede u ratu, nova vlast bi se obračunala sa svim negativnim aspektima u društvu (Bencetić, 2015: 61). Autorica u svom radu analizira karikature u nekadašnjem *Vjesniku* koji je, kako tvrdi, bio glavni list u Republici Hrvatskoj, pa su tako njegove karikature imale najveći doseg u populaciji i stoga su mogle imati najveći utjecaj na oblikovanje i promjene javnog mnijenja (Bencetić, 2015, 58) Karikature Vjesnika dijelom su bile korištene za nametanje ideologije, a dijelom za kritiku negativne i nepravedne pojave u društvu. Obrađivali su se problemi poput: loših stambenih uvjeta, alkoholizma, visokih cijena hrane te loših uvjeta u zdravstvenom sustavu (Bencetić, 2015: 64).

Zagrebačka škola karikature predstavljala je umjetnički pokret koji je djelovao od 1964. do 1974. godine, okupljajući članove kruga *Studentskog lista* i *Poleta*. Njena specifičnost ležala je u tome što je naglasak bio isključivo na snažnoj slici, bez upotrebe riječi u vizualnom izričaju, što je bio jasan odmak od tradicionalne novinske karikature. Karikaturisti su se bavili razvijanjem crnohumornog i apsurdnog stila s elementima pop-arta. Među predstavnicima ovog pokreta isticali su se Ratko Petrić, Ivan Pahernik, Fedor Kritovac, Jakob Mirković, Zlatko Bastašić, Ivan Vitez i Milovan Kovačević (Hlevnjak, 2013: 36, cit. prema Okičić, 2017)

U moderno doba i dalje imamo prisutnu političku karikaturu, samo na nešto drugačiji način nego što je to bilo prije. Sada, osim u tiskanim medijima, ona se nalazi i u digitalnom obliku, na društvenim mrežama gdje dohvaća široku publiku koja ima mogućnost komentirati i reagirati na te karikature.

4. O ISTRAŽIVANJU

4.1. Ciljevi i zadaće istraživanja

Cilj ovog istraživanja je utvrditi koje tehnike izražavanja i elemente Nik Titanik koristi u svojim političkim karikaturama, odnosno koristi li simbole, pretjerivanje etiketiranje ili označavanje, analogiju, ironiju, stereotipe i metaforu. Osim toga, istražit ću i uobičajene karakteristike njegovih karikatura, što se tiče govora, likova i riječi. U drugom istraživačkom

pitanju istražit ću koje karakteristike političara Nik Titanik ismijava, odnosno je li to fizički izgled, integritet ili njihovu nesposobnost.

Zadaće istraživanja su kvantitativnom i kvalitativnom analizom sadržaja analizirati navedene tehnike, elemente i karakteristike, te time i odgovoriti na postavljena istraživačka pitanja.

4.2. Istraživačka pitanja

Za potrebe istraživanja postavljena su sljedeća istraživačka pitanja:

1. Koje tehnike izražavanja i elemente Nik Titanik koristi u svojim političkim karikaturama?

2. Koje karakteristike političara ismijava Nik Titanik u svojim karikaturama?

4.3. Jedinica analize i uzorak

Jedinica analize ovog istraživanja je politička karikatura Nika Titanika objavljena na njegovom Facebook profilu pod nazivom *Nik Titanik*. Sve karikature koje ću analizirati bit će vezane za parlamentarne izbore koji su se održali 17.4.2024. Razdoblje objavljenih karikatura koje sam izabrala za analizu je od 3.3.2024. godine, kada se i u medijima intenzivnije počelo pisati o izborima, pa sve do 16.4.2024., predzadnjeg dana izborne šutnje, odnosno dana prije izbora.

4.4. Kvantitativna i kvalitativna analiza sadržaja

Za ovo istraživanje koristit će se tri metode istraživanja, a prva od njih je kvantitativna analiza sadržaja. „Analiza sadržaja može se koristiti širokim rasponom izvora podataka, uključujući tekstualne podatke, vizualne podražaje (npr. fotografije/video i audio podatke). Osim toga, tehnika je vrlo fleksibilna jer može biti empirijski ili teorijski vođena“ (Stemler, 2015: 1) Prvo ću se baviti kvantitativnom analizom sadržaja, a ona se temelji na istraživačkom pitanju koje zahtjeva testiranje hipoteza i tretira tekst kao nositelja značenja. Ovakav pristup promatra tekst kao cjelinu sastavljenu od jedinica analize, koje mogu biti pojedinačne riječi, fraze ili rečenice. Također se analizira pozicioniranje i kontekst (Franklin, 2013: 219). Druga analiza kojom ću se baviti je kvalitativna analiza sadržaja. Da bismo razumjeli što je kvalitativna analiza sadržaja, potrebno ju je prvo definirati. Kvalitativna

analiza sadržaja nadilazi puko brojanje riječi ili izdvajanje objektivnog sadržaja iz tekstova za ispitivanje značenja, tema i obrazaca koji mogu biti očiti ili latentni u određenom tekstu. Dopušta istraživačima da razumiju društvenu stvarnost na subjektivan, ali znanstven način (Zhang, Wildemuth 2009: 1) Wimmer i Dominick (2006: 188) tvrde da kvalitativno istraživanje koristi fleksibilan pristup ispitivanju. Iako je osnovni set pitanja osmišljen za početak projekta, istraživač može promijeniti pitanja ili pitati naknadna pitanja u bilo koje vrijeme. Autori također tvrde da u većini slučajeva kvalitativne istraživačke studije koriste male uzorke, odnosno ispitanike ili informante koji nisu nužno reprezentativni za populacije iz koje su izvučeni. Kao i kvantitativno istraživanje, kvalitativno istraživanje je koristan alat za istraživanje masovnih medija samo kada su ograničenja prepoznata (Wimmer i Dominick, 2009: 1).

5. ANALIZA

5.1. Karakteristike političkih karikatura Nika Titanika

Kvantitativnom analizom sadržaja analizirala sam 33 jedinice, odnosno političke karikature na Facebook profilu Nika Titanika. Prvo pitanje iz matrice odnosilo se na to koliko se u karikaturama Nika Titanika pojavljuju likovi. U analiziranim karikaturama, likovi su se pojavili na njih 29 (87%). Od toga je nepoznatih likova bilo na 12 karikatura (36%), a političari i dužnosnici pojavili su se na 20 karikatura (60%). Četvrto pitanje odnosilo se na to koliko autor koristi riječi i rečenice u svojim karikaturama, a analiza je pokazala da ih koristi u čak 31 karikaturi (93%). Iz ovoga se može zaključiti da autor u svojim političkim karikaturama ipak najviše koristi likove, bili to nepoznati ljudi ili pak političari, no, svoju kritiku ipak više iznosi karikirajući političare i dužnosnike. Osim toga, iz analiziranih karikatura može se zaključiti da autor voli koristiti riječi i rečenice, budući da u samo dvije karikature nije bio prisutan nikakav tekst.

Tablica 1: Tehnika govora u karikaturama

Monolog	**17**
Dijalog	**4**
Bez govora	**12**

Autor u svojim karikaturama koristi i monolog i dijalog, ali ponekad govor ipak ne uključuje. Tako se monolog na karikaturama našao 17 puta (51%), dijalog sam uočila na njih četiri (12%), a bez govora je bilo 12 karikatura (36%). Iz ovoga zaključujem da autor najviše voli koristiti monologe likova, iako u dosta slučajeva govor niti ne uključuje, dok se najmanje koristi dijalogom koji je uočen na najmanje analiziranih karikatura. No, iako na karikaturama nije bilo govora, ne znači da na njima nije bilo nikakvog teksta.

Tablica 2: Dominacija teksta ili slika

Tekst	**11**
Slika	**22**

Pitanje prevladava li u karikaturi slika ili tekst, odlučila sam utvrditi pomoću određenja ima li karikatura manje ili više od 20 riječi. Nik Titanik u svojim karikaturama više se fokusira na sliku, te tako detaljima, pa čak i pozadini, posvećuje više pažnje. Tekst dominira na 11 karikatura, a kriterij određivanja dominacije bio je da se na karikaturi nalazi više od 20 riječi, što zapravo i nije malo. U tih 11 tekstualno dominantnih karikatura, autor se zaista koristi s puno riječi, pokušavajući dočarati neku situaciju, događaj ili izjavu.

5.2. Tehnike izražavanja i elementi kojima se koristi Nik Titanik

Analizirala sam kako Nik Titanik u 33 karikature koristi sljedeće tehnike: opis (17), zatim ironiju (13), simbole (12), metaforu (8), pretjerivanje i stereotipe (6), a najmanje tehniku analogije (4).

Opis

Prema Waquar i dr. (2020: 70), opisi na karikaturi mogu biti govorni oblačići, naslovi ili krilatice koje koriste političari. Opisi mogu pomoći objasniti što se događa na karikaturi, tko su likovi, mogu i poboljšati šalu, ali i pobliže objasniti što karikaturist poručuje.

Slika br. 1: Facebook, Nik Titanik, 3.3.2024.

Prikazan je dijalog Peđe Grbina i Sandre Benčić, koji tvrde kako oboje žele biti premijeri, kojim autor ističe kako su nesložni i kako njihova, podrugljivo nazvana, točkasta koalicija, baš i nije prečvrsta. Autor opisom na dnu kritizira njihov ego i ambiciju, te nespremnost za kompromis. Osim toga, autor naglašava i apsurdnost situacije u kojoj oba političara misle da mogu biti na čelu bez zajedničkog dogovora.

Slika br. 2: Facebook, Nik Titanik 7.3.2024.

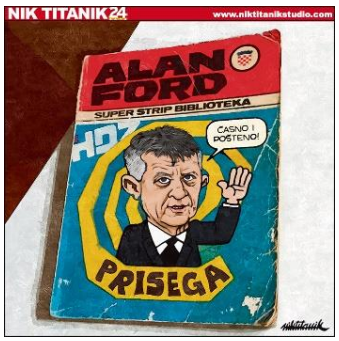
Autor se osvrće na „žetončiće“, odnosno one stranke koje se priklone vodećoj stranci kako bi ona dobila većinu u Hrvatskom Saboru. Autor time podrugljivo ističe kako se na svakim izborima pojavi „stranka kojoj možemo vjerovati“, odnosno stranka koja se zaklinje kako se neće prikloniti vodećoj stranci ako joj bude nedostajalo glasova za većinu u Saboru. Upravo to autor piše i u opisu na dnu karikature, kojim ironično ističe kako je to „konačno stranka kojoj možemo vjerovati“, a svima je jasno da to, naravno, nije slučaj.

Slika br. 3: Facebook, Nik Titanik 25.3.2024.

Autor prikazuje nekog od političara desnice, s time da ne vidimo o kome se radi jer su prikazani samo usta i nos. U ustima tog političara nalazi se Milorad Pupovac kojem viri glava, pa tako autor opisom na dnu karikature objašnjava kako „desnica u Hrvata ne može ništa primamljivo reći za široke mase zato jer su im usta konstantno puna ovog lika“, te je s time podrugljivo komentirao desnicu i njihov odnos s Miloradom Pupavcem.

Ironija

Ironija je podrugljivo prikazivanje razlike između stvarnosti ili očekivanja (Waquar, Naz i Ghani (2020: 70).



Slika br. 4: Facebook, Nik Titanik 14.3.2024.

U karikaturi je prisutna ironija, koju autor ističe vrlo jasno. Naime, prikazan je hrvatski pravnik Ivana Turudića, koji je ujedno i novi glavni državni odvjetnik, a s obzirom na kontroverzne afere koje su ga pratile, autor ga prikazuje na naslovnici poznatog talijanskog, komičnog stripa *Alan Ford*, dok se ismijava njegovoj prisezi dodajući mu tekst „Časno i pošteno!“, aludirajući na komičnost te prisege i same situacije.

Slika br. 5: Facebook, Nik Titanik 15.4.2024

Autor je prikazao logo organizacije Zagreb Pridea, te ironično na njega, umjesto „Zagreb Pride“, napisao „Zagreb Shame“. Tako je kritizirao odluku Zagreb Pridea da objavi listu gay političara i seksualnu orijentaciju članova Vlade. To su, naime, napravili prije parlamentarnih izbora, a mnogi političari, ali i korisnici društvenih mreža, su ih osudili za taj postupak, ističući to da oni nemaju pravo nekoga „outati na silu“.

Slika br. 6: Facebook, Nik Titanik 16.4.2024.

Prikazana je tročlana obitelj, otac, majka i dijete, koji gledaju televiziju na kojima se govori o parlamentarnim izborima 2024. Ironija je prikazana u dijalogu između oca i majke, odnosno u trenutku kada majka govori da se dan izborne šutnje ne bi trebao zvati dan šutnje, već dan slutnje, ističući time nepovjerenje prema političarima, kao i pesimizam i negativna očekivanja.

Simbolizam

Simbolizam je korištenje jednostavnih predmeta ili znakova za predstavljanje ideja, koncepata ili ljudi (Waquar, Naz i Ghani (2020: 70).

Slika br. 7: Facebook, Nik Titanik 17.3.2024.

Autor prikazuje kako predsjednik Milanović „uništava Ustav“, dok on u isto vrijeme govori da to ne čini, već „traži rupu u njemu i šalje poruku sinu vojne lekarke“. Također, on srednjim prstom probija Ustav, što se odnosi na to da „traži rupu“ u Ustavu, ali ga ne uništava, a srednji prst uvredljiva gesta, koja je široko poznata kao simbol uvrede i ružnog izražavanja.

Slika br. 8: Facebook, Nik Titanik 17.3.2024.

Autor Zorana Milanovića i Andreja Plenkovića prikazuje kao dvorske lude, što je simbol za šaljivdžiju i „budalu“ koja zabavlja narod, aludirajući na to da svojim uvredama usmjerenima jedno drugome samo zabavljaju narod, te pritom prikazuju sebe kao budale. Njihove kape dvorskih luda simbolično su prikazane bojama; Zoran Milanović ima crveno-zelenu kapu koja označava SDP i koaliciju, dok Andrej Plenković ima plavu kapu koja označava HDZ.

Slika br. 9: Facebook, Nik Titanik 8.4.2024.

Simbol su kante izmeta kojom se polijevaju predsjednik Milanović i ministar Oleg Butković, a on predstavlja izrazito ružno i neprofesionalno ponašanje dvojice političara, a to se odnosi na uvrede i ružne riječi koje su jedno drugome upućivali prije parlamentarnih izbora, kao i prepirke po društvenim mrežama i preko medija.

Metafora

Metafora je stilska figura koja zamjenjuje jednu riječ drugom na temelju sličnosti u značenju ili analogiji; to je prijenos imena s jedne stvari na drugu i prijenos značenja s jedne riječi na drugu (Bagić, 2012: 187).

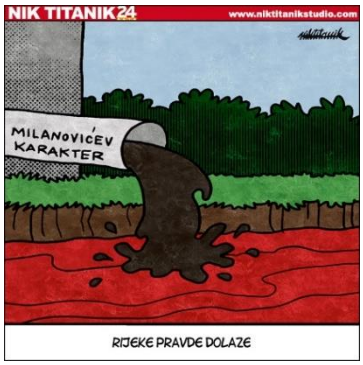
Slika br. 10: Facebook, Nik Titanik 11.3.2024.

Prikazan je lik Štefice Jambriščak koja jede kobasice koje su metafora za političke stranke, a ta metafora nastala je iz razloga što su se desni političari koristili izrazima poput „kobasičasta koalicija“ ili „ogromna kobasica od 11 stranaka“, misleći na koaliciju SDP-a s drugim strankama na izborima 2020. godine. Te metaforičke kobasice prikazane su kroz simbole boja, pa tako plava predstavlja HDZ i Andreja Plenkovića, a crveni dio druge kobasice SDP i Peđu Grbina, dok se zelena boja odnosi na stranku Možemo! koja je prvotno pregovarala s SDP-om o koaliciji. Autor time pokazuje kako Štefici ni plava ni crvena

kobasica, odnosno nijedna stranka, nisu dobre, a ne zna za koga glasati, te time ističe problem građana Republike Hrvatske koji većinom uvijek glasaju za dvije iste stranke.

Slika br. 11: Facebook Nik Titanik 15.3.2024.

Prikazana je čistačica koja čisti praznu sabornicu u Hrvatskom Saboru nakon raspuštanja. Tako se ona pita kako da sada očisti „to njihovo sr*** koje su ostavili za sobom“, a autor to sr*** metaforički prikazuje ispisanim tekstom Lex AP na podu. Lex AP su, naime, izmjene kaznenog zakona kojima se uvodi novo kazneno djelo neovlaštenog otkrivanja sadržaja izvidne ili dokazne radnje. Osim toga, Lex AP simbolički okružuju i muhe, za koje se zna kako lete oko izmeta. Autor na taj način pokušava dočarati mišljenja novinara i oporbe, a to je da je Lex AP upravo to što i prikazuje na karikaturi – loša odluka.



Slika br. 12: Facebook, Nik Titanik 22.3.2024.

Metafora je očita u prikazu kanalizacije koja se izlijeva u rijeku i zagađuje ju, a autor to povezuje s karakterom predsjednika Milanovića, kojeg uspoređuje s kanalizacijom, dok se u crvenu rijeku (koaliciju Rijeke pravde) taj njegov karakter izlijeva. Time je autor htio kritizirati način na koji je predsjednik Milanović istupao u medijima za vrijeme predizborne kampanje, te se osvrnuo na to kako to zapravo šteti koaliciji Rijeke pravde.

Pretjerivanje

Pretjerivanje je preuveličavanje fizičkih karakteristika osobe ili stvari kako bi se izrazila poanta (Waquar, Naz i Ghani (2020: 70).

Slika br. 13: Facebook, Nik Titanik 6.4.2024.

Pretjerivanje se može vidjeti u načinu prikaza župana Ernesta Petrya. Naime, uši i nos su mu prikazani pretjerano veliko, čime autor možda želi prikazati županov ego i ponos budući da je na svečanom otvorenju bankomata rekao kako to nije bilo skupljanje političkih bodova nego da je to učinio na dobrobit građana. Osim toga, tada je dodao i da je on pokrenuo preko 300 investicija, a nakon toga se još hvalio svojim milijunskim investicijama. Autor podrugljivo ističe kako je župan „nakon svečanog otvorenja bankomata, svečano otvorio i vrata“, ismijavajući činjenicu da se za jedan bankomat stvorila tolika pažnja, te na činjenicu da je on otvoren na takav način.

Slika br. 14: Facebook, Nik Titanik 10.4.2024.

Autor se ovdje osvrće na objavu Tomislava Karamarka na Facebooku u kojoj je napisao kako se „probudio prekjučer ujutro i nadao dobrom danu. Kad pogledavši kroz prozor – ONA“, misleći pritom na zastupnicu Hrvatskog sabora, Daliju Orešković. Tehnika pretjerivanja očita

je na prikazu očiju i podočnjaka Tomislava Karamarka, te tako dodatno ismijao to njegovo „neugodno iznenađenje“ i činjenicu što mu je to toliko zasmetalo.

Slika br. 15: Facebook, Nik Titanik 14.4.2024.

Autor prikazuje Štefficu Jambriščak i ministra Vilija Beroša. Štefica se žali kako mora u bolnicu jer joj je „jako zlo od predizbornih obećanja“, na što joj ministar Beroš odgovara kako „ima jedna u nova u Blatu, koja samo što nije“. Štefica Jambriščak prikazana je s ekstremno velikim oblinama i vrlo izraženim crtama lica, dok je ministar Vili Beroš prikazan s velikim nosom koji može simbolizirati neiskrenost i ponos, dok velika usta mogu simbolizirati previše govora, pa samim time i lažna obećanja.

Stereotip

Stereotipi su generalizacije o društvenim grupama, pripisivanje karakteristika svim članovima te grupe, bez obzira na stvarne razlike među njima (Babad, Birnbaun i Benne, 1983: 75).

Slika br. 16: Facebook, Nik Titanik 26.3.2024.

Tako autor stereotipno prikazuje kočijaša, za koje se oduvijek kaže da puno psuju, koji se buni na to što ga uspoređuju s predsjednikom Milanovićem, za kojega mnogi smatraju da govori previše ružnih riječi (pa ga stoga uspoređuju s kočijašem). Kočijaš nakon žaljenja na

usporedbu tada i sam izgovara puno psovki, a neke riječi su iste one koje koristi i predsjednik Milanović kada govori o premijeru Plenkoviću.

Slika br. 17: Facebook, Nik Titanik 4.4.2024.

Autor je na karikaturi prikazao fotografiju koju je predsjednik Milanović početkom travnja objavio na svom Facebook profilu, a na kojoj piše „za sve hrvatske ljude“. Autor stereotipno stereotipno prikazuje hrvatske građane kao ovce, jer taj izraz mnogi često koriste podrugljivo.

Slika br. 18: Facebook, Nik Titanik 12.4.2024.

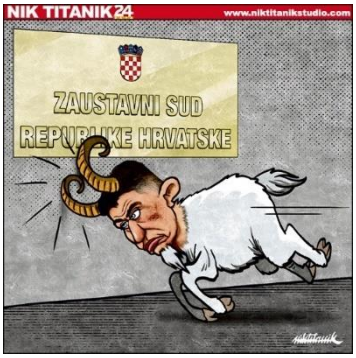
Na karikaturi je prikazan stereotip. Autor prikazuje nepoznatog političara koji govori o tome kako više neće dati Grubniću da mu „pegla fotke, jer izgleda sređeno, ali svi će reći da je političar bez obraza“. Ovdje je stereotip u tome što se za većinu političara, bili oni dobri ili loši, uvijek generalno kaže da nisu sposobni i da nemaju obraza, što bi značilo da nemaju časti i da su bezobraznici. Osim toga, autor ismijava situaciju u kojoj je Grubnić „peglao“ sliku Alke Vuice koja je bila na plakatu Rijeka pravde, što je ona kasnije i priznala.

Analogija

Usporedba dviju različitih stvari ili usporedba složenih problema s jednostavnijim i uobičajenim stvarima (Waquar, Naz i Ghani (2020: 70).

Slika br. 19: Facebook, Nik Titanik, 18.3.2024.

Žohari koji su prikazani na karikaturi od davnina su poznati kao kukci kojih se teško riješiti, odnosno koji bi preživjeli baš sve, pa tako i, kako autor to opisuje, „nuklearnu kataklizmu“. Tim žoharima on tako prikazuje nešto, nekoga ili problem kojeg se je nemoguće riješiti, a onda to, kroz razgovor žohara, uspoređuje s Vladimirom Šeksom koji se prije parlamentarnih izbora ponovno pojavio u medijskom prostoru, zauzimajući ga vrijeđanjem oporbe i planom o „uništenju“ predsjednika Zorana Milanovića. Dakle, autor se služi analogijom kako bi usporedio Šeksa i žohare, te sugerirao da se je, kao i žohara, Vladimira Šeksa nemoguće riješiti.



Slika br. 20: Facebook, Nik Titanik, 19.3.2024.

Autor je prikazao predsjednika Zorana Milanovića kao jarca, nakon što je objavio svoju kandidaturu za premijera, ali Ustavni sud to ipak nije odobrio. Predsjednik Milanović se tako kao jarac zabija u zgradu Ustavnog suda, jer su jarčevi poznati po tome što su životinje koje vole okršaje rogovima, a u tim okršajima oni se guraju i sudaraju rogovima, što je i prikazano na karikaturi. Time autor želi prikazati osobine jarčeva poput agresivnosti, upornosti i tvrdoglavosti, a te osobine time pridaje i predsjedniku. Autor se također i poigrao riječima, pa je tako „Ustavni sud Republike Hrvatske“ pretvorio u „Zaustavni sud Republike Hrvatske“, ismijavajući činjenicu da je sud zabranio predsjedniku da se kandidira za premijera dok vrši dužnost predsjednika Republike Hrvatske. Ovdje autor koristi i analogiju tako što

predsjednika Milanovića uspoređuje s jarcem koji je životinja poznata po tome što napada i što je tvrdoglav, pa tako time uspoređuje životinju i predsjednika.

Slika br. 21: Facebook, Nik Titanik 5.4.2024.

Na karikaturi je prikazan nepoznati politički kandidat, kojemu nije prikazana glava, obučen u "“luđačku košulju“. Analogiju autor koristi kako bi usporedio političare i mentalne bolesnike, izravno sugerirajući i povezujući ih s pojmom „ludost“, pridajući im iste osobine.

5.3. Karakteristike političara koje ismijava Nik Titanik

1. **Fizički izgled**

Kroz analizu karikatura, otkrila sam da Nik Titanik koristi tehniku pretjerivanja, odnosno preuveličavanja fizičkih karakteristika. Kroz taj humor, njegove karikature i zabavljaju, ali i kritiziraju političke figure, naglašavajući njihove osobine na komičan način, te ih tako čine lako prepoznatljivima građanima.

Slika br. 22: Facebook, Nik Titanik, 3.4.2024.

Sandra Benčić prikazana je u prvom planu s preuveličanim crtama lica poput velikih očiju, debelih usana i velikih naočala. Karakteristike su pretjerane na način koji ih čini komičnima,

a one i naglašavaju njezin izgled. Ivan Pernar, koji je u pozadini, također ima preuveličane fizičke karakteristike, poput velikog nosa i velikih očiju, što dodatno doprinosi humorističnom efektu. Likovi su prikazani pretjerano i na komičan način, dok su njihovi komentari ozbiljni, što stvara kontrast i dodatno ističe apsurdnost situacije.

Slika br. 23: Facebook, Nik Titanik 13.4.2024.

Autor ovdje preuveličava izgled kose, odnosno frizure Marina Miletića. Osim što je prikaz humorističan, autor time ističe njegovo ponašanje i osobine, odnosno kritizira Miletićevu taštinu i fokus na izgled umjesto na ozbiljne političke probleme.

Slika br. 24: Facebook, Nik Titanik 11.4.2024.

Oleg Butković prikazan je s preuveličanim fizičkim karakteristikama poput prevelikih ušiju kojima autor može isticati ministrovu prekomjernu znatiželju, kao i veliki nos koji može simbolizirati nametljivost. Karikatura se osvrće na sukobe između Olega Butkovića i Zorana Milanovića, naglašavajući apsurdnost situacije, a naglašenim fizičkim osobinama ministra, ističe i komični ton koji u cijeloj zavrzlami.

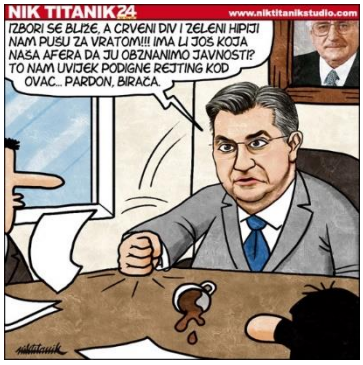
Slika br. 25: Facebook, Nik Titanik 4.3.2024.

Autor prikazuje Vladimira Šeksa okruženog rijekom velike nužde, aludirajući na njegovo pretjerano vrijeđanje političara iz oporbe, što je prije izbora bilo vrlo često i vrlo zastupljeno u medijima. Vladimir Šeks je prikazan s preuveličanim fizičkim crtama poput velikih naočala, naglašenog nosa i zaobljenih obraza. Osim toga, prikazivanje političara u gomili blata sugerira da se bavi „prljavim“ poslovima, tj. negativnom kampanjom i diskreditacijom protivnika.

2. Integritet

Slika br. 26: Facebook, Nik Titanik 6.3.2024.

Prikazivanjem predizborne kampanje kao utrke u kojoj se natjecatelji „zagrijavaju“ pljuvanjem, aludira na prljave trikove, verbalne napade i niske udarce koji su sasvim uobičajeni u predizbornim kampanjama. Nik Titanik tako ismijava nedostatak integriteta kod političkih kandidata, koji bi se umjesto vrijeđanja trebali fokusirati na konstruktivne rasprave.



Slika br. 27: Facebook, Nik Titanik 12.3.2024.

Andrej Plenković prikazan je kako ljutito udara šakom o stol, dok govori o tome kako bi mogli objaviti neku aferu kao bi podigli rejting među biračima, što ukazuje na manipulaciju informacijama u svoju korist. Osim toga, birače naziva „ovcama“, što ukazuje na nepoštivanje građana koji za njega glasaju.

Slika br. 28: Facebook, Nik Titanik: 21.3.2024.

Karikatura kritizira korištenje vijetnamskih botova u političke svrhe, što ukazuje na manipulaciju u političkom procesu. Osim toga, autor kritizira stranku koja se bavi takvim stvarima, prikazujući je kao neiskrenu i neetičku.

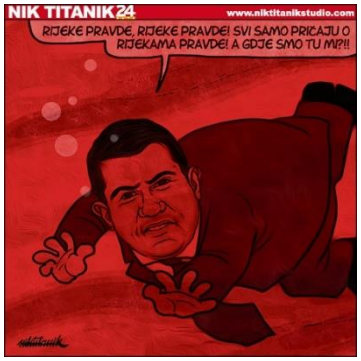
Slika br. 29: Facebook, Nik Titanik, 20.3.2024.

Karikatura prikazuje plakat koji koristi uvredljive izraze, čime se ismijava korištenje vulgarnih riječi u političkim kampanjama kako bi se ocrnili protivnici. Autor također ismijava i kritizira način na koji stranka privlači pažnju, aludirajući na to da takve taktike nisu etične.

3. Nesposobnost

Slika br. 30: Facebook, Nik Titanik 23.3.2024.

Na karikaturi je prikazan Peđa Grbin koji se žali da je njihova domena „rijekepravde.hr“ ukradena čime autor ističe nesposobnost stranke da zaštiti vlastitu imovinu, a samim time ističe i njihovu neorganiziranost. Donji dio karikature naglašava da je to mogla biti sjajna predizborna fora SDP-a, ali da je nažalost samo karikatura, čime autor također ističe njihovu nesposobnost i nekompetenciju, naglašavajući da je situacija mogla biti puno bolje politički iskorištena.



Slika br. 31: Facebook, Nik Titanik, 27.3.2024.

Nikola Grmoja na karikaturi je prikazan očajno i nemoćno, te marginalizirano zbog činjenice što je izostavljen iz „rijeka pravde“. Autor time ismijava njegovu percepciju ili pretvaranje da je žrtva nepravde, dok se zapravo može implicirati da je možda sam odgovoran za neke od tih nepravdi. Osim toga, Nikola Grmoja je prikazan kako puzi po podu, čime autor dodatno naglašava njegovu nemoć, patetičnost, političku slabost i ugled, čime zapravo ističe nesposobnost.

Slika br. 32: Facebook, Nik Titanik, 24.3.2024.

Nik Titanik u ovoj karikaturi ismijava nesposobnost političkih stranaka da ponude konkretna rješenja umjesto da se fokusiraju na međusobna prepucavanja. SDP-ova poruka tako predstavlja jednostavnu kritiku i izražavanje nezadovoljstva bez konkretnih prijedloga za promjene, dok HDZ kao odgovor također ne nudi ništa konstruktivno, već samo negira stav opozicije bez daljnjeg obrazloženja ili rješenja. Autor ističe da obje stranke koriste jednostavne slogane kako bi privukle pažnju birača, umjesto da se ozbiljno bave stvarnim problemima i nude učinkovita rješenja.

Slika br. 33: Facebook, Nik Titanik, 9.4.2024.

Andrej Plenković prikazan je kako se skriva od „rafala“ kritika i uvreda koje dolaze iz opozicije. Rečenica koju izgovara naglašava težinu napada koju premijer osjeća. Isto tako, on se povlači u zemlju i bježi od tih metaka, a to simbolizira pokušaj izbjegavanja tih napada. Karikaturist tako ukazuje na nesposobnost premijera da se nosi s kritikama, te činjenicu da nije u stanju učinkovito odgovoriti na napade i optužbe, što je i znak slabosti.

6. RASPRAVA

Ovaj istraživački rad nastoji odgovoriti na prethodno postavljena istraživačka pitanja. Prvo pitanje odnosilo se na tehnike izražavanja i elemente koje Nik Titanik koristi u svojim

političkim karikaturama koje su detaljno analizirane kroz 33 jedinice analize. Fokus drugog istraživačkog pitanja bio je na karakteristikama koje Nik Titanik ismijava u svojim karikaturama, a ovaj je dio također detaljno analiziran kroz 33 jedinice analize.

Mnogobrojna su istraživanja koja su se bavila utjecajem političkih karikatura na javno mnijenje, a nešto malo manje onih koja su istraživala tehnike izražavanja koje karikaturisti koriste. Iako je po samoj definiciji karikature jasno da u njoj ima ironije, simbola, usporedbi, pretjerivanja i stereotipa, ipak je bilo važno istražiti u kojoj mjeri ih u svojim karikaturama koristi karikaturist Nik Titanik. Prvo ću interpretirati rezultate koje sam dobila analizom tehnika izražavanja i elemenata koje Nik Titanik koristi, a nakon toga ću interpretirati karakteristike koje autor ismijava kod političara na svojim političkim karikaturama.

Za početak sam ukratko kvantitativno analizirala elemente poput likova, teksta, tehnike govora i same strukture karikatura, a nakon toga sam analizirala tehnike izražavanja. Analizom sam otkrila da autor najviše koristi tehniku opisa (17), kojom zapravo direktno ističe što želi reći, odnosno kroz njih vrlo često ističe svoju izravnu kritiku na nešto ili nekoga, kao što je to primjer na slici br. 2 gdje autor, uz već prilično jasnu karikaturu, izričito podrugljivo dodaje i opis na dnu, kojim naglašava svoj osobni cinizam i negativan stav. Druga najkorištenija tehnika izražavanja bila je ironija (13), kojom autor vrlo očito i na humorističan način ističe određene kontraste, te time čitatelje na neki način i provocira, kako bi preispitali svoje poglede i stavove. Primjer je slika br. 4, na kojoj autor bez puno teksta, vrlo ironično i sarkastično koristi časopis Alana Forda sa slikom Ivana Turudića, kako bi naglasio apsurd. Treća tehnika koju autor često koristi su simboli (12). Naime, autor simbole koristi kako bi postigao dodatni humoristični efekt, a osim toga on tako još jasnije ističe svoju poruku. Primjer je slika br. 8, na kojoj se predsjednik i premijer tuku Ustavom, dok na glavi simbolično imaju kape dvorske lude. Četvrta tehnika kojom se autor koristi je metafora (8), kojom Nik Titanik vrlo jasno pokušava kompleksne političke situacije učiniti humorističnima i jasnijima, odnosno pristupačnijima čitateljima. Primjer je slika br. 12 na kojoj autor metaforički prikazuje utjecaj predsjednika Milanovića na Rijeke pravde, uspoređujući njegov karakter s kanalizacijom. Peta tehnika je pretjerivanje (6), a autor se najviše koristi pretjerivanjem u fizičkim karakteristikama kako bi na humorističan način istaknuo određene osobine i identifikacijske crte političara. Primjer je slika br. 13, na kojoj autor župana prikazuje s pretjerano velikim nosom i ušima, čime želi naglasiti i njegove osobine i karakter. Šesta tehnika su stereotipi (6), kojima autor pokušava čitateljima brzo prenijeti poruku, odnosno omogućiti da čitatelji odmah prepoznaju i shvate likove ili situaciju. Primjer je slika

br. 16 na kojoj autor uspoređuje kočijaša s predsjednikom Milanovićem, pritom jasno kritizirajući njegov često vulgaran govor. Zadnja tehnika je analogija (4) koju autor također koristi kako bi složeniju situaciju učinio jednostavnijom za čitatelje, a primjer je slika br. 20 na kojoj autor uspoređuje jarca i predsjednika Milanovića, pridodajući im tako na humorističan način iste osobine.

Treći dio odnosi se na karakteristike koje Nik Titanik ismijava u svojim karikaturama, a njih sam podijelila na fizički izgled, integritet i nesposobnost. Analizom sam primijetila da on ne ismijava fizički izgled na način da nekoga kritizira samo zato, već se njegovo ismijavanje fizičkih osobina slikovito odnosi na postupke i riječi političara, pa mu fizički izgled u tome samo služi kao pomagalo koje ljudima daje jasniju sliku o tome što se događa, a najbolji primjer za to je slika br. 23 gdje autor nastoji kroz ismijavanje Miletićevog izgleda, dati do ljudima do znanja o njegovoj osobnosti i ponašanju. Nadalje, ismijavanjem integriteta autor pokušava ukazati na moralne i etičke propuste, a samim time i podići svijest kod čitatelja o važnim društvenim i političkim pitanjima. Primjer za to je slika br. 27 gdje autor ukazuje na činjenicu da političari manipuliraju informacijama u svoju korist. Zadnja osobina koju sam analizirala, a koju autor ismijava, je nesposobnost. Ismijavanjem nesposobnosti autor zapravo ismijava neučinkovitost, nekompetentnost, a to prikazuje pretjerivanjem u njihovim pogreškama i lošim odlukama. Primjer za to je slika br. 31, na kojoj autor prikazuje Nikolu Grmoju kao očajnika koji puzi po podu, naglašavajući tako njegovu nesposobnost s koalicijom Rijeke pravde.

U istraživanju sam se bavila i konceptom uključivanja građama u politiku, a s tom idejom složili su se mnogi autori ističući u svojim istraživanjima kako političke karikature mogu biti itekako važan alat u uključivanju građana u politiku. Najbolji primjer za to jest autorica Ashfaq (2008) koja je u istraživanju istaknula da karikature ljude zabavljaju, te oni u njima mogu uživati, ali također mogu i razmišljati o temama koje one obrađuju. Na taj način se ljudima objašnjavaju kompleksne političke situacije i problemi kroz duhovitu i razonodnu komunikaciju. Nik Titanik u svojim karikaturama koristi niz tehnika, elemenata i karakteristika kojima građane pokušava natjerati na kritično razmišljanje i uključivanje u raspravu, što smatram da je itekako moguće.

7. ZAKLJUČAK

Politička karikatura vrlo je važan oblik umjetnosti jer je ujedno i kritički osvrt, izražavanje određenih stavova, a ima i humorističan efekt. Iako mnogi smatraju da je zlatno doba karikature bilo u 19. stoljeću i u početku 20. stoljeća, smatram da je ona vrlo važna i danas. Osim što omogućuje karikaturistima da izraze svoja mišljenja, stavove i ideje, one također mogu biti moćno sredstvo za podizanje svijesti, poticanje rasprave, pa čak i za poticanje aktivizma. Kroz duhovite i satirične prikaze političara i događaja, karikaturisti mogu prikazati složene političke teme na način koji je pristupačan širokoj publici, a na taj se način građani mogu preko karikatura identificirati s određenim temama ili stavovima. Ovim istraživanjem nastojalo se rasvijetliti koje tehnike i elemente Nik Titanik koristi prilikom stvaranja svojih karikatura, ali i koje karakteristike političara ismijava, što su ujedno i postavljena istraživačka pitanja na koja je rad pokušao odgovoriti. Korištene su kvantitativna i kvalitativna metoda, a analizirane su 33 karikature koje Nik Titanik objavljuje na svom Facebook profilu.

Iz analize je jasno da se Nik Titanik uvelike koristi svim tehnikama izražavanja, a najviše opisom, ironijom i simbolima koji su uočeni u najvećem broju karikatura, te njima posebno slikovito ističe svoje kritike i apsurd situacije. Što se tiče karakteristika koje ismijava, iz analize je vidljivo da fizički izgled ismijava samo kako bi istaknuo određene loše osobine političara, te kako bi ukazao na nešto što čine loše, ali pritom se trudi ne ismijavati ništa vezano za njihov izgled što nema veze s njihovom osobnošću. Voli isticati i nedostatak integriteta kod političara, kao i njihove brojne nesposobnosti, odnosno loše postupke, odluke i njihove pogreške, čime na to podsjeća i čitatelje. Autor u većini karikatura vrlo očito i jasno ističe svoje mišljenje, te vrlo direktno kritizira, a gotovo sve karikature vrlo lako prenose njegovu poruku.

Iako karikature definitivno mogu imati određenu ulogu u uključivanju građana u politiku, važno je razjasniti na koji način je to moguće. Naime, iako same po sebi možda neće izravno potaknuti ljude na aktivno sudjelovanje u politici, mogu poslužiti kao alat za otvaranje dijaloga i poticanje kritičkog razmišljanja, što bi moglo rezultirati većim interesom građana za političke procese. U tom smislu karikaturisti, pa tako i Nik Titanik, mogu imati značajnu ulogu u političkoj kulturi, ali se konačna odluka o sudjelovanju građana u politici i dalje svodi na pojedinačne osobe.

Iako ovim istraživanjem ne mogu doći do zaključka kakav je utjecaj Nika Titanika na uključivanje građana, niti mogu istražiti jesu li ovi mehanizmi zaista učinkoviti u poticanju građana na participaciju, smatram da karikature imaju veliki potencijal da budu alat za poticanje građana na aktivno sudjelovanje u društvenim i političkim procesima. To su, između ostaloga, potvrdili i Sani i dr. (2012) u svom istraživanju u kojemu su došli do zaključka da karikature imaju sposobnost istaknuti određene probleme, potaknuti aktivnost među ljudima te utjecati na političke vođe, ali i da mogu biti snažno sredstvo za usmjeravanje pažnje društva i oblikovanje političkih rasprava.

Ovo istraživanje predstavlja temelj i polazišnu točku za moguća buduća istraživanja ovakvoga tipa. Preporuka za buduća istraživanja ovog ili sličnih slučaja je i dodatna analiza reakcija, odnosno komentara ispod karikatura na društvenim mrežama, jer ipak tako se najbolje može dobiti određeni uvid u percepciju građana o političkim karikaturama.

LITERATURA

1. Ashfaq, Ayesha (2008). Portrayal of political, economic and social issues through cartoon journalism: A case study of cartoons sketched by Javed Iqbal & Maxim during 2007. *(Unpublished Bachelors Thesis).* Lahore: University of the Punjab https://www.researchgate.net/publication/271105002_Political_Cartoonists_versus_Readers_Role_of_political_cartoonists_in_Building_Public_Opinion_and_Readers'_Expectations_towards_Print_Media_Cartoons_in_Pakistan Pristupljeno 1.6.2024.
2. Babad, Y., Elisha i dr. (1983) *The Social Self: Group Influences on Personal Identity*. Beverly Hills, Cal.: Sage
3. Baček, Žana (2019.) *Problem satiričnih medija u Hrvatskoj primjeri Feral Tribunea i News Bara*, završni rad, Koprivnica
4. Bagić, Krešimir (2012) Rječnik stilskih figura. *Zagreb: Školska knjiga.*
5. Bencetić, Lidija (2015) Croatian Society in Communist Yugoslavia Shown in Cartoons in Zagreb Daily Vjesnik in the 1950s, *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, Vol. 21 No. 2, 57-79 https://hrcak.srce.hr/file/224459 Pristupljeno 30.3.2024.
6. Brantner, Cornelia i Lobinger, Katharina (2014). Campaign comics: The use of comic books for strategic political communication. *International Journal of Communication,* 8(27), 248-274. USC Annenberg. https://www.researchgate.net/publication/265642910_Campaign_Comics_The_Use_of_Comic_Books_for_Strategic_Political_Communication Pristupljeno 2.6.2024.
7. Cao, X., & P. R. Brewer. (2008) *Political Comedy Shows and Public Participation in Politics*. International Journal of Public Opinion Research 20 (1): 90–99) https://www.researchgate.net/publication/31447868_Political_Comedy_Shows_and_Public_Participation_in_Politics Pristupljeno 20.3.2024.
8. Combs, Lauren (2016) *The power of political satire: does it influence viewers to participate in politics?* Bachelor of Arts Strategic Communition. Oklahoma State University
9. Cuddon John, A. (1998) *DictionaryofLiteraryTerms,* Wiley – Blackwell, Hoboken, New Jersey
10. Delibegović Džanić, N. i Berberović, S. (2010) On politicians in big women's sunglasses driving buses with their feet in mouths: Late-night political humour and conceptual integration theory. *Jezikoslovlje, Vol. 11 No. 2: 197-214*, University of Tuzla https://hrcak.srce.hr/clanak/94310 Pristupljeno 5.5.2024.
11. DeSousa, A., Michael i Medhurst, J., Martin (1982) Political Cartoons and American Culture: Significant Symbols of Campaign 1980. *Studies in Visual Communication*, Volume 8 Issue 1 Winter 1982, Penn Libraries University of Pennsylvania https://core.ac.uk/download/pdf/76396063.pdf Pristupljeno 26.3.2024.
12. Dulibić, Frano (2004a) *Pretpovijest i počeci karikature u Hrvatskoj*. Radovi Instituta za povijesti umjetnosti, No. 28, 2004

13. Dulibić, Frano (2004b) *Prilog za historiografiju karikature u Hrvatskoj*, u: Zbornik I. kongresa hrvatskih povjesničara umjetnosti, IPU (Institut za povijest umjetnosti), Zagreb, 2004., str. 255.–262.

14. Dulibić, Frano (2005a*) Definiranje karikature kao likovne vrste*. U: Brnčić, Jadranka (ur) Karikatura: zagrebački pojmovnik kulture 20. stoljeća: zbornik znanstvenih radova (11-33). Zagreb: Filozofski fakultet.

15. Dulibić, Frano (2009.) *Povijest karikature u Hrvatskoj do 1940. godine*. Zagreb: Leykam international

16. Feller, Miroslav (2009.) *Estetički eseiji*, Euroknjiga, Zagreb

17. Fox, R., Julia i dr. (2007.) No joke: A comparison of substance in The Daily Show with Jon Stewart and broadcast network television coverage of the 2004 presidential election campaign. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 51 (2): 213–227. https://www.researchgate.net/publication/233366995_No_Joke_A_Comparison_of_Substance_in_The_Daily_Show_with_Jon_Stewart_and_Broadcast_Network_Television_Coverage_of_the_2004_Presidential_Election_Campaign Pristupljeno 15.3.2024.

18. Franklin, M. I. (2013) Understanding Research: *Coping With Quantitative and Qualitative Divide. London i New York: Routledge* https://www.researchgate.net/publication/292067949_Understanding_Research_Coping_with_the_Quantitative_-_Qualitative_Divide Pristupljeno 5.4.2024. Pristupljeno 15.4.2024.

19. Goldstein, Slavko (1995) *Satiričari i poglavari*. Erasmus, Zagreb, 20–24.

20. Golob, Antun (1981) *"Podravski jež" Dragutina Antoleka - prvi humoristički list na hrvatskom jeziku*. Godišnjak Gradskog muzeja Varaždin: 6 (6) 141-144

21. Hadžić, Fadil (1998.) *Anatomija smijeha, studije o fenomenu komičnoga*, V.B.Z., Zagreb

22. Hancock, T. Jefferey (2004.) Verbal Irony Use in Face-To-Face and Computer-Mediated Conversations, *Journal of Languages and Social Psychology* 23: 447 https://www.researchgate.net/publication/247743390_Verbal_Irony_Use_in_Face-To-Face_and_Computer-Mediated_Conversations Pristupljeno 13.3.2024.

23. Holbert, Robert i dr. (2011). Adding nuance to the study of political humor effects: Experimental research on juvenalian satire versus horatian satire. *American Behavioral Scientist*, 55(3), 187–211. doi:10.1177/0002764210392156 https://www.researchgate.net/publication/254074626_Adding_Nuance_to_the_Study_of_Political_Humor_Effects_Experimental_Research_on_Juvenalian_Satire_Versus_Horatian_Satire Pristupljeno 10.6.2024.

24. Jevtović, Zoran i Aracki, Zoran (2015*).* Infokracija i politička komunikacija. *Informatologia,* Vol. 48 No 1-2, 2015. Filozofski fakultet, Sveučilište u Nišu, Srbija https://hrcak.srce.hr/clanak/202863 Pristupljeno 26.3.2024.

25. Kritovac, Fedor (1973.) *Suvremena karikatura.* Život umjetnosti: časopis o modernoj i suvremenoj umjetnosti i arhitekturi, Vol 19/20, 1973.

26. Kulundžić, Zvonimir (1976) *Najstarije karikature u Hrvatskoj*. Život umjetnosti: časopis o modernoj i suvremenoj umjetnosti i arhitekturi, Vol. 24/25, 61-68

27. Mararo, Maina, Francis & Mberia, Hellen, K. (2014) Stereotypes Applied in Designing Cartoons Depicting Women in Politics in Kenya- Case Study of the Daily Nation's Gado Cartoons. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 4, No. 9 https://ideas.repec.org/a/hur/ijarbs/v4y2014i9p275-288.html Pristupljeno 20.4.2024.

28. Mateus, Samuel (2016.) Political Cartoons as communicative weapons – the hypothesis of the „Double Standard Thesis" in three Portuguese cartoons. *Revista Estudos em Comunicacao, vol. 23, str. 195-221.* https://digituma.uma.pt/bitstream/10400.13/2921/1/Political%20Cartoons%20as%20Communicative%20WeaponsSamuelMateus.pdf Pristupljeno 20.3.2024.

29. Marín-Arrese, I. Joana (2004) Humour as Subversion in Political Cartooning. *Approaches to Critical Discourse Analysis (pp.1-22.* Universitat de València https://www.researchgate.net/publication/304137190_Humour_as_Subversion_in_Political_Cartooning Pridtupljeno 2.5.2024.

30. McClennen, A. Sophia i Maisel, A., Remy (2014) *Is Satire Saving Our Nation?* Mockery and American Politics. NewYork: Palgrave Macmillan.

31. Mirza Ramia (2015) A Pragmatic Approach to Irony in American Political Cartoons. *University of Baghdad* https://www.researchgate.net/publication/312586421_A_Pragmatic_Approach_to_Irony_in_American_Political_Cartoons Pristupljeno 15.4.2024.

32. Okičić, Petra (2017) *Analiza političke karikature u hrvatskim tiskovinama.* Diplomski rad. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

33. Plejić Poje L. (2008) Počeci satire u hrvatskoj književnosti. *Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu*, dostupno na: https://hrcak.srce.hr/72867 Pristupljeno 17.4.2024.

34. Rumenjak, Natalija (2000) Politička karikatura i slika "Khuenovih Srba" s kraja 19. st. u Hrvatskoj. *Časopis za suvremenu povijest*, 32./2000., br. 3, 473.-486.; https://hrcak.srce.hr/file/304464 Pristupljeno 30.3.2024.

35. Rumenjak, Nives (2006) Manjinski identitet i autostereotipi: srpska karikatura u Hrvatskoj 1896. -1902. *Časopis za suvremenu povijest*, Vol. 38, No.2, 549-567 https://hrcak.srce.hr/clanak/150214 Pristupljeno 30.3.2024.

36. Rosen, Ralph, M. (2012). Efficacy and Meaning in Ancient and Modern Political Satire: Aristophanes, *Lenny Bruce, and Jon Stewart*. http://repository.upenn.edu/classics_papers/33 Pristupljeno 15.3.2024

37. Sani i dr. (2012) Political Cartoons as a Vehicle of Setting Social Agenda: *The Newspaper Example. Asian Social Science*, 8 (6): 156–64. https://www.researchgate.net/publication/272691530_Political_Cartoons_as_a_Vehicle_of_Setting_Social_Agenda_The_Newspaper_Example Pristupljeno 3.6.2024.

38. Sani, I., i dr. (2014) Political Cartoons in the First Decade of the Millennium. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities* Vol. 22 (1) Mar. 2014 http://www.pertanika.upm.edu.my/resources/files/Pertanika%20PAPERS/JSSH%20Vol.%2022%20(1)%20Mar.%202014/05%20Page%2073-84%20(JSSH%200508-2011).pdf Pristupljeno 27.3.2024.

39. Simpson, J., Weiner, E. (1989). *The Oxford Encyclopaedic English Dictionary*. Oxford:, Clarendon Press.

40. Stemler, E., Steven (2015) Content Analysis: Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences. *John Wiley & Sons, Inc.*, 2015. https://sstemler.faculty.wesleyan.edu/files/2016/09/Stemler_Emerging_Trends_in_Content_Analysis_2015.pdf Pristupljeno 6.4.2024.

41. Turkalj, Jasna (1999) *Zvekan - humor, satira i karikatura kao sredstvo pravaške političke propagande*. Povijesni prilozi 18 (18) 121 – 160

42. Waisanen, J., Don (2011) *Crafting hyperreal spaces for comic insights: The Onion News Network's ironic iconicity. Communication Quarterly* 59 (5): 508–528. https://www.researchgate.net/publication/233070103_Crafting_Hyperreal_Spaces_for_Comic_Insights_The_Onion_News_Network's_Ironic_Iconicity Pristupljeno 20.3.2024.

43. Wallinger, Moody, L. (1997.) Don't Smile Before Christmas: The Role of Humour in Education, *NASSP Bulletin* 81 (589): 27-34 https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/019263659708158905?icid=int.sj-abstract.similar-articles.5 Pristupljeno 13.3.2024.

44. Walker, Rhonda (2003). Political cartoons: now you see them!. *Canadian Parliamentary Review: 16-21* file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/2003CanLIIDocs266-en.pdf Pristupljeno 25.3.2024.

45. Waqar, Sajid i dr. (2020) Persuasion/Dissuasion on National Interest Agenda: A Semiotic Analysis of Pakistani Newspaper Cartoons. *International Journal of English Linguistics;* Vol. 10, No. 3; 2020 https://www.researchgate.net/publication/340006000_PersuasionDissuasion_on_National_Interest_Agenda_A_Semiotic_Analysis_of_Pakistani_Newspaper_Cartoons Pristupljeno 10.4.2024.

46. Werner, Walt (2004) On Political Cartoons and Social Studies Textbooks: Visual Analogies, Intertextuality, and Cultural Memory. *Canadian Social Studies*, Vol. 38, No.2**,** University of British Columbia https://eric.ed.gov/?id=EJ1073912 Pristupljeno 15.4.2024.

47. Yip, A., Jeremy i Martin, Rod, A. (2006).Sense of humor, emotional intelligence, and social competence. *Journal of Research in Personality*, 40, 1202– 1208. https://www.researchgate.net/publication/247350301_Sense_of_humor_emotional_intelligence_and_social_competence Pristupljeno 13.3.2024.

48. Zarifian, Mohsen i dr. (2022) The Evolution of Cartoons Throughout the History of Mass Communication. *International Journal of Media and Information Literacy*. 2022. 7(2) Cherkas Global University file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/the-evolution-of-cartoons-throughout-the-history-of-mass-communication.pdf Pristupljeno 25.3.2024.

49. Zhang, Yan i Wildemuth, Barbara (2009): Qualitative Analysis of Content. *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science. Westport: Libraries Unlimited* https://www.ischool.utexas.edu/~yanz/Content_analysis.pdf Pristupljeno 2.4.2024.

50. Zhao, Jingjing i dr. (2014.).Exploring the Mediation Effect of Social Support and Self-Esteem on the Relationship between Humor Style and Life Satisfaction in Chinese College Students. *Personality and Individual Differences* , 64, 126-130. https://www.researchgate.net/publication/260801056_Exploring_the_mediation_effect_of_social_support_and_self-esteem_on_the_relationship_between_humor_style_and_life_satisfaction_in_Chinese_college_students Pristupljeno 14.3.2024.

Online izvori:

1. Leksikon Marina Držića https://leksikon.muzej-marindrzic.eu/satira/ *Pristupljeno 12.3.2024.*

2. Hrvatska encikopledija https://www.enciklopedija.hr/clanak/feral-tribune *Pristupljeno 20.3.2024.*

3. Karikatura- https://www.enciklopedija.hr/clanak/karikatura Pristupljeno 20.3.2024.

4. Hrvatsko društvo karikaturista http://www.hdk.hr/Preminuli/reisinger_oton.htm *Pristupljeno 25.3.2024.*

5.Nik Titanik studio https://www.niktitanikstudio.com/tko-je-nik-titanik/ *Pristupljeno 2.4.2024.*

SAŽETAK

Karikature od davnina imaju veliki značaj u društvenom i političkom kontekstu. One služe kao sredstvo kritike, a autori kroz humor ukazuju na nedostatke, korupciju, nepravilnosti, i brojne druge političke probleme. Karikaturisti imaju određenu moć da karikaturama građanima podignu svijest, da im omoguće da lakše razumiju složene političke teme, te da na koncu građane i potaknu na raspravu. Ovaj rad bavi se karikaturama Nika Titanika, a kvantitativnom i kvalitativnom analizom sadržaja, te kratkim, polustrukturiranim interjvuem, nastoji otkriti koje tehnike izražavanja i elemente koristi Nik Titanik, koje karakteristike političara najviše ismijava, i mogu li njegove karikature potencijalno služiti kao alat uključivanja građana. Istraživanje je pokazalo da se Nik Titanik na zanimljiv način služi raznim tehnikama prilikom stvaranja karikatura, te da ismijava fizički izgled političara, ali samo na način na koji će ljudima jasno dati do znanja o njihovim lošim osobinama, odlukama i ponašanju. Zaključak je da karikature imaju veliki potencijal da budu alat za poticanje građana na aktivno sudjelovanje u društvenim i političkim procesima.

Ključne riječi: satira, politička karikatura, politika, tehnike izražavanja, koncept uključivanja građana

SUMMARY

Cartoons have had a great significance in the social and political context since ancient times. They serve as a tool of criticism, and the authors use humor to point out imperfections, corruption, irregularities, and numerous other political problems. Cartoonists have a certain power to raise citizens awareness with cartoons, to enable them to understand complex political topics more easily and, ultimately, to encourage citizens to debate. This paper deals with Nik Titanik's cartoons and I used quantitive and qualitative content analysis, to try and find out what expression techniques and elements Nik Titanik uses, which characteristics of politicians he ridicules the most, and whether his cartoons can potentially serve as a tool for including citizens in politics. The reserach showed that Nik Titanik uses various techniques in

an interesting way when creating cartoons, and that he also mocks the physical appearance of politicians, but only in a way that will make people aware of their bad qualities, decisions and behaviour. The conclusion is that cartoons have a great potential to be the tool for encouraging citizens to actively participate in social and political processes.

Key words: satire, political cartoons, politics, expression techniques, the concept of citizen involvement

MATRICA

1. Pojavljuju li se likovi u karikaturi?

a) Da

b) Ne

2. Likovi u karikaturi su nepoznati ljudi:

a) Da

b) Ne

3. Likovi u karikaturi su političari i dužnosnici:

a) Da

a) Ne

4. Ima li u karikaturi riječi/rečenica?

a) Da

b) Ne

5. Tehnika govora likova u karikaturi je:

a) Monolog

b) Dijalog

c) Nema govora

6. Dominira li na karikaturi tekst ili slika?

a) tekst (više od 20 riječi)

b) slika