

# Etnografija javnih prostora: upotreba medija i izravna komunikacija na gradskim trgovima

---

**Vukomanović, Mateja**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2019**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:445176>

*Rights / Prava:* [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-14**



*Repository / Repozitorij:*

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



Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Diplomski studij novinarstva

Mateja Vukomanović

**ETNOGRAFIJA JAVNIH PROSTORA:  
UPOTREBA MEDIJA I IZRAVNA  
KOMUNIKACIJA NA GRADSKIM  
TRGOVIMA**

**DIPLOMSKI RAD**

Zagreb, 2019.

Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Diplomski studij novinarstva

**ETNOGRAFIJA JAVNIH PROSTORA:  
UPOTREBA MEDIJA I IZRAVNA  
KOMUNIKACIJA NA GRADSKIM  
TRGOVIMA**

**DIPLOMSKI RAD**

Mentorica: doc. dr. sc. Antonija Čuvalo

Studentica: Mateja Vukomanović

Zagreb

rujan, 2019.

## IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad Etnografija javnih prostora: upotreba medija i izravna komunikacija na gradskim trgovima, koji sam predala na ocjenu mentorici doc. dr. sc. Antoniji Čuvalo, 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.

Mateja Vukomanović

## ZAHVALA

Velika zahvala, kao prvo, svim anonimnim sudionicima u ovom istraživanju, čije su mi misli i riječi uvelike pomogle u pisanju ovog diplomskog rada.

Hvala strpljivoj mentorici doc. dr. sc. Antoniji Čuvalo na svim sugestijama, kritikama i cjelokupnoj pomoći tijekom pisanja diplomskog rada.

Mojim kolegama i velikim prijateljima Matei, Josipi, Tijani, Alenu, Katarini i Ivani na ogromnoj podršci i pomoći pruženoj za vrijeme, ne samo pisanja ovog rada, već i cjelokupnog fakultetskog obrazovanja koje bez njih ne bi bilo isto. Hvala vam. Za sve neprospavane noći i podršku dok smo obje pisale svoje diplomske radove posebno želim zahvaliti svojoj cimerici Katarini koja je ovaj pothvat učinila lagodnijim.

Roditeljima Mijodragu i Nataši te mojoj braći Marinu i Mihaelu hvala za svu pruženu emocionalnu potporu tijekom mog obrazovanja, za svaku toplu i mudru riječ i djelo potpore ka ostvarenju mojih ciljeva. Hvala vam za ljubav i sve što ste bez razmišljanja učinili za mene kako bi danas bila ovdje. Ovo je za vas.

To Chetan, who has always been there for me. I am forever grateful for your immeasurable support and love throughout my faculty adventure, for the encouragement and every kind word. Thank you for not once doubting in me, even when I did so many times, yet you always pushed me forward and believed in me.

## SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. TRGOVI KAO JAVNI PROSTORI .....	3
2.1. Gradski trgovi i tumaranje trgovima .....	3
2.2. Trgovi kao prostori tokova .....	5
2.3. Sveprisutnost interneta u javnim prostorima i njegove posljedice.....	6
3. MJESTO I IZVJESNI OSJEĆAJ MJESTA.....	9
3.1. Prakse proizvodnje mjesta .....	12
4. POJAVNOSTI PRISUTNOSTI NA GRADSKIM TRGOVIMA .....	15
4.1. Odsutna prisutnost.....	15
4.2. Nefokusirana i fokusirana interakcija u javnim prostorima .....	16
4.3. Sami ili u društvu .....	18
5. DRUŠTVENI ŽIVOT TRGOVA NEKAD .....	19
6. METODOLOGIJA.....	21
6.1. Etnografija kao metoda istraživanja .....	21
6.2. Čime se etnografi bave .....	22
6.3. Vrline i ograničenja etnografije .....	23
6.4. Etnografija javnih prostora gradskih trgova .....	24
7. ISTRAŽIVANJE LJUDSKE SVAKODNEVICE NA GRADSKIM TRGOVIMA .....	26
7.1. Trg koji poziva na zadržavanje i prolazak.....	26
7.2. Izolacija u uvjetima javnog prostora .....	28
8. (NE)VAŽNOST MJESTA I ODSUTNA PRISUTNOST .....	31
8.1. Situacije u kojima mediji čine mjesto nevažnim.....	31
8.2. Istovremeno bivanje na fizičkom i medijski posredovanom mjestu .....	31
8.3. Izvjesni osjećaj mjesta na gradskim trgovima .....	32
8.4. Prakse pretvaranja javnog prostora gradskog trga u privatna mjesta.....	33

8.5. Odsutna prisutnost.....	34
8.6. Trgovi kao mjesta sastanaka .....	36
9. UPOTREBA MEDIJA I IZRAVNA KOMUNIKACIJA NA GRADSKIM TRGOVIMA.....	37
9.1. Specifičnosti upotrebe medija na trgovima u centru i periferiji grada .....	39
10. GRADSKI TRGOVI NEKAD I DANAS .....	41
11. ZAKLJUČAK .....	44
12. LITERATURA.....	46
13. PRILOZI .....	50
13.1. Bilješke s terena .....	50
13.2. Intervjui .....	78
14. SAŽETAK .....	100
15. SUMMARY .....	101

## POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1: Izolacija od fizičkog (javnog) prostora korištenjem slušalica i mobilnih uređaja na Trešnjevačkom trgu.....	30
Slika 2: Turisti ispred kipa bana Josipa Jelačića .....	40
Slika 3: Počasna satnija Kravat pukovnije na glavnom gradskom trgu zaokuplja pažnju mnoštva.....	41



## 1. UVOD

Pojavom interneta i mobilnih tehnologija ljudska svakodnevnica na javnim prostorima gradskih trgova poprimila je nove oblike. Iako je do njegovog naglog razvoja došlo tek dolaskom ovog stoljeća, pametni mobilni uređaj je već postao vječni suputnik uličnim pješacima u obavljanju svakodnevnih zadataka, upražnjavanju rutina i stvaranju novih navika. Mogućnost upotrebe medija izvan vlastita čitila i penetracija interneta u javni prostor dovela je i do potrebe za terenskim istraživanjima kako bi se uvidjeli njeni načini i obrasci u javnom prostoru. Za medije u javnom prostoru važna je teorija o proizvodnji i pluralizaciji mjesta, bezmjesnoj kulturi, a neka etnografska istraživanja javnih prostora dosad su se bavila pojmovima kao što su odsutna prisutnost, i izvjesni osjećaj mjesta. U urbanoj sredini kao što je gradski trg suvremena komunikacijska tehnologija dovela je do medijske saturacije pa su mediji postali udomaćeni.

I dok su mnoge studije provedene na temu javnih prostora, gradski trgovi još uvijek nisu dovoljno istraženi pa je ovaj rad eksplorativne naravi, pogotovo na prostorima Republike Hrvatske. Tako ovo etnografsko istraživanje želi saznati kako se na gradskim trgovima upotrebljavaju mediji i kako to utječe na izravnu komunikaciju na gradskim trgovima i obrnuto, s obzirom na boravak na trgu individualno i kao dio kolektiva. Nadalje, ovaj rad otkriva kako sveprisutnost interneta i mediji općenito oblikuju javne prostore, točnije gradske trgove, želi se utvrditi koliko je za vrijeme upotrebe medija na trgovima važno mjesto, odnosno lokacija, a koliko su medijski korisnici zapravo odsutni te konačno, utvrditi razlike u upotrebi medija u centru i periferiji grada.

Pomoću navedenih istraživačkih pitanja želi se dublje istražiti i razumjeti isprepletenost izravne komunikacije i upotrebe medija, ali i ustvrditi u kojoj mjeri neke varijable istražene u inozemnim istraživanjima drže vodu u hrvatskoj kulturi. Stoga, kako bi se što vjernije prikazala svakodnevnica na gradskom trgu, potrebna je istraživačka metoda poput etnografije, u ovom slučaju promatranje bez sudjelovanja, kako bi se razumjele prakse i navike medijskih publika u javnim prostorima gradskih trgova. Etnografija, koja je primarno antropološka metoda, svoje mjesto pronašla je i u medijskim istraživanjima još za vrijeme proučavanja medijskih publika u domaćinstvima. Ovo eksplorativno istraživanje na taj će način moći doprinijeti daljnjem istraživanju, a pri tome će pomoći i kvalitativni intervjui medijskih publika na trgovima koji daju dublji uvid u značenja koja pojedinci pridaju medijskoj upotrebi

za vrijeme boravka i prolaska zagrebačkim trgovima - Trgom bana Josipa Jelačića i Trešnjevačkim trgom.

Ova studija počinje pregledom teorije, u kojoj se naglasak stavlja na važna pitanja pri medijskoj upotrebi u javnim prostorima kao što su: prostori tokova, sveprisutnost interneta, stvaranje privatnog u javnom prostoru, razumijevanje mjesta u javnim prostorima za medijsku publiku, odsutna prisutnost te pojmovi fokusirana i nefokusirana interakcija i slično. Nadalje, rad se nastavlja izlaganjem metode prikladne za propitivanje istraživačkih pitanja kojima se bavi ova studija te njene prednosti i mane kao medijske metode. Treći dio bavi se analizom i interpretacijom dobivenih podataka na temelju iskaza sudionika u istraživanju te opservacija s terena sukladno iznesenom teorijskom okviru. Posljednji dio odnosi se na sintezu cijelog rada i rezultate istraživanja kako bi se ustanovila veza između istraživačkih pitanja i hipoteza s jedne strane i dobivenih rezultata s druge strane.

Etnografsko istraživanje upotrebe medija i izravne komunikacije na gradskim trgovima želi dokazati kako se javni prostori individualno više koriste za upotrebu medija, dok je odlika kolektivnijih upotreba više okrenuta izravnoj komunikaciji za vrijeme boravka i prolaska gradskim trgovima u Zagrebu. Osim toga, mediji pomažu medijskim korisnicima stvoriti privatnu sferu na gradskom trgu kako bi se izolirali od okoline, ili samo bili u stanju odsutne prisutnosti.

## 2. TRGOVI KAO JAVNI PROSTORI

Times Square u New Yorku, Crveni trg u Moskvi, Trafalgar Square u Londonu, Trg svetog Petra u Vatikanu – samo su neki od primjera gradskih trgova diljem svijeta. Javni trgovi imaju mnoge uloge u urbanom prostoru, a između ostalog oni su „centar gradskih događaja i društvenih čvorova“ (Zakariya i dr, 2014: 678) ili „središnji prostor za život i komunikaciju“ (Höflich i Hartmann, 2006: 25). Forma ili oblik prostora gradskog trga te njegove funkcije uvelike određuju kako će se korisnici, točnije građani, ponašati na gradskim trgovima. A kako bi privukli građane, gradovi moraju nuditi atraktivne i uzbudljive prostore (Zakariya i dr, 2014: 679). William H. Whyte, američki urbanist, s razlogom je govorio da su samo oni trgovi koji su društvena mjesta dobri trgovi (Whyte, 2003, prema Zakariya i dr, 2014: 678). Slobodan pristup trgovima, koji su zapravo javni prostori, za sve ljude ujedno znači i mogućnost dolaska u kontakt i interakciju s drugim nepoznatim pojedincima. Ipak, ono što diktira mogućnost ulaska u interakciju s drugima je činjenica da se u prostorima trgova upravo riječima i pogledima pregovara udaljenost i dostupnost među prisutnim pojedincima (Höflich, 2005). Dakle, to ne znači da će uvijek doći do komunikacije između prisutnih, već da do određene mjere postoji osjećaj ugone između prisutnih neznanaca da su u relativnoj blizini jedni drugima, to jest da se nalaze u istom prostoru (Zakariya i dr, 2014). Društveni prostori urbanističkih trgova svojim otvorenim pristupom za sve građane zapravo impliciraju i mogućnost da se ljudi duže zadrže na njima, za razliku od nekih drugih urbanih prostora (Zakariya i dr, 2014: 678; Höflich i Hartmann, 2006: 25).

### 2.1. Gradski trgovi i tumačenje trgovima

Gradski trgovi sastavni su dio urbanog načina života, a predstavljaju prostore u gradu koje često posjećuju i na kojima se često okupljaju različiti pojedinci. Dizajnirani su kako bi korisnicima pružili mjesto odmora od gradskih gužvi, a kako bi bili uspješni moraju biti odlikovani dobrom povezanošću s drugim prostorima grada (Francis, 2010, prema Zakariya i dr, 2014: 679). Za razliku od drugih urbanih prostora, „javni gradski trgovi su kolektivni otvoreni teritoriji, s jasno definiranim granicama (na primjer zgrade, vrtovi, ulice) kojima je lako pristupiti (na primjer s mnogih ulica, staza, stepenica ili parkova). U ovom smislu, oni su prostori koji su istovremeno i otvoreni i zatvoreni; pozivaju na zadržavanje kao i na prolazak kroz njih“ (Korosec-Serfaty, 1996: 534, cit. prema Höflich, 2005: 161-162). Glavni trg nekog grada većinom nastaje zbog ideje kako je to mjesto gdje se ljudi sastaju iz različitih razloga, poput odlaska na tržnicu, raznih proslava (primjerice doček Nove godine) i slično (Serio i

Young, 2016). Ipak, glavni gradski trgovi u mnogim povijesnim situacijama bili su svjedoci i mnogo ozbiljnijih razloga okupljanja – poput protesta koji nadalje oblikuju cijelu zemlju i njen način života i politiku (Serio i Young, 2016). Grad je, dakle, „prostor koji je oblikovan, načinjen i uložen društvenim aktivnostima tijekom konačnog povijesnog razdoblja“ (Lefebvre, 1991: 73). Gradovi su oduvijek odlikovani komunikacijskim sustavima, „povećavajući šanse za komunikaciju putem fizičke blizine“ (Castells, 2010: xxxi). Prostor prisnosti za Castellsa je prostor mjesta (Castells, 2010). Kao dio javne sfere, i gradski trgovi predstavljaju platformu za komunikaciju među pojedincima gdje je veća vjerojatnost da će pojedinac osjetiti pripadnost nekom većem kolektivu, a po okolnostima se razlikuje od prostora doma ili radnog mjesta (Zakariya i dr, 2014: 679). Međutim, i javni prostori gradskih trgova u današnje vrijeme postaju sve sličnijima onima radnog mjesta i doma, prvenstveno sve većom upotrebom mobilnih tehnologija, medija i telekomunikacija. Pristup internetu danas je moguć ne samo iz vlastitog doma, već i u javnom prostoru, i to zahvaljujući sve većoj penetraciji širokopojasnog bežičnog interneta u javni prostor na dva načina: Wi-Fi vezama te novim generacijama mobilne telefonije (3G i 4G) (Hampton i dr, 2010: 701). Dakle, jasno je da je upotreba interneta danas duboko ukorijenjena u svakodnevnom životu, ne samo u privatnim, nego i u javnim uvjetima u pokretu (Haythornthwaite i Wellman, 2002, prema Hampton i Gupta, 2008). Nadalje, činjenicom da korisnici sada mogu trajno biti priključeni na internet bilo gdje i bilo kada mijenjaju se njihove svakodnevne rutine (Vanden Abeele i dr, 2018: 6). Čak i društveni odnosi u tehnološki posredovanoj današnjici mogu biti „rastegnuti u daljini“ (Moore, 200: 31). Medijima smo okruženi stalno i svugdje. Zato je svakodnevica upravo ono čemu se treba pridavati pažnja u istraživanju medijske upotrebe u javnim prostorima, jer je ona naoko „neprimjetna“, „banalna“ i „obična“ (Johnstone, 2008: 13; Perce, 1997: 210, cit. prema Krajina, 2014: 1). Ipak, ne treba pasti u zamku misleći kako je zato svakodnevica i siromašna događanjima (Krajina, 2014: 2).

Jedna od razrađenih tehnika boravka u gradu je ono što se naziva tumaranje - *flânerie*, dok se osobu koja se bavi ovom radnjom naziva tumača - *flâneur*. Riječ je o načinu boravka u gradu koji dovodi do „gubljenja“ u njemu kao pojava urbane modernosti (Chikamori, 2009; Krajina, 2014). Tumača možemo opisati kao urbanog „šetača bez cilja“ (Chikamori, 2009: 152), onoga „koji uživa u panoramskom pogledu urbanog prostora, ili kao detektiv koji iza svoje naizgledne ravnodušnosti drži jaku pozornost na detalje ljudi na ulici“ (Chikamori, 2009: 152). U oba slučaja tumača je do neke mjere izdvojen iz života ulice u kojoj se nalazi te tako gotovo nesvjesno može dulje vrijeme 'tumarati naokolo' (Chikamori, 2009). Vještina

tumaranja dovodi do stanja omamljenosti: „Sa svakim korakom, šetnja uzima veći zamah; sve slabijima postaju iskušenja trgovinama, bistroima, nasmiješenim ženama, sve neodoljivijim magnetizam sljedećeg ugla ulice, udaljene mase lišća, naziva ulice“ (Benjamin, 1999: 417, prema Chikamori, 2009: 152). Urbani šetač i tumarač danas je nerijetko opremljen novom mobilnom tehnologijom te za vrijeme njene upotrebe u gradu, javni prostor za njega postaje interijer. Tumaranjem dijelovima grada i korištenjem urbanog namještaja, korisnici novih medijskih tehnologija otkrivaju nove načine nastanjivanja urbanih prostora – urbane građevine koriste kao improvizirani urbani namještaj za vrijeme korištenja medija (Höflich i Hartmann, 2006). Tako stuba, fontane, skulpture i razne druge građevine često prisutne na trgovima bivaju nastanjene korisnicima medija.

## 2.2. Trgovi kao prostori tokova

U umreženom društvu (Castells, 2010) prednjače „elektronički impulsi, čvorovi i središta, dok su narodi i iskustva ukorijenjeni u mjestima, odnosno konkretnim prostorima u kojima obitavaju“ (Castells, 2002, prema Čaldarović i Širinić, 2008: 336). Ovo umreženo društvo dovelo je do prostora tokova koji pretpostavlja „prostor kao 'mjesto' (tok) odvijanja društvenih procesa, mjesto gdje se socijalni odnosi događaju“ (Čaldarović i Širinić, 2008: 336). Osim prostora tokova, koji svjedoče o globalizaciji svijeta, prostori mjesta ispunjeni su specifičnijim i konkretnijim kulturnim praksama (Čaldarović i Širinić, 2008). Današnja simultanost prostora i društvenih odnosa bez obzira na njihovu međusobnu udaljenost moguća je zahvaljujući razvoju telekomunikacija i informacijske tehnologije, a upravo ta nova prostornost je ono što Castells naziva prostorom tokova – „materijalna potpora simultanih društvenih praksi komuniciranih na daljinu“ (Castells, 2010: xxxii). Dakle, sada postoji simultanost društvenih interakcija u komunikacijskom procesu neovisno o udaljenostima između lokacija s kojih se komunicira. „Ta fizičko-virtualna mjesta susreta nastanjujemo uspostavljanjem veze naše lokacije u 'prostoru mjesta' s 'prostorom tokova' (Castells, 2007, prema Katić i Krajina, 2014: 74). U prostoru tokova također su važni lokalni čvorovi koji tvore mrežu komunikacije (Castells, 2010). Ipak, „iako postoje mjesta u prostorima tokova i tokovi u prostorima mjesta, kulturna i društvena značenja definirana su u uvjetima mjesta, dok su funkcionalnost, bogatstvo i moć definirani u uvjetima tokova“ (Castells, 2010: xxxix). Tokovi su za Castellsa „sekvence razmjene i interakcije između fizički razdvojenih pozicija“ koje se ponavljaju (Castells, 2010: 442).

Uzimajući sve gore navedeno u obzir, možemo tvrditi kako su gradski trgovi prostori mjesta u onom smislu u kojem oni znače utjelovljenje neke konkretne kulture koja je zastupljena prvenstveno u tom gradu i u društvu koje u njemu obitava. Isto tako, gradski trgovi danas, već kao i sami gradovi, postaju i prostori tokova jer se u njima odvija razmjena informacija, komunikacije na daljinu i upotreba svih novih medijskih tehnologija i telekomunikacija. Čak i za vrijeme boravka na gradskim trgovima, razvoj telekomunikacija i informacijskih sustava omogućio nam je da komuniciramo na daljinu i da na isti taj način održavamo i svoje društvene veze i interakcije. Gradski trgovi su mjesta na kojima se i fizički i virtualno odvijaju društveni procesi.

### 2.3. Sveprisutnost interneta u javnim prostorima i njegove posljedice

Pitanje utjecaja korištenja interneta u javnim prostorima na društveni život pojavljuje se sveprisutnošću interneta u javnim prostorima. Kao odgovor na to pitanje javljaju se dvije struje: prva govori kako će se ovakvim praksama stvoriti vrsta 'javnog privatizma', dok druga sugerira kako će se olakšati interakcija s nepoznatima u javnoj sferi (Hampton i Gupta, 2008: 832). Tema javnog i privatnog prostora koji su u supostojanju za vrijeme provedeno koristeći medije u javnom prostoru pojavila se u medijskim studijima još 1997. godine kada je provedena studija o Sonyjevom Walkmanu (du Gay i dr, 1997). Istraživanjem značenja koje korisnici pridodaju Walkmanu za vrijeme njegove konzumacije otkriveno je da ova mobilna tehnologija omogućava iznošenje „privatiziranog zadovoljstva u javnu domenu“ (du Gay i dr, 1997: 113), čime posljedično dolazi do poremećaja ili do neke mjere uklanjanja granica između javnog i privatnog (Chambers, 1990: 3, prema du Gay i dr, 1997: 115). Isto tako, jedna od pretpostavljenih posljedica prisutnosti interneta na ulicama, trgovima i u parkovima jest preoblikovanje javnog područja. Svjedočimo sve većoj uporabi interneta i mobilnih tehnologija u javnom prostoru, koji se zahvaljujući velikom tehnološkom razvoju u zadnjih par godina proširio i na područje izvan domova i radnih mjesta korisnika (Hampton i Gupta, 2008). Štoviše, razvojem bežičnog interneta došlo je do ulaska ovih tehnologija u dotad nezahvaćene javne prostore (Hampton i Gupta, 2008: 832), poput gradskih trgova. Upravo zato, postajemo svjesni da je „sve teže ispričati priču o društvenom prostoru bez da ispričamo i priču o medijima i obrnuto“ (Couldry, McCarthy, 2004: 1, cit. prema Krajina, 2014: 8). Dakle, živimo u izobilju medija i postaje nezamislivo razmišljati o svakodnevnom životu bez uplita medija, jer su oni duboko ukorijenjeni u rutine pojedinaca (Krajina, 2014: 17). Samim time događa se 'udomaćivanje' tehnologija (Silverstone, 2006, prema Katić i Krajina, 2014:

78), točnije korisnici ih sve manje svjesno primjećuju u svojoj svakodnevici (Katić i Krajina, 2014).

Tehnologije poput mobitela i sveprisutnog interneta stvaraju privatnu sferu za korisnika bilo kada i bilo gdje, dakle čak i za vrijeme korištenja na gradskim trgovima ili drugim javnim prostorima (Hampton i Gupta, 2008: 835). Javnu privatnost korisnici žele postići kako bi udomaćili javni prostor i učinili ga sebi privlačnijim i intimnijim, potaknuti izraženom medijskom zasićenošću javnog prostora (Bull, 2004: 278). Okruženi raznim medijima i nepoznatim drugima, pojedinci žele ostvariti svoj privatni prostor čak i kada su u pokretu (Bull, 2004), to jest nastoje stvoriti privatnost čak i dok su u javnim prostorima (Heye i Lamont, 2010). Nove tehnologije u tome im pomažu jer im omogućuju da brzo i jeftino dođu do svojih najbližih veza u bilo kojem trenutku gotovo bez obzira na to gdje se nalazili, a to za sobom povlači posljedice koje dovode do još većeg stupnja javnog privatizma. Komunicirajući samo s uskim krugom veza u javnom prostoru putem medija, korisnici se zatvaraju u čahure zbog kojih je teže prisutnim drugima da komuniciraju s njima, to jest da probiju njihove čahure, bez obzira jesu li prisutni drugi samo neznanci ili čak poznanici (Hampton i Gupta, 2008: 835). Korištenjem dostupnih Wi-Fi te 3G i 4G veza u javnim prostorima, također dolazi i do promjene načina korištenja samih javnih prostora u odnosu na vremena kada internet i nove tehnologije ovdje nisu bile dostupne. Za razliku od privatnih prostora, javni prostori za urbaniste predstavljaju „gradske ulice, njegovi parkovi, mjesta javnog smještaja“, s tim da je bitno da se „javni prostori od privatnih razlikuju po tome što pristup potonjima može biti legalno ograničen“ (Lofland, 1979: 19, cit. prema Hampton i Gupta, 2008: 834). Osim toga, važni su i takozvani polu-javni (*semi-public*) prostori, koje karakteriziraju udomaćeni prostori ispunjeni prisutnim drugima koji nam nisu potpuni neznanci, a pritom su društveno raznoliki (Hampton i Gupta, 2008). Javni prostori mogu poticati raznolike situacije društvenih interakcija. S jedne strane, „moderni urbani okoliš odgovoran je za povećavanje društvene segregacije, izolacije i nesudjelovanja“ (Hampton i Gupta, 2008: 835), dok se s druge strane javljaju primjeri živahnosti javnog prostora. Točnije, javni prostori potiču na 'simboličke interakcije' te su mjesta spontanih i dogovorenih okupljanja (Goffman, 1959, 1963, 1971; Berkowitz, 1971; Lofland, 1973; Whyte, 1980, prema Hampton i Gupta, 2008).

Kako onda ljudi stvaraju privatne prostore dok su u pokretu, na javnim prostorima poput gradskih trgova? Objašnjenje leži u mobilnim mjehurićima privatnog prostora u pokretu kroz javne prostore (Bull, 2004). Još u prošlom stoljeću istraživanjima su uopaženi i zabilježeni

mjhurići slušne privatnosti koje korisnici stvaraju uporabom novih mobilnih tehnologija (Simmel, 1997, prema Bull, 2004: 277). Sve većim upuštanjem u zvučne mjehuriće privatnosti u pokretu, sve manja je obazrivost na javni prostor u kojem se ljudi nalaze dok primjerice slušaju glazbu na svom mobilnom uređaju kroz slušalice (Bull, 2004), a jedino što im je važno je „zona imuniteta i sigurnosti“ (Bull, 2006: 3, cit. prema Heye i Lamont, 2010: 97) u kojoj se nalaze. Zvučni mjehurići daju ljudima osjećaj opuštenosti i sigurnosti, a glazba koju nerijetko slušaju na mobilnim uređajima spojenim slušalicama određuje način na koji će korisnici intepretirati vanjski i unutarnji svijet u kojem se nalaze (Heye i Lamont, 2010), točnije svoj privatni mjehurić, ali i javni prostor u kojem se nalaze. Na ovaj način pojedinci se stavljanjem slušalica u uši grade od osjetilnih ometanja te pregovaraju osjećaj svakodnevice (Krajina, 2014: 34). Osim slušalica, ovaj „tanki sloj privatnog prostora oko tijela ljudi s kojima dijelimo neprivatni prostor“ (Lofland, 1998: 12, cit. prema Höflich i Hartmann, 2006: 27), javlja se i kod drugih medijskih tehnologija poput samog mobilnog uređaja, MP3 *playera* i slično. Dakle, zvučni mjehurići od „javnih urbanih prostora proizvode mjesta podnošljiva za habitaciju“ (Bull 2000: 2, prema Krajina, 2014: 34). Mobilni uređaji i ostali mediji dostupni u pokretu mogu biti vrsta distrakcije u javnim prostorima u kojima je pojedinac okružen nepoznatim prisutnim drugima jer će ih pojedinci u većini slučajeva birati prije nego društvenu interakciju s neznancima (Höflich, 2006, prema Hampton i dr, 2010: 705). Kako bi prisutnim drugima dali do znanja da nisu spremni na interakciju, korisnici medija podižu oko sebe takozvanu psihološku čahuru, te se na taj način na neko vrijeme isključuju iz fizičkog prostora (Morely, 2006: 221, prema Katić i Krajina, 2014). Osjećaj „ugode, familijarnosti, i sigurnosti“ koji mjehurić daje „unutar onoga što je primarno prostor stranaca“ (Ito i dr, 2008, cit. prema Hampton i dr, 2010: 705), kod mobilnih uređaja može fluktuirati između odvajanja i potpunog izostavljanja javnog prostora u kojeg stižu poruke od odsutnih drugih (Hampton i dr, 2010) i tako „utjecati na značenje i mijenjati značenje prostora“ u kojem se medijski korisnici nalaze (Höflich i Hartmann, 2006: 27). Osim toga, jedno video-etnografsko istraživanje o korištenju društvenih mreža u javnim prostorima tvrdi kako razni konekcijski znakovi (*connection cues*) dovode do stvaranja privremenih mjehurića unutar kojih se korisnici mobilnih medijskih tehnologija mogu društveno izolirati od svog fizičkog okruženja za vrijeme boravka u javnim prostorima (Figeac i Chaulet, 2018). Konekcijski znakovi razlikuju tri vrste medijskih okidača koji će dovesti do korištenja medija u javnim prostorima i tako stvoriti izolaciju pomoću privatnog mjehurića. Prvo, tehnološki znak odnosi se na glasovne, zvukovne, tekstualne obavijesti koje dolaze na mobilni uređaj. Zatim prostorni znakovi koji predstavljaju ljude, prostore i situacije koji okružuju pojedinca. Konačno, zadnja



vrsta medijskih okidača djeluje iz ljudske spoznaje, točnije misli i emocija, a riječ je o mentalnim znakovima (Bayer i dr, 2015: 134, prema Figeac i Chaullet, 2018: 410).

### 3. MJESTO I IZVJESNI OSJEĆAJ MJESTA

Teorija o proizvodnji prostora (*production of space*) Henrija Lefebvrea, između ostalog, iznosi tvrdnju o trijadi prostornih praksi, reprezentacije prostora i reprezentacijskog prostora (Lefebvre, 1991), a govori o „gradu kao društveno proizvedenom prostoru: ujedno življenom, materijalnom i konceptualnom području“ (Lefebvre, 1991, prema Krajina, 2014: 7). Prostorna praksa nekog društva „utjelovljuje blisku povezanost, unutar percipiranog prostora, između svakodnevne stvarnosti (dnevne rutine) i urbane stvarnosti (rute i mreže koje povezuju mjesta izdvojena za posao, 'privatni' život i slobodno vrijeme)“ (Lefebvre, 1991: 38). Za ovog francuskog sociologa „(društveni) prostor je (društveni) proizvod“ (Lefebvre, 1991: 26). Raznolikost prirodnih i društveno stvorenih objekata, predmeta i stvari je jedna od glavnih karakteristika društvenog prostora, „uključujući mreže i putove koji olakšavaju razmjenu materijalnih stvari i informacija“ (Lefebvre, 1991: 77).

Ljude, robu i informacije u suvremenom svijetu prvenstveno karakterizira zajednička mobilnost. Telekomunikacijske inovacije promijenile su svijet (Katić i Krajina, 2014) iz korijena, a 21. stoljeće donijelo je vrhunac ovog inovacijskog vala. Medijska teorija slaže se s činjenicom da „tehnologije poput mobitela, (...) ujedno potiču postupnu transformaciju specifične prostorno-vremenske organizacije suvremenih tehnološki zasićenih društava“ (Katić i Krajina, 2014: 71). Upotreba medija i novih tehnologija ne utječe na svoju publiku samo preko svog sadržaja, već utječe i na „promjenu 'situacijske geografije' društvenog života“ (Meyrowitz, 1985: 6, cit. prema Moores, 2004: 22). Zato Meyrowitz razvija teoriju 'situacija kao infomacijskih sistema' te tvrdi kako u elektroničkim društvima današnjice obitavaju relativno bezmjesne kulture (Moores, 2004), ali i podrazumijeva dvostruko značenje riječi 'mjesto': prvo značenje je društvena pozicija, dok je drugo značenje mjesta fizička lokacija (Meyrowitz, 1985: 308, prema Moores, 2004). Nadalje, on ističe kako mobilne komunikacije i elektronički mediji mijenjaju mjesta na način da „smo u isto vrijeme, na neki način, i unutar i izvan mjesta“ (Meyrowitz, 2005: 27, cit. prema Wilken i Goggin, 2012: 16), ali i razdvajaju fizička od društvenih mjesta (Meyrowitz, 1985: 115, prema Wilken i Goggin, 2012). Promatrajući društvene interakcije i situacije ne samo u fizičkom okruženju, nego i u medijskim situacijama i medijskom okruženju, Meyrowitz ističe kako elektronički mediji ovdje igraju ulogu nadilaženja fizičkih granica koje postaju propusnije (Moores, 2004: 23).

Uzimajući za primjer dvoje ljudi koji međusobno pričaju putem telefona, Meyrowitz želi istaknuti kako su „sudionici u elektronički posredovanoj interpersonalnoj komunikaciji potencijalno bliži jedno drugom, u nekim aspektima, nego što su blizu drugim ljudima u njihovom fizičkom okruženju“ (Meyrowitz, 1985: 38, cit. prema Moores, 2007, 2-3). Ključno je, dakle, da ovakva vrsta posredovane komunikacije zapravo donosi neku vrstu živosti i neposrednosti, dok mjesto ovdje gubi na značaju upravo zahvaljujući elektroničkim medijima koji nadilaze fizičke granice (Moores, 2007). Iako smo korištenjem elektroničkih medija, poput primjerice interneta na mobilnom uređaju dok smo na javnom prostoru gradskog trga, na dva mjesta odjednom, „oni su oba u pozadini, ako ne i potpuno uklonjena, u korist trećeg mjesta – virtualnog konverzacijskog prostora kojeg stvaramo komunikacijom“ (Höflich, 2005: 159), točnije „ljudi koji pričaju na mobilni telefon čine se potpuno ili barem djelomice nesvjesni svojeg okruženja. Mobilni uređaj čini nas da se osjećamo sami, čak i na javnim mjestima gdje smo okruženi mnogim drugim ljudima“ (Persson, 2001, cit. prema Höflich, 2005: 159).

S druge strane, za razliku od Meyrowitza, neki teoretičari vide drugačijim odnos prostora i korištenja medija. Primjerice, Shaun Moores uzima za svoju teorijsku podlogu rad Paddyja Scannella, koji je predložio ideju udvostručenja mjesta, kao posljedice upotrebe tradicionalnih medija radija i televizije, jer oni udvostručuju realnost tako što se „javni događaji sada odvijaju, simultano, na dva različita mjesta: na mjestu samog događaja i na mjestu na kojem se događaj gleda i sluša“ (Scannell, 1996: 76, cit. prema Moores, 2004: 21). Dakle, publike koje prate emitiranje događaja na televiziji ili putem radija imaju više „mogućnosti bivanja: bivanja na dva mjesta istodobno“ (Scannell, 1996: 91, cit. prema Moores, 2004: 21). Moores ovu teoriju nadalje proširuje i na nove elektroničke medije, prvenstveno internet i mobilni uređaj, koji baš poput televizije i radija omogućuju publici, odnosno svojim korisnicima, da „trenutno prenose informacije čak i preko velikih prostornih udaljenosti“ (Moores, 2004: 21). Ono što je zajedničko ovim tradicionalnim i elektroničkim medijima je njihova karakteristika stvaranja simultanosti i neposrednosti kod trans-lokalnih prostora (Moores, 2004). Dakle, Moores po Scannellovoj teoriji razvija „koncept pluraliziranog prostora“ (Moores, 2004: 23), a po ovom principu vrijedi ne samo da se mjesta pluraliziraju, već da to vrijedi i za društvene veze. Svi koji posjeduju kulturne i ekonomske resurse za korištenje elektronički posredovane komunikacije mogu lako stupiti u kontakt s prostorno udaljenim drugima (Moores, 2004: 23). Suvremeni elektronički mediji, baš kao i radiodifuzijski mediji, odaju dojam živosti (*liveness*), ali i predstavljaju virtualnu realnost, te na taj način u najmanju ruku barem

udvostručuju prostor (Moore, 2007). „Mjesto“, dakle, „ne gubi važnost, ali više ne može biti promatrano samo kao prazni spremnik ili slučajna pozadina društvene akcije, već kao izraz interakcije tehnologije, društva i kulture na datoj lokaciji i situaciji“ (Lefebvre, 1991, prema Katić i Krajina, 2014: 73).

Važno je za primjetiti kada je riječ o istraživanjima medija, i elektroničkih baš kao i tradicionalnih, da treba uvažiti ne samo prostore ekrana, to jest virtualne prostore, već bi nam i prostori u kojima se mediji koriste trebali biti od inherentne važnosti (Moore, 2007: 27). U svjetlu ovoga, korištenje interneta nerijetko podrazumijeva ispreplitano korištenje fizičkog s virtualnim mjestima. Primjerice, u jednom etnografskom istraživanju korištenja interneta, uočena je situacija simultanog prebacivanja iz virtualnog u fizički prostor i obrnuto. Točnije, za vrijeme korištenja chat soba, korisnici interneta istovremeno su često bili uključivani i u situacije u svom fizičkom okruženju, tako što su „odlazili od računala kako bi jeli, išli na toalet, ili odgovorili nekom tko je bio u istoj fizičkoj sobi kao i oni“ (Kendall, 2002: 7, cit. prema Moore, 2007: 27). Ovo potvrđuje da se i elektronički mediji uklapaju u svakodnevne rutine, ali potvrđuje i teoriju pluraliziranja mjesta, jer su i mjesto i društvene veze u ovim situacijama udvostručeni (Moore, 2007). Dakle, kontekst korištenja medija jako nam je važan u proučavanju upotrebe medija u javnim prostorima, baš kao i u svim drugim fizičkim prostorima. Svakodnevne životne rutine za svakog pojedinca znače igranje različitih uloga, s obzirom na okolnosti i vrijeme (Turkle, 1996; Goffman, 1959, prema Moore, 2007). Dakle, igranje različitih uloga s obzirom na kontekst svakodnevice, može se prevesti i u online svijet, tako što „stalna upotreba različitih 'prozora' na istom kompjuterskom ekranu, (...) predlaže da ista osoba sad može postojati u 'više uloga' i 'više svjetova' u 'isto vrijeme'“ (Turkle, 1996: 14, cit. prema Moore, 2007: 28). Kada je riječ o mobilnim uređajima, također možemo proučavati prije spomenut odnos prostora, to jest mjesta. U situaciji u kojoj se djevojka svađa sa svojim dečkom na telefon u vlaku prepunom stranaca (Schegloff, 2002, prema Moore, 2004), možemo govoriti kako za tu djevojku u tom trenutku u tom vlaku postoje dva 'ondje'. Prvo 'ondje' je vlak u kojem se djevojka fizički nalazi okružena strancima koji se također voze u tom vlaku u gradu New Yorku. S druge strane, njeno drugo 'ondje' je na telefonu. Kada djevojka iz priče primjeti kako prisutni drugi u vlaku sluša njen razgovor, za razliku od drugih stranaca koji se pokušavaju okupiti čitanjem novina ili gledanjem kroz prozor kako ne bi slušali njen telefonski razgovor, ona mu uzvratni pogled i kaže: „Ovo je privatni razgovor!“ (Schegloff, 2002: 286, cit. prema Moore, 2004: 29). Dakle, u trenutku kada djevojka postane svjesna da je netko iz njenog fizičkog okruženja sluša dok je ona zadubljena u raspravu na

telefonu, ona upotrebljava manevre prostornog žongliranja između fizičkog i virtualnog prostora (Katić i Krajina, 2014: 77).

Za vrijeme korištenja mobitela u javnim prostorima dolazi do onoga što neki teoretičari oslovljavaju kao izvjestan osjećaj mjesta (Höflich, 2005: 160). Ovaj termin želi nam zapravo dočarati u kolikoj mjeri su ljudi svjesni svoje prostorne orijentiranosti dok su udubljeni u upotrebu medija u javnim prostorima. Osjećaj za mjesto zapravo „znači moći se orijentirati i kretati u prostoru“ te posebnu pozornost treba obratiti na činjenicu da „orijentacija u prostoru također znači orijentaciju u društvenom prostoru – orijentaciju prema drugima u tom prostoru“ (Höflich, 2005: 160). Točnije, pojedinci moraju znati kako se treba odnositi prema drugima i ponašati u određenim prostorima; tako i sam javni prostor ima svoja pravila i norme koje bi se trebale poštovati. Dakle, čak i za vrijeme korištenja mobilnog uređaja ili nekih drugih medija, pojedinci moraju na neki način i dalje pratiti norme i pravila koja im nameće fizička lokacija na kojoj se nalaze (Höflich, 2005). Razgovor putem mobitela može pojedinca u određenoj mjeri odvojiti od situacije u kojoj se nalazi, ali to se nikad ne dogodi u potpunosti jer ljudi poznaju društvene norme koje im govore kada je prikladno na javnom mjestu telefonirati, a kada ne (Höflich, 2005). Isto tako, ako pozivatelji znaju na kojem mjestu se pojedinac nalazi kada žele s njim stupiti u razgovor, oni sami mogu donijeti procjenu o prikladnosti razgovora na određenom javnom mjestu. Mobilni telefoni, kao prijenosna verzija sada već starog izuma telefona, omogućuju da su njegovi korisnici sada dostupni i izvan svojih domova, to jest određene lokacije na kojoj su inače jedino mogli koristiti telefon koji je primarno značio pozivanje jedne lokacije (Höflich, 2005: 161). Mobilni je telefon zapravo izučavan kao „medij urbane komunikacije – u vezi s urbanim načinom života i urbanim metabolizmom“ (Townsend, 2000, cit. prema Höflich, 2005: 161).

### 3.1. Prakse proizvodnje mjesta

Francuski antropološki teoretičar, Marc Augé, govori o multiplikaciji svugdje istih nemjesta (Augé, 1995: 94, cit. prema Katić i Krajina, 2014: 73), a do bezmjesnosti dolazi uslijed različitih „stilova arhitekture i planiranja“ (Relph, 1976, prema Moores, 2007: 14), koji sve urbane objekte čine beskrajno i internacionalno istima (Moores, 2007). Augéovu ograničenost tehnološkim determinizmom, u teoriju o nemjestima, problematizira se putem ideje kako različite skupine na različite načine mogu interpretirati i stvarati značenja nekog prostora. Dakle, stvaranje jedinstvenog mjesta može se događati i u prostorima koji su označeni terminom nemjesta, upravo iz razloga opisanih u teoriji praksa proizvodnje mjesta. Ova

teorija, usidrena u fenomenološkoj geografiji, objašnjava kako se mjesta iskustveno proizvode (Moore, 2007: 14-15). Također, suprotno vjerovanju da elektronički posredovana komunikacija također stvara nemjesta, neki teoretičari dokazuju kako mediji također mogu biti pretvoreni u mjesta pomoću iskustvenih praksi stvaranja mjesta (Moore, 2007: 13). Upravo ove svakodnevne prakse bitne su nam u odnosu mjesta i upotrebe medija, koja je također jedna od svakodnevnih aktivnosti pojedinaca.

Fenomenološka geografija je proučavanjem iskustva u okolišu došla do zaključka kako je u stvaranju značenja nekog prostora vrlo važan takozvani balet tijela (*body ballet*), koji označava skup automatiziranih pokreta u nekom već poznatom prostoru (Seamon, 1979, prema Krajina, 2017: 164), a u upravo to je ono što nam pomaže razlikovati pojmove prostora i mjesta (Krajina, 2017). Balet tijela uspoređuje naše pokrete kroz okruženje sa stapanjem ribe s vodom (Seamon, 1979: 161, prema Krajina, 2017: 164). Za vrijeme korištenja mobitela u javnim prostorima koji je uklopljen u prostorno-vremenske rutine, balet tijela postaje balet mjesta (Höflich i Hartmann, 2006). Svakodnevne prostorne prakse pojedinaca nisu u potpunosti svjesne radnje, što znači da se pojedinci ne sjećaju svih detalja iz primjerice prostora kojim se vraćaju kući s posla (Krajina, 2017: 164). Prostor označava „nediferenciranu površinu zemlje“, dok se mjesto odnosi na „bilo koji fizički dio prostora, poput klupe, ulice ili kuće u koji su uključena i intimna značenja“ (Krajina, 2017: 164). Dakle, „mjesto je emocionalno/praktično ulaganje u prostor“ (Krajina, 2017: 164), „polje navika“ te „uvijek više od lokacije“ (Tuan, 1996: 452, cit. prema Krajina, 2017: 164). Točnije, mjesto razumijemo kao kombinaciju lokacije (odgovora na pitanje 'gdje'), mjesta (materijalni prostor) i osjećaja mjesta (osjećaji i emocije) koji zajedno daju neko značenje (Cresswell, 2009: 1, prema Wilken i Goggin, 2012: 5). Miješanjem materijalnosti, značenja i prakse, mjesta se „stvaraju u našim sjećanjima i privrženosti putem opetovanih susreta i kompleksnih asocijacija“ (Relph, 1958, cit. prema Wilken i Goggin, 2012: 5). Materijalnost mjesta zapravo znači da ono ima svoju materijalnu strukturu kroz koju također prolaze druge materijalne stvari, a značenje je važno jer se smatra da lokacija postane mjesto tek tako što postane značajna (Cresswell, 2009: 1, prema Wilken i Goggin, 2012: 5-6). Naposljetku, učestalo ponavljanje svakodnevnih praksi utječe na stvaranje osjećaja mjesta, jer se „mjesta konstantno formiraju kroz svakodnevni život ljudi – odlaskom na posao, kupovinom, provođenjem slobodnog vremena, druženjem na ulici“ (Cresswell, 2009: 2, cit. prema Wilken i Goggin, 2012: 6). Mjesto je, dakle, kažu teoretičari fenomenološke geografije, iskustvena konstrukcija (Moore, 2007: 2). Utjelovljeno znanje koje gotovo refleksivno koristimo u

obliku pokreta tijela u svakodnevnom životu zapravo je dosta nesvjesno, a Crossley (Crossley, 2001: 122, prema Moores, 2007) to uspoređuje s korištenjem tipkovnice na njegovom računalu, jer je svjestan da kad je udaljen od same tipkovnice, ne zna napamet gdje se svaka posebna tipka nalazi, a tijekom rada na računalu ih svejedno neometano upotrebljava. Ovakva radnja i njoj slične specifične su zbog svog svakodnevnog karaktera i utjelovljene su u navikama onih koji ih obavljaju. U obavljanju ovih radnji važan je termin tijelo-subjekt koji „uči putem ponavljanja i ... postaje privržen pokretima koje zna“ (Seamon, 1979: 48-49, cit. prema Moores, 2007: 10). Osim termina tijelo-subjekt, važan je i onaj osjećaj-subjekt, koji označava osjećaj privrženosti koju subjekt postiže u odnosu na svoj svakodnevni okoliš, kojeg predstavljaju uvjeti osjećanja 'kao kod kuće' (*at-homeness*), to jest one „obično neprimjetne situacije, uzete zdravo za gotovo, zbog koji se osjećamo ugodno u ... svakodnevnom svijetu“ (Seamon, 1979: 70, cit. prema Moores, 2007: 10). Naposljetku, kombiniranjem i tijela-subjekta i osjećaja-subjekta, pojedinac razvija osjećaj mjesta. Međutim, ova teorija ne primjenjuje se samo pojedinačno, već i na grupe, kolektive, koji također mogu stvarati osjećaj mjesta, a to najčešće čine u okolnostima javnih prostora, kolektivnim izvođenjem mjesta kao što su kafići i trgovi (Moores, 2007: 10-11).

Uzimajući u obzir dosad rečeno, Moores tvrdi kako i u medijskim uvjetima i medijskom okolišu koji udvostručuju osjećaj mjesta može postojati od prije spomenuti osjećaj 'kao kod kuće' i osjećaj snalaženja (poput slučajeva s tijelom-subjektom i osjećajem-subjektom), jer i pretraživanje elektroničke pošte ili slične radnje u medijskom okolišu za njega daju osjećaj familijarnosti i potrebnog tehnološkog znanja za kretanje po tom mjestu (Moores, 2007: 11-12). Naposljetku, Moores zaključuje kako i takva elektronička mjesta mogu postati pravim mjestima (Tuan, 1977, prema Moores, 2007), a kako bi postala pravim mjestima, moraju ispuniti preduvjet česte ponovne upotrebe (Moores, 2007). U nekim istraživanjima, potvrđena je ideja da i sama upotreba medija može stvarati mjesto (Moores, 2012: 46, prema Krajina, 2017: 164). Dolaskom novih tehnologija i elektroničkih medija u urbane prostore, javni prostor i javna mjesta postala su dijelom medijske upotrebe, jer su mediji ušli u živote na novim lokacijama na kojima dotad nisu bili dostupni (Wilken i Goggin, 2012: 13). S druge strane, upotrebom novih medija i mobitela u javnim prostorima, tvrde neki autori, može doći do stvaranja mjesta koja su za korisnike ujedno i privatna i javna, ali i nešto između, pa tako osjećaj mjesta postaje tehnološki posredovan (Sussex Technology Group, 2001: 206). U 21. stoljeću u urbanim prostorima pojedincima je teško održati svoj vlastiti privatni prostor, zbog mogućih gužvi i drugih sličnih okolnosti. Ipak, u tim situacijama mediji im mogu pomoći u

stvaranju vlastitog privatnog prostora, poput slušanja glazbe putem slušalica, koji korisniku omogućuje prenošenje vlastite privatne sfere u javni prostor (Bull, 2004: 275). „Intimne kvalitete“ (Fischer, 1992, prema Bull, 2004: 285) koje mobilni uređaj pruža danas ulaze u javni prostor i sa sobom iz vlastitih domova korisnika iznose i njihove intimne razgovore, koji se u sve većoj mjeri odvijaju pred prisutnim strancima dok smo u pokretu. Iznošenje intime u pokretu u javnosti govori nam i o tome kako su se neke društvene vrijednosti promijenile: dok je prije u zapadnjačkoj kulturi nešto značilo imati život daleko od očiju i ušiju nepoznatih, danas nam je „važnije da budemo 'povezani“ (Bull, 2004: 286), nego što nas muče problemi privatnosti.

#### 4. POJAVNOSTI PRISUTNOSTI NA GRADSKIM TRGOVIMA

##### 4.1. Odsutna prisutnost

Zbog problematike koja se javlja prilikom pokušaja određivanja trenutne lokacije za vrijeme korištenja elektroničkih medija i novih tehnologija u javnom prostoru, javlja se koncept „odsutne prisutnosti“ (Katić i Krajina, 2014: 74). Korisnik medija u javnim gradskim okolnostima mentalno je usmjeren (Puro, 2002: 23, prema Katić i Krajina, 2014) „prema prostoru koji nam posreduje mobitel“ (Katić i Krajina, 2014: 74), dok ga fizički prostor tjera da na njega bude tjelesno orijentiran jer je u njemu istodobno i fizički prisutan (Richardson i Wilken, 2012: 182, prema Katić i Krajina, 2014). Dakle, „prisutni smo ali smo istovremeno učinjeni odsutnima, izbrisani smo odsutnom prisutnošću“ (Gergen, 2002: 227). Ovaj fenomen govori o istovremenoj fizičkoj prisutnosti, te „tehnološki posredovanom svijetu drugih prostora (*world of elsewhere*)“ (Gergen, 2002: 227). Proučavajući odnos upotrebe mobitela i odsutne prisutnosti, utvrđeno je kako razgovor putem mobitela zahtijeva odvajanje pozornosti od neposredne okoline (Gergen, 2002). Dakle, korisnici novih medijskih tehnologija ne mogu svu pozornost zadržavati na svom fizičkom okruženju, jer i „unutarnji prostor“ (Gergen, 2002: 237) koji se ostvaruje tijekom razgovora na mobitel, a odnosi se na sudionike u razgovoru, zahtijeva sudjelovanje i pozornost (Gergen, 2002). Nasuprot „unutarnjem prostoru“, fizički „vanjski prostor“ odnosi se na fizički prisutne druge koji ne sudjeluju u razgovoru (Gergen, 2002: 237). Dok je u prošlosti telefon „služio“ samo kao „produženje odnosa licem-u-lice“ (Gergen, 2002: 235), mobilni uređaji danas „spajaju inače odsutne svjetove s neposrednim okolnostima“ (Gergen, 2002: 238), te su glavno sredstvo za koordinaciju dogovora i susreta, ali i pomažu u kretanju u svakodnevici (Katić i Krajina, 2014). Govoreći o uvjetima korištenja medija u javnim prostorima gradskih trgova, „za

tehnološki opremljene pješake... pozornost je uvijek fluktuirajuća, pri čemu oni prebacuju pozornost s jednog mjesta ili aktivnosti na drugu, svaki put na račun prethodne i kao rezultat sučeljenih podražaja“ (Wilken i Goggin, 2012: 14, cit. prema Katić i Krajina, 2014: 80).

Pozornost i prisutnost za vrijeme upotrebe medija u javnim prostorima često oscilira, jer korisnici učestalo prelaze iz stanja prisutnosti u odsutnu prisutnost, a u nekim situacijama veću pozornost pridaju upotrebi medija, dok u drugim veću pozornost daju fizičkom okruženju u kojem se nalaze. Korisnici mobilnih uređaja za vrijeme razgovora mogu, primjerice, potpuno ignorirati prisutnost osoba kojima su okružene dok su na gradskom trgu, što se može iščitati i iz govora tijela (Höflich, 2005). Ontologija svakodnevnih distrakcija govori nam o fluktuirajućoj prisutnosti (Morse, 1990, prema Wilken i Goggin, 2012: 14). Razina naše prisutnosti zapravo je rezultat uvjeta kao što su „okolišni, kontekstualni, interpersonalni i kognitivni faktori“ (Basset, 2005: 9, cit. prema Wilken i Goggin, 2012: 14). Promatramo li pješake u javnom prostoru gradskog trga koji su u današnje vrijeme gotovo uvijek 'naoružani' svojim mobilnim uređajima i ostalom mobilnom medijskom tehnologijom koju koriste u pokretu, u borbi pozornosti između fizičkog okruženja i virtualnog prostora, često se događa prioritiziranje virtualnog prostora. Zaključujem, to je opet izraz takozvane 'odsutne prisutnosti', u kojoj se događa prebacivanje između ovih prostora (fizičkog i virtualnog) koja gotovo istovremeno traže pozornost pješaka, odnosno kako i dalje postoji 'izvjestan osjećaj mjesta' (Basset, 2005, prema Wilken i Goggin, 2012; Höflich, 2005). Konačno, i sama prisutnost mobilnih uređaja u javnom prostoru znači da su i ljudi i mjesta s kojima se mobilni uređaji mogu spojiti zapravo na neki način prisutna u javnom prostoru, barem virtualno. Samim time, već nam je jasno kako korisnici mobilnih tehnologija nisu prisutni samo u fizičkom, javnom prostoru, već u svakom trenutku postoji potencijal da mogu biti prisutni i u virtualnim prostorima koje im nudi njihova tehnologija (Höflich i Hartmann, 2006).

#### 4.2. Nefokusirana i fokusirana interakcija u javnim prostorima

Primjenom sociološke teorije Ervinga Goffmana o različitim vrstama interakcije primarno u javnom prostoru, možemo razlikovati fokusiranu i nefokusiranu interakciju s obzirom na ponašanje pojedinca u okruženju za vrijeme upotrebe medija i izravne komunikacije na gradskim trgovima. S jedne strane, javlja se nefokusirana interakcija (*unfocused interaction*), koju pojedinac izvodi samom činjenicom da je okružen drugim ljudima za vrijeme boravka na trgu. S druge strane, sudjelovanje s drugima dovodi do fokusirane interakcije (*focused*



*interaction*) (Höflich, 2005: 162). Ovo je usko povezano s onim što Giddens vidi kao posljedice modernosti, dolaskom koje su pojedinci u prilici vrlo često susresti se s nepoznatim drugima, zbog promjena koja se događaju na planu rasporeda blizine i udaljenosti (Moore, 2007: 31). Moderne kulture učinile su svakodnevnim susrete sa strancima, pogotovo u javnim prostorima, pa se pojam građanska nepažnja (*civil inattention*) (Goffman, 1963: 83, prema Figeac i Chaulet, 2018: 422) javlja kao vrsta otprije spomenute nefokusirane interakcije specifične za susrete u javnim prostorima, „gdje prolaznici potvrđuju međusobnu fizičku prisutnost brzim pogledom“ (Moore, 2007: 31), a zatim odvrte pogled od prolaznika, većinom spuštajući glavu (Goffman, 1963: 84, prema Moore, 2007: 31), pritom im dajući do znanja da za njih ne izazivaju posebnu znatiželju (Goffman, 1963: 84, prema Hampton i Gupta, 2008: 840). Ulazeći u fokusiranu i nefokusiranu interakciju, pojedinci ne moraju biti sami, već mogu biti i u društvu (Höflich i Hartmann, 2006: 26), a interakcija je rezultat činjenice da susretanjem drugih nepoznatih osoba u javnom prostoru, mora na neki način doći do upravljanja situacijom u kojoj se nalaze, bez obzira bili sami ili u društvu (Lofland, 1998: 53, prema Höflich i Hartmann, 2006: 26). Komunikacija između prisutnih pojedinaca za vrijeme provedeno u javnom prostoru označuje se izrazom eksternalizacije (*externalisation*), ili indicije tijelom (*body clues*), gdje pojedinci govorom i pokretima tijela o sebi otkrivaju oku nevidljive informacije koje nepoznati prisutni drugi drugačije ne mogu znati. Na taj način prisutni će se znati ponašati u odnosu na pojedinca, njegov smjer kretanja i slično (Höflich i Hartmann, 2006: 33). Održavajući smjer kretanja, pojedinci stalno moraju biti na oprezu i voditi računa o prisutnim drugima u javnom prostoru, provjeravajući tko im se približava i ulazi u putanju, ali sve ovo se pritom događa na dosta nesvjesnoj razini (Goffman, 1971: 12, prema Höflich i Hartmann, 2006: 34).

Sljedeće pojmove koji su važni za razmotriti u ponašanju pojedinaca u javnim prostorima također je uveo američki sociolog Erving Goffman, a riječ je o tome da on pojedinca promatra kao pokretnu jedinku (*vehicular unit*), odnosno participacijsku jedinku (*participation unit*). Pojedinač se ponaša kao pokretna jedinka kada, koristeći eksternalizaciju ili indicije tijelom, upravlja svojim smjerom kretanja u okruženju drugih u javnom prostoru. Na ovaj način pojedinac održava svoj smjer kretanja i izbjegava ući u putanje drugih kako bi izbjegao sudar (Höflich, 2005) i kako bi se održalo sigurno kretanje prostorom (Krajina, 2014: 35). U postizanju cilja, pojedinac može skrenuti, sagnuti se i naglo mijenjati smjer kretanja kako bi izbjegao preblizak susret i sudar s drugim pojedincima. Osim pogleda ispred sebe, pojedinci paze i na površine, to jest tlo kojim hodaju, kako bi izbjegli sve prepreke. Navedene

processe eksternalizacije provode svi pojedinci u javnim prostorima (Höflich, 2005: 164) kako bi se na neki način održao red (Goffman, 1972, prema Krajina, 2014). Izvođenjem ovog čina pješaci pregovaraju osjećaj osobnog prostora (Krajina, 2014: 36).

#### 4.3. Sami ili u društvu

U javnosti se pojedinci javljaju ili samostalno, ili u društvu, i to nam nešto govori o pojedincu kao participacijskoj jedinki, to jest o njegovoj društvenoj strani. Pomoću participacijskih jedinki doznajemo kako pojedinci provode svoje vrijeme (Höflich, 2005: 165), „sami ili u društvu upoznavaju nas s uvjetima pojedinca tijekom njegovog dana ... Po pozadini pojedinčeve svakodnevice možemo uočiti smjer koji on zadržava sam ili u društvu, te trenutke kada se njegov status participacije mijenja“ (Goffman, 1971: 27, prema Höflich i Hartmann, 2006: 39). Krećući se na trgu, ili u bilo kojem drugom javnom prostoru, osoba je ujedno i automobilska i participacijska jedinka, bila ona sama ili u društvu (Höflich, 2005: 165). Navedeni pojmovi važni su nam kako bismo razumjeli načine na koje se osobe ponašaju prema svojoj okolini, uključujući i prisutne druge i javni prostor u kojem se nalaze, koristeći medijske tehnologije. Primjerice, etnografskim istraživanjem korištenja mobitela na gradskom trgu, utvrđeno je da duljina razgovora putem mobitela ovisi o tome jesu li pojedinci sami ili u društvu, a razgovori su pritom kraći ako pojedinci nisu sami, to jest ako su u društvu. Sukladno tomu, mobilne pozive većinom nisu inicirali pojedinci koji su se nalazi u društvu, za razliku od onih koji su bili sami, ali su zato i pojedinci koji su primarno bili u društvu često bili pozivani na svoje mobilne uređaje (Höflich i Hartmann, 2006: 40).

Boravkom u javnom prostoru, ili samim prolaženjem kroz njega, pojedinci su okruženi prisutnim drugima, te uzimajući u obzir sve do sad rečeno, nekada također osjećaju potrebu na neki se način sakriti od pogleda drugih. Ključnu ulogu ovdje igraju prenosivi štitovi (*portable involvement shields*) (Goffman, 1963, prema Hampton i Gupta, 2008: 840). Ono što u javnom prostoru može pojedince zaštititi od pogleda prisutnih drugih su: „lepeze, maske, upotreba ruku“ (Hampton i Gupta, 2008: 840) i na taj načini signalizirati nedostupnost prema drugima, „minimalizirajući prilike za interakciju“ (Goffman, 1966, prema Hampton i dr, 2010: 712). Osim toga, mediji – knjige, mobiteli, novine, laptopi – također mogu služiti kao navedena vrsta štita (Hampton i Gupta, 2008: 841). Pričajući na mobitel, kod korisnika medija također je uočeno stvaranje štita pomoću govora tijela – saginjanjem glave i slično (Höflich, 2005: 167).

## 5. DRUŠTVENI ŽIVOT TRGOVA NEKAD

Istraživačka grupa 'The Street Life Project', osnovana sedamdesetih godina prošlog stoljeća u Sjedinjenim Američkim Državama, krenula je u misiju proučavanja gradskih prostora (Whyte, 1980). Opažanjem trgova<sup>1</sup>, otkrili su kako ljudi u pauzama s posla često dolaze boraviti na ove gradske prostore, te kako počinju razvijati neke navike – ručati na otvorenom i slično. Osim toga, pojedinci, parovi i grupe ovdje se sastaju ili razilaze, i to većinom jer su ti gradski prostori trgova u tolikoj mjeri društveni prostori da ljudi odlučuju sastati se i družiti baš na njima (Whyte, 1980: 10-17). Oko podneva pa idućih par sati dolazi do vrhunca posjećenosti, a do šest sati popodne trgovi se uobičajeno prazne dok ne svane novo jutro, ali posjećenost dosta ovisi i o dijelu godine te vremenskim prilikama (Whyte, 1980: 18). Nadalje, među neznancima većinom neće doći do većeg intenziteta interakcije od onog što je ranije opisano kao 'građanska nepažnja', a parovi su, kontrarno predviđenom, češće viđeni u zagrljaju upravo na najuočljivijim mjestima plaze (Whyte, 1980: 19). „Ono što najviše privlači ljude, čini se, su drugi ljudi“ (Whyte, 1980: 19), to jest za trgove na kojima je puno ljudi još je veća šansa da će se taj broj povećati. Dok su u razgovoru, ljudi većinom ostaju u blizini drugih ljudi te u blizini i na mjestima kojima drugi ljudi prolaze. Proučavajući urbane prostore, istraživači su pokušavali dokučiti koji kriteriji razdvajaju dobre od loših trgova, to jest što je to što neki trgovi imaju da mogu privući mnoge ljude da se na njima zadrže. Otkrili su kako je za trgove vrlo bitno: mjesto za sjedanje, sunce, vjetar, drveće i voda te hrana, ali i kako su upravo trgovi koji su zadovoljavali bar neke od ovih kriterija bili ispunjeniji tijekom dana, mameći ljude da se na njima zadrže. Trgovi su se vrlo često koristili kao prostori za sunčanje, piknik, razgovore, gledanje drugih ljudi, čitanje novina ili knjiga.

U odnosu na ovo, zanimljivo je razmotriti na koje se načine trgovi koriste danas, u 21. stoljeću, kada je društveni život do neke mjere znatno promijenjen pojavom i velikim ubrzanim razvojem novih informacijskih tehnologija. Informacijske tehnologije danas su nam nadohvat ruke, s njima živimo neku vrstu suživota, a neizostavna su nam pratnja i kod boravka i prolaska javnim prostorima gradskih trgova. Medijska saturacija gradova također utječe na naše iskustvo gradskih trgova, a korištenje mobilnih uređaja postalo je svakodnevnica. Upravo stoga, etnografsko istraživanje upotrebe medija i izravne komunikacije na gradskim trgovima bit će zanimljivo usporediti s gore navedenim nalazima od prije

---

<sup>1</sup> U američkoj literaturi koristi se i pojam 'plaza', a označava, kao i trg, oblik javnog gradskog okupljališta.

četrdesetak godina. Usporedbom ćemo moći zaključiti koliko se društveni život u javnim prostorima promijenio, ali i kako sada ljudi koriste javne prostore i kako se u njima ponašaju.

U nedostatku istraživanja medijske upotrebe na javnom mjestu kakav je gradski trg, ovo etnografsko istraživanje želi dublje prodrijeti u načine i obrasce medijske upotrebe te njene isprepletenosti s izravnom komunikacijom na gradskom trgu. U svijetu i Hrvatskoj ne postoji velik broj sličnih istraživanja, već je ovo tema kojom se dosad bavila tek nekolicina medijskih istraživanja. Primjerice, u Hrvatskoj je etnografski istraživana tema o medijskoj upotrebi medija s naglaskom na odsutnu prisutnost u javnim gradskim prostorima (Katić i Krajina, 2014). Što se tiče sličnih istraživanja u svijetu, valja spomenuti etnografsko istraživanje provedeno na gradskom trgu u Udinama u Italiji, a koje se bavi tematikom izvjesnog osjećaja mjesta za vrijeme upotrebe mobilnih uređaja na Piazza Matteotti (Höflich, 2005). Nadalje, longitudinalno istraživanje iz 2002. i 2004. godine, koje obuhvaća tri europske metropole – London, Madrid i Pariz – otkriva, između ostalog, načine upotrebe mobilnih uređaja, značenja koja ljudi pridodaju svojim mobilnim aparatima te posebnosti medijske upotrebe u ovim europskim gradovima (Lasén, 2006).

## 6. METODOLOGIJA

### 6.1. Etnografija kao metoda istraživanja

U želji za proučavanjem međuljudskih odnosa i upotrebe medija, inherentno je njihovo proučavanje u prirodnim uvjetima, pogotovo kada je riječ o javnim prostorima kao što su gradski trgovi. „Informacijska društva, društva koja uče, društva znanja i mrežna društva“ (Masuda, 1980; Husén, 1986; Stehr, 1994; Castells, 1996/1, 1998, cit. prema Schröder i dr, 2003: 63) su samo neki od epiteta kojima se u 21. stoljeću oslovljava društva, a upravo su informacijske i telekomunikacijske znanosti ono što današnja društva uvelike razlikuje od onih iz prošlosti. Stoga je potpuno razumljivo da svako terensko istraživanje svakodnevice za nekog medijskog istraživača sa sobom povlači sve teže razlikovanje između medijski posredovanih i neposredovanih, kako kultura, tako i društvenih interakcija (Schröder i dr, 2003: 63). Kako bi se proučilo na koje načine ljudi uobičajeno upotrebljavaju medije, važno je imati na umu dvojakost medija: s jedne strane oni su materijalni, a s druge strane simbolički oblici (Schröder i dr, 2003: 63). Mediji kao materijalni objekti pretpostavljaju tezu kako mediji prenose poruke, a pod simboličkim oblicima zapravo se medije podrazumijeva kao „proces stvaranja značenja“ za pojedince i grupe (Carey, 1989/1992; Williams, 1974/1, 1990, cit. prema Schröder i dr, 2003: 88).

U ovakvim oblicima proučavanja i istraživanja medija u društvu, važnu ulogu igra kvalitativna metoda etnografije. Nastala od grčkih riječi *ethnos* i *graphein*, odnosno 'ljudi' i 'pisati ili crtati' (Schröder, 2003: 63), ova metoda razvijala se u povijesti unazad dva stoljeća, a ispočetka je označavala opisni izvještaj o prvenstveno nekoj ne-zapadnoj kulturi, dok je u 20. stoljeću postala ključno sredstvo antropološke znanosti. Svi antropolozi stremili su provođenju etnografskih istraživanja u dalekim kulturama gdje su na terenu provodili duga vremenska razdoblja, a sve kako bi zabilježili njihove načine života (Hammersley i Atkinson, 2007: 1). Zatim se za vrijeme Čikaške škole (između 20-ih i 60-ih godina prošlog stoljeća) razvila slična metoda, studija slučaja, a označavala je dokumentiranje oblika ljudskih života u gradu i načina na koji je razvoj urbane ekologije utjecao na gradski život (Hammersley i Atkinson, 2007: 2). Kasnije, u drugoj polovici prošlog stoljeća pojavom kulturalnih studija, etnografija se počela koristiti i kao metoda istraživanja publika, a kasnije je našla svoju uporabu i u znanostima poput psihologije (Hammersley i Atkinson, 2007: 2).

## 6.2. Čime se etnografi bave

Neke od karakteristika po kojima možemo prepoznati metodu etnografije su: proučavanje ljudi i ljudskog ponašanja u svakodnevnom kontekstu, točnije na terenu – sa sudjelovanjem ili bez; prikupljanje relevantnih informacija iz više različitih izvora, ali i kroz dulje vremensko razdoblje; interpretacija značenja i praksi za ljude u društvu; detaljni opisi i eksplanatorne teorije; te napokon sekundarna važnost kvantifikacije, s naglaskom na kvalitativnost podataka (Hammersley i Atkinson, 2007: 3). Slušanjem publike koja se istražuje, postavljanjem važnih pitanja i samim promatranjem (Morley i Silverstone, 2002: 153) etnograf dolazi do podataka važnih za odgovor na istraživačko pitanje, koji se interpretiraju s obzirom na to kako ih je etnograf doživio i što je na terenu saznao, naglašavajući one probleme i teme koje su istraživaču bitne (Schröder i dr, 2003: 64). Bronislaw Malinowski, koji se smatra ocem etnografije, smatrao je kako samo dugotrajna uključenost u neku kulturu i njeno promatranje iznutra može donijeti rezultate koji će vjerno prikazati kako se značenja stvaraju (Schröder i dr, 2003: 65). Dakle, „istina je 'tamo vani' među 'običnim' ljudima u 'stvarnom' svijetu, i može ju pronaći angažirani istraživač koji dovoljno dugo i temeljito traži“ (Schröder i dr, 2003: 67).

Istraživanje u prirodnim uvjetima jedno je od posebnosti etnografskih istraživanja, jer za razliku od primjerice eksperimenta, koji se odvija u strogo kontroliranim uvjetima, ovaj tip istraživačke metode nije karakteriziran uvjetima koji su strogo postavljeni samo u istraživačke svrhe (Hammersley i Atkinson, 2007: 4). Iako se etnografija ne razlikuje puno od onoga što pojedinci svaki dan čine kako bi razumjeli svoju okolinu, ali i sami sebe, ono što ovu istraživačku metodu također odlikuje su promišljenost i sistematiziranost prikupljenih podataka, a analiza i interpretacija podataka oslanjaju se na prethodna saznanja iz drugih istraživanja te na uspoređivanje različitih interpretacija (Hammersley i Atkinson, 2007: 4). Za medijske studije, među prvim važnijim medijskim etnografskim istraživanjima je ono Jamesa Lulla o upotrebi televizije u domaćinstvima gdje je on, između ostalog, istraživao odnose među obiteljima. Po Lullu, etnografija znači „razumijevanje svakodnevnog svijeta društvenih grupa, njihovih obrazaca interpersonalne komunikacije, i njihove upotrebe masovnih medija“ (Lull, 1980: 199, cit. prema Schröder i dr, 2003: 71).

Različite tehnike i strategije triangulacije bitne su za prikupljanje i analizu etnografskih podataka. Riječ je o „usporedbi podataka koji se odnose na isti fenomen, ali potiču iz različitih faza na terenu, različitih točaka u vremenskom ciklusu koji se javljaju u okruženju, ili kao kod validacije ispitanika, računi različitih sudionika (uključujući etnografa) u

okruženju“ (Denzin, 1970/1: 1978: 198, cit. prema Schröder i dr, 2003: 74). Ovaj multimetodski pristup, koji osim opservacija ispitanika, uključuje i etnografske intervju sa terena, ali i materijale kao što su video i zvučni materijali te fotografije, dnevnici ispitanika i slično (Schröder i dr, 2003: 74), osigurava od ekološke nevaljanosti podataka, upravo stoga što su podaci prikupljeni iz više izvora (Morley i Silverstone, 2002: 157). Analiza i razumijevanje predmeta istraživanja kroz oči ispitanika glavni je cilj etnografije. Ovo označava emsku perspektivu (Pike, 1967, prema Schröder i dr, 2003) etnografije, a za razliku od nje, postoji i etska perspektiva za koju je zaslužan sam istraživač etnograf koji pokušava od dobivenih podataka stvoriti smislenu cjelinu i uočiti predvidjive obrasce. Dakle, pomoću emske perspektive, etnograf pokušava stvoriti etsku perspektivu (Schröder i dr, 2003: 81). Bogati opis (*thick description*) u etnografskom izvještaju, kako ga naziva Clifford Geertz, trebao bi ujedno otkriti nacrt stvarnosti, ali i u tolikoj mjeri koristiti detaljan opis uočenih praksi kako bi čitatelji stekli pravi dojam o njima (Schröder i dr, 2003: 82).

### 6.3. Vrline i ograničenja etnografije

Etnografija, baš kao i ostale metode istraživanja, ima i svoje prednosti i nedostatke. Kao prvo, sama ograničenost istraživača etnografa da opazi sve oko sebe jedna je od nedostataka etnografije, upravo jer opažanje uvijek podrazumijeva i selekciju, a „selekcija pretpostavlja usporedbu s onime što već znate“ (Schröder i dr, 2003: 81). Upravljanje s kompleksnim elementima interpretacije (koji, između ostalog, mogu biti kontradiktorni) predstavlja još jedno ograničenje (Schröder i dr, 2003: 85). Konačno, kao kvalitativnu istraživačku metodu, etnografiju karakterizira deskriptivnost, a ne generalizacija – njoj mjesto nije u etnografskim istraživanjima i izvještajima (Schröder i dr, 2003). Unatoč tomu, do interpretacije podataka može doći, a etnografija se koristi kako bi se dublje uvidjeli neki problemi. S druge strane, prednost medijske etnografije kao metode istraživanja očita je u „zamagljenoj granici između posredovanih i neposredovanih oblika komunikacije, i česte integracije sveprisutnosti mobilnih medija u svakodnevni život“ (Schröder i dr, 2003: 84), što je promijenila poimanje javnog i privatnog, te sada etnografski izvještaji razjašnjaju „međuodnose i kombinacije prostora i mjesta kao što se provode u konkretnim medijskim praksama“ (Schröder i dr, 2003: 84).

#### 6.4. Etnografija javnih prostora gradskih trgova

Kako bi se istražilo na koje je načine upotreba medija i izravna komunikacija na gradskim trgovima specifična, provedeno je etnografsko istraživanje ovih javnih prostora u gradu Zagrebu. Točnije, riječ je o dva gradska trga, onom bana Josipa Jelačića u centru Zagreba te Trešnjevačkom trgu kao trgu u gradskoj periferiji. Terensko istraživanje obuhvatilo je period od sedam dana, od 6. lipnja do 12. lipnja 2019. godine. Opservacije na terenima provedene su u različita doba dana, tako da obuhvaćaju i razdoblja prije podneva i oko podneva, ali i posljepodnevnih sati i predvečerje. Istraživanje je provedeno do trenutka empirijske zasićenosti, točnije do onda „kada više nisi iznenađen s onim što uočavaš na terenu“ (Schröder i dr, 2003: 79). Bilješke s terena upisivane su u bilježnicu, a zatim su transkribirane u digitalni oblik. Osim opservacija, za potrebe etnografskog istraživanja gradskih trgova provedeno je 10 intervjua na terenu (5 muških i 5 ženskih sudionika), od kojih su neki zapisani i u pisanom i u zvučnom obliku, a neki samo u pisanom obliku, za sve ispitanike koji nisu pristali na snimanje intervjua. Svim ispitanicima osigurana je anonimnost. Uzorak u ovom radu možemo smatrati teorijskim, jer je utemeljen u teoriji, ali je svrsishodan, no i u neku ruku pristran, upravo zbog selektivnosti opažanja opisane ranije u radu. U sedam dana etnografskog istraživanja na dva zagrebačka trga opservirano je ukupno 417 osoba koje su upotrebljavale medije i izravno komunicirale, od toga je 155 ljudi opservirano na Trešnjevačkom trgu, a 262 ljudi na Trgu bana Josipa Jelačića. Razlika u broju opserviranih osoba može se pripisati činjenici da je centralni gradski trg veći i posjećeniji pa je tamo i uočeno više radnji povezanih s upotrebom medija za razliku od Trešnjevačkog trga, koji je u nekim periodima za vrijeme promatranja bio gotovo prazan ili nije bilo slučajeva upotrebe medija, što se na Trgu bana Josipa Jelačića nije događalo prilikom provođenja istraživanja.

Istraživačka pitanja kojima se bavi ova etnografija gradskih trgova su sljedeća: Kako mediji oblikuju javni prostor? Kako sveprisutnost interneta utječe na korištenje gradskog trga? Koliko je važna lokacija, to jest koliko je to lokalno iskustvo biti na trgu, a koliko smo zapravo odsutni? Kako se koriste javni prostori individualno, a kako u grupama, odnosno kako se na gradskim trgovima upotrebljavaju mediji i kako to utječe na izravnu komunikaciju na gradskim trgovima? Ali i kako izravna komunikacija na gradskim trgovima utječe na upotrebu medija na gradskim trgovima? Konačno, kako se upotreba medija razlikuje na gradskom trgu u centru i periferiji grada? Sukladno tome, jedna od hipoteza koju ovo etnografsko istraživanje želi dokazati je da se javni prostori kao što su gradski trgovi individualno više koriste putem upotrebe medija, dok se u grupama više koriste kao prostor u



kojem se odvija izravna komunikacija. Isto tako, želi se dokazati kako mediji u javnom prostoru kao što su gradski trgovi stvaraju privatnu sferu za svoje korisnike koji se na taj način izoliraju od svoje okoline, ili su barem odsutno prisutni.

## 7. ISTRAŽIVANJE LJUDSKE SVAKODNEVICE NA GRADSKIM TRGOVIMA

Ovim etnografskim istraživanjem u fokus je stavljena ljudska životna svakodnevica, koja je često uzeta zdravo za gotovo. Kako bi se temeljito proučila upotreba medija i izravna komunikacija na gradskim trgovima, promatrano je upravo ono svakodnevno ponašanje na trgu istovremeno s korištenjem medija i izravnom komunikacijom na Trgu bana Josipa Jelačića i Trešnjevačkom trgu u Zagrebu. Najzanimljiviji rezultati poput uočenih praksi i rutina korisnika medija, kao i iskazi sugovornika analizirani su kako bi se pokušalo odgovoriti na postavljena istraživačka pitanja.

### 7.1. Trg koji poziva na zadržavanje i prolazak

Najočitiji nalaz ovog etnografskog istraživanja je činjenica da je internet svojom sveprisutnošću u javnim prostorima doprinio svojoj ukorijenjenoj upotrebi i na gradskim trgovima. Elektronički i mobilni mediji u tolikoj su mjeri ukorijenjeni i udomaćeni u svakodnevnu upotrebu na gradskim trgovima da su uočene i situacije u kojima ljudi u isto vrijeme jedu i koriste svoj mobitel. U takvim slučajevima, osobe su naizmjenice pred licem izmjenjivale hranu i mobitel, a u nekim situacijama bi hranu prinosile ustima bez da su i odvajali pogled od zaslona mobitela. Gotovo se čini kao da je nova tehnologija postala dio nas, zbog mjere u kojoj je udomaćena. To tvrdi i izjava sugovornice Hane (21), koja priznaje kako „...Stvarno ne... [ne bi znala] što [bi]... radila da... [nema] mobitel, da ne... [sluša] glazbu“ (Hana) dok je na trgu. Na oba zagrebačka gradska trga postoji mogućnost spajanja na gradsku Wi-Fi mrežu, a osim toga mnogi intervjuirani spomenuli su i korištenje mobilnih internetskih podataka na svojim mobilnim uređajima kao gotovo uvijek preferiranu varijantu.

Na oba promatrana trga velika je koncentracija pješačkog prometa, pa je samim time uočena i pojava onoga što je ranije opisano kao urbani šetač i tumarač. Za mnoge uočene pojedince, javni prostor gradskog trga postao je interijer za vrijeme upotrebe mobilnih tehnologija. Na glavnom zagrebačkom trgu stepenice oko lampi, kipa i fontane često bivaju pretvorene u ulični namještaj, tako što ljudi na njih sjedaju ili se naslanjaju, posebice za upotrebe medija. Ovisno o dijelu dana, najčešće su bili okupirani oni dijelovi koji su bili u hladu zbog velikih vrućina, kao i prostori na trgovima koji su predviđeni za stajalište tramvaja. Osim što su mnogi tražili predah sjedeći i odmarajući na urbanom namještaju, uočeno je i puno slučajeva

u kojima su stepenice i klupe služile za privremeno odlaganje vrećica i drugih torbi dok bi se tražio mobitel u džepu, ili bi se na mobitel tipkalo ili razgovaralo.

Dakle, ljudi se na Trešnjevačkom trgu i Trgu bana Josipa Jelačića znaju zadržati upravo jer ne moraju uvijek stajati, već mogu i sjesti i u miru konzumirati medijske sadržaje na svom mobitelu, ili komunicirati na daljinu putem poruka i poziva, što im omogućuje i sveprisutnost interneta. Na oba trga uočeni su pojedinci koji su se dulje vrijeme znali zadržati na trgu, a na Trešnjevačkom trgu bilo je i situacija u kojima su pojedinci 40 i više minuta provodili na trgu, dok su na Trgu bana Josipa Jelačića ovakve situacije uočene samo za vrijeme održavanja različitih programa. Primjerice, ljudi su se dulje vrijeme zadržavali najviše u nedjelju, 9. lipnja kada je održavana manifestacija u kojoj su nastupale dječje plesne skupine. Na trgu u periferiji, uočeni su pojedinci koji su i više od pola sata sjedili na klupi i za to vrijeme u velikoj mjeri koristili medije, neovisno o danu u tjednu. Robert (40), koji na trg dolazi kako bi koristio gradski Wi-Fi jer kod kuće nema internet, često puni svoj mobitel na solarnu klupu koja se nalazi na Trešnjevačkom trgu. „Još jedna dobra stvar je ovaj gradski internet na koji se mogu spojiti, što uvijek činim,“ kaže Robert, „ali u zadnje vrijeme imam problema sa spajanjem“ (Robert). Osim toga, kaže da nekad samo sjedi, pri čemu tu situaciju opisuje ovako: „razmišljam, ili odlazim na plac, a nekad i čekam tramvaj“ (Robert). Za razliku od njega, Tina (23) ne preferira gradski internet, jer su „većinom te mreže dosta spore i slabije pa...[joj] se više isplati koristiti mobilni internet koji se pokaže brži nego da... [je] na nečijoj mreži pa da... [joj se sadržaj] učitava 'sto godina'. Pogotovo ako su neke situacije koje zahtijevaju... [njenu] brzu reakciju ili brz odgovor“ (Tina) pa ona češće koristi svoj mobilni internet.

Osim što pozivaju na zadržavanje, gradski trgovi također služe za prolazak kroz njih. Kako su često s mnogih strana okruženi raznim prolazima i ulicama, velik broj pješaka kroz njih samo užurbano prolazi. Na oba opservirana trga, uočavanje ljudi koji brzo hodaju bila je potpuno normalna pojava, a mnogi od njih su pritom telefonirali, gledali u zaslon svog mobilnog uređaja ili tipkali po njemu, ili pak na neki drugi način koristili medije. Uočen je i velik broj slučajeva u kojima su ljudi bar držali mobitele u svojim rukama dok su hitro koračali i odlazili s trga. U situaciji glavnog gradskog trga, mnoge ovakve situacije događale su se na prostorima središta trga, dakle na velikoj praznini između fontane i kipa bana Jelačića. Mogući razlozi za to su što ovdje postoje manje koncentracije ljudi pa je lakše brzo hodati i pritom provjeravati zaslon mobitela. S druge strane, na Trešnjevačkom trgu mnogo ovakvih

brzih prolaznika kroz trg uočeno je u blizini pješačkih prijelaza koji su odlazili u nekom od smjerova u kojima postoji spajanje s pojedinim ulicama.

Zanimljivo je također za uočiti kako je najčešće uočena kupovina novina u jutranjim satima na trgu u periferiji grada, ali da kod svih opservacija ni jedna osoba nije na trgu aktivno čitala novine. Nakon što bi kupili novine na trgu u maloj kiosk trgovini, ljudi su ih većinom ubrzo nakon toga stavljali u torbe. Uočen je jedan muškarac koji je pogledom brzo iščitavao prvu i zadnju stranicu novina pa ih je onda spremio. Dakle, novine se na trgovima nisu čitale. I u malom broju opservacija u kojima su novine uočene kod ljudi na trgu u centru grada, nitko novine nije čitao, već su ih ljudi samo nosili u rukama. Janica (56) je ispričala kako od medija na trgu najčešće koristi mobitel kako bi razgovarala na telefon, ali i da ponekad kupi novine, no samo kako bi ih ponijela kući. Miroslav (50) također otkriva kako na trgu često kupuje novine, „... Ali ne... [čita] ih dok... [je] na trgu, već to... [radi] u tišini svog doma“ (Miroslav).

## 7.2. Izolacija u uvjetima javnog prostora

Mobilni mediji učinili su privatnu sferu ostvarivom čak i za vrijeme boravka u javnom prostoru, tako što medijski korisnici boravkom na gradskom trgu vrlo često upotrebljavaju svoje mobitele kada su okruženi nepoznatim drugima, pogotovo ako su gužve. Primjerice, za vrijeme vrućina na oba trga uočeno je kako mnogi ljudi stoje ili sjede blizu jedni drugima, a za to vrijeme nerijetko su pognutih glava i pogleda većinom usmjerenog na zaslone svojih mobilnih uređaja. Janica često dolazi na Trešnjevački trg jer odlazi na tržnicu, a nakon obavljene kupovine čeka tramvaj kako bi se vratila kući. Sjedi na klupi, ako ima mjesta, ali uvijek prvo provjeri kada joj stiže tramvaj na ploči koja pokazuje vrijeme dolaska tramvaja na tramvajskom stajalištu. Zatim koristi mobitel, pregledava fotografije prijatelja na Facebooku, ili telefonira. Tvrdi kako joj mobilni uređaj dobro dođe „kad ...[čeka]... tramvaj i tu se skupi puno ljudi“ jer „onda ...[voli]... koristiti mobitel kako ne... [bi] morala dugo gledati u druge ljude...“ (Janica).

Promatranjem načina na koji ljudi telefoniraju dok su na gradskim trgovima, možemo ustanoviti dva učestala obrasca ponašanja za vrijeme komunikacije na daljinu putem poziva. Ta dva obrasca djelomice se poklapaju s onima koji su uočeni u etnografskoj studiji korištenja mobitela na jednom talijanskom gradskom trgu (Höflich, 2005). Riječ je zapravo o telefoniranju na takav način da osoba koja to čini ne zastaje, to jest ona u tom slučaju brzo prolazi trgovom, ali postoje i one osobe koje dok razgovaraju na mobitel hodaju u krug ili gore-

dolje. Ove potonje situacije zapravo se u neku ruku poklapaju s ponašanjem pojedinaca koje se događa u okolnostima čekanja (Höflich, 2005). Upravo puno osoba koje šeću u krug dok razgovaraju na mobitel uočeno je na tramvajskim stajalištima, to jest riječ je o ljudima koji su čekali tramvaje. Osim što se šeću gore-dolje ili kruže u malim lukovima, uočeno je i kako ovi korisnici mobitela nerijetko saginju glavu i gledaju u pod dok razgovaraju, gotovo kao da drugim ljudima žele reći kako za njih nisu dostupni, jer su zauzeti razgovorom koji obavljaju na daljinu. Tina (25) kaže kako je to zapravo „jedan način kada se isključiš i odvojiš od svijeta i da te, na primjer, drugi manje ometaju, da ti manje upadaju s pitanjima...” (Tina), čime se ona zatvara u svoj privatni prostor u koji pušta samo ono što joj daje osjećaj ugone i sigurnosti. Na ovaj način mobiteli mogu služiti kao prenosivi štitovi koji zaklanjaju korisnike medija od prisutnih drugih. Dakle, postoji preferencija prema korištenju medija i mobitela, nasuprot interakciji s neznancima čija se prisutnost ignorira. Može se zaključiti kako su za Tinu medijski okidači koji dovode do upotrebe medija dok je na gradskim trgovima zapravo ljudi, prostori i situacije u kojima se ona nalazi, to jest kako je riječ o prostornim okidačima (Figeac i Chaulet, 2018).

Sve manja obazrivost prema javnom prostoru, kao okolini u kojoj se pojedinci nalaze za vrijeme upotrebe medija, nastaje i kao posljedica kreiranja mobilnih mjehurića u javnom prostoru. Pojedinci se ograđuju od javnog prostora koji ih okružuje upotrebom slušalica, točnije zvučnih mjehurića. Izumom slušalica, sa sobom možemo unositi naš privatni prostor u javni prostor gradskih trgova, a koji se očituje primjerice u glazbi koju slušamo. Opservacijama je ustanovljeno kako je veliki broj korisnika medija zapravo koristio slušalice za vremena provedenog na trgu. Magdalena (23) tvrdi kako „99% vremena“ koje provede na trgu, u slučajevima kada je sama na trgu, provede sa slušalicama u ušima, a uobičajeno to radi kako bi se mogla „isključiti od svega“ (Magdalena). „Moram reći da su one uvijek, uvijek, uvijek odvrnute na najjače, što zapravo nije baš nešto najbolje, ali jednostavno kada ih imam, želim se u potpunosti isključiti iz tog prostora i vremena u kojem se nalazim..., ili jednostavno da mi misli negdje odlutaju“ (Magdalena). Dakle, ona oko sebe, korištenjem slušalica, stvara psihološku čahuru pomoću koje se isključuje iz fizičkog prostora koji ju okružuje. Upravo tako to opisuje i Tina, koja iako kaže kako slušalice većinom ne koristi, ovakvu korist ima od svog samog mobilnog uređaja – „to [je] na neki način obrana od ostatka svijeta i vrsta izolacije“ (Tina). Na ovaj način, korištenjem mobilnih tehnologija poput slušalica, kazivači rješavaju problem održavanja vlastitog privatnog prostora za vrijeme boravka na gradskom trgu.

S druge strane, Hana navodi druge razloge zbog kojih na trgu koristi slušalice: „Koristim slušalice zato što ne volim baš ove pozadinske šumove grada, buku i slično. Volim više slušati svoju glazbu, nego, ne znam, trube... automobilske, šumove... gradske“ (Hana). Ona također tvrdi kako često ima fobiju da je glazba preglasna i da ju mogu čuti i ljudi koji se nalaze oko nje, pa uvijek provjerava glasnoću skidanjem slušalica s ušiju dok je glazba uključena, tako da ju zna prilagoditi svom okruženju, te tako javni prostor za nju postaje mjesto podnošljivo za habitaciju. Mediji poput mobitela sa slušalicama postaju distrakcija za urbane pješake u javnom prostoru, u okolnostima okruženosti nepoznatim drugima, a ovi iskazi kazivača svjedoče o preferencijama prema upotrebi medija, kako ne bi moralo doći do neposredne interakcije s neznancima. Stoga zaključujem kako mediji u javnom prostoru kao što je gradski trg stvaraju privatnu sferu za svoje korisnike koji se na taj način izoliraju od svoje okoline.

**Slika 1:** Izolacija od fizičkog (javnog) prostora korištenjem slušalica i mobilnih uređaja na Trešnjevačkom trgu



*Izvor: autor*

## 8. (NE)VAŽNOST MJESTA I ODSUTNA PRISUTNOST

### 8.1. Situacije u kojima mediji čine mjesto nevažnim

Razgovor na telefon za osobu dok je na trgu predstavlja prakse nadilaženja fizičkih granica mjesta (Moores, 2004: 23). Mnogi ljudi telefoniraju kako bi mogli ostvariti komunikaciju na daljinu, s onim osobama koje nisu s njima fizički prisutni. Dakle, dolazi do simultanosti i neposrednosti kod trans-lokalnih prostora (Moores, 2004). Primjerice, Janica nam je otkrila kako često telefonira dok vrijeme provodi na trgu, čekajući svoje prijateljice ili muža, s članovima svoje obitelji koji žive izvan Hrvatske. U tom smislu više gotovo da nije bitno mjesto na kojem se nalazi Janica, jer svakako može ostvariti komunikaciju na daljinu sa svojim najbližima, jer fizičke granice samog mjesta postaju propusnije. Ivana (20) koja tvrdi kako na trgu također često razgovara na mobitel, opisuje to kao situaciju umanjivanja „osjećaja usamljenosti“ (Ivana), govoreći „Ako sam s nekim na mobitelu, onda mi se čini kao da uopće nisam sama na trgu“ (Ivana). Dakle, njoj trg kao mjesto gotovo da je nevažno, iako je često ispunjeno masama ljudi, no ona se i dalje osjeća usamljeno, pa joj tu jedino pomaže njen mobilni uređaj. Komunikacijom na daljinu s nekim pojedincem, stvara se osjećaj neposrednosti, a osobe s kojima pojedinac razgovara na telefon doimaju mu se puno prisnije i bliže od drugih osoba koje mu se nalaze u neposrednoj fizičkoj okolini (Meyrowitz, 1985: 38, cit. prema Moores, 2007, 2-3). U svjetlu toga, situacije komuniciranja na daljinu dovode do stanja u kojem pojedinac barem do neke mjere nije svjestan svog okruženja: „Ako imaš mobitel ipak si kao na neki način isključen, odvojen od ostatka svijeta“ (Tina). Osjećaj simultanosti i neposrednosti, ali i mogućnost lakog kontaktiranja prostorno udaljenih drugih za vrijeme upotrebe mobilnih telekomunikacija pronalazi se u slučaju kazivačice Janice, koja, kako je već rečeno, često dok je na trgu komunicira sa svojim bližnjima koji žive na velikoj prostornoj udaljenosti od nje, izvan Hrvatske.

### 8.2. Istovremeno bivanje na fizičkom i medijski posredovanom mjestu

Za vrijeme upotrebe medija na trgovima važna su dva mjesta: ono fizičko na kojem se korisnik medija nalazi, ali i ono virtualno koje je odraz medija i tehnologije koja se koristi. Poput djevojke koja se u vlaku u New Yorku svađala na telefon s dečkom, te tako uspješno ispreplitano koristila virtualno mjesto, ali i fizičko mjesto (Schegloff, 2002, prema Moores, 2007); slične prakse uočene su i na dva zagrebačka trga. Između ostalog uočena je i mlađa ženska osoba koja se glasno svađa na telefon dok užurbano prolazi trgov. Osim toga, ispreplitanje virtualnog i fizičkog mjesta možemo uočiti i u primjeru s Trešnjevačkog trga

gdje je muškarac, po izgledu srednjih godina, koji je u ušima imao slušalice, a u ruci držao mobitel izašavši iz tramvaja, počeo ubrzano hodati, kao da mu se žuri te je gledajući pred sebe uspješno izbjegavao spore pješake između kojih je morao proći kako bi dalje hitro mogao nastaviti svoj put preko trga. Ovi primjeri nam ukazuju na praksu pluraliziranja mjesta, odnosno, u ovim slučajevima, konkretno udvostručenja mjesta. Muškarac je izašavši iz tramvaja na trg bio prisutan ne samo na mjestu trga, već i u virtualnom prostoru kojeg mu je pružao njegov mobilni uređaj spojen na slušalice koje je držao u ušima. Ženska osoba koja je glasno razgovarala na mobitel i svađala se s osobom na drugoj strani telefonske linije, također nije bila prisutna samo u fizičkom prostoru, već je u isto vrijeme bila i u virtualnom prostoru s tom drugom osobom. Dakle, ovakve prakse za korisnike medija na trgovima možemo opisati kao prebacivanje iz virtualnog u fizički prostor i obrnuto, a za to vrijeme, mjesto se pluralizira pa se to naziva manevrima prostornog žongliranja između fizičkog i virtualnog prostora (Katić i Krajina, 2014).

### 8.3. Izvjesni osjećaj mjesta na gradskim trgovima

Iako je promatranjem bez sudjelovanja u ovom istraživanju zapažena velika koncentracija korištenja medija na trgovima, mora se napomenuti kako su korisnici medija u ovim situacijama također većinom bili svjesni i svoje prostorne orijentiranosti. Neki od rijetkih zabilježenih slučajeva manjka prostorne orijentiranosti zabilježeni su na Trgu bana Jelačića gdje je, opservacijom djevojke koja je gledala u zaslon svog mobitela po kojem je tipkala dok je čekala tramvaj u masi ljudi, uočeno kako je ona nakon par minuta neprestanog gledanja u mobitel, konačno naglo digla pogled sa zaslona. Tada je počela mahnito glavu okretati lijevo-desno nekoliko puta, izgledajući izgubljeno, a onda kao da je spoznala gdje se nalazi i ušla u tramvaj te se odvezla s trga. Isto tako, jedna je djevojka stajala na tramvajskoj stanici te je zadubljeno gledala u zaslon svog mobitela po kojem je tipkala, dok su ljudi izlazili iz tramvaja stojeći tik do nje, jer se ona nije pomaknula kako bi im napravila mjesta. U tolikoj je mjeri bila zaokupljena upotrebom medija da nije uočila kako ljudi ne mogu od nje proći i nastaviti svoj put na trgu. Za razliku od toga, primjer s djevojkom uočenom na drugom trgu svjedoči činjenici da se korisnici medija učestalo znaju prostorno orijentirati čak i za vrijeme medijske konzumacije. Djevojka je hodajući sa slušalicama u ušima i mobitelom u ruci gledala u zaslon ekrana, pognute glave. Brzim hodom prolazila je trg od tramvajskog stajališta, a cijelo vrijeme je tipkala po mobitelu. U turnusima je tako nekoliko puta 5-6 sekundi tipkala po mobitelu, pa zatim na sekundu dizala pogled kako bi ustvrdila što se nalazi ispred nje. Stoga, čak i dok je tipkala po mobitelu, djevojka je bila svjesna da hoda trgom te je



s vremena na vrijeme usmjeravala pozornost na svoju fizičku okolinu. Osim ovog, zabilježeni su i brojni drugi primjeri prostorne orijentiranosti za vrijeme upotrebe medija na trgovima.

Osim prostorne orijentacije, korisnicima medija na gradskim trgovima potrebno je i umijeće društvene orijentacije, a kada ona izostane nastane slučaj kakav je uočen na tramvajskom stajalištu na Trgu bana Josipa Jelačića. Kada je tramvaj stigao na tramvajsku stanicu, ljudi su mu se iz hlada počeli primicati kako bi mogli ući u njega, a za to vrijeme jedna je žena hodala prema njemu gledajući u svoj mobitel. Tada je došlo do sudara žene i muškarca koji ju je htio mimoići, jer je žena umjesto da je gledala u druge ljude, kao što bi trebalo za vrijeme čekanja u redu za ulazak u tramvaj, gledala u mobitel. Zaokupljena u svom mobilnom mjehuriću, izgledalo je kao da se potpuno izolirala od svoje okoline. Tako je nastala disrupcija prirodnog ritma ulaska u tramvaj zbog nedostatka ženine orijentacije u odnosu na druge ljude u njenoj okolini i na obrasce ponašanja u određenim situacijama. Međutim, zbog brzine odvijanja ovakvih situacija na glavnom gradskom trgu, ni jedna strana (ni žena ni muškarac) nije stigla reagirati, jer su obje morale nastaviti hodati kako bi stigli ući u tramvaj. Stoga važnost prostorne i društvene orijentiranosti možemo shvatiti kao održavanje reda na trgu. Sugovornica Hana također je otkrila kako ponekad korištenjem medija bude nesvjesna svojeg okruženja dok je na trgu te kako „ako... [hoda] i... [gleda] u mobitel i [tipka],... [zna se] i zabiti u osobu...“ (Hana).

#### 8.4. Prakse pretvaranja javnog prostora gradskog trga u privatna mjesta

Ljudi boravkom na trgu i baletom tijela od prostora stvaraju mjesta na trgovima, tako što javni prostor trga postaje mjesto učestalim ponavljanjem istih ponašanja na trgovima. Osim što izlaskom na gradske trgove ljudi borave u javnom prostoru, ovaj prostor uvijek ima potencijal postati i njihovo privatno mjesto pomoću praksi proizvodnje mjesta. Tako svakodnevnim emocionalnim ulaganjem u primjerice klupu na Trešnjevačkom trgu, taj javni prostor može za pojedinca postati privatno mjesto, svakodnevnim prolaskom tim prostorom ili boravkom u njemu, ili svakodnevnim korištenjem medija u tom javnom prostoru (Krajina, 2017; Seamon, 1979, prema Krajina, 2017: 164; Höflich i Hartmann, 2006), a tada osjećaj mjesta postaje tehnološki posredovan (Sussex Technology Group, 2001: 206). Mjesto opisano kao „polje navika“ (Tuan, 1996: 452, cit. prema Krajina, 2017: 164) stvara se ponavljajućim susretima s tim mjestima (Relph, 1958, prema Wilken i Goggin, 2012: 5).

Ovakvu praksu stvaranja mjesta možemo iščitati iz opservacije na Trešnjevačkom trgu, kada je žena užurbano prolazila trgom, a za čitavo to vrijeme klikala po zaslonu svog mobilnog uređaja bez da je pogled preusmjeravala na prostor ispred sebe, čak ni za vrijeme silaženja s povišenog dijela betona na trgu. Kada je mobitel prislonila na uho, i dalje joj je pogled ostao sagnut prema dolje te se vrlo vješto za vrijeme čitavog ovog procesa kretala prostorom trga. Dakle, moguće je kako ona svakodnevno ponavlja ovu istu radnju i prolazi istim ovim putem, pa je taj dio javnog prostora gradskog trga za nju postalo mjesto, u koje je upisala i svoja intimna značenja učestalim ponavljanjem iste prakse. Njeno opservirano kretanje trgom taj dan možemo gotovo usporediti sa stapanjem ribe s vodom (Seamon, 1979: 161, prema Krajina, 2017: 164). Ukoliko ova žena svakodnevno ponavlja ove iste pokrete, znači da joj oni prelaze u naviku (Seamon, 1979: 48-49, prema Moores, 2007: 10) i da se ona počinje osjećati 'kao kod kuće' (Seamon, 1979: 70, prema Moores, 2007: 10) jer gotovo nesvjesno, bez da se mora posebno koncentrirati na to kojim će putem proći trgom, to uspješno čini dok joj pažnju zaokuplja zaslon mobilnog uređaja.

Penetracijom mobilne tehnologije i telekomunikacije u javne prostore, komunikacijom na daljinu putem poziva za vrijeme provedeno na trgu, često se u javni prostor iznose intimni razgovori. Želja za povezanošću prevladava čak i strah za zaštitu vlastite intime (Bull, 2004: 286), a to potvrđuje i veliki broj uočenih pojedinaca u razgovoru na mobitel na dva zagrebačka trga, primjerice, ranije navedena mlađa ženska osoba koja se glasno prepirala na telefon, iznova ponavljajući istu stvar osobi s kojom telefonira. Ljudi koji su se u to vrijeme zatekli na tramvajskoj stanici kojom je ona prošla djelomično su uspjeli zadržati stav kojim poručuju da ih se ovaj glasni ispad ne tiče, a neki su pak usmjerili svoje poglede prema njoj te ju pogledom pratili dok je užurbano prolazila trgom. Studentica Hana, tvrdi kako ne razmišlja o tome da će ju netko čuti dok je u javnom prostoru za vrijeme telefonskog poziva jer „[misli] da... [će ju drugi prisutni tad] vidjeti i možda nikad više,...“ (Hana).

#### 8.5. Odsutna prisutnost

Na klupi na Trešnjevačkom trgu sjedi dvoje mladih ljudi blizu tramvajskog stajališta i konzumiraju medijske sadržaje na svojim mobilnim uređajima, a tek rijetko sa zaslona dižu pogled. To se promijeni kada se začuje dolazak tramvaja na stajalište, pa i mladić i djevojka naglo dižu poglede sa svojih mobitela te se ustaju i odlaze na tramvaj. Opisana situacija govori nam o stanju odsutne prisutnosti. Dok su s jedne strane udubljeni u upotrebu medija na trgu, s druge strane i fizički su prisutni na tramvajskom stajalištu, a pojavom tramvaja dolazi

do fluktuacije njihove pozornosti, koja se prebacuje s mobilnog uređaja, kao do tad primarnog objekta njihove pozornosti, na fizičko okruženje u koje dolazi tramvaj. Odsutna prisutnost često se kod korisnika medija na trgovima očituje za vrijeme telefoniranja. Kada razgovaraju na svoj mobitel, pojedinci su istovremeno i fizički prisutni, ali im je i korištenom tehnologijom „posredovan svijet drugih prostora“ (Gergen, 2002: 227). „Tu sam, tu kod klupe“, „sad sam došla na Trešnjevački trg“, „sjedim na lampi preko puta“ samo su neki od primjera u kojima su ljudi govorili gdje se nalaze dok su pričali na telefon za vrijeme boravka na trgu. Time su potvrđivali drugoj osobi na liniji svoju fizičku prisutnost u fizičkom prostoru, dok su s tom drugom osobom također bili u nekom drugom medijski posredovanom prostoru.

Ivana otkriva kako često zna biti u tolikoj mjeri udubljena u virtualni svijet svog mobilnog telefona da u smanjenoj mjeri zna što se događa u njenom okruženju: „Dogodilo mi se par puta i da sam ušla u krivi tramvaj s trga jer sam bila previše zadubljena u svoj mobitel, ali i da nisam izašla na pravoj stanici iz tramvaja jer sam previše bila udubljena u tipkanje na mobitelu“ (Ivana). Na taj način Ivana je puno veću pozornost pridavala unutarnjem svijetu, to jest sadržaju kojeg je konzumirala putem medija, u odnosu na vanjski prostor kojeg čini neposredna okolina u kojoj se ona nalazi, ali i ostali ljudi iz tog okruženja. Sličnim smatra i svoje korištenje medija dok je na trgu jer, kako kaže, želi „zaboraviti da je oko nje mnoštvo ljudi koje ne... [zna]“ (Ivana). Stoga možemo zaključiti kako postoje situacije u kojima se pozornost daje virtualnom prostoru nauštrb neposrednog fizičkog okruženja, to jest da su medijski korisnici na trgovima barem odsutno prisutni, ako već ne potpuno izolirani. Slično tomu, na glavnom zagrebačkom trgu viđen je i tinejdžer koji je razgovarao na telefon preko bežičnih slušalica u ušima dok je mobitel držao u ruci. Razgovarajući se pomicao prema dijelu tramvajskog stajališta gdje nema puno ljudi, a po završetku telefoniranja ponovno se vratio u masu koja je čekala tramvaje.

Fluktuirajuću pozornost urbanih pješaka koji su ujedno i korisnici medija može se često uočiti na gradskim trgovima. Ljudi su prebacivali pozornost s jednog mjesta na drugo, s jedne aktivnosti na drugu, dok su koristili medije tako što su često provjeravali koji tramvaj sljedeći dolazi na stajalište na trgu za vrijeme upotrebe medija, ili su izmjenično gledali u zaslone svojih mobitela i u svoje neposredno okruženje. Na ove načine fizički i virtualni prostor često se bori za prevlast pozornosti kod uličnih pješaka koji koriste medije, a vrlo često dolazi do stanja 'odsutne prisutnosti' jer „tehnološki posredovan svijet drugih prostora“ (Gergen, 2002: 227) osvoji bitku za pozornost.

## 8.6. Trgovi kao mjesta sastanaka

Trgovi su mjesta na kojima se ljudi sastaju, što potvrđuje i ovo etnografsko istraživanje, kojim su opservirani slučajevi sastanaka na zagrebačkim trgovima. Kazivačica Tina kaže kako „najčešće... [koristi] mobitel tako da...[locira] druge prijatelje... s kojima se... [nalazi], ili da im... [javi] da... [stiže] ili da... [kasni] ili da ih... [čeka]“ (Tina). Neke osobe koje su promatrane za vrijeme upotrebe medija zapravo su čekale da se sastanu s drugim osobama, te su nerijetko za to vrijeme koristile medije. Frane (23) kaže kako on za vrijeme dok nekog čeka na trgu medije koristi samo „da...[bi] vidio gdje je ta osoba koju... [čeka], tipa... [je li] na putu, hoće li brzo doći...“ (Frane), za razliku od čekanja tramvaja kada medije na svom mobilnom uređaju koristi mnogo intenzivnije. Hana tvrdi kako, dok čeka, šalje poruke osobi s kojom se treba sastati da bi saznala gdje je ili zašto kasni i da su upravo situacije u kojima čeka susret one u kojima najčešće koristi medije dok je na trgu. Mobitel i ostali oblici medija tako mogu služiti kao distrakcija za vrijeme čekanja: „ako moram čekati na osobu, onda mi mobitel pomogne skratiti vrijeme čekanja, a i ne bude mi dosadno“ (Ivana). Prednost korištenja medija za Ivanu je i to što se može „čuti s tom osobom preko poruka sve do trenutka susreta“ (Ivana). Za Magdalenu, korištenje medija za vrijeme čekanja znači da će „jednostavno samo... [skrolati] po svom mobilnom uređaju i jednostavno tako... [ubijati] vrijeme čekanja i stajanja na trgu“ (Magdalena). Za Miroslav otkriva kako medije ne koristi ako čeka nekoga radi sastanka na trgu, osim kako bi „ženi... [poslao] poruku kad... [stigne] na trg jer se ona uvijek brine gdje...[je]“ (Miroslav).

Osim što su mobilne tehnologije korisne za koordiniranje susreta, njihova korist očituje se i u pomoći u kretanju u svakodnevnom životu. Iako u manjoj mjeri, i tijekom etnografskog istraživanja dvaju zagrebačkih trgova, uočeni su primjeri korištenja mobilnih uređaja kao pomoći u prostornoj orijentaciji. Na primjer, tri su djevojke šetale središtem Trga bana Jelačića i za to vrijeme jedna je držala u ruci mobitel u kojeg je povremeno gledala jer je na zaslonu bila otvorena karta grada Zagreba. Tina kaže kako također zna koristiti karte „ako... [ide] na neko mjesto gdje prije... [nije] nikad bila i dok... [nije] baš sasvim sigurna kako orijentacijski negdje doći, ... da [vidi] kojim putem najbolje i najbrže doći“ (Tina) na svoje odredište. Jacob (26), turist iz Engleske, koristi karte kako bi vidio gdje mora ići, ili što mu je u blizini dok čeka osobu s kojom se susreće, a isto tako velika je vjerojatnost da će toj osobi slati poruke kako bi mogao organizirati svoje vrijeme čekanja upravo konzultiranjem karte na mobitelu, jer se bez nje ne snalazi u Zagrebu.

Oscilacije pozornosti i prisutnosti kod korisnika medija na trgovima najčešće su opservirane s jedne strane kod osoba koje su same na trgu i koriste medije, ili s druge strane, ako su u društvu, a za to vrijeme koriste i medije. Primjerice, osobe koje su na trgovima bile same i razgovarale na svoje mobitele, često su pogled usmjeravale u pod, kao znak koji njihovom okruženju govori da su privremeno odsutni i da je njihova pozornost usmjerena na telefonski poziv. Slično tomu, i osobe koje su razgovarale na telefon dok su bile u društvu na trgu, znale su usmjeriti svoj pogled u pod, kao znak isključenja iz društva, a onda bi po završetku razgovora na daljinu pozornost i prisutnost ponovno usmjerili na ljude s kojima su u društvu. Osim mobilnih uređaja, i sam pložaj tijela, to jest gledanje u pod, služi korisnicima medija na trgovima kao prenosivi štit pomoću kojeg obavještavaju prisutne druge o svojoj nedostupnosti.

Još jedan nalaz ove etnografske studije također je činjenica da mnogo ljudi u svojim rukama drže mobitele, čak i ako ih ne koriste dok su na trgu. No i sama činjenica da postoji potreba za konstantnim držanjem mobitela u ruci, točnije potreba da urbanim pješacima mobitel uvijek bude blizu, također nam govori o mjeri u kojoj su mediji ukorijenjeni i udomaćeni u javni prostor kakvi su i gradski trgovi. Dakle, oni u jednom trenutku mogu potpuno biti usmjereni, pozorni i prisutni u svom fizičkom okruženju, a već idući trenutak postoji potencijal da se isključe i svoju pozornost prebace na medijski posredovan prostor koji je udaljen od njih jedan poziv ili jedan klik na zaslonu mobilnih uređaja.

## 9. UPOTREBA MEDIJA I IZRAVNA KOMUNIKACIJA NA GRADSKIM TRGOVIMA

Uzimajući u obzir sve do sad rečeno o načinima upotrebe medija na gradskim trgovima, sljedeće što se želi razmotriti je kako upotreba medija utječe na izravnu komunikaciju na gradskim trgovima i obrnuto, s obzirom na to provode li korisnici medija vrijeme na trgu individualno ili u grupama. Odnosno, kako se javni prostori koriste individualno, a kako u grupama s obzirom na upotrebu medija. Prvenstveno, s jedne strane dolazi do izolacije upotrebom medija jer ljudi tako pokazuju da nisu spremni izravno komunicirati sa suprisutnim drugima s kojima dijele fizičko okruženje. Uzmimo za primjer Tinu koja je objasnila kako joj mediji za vrijeme korištenja na trgu služe kako bi se izolirala od fizičke okoline i nepoznatih drugih i na taj način se zaštitila od izravne komunikacije, a Magdalena korištenje medija na trgu promatra kao način isključivanja. Dakle, mediji za korisnike stvaraju

izoliran privatni prostor dok su u javnom prostoru te vrlo često ograničavaju situacije u kojima će doći do izravne komunikacije među ljudima koji se međusobno ne poznaju.

S druge strane, na dva zagrebačka trga uočene su razne kombinacije korištenja medija i izravne komunikacije između dvoje ili više ljudi koji su kolektivno, u manjim ili većim grupama boravili na trgovima. Jedan primjer koji je uočen na Trešnjevačkom trgu tiče se muškarca i žene koji su skupa prolazili trgov. Dok je žena razgovarala na mobitel, muškarac je gledao oko sebe. Slično tomu, još jedna opservacija uključuje ženu koja je prolazeći Trešnjevačkim trgov gledala u svoj preklopni mobitel i za to vrijeme usporavala hod, tako da je zaostajala korak za muškarcem s kojim je bila. Uskoro je muškarac okrenuo glavu prema njoj, što je njoj bio znak da ubrza pa je ona to i učinila zaklapajući svoj mobitel. Do izravne komunikacije nije niti došlo, ili je ona bila prekinuta upravo upotrebom medija. Isto tako, opservirana su i dva mladića koja su oba tipkala po mobitelu dok su sjedila na klupi, ali su usporedno i izravno komunicirala. Na Jelačićevom trgu zabilježen je slučaj pet tinejdžera od kojih je jedan bio muško i jedini koji je dok su hodali jedno pokraj drugog gledao u mobitel. Za to vrijeme svi su međusobno razgovarali, a tinejdžer je u turnusima pogledavao u zaslon mobitela pa u svoje prijateljice. U opservacijama bilo je i slučajeva u kojima su ljudi jednostavno pogledavali u svoje mobitele dok su zapravo primarno međusobno razgovarali. Isto tako uočene su dvije djevojke, od kojih je jedna razgovarala na mobitel gledajući u pod, a druga tipkala po mobitelu, dok su stajale okrenute jedna prema drugoj. Kada je prva djevojka završila telefonski poziv, podigla je glavu te su započele izravno komunicirati, a tada je i druga djevojka prestala gledati u svoj mobitel. Hana kaže kako je veća mogućnost da će i sama koristiti medije ako ih i njeno društvo za to vrijeme konzumira, iako zna i zatražiti od prisutnih drugih da ne koriste medije kako bi se mogli kvalitetnije družiti. Tina opisuje kako se osjeća „bez veze“ dok je u društvu koje koristi svoje mobitele, a onda je i sama „primorana ... gledati na svoj mobitel“ pa zaključuje kako „nije lijepo kad su drugi na mobitelu dok ste vi s njima“ (Tina), a Ivana kaže kako smatra nepristojnim korištenje medija u društvu.

Suprotno od Tine i Hane, Frane razumije da je njegovo društvo nekad jednostavno primorano koristiti svoje mobilne telefone, čak i za vrijeme druženja, jer kako objašnjava „postalo je normalno ... da u određenom trenutku netko pogleda u mobitel jer zapravo danas telefon nije samo za pozive“ (Frane), već nam služi i kao podsjetnik za naše obaveze, ili za dohvaćanje informacija, pa upravo iz tih razloga i on sam ponekad mora učiniti isto. Osim što pojedinci medije znaju koristiti kad su u društvu, u društvu se odvija još jedan način upotrebe medija kojeg se može povezati s otkrićem Jamesa Lulla, koji je etnografskim istraživanjem u

domaćinstvima proučavao društvene koristi televizije, a otkrio ih je dvije: relacijsku i strukturalnu upotrebu. Relacijska upotreba televizije može se pripisati i svakoj drugoj upotrebi medija u 21. stoljeću gdje medijski sadržaji, između ostalog, služe kao podloga za izravnu komunikaciju, ali i izbjegavanje komunikacije (Schröder i dr, 2003: 71). Frane objašnjava kako u društvu za njega „mediji zapravo služe kao nekakav bijeg od nekakve, ili neugodne situacije, ili dosadne situacije u društvu, ili se jednostavno popuni neka tišina međusobna pa... [on gleda] u mobitel“ (Frane), ali da od svog mobilnog uređaja nema samo relacijsku korist izbjegavanja komunikacije, već u društvu također dolazi do zajedničkog korištenja medija. Primjerice, „kada zapravo svi zajedno komentiramo određeni medijski sadržaj. Recimo, neku smiješnu emisiju na nekoj televiziji, pa onda to puštamo te video sadržaje na YouTubeu i slično pa to komentiramo, smijemo se, u toj nekakvoj zajedničkoj interakciji“ (Frane). Sličan slučaj zabilježen je i na trgu u periferiji gdje su dvije žene stajale u društvu te su jedna drugoj nešto pokazivale na svojim mobitelima, a onda izravno komunicirale, a onda su to činile i s ostatkom društva, što je također doprinijelo olakšavanju izravne komunikacije u ovoj grupi ljudi koja je stajala ispred cvjećarnice na trgu.

Dakle, u slučaju upotrebe medija na trgu često se događa izolacija koja onemogućuje ili koči izravnu komunikaciju, iako uvijek mogu postojati iznimke. Dapače, opservirani su i slučajevi u kojima izravna komunikacija u grupama nije patila čak i ako se usporedno odvijala upotreba medija poput listanja ili tipkanja po zaslonu mobitela. Ove situacije za sobom povlače i slučajeve u kojima se odvija kolektivna upotreba medija kao ambasadora komunikacije licem-u-lice. Isprepletenost izravne komunikacije i upotrebe medija stoga se čini kao najnormalnija pojava u današnjem svijetu kada je riječ o gradskim trgovima.

### 9.1. Specifičnosti upotrebe medija na trgovima u centru i periferiji grada

Etnografskom studijom koja je provedena na dva zagrebačka trga usporedno su proučavani načini upotrebe medija i izravne komunikacije kako bi se mogle utvrditi razlike između njih i posebnosti upotrebe medija i izravne komunikacije na oba gradska trga. S jedne strane, svakodnevnim proučavanjem upotrebe medija i načina izravne komunikacije na Trgu bana Josipa Jelačića i Trešnjevačkom trgu naizgled svakodnevna upotreba medija ne donosi neke posebne i samo tom trgu svojstvene načine upotrebe. Na primjer, na oba trga ljudi su razgovarali na mobitele, sastajali se i razgovarali, čekali tramvaje i slično. Uočena je upotreba i izravne komunikacije, ali i komunikacije na daljinu, prvenstveno putem mobilnih uređaja koji su gotovo uvijek suputnici urbanim pješacima. S druge strane, na središnjem gradskom

trgu uočena je mnogo veća upotreba mobilnih uređaja za fotografiranje, za razliku od trga u periferiji grada. S obzirom na ljetni mjesec u kojem je provedeno istraživanje, u Zagrebu već počinje turistička sezona, pa je na glavnom trgu tijekom istraživanja uočen velik broj turističkih grupa koje su se zaustavljale na središtu trga, a dok bi im vodič govorio o povijesti grada u hladu kod kipa, mnogi su mobitelima fotografirali kako kip bana, tako i arhitekturu i atmosferu na trgu. Osim turističkih grupa, opservirani su i mnogi parovi koji su se zaustavljali na trgu, fotografirali jedni druge i snimali atmosferu sa svojim mobilnim uređajima. Turist Elliot (38) otkrio je kako za vrijeme svog boravka u Zagrebu, svaki put fotografira trg kad se tu nađe, „jer uvijek izgleda drugačije... možda zbog neba u različita doba dana“ (Elliot).

**Slika 2:** Turisti ispred kipa bana Josipa Jelačića



*Izvor: autor*

Isto tako, za vikend se na glavnom gradskom trgu odvijala smjena straže Počasne satnije Kravat pukovnije, a mnogi su se zaustavljali na trgu i fotografirali i snimali izvođenje stražarskih rituala svojim mobilnim uređajima. Za razliku od glavnog trga, na trgu u periferiji uočen je samo jedan slučaj fotografiranja na trgu, a ticao se žene srednjih godina koja je



slikala natpis tržnice koji se vidi sa središta trga. Kamera je na mobilnom aparatu, dakle, sve popularnija te se često upotrebljava na trgovima koji su turistički popularni (Okabe i Ito, 2006), poput glavnog zagrebačkog trga gdje je njena upotreba sastavni dio korištenja mobilnog uređaja i medija općenito.

**Slika 3:** Počasna satnija Kravat pukovnije na glavnom gradskom trgu zaokuplja pažnju mnoštva



*Izvor: autor*

## 10. GRADSKI TRGOVI NEKAD I DANAS

Oblik dva promatrana trga u Zagrebu govori nam kako su oba smještena tik uz dvije možda čak i najveće tržnice u gradu; kako oba ljudima koji njima prolaze i u njima borave nude iskustva i mogućnosti sastanaka i interakcije, kako s poznatim, tako i nepoznatim drugima. Uostalom, osim što svojim slobodnim pristupom dopuštaju ulaske u interakciju s prisutnim drugima, također svojim oblikom oba omogućavaju i zadržavanje na trgu, ali i prolazak trgov. Zadržavanje na trgu moguće je upravo jer korisnici ne moraju konstantno stajati, već postoje i prostori poput klupa, stepenica i ostalih građevina koje služe kao urbani namještaj.

Osim toga, svojom formom pak, ova dva trga pozivaju i na sam prolazak zbog dobre povezanosti s mnogim ulicama, ali i mogućnosti javnog prijevoza tramvajem izravno s trgova. U današnje vrijeme zadržavanje, baš kao i prolazak trgom, uvelike su obilježeni upotrebom medija, koja je ukorijenjena u svakodnevni život i aktivnosti pojedinaca.

Medijska saturacija velikih gradova mijenja i društveni život gradskih trgova, utjecajem mobilnih tehnologija i telekomunikacija. Usporedbom nalaza do kojih je prije četrdesetak godina došla američka istraživačka grupa 'The Street Life Project', poanta je usporediti načine društvenih života na javnom prostoru trga nekad i sad. Iako je riječ o dva različita kontinenta, a samim time i o različitim kulturama, cilj nije usporediti sve slučajeve uočene na američkim trgovima onda i zagrebačkim trgovima sada, već se dotaknuti neizostavne medijske prirode današnjeg boravka na trgovima.

Nalaz iz sedamdesetih godina prošlog stoljeća govori o trgovima kao društvenim mjestima u Sjedinjenim Američkim Državama u kojima ljudi borave i u koja dolaze kako bi se sunčali, razgovarali, čitali novine i knjige, ručali pod pauzom na poslu, sastajali se i slično (Whyte, 1980). Nasuprot tomu, ova puno kraća etnografska studija od one longitudinalne provedene u američkim gradovima, govori nam o novom suvremenom načinu društvenog života na dva zagrebačka trga, točnije o ukorijenjenoj upotrebi medija za vrijeme boravka i prolaska trgom. Po svemu sudeći, možemo govoriti o upotrebi medija kao jednoj od najvećih razlika u društvenom životu trgova nekad i danas. Nasuprot tomu, i dalje je očito da između nepoznatih pojedinaca u većini slučajeva neće doći do veće interakcije, od one koja je nazvana 'građanskom nepažnjom', što je i prije bilo tako. Nadalje, ljudi i dalje privlače druge ljude, pa tako nerijetko klupe i stepenice na trgovima bivaju ispunjene tako da potpuni neznanci sjede blizu jedni drugima.

Mjesto za sjedenje jedan je od nekoliko faktora koji su u istraživanju u Sjevernoj Americi bili otkriveni kao odlučujući za privlačenje korisnika. Oba opservirana zagrebačka trga također nude mjesta za sjedenje, prvenstveno na klupama i stepenicama, a ključno je još da za vrijeme vrućina postoji hlad koji biva visokom stopom ispunjen za vrijeme sjedanja, stajanja ili čekanja na trgovima. Dok rezultati prijašnjeg istraživanja svjedoče o većoj mjeri upotrebe trga kao pravog odraza društvenog života – piknik, razgovor licem-u-lice i slično, danas je specifičnije zatvaranje u privatni mjehurić, razgovor na daljinu putem poziva i poruka, ali i drugi načini medijske upotrebe mobilnih uređaja. Dakle, ako je trg u gradu nekada bio oličenje društvenog života, sada to možemo preimenovati u prvenstveno društveni život na

daljinu koji je medijski posredovan. Favoriziranje medijski posredovanog načina društvenog života događa se u sve većoj mjeri uslijed sve veće dostupnosti interneta preko Wi-Fi mreža, kao i novih generacija mobilne telefonije (3G i 4G). Osim toga, medijski posredovana komunikacija rasprostranjena je u današnjem užurbanom načinu urbanog života upravo jer nudi mogućnosti brže i jednostavnije komunikacije. U doba kada ljudi mogu pritiskom jednog gumba ili jednim klikom doći u interakciju s osobama koje se nalaze na drugom kraju svijeta, ali i u njihovoj neposrednoj blizini, ne postoji više potreba za svakodnevnim društvenim životom kakav je nekad davno postojao, već se dosta toga može prebaciti na svjetsku mrežu, takozvani *world wide web*, koji je učinio da komunikacija na daljinu nikad nije bila lakša nego što je sad. Ipak, ovu konstataciju ne treba shvatiti kao potpuni izostanak društvenog života licem-u-lice, o čemu nam govori i ova studija naglašavanjem važnosti izravne komunikacije u javnom prostoru.

## 11. ZAKLJUČAK

Izlaskom medija iz komfora kućanstava, bilo je važno proučiti na koje se načine mediji koriste u uvjetima javnog prostora, odnosno koji obrasci upotrebe su uočeni promatranjem na terenu, te isto tako koja im značenja u tim situacijama pridaje medijska publika, što je potkrijepljeno izjavama kazivača. Etnografska studija provedena na dva zagrebačka trga, Trgu bana Josipa Jelačića te Trešnjevačkom trgu, utvrdila je kako postoji ukorijenjena upotreba medija na gradskim trgovima, poglavito mobilnih uređaja, točnije pametnih telefona. Internet i mediji oblikuju javne prostore trgova primarno stvaranjem privatnog prostora za medijsku publiku, tako da u nekim situacijama pojedinci zanemaruju mjesto i posvećuju se medijima dok su na trgovima, slušajući glazbu putem slušalica ili komunikacijom na daljinu putem poruka i razgovora. Što se tiče razlike između upotrebe medija na dva promatrana trga, najočitiiji nalaz je razlika u korištenju kamere na mobilnim uređajima, koja je učestalo opservirana na centralnom trgu, a gotovo u potpunosti izostala u trgu u periferiji.

Oba opservirana trga svojom formom pozivaju kako na zadržavanje, tako i na prolazak što sa sobom donosi određene uočene obrasce medijske upotrebe. Prvenstveno, kada je riječ samo o prolasku trgov, nerijetke su bile situacije u kojima su ljudi razgovarali na svoje mobitele, hodali sa slušalicama u ušima, tipkali po zaslonu ili jednostavno svoje mobilne uređaje držali u ruci dok su hitro i odlučno prolazili trgov. Što se tiče pojedinaca koji su se na trgu zadržavali, ili radi sastanaka ili radi čekanja tramvaja, u dosta su slučajeva to vrijeme kratili tako što su svoju pozornost zaokupljali medijskom upotrebom, kružeći u malim lukovima trgov, usmjeravanjem pogleda u pod i neodlučnim šetanjem ili pak korištenjem klupa i drugog urbanog namještaja za sjedenje i slično.

Nadalje, za vrijeme individualnog korištenja trgova u kojima se konzumiraju mediji, medijski korisnici se zapravo pokušavaju izolirati od svoje fizičke okoline i nepoznatih drugih, ali u većini opserviranih slučajeva bilo je riječi zapravo samo o odsutnoj prisutnosti, a ne potpunom isključivanju iz fizičkog svijeta, odnosno nije dolazilo do potpune preferencije virtualnog svijeta koji je medijski posredovan nauštrb situacija i ljudi koji okružuju korisnike medija za vrijeme upotrebe na gradskim trgovima. Dakle, uočeno je kako za vrijeme korištenja medija na trgovima, medijske publike posjeduju izvjesni osjećaj za mjesto, odnosno kako u većini slučajeva ne dolazi do potpune izolacije od lokacije i fizičkog okruženja, već da barem u nekoj mjeri postoji odsutna prisutnost, to jest pridavanje važnosti i fizičkom i medijski posredovanom prostoru.

Što se tiče međusobne uvjetovanosti između upotrebe medija i izravne komunikacije, uočeno je kako pojedinci kao individualci nisu ulazili u društvene interakcije s nepoznatim drugima, jer je većina individualnih korisnika trgova za to vrijeme bila udubljena u konzumaciju svojih medija kako bi se izbjegle neugodne situacije i interakcije s nepoznatim osobama. Dakle, upotreba medija u ovim slučajevima dovodi do stvaranja privatnog prostora u koji se puštaju samo familijarne i sigurne situacije. S druge strane, kada je riječ o kolektivnom korištenju trgova, dakle o parovima, ili manjim i većim grupama koje koriste medije dok su na trgu, to ne znači kako istovremeno neće dolaziti do izravne komunikacije, barem sudeći prema nalazima s terena. Međutim, izravna komunikacija u parovima i grupama, sudeći prema kazivačima, vrlo je važna za vrijeme susreta i druženja na trgovima. Ipak, postoje i situacije u kojima se mediji upotrebljuju tijekom izravne komunikacije, a u svrhu olakšavanja komunikacije licem-u-lice. Odnosno do isprepletene upotrebe medija i izravne komunikacije doći će kada tema razgovora licem-u-lice postane medijski sadržaj.

Odnos između izravne komunikacije i upotrebe medija na gradskim trgovima, može se zaključiti, nije tako jednostavan i očit pa se otvara prostor za daljnja temeljitija istraživanja kako bi se pokušalo ustanoviti obrasce u kojima grupe više izravno komuniciraju, odnosno više koriste medije. Iako je moguće pretpostaviti kako se parovi i grupe češće okupljaju na trgu kako bi bili u društvenoj interakciji, a ne kako bi se pokušali izolirati jedni od drugih upotrebom medija. Dakle, mediji im služe samo kao dodatni alat za poboljšanje izravne komunikacije, što je jasno i iz iskaza kazivača, ali i iz većine bilježaka s terena pa bi se za daljnja saznanja medijske studije trebale pozabaviti ovom temom.

## 12. LITERATURA

Knjige i znanstveni članci:

1. Bull, M. (2004). 'To each their own bubble': mobile spaces of sound in the city. U: N. Couldry, & A. McCarthy (Ur.), *Mediaspace: Place, scale and culture in a media age* (str. 275-293). London: Routledge.
2. Castells, M. (2010). *The Rise of the Network*. Chichester: Wiley-Blackwell.
3. Chikamori, T. (2009). Between the 'Media City' and the 'City as a Medium'. U: S. McQuire, *The Media City: Media, Architecture and Urban Space* (str. 147-154). Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: SAGE.
4. Čaldarović, O., i Širinić, J. (2008). Suvremena komunikacijska tehnologija i urbana sredina - prostor, mjesta, vrijeme. *Socijalna ekologija*, 17(4), 331-341.
5. du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H., i Negus, K. (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of The Sony Walkman*. London: SAGE.
6. Figeac, J., i Chaulet, J. (2018). Video-ethnography of social media apps' connection cues in public settings. *Mobile Media & Communication*, 6(3), 407-427.
7. Gergen, K. J. (2002). The Challenge of Absent Presence. U: M. Aakhus, i J. E. Katz, *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. (str. 227-241). Cambridge: Cambridge University Press.
8. Hammersley, M., i Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in Practice*. London: Routledge.
9. Hampton, K. N., i Gupta, N. (2008). Community and social interaction in the wireless city: wi-fi use in public and semi-public spaces. *New Media & Society*, 10(6), 831-850.
10. Hampton, K. N., Livio, O., i Sessions Goulet, L. (2010). The Social Life of Wireless Urban Spaces: Internet Use, Social Networks, and the Public Realm. *Journal of Communication*, 60(4), 701-722.
11. Heye, A., i Lamont, A. (2010). Mobile listening situations in everyday life: The use of MP3 players while travelling. *Musicae Scientiae*, 14, 95-120.

12. Höflich, J. (2005). A Certain Sense of Place: Mobile Communication and Local Orientation. U: K. Nyíri (ur), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication* (str. 159-168). Vienna: Passagen Verlag.
13. Höflich, J. (2006). Introduction. U: J. Höflich, i M. Hartmann (ur), *Mobile Communication in Everyday Life: Ethnographic Views, Observations and Reflections* (str. 11-19). Berlin: Frank & Timme GmbH.
14. Höflich, J. (2006). Places Of Life – Places Of Communication: Observations Of Mobile Phone Usage In Public Places. U: J. Höflich, i M. Hartmann (ur), *Mobile Communication in Everyday Life: Ethnographic Views, Observations and Reflections* (str. 19-55). Berlin: Frank & Timme GmbH.
15. Höflich, J., i Hartmann, M. (2006). Introduction. U: J. Höflich, i M. Hartmann (ur), *Mobile Communication in Everyday Life: Ethnographic Views, Observations and Reflections* (str. 11-19). Berlin: Frank & Timme GmbH.
16. Kenneth, G. (2002). The Challenge of absent Presence. U: J. Katz, i M. Aakhus (ur), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance* (str. 227-241). Cambridge: Cambridge University Press.
17. Krajina, Z. (2014). *Negotiating the Mediated City: Everyday Encounters with Public Screens*. New York i London: Routledge.
18. Krajina, Z. (2017). From Non-place to Place: A Phenomenological Geography of Everyday Living in Media Cities. U: T. Markham, i S. Rodgers (ur), *Conditions of Mediation: Phenomenological Perspectives on Media* (str. 161-170). London: Peter Lang.
19. Krajina, Z., & Katić, K. (2014). Društvena obilježja "odsutne prisutnosti" u korištenju mobitela u javnim gradskim prostorima. *Medijske studije*, 5(10), 70-85.
20. Lasén, A. (2006). How to be in two places at the same time? Mobile phone use in public places. U: J. Höflich, i M. Hartmann (ur), *Mobile Communication in Everyday Life: Ethnographic Views, Observations and Reflections* (str. 227-252). Berlin: Frank & Timme.

21. Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Oxford UK i Cambridge USA: Blackwell.
22. Moores , S. (2004). The doubling of place: electronic media, time-space arrangements and social relationship. U: N. Couldry, i A. McCarthy (ur), *Mediaspace: Place, scale and culture in a media age* (str. 21-37). London: Routledge.
23. Moores, S. (2007). *Media and Senses of Place: on Situational and Phenomenological Geographies*. Preuzeto 20. svibnja 2019. iz <http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/mediaWorkingPapers/pdf/eWP12.pdf>
24. Morley, D., & Silverstone, R. (2002). Communication and context: ethnographic perspectives on the media audienc. U: K. B. Jensen, i N. W. Jankowski (ur), *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research* (str. 149-163). London i New York: Routledge.
25. Okabe, D., & Ito, M. (2006). Everyday Contexts of Camera Phone Use: Steps Toward Technosocial Ethnographic Frameworks. U: J. Höflich, i M. Hartmann (ur), *Mobile Communication in Everyday Life: Ethnographic Views, Observations and Reflections* (str. 79-103). Berlin: Frank & Timme GmbH.
26. Schröder, K., Dortner, K., Kline, S., i Murray, C. (2003). The Ethnographic Approach to Audiences. U: K. Schröder, K. Dortner, S. Kline, i C. Murray (Ur.), *Researching Audiences* (str. 57-105). London: Arnold.
27. Vanden Abeele, M., De Wolf, R., i Lang, R. (2018). Mobile Media and Social Space: How Anytime, Anyplace Connectivity Structures Everyday Life. (A. Jansson, i J. Lindell, ur.) *Rethinking Media and Social Space*, 6(2), 5-14.
28. Whyte, W. H. (1980). *The Social Life of Small Urban Spaces*. Washington D.C.: Conservation Foundation.
29. Wilken, R., i Goggin, G. (2012). Mobilizing Place: Conceptual Currents and Controversies. U: R. Wilken, i G. Goggin (ur), *Mobile Technology and Place* (str. 3-24). New York: Routledge.



30. Zakariya, K., Harun, N. Z., i Manson, M. (2014). Spatial Characteristics of Urban Square and Sociability: A Review of the City Square, Melbourne. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 153, 678-688.

Televizijska serija:

1. Serio, Max i Young, Scott Alexander (2016) City Squares: Amazing and Never Still. U: Serio, Max (pr) Top 10 Architecture (s. 1, e.7). New York: Big Media i KM Plus Media

## 13. PRILOZI

### 13.1. Bilješke s terena

Trg bana Josipa Jelačića, četvrtak 6.lipnja 2019., 10.15 sati-12.15 sati

Trg bana Josipa Jelačića glavni je trg u Zagrebu. Primarno je namjenjen za pješački i tramvajski promet te se spaja s mnogim ulicama. Na trgu se nalazi kip bana Josipa Jelačića koji sjedi na konju te fontana Maduševac, a u blizini se nalazi i tržnica Dolac. Postoje i stepenice koje vode do uzvišenog dijela iza kipa, ali i devet lampi s te strane trga koje u svom podnožju također imaju stepenice. S druge strane također postoji nekoliko manjih lampi s manjim stepenicama te kiosk trgovine, koje su od druge strane odvojene tramvajskim tračnicama.

Na trgu je vruće, tramvaji nailaze iz oba smjera, a masa ljudi čeka na njihovim stajalištima. U masi ljudi uočavam gospodina (subjekt 1) koji pod rukom nosi novine Večernji list. Po odjeći i njegovom izgledu pretpostavljam da je srednje starosti. Na trgu se nalaze mnogi štandovi hranom, odjećom i ostalom robom. Gospodin zastaje kod štanda s knjigama koje počne promatrati. Nailazi mu prosjakinja te ga opetovano moli „jednu kunu“, no on ju ignorira. Prosjakinja shvati da neće uspjeti u svom naumu, pa odlazi, a gospodin nastavi obilazak štandova, i dalje s novinama u rukama.

Uočavam i mladića (subjekt 2) s bežičnim slušalicama u ušima te mobitelom u ruci. Kreće se prema stajalištu tramvaja, a onda hoda gore-dolje dok čeka tramvaj, izmjenično pogledavajući na zaslon mobitela te u svoje okruženje i smjer iz kojeg dolazi tramvaj.

U masi ljudi koji čekaju tramvaj, postoji i puno onih koji samo prolaze tim putem. Iz suprotnih smjerova nailaze starija gospođa i gospodin (subjekt 3 i 4), oboma su ruke pune vrećica. Njihovo pognuto držanje odaje njihove godine. Nailazeći jedno drugom u susret oni gledaju gotovo u pod, no prije mimoilaska dižu svoje poglede i razmjenjuju poglede kako se ne bi sudarili, već se uspjeli sigurno mimoići.

Gospođa sijede kose (subjekt 5) izdvaja mi se iz mase po svom držanju – u ušima su joj slušalice, a u ruci mobitel. Jedna je od rijetkih par starijih ljudi koje sam jutros uočila sa slušalicama. Malo hoda, pa zastaje, gledajući oko sebe, zatim ponovno hoda. Nailazi tramvaj pa ona ulazi unutra.

Odmah za njima uočavam dva gospodina (subjekt 6 i 7), oba obučena formalno u košulje. Hodaju odvojeno, jedan iza drugog, no ono što ih spaja, osim užurbanosti hoda, je i to što oba drže mobitele u rukama, a ne u torbici koju obojica nose preko ramena.

Gospođa (subjekt 8) sa sunčanim naočalama hoda gotovo u krug, gleda u mobitel i tipka po njemu. Nekad diže pogled da vidi smjer kojim ide, zatim opet tipka. Diže pogled naglo i prelazi tramvajsku prugu. Pretpostavljam kako je tek tada shvatila da treba prijeći cestu na drugu stranu, jer je bila zaokupljena svojim mobitelom.

Gospodin (subjekt 9) u odijelu hoda s papirima u rukama, torbicom na ramenu, a mobitel drži lijevom rukom na uhu. Udaljava se pa ne čujem o čemu točno priča. Završava razgovor, sprema mobitel u torbicu pa se zaustavlja i ponovno vraća u smjeru iz kojeg je došao. Ponovno zastaje. Pretpostavljam da sada čeka tramvaj jer stalno gleda u smjer iz kojeg tramvaji nailaze.

Pet osoba (subjekt 10-14), za koje po izgledu i odjeći pretpostavljam da su tinejdžeri, hodaju jedan uz drugog. Četiri djevojke i jedan dečko. Djevojke pričaju, a dečko gleda u mobitel. Ne čini se kao da je dečko izostavljen iz razgovora samo zato što mu je pogled usmjeren na zaslon mobitela. Hodaju ležerno, a dečko pogledava i u svoje društvo s vremena na vrijeme, dok svi međusobno razgovaraju.

Kraj jedne od lampi na trgu, djevojka (subjekt 15) sjedi na donjoj stepenici. „Sjedim na lampi preko puta“, govori na telefon, ustaje i poklapa slušalicu. Prelazi tramvajsku prugu a njeno držanje da mi pretpostaviti da je uočila osobu s kojom je maločas razgovarala na telefon. Susreće se s muškom osobom te odlaze skupa.

Oko mene je velika gužva. „Halo, jeste možda negdje na trgu, kod trga?“, gospođa (subjekt 16) govori u telefon dok užurbano prolazi pokraj mene.

Uočavam da mnogi koriste stepenice oko lampi kako bi sjeli i predahnuli pa onda nastavili dalje. Kako je lampi mnogo, ljudi su se rasporedili tako da svatko sjedi sam. Jedna starija gospođa (subjekt 17) hoda oko lampe na kojoj sjedim ja kao promatrač, pa dolazi s moje strane gdje je hlad. Odlaze svoju torbu na stepenicu, traži novce u novčaniku pa kupi svoje stvari i odlazi.

„Hej, pozivnice su stigle“, govori mladić (subjekt 18) koji se užurbano kreće preko trga u jednom smjeru. Zatim naglo koči i staje, okreće se i odlazi u suprotnom smjeru pričajući na mobitel.

Djevojka (subjekt 19) stoji na trgu na stajalištu tramvaja, u jednoj ruci drži sendvič, a u drugoj mobitel koji je spojen na slušalice u ušima. Grize sendvič, pa gleda u mobitel, i tako naizmjenice.

Grupa azijskih turista stoji kod kipa bana Josipa Jelačića. Neko vrijeme promatraju kip, a zatim mobitelima i fotoaparatom slikaju kip i odlaze dalje (subjekt 20).

Muškarac (subjekt 21) naglo zastaje na prolaz između dviju lampi, s mobitelom u ruci. Počinje tipkati i listati po mobitelu, a uopće ne diže pogled. Nakon jedne minute, pomiče se jedan korak, a i dalje tipka. Zatim naglo sprema mobitel i odlazi u smjeru iz kojeg je i došao.

Gospođa (subjekt 22) hoda i izvlači mobitel iz torbe. Tipka po njemu pa ga stavlja na uho. Priča na telefon i dalje hodajući i gledajući pred sebe.

Mlada žena (subjekt 23) dolazi iz smjera tržnice Dolac, s rukama punim torba i vrećica. Zaustavlja se kod jedne od lampi te odlaže torbe na stepenicu. Vadi mobitel i stavlja ga na uho. Govori kako je završila s nabavkom na placu i kako se sada vraća kući. Također, govori da je razmišljala o odlasku u možda Krapinske toplice danas, pošto je vruće.

Djevojka (subjekt 24) sa sunčanim naočalama stoji na stajalištu za tramvaj zadubljena u mobitel i tako par minuta. odjednom naglo diže pogled, gleda lijevo-desno kao da se izgubila – koliko je, pretpostavljam, bila zadubljena u mobitel. Zatim diže pogled i gleda kako se tramvaj približava. Zatim ulazi u tramvaj.

Ja kao promatrač sjedim na stepenici kod jedne od lampi na trgu. Za sad se troje ljudi zaustavilo baš kod te lampe na manje od jednu minutu, a onda je jedna starija gospođa i sjela blizu mene na nižu od dvije stepenice lampe.

Na lampi preko puta moje sjedi dosta ljudi, pridolaze novi ljudi i sjedaju blizu drugim ljudima iako su kod drugih lampi stepenice gotovo prazne.

Tinejdžer (subjekt 25) s bežičnim slušalicama priča na telefon. Pomiče se prema dijelu stajališta gdje nema puno ljudi. Kada završi razgovor, uputi se prema masi drugih ljudi koji čekaju tramvaj.

Kod lampe na kojoj sjedi promatrač zaustavlja se mladi gospodin i odlaže svoje papire i mobitel na stepenicu. Veže vezice na obući. Promatrač ga pogleda, on uzvratni pogled, kupi svoje stvari i odlazi.

Djevojka (subjekt 26) prolazi trgovom gledajući u mobitel, sagnute glave kada odjednom staje. Utpikava nešto a zatim za pet sekundi opet krene hodati cijelo vrijeme gledajući u zaslon mobitela kojeg je sada stavila visoko u ruku, gotovo u ravnini očiju.

Dva mladića (subjekt 27 i 28) ubrzano hodaju prema Ilici. Jedan oko vrata drži slušalice.

Trgom prolaze dvoje ljudi, muškarac i žena (subjekt 29 i 30). Muškarac gura kolica, u jednom uhu drži slušalicu koja je spojena na mobitel koji se nalazi u džepu, dok druga slušalica nije u uhu. Žena mu za to vrijeme nešto priča, i gleda u njega, dok on gleda ispred sebe.

Na tramvajskom stajalištu dvije djevojke (subjekt 31 i 32) stoje okrenute jedna prema drugoj. Jedna drži mobitel na uhu, a druga tipka na mobitel. Djevojka koja priča na mobitel gleda u pod, a druga gleda u zaslon svog mobitela. Kada djevojka prestane pričati na telefon, diže pogled i tada djevojke počinju međusobno razgovarati. Zatim i druga djevojka prestaje gledati u zaslon svog mobitela i sada samo izravno komuniciraju.

Jedna starija gospođa (subjekt 33) sjede kose sjeda na stepenicu kod lampe. Priča na telefon. U jednom trenutku govori gdje se nalazi i gdje je sjela na trgu. Kaže kako je naručena „tek u pola 12“, pa ima vremena pričati na telefon.

Uočavam da mnogi ljudi koji pričaju na telefon i stoje, često hodaju u malim krugovima oko mjesta na kojima su bili kada su se javili na telefon. Izmjenjuju stajanje, kruženje i hodanje gore-dolje dok razgovaraju na mobitel.

Kod kipa konja mnogi se izmjenjuju s one strane s koje kip pravi hlad, zaklon od sunca, a mnoge turističke grupe se zaustavljaju na par minuta, vodič im govori o gradu, a turisti slikaju uokolo.

Većina ljudi, koji su gotovo svi svojim izgledom ispod 30 godina starosti, slušalice koriste stojeći na tramvajskom stajalištu u iščekivanju tramvaja.

Američki turisti, za koje pretpostavljam da dolaze od tamo po njihovom naglasku, šetaju trgom. Riječ je o muškarcu i ženi (subjekt 34 i 35) srednje dobi, sudeći po njihovom izgledu. Zaustavljaju se slikati atmosferu i jedno drugo pa zatim nastavljaju dalje šetati.

Trgom je do sad danas prošlo nekoliko grupa školske djece s njihovim učiteljicama i pokojim učiteljom. Mnogi su se zaustavili kod Manduševca, poznate fontane na trgu. Sjede na stepenicama oko fontane dok ih učiteljice slikaju.

Podne. Na trgu sunce žari, a ponekad zapuše lagani povjetarac kao osvježivač. Na stepenicama iza konja puno je mjesta. Samo jedan gospodin (subjekt 36) sjedi sa slušalicama u ušima i mobitelom u ruci. Sjedi blizu stupa i pregrade s drugim dijelom stepenice tako da mu s lijeve strane nitko ne može sjesti. Ljudi koji dolaze od katedrale i Eurposkog trga prolaze sredinom trga, a turisti često zastaju kako bi se slikali kod kipa i kako bi samo slikali kip.

Ljudi s mobitelima u rukama često zastaju nasred puta kojim su do tad prolazili kako bi nešto natipkali, a onda samo ležerno nastave dalje. Kod stajališta za tramvaje u oba smjera konstantno je veća gužva za razliku od središta trga gdje ljudi brzo prolaze ili se zaustavljaju samo kratko kako bi fotografirali kip bana Jelačića na konju. Kip pravi hlad pa mnogi sjede tamo da uhvate predah od sunca i vrućine, pa onda nastavljaju dalje sa svojim danom.

Jedna gospođa (subjekt 37) nailazi kod stepenica blizu kipa s mobitelom na uhu. Sjeda dolje, priča još kratko na mobitel pa poklapa. I dalje sjedi, s vrećicama u rukama, nije se raskomotila. Stepenice oko lampi trenutno su također prazne. Stepnice prolaznici i dalje koriste za odlaganje torbi na par sekundi, vade mobitel pa nastavljaju dalje.

U dva sata provedena na trgu uočeno je još barem 13 osoba koja hodaju užurbano s mobitelom u rukama ili na uhu, a i još barem 15 osoba koje na trgu borave sa slušalicama u ušima. (subjekt 38-65)

Petak, 7. lipnja 2019., 17.30-19.30 sati

Sjedim na gornjoj stepenici druge lampe, od devet lampi u redu. Sunce je. Tramvajsko stajalište puno je ljudi. Uočavam dvije djevojčice (subjekt 66 i 67) koje u rukama obje drže

mobitele, a imaju i slušalice u ušima. Stoje mirno na istom mjestu, a razmjenjuju i pokoju riječ iako obje imaju slušalice u ušima. Dolazi tramvaj, ulaze i odlaze s trga.

Djevojka (subjekt 68) hoda sa slušalicama u ušima, pogled joj je na zaslonu, a ponekad diže glavu da vidi ispred sebe. Ispred nje su zapreke koje s lakoćom zaobilazi.

Mladić (subjekt 69) dolazi na tramvajsko stajalište na trgu. Priča na mobitel, a usporedno i jede sendvič. Pogled mu luta. Ne priča dugo na mobitel, ali i nakon razgovora gleda u zaslon mobitela te u isto vrijeme i grize sendvič i žvače. Zatim opet stavlja mobitel na uho. Sada počinje šetati i kružiti, a i dalje mu pogled bježi po okolini dok razgovara na telefon.

Djevojka (subjekt 70) stoji naslonjena na stup kod natkrivenog dijela kiosk trgovine te izmjenično gleda u mobitel te tramvaje. Dolazi tramvaj, ona pogled pušta s mobitela te ulazi u tramvaj i odlazi.

Žena s naočalama (subjekt 71) stoji na tramvajskom stajalištu. Na ramenu ima torbu, otvara ju i vadi knjigu koju počinje čitati. Knjiga joj pozornost zadržava oko jedne minute, a zatim diže pogled i gleda oko sebe. Pravi par koraka pa sjeda na stepenicu ispod prve lampe i nastavlja čitati knjigu.

Žena (subjekt 72) tipka po mobitelu sa slušalicama u ušima dok stoji usred mase ljudi na tramvajskom stajalištu. Pogled joj je usmjeren na mobitel a tek nakon jedne minute diže pogled, pomiče se jedan korak i onda nastavi ponovno gledati u mobitel. Sada se čini jako zadubljena jer stoji kraj tramvaja iz kojeg izlaze ljudi i prolaze odmah pokraj nje, a ona ih ne doživljava već samo gleda u zaslon mobitela. Nakon što je prošla još jedna minuta diže pogled i počne hodati. Dolazi novi tramvaj, ona ulazi u njega i odlazi.

S druge strane na tramvajskom stajalištu stoji gomila ljudi. Uočavam jednu usamljenu osobu koja lista po zaslonu mobitela, ali i par osoba koje su u društvu, a ipak listaju zaslon. Svi oni stoje na mjestu. Ima čak i onih koji pričaju na mobitel iako se nalaze u društvu. Takvi stoje kraj svoje grupe, ali im pogled ide u daljinu dok razgovaraju na mobitel.

Tramvaj nailazi a ljudi se pomiču na tramvajskoj stanici kako bi ušli u tramvaj. Žena (subjekt 73) gleda u mobitel i kreće se prema tramvaju, iza nje dolazi gospodin (subjekt 74) koji je želi mimoići. Dolazi do blagog sudara jer žena ne gleda pred sebe, već na mobitel. Obje strane ne stignu reagirati, nego samo nastave dalje hodati kako bi stigli ući u tramvaj.

Mladić (subjekt 75) sjedi na stepenici. Gleda u mobitel, a u jednom trenutku se ustaje i diže ruke visoko kako bi uslikao nešto mobitelom. To čini vrlo brzo pa onda ponovno sjeda i nastavlja tipkati po mobitelu.

Primjećujem da ljudi koji prolaze trgom često u jednom trenutku pogledavaju na mobitel koji izvade iz džepa ili torbe pa ga onda opet spremaju.

Kod kipa bana Josipa Jelačića ljudi sjede u hladu i pričaju. Neki prolaznici se zaustavljaju kako bi slikali kip i zgrade. Neki se zaustave pa slikaju, a drugi to rade u hodu.

Muškarac (subjekt 76) stoji kraj kante za smeće na čiji je vrh stavio kameru na malom stativu. Pretpostavljam da nešto snima. Gleda u ekran kamere pa mobitela.

Grupa odraslih koja se sastoji od 3 žene i 2 muškarca (subjekt 77-81) stoji na trgu i svi svojim mobitelima slikaju i snimaju trg i atmosferu.

Muškarac (subjekt 82) gura dječja kolica, a žena (subjekt 83) hoda pokraj. Razgovaraju. Odjednom zastaju na sred trga te žena vadi mobitel iz torbe i slika dijete. Zatim nastave hodati.

Žena (subjekt 84) hoda prema središtu trga gledajući u Google Maps na mobitelu. Primjećujem da je Azijatkinja pa pretpostavljam da je turist koji se pokušava snaći u gradu.

Ispod kipa bana koji jaše na konju sjede dva starija muškarca (subjekt 85 i 86). Jedan razgovara na mobitel, a drugi u ruci drži svoj mobitel. Pogled mu ide od zaslona mobitela do čovjeka koji sjedi desno od njega i priča na telefon. Često se uključuje u razgovor koji čovjek pokraj vodi na mobitel iako čuje samo jednu stranu razgovora.

Na klupi-stepenici iza kipa sjede dvije žene (subjekt 87 i 88). Razgovaraju, a onda jedna vadi svoj mobitel iz torbe i diže ga u ravninu očiju. Naziva nekog putem video poziva pa obje žene mašu u kameru. Razgovor video pozivom traje vrlo kratko, minutu. Žena poklapa, sprema mobitel te s drugom ženom nastavlja izravno komunicirati.

Mladić i djevojka (subjekt 89 i 90) sjede malo dalje od njih, ali uz ogradu s jedne strane tako da nitko ne može sjesti odmah kraj djevojke. Mladić sjedi okrenut prema djevojci, a ona mobitelom i prednjom kamerom slika sebe i pozira. Zatim njih dvoje izravno komuniciraju.



Grupe ljudi stoje kod kipa. Dvije žene i djevojčica (subjekt 91-93) prilaze. Žena slika drugu ženu i dijete pa odlaze od kipa. Mnogi turisti prilaze kipu, pomiču se u razne položaje slikajući kip.

Blizu velike grupe za koju pretpostavljam da su turisti jer im vodič priča o gradu na engleskom jeziku, stoji djevojka (subjekt 94) sa slušalicama u ušima i mobitelom u ruci. Tipka na mobitel pa gleda oko sebe i tako u turnusima.

Kraj grupe stoji muškarac (subjekt 95). Gleda u mobitel pa ga sprema u džep. Stoji par minuta gledajući okolo. Tada nailaze dva muškarca i on im kreće u susret. Pozdravljaju se i onda zajedno odlaze s trga.

Ulični izvođač obučen u masku faraona postavlja svoje rekvizite te počinje privlačiti pozornost prolaznika, pogotovo djece. Djevojka (subjekt 96) se zaustavlja i slika ga.

Na trgu je u razdoblju promatranja uočeno još 27 ljudi koji su trgov prošli sa slušalicama u ušima (subjekt 97-123).

Trg bana Josipa Jelačića, subota, 8. lipnja 2019., 12.30 sati – 13.30 sati

Dolazim na trg. Mnoštvo se okupilo oko smjene straže Počasne satnije Kravat pukovnije. Ljudi kruže oko stražara koji izvodi svoje rituale ispred kipa. Mladi, stari, žene, muškarci – mnogi stoje i prate odvijanje događaja s rukama podignutim iznad glave i mobitelom u ruci. Slikaju i snimaju, a mnogi se i kreću po trgu kako bi iz različitih kuteva uslikali i snimili što se događa.

Mnogi ljudi nose crvene majice velške nogometne reprezentacije. Razgledavaju trg i slikaju koristeći mobitele i fotoaparate.

Na središtu trga kod kipa česte su grupice ljudi. Koriste mobitele za slikanje.

Uočavam neke ljude kako tipkaju na mobitel dok stoje u hladu.

Grupa turista polagano šeta, većina ima mobitele u rukama.

Jedna djevojka polagano hoda, sa slušalicama u ušima.

Muškarac (subjekt 124) brzo nailazi trgov. Pogledava na zaslon mobitela kojeg drži u ruci. Tipka, brzo se okrećući i gleda u smjeru iz kojeg dolazi tramvaj. Stavlja mobitel na uho i hoda dalje.

Žena (subjekt 125) hoda trgov polagano, ima slušalice u ušima. Staje i okreće se u suprotan smjer. Stoji oko 10 sekundi. Zatim se okreće i nastavlja hodati. Nakon nekih 10 metara opet staje i okreće se. Počinje kružiti, a zatim prolazi kroz redove štandova.

Žena (subjekt 126) po izgledu srednjih godina u ušima ima slušalice, a u ruci mobitel dok čeka tramvaj.

Djevojka (subjekt 127) brzo prolazi trgov, gotovo u nekom ritmu. Gleda pred sebe, a u ušima ima slušalice.

Stariji muškarac (subjekt 128) u ruci drži mali fotoaparat. Kreće se po trgu pa se zaustavlja i slika kip konja pa opet tako u turnusima.

Stariji muškarac (subjekt 129) prosijede kose dolazi do treće lampe te sjeda na donju stepenicu ispod lampe. Vadi naočale i pogledava u novine Sportske novosti. Puši cigaretu i gleda oko sebe. Kada ispuši cigaretu, ustaje i odlazi. Sada stoji na tramvajskom stajalištu, a novine i dalje nosi u ruci. Ne čita ih.

Na drugu lampu dolazi starac (subjekt 130) i sjeda. Pokraj sebe odlaže štake. Priča na telefon krako pa poklapa i gleda nailazi li tramvaj.

Muškarac i žena (subjekt 131 i 132) dolaze na središte trga. Razgovaraju pa žena slika muškarca koji pozira dok mu se kip konja nalazi u pozadini. On joj prilazi, pa mu ona pokazuje zaslon mobitela. On ostaje stajati a ona sjeda u hlad na stepenicu ispod lampe. Izravno komuniciraju.

Trg bana Josipa Jelačića, nedjelja, 9. lipnja 2019., 11.00 sati – 12.00 sati

Na trgu je gužva. Uočavam dosta velikih grupa ljudi, za koje pretpostavljam da su turisti s vodičima. Jedna velika grupa turista stoji točno ispred kipa. Slušaju vodiča, a u isto vrijeme slikaju kip bana na konju.

I mnogi pojedinci prilaze središtu trga te okreću mobitele na sve strane kako bi dobili dobru sliku kipa. Još ne uočavam ni jednu osobu sa slušalicama u ušima ili koja priča na mobitel.

Djevojka i mladić (subjekt 133 i 134) dolaze iz smjera katedrale, a po izgledu bi rekla da su azijski turisti. Mladić slika djevojku, a onda joj daje mobitel pa ona gleda i lista zaslonom. Hodaju par koraka pa zastaju i oko jednu minutu zajedno gledaju u zaslon mobitela, a zatim nastave par koraka hodati pa se zaustavljaju nakratko točno ispred kipa, tamo gdje je velika grupa turista. Onda nastave dalje lagano hodati, a djevojka cijelo ovo vrijeme gleda u zaslon mobitela.

Dvojica mladića (subjekt 135 i 136) hodaju jedan pored drugog. Jedan gleda pred sebe, a drugi gleda u mobitel. Izmjenjuju par riječi i odlaze s trga.

Još uvijek ne uočavam ni jednu osobu da razgovara na mobitel.

Na trg dolazi još jedna velika skupina turista. Mnogi slikaju trg.

Trgom prolaze dvojica policajaca (subjekt 135 i 136), a svojim izgledom doimaju se mladima. Hodaju jedan pored drugog. Jedan iz džepa izvadi mobitel i počne listati po zaslonu. Izmjence gleda okolo i u zaslon mobitela. Nakon 10-ak sekundi vraća mobitel u džep. Cijelo vrijeme obojica hodaju.

Na tramvajskom stajalištu uočava, prvu osobu – mladića (subjekt 137) – sa slušalicama u ušima.

I dalje je na trgu najviše turista koji svojim mobilnim uređajima slikaju trg, najviše kip.

Na tramvajskim stajalištima u oba smjera stoji masa ljudi. Ipak, ne uočavam nikog u upotrebi medija.

Tada dolazi jedna djevojka (subjekt 138) sa slušalicama u ušima i gleda pred sebe. Zatim gleda u mobitel.

Na stajalište dolazi i djevojka (subjekt 139) s mobitelom na uhu. Priča par sekundi, a zatim pred nju staje tramvaj pa ona naglo spušta mobitel s uha i ulazi u krcati tramvaj.

Uočavam još ljudi, i mladih i starijih, i muškaraca i žena, koji prolaze trgom i zaustavljaju se kod kipa te ga slikaju, a slikaju i jedni druge na trgu i ispred kipa.

Trgom prolazi žena (subjekt 140), i priča na mobitel. Skida ga s uha, nakratko pogleda u zaslon mobitela, pa ga vraća na uho te odlazi s trga.

Pred kipom se opet skuplja mnogo ljudi, većinom turisti. Zastaju kako bi uslikali kip.

Žena (subjekt 141) polagano hoda, nogu pred nogu, i gore-dolje po tramvajskoj stanici i tipka po mobitelu.

Grupa od četvero ljudi (muškarac, žena i djevojka i mladić) (subjekt 142-145) upitaju ženu (subjekt 146) koja također stoji ispred kipa da ih uslika dok poziraju pred kipom. Izravna komunikacija odvija se na engleskom jeziku, po čemu mogu zaključiti kako se radi o turistima. Žena ih slika pa im vraća mobitel. Svo četvero ljudi zajedno gleda u zaslon mobitela.

Stepenice kod lampi danas ne služe samo kao mjesto za sjedanje, već služi i nekolicini muškaraca kako bi svojim mobitelima ili fotoaparatima slikali kip i arhitekturu na trgu.

Dvoje turista, muškarac i žena (subjekt 147 i 148) stoje kod tramvajskog stajališta te drže mobitele i snimaju dolazak tramvaja na trg, a zatim zajedno gledaju snimku te odlaze s trga.

Nove grupe turista dolaze na trg. Zaustavljaju se kod kipa pa slikaju.

Trg bana Josipa Jelačića, nedjelja, 9. lipnja 2019., 17.30 sati – 18.30 sati

Na trgu je puno ljudi. Na trg su postavljene tribine i bina na kojima nastupaju djeca u plesnim skupinama i mažoretkinje. Mnogobrojna publika koristi mobitele kako bi snimali i slikali. Mnogi ljudi koji su se zatekli na trgu gledaju ove plesove.

Osim toga, ima i ljudi koji se ne obaziru previše na taj događaj na trgu.

Četiri mlade djevojke (subjekt 149-152) se slikaju na trgu, a zatim sjedaju na stepenicu i dugo tu ostaju.

Jedna žena (subjekt 153) razgovara na telefon. Pogled joj šeta- gleda u pod pa oko sebe. Kruži u malom luku, pa stoji na mjestu.

Jedna mlada djevojka (subjekt 154) stoji na tramvajskoj stanici sa slušalicama u ušima te povremeno tipka po zaslonu mobitela.

Iz tramvaja izlazi djevojka (subjekt 155) sa slušalicama u ušima i mobitelom u ruci. Brzo hoda i odlazi s trga.

Uočavam još ljudi koji tipkaju po mobitelu dok stoje na tramvajskoj stanici. Neki također imaju slušalice u ušima.

Jako je vruće, tako da se ljudi većinom zadržavaju na dijelovima trga gdje je hlad.

Uočavam još par ljudi koji ubrzano hodaju, dok razgovaraju na mobitel.

Dvojica muškaraca (subjekt 156 i 157) stoje na tramvajskoj stanici, izravno komuniciraju, a povremeno pogledavaju u mobitele u ruci.

Dvojica mladića (subjekt 158 i 159) prolaze trgom na biciklima. Obojica u ušima imaju bežične slušalice, ali i jedan drugom nešto dovikuju.

Ne uočavam puno ljudi kojima se negdje žuri.

Trg bana Josipa Jelačića, ponedjeljak, 10. lipnja 2019., 15.40 sati – 16.30 sati

Tramvajske stanice su u hladu. Mase ljudi stoje i sjede na stanicama na trgu u oba smjera.

Dosta ljudi užurbano prolazi trgom s mobitelom na uhu te gledaju pred sebe.

Djevojka (subjekt 160) hoda sa slušalicama u ušima, i priča na telefon.

Pokraj mene prolazi djevojka (subjekt 161) sa slušalicama a glazba je toliko glasna da ju i ja čujem.

Dva čovjeka (subjekt 162 i 163) polagano hodaju trgom. Jedan vadi mobitel iz džepa i pogledava u njega na tren pa drugom muškarcu govori „ne javlja on ništa“ – te nastavljaju dalje hodati.

Prolazeći tramvajskom stanicom uočavam desetak ljudi koji tipkaju po mobitelu dok čekaju tramvaj (subjekt 164-173).

Muškarac i žena (subjekt 174 i 175) stoje okrenuti jedno drugom. Žena priča na telefon, a muškarac tipka na mobitel.

Dvije djevojke (subjekt 176 i 177) stoje na trgu i izrazno komuniciraju. Jedna tipka po zaslonu mobitela pa ga sprema nakon par sekundi u torbu. Cijelo to vrijeme izravno komuniciraju.

Na središtu trga vrućina, nema hlada. Jedino kip konja pravi mali hlad pa je tu mjesta za par osoba kako bi sjele i sakrile se od sunca. Riječ je o tri žene (jedna starija i dvije mlađe) (subjekt 178-180). Dvije mlađe tipkaju na mobitel, a onda jedna od njih dvije ustaje i odlazi ususret djevojci koja dolazi na trg. Nedugo zatim i druga mlađa žena ustaje i maše rukom prema ženi koja dolazi na trg i odlazi u njenom pravcu.

Na sred trga kruži mladić (subjekt 178) dok priča na mobitel. Gleda u pod- prestaje pričati i sprema mobitel u džep i nastavlja kružiti.

Mnogo ljudi tipka na mobitele i dok stoji na trgu i dok prolaze trgom, baš kao što i telefoniraju.

Za vrijeme boravka na trgu uočeno je još 4 muškarca (subjekt 179-182) koja pričaju na telefon, a čak 19 žena (subjekt 183-201). Isto tako uočeno je i 17 osoba sa slušalicama u ušima (subjekt 202-218).

Trg bana Josipa Jelačića, srijeda, 12. lipnja 2019., 17.00 sati – 18.00 sati

Na tramvajskim stanicama na trgu hlad je potražilo mnoštvo ljudi. Mnogi pričaju na telefon. Neki sjede na stepenicama, gledajući oko sebe ili tipkajući po mobitelu.

Uočavam 4 žene (subjekt 219-222) koje telefoniraju. Stoje na mjestu i pričaju, no znaju ponekad kružiti u malom luku, ili se pomaknuti korak naprijed ili nazad.

Jedna žena (subjekt 223) stoji sa slušalicama u ušima i priča na telefon te gleda oko sebe. Uskoro uočavam još jedan ovakav slušaj, isto žena.

Žena (subjekt 224) drži mobitel u ruci, slušalice u ušima. Njiše se gotovo u nekom ritmu i poskakuje.

Uočavam mnogo ljudi koji prolaze trgom s mobitelom u ruci, čak i kad ga ne koriste.

Uočavam mladića (subjekt 225) sa slušalicama u ušima i mobitelom u ruci. Priča na telefon i kruži po trgu, a zatim ubrzano odlazi s trga.

Muškarac (subjekt 226) stoji i gleda oko sebe, te drži mobitel na uhu. Dok priča, kruži u malom luku. Kad prekine razgovor, stoji na mjestu i tipka po zaslonu mobitela. Zatim tipka i hoda gore-dolje.

Mnogi hodaju trgom dok istovremeno tipkaju na mobitel. U turnusima dižu pogled sa zaslona i tipkaju po zaslonu.

Uočavam još jednu ženu (subjekt 227) koja razgovara na telefon dok ima slušalice u ušima.

Na tramvajskom stajalištu stoji muškarac (subjekt 228), a u ušima ima slušalice. Gleda u daljinu, ne pomiče se.

Dvije žene i jedan muškarac (subjekt 229-231) također stoje na tramvajskom stajalištu te izravno pričaju. Jedna od žena lista i tipka po zaslonu mobitela dok cijelo vrijeme razgovaraju.

Dvije žene (subjekt 232 i 233) stoje na trgu te izravno komuniciraju, a za cijelo to vrijeme jedna tipka po zaslonu, te ponekad pogledava u drugu ženu s kojom razgovara.

Dvije djevojke (subjekt 234 i 235) stoje dok jedna drugoj pokazuje nešto na zaslonu mobitela. Izravno komuniciraju.

Muškarac (subjekt 236) hoda s mobitelom u ruci, a onda se iznenada zaustavlja i tipka po zaslonu. Dolazi tramvaj, pa on diže pogled s mobitela i ulazi u tramvaj.

Na središtu trga nema hlada, neki ljudi užurbano prolaze sredinom trga. Kip konja s banom pravi mali hlad pa mali broj ljudi (6) (subjekt 237-242) sjedi na stepenici ispod kipa. Žena koja sjedi na rubu tipka po mobitelu.

Dva mladića (subjekt 243 i 244) hodaju jedan pokraj drugog, a oba tipkaju po mobitelu, ne pričaju međusobno, povremeno dižu pogled sa zaslona da vide put ispred sebe.

Tri djevojke (subjekt 245-247) dolaze iz suprotnog smjera od dva mladića, hodajući jedna pokraj druge. Izravno komuniciraju, a jedna u ruci drži mobitel u koji povremeno pogledava. Na zaslonu ima otvorenu kartu grada.

Djevojka (subjekt 248) polagano hoda središtem trga. Tipka po zaslonu te povremeno diže pogled.

Muškarac (subjekt 249) vozi bicikl po središtu trga, a onda usporava i vadi mobitel iz džepa. Pogledava na ekran nekoliko sekundi, onda ponovno spremi mobitel i nastavi dalje brže voziti.

Na središtu trga stoji starija (subjekt 250) žena te se koristeći selfie štapa slika ispred kipa pa odlazi.

Za vrijeme opservacije, uočeno je još 12 osoba (subjekt 251-262) sa slušalicama u ušima.

Trešnjevački trg, četvrtak, 6. lipnja 2019., 17.30-19.00 sati

Trešnjevački trg smješten je na križanju mnogih ulica kojima prolaze i nogostupi i kolnik, ali i tramvajska pruga. Najveći otvoreni prostor za pješake na trgu je onaj ispred Trešnjevačke tržnice, gdje su smješteni i manji cvjećarski obrti kao i par kafića. Na otvorenom prostoru postavljene su klupe u dva 'o' oblika. Jedan 'o' oblik smješten je oko male fontane s kamenom i ta klupa nalazi se bliže tramvajskoj stanici, a nedaleko od toga drugi 'o' oblik klupe u čijem je središtu zasađeno drvo.

Trg je gotovo pust. Na klupi sjedi čovjek (subjekt 1) prosijede kose. Pokraj drvene klupe je solarna klupa na koju je odložio svoju kavu i svoj mobitel. Nakon par minuta uzima mobitel u ruke. Drži ga objema rukama i koristi oba palca za tipkanje. Pretpostavljam da igra igrice. Ne diže pogled s mobitela oko pet minuta. Zatim odlaže mobitel, a nakon nekog vremena opet igra igrice. Na trgu je bio oko 40 minuta, zatim ustaje s klupe i odlazi.

Trgom prolazi žena (subjekt 2) s vrećicama u jednoj ruci, a mobitelom na uhu. Gleda ravno ispred sebe.

Užurbano nailaze dvije djevojke (subjekt 3 i 4) jedna iza druge. Obje gledaju u mobitel pa u prostor ispred sebe.

Stariji muškarac (subjekt 5) priča na mobitel, gledajući ispred sebe te užurbano odlazi s trga. Prolaze ljudi na biciklu.

Dvije žene (subjekt 6 i 7) prolaze trgom, jedna tipka na mobitel i odjednom naglo zastaju. Zatim obje gledaju u jedan mobitel. Tada i druga uzima svoj mobitel iz džepa i gleda u njega. Kreću dalje i odlaze s trga.

Muškarac i žena (subjekt 8 i 9) stoje na trgu. Muškarac gleda u mobitel. Zatim oboje kreću dalje, ali odmah i stanu. Opet muškarac gleda u mobitel, ali sada oboje međusobno pričaju. Muškarac gleda u zaslon, a zatim pokazuje prstom u suprotnom smjeru od onog iz kojeg su došli. Tada kreću prema pješačkom prijelazu te napuštaju trg.



Na klupu na trgu ispred tržnice dolazi muškarac (subjekt 10) po izgledu srednje dobi, prosijed. Sjeda i vadi mobitel iz džepa. Naslanja ruke na koljena te drži mobitel u desnoj ruci. Dugo čita nešto na zaslonu, ne dižući pogled. Sjedi dosta blizu muškarca koji pije kavu i igra igrice. Za par minuta ustaje se i odlazi s trga.

Trgom prolazi mladi muškarac (subjekt 11). U lijevoj ruci drži bocu mlijeka, a desnom mobitel na uhu. Gleda pred sebe te odlazi s trga.

Na klupu sjeda djevojka (subjekt 12), s druge strane od dvojice muškaraca. Ubrzo do nje dolazi mladić, izmjenjuju poljubac te zajedno odlaze s trga. Kroz par minuta ponovno prolaze trgom.

Djevojka (subjekt 13) dolazi do klupa na trgu, stavlja mobitel pred oči i spušta glavu. Stala je dosta blizu djevojke koja sjedi na klupi. Par minuta ne diže pogled sa zaslona mobitela, a zatim odlazi s trga.

Ćelavi muškarac (subjekt 14) dolazi na trg pričajući na mobitel. Kruži na trgu pa zastaje. Cijelo vrijeme gleda pred sebe. Kad završi razgovor krene hodati gledajući u mobitel kojeg drži nisko ispred sebe, u visini struka, te tako odlazi s trga.

Dvije žene (subjekt 15 i 16) polagano dolaze na trg razgovarajući. Jedna odlazi do bankomata, a druga vadi mobitel iz džepa te saginje glavu i lista po zaslonu mobitela. Ubrzo mobitel sprema u džep te obje žene zajedno nestaju s trga.

Mladić (subjekt 17) prolazi trgom, u ruci mu je mobitel te raspetljava slušalice.

Dvojica muškaraca (subjekt 18 i 19) skupa dolaze na trg. Jedan u ruci ima mobitel u koji gleda, a drugi drži pecivo. Prvi se zaustavlja i tipka na mobitel. Zatim i drugi zastaje korak ispred njega te vadi mobitel iz džepa te ga stavlja u visinu pogleda. Gleda u njega pa se javlja na telefon. Nakon par sekundi poklapa. Tada prvi prestaje gledati u mobitel pa se sad nastavljaju kretati. Uskoro zastaju kod klupa. Međusobno pričaju, a prvi ponekad pogledava na mobitel. Nakon dvije minute odlaze s trga.

Uočavam ljude koji brzo prolaze trgom s mobitelima u rukama, čak i ako ne gledaju u njih.

Mladić (subjekt 20) polagano prolazi trgom, mobitel drži u obje ruke, cijelo vrijeme pogled mu je usmjeren prema dolje, te uopće ne gleda pred sebe.

Kod klupa na trgu nailazi muškarac gledajući u mobitel (subjekt 21). Zastane kada počne tipkati na mobitel. Kad prestane tipkati diže pogled i pomiče se za jedan korak tako da je sada još bliže klupi. Lista zaslon mobitela te ne diže pogled, i tako otprilike dvije minute, a onda sprema mobitel u džep te se udaljava s trga.

Pješački prijelaz kod trga – uočavam ljude koji gledaju u svoje mobilne uređaje pa prelaze pješački prijelaz kad se upali zeleno svjetlo na semaforu.

Prolazi mladić (subjekt 22) na biciklu sa slušalicama u ušima.

Klupa na trgu sada je opet prazna, ali nailazi djevojka (subjekt 23) koja sjeda s mobitelom u ruci te počinje tipkati. Uskoro odlaže mobitel i diže pogled.

Na trg dolazi žena srednje dobi (subjekt 24), te zastaje s mobitelom u ruci kojeg podiže tako da može uslikati natpis „tržnica Trešnjevka“, a zatim odmah odlazi s trga.

Do klupe dolazi još jedna žena (subjekt 25) te sjeda na suprotnu stranu kruga kojeg čine klupe od prve žene. Gleda u mobitel. Za jednu minutu se diže, tipka na mobitel te ga stavlja na uho i odlazi s trga.

Žena (subjekt 26) užurbano prolazi trgom, povlači prst po zaslonu mobitela, te cijelo vrijeme gleda u njega a zatim silazi s povišenog dijela betona. Gledajući u mobitel, stavlja ga na uho, a pogled joj je i dalje sagnut prema dolje te se vrlo vješto kreće prostorom trga.

Žena (subjekt 27) dolazi na trg dok na desnom uhu drži mobitel. Polagano hoda. Odjednom zastaje na pet sekundi. Zatim napravi korak naprijed, pa korak nazad pa onda počne kružiti. Zatim se vraća na pola puta iz smjera odakle je došla. Stalno kruži. Jednom rukom drži mobitel na uhu dok joj je druga ruka u kosi. I dalje kruži, no sada praveći veći krug. Nakon pet minuta završava poziv te užurbano odlazi s trga.

Stariji muškarac (subjekt 28) sjeda na klupu i puši. Za tri minute vadi mobitel iz džepa ruksaka i gleda u njega. Nakon nekog vremena se ustaje i odlazi.

Dolazi djevojka (subjekt 29) te sjeda između muškarca i druge djevojke koja već duže vrijeme ovdje sjedi. Tipka po mobitelu, ali joj pogled često svraća na okolinu. Zatim naziva nekog te razgovara sjedeći na klupi. Pogled joj luta trgom pa prekida razgovor koji je trajao dosta

kratko te mobitel drži u objema rukama na koljenima. Djevojka desno od nje ustaje i odlazi nakon što je na klupi na trgu provela bar 30 minuta.

Muškarac (subjekt 30) stoji na trgu okrenut prema klupi i u njenoj neposrednoj blizini. Pogled mu je spušten jer u ruci drži mobitel, i tako dvije minute ne diže pogled. Zatim sprema mobitel u džep i odlazi.

Za vrijeme promatranja na trgu je još uočeno troje ljudi koji užurbano hodajući i prolazeći trgovom razgovaraju na mobitel. Isto tako, uočeno je 11 osoba sa slušalicama u ušima.

Trešnjevači trg, petak, 7. lipnja 2019., 10.00-11.00 sati

Nalazim se kod klupe na trgu gdje je kafić, kiosk trgovina i tramvajska stanica. Klupa je u hladu.

Uočavam staricu (subjekt 45) na klupi s hrpom vrećica te nekoliko novina u rukama. Mirno sjedi. Ustaje s klupe kad naiđe tramvaj i ulazi u njega.

Na klupi također sjedi djevojka (subjekt 46) koja u jednoj ruci drži mobitel, a u drugoj pecivo. Pogled joj je na zaslonu mobitela te ga uopće ne diže, a u isto vrijeme grize pecivo bez da odvraća pogled s mobitela.

Kraj nje dolazi jedna starija žena (subjekt 47), sjeda na klupu i iz torbice vadi mobitel. Stisne dvije tipke, a gleda u zaslon par sekundi, a onda ga opet odlaže u torbicu te pali cigaretu i puši. Za kratko vrijeme odlazi.

Djevojka (subjekt 48) dolazi do prostora klupe, gleda ispred sebe dok u desnoj ruci drži mobitel, a ima i slušalice u ušima. Pogledava na uređaj koji obavještava o dolasku tramvaja pa pogleda u mobitel te nastavi hodati, ne zadržavajući se na tramvajskoj stanici.

Uočavam da mnogi ljudi koji se zadržavaju na trgu nisu mladi i da toliko ne koriste mobitele.

Tik do klupa je kiosk trgovina. Starica (subjekt 49) dolazi do kioska te kupuje novine, a zatim odlazi na tramvaj. Isto tako, muškarac (subjekt 50) po izgledu srednjih godina dolazi do kioska, a istovremeno priča na mobitel. Razgovara s prodavačem pa odlazi nastavljajući pričati na mobitel.

Odmah za njim na kiosk dolazi žena (subjekt 51) koja također priča na telefon. I ona nakon što obavi kupnju nastavi hodati i pričati na telefon.

Kod trga se zaustavlja tramvaj. Izlaze brojni ljudi, a neki od njih pričaju na telefon, gledajući pred sebe te odlaze preko trga u smjeru tržnice. Riječ je o jednoj ženi i dva muškarca (subjekt 52, 53, 54), svi po izgledu srednjih godina.

Dolazi još jedan tramvaj, iz kojeg po izgledu izlazi muškarac srednjih godina (subjekt 55) sa slušalicama u ušima i mobitelom u ruci. Žuri se i pokušava zaobići spore pješake, gledajući pred sebe, što mu i uspjeva.

„Molim? Evo me tu kod sata“, govori muškarac (subjekt 56) u svoj preklopni mobitel jurećim korakom prolazeći pokraj klupa na trgu. Odlazi s trga gledajući oko sebe.

Sijedi muškarac (subjekt 57) s naočalama na trgu kupuje novine Večernji list. Staje na sred prolaza između kioska i klupe, pogledava na naslovnu stranu. Zatim novine mota, počinje hodati i sprema ih u desni stražnji džep hlača i odlazi s trga.

Tri djevojke (subjekt 58, 59, 60), sa školskim torbama na leđima, stoje na trgu. Sve tri u rukama drže po mobitel. Međusobno razgovaraju, no s vremena na vrijeme pogledavaju na mobitele. Usporedno se odvija izravna komunikacija i upotreba mobitela.

Dvije žene (subjekt 61 i 62) nailaze trgov, jedna drži mobitel u ruci, dok ima slušalice oko vrata. Druga ju žena zaustavlja i ispituje o promjeni mobilnog operatera. Zanima ju gdje se može prebaciti na drugu željenu mrežu. Žena s mobitelom joj govori o svom iskustvu s tom mrežom. Nakon dvije minute, žene se razilaze.

Starija žena (subjekt 63) dolazi do klupe na trgu- odlaže vrećice dok drži mobitel na uhu i razgovara. Pogled joj je većinom usmjeren u daljinu ispred nje, a ponekad pogledava na svoje vrećice pune namirnica s placa. Nakon pet minuta razgovora kupi vrećice i odlazi s trga, a mobitel je spremila u vrećicu.

Stara žena (subjekt 64) došepava do klupe. U prozirnoj vrećici drži Večernji list. Drugu vrećicu odlaže na klupu pa novine strpa u nju te šepavim hodom odlazi do tržnice.

U 10 sati i 30 minuta klupa je po prvi put prazna otkako sam došla, zato se selim na drugu klupu.

Uočavam malo ljudi na mobitelu ili s novinama.

Djevojka (subjekt 65) dolazi od tramvajskog stajališta, ima slušalice u ušima i mobitel u ruci, a pogled joj je sagnut tako da gleda u zaslon mobitela. Proučavam njen brz hod dok tipka po mobitelu. Kad prođe 5-6 sekundi kako tipka po mobitelu, diže pogled tako da gleda ispred sebe i to traje jednu sekundu, pa onda opet spušta pogled na zaslon i tipka dalje. Ovo ponovi još 2 puta, a onda već napušta trg.

Mlada žena (subjekt 66) dolazi s tržnice, mobitel joj je na uhu, a drugom rukom gura dječja kolica u kojima je mali dječak. Žena gleda ispred sebe dok pozdravlja osobu s kojom priča preko telefona pa sprema mobitel u torbu koja visi na kolicima i odlazi s trga preko pješačkog prijelaza.

Po izgledu mladi muškarac (subjekt 67) dolazi s tržnice. U jednoj ruci drži puno vrećica, a drugom gleda u mobitel. Prije pješačkog prijelaza zastaje. Usmjerava glavu prema dolje tako da gleda u zaslon mobitela, a nakon 3 sekunde počne hodati i diže glavu te prelazi cestu.

Dva mladića (subjekt 68 i 69) sa školskim torbama na leđima hodaju skupa. Jedan gleda pred sebe, a drugi u zaslon na mobitelu po kojem tipka te ne diže pogled. Tako odlaze s trga, razmjenivši par riječi međusobno.

Starija gospođa (subjekt 70) nailazi s tržnice. Na ramenu nosi torbu, a u ruci vrećicu. Zastaje, tipka po mobitelu koji joj je bio u ruci, a onda opet kreće hodati i dalje gledajući u zaslon. Nakon tri koraka, opet zastaje, usred prolaza i ponovno tipka na mobitel. Tako pet sekundi pa sprema mobitel u torbu i odlazi s trga.

Mladić (subjekt 71), po izgledu tinejdžer, dolazi na trg prelazeći pješački. U ušima ima bežične slušalice, a u ruci mobitel. Među drugim ljudima koji prelaze cestu na pješačkom prijelazu dosta se dobro snalazi i izbjegava sudaranje iako mu je pogled usmjeren prema dolje jer stalno gleda u zaslon mobitela. Kada prođe gužvu i dalje gleda u zaslon i gotovo uopće ne skreće pogled na prostor ispred sebe.

Na klupu na trgu dolaze muškarac i žena (subjekt 72 i 73), po izgledu srednjih godina. Sjedaju ispred solarne klupe a zatim vade punjače i spajaju mobitele na klupu kako bi im se napunili. Muškarac me priupita za pomoć jer se svojim mobilnim uređajem ne može priključiti na javnu gradsku internet mrežu. Ne uspijevam mu pomoći iako pokušam.

Trešnjevački trg, subota, 8. lipnja 2019., 11.20 sati – 12.00 sati

Na trgu je gužva. Sjedim na klupi kod tramvajskog stajališta. Drvo pravi hlad za većinu klupe. Ljudi prolaze obično s rukama punim vrećica. Muškarac (subjekt 74) dolazi s pješačkog i sjeda na klupu. U ruci ima mobitel, a u ušima slušalice. Priča na telefon. Čujem kako govori da je na placu. Pogled mu je većinom usmjeren u pod. Nakon par minuta ustaje i odlazi, i dalje priča na telefon.

Žena (subjekt 75) prolazi trgom sa slušalicama u ušima. Gleda pred sebe.

Žena (subjekt 76) dolazi na trg s pješačkog prijelaza. Glasno priča na telefon i prolazi dalje, gledajući pred sebe.

Iza nje prolazi muškarac (subjekt 77) koji čini isto.

Žena (subjekt 78) sjeda na klupu, vadi mobitel iz torbe i tipka. Uskoro odlazi.

Uočavam i ljude koji samo užurbano prolaze trgom, a u ruci imaju mobitel.

Žena (subjekt 79) koja sjedi na klupi javlja se na poziv, diže se i odlazi s klupe pričajući na mobitel.

Muškarac (subjekt 80) stoji na tramvajskom stajalištu, priča na telefon. Cijelo vrijeme pogled mu leti okolo. Stoji pa hoda gore-dolje.

Žena (subjekt 81) s vrećicom u ruci staje usred prolaza, odlaže vrećicu na pod te tipka po mobitelu. Stavlja ga na uho te potihom razgovara oko 1 minutu, a zatim uzima vrećicu i odlazi.

Na klupu sjedaju 4 mladića (subjekt 82, 83, 84 i 85). Dvojica imaju mobitel u rukama pa tipkaju. Sjede na klupi oko 2 minutu. Čuje se dolazak tramvaja što jednog mladića natjera da digne pogled. Govori francuski ostatku mladića pa svi ustaju i ulaze u tramvaj.

Klupa je stalno zauzeta na djelovima gdje je hlad. Potpuni neznanci sjedaju jako blizu jedni drugima samo kako bi bili u hladu.

Na tramvajskom stajalištu uočavam da dosta ljudi drži mobitel u rukama te da ponekad pogledavaju na zaslon. Neki u turnusima i tipkaju pa ga samo drže u ruci.

Mlada djevojka (subjekt 86) dolazi na trg s pješačkog prijelaza. U ušima ima slušalice, a u ruci mobitel po kojem lista. Nakon sedam sekundi diže pogled, a onda ga brzo spušta natrag na zaslon. Odlazi s trga.

Muškarac i žena (subjekt 87 i 88) skupa hodaju s tržnice i prolaze trgom. Žena priča na mobitel, a muškarac gleda oko sebe.

Žena (subjekt 89) neodlučno hoda trgom, kružeći dok razgovara.

Na trgu ispred cvjećarnice stoje dvije žene (subjekt 90 i 91). Jedna tipka po mobitelu pa zatim zaslon okreće drugoj ženi koja se pomiče kako bi bolje vidjela zaslon. Zatim izravno komuniciraju. Zatim ta žena drugim ljudima ispred cvjećarnice također pokazuje nešto na zaslonu pa svi međusobno razgovaraju.

Trešnjevački trg, subota, 8. lipnja 2019., 18.30 sati – 19.30 sati

Trg je pust. Sve klupe su prazne, osim jedne na kojoj sjede stariji čovjek i žena (subjekt 92 i 93). Žena u rukama drži novine i olovku- njih dvoje razgovaraju i ispunjavaju križaljku. Ispred žene je torba na kotačiće.

Na trgu su dva bankomata. Uočavam pet (subjekt 94-98) ljudi koji ih koriste. Osim toga, trg je prazan.

Tada nailazi sijedi muškarac (subjekt 99) koji u ruci drži Jutarnji list i brzo prolazi trgom.

Trgom prolazi još jedan muškarac (subjekt 100), gleda pred sebe, mobitel drži na uhu, no ništa ne govori. U ruci drži kutiju lijekova.

Uočavam da je većina ljudi koja je prošla trgom do ovog trenutka (otkad sam počela promatrati) zapravo došla do bankomata, a onda odmah otišla s trga.

Uočavam prvu osobu koja prolazi trgom sa slušalicama u ušima, ubrzano hoda te gleda pred sebe. Riječ je o muškarcu (subjekt 101).

Žena (subjekt 102) dolazi na trg s pješačkog prijelaza te priča na telefon.

Uočavam mladića i djevojku (subjekt 103 i 104) sa slušalicama u ušima. Djevojka ima samo jednu slušalicu u uhu, a mladić se vozi na skejtbordu, dok djevojka svoj nosi pod rukom. Prelaze preko pješačkog prijelaza i odlaze s trga.

Starija žena i muškarac (subjekt 105 i 106) prolaze trgom do pješačkog prijelaza. Žena gleda na sekundu u preklopni mobitel pa ga zatvara, usporavajući, tako da je korak iza muškarca. On okreće glavu prema njoj pa ona ubrzava zaklapajući svoj mobitel i skupa odlaze s trga.

Mlada djevojka (subjekt 107) silazi s tramvaja i sprema slušalice i mobitel u džep. U susret joj dolazi druga mlada djevojka te se grle pa skupa odlaze.

Žena (subjekt 108) dolazi do klupe na trgu i javlja se na mobitel. „Tu sam, tu kod klupe“, zastaje ispred klupe, glavom gleda okolo zatim odlazi do pješačkog prijelaza, prekida razgovor i odlazi s trga.

Djevojka i mladić sa skejtbordima se vraćaju na trg i čekaju u redu za bankomat.

Na klupu dolazi i sjeda žena (subjekt 109). Tipka po mobitelu pa ga stavlja na uho. Dok priča na telefon gleda oko sebe. Dugo sjedi i priča na telefon.

Trgom polagano prolazi muškarac (subjekt 110) po izgledu srednjih godina. Gleda uokolo i hoda polako dok priča na mobitel. Zastaje na sred prolaza i stoji, ali se okreće na mjestu tako da nije skroz miran. Zatim prekida razgovor te odlazi do pješačkog prijelaza. U rukama drži novine pa gleda u njih i presavija ih. Ne bih rekla da ih čita, već samo gleda u njih jer radnja traje jako kratko. Zatim ne prelazi cestu već odlazi u smjeru iz kojeg je došao.

Na drugoj klupi sjedi žena (subjekt 111) te razgovara na mobitel. Dolazi tramvaj pa se ustaje i ulazi u njega.

I djevojka i mladić sa skejtbordima sada sjede na klupi. Djevojka priča na telefon, a mladić sjedi pokraj nje. Zatim ustaju i ponovno odlaze s trga.

Na klupu dolazi muškarac, po izgledu mlad (subjekt 112), sendvič ima u jednoj ruci, a u drugoj ima mobitel. Naizmjenice grize sendvič i lista po zaslonu mobitela. Kad pojede sendvič, sprema i mobitel u džep te gleda oko sebe. Ustaje i odlazi do tramvajskog stajališta pa opet tipka po mobitelu. Tramvaj dugo ne dolazi. Mladić se vraća na klupu i nastavlja tipkati i listati po zaslonu.

Na klupu do njega sjedaju druga dva mladića (subjekt 113 i 114). Prije nego sjednu, oba vade mobitel iz džepa. Izravno komuniciraju, a mobitele drže u rukama. I kada počnu listati po zaslonu i dalje međusobno pričaju.



Na tramvajsku stanicu dolazi mladić (subjekt 115). U ušima ima slušalice. Tipka po mobitelu, nekoliko minuta pa ga sprema u džep.

Trešnjevački trg, nedjelja, 9. lipnja 2019., 12.45 sati – 13.30 sati

Na trgu je vrućina. Klupe su zauzete samo tamo gdje je hlad. Žena (subjekt 116) koja sama sjedi na klupi tipka po mobiteli.

Druga žena (subjekt 117) na tramvajskoj stanici priča na telefon vrlo kratko pa sprema mobitel u torbu.

Dolazi tramvaj i klupe su prazne jer svi ulaze u tramvaj.

Zatim dolazi žena (subjekt 118), ruke su joj pune vrećica pa ih odlaže na klupu. U ruci joj je mobitel, pa tipka par sekundi po zaslonu, kupi vrećice i odlazi s trga.

Muškarac (subjekt 119) dolazi do tramvajske stanice i priča na telefon. Dolazi tramvaj te on ulazi unutra, i dalje priča na mobitel.

Stariji muškarac (subjekt 120) kupuje novine 24 sata na kiosku. Dolazi do klupe te brzo prelistava prve dvije stranice, pogled mu pleše preko tih stranica. Zatvara novine te preletava očima preko zadnje stranice, onda novine sprema u torbu i odlazi.

Žena (subjekt 121) dolazi na klupu i sjeda. U jednoj ruci drži pecivo, a u drugoj mobitel. Izmjenično grize pecivo i lista po zaslonu mobitela. Zatim ju netko zove pa se javlja. Razmjenjuje par riječi na mobitel, pa poklapa i nastavlja listati po zaslonu. Nedugo zatim diže se i odlazi.

Na klupi sjedi čovjek po izgledu srednjih godina (subjekt 122). Ima slušalice u ušima, puši cigaretu te lista po zaslonu mobitela. Dolazi tramvaj pa on kupi svoje vrećice i ulazi u njega sa slušalicama u ušima.

Uočavam da mnogi u ruci nose mobitel dok prolaze trgom, bili sami ili u društvu, te da se rijetko tko zadržava na trgu, osim onih koji očekuju tramvaj.

Trg je gotovo pust. 13 sati i 15 minuta je. Svakih par minuta otprilike prođe osoba trgom. Ne uočavam upotrebu medija.

Trešnjevački trg, utorak, 11. lipnja 2019., 16.00 sati – 17.00 sati

Na trgu se ne zadržava puno ljudi, osim na tramvajskoj stanici.

Ljudi užurbano prolaze, neki u rukama drže mobitele. U hladu na klupi na sredini trga sjede dvije žene (subjekt 123 i 124). Obje tipkaju po zaslonu mobitela. Ne sjede blizu jedna druge. U turnusima gledaju oko sebe i u mobitel. Ne zadržavaju se dugo.

Starija žena (subjekt 125) sjede kose priča na mobitel i dolazi na trg. Uočava tramvaj pa pokušava pretrčati. Ipak zastaje i prekida razgovor. Nastavi hodati, ali ne stigne na tramvaj.

Djevojka (subjekt 126) prolazi trgom, a drži mobitel na uhu. Gleda pred sebe, brzo odlazi s trga.

Muškarac (subjekt 127) prelazi pješački i dolazi na trg sa slušalicama u ušima, većinom pogleda usmjerenog u pod.

Žena (subjekt 128) dolazi na središte trga, priča na telefon. Kruži po trgu i čujem ju da govori „sad sam došla na Trešnjevački trg“, a zatim odlazi stati u hlad. I dalje priča na telefon. S vremenom se okreće tako da ne gleda skroz u istom smjeru. Nakon jedne minute pomiče se tako da stoji par metara dalje, a onda uskoro krene hodati i odlazi s trga. Ubrzo se vraća na trg, i dalje s telefonom na uhu. Kruži i razgovara, no sada gleda u pod, a u turnusima pogledava pred sebe. Hoda gore-dolje. Za par minuta završava razgovor pa staje pred bankomat i diže novce. Zatim odlazi.

Na klupi kod tramvajske stanice u hladu sjedi žena (subjekt 129) i drži mobitel u ruci. Tipka po zaslonu pa primiče mobitel uhu, ali ga ne stavlja na uho kao što je običaj kod telefoniranja, već kod preslušavanja glasovnih poruka. Drži ga tako par sekundi pa onda počne ponovno tipkati.

Žena (subjekt 130) dolazi do bankomata s mobitelom na uhu. Podiže novce, a istovremeno ramenom pridrži mobitel na uhu. Zatim odlazi.

Žena, srednjih godina po izgledu (subjekt 131), dolazi na biciklu na trg, sa slušalicama u ušima. Zaustavlja se pred bankomatom. Skida slušalice s ušiju, a kad završi s bankomatom vraća slušalice u uši i odlazi na biciklu.

Mladić (subjekt 132) prolazi trgom. Gleda u zaslon mobitela, povremeno diže pogled pred sebe i odlazi s trga.

Muškarac (subjekt 133) prolazi trgom razgovarajući na mobitel, staje na semaforu na pješačkom prijelazu i gleda oko sebe. Pali se zeleno svjetlo pa odlazi.

Žena (subjekt 134) dolazi do klupe kod tramvajske stanice. Odlaze torbu na klupu pa tipka po mobitelu. Ubrzo odlazi i više ne gleda u mobitel.

Na klupi blizu tramvajske stanice sjedi troje mladih ljudi (subjekt 135, 136, 137). Riječ je o dvije djevojke i mladiću. Jedna od djevojaka priča na telefon i ubrzo se ustaje i odlazi. Druga djevojka i mladić oboje tipkaju po mobitelu, rijetko dižu pogled sa zaslona. Čuje se da dolazi tramvaj pa oboje naglo dižu pogled s mobitela i odlaze na tramvaj.

U međuvremenu dolazi još jedan mladić (subjekt 138) s mobitelom u ruci. Sjeda na klupu i tipka po zaslonu mobitela. Ubrzo stavlja mobitel na uho, ali odmah i spušta. Ponovno tipka i ponekad se obazire na okolinu dižući pogled.

Uočavam da mnogi ljudi koji prolaze trgom drže mobitel u ruci.

Žena srednjih godina po izgledu (subjekt 139) dolazi do klupe pričajući na mobitel. Odlaze torbu, pozdravlja osobu na telefonu i sprema mobitel u džep torbe i odlazi.

Žena (subjekt 140) dolazi na trg, priča na telefon. Sjeda na klupu.

Muškarac (subjekt 141) prolazi trgom, gleda pred sebe i priča na telefon.

Na tramvajskoj stanici stoji muškarac (subjekt 142) i tipka po zaslonu mobitela pa lista i tako naizmjenice.

Žena (subjekt 143) sjedi na klupi pa poziva nekog na telefon. Gleda pred sebe i priča na telefon.

Djevojka (subjekt 144) sjeda na klupu, otvara knjigu te rukama naslonjenima na koljena čita. Zatim stavlja knjigu na koljena pa nastavi čitati. Ustaje s klupe, provjerava kada dolazi tramvaj pa sjeda nazad na klupu i opet čita. Kada dođe tramvaj, ustane se i ode s knjigom pod rukom.

Djevojka (subjekt 145) s mobitelom u ruci sjeda na klupu pa tipka i lista po zaslonu. Odlazi na tramvaj kada on dođe na tramvajsku stanicu.

Trešnjevački trg, srijeda, 12. lipnja 2019., 16.00 sati – 16.40 sati

Na trgu nije gužva. Ljudi se najviše i najdulje zadržavaju na tramvajskoj stanici očekujući tramvaj.

Mladić (subjekt 146) sjedi na kraju klupe te tipka po mobitelu. Ne diže pogled dugo vremena. Zatim iz torbe vadi slušalice pa ih stavlja u uši. Sjedi još kratko pa dolazi tramvaj i mladić odlazi.

Još jedna žena (subjekt 147) radi slično.

Oslobađa se mjesto u hladu na klupi pa dolaze novi ljudi, a dolaskom tramvaja većinom se izmjenjuju ljudi na klupi. Uočavam dosta ljudi koji u ruci drže mobitel dok prolaze trgovom.

Djevojka (subjekt 148) priča na mobitel i hoda trgovom. Iza nje naglo koči biciklist, no ona ne trza i ne obazire se već i dalje hoda ravno i priča.

Na klupi sjedi žena (subjekt 149) i telefonira.

Trgom prolazi mladić, u jednom uhu ima slušalicu, a na drugom uhu mobitel. Drugu slušalicu drži u drugoj ruci. Gleda pred sebe i ravno hoda i odlazi.

Na klupi sjedi djevojka sa slušalicama u ušima (subjekt 150). Spušta pogled i tipka po mobitelu.

Žena (subjekt 151) u ruci drži mobitel, u desnom uhu ima slušalicu. Kupuje novine na kiosku pa se udaljava s kioska i sprema novine u torbu. Stavlja slušalicu i u drugo uho. Sada priča na telefon sa slušalicama u ušima. Sjeda na klupi i dok priča gleda oko sebe. Odlazi s trga tramvajem.

Još jedna žena, po izgledu starija (subjekt 152), dolazi na trg kod tramvajske stanice. Priča na telefon, a onda odlazi provjeriti kada dolazi tramvaj, zatim se vraća i sjeda na klupu. Prekida razgovor nakon jedne minute pa tipka po zaslonu. Ustaje i nakon jedne minute ponovno sjeda. Ponovno razgovara na mobitel.

Djevojka (subjekt 153) užurbano prolazi trgovom sa slušalicama u ušima te priča na telefon. Pogledava na mobitel u hodu i govori „pol pet“ te nastavlja dalje hodati.

Žena (subjekt 154) i dječak sjede na klupi. Dječak jede sladoled, a žena s njim priča i povremeno tipka po zaslonu mobitela.

Djevojka (subjekt 155) užurbano prolazi trgom. Na uhu drži mobitel i razgovara. Odjednom se glasno počne prepirati na telefon, ponavljajući ponovno i ponovno istu stvar osobi s kojom telefonira. Ljudi koji su se u to vrijeme zatekli na tramvajskoj stanici kojom je ona prošla djelomično su uspjeli izignorirati ovaj glasni ispad, a neki su čak usmjerili svoje poglede prema njoj te ju pogledom ispratili s trga kojim je brzo prošla.

Na središtu trga nema ljudi. Ponekad prođe neki biciklist ili pješak. Na velikoj klupi nema puno ljudi, osim dva muškarca koja sjede u hladu, ali ne uočavam upotrebu medija. Jedino poneka osoba povremeno dolazi do bankomata na središtu trga.

## 13.2. Intervjui

Trešnjevački trg, petak, 7. lipnja 2019.

Robert, 40 godina, nezaposlen

1. Kako uobičajeno koristite medije dok ste na trgovima? Koristite li javni Wi-Fi? Koje medije koristite češće dok ste na trgu?

Inače ću većinom surfati netom malo da vidim šta se događa vani i u državi i s mojim poznanicima. Koristim javni wi-fi, ali evo trenutno se ne mogu nikako spojiti. Pa dok sam na trgu često je to moj mobilni uređaj i ako dolazim sa ženom nekad skupa gledamo na mobitelu nešto, ili vijesti, video i slično.

2. Ako ne koristite medije dok ste na trgu, što uobičajeno radite?

Sjedim na klupi, znam napuniti mobitel na ovoj solarnoj klupi. Nekad samo sjedim i razmišljam, ili odlazim na plac, a nekad i čekam tramvaj.

3. Kako uobičajeno koristite medije ako nekoga čekate na trgu radi sastanka?

Pa većinom koristim mobitel ako se uspijem spojiti na gradski internet. Provjerim društvene mreže i slično. Zapravo sve zavisi koliko dugo moram čekati. Većinom nisam ja taj koji dugo čeka jer nekad i zakasnim na dogovoreno vrijeme.

4. Kako uobičajeno koristite medije ako čekate tramvaj na trgu?

Zapravo... hm.... znam sjediti na klupi pogotovo sad kad su vrućine ako ima hlada. Onda izvadim mobitel pa se pokušavam spojiti na Wi-Fi od grada i malo prolistati društvene mreže. Ako dobijem poruke na Facebooku, znam na njih odgovarati. Jedino ne pričam na telefon.

5. Možete li mi opisati u kojim situacijama najčešće koristite medije dok ste na trgu?

Na ovaj trg često dolazim jer kod kuće nemam internet, a ni struje, siromašan sam. Mobitel sam jeftino nabavio pa ga ovdje dolazim malo napuniti na ovu klupu (pokazuje na solarnu klupu) jer ne mogu to kod kuće. Onda još jedna dobra stvar je ovaj gradski internet na koji se mogu spojiti, što uvijek činim, ali u zadnje vrijeme imam problema sa spajanjem... hmmm.... morat ću otići u neku trgovinu mobitelima i pitati za pomoć. Ovo nije normalno da se odjednom ne mogu spojiti, ne znam šta se događa.

6. Koliko ste svjesni svog okruženja kada koristite medije na trgu?

Dosta sam svjestan mogu reći.

7. Znači li to da nikad niste potpuno udubljeni u korištenje medija, već ste stalno na oprezu što se događa oko vas?

Pa jesam, dosta gledam oko sebe da vidim što se događa., a često dolazim i sa ženom pa znam da je ona kraj mene.

8. Kada ste u društvu dok ste na trgu, kako to utječe na to kako upotrebljavate medije?

Pa evo, baš sa ženom znam doći tu na klupu, punimo mobitele oboje, zajedno koristimo internet. Zajedno pričamo o tome što vidimo na internetu i... tako najčešće budemo tu.

9. Kada ste u društvu i te osobe koriste mobitele za to vrijeme, što vi tada radite?

Pa znam ženu pustiti da sama gleda što ju već zanima, a ja budem na svom mobitelu ili gledam okolo u ljude ili samo sjedim i razmišljam.

10. Kakva je vaša praksa telefoniranja u javnim prostorima poput gradskih trgova?  
Događa li se da vi inicirate razgovor na telefon s drugom osobom dok ste u društvu češće, ili se češće događa da vas netko nazove dok ste u društvu na trgu?

Nikad ne pričam na telefon dok sam na trgu.

11. Ako koristite slušalice dok ste na trgu, zašto ih koristite?

Držite li slušalice u ušima jako pojačane ili ne, kako biste bili uvijek svjesni svog okruženja?

Ne koristim baš slušalice općenito.

Trg bana Josipa Jelačića, subota, 8. lipnja 2019.

Elliot, 38, turist

1. How do you usually use the media whilst at the square? Do you use public Wi-Fi?

I have taken a few photos of the statue in the middle of the square and I often look up at the random screen above but ermm that doesn't seem to change, ever. I never knew that there was public Wi-Fi available (smije se) thanks for telling me.

Which media do you use at the square more often?

Probably using my phone to take photos.

2. If you do not use media while at the square, what do you do instead?

I think I have taken photos every single time I have been at the square. It always seems to look different... maybe it's the sky at different times of the day.

3. How do you usually use the media if you are waiting to meet up with someone at the square?

I haven't met up with anyone at the square (smije se) it's just me and my wife.

4. How do you usually use the media while waiting for the tram at the square?

Does looking at the tram times on the board count as media?

5. Can you describe the most usual situations in which you use media at the square?

Probably taking photos of the architecture and the statue.

6. How aware of your surroundings are you whilst using media at the square?

Quite aware I think. It's usually not packed at all so there's a lot of open space around.

7. If you are in company whilst at the square, how does it affect the way you use media?

I've asked my wife to take a photo of me beneath the statue.

8. If your company uses their phone while with you at the square, what do you do?

Urm... nothing. I haven't really seen her using her phone much while walking. (žena se smije pa kaže "it's usually you who takes most of the photos").



9. What is your practice of talking on the phone while in public spaces like city squares?

I haven't really had the need to.

What happens more often while at the square— you calling someone on the phone while in company or do other people call you more while you are in company?

Hmm I'm not too sure. I don't know.

10. If you use headphones while at the square, why do you use them?

I don't really use my headphones when I'm out.

Do you keep headphones on low or high volume in order to be aware of your surroundings?

I don't know. That hasn't really crossed my mind.

Trg bana Josipa Jelačića, nedjelja, 9. lipnja 2019.

Jacob, 26, turist

1. How do you usually use the media whilst at the square?

Erm well I mostly take photos of the architecture, and the statue and erm... other things might include looking at the tram times.

Okay, what about using your phone to text your friends or call anyone?

Yeah, I'd use whatsapp on my phone ermmm.. wouldn't really say I'd call anyone.

Do you use public Wi-Fi?

Well I tried to connect to it but it didn't work the time I tried so... I just sort of gave up on that.

Which media do you use at the square more often?

Ummm. Probably taking photos and looking at trams.. That's it really.

2. If you do not use media while at the square, what do you do instead?

Errm... Well.. just (smije se) walk around and go shopping.

3. How do you usually use the media if you are waiting to meet up with someone at the square?

Probably by texting them to see where they are so I can sort of plan what I'm doing while I'm waiting.

And what can you plan to do while waiting? Does it include media use?

Errm. Yeah. So I'll be on Google Maps seeing where I need to go, see what's in the area.

4. How do you usually use the media while waiting for the tram at the square?

I don't know if it's media but looking at the tram times on the board and also there was a point where it was getting a bit late so I had to use my phone to look up the last trams and buses in the area.

5. Can you describe the most usual situations in which you use media at the square?

Most usual is probably using my phone to take photos.

6. How aware of your surroundings are you whilst using media at the square?

Errmmm.. I feel like I'm pretty aware of my surroundings. I usually always look around and stuff so...

So you never find yourself so deep in media on your phone, for example, that you forget where you are?

Not really, I'm using my phone a lot, all the time so pretty used to it I guess.

7. If you are in company whilst at the square, how does it affect the way you use media?

I don't think it affects how I use the media, I just use it the same way I always do, even though I am in company.

8. If your company uses their phone while with you at the square, what do you do?

Same again, so I'll just do whatever I'm doing, doesn't really affect me in any way.

9. What is your practice of talking on the phone while in public spaces like city squares?

Well, pretty normal I guess. I haven't really spoken to anyone on the phone while in city squares. Apart from making a few reservations at restaurants but that's about it.

What happens more often while at the square– you calling someone on the phone while in company or do other people call you more while you are in company?

I'd call them simply because if I wanted to talk about something or just show them what I'm seeing right now, could even involve FaceTime or video call.

Okay, so but when you are in company at the square, do you find yourself more calling someone while in company, or do you try not to call someone just because you have company with you so?

Not really, as I said earlier, doesn't really affect me. Even if I'm with someone I'd still.. wouldn't be a problem to call them.

10. If you use headphones while at the square, why do you use them?

I don't think I've ever used it in city squares.

Trešnjevački trg, utorak, 11. lipnja 2019.

Magdalena, 23, studentica

1. Kako uobičajeno koristite medije dok ste na trgovima? Koristite li javni Wi-Fi? Koje medije koristite češće dok ste na trgu?

Medije na trgovima uglavno koristim tako što koristim svoj mobilni uređaj na kojem pregledavam vijesti kako bi skratila vrijeme čekanja ako nekog čekam, ili jednostavno kako bi se informirala...eđer. dok čekam tramvaj ili jednostavno stojim na trgu. Za to vrijeme ne koristim javni Wi-Fi nego koristim mobilne podatke koji su na mom mobitelu, iako ponekad ako sam se spojila na nekoj lokaciji na Wi-Fi, mobitel mi se automatski spoji i tada koristim i javni internet, a dok sam na trgu najčešće koristim nove medije, znači ne tradicionalne u

smislu novine, radija ili slično, već online medije poput portala, ili društvenih mreža na kojima se vrlo lako može doći do potrebnih informacija u vrlo kratkom vremenskom periodu.

2. Ako ne koristite medije dok ste na trgu, što uobičajeno radite?

Kada ne koristim medije na trgu, uglavnom samo slušam glazbu, i mogu reći da je to češće ono što radim. Znači, više vremena ću na trgu provesti slušajući glazbu ili jednostavno promatrajući ljude i situaciju oko sebe, dok medije češće konzumiram, to jest pratim dok sam u tramvaju.

3. Kako uobičajeno koristite medije ako nekoga čekate na trgu radi sastanka?

Medije dok čekam nekog koristim tako što jednostavno vrtim, to jest kako se kaže skrolam, kroz društvene mreže poput Instagrama ili Fejsa ili Twittera ili ne znam čega još sve ne. I uglavnom tražim ono što me zanima, i ako me u tom trenutku ništa posebno ne zanima, onda samo gledam što se sve novo događa i to najčešće radim na Fejsu, jer onda mogu lako ući u određene članke ili pogledati nekakav video err ili vidjeti određene statuse od medijskih kuća koji upozoravaju na nešto ili jednostavno objavljuju vijesti.

4. Kako uobičajeno koristite medije ako čekate tramvaj na trgu?

Dok čekam tramvaj, češće slušam glazbu nego li što gledam medije iako često se zna dogoditi da paralelno radim oboje. Znači, da istovremeno slušam glazbu i jednostavno skrolam po Fejsu kako bi vidjela što se sve novo događa. I ponekad znam slušati radio, ali to nije toliko često zbog toga što radio na mobitelu troši jako mnogo baterije pa sam nekako usmjerenija ka slušanju obične glazbe na svom mobilnom uređaju i praćenju vijesti na društvenim mrežama ili na nekim određenim portalima koje pratim.

5. Možete li mi opisati u kojim situacijama najčešće koristite medije dok ste na trgu?

Najčešće koristim medije na trgu kad čekam nekoga ili nešto jer to je zapravo jedini trenutak u kojem mogu koristiti medije... errr. Znači jednostavno ili stojim ili sjedim i gledam po svom smartphoneu što se sve novo dogodilo i što... nešto nekakve informacije tražim, posebno ako idem na nekakav poseban događaj i u tom trenutku jednostavno samo skrolam po svom mobilnom uređaju i jednostavno tako ubijam vrijeme čekanja i stajanja na trgu.

6. Koliko ste svjesni svog okruženja kada koristite medije na trgu?

Svjesna sam svog okruženja kada koristim medije na trgu jer jako volim promatrati što se sve oko mene zbiva, posebice ljude koji oko mene prolaze. Znači, mogu paralelno i skrolati na svom mobilnom uređaju i slušati glazbu i promatrati ljude oko sebe. Zapravo to najčešće i radim. Jednostavno, jednim okom pratim jedno, drugim drugo jer ponekad ne mogu odlučiti što je zanimljivije – ono što vidim na društvenim mrežama i medijima ili ono što vidim oko sebe. Iako moram reći da ponekad pažnju naravno više uzmu ljudi koji prolaze oko mene i situacije jer budu podosta zanimljivije od onog što se može pronaći na medijima.

7. Kada ste u društvu dok ste na trgu, kako to utječe na to kako upotrebljavate medije?

Kada sam na trgu u društvu, onda uopće ne koristim nikakve medije, ni nove ni tradicionalne. Jednostavno se družim s tom osobom ili tim ljudima s kojima se nalazim. Najčešće razgovaramo ili o nekakvim svakodnevnim stvarima ili o nekakvim stvarima koje smo pronašli na društvenim mrežama ili portalima, znači generalno medijima. Ali zapravo za vrijeme toga uopće ne koristim medije, osim u trenucima kada nam je izrazito bitna neka informacija pa onda jednostavno tako odemo tu sekundu na neki od portala ili na nekakvu stranicu da bi provjerili to što nam je zapravo potrebno.

8. Kada ste u društvu i te osobe koriste mobitele za to vrijeme, što vi tada radite?

Pa za to vrijeme jednostavno ili ja uzmem mobitel i gledam što se sve događa ili jednostavno gledam u daljinu i postojim. Nema nekog točno određenog pravila ili forme, sve ovisi i o trenutnom raspoloženju, iako češće će se dogoditi i situacije da ću jednostavno ja posegnuti za mobitelom i pogledati je li se nešto novo i zanimljivo dogodilo i ako je, što. Ali, moram priznati da su takve situacije rijetke i da, kada sam u nečijem društvu, najčešće ni ja ni te osobe ne provjeravamo svoje mobilne uređaje.

9. Kakva je vaša praksa telefoniranja u javnim prostorima poput gradskih trgova? Događa li se da vi inicirate razgovor na telefon s drugom osobom dok ste u društvu češće, ili se češće događa da vas netko nazove dok ste u društvu na trgu?

Što se tiče telefoniranja u javnim prostorima poput trgova, ja jako volim telefonirati. Znači, generalno sam jako mnogo na mobitelu, jako mnogo razgovaram s ljudima,. Naravno, teško je odrediti omjer tko zapravo inicira razgovor, ali nekad nazovem ja, nekad nazove neka druga osoba, sve ovisi o tome kakva je situacija. Ali, ako sam u nekom društvu, onda znam često reći da jednostavno ne mogu razgovarati i da ću nazvati tu osobu koja me zove kasnije.

## 10. Ako koristite slušalice dok ste na trgu, zašto ih koristite?

Slušalice na trgu stalno koristim i moram priznati da ih zapravo držim pojačane do kraja. Naravno, koristim ih onda kada nisam u nečijem društvu, kada slušam glazbu ili kada slušam radio.

Držite li slušalice u ušima jako pojačane ili ne, kako biste bili uvijek svjesni svog okruženja?

Moram reći da su one uvijek, uvijek, uvijek odvrnute na najjače, što zapravo nije baš nešto najbolje, ali jednostavno kada ih imam, želim se u potpunosti isključiti iz tog prostora i vremena u kojem se nalazim i samo se posvetiti tome što slušam. Znači toj glazbi, ili jednostavno da mi misli negdje odlutaju, ako moram neki problem riješiti, najbolje ću se koncentrirati tako što ću staviti slušalice i isključiti se od svega. Koristim ih znači i za slušanje glazbe i za slušanje radija i za vrijeme telefoniranja, ukoliko ne želim držati mobitel u ruci. Koristim ih i kada želim pregledati neki video koji sam vidjela da je neki portal objavio, da bi jednostavno čula šta se u njemu sve događa i da jednostavno ne bi ometala druge oko sebe. Znači, zapravo mogu reći da u 99% slučajeva kada sam sama na nekom trgu zapravo imam slušalice u svojim ušima.

Trg bana Josipa Jelačića, srijeda, 12. lipnja 2019.

Tina, 25, studentica

### 1. Kako uobičajeno koristite medije dok ste na trgovima? Koristite li javni Wi-Fi? Koje medije koristite češće dok ste na trgu?

Ako sam na trgu i na primjer dogovorila sam se se nekim ili nešto, a prije dođem, onda iskoristim mobitel pa tipkam da javim da sam došla ili dok čekam, na primjer odgovaram na neke poruke, mailove. Dakle, većinom koristim te društvene mreže, WhatsApp, Instagram, Facebook. Ako skrolam, proskrolam sve na Instagramu, onda provjerim Facebook i tamo ako izbací neki članak, odnosno link za članak tematike koja je meni bliska, onda to znam i pročitati dok na primjer ne dođe druga osoba. A najčešće su to od The Huffington Posta ili nekih stranica koje pratim, na primjer Introvert Dear. Ne znam, ako se događa neka manifestacija na trgu, ako je neki koncert li nešto ono baš ekstremno zanimljivo, to posnimim. Ermm... ako idem na neko mjesto gdje prije nisam nikad bila i dok nisam baš sasvim sigurna kako orijentacijski negdje doći, onda koristim Apple Maps, ili kako se to već zove, taj GPS,

da vidim kojim putem najbolje i najbrže doći. Javni Wi-Fi većinom ne koristim, zato jer čak i na onim mjestima gdje mi se automatski sam mobitel spoji.. err.. većinom su te mreže dosta spore i slabije pa mi se više isplati koristiti mobilni internet koji se pokaže brži nego da sam na nečijoj mreži pa da mi učitava 'sto godina'. Pogotovo ako su neke situacije koje zahtijevaju moju brzu reakciju ili brz odgovor ili nešto što mi je potrebno da budem brzo dostupna i da mi se brzo učita, onda većinom budem na svom internetu. Jedino ako sam, sad ne znam, u blizi nekog velikog trgovačkog centra ili nešto, koji ima dobar Wi-Fi onda ako se sjetim se spojim. Ali većinom sam na svom mobilnom internetu. Koje medije često koristim.. pa najčešće te društvene medije, odnosno društvene mreže, dakle Instagram, WhatsApp, Facebook, to je otprilike to najčešće.

2. Ako ne koristite medije dok ste na trgu, što uobičajeno radite?

Ako ne koristim medije, onda ili samo prolazim ili šetam ili ne znam, sjedim na klupici. Ili ako ima tako neka, neko organizirano događanje, onda malo vidim šta ima na štandovima, ili šta se zbiva.

3. Kako uobičajeno koristite medije ako nekoga čekate na trgu radi sastanka?

Ako čekam na trgu radi sastanka, a to sam zapravo već i odgovorila u ovom prvom dijelu, većinom tipkam poruke, odgovaram ljudima i sama nešto šaljem, skrolam na društvenim mrežama. To je najčešće to.

4. Kako uobičajeno koristite medije ako čekate tramvaj na trgu?

Dok čekam tramvaj, isto, ili tipkam poruke ili gledam nešto na Instagramu ili ne znam... ummm... Ako je sad baš neka hića, a tramvaja nema ili nešto onda odem na stranicu pa gledam za koliko dolazi ili kad je sljedeći ili ako moram provjeriti neke stanice na kojim bi trebala izaći ili nešto, onda iskoristim mobitel i u te svrhe. Ili iskoristim na primjer ako čekam, ako imam baš dosta vremena, ne žurim se, a čekam tramvaj onda znam nazvati nekog, tipa mamu ili nešto pa iskoristim to vrijeme.

5. Možete li mi opisati u kojim situacijama najčešće koristite medije dok ste na trgu?

Dok sam na trgu, pa, najčešće koristim mobitel tako da lociram druge prijatelje na primjer s kojima se nalazim, ili da im javim da stižem ili da kasnim ili da ih čekam. I onda koristim društvene mreže, koje, samo provjeravam ima li šta novo. Ako na primjer nekog čekam, ili ne

znam, ako se nešto događa onda uslikam pa pošaljem u neke, ili u grupu na WhatsAppu ili nekoj određenoj osobi.

6. Koliko ste svjesni svog okruženja kada koristite medije na trgu?

Kad koristim medije na trgu manje sam svjesna svog okruženja jer sam udubljena u taj svijet medija, mobitela, kako god. A i to je jedan način kada se isključiš i odvojiš od svijeta i da te, na primjer, drugi manje ometaju, da ti manje upadaju s pitanjima, ako imaš mobitel ipak si kao na neki način isključen, odvojen od ostatka svijeta. Tako da većinom ne obraćam baš pažnju na druge ljude i na zbivanja oko sebe dok sam na mobitelu. Osim, ono, ako se nešto baš jako zvučno uplete u moj mozak, pa dopre do mene. Ovaj... ali uglavnom je to na neki način obrana od ostatka svijeta i vrsta izolacije.

7. Kada ste u društvu dok ste na trgu, kako to utječe na to kako upotrebljavate medije?

Ako sam u društvu onda manje koristim medije jer naravno onda više sam sa društvom i u razgovoru i odnosno, provodim vrijeme s njima, a ne gledam toliko na mobitel što je normalno. Mislim, brže mi nekako prođe vrijeme i manje posvećujem pažnju medijima. Osim ako je sad, ne znam eto, nešto smo se zapričali o nečemu što smo vidjeli u medijima pa onda netko ide to potražiti na mobitelu, ali ovako manje smo na mobitelima kad smo zajedno.

8. Kada ste u društvu i te osobe koriste mobitele za to vrijeme, što vi tada radite?

Ako sam u društvu, a ostale osobe koriste mobitele za to vrijeme, pa onda se osjećam onako, bez veze, i onda sam i ja primorana, ili gledati na svoj mobitel, ili ne znam... gledati kroz prozor ili biti u svojim mislima. Ovaj, ali da nije lijepo kad su drugi na mobitelu (smije se) dok ste vi s njima.

9. Kakva je vaša praksa telefoniranja u javnim prostorima poput gradskih trgova?

Nemam problema s tim da telefoniram na javnim prostorima poput gradskih trgova jer sam dosta tiha osoba i ne derem se dok razgovaram na mobitel, tako da...

Događa li se da vi inicirate razgovor na telefon s drugom osobom dok ste u društvu češće, ili se češće događa da vas netko nazove dok ste u društvu na trgu?

Ako sam sama na trgu, da, znam često i inicirati razgovor telefonom, a nemam problem ni s tim da se javim. Ako sam u društvu, onda ću se javiti ako je neka bitna osoba, na primjer



mama ili nešto ili ću se samo javiti da kažem da sad ne mogu, da ćemo poslije razgovarati ili ako je skroz neka opuštena atmosfera, onda mogu razgovarati i dok sam u društvu. Iako ću manje čuti i manje biti fokusirana. Ako sam u društvu onda većinom neću inicirati telefonski razgovor, ali ću se većinom javiti ako ga dobijem. Ako sam sama, moguće su obje opcije.

10. Ako koristite slušalice dok ste na trgu, zašto ih koristite?

Držite li slušalice u ušima jako pojačane ili ne, kako biste bili uvijek svjesni svog okruženja?

Slušalice ne koristim, nemam naviku ni nošenja slušalica izvan kuće, osim u rijetkim situacijama. Ali većinom ih i zaboravim, a i ne koristim ih i ne slušam većinom glazbu izvan kuće tako da ih ne nosim i ne koristim baš.

Trešnjevački trg, subota, 8. lipnja 2019.

Frane, 23, student novinarstva

1. Kako uobičajeno koristite medije dok ste na trgovima? Koristite li javni Wi-Fi?

Kada sam na trgu i općenito na javnom prostoru, moje korištenje medija zapravo je svedeno nekako na minimum, zato što se više osvrćem stvarima koje su oko mene, koje me okružuju, ali zapravo i tada, u puno manjoj mjeri, ali i tada koristim zapravo i svoj mobitel. Najčešće da bi provjeravao poruke koje su mi stigle na nekim aplikacijama za dopisivanje, te neke objave na Instagramu brzinski. Ne koristim javni Wi-Fi. Koristim svoj privatni mobilni, mobilni podatkovni promet.

Koje medije koristite češće dok ste na trgu?

Medije koji mi služe za dopisivanje putem mobitela te aplikacije za društvene mreže kao što je Instagram te Messenger i WhatsApp i slično. Ali, moram napomenuti da kada sam tako u javnom prostoru, pogotovo na trgu, s obzirom da zapravo korištenjem mobitela kao glavnog medija i njegovog sadržaja svodim nekako na minimum, moram reći da i primjećujem ostale medijske sadržaje u okruženju, tipa neke reklamne postere, odnosno na javnim ekranima prikazane reklame i slično, primjećujem i zapravo zato što me to isto zanima i to često uočavam.

2. Ako ne koristite medije dok ste na trgu, što uobičajeno radite?

S obzirom da sam rekao da medije svodim na minimum dok sam u javnom prostoru, to jest na trgovima, kada ne koristim medije onda najčešće errr zapravo err uočavam stvari oko sebe, razgovaram s ljudima ako sam normalno u nekakvom društvu. Jednostavno, ako sam sam volim promatrati ostale ljude, što rade i slično.

3. Kako uobičajeno koristite medije ako nekoga čekate na trgu radi sastanka?

Ako čekam nekog na trgu zbog sastanka, onda jednako tako medije ne koristim baš u velikoj mjeri. Koristim mobitel zapravo samo da bih vidio gdje je ta osoba koju čekam, tipa da li je na putu, hoće li brzo doći err i slično.

4. Kako uobičajeno koristite medije ako čekate tramvaj na trgu?

Ako na trgu čekam tramvaj, errr, onda puno više koristim medije, odlazim na različite portale, prvenstveno putem društvene mreže Facebook, koja mi je zapravo glavni izvor nekakvih, da to tako kažem, poveznica odnosno linkova na određene vijesti na različitim portalima: 24sata, index i slično zato što jako dugo nekad znam čekati tramvaj na trgu nekad zbog toga što živim u Dubravi u Zagrebu i onda ponekad tih tramvaja ili nema toliko često, ili su prepuni pa onda čekam idući tramvaj i onda zapravo čitanjem različitih vijesti, portala, zanimljivosti, tako si jednostavno uskratim to vrijeme koje bi mi bez tih medija zapravo bilo jako, jako dugačko i vjerojatno bi mi bilo jako dosadno čekati taj tramvaj.

5. Možete li mi opisati u kojim situacijama najčešće koristite medije dok ste na trgu?

Pa, dok sam na trgu najčešće koristim medije svakako dok čekam javni prijevoz, dok čekam zapravo nekog s kim sam se dogovorio da dođe na trg, odnosno da se zapravo nađemo. Medije koristim i u situacijama na trgu kada sam možda u društvu, ali mi neka tema o kojoj razgovaramo i nije toliko zanimljiva ili mi nešto drugo odvlači pažnju eerrr pa onda isto tako koristim medije, društvene mreže prvenstveno. Ili recimo u društvu kada zapravo svi zajedno komentiramo određeni medijski sadržaj. Recimo, neku smiješnu emisiju na nekoj televiziji, pa onda to puštamo te video sadržaje na YouTubeu i slično pa to komentiramo, smijemo se, u toj nekakvoj zajedničkoj interakciji.

6. Koliko ste svjesni svog okruženja kada koristite medije na trgu?

Pa, kada koristim medije na trgu, u tom trenutku kada gledam u svoj mobitel, čitam neke članke na portalima, ili slično, ili slušam muziku na slušalicama, mada to puno rjeđe radim

nego što čitam portale i što razgledam društvene mreže.. zapravo u tom trenutku i nisam toliko svjestan okruženja, ne primjećujem ljude ko sebe, što rade, da li mi se možda i obraćaju i slično. Zapravo mediji u potpunosti tada okupe moju pažnju i nisam svjestan zapravo zbivanja oko sebe.

7. Kada ste u društvu dok ste na trgu, kako to utječe na to kako upotrebljavate medije?

Ako sam u društvu dok sam na trgu, zapravo to je ono što sam rekao i maloprije, može to utjecati u dva smjera na moje korištenje medija. Prvi je taj da mi mediji zapravo služe kao nekakav bijeg od nekakve, ili neugodne situacije, ili dosadne situacije u društvu, ili se jednostavno popuni neka tišina međusobna pa gledam u mobitel i slično, a može ići i u potpuno drugom smjeru, da zapravo zajedno u društvu komentiramo određeni medijski sadržaj. I u ovoj situaciji je puno češće ovo drugo da komentiramo određene video sadržaje, prvenstveno.

8. Kada ste u društvu i te osobe koriste mobitele za to vrijeme, što vi tada radite?

Kada sam u društvu i druge osobe koriste mobitel u to vrijeme, ja ili isto koristim mobitel, mislim da je to zapravo najčešće, ali zapravo danas je postalo toliko normalno i svakodnevno da koriste ljudi mobitele dok su u društvu i zapravo, mi nekakve te mlađe generacije ponekad ni ne gledamo loše na takve situacije, na takva zbivanja, zato što postalo je normalno jednostavno da u određenom trenutku pogleda netko u mobitel jer zapravo danas telefon nije samo za pozive, nego nam je važno unutra, imamo važne stvari, imamo podsjetnik na naše obaveze, ne znam, alarm da popijemo tabletu, ne znam netko nam se javi da nešto učinimo, pokupimo po putu i slično i zato se često koristi mobitel u društvu, u interakciji dok si zapravo svi u toj živoj interakciji među ljudima. A i ja isto tako, dok drugi koriste mobitele, najčešće i ja zapravo uzmem svoj mobitel i utonem u taj virtualni svijet.

9. Kakva je vaša praksa telefoniranja u javnim prostorima poput gradskih trgova?

Događa li se da vi inicirate razgovor na telefon s drugom osobom dok ste u društvu češće, ili se češće događa da vas netko nazove dok ste u društvu na trgu?

Pa ja zapravo generalno jako rijetko telefoniram. Telefoniram, ono, možda jedanput ili dvaput dnevno. Sva moja komunikacija s nekakvim bliskim ljudima i ljudima koji su mi važni događa se online, putem aplikacija za slanje poruka i tim putem se šalju i tekstualne i zvukovne poruke, tako da mi ne fali da zapravo čujem nečiji glas jer te aplikacije danas

nadomještaju to sve. Ali, i kada telefoniram u javnom prostoru, češće se događa da.. mislim da se češće događa da netko drugi telefonira kada sam na trgu u društvu, nego što sam to ja. Zato što jako rijetko telefoniram, pogotovo u javnom prostoru, to se svodi na minimum.

10. Ako koristite slušalice dok ste na trgu, zašto ih koristite?

Držite li slušalice u ušima jako pojačane ili ne, kako biste bili uvijek svjesni svog okruženja?

Ja jako rijetko slušam glazbu ili općenito imam slušalice u ušima. Nemam gotovo nikad kada sam na trgu, čekam, ili sam u društvu ili slično, najčešće imam slušalice dok sam u tramvaju, i to isto rijetko, ali to je zapravo lokacija na kojoj najčešće imam slušalice da bi se skratilo zapravo vrijeme puta, a dok sam na trgu zapravo i ne koristim slušalice.

Trešnjevački trg, srijeda, 12. lipnja 2019.

Janica, 56, farmaceutkinja,

1. Kako uobičajeno koristite medije dok ste na trgovima? Koristite li javni Wi-Fi? Koje medije koristite češće dok ste na trgu?

Pa puno pričam na telefon, stalno me netko treba pa se moram javljati. Osim toga, ponekad pošaljem i koju poruku. Neki članovi moje obitelji ne žive u Hrvatskoj, pa se s njima čujem par puta tjedno, ako ne preko poziva, onda bar preko poruka. Javni internet ponekad koristim ako mi se uspije spojiti, jer nemam internet na svom mobitelu. Pa znam ja na mobitelu ako sam slobodna i imam vremena gledati Facebook.

2. Ako ne koristite medije dok ste na trgu, što uobičajeno radite?

Kupujem svježe namirnice na placu pa se znam zadržati i ovdje na trgu, ponekad me netko nazove baš u to vrijeme pa onda sjednem na klupicu da obavim razgovor. Tako nekako onda mi dođe i tramvaj i onda mogu lijepo otići kući. A i nekad si kupim novine ovdje na malom kiosku za ponijeti kući.

3. Kako uobičajeno koristite medije ako nekoga čekate na trgu radi sastanka?

Nema baš neke razlike, ako imam dosta vremena za ubiti, malo gledam slike na Facebooku od svojih prijatelja. Nekad pričam i na telefon.

4. Kako uobičajeno koristite medije ako čekate tramvaj na trgu?

Uvijek prvo provjerim kada mi stiže tramvaj, pa ako ima vremena volim sjesti na klupu ako ima mjesta. Onda nekad se zaokupim mobitelom, čak i gledam kataloge trgovina na internetu ili obavljam pozive.

5. Možete li mi opisati u kojim situacijama najčešće koristite medije dok ste na trgu?

Dok čekam tramvaj i prijateljice ili muža pokušavam zaokupiti vrijeme nečim. Kad čekam tramvaj i tu se skupi puno ljudi onda volim koristiti mobitel kako ne bi morala dugo gledati u druge ljude i slično.

6. Koliko ste svjesni svog okruženja kada koristite medije na trgu?

Pa uvijek gledam okolo, pratim kad će doći tramvaj i pogledavam u druge ljude.

7. Kada ste u društvu dok ste na trgu, kako to utječe na to kako upotrebljavate medije?

Pa tada većinom ne gledam u mobitel niti ga koristim. Pogledam nekad koliko ima sati, ali me i tada ljudi znaju nazvati ali probam biti kratka.

8. Kada ste u društvu i te osobe koriste mobitele za to vrijeme, što vi tada radite?

Jož onda uvijek želim reći ljudima da ih sklone kako bismo mogli normalno kao ljudi razgovarati ali se suzdržim.

9. Kakva je vaša praksa telefoniranja u javnim prostorima poput gradskih trgova?

Događa li se da vi inicirate razgovor na telefon s drugom osobom dok ste u društvu češće, ili se češće događa da vas netko nazove dok ste u društvu na trgu?

Puno ja pričam na telefon kad sam na trgu ako sam sama. Ako sam sama često nazovem ljude. Ako nisam sama, ne zovem osim ako nije nužno. Ne znam odrediti zovu li više ljudi mene ili ja njih.

10. Ako koristite slušalice dok ste na trgu, zašto ih koristite?

Držite li slušalice u ušima jako pojačane ili ne, kako biste bili uvijek svjesni svog okruženja?

Ne koristim ih.

Trg bana Josipa Jelačića, petak, 7. lipnja 2019.

Hana, 21, studentica

1. Kako uobičajeno koristite medije dok ste na trgovima?

Paaa, najčešće koristim medije putem mobitela, odnosno čitam portale i slično na mobitelu ili slušam glazbu i slično, a nekad se zna dogoditi ako sam u gužvi i ako imam laptop sa sobom da onda i laptop. Ali, većinom je to mobitel.

Koristite li javni Wi-Fi?

Koristim, čak i nekad kad ne želim koristiti zato što mi se mobitel automatski spoji, ali koristim da.

Koje medije koristite češće dok ste na trgu?

Pa, ja ne čitam novine, ni knjige, nemam naviku čitati knjige na javnom mjestu, osim na plaži (smije se), na trgu ne. Tako da, portale čitam.

2. Ako ne koristite medije dok ste na trgu, što uobičajeno radite?

Uh, ummm, ja stvarno ne znam što bih ja radila da nemam mobitel, da ne slušam glazbu, dok čekam tipa tramvaj ili tako nešto. Vjerojatno bi gledala tako oko sebe, ili možda ako je neki plakat na stanici tramvajskoj ili tako nešto, to bi pročitala. Ovisi koliko trebam čekati tramvaj.

3. Kako uobičajeno koristite medije ako nekoga čekate na trgu radi sastanka?

Isto (smije se), kao i inače i ako čekam nekog...

Dopisujete li se nekad s tom osobom?

Da... gdje si, zašto kasniš i slično.

4. Kako uobičajeno koristite medije ako čekate tramvaj na trgu?

Pa možda ako znam da će tipa ta osoba koju čekam doći tipa za dvije minute, onda neću otvoriti neki članak duži, koji ono.. vidim da nemam vremena. Ali ako sad vidim da će tramvaj doći za 10 minuta, onda ću možda ipak se baciti i na čitanje skripte, ili tako nešto, ali. Tako da eto, jedino je to razlika.

5. Možete li mi opisati u kojim situacijama najčešće koristite medije dok ste na trgu?

Dok čekam, dok sam sama, dok sam se nekim, ne baš. Ono, eventualno provjerim na mobitelu nešto, ali sad da ću baš čitat medije, ne. To je dakle samo dok čekam druge.

6. Koliko ste svjesni svog okruženja kada koristite medije na trgu?

Uh, često nisam svjesna. Pogotovo ako hodam i gledam u mobitel i tipkam, znam se i zabiti u osobu i tako. Tako da, nisam svjesna okruženja (smije se).

7. Kada ste u društvu dok ste na trgu, kako to utječe na to kako upotrebljavate medije?

Utječe na način da ne upotrebljavam baš, stvarno nemam naviku, a i ne volim ni kada drugi konzumiraju medije ili bilo šta, da koriste mobitel dok su u društvu i tako da ni ja to ne radim.

8. Kada ste u društvu i te osobe koriste mobitele za to vrijeme, što vi tada radite?

E, pa onda i ja koristim (smije se). Ili govorim, prestanite koristiti, družimo se! Ali najčešće i ja onda koristim.

9. Kakva je vaša praksa telefoniranja u javnim prostorima poput gradskih trgova?

Pa telefoniram, da. Nemam sad, ono, kao na javnom prostoru sam, netko će me čuti.. ne razmišljam o tome. Mislim da ono, oni će me sad vidjeti i možda nikad više, tako da...

Događa li se da vi inicirate razgovor na telefon s drugom osobom dok ste u društvu češće, ili se češće događa da vas netko nazove dok ste u društvu na trgu?

Paaa, ako se sjetim nečeg ili nešto mi padne na pamet da moram obaviti razgovor, da, obavim razgovor i kad sam u društvu, ne znam...

10. Ako koristite slušalice dok ste na trgu, zašto ih koristite?

Koristim slušalice zato što ne volim baš ove pozadinske šumove grada, buku i slično. Volim više slušati svoju glazbu, nego, ne znam, trube i slično automobilske, šumove te gradske.

Držite li slušalice u ušima jako pojačane ili ne, kako biste bili uvijek svjesni svog okruženja?

Jesu, pojačane su, zapravo uvijek imam neku fobiju da su previše pojačane, pogotovo tipa kad sam tako blizu nekih ljudi, onda znam skinuti slušalice dok je glazba uključena i onda provjerim jel preglasno. Onda, aha, nije, i onda ih vratim i onda ok, nisu previše pojačane.

Trg bana Josipa Jelačića, ponedjeljak, 10. lipnja 2019.

Ivana, 20, studentica

1. Kako uobičajeno koristite medije dok ste na trgovima?

Uobičajeno koristim mobitel i to dosta često, ili od dosade skrolam po društvenim mrežama, najčešće su to Instagram i Twitter, ili pak koristim Snapchat, ili se dopisujem s prijateljima.

Koristite li javni Wi-Fi?

Nekad davno jesam, no sada imam dovoljno mobilnog interneta da to više ne moram raditi. Bar prije taj javni internet bio je jako spor, i samo bi me živcirao.

Koje medije koristite češće dok ste na trgu?

Hm, pa rekla bi da su to najviše društvene mreže na mom mobitelu. Novine nikada ne čitam, a nisam baš ni osoba koja čita vijesti na portalima. Informiram se najviše putem Twittera.

2. Ako ne koristite medije dok ste na trgu, što uobičajeno radite?

Sjedim ili stojim i čekam tramvaj, ali rijetko se dogodi da ne koristim medije. Ako ih ne koristim to znači da ili nemam više što na njima raditi ili tako nešto slično.

3. Kako uobičajeno koristite medije ako nekoga čekate na trgu radi sastanka?

Pa, kao prvo super mi je što se mogu čuti s tom osobom preko poruka sve do trenutka susreta. Ako moram čekati na osobu, onda mi mobitel pomogne skratiti vrijeme čekanja, a i ne bude mi dosadno.

4. Kako uobičajeno koristite medije ako čekate tramvaj na trgu?

Ili skrolam po društvenim mrežama ili pričam na telefon.

5. Možete li mi opisati u kojim situacijama najčešće koristite medije dok ste na trgu?



Najčešće ako sam na trgu, a dosadno mi je ili jednostavno imam potrebu tada koristiti medije. Tipa, sjetim se nečega što moram reći nekome, pa ih nazovem ili napišem poruku.

6. Koliko ste svjesni svog okruženja kada koristite medije na trgu?

Moram priznati da nisam baš svjesna. Dogodilo mi se par puta i da sam ušla u krivi tramvaj s trga jer sam bila previše zadubljena u svoj mobitel, ali i da nisam izašla na pravoj stanici iz tramvaja jer sam previše bila udubljena u tipkanje na mobitelu. Tako slično je uvijek i dok sam na trgu, a to mi je super jer nekako želim zaboraviti da je oko mene mnoštvo ljudi koje ne znam.

7. Kada ste u društvu dok ste na trgu, kako to utječe na to kako upotrebljavate medije?

Pokušavam svoje korištenje medija svesti na minimum, osim ako tema razgovora nije nekako povezana sa samim medijima pa prijateljicama primjerice pokazujem nešto i slično. Neprirodno mi je da koristim medije, a našli smo se da se družimo.

8. Kada ste u društvu i te osobe koriste mobitele za to vrijeme, što vi tada radite?

Većinom i ja, bar zakratko, provjerim što se događa na mom mobitelu. Možda me netko treba i slično. Ipak, smatram to neprirodnim i pokušavam to ne činiti pa bih voljela i da drugi to ne rade.

9. Kakva je vaša praksa telefoniranja u javnim prostorima poput gradskih trgova?

Dosta telefoniram kad sam sama, a prolazim trgovom i slično, da smanjim osjećaj usamljenosti. Ako sam s nekim na mobitelu, onda mi se čini kao da uopće nisam sama na trgu.

Događa li se da vi inicirate razgovor na telefon s drugom osobom dok ste u društvu češće, ili se češće događa da vas netko nazove dok ste u društvu na trgu?

Ako sam u društvu, slabo kad ću nekog nazvati, osim ako nije hitno ili nekako povezano s društvom. Primjerice, u društvu pričamo o nečemu i sada nam je baš potrebna neka informacija koju možemo dobiti putem telefonskog poziva. Znači češće se može dogoditi da mene netko nazove ako sam u društvu, ali onda nastojim biti kratka.

10. Ako koristite slušalice dok ste na trgu, zašto ih koristite?

Znam ih češće koristiti tako da ne moram držati mobitel u ruci dok razgovaram. U rijetkim situacijama slušam glazbu, ali zapravo se najčešće dogodi da zaboravim slušalice uopće ponijeti sa sobom.

Držite li slušalice u ušima jako pojačane ili ne, kako biste bili uvijek svjesni svog okruženja?

Zavisi kakvo mi je raspoloženje ja mislim. Nekad samo želim biti u nekom svom svijetu pa stavim slušalice, a nekad pokušam da mi glazba ne bude jaka jer moram biti svjesna i svog okruženja jer ono zahtijeva moju pažnju.

Trg bana Josipa Jelačića, ponedjeljak, 10. lipnja 2019.

Miroslav, 50, zaposlen

1. Kako uobičajeno koristite medije dok ste na trgovima? Koristite li javni Wi-Fi? Koje medije koristite češće dok ste na trgu?

Dok sam na trgu, ponekad zovem ljude na mobitel, nekad svoju ženu da vidim što ćemo jesti. Ali to je uglavnom to. Internet gotovo da i ne koristim, ako nisam kod kuće.

2. Ako ne koristite medije dok ste na trgu, što uobičajeno radite?

To je zapravo jedino vrijeme, dok sam na trgu jel, da sam u miru, sam sa sobom. To je inače samo mjesto koje moram proći da dođem do svog odredišta. Priznat ću vam da nekad namjerno zakasnim na tramvaj samo da bi dobio malo više vremena za sebe jer mi je posao zahtjevan.

3. Kako uobičajeno koristite medije ako nekoga čekate na trgu radi sastanka?

Ne koristim baš tada medije, ali znam ženi poslati poruku kad stignem na trg jer se ona uvijek brine gdje sam.

4. Kako uobičajeno koristite medije ako čekate tramvaj na trgu?

Tada ne koristim medije baš, već uživam u miru.

5. Možete li mi opisati u kojim situacijama najčešće koristite medije dok ste na trgu?

Na trgu često kupujem novine, ali ne čitam ih dok sam na trgu, već to radim u tišini svog doma. A sad, osim toga, jedino razgovaram na mobitel.

6. Koliko ste svjesni svog okruženja kada koristite medije na trgu?

Pa čak i u ono malo situacija kada koristim medije, skroz razgledam uokolo, koliko god mogu.

7. Kada ste u društvu dok ste na trgu, kako to utječe na to kako upotrebljavate medije?

Onda ne koristim medije, već razgovaram sa svojim društvom.

8. Kada ste u društvu i te osobe koriste mobitele za to vrijeme, što vi tada radite?

Pa, ponekad i ja sudjelujem u razgovoru ako netko iz mog društva priča na telefon, a ako tipkaju ili nešto slično, ja i dalje pokušavam razgovarati s njima da mi ne bude dosadno.

9. Kakva je vaša praksa telefoniranja u javnim prostorima poput gradskih trgova?

Razgovaram na telefon ako moram.

Događa li se da vi inicirate razgovor na telefon s drugom osobom dok ste u društvu češće, ili se češće događa da vas netko nazove dok ste u društvu na trgu?

Ako sam u društvu, male su šanse da ću razgovarati na mobitel.

10. Ako koristite slušalice dok ste na trgu, zašto ih koristite?

Držite li slušalice u ušima jako pojačane ili ne, kako biste bili uvijek svjesni svog okruženja?

Ne koristim ih jer ih ne volim.

## 14. SAŽETAK

Ovo etnografsko istraživanje želi dublje razumjeti medijsku upotrebu i izravnu komunikaciju medijske publike u javnim prostorima. Sve većom dostupnošću i razvojem tehnologije u suvremenim društvima, mediji su nam svugdje i uvijek dostupni pa tako i na gradskim trgovima. Zbog nedovoljne istraženosti upotrebe medija u javnim prostorima općenito, ovaj rad pokušava razumjeti načine upotrebe medija i značenja koja im medijska publika pridaje u okolnostima javnog prostora kao što su gradski trgovi, ali i načine isprepletenosti izravne komunikacije s komunikacijom na daljinu i drugim oblicima upotrebe medija. Važnost trgova i mobilnih uređaja u društvenom suvremenom životu isprepliću se u ovom etnografskom istraživanju koje je provedeno na dva zagrebačka trga, Trgu bana Josipa Jelačića i Trešnjevačkom trgu, a za koji su bitni i provedeni etnografski intervjui. Ova studija otkriva kako urbani pješaci na gradskim trgovima koriste medije kao vrstu izolacije od fizičkog okruženja, ali češće dolazi do oblika odsutne pristutnosti ili izvjesnog osjećaja mjesta, nego do potpune izolacije. Isto tako, važan nalaz ovog rada je i u činjenici da izravna komunikacija na gradskim trgovima često biva isprepletena s istovremenom upotrebom medija, prvenstveno mobilnih uređaja. Zaključujem kako je upotreba medija ukorijenjena u načine habitacije gradskih trgova, ali i kako je izravna komunikacija vrlo bitna za vrijeme sastajanja parova i grupa na prostorima dvaju zagrebačkih trgova.

Ključne riječi: etnografija, upotreba medija, javni prostor, gradski trg, izravna komunikacija, mobiteli, mjesto, odsutnost, prisutnost

## 15. SUMMARY

This ethnographic study aims to better understand how media audiences use media and face-to-face communication in public space. With the growing availability and fast development of new technologies in contemporary societies, we are witnessing the ubiquity of media in city squares, among other settings. Due to the lack of research around the topic of media in public spaces in general, this project explores media usage and meanings given to it by media audiences in public spaces such as city squares. This study will also discover the interweaving nature of media use, such as communication with absent others, and face-to-face communication. The importance of city squares and mobile phones in contemporary social life are central points of this ethnographic study undertaken in two city squares in Zagreb, Croatia – Ban Josip Jelačić Square and Trešnjevački Square. With the help of fieldnotes and ethnographic qualitative interviews, this study confirms that urban pedestrians use media as a means of isolation from physical surroundings, but that it is more often solely a form of absent presence or a form of certain sense of place rather than complete isolation. Moreover, another important finding of this research is the fact that face-to-face communication is frequently immediate with media usage, primarily mobile phone usage. I conclude that media usage is rooted in the forms of habitation in city squares, just as face-to-face communication is of great value to pair and group meetings in spaces of two Zagreb squares.

Key words: ethnography, media use, public space, city square, face-to-face communication, mobile phones, place, absence, presence