

Kulturalna apropijacija

Križanec, Natalija

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:137056>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-09**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Sveučilišni diplomski studij

Kulturna i prirodna baština u turizmu



Natalija Križanec

Kulturalna apropijacija

Diplomski rad

Zadar, 2024.

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Sveučilišni diplomski studij

Kulturna i prirodna baština u turizmu

Kulturalna apropijacija

Diplomski rad

Student/ica:

Natalija Križanec

Mentor/ica:

izv. prof. dr. sc. Igor Kulenović

Zadar, 2024.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Natalija Križanec**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Kulturalna aproprijacija** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 14. studenog 2024.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA	1
1.2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA	1
1.3. ISTRAŽIVAČKA PITANJA	2
1.4. KORIŠTENE ZANSTVENE METODE	2
1.5. STRUKTURA RADA	2
2.KULTURA	4
3.KULTURA I IDENTITET	8
4. KULTURALNA APROPRIJACIJA	10
4.1. VRSTE KULTURALNE APROPRIJACIJE	11
4.2. RAZVOJ KONCEPTA KULTURALNE APROPRIJACIJE	12
4.3. ODNOS MOĆI	13
5. KULTURA I VLASNIŠTVO	15
6. KULTURNA DIFUZIJA	17
7. INSPIRACIJA ILI APROPRIJACIJA	23
7.1. FILM	24
7.2. MODA	35
7.3. GLAZBA	42
7.4. DRUŠTVENE MREŽE	51
7.5. ZAKLJUČAK NA ANALIZIRANE PRIMJERE	58
8. ZAKLJUČAK	60
SAŽETAK	62
SUMMARY	63
LITERATURA	64
POPIS ILUSTRACIJA	76
ŽIVOTOPIS	77

1. UVOD

1.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA

Koliko god nas različite definicije i objašnjenja kulture zbunjuju njezin utjecaj i važnost u ljudskom životu su neupitni. Kroz utjecaj na vjerovanja, vrijednosti, ponašanja i norme kreira i oblikuje identitet ljudi. Utječe na sve aspekte ljudskog života te je uvijek prisutna. Ljudi neprestano komuniciraju svoju kulturu i identitet kroz način na koji se oblače, hranu koju konzumiraju, blagdane i praznike koje slave. Kroz tu komunikaciju posljedično su i u kontaktu s drugim kulturama.

Zahvaljujući globalizaciji, tehnološkom razvoju, migracijama, masovnim medijima, popularnoj kulturi te između ostalog i interkulturalnim brakovima kontakti između kultura sve su češći (NSW Department of Education, 2024).

Usljed tih kulturnih kontakata dolazi do dijeljenja elemenata odnosno aspekata kulture. Pa je tako danas sasvim normalno da se konzumiraju tradicionalno japanska ili kineska jela ili da se sluša glazba specifičnu za određenu kulturu. U svom poslovanju mnoga poduzeća, mediji, kreativne industrije poput filmske, glazbene i modne te naročito društvene mreže inspiraciju pronalaze u različitim kulturama, preuzimajući određene elemente uz razumijevanje i poštivanje. No, ponekad pri kontaktu i dijeljenju aspekata kulture umjesto uvažavanja dolazi do prisvajanja i prelaženja granice same inspiracije te to postaje “kulturalna krađa”. Takve situacije označavaju se pojmom kulturalne aproprijacije. Svjedoci smo kako često osobe koje nisu pripadnici određene kulture prozivaju nešto aproprijacijom, dok se stvarni pripadnici te kulture tako ne osjećaju. Ovaj diplomski rad posvećen je upravo tome. Rad se temelji na istraživanju i predstavljanju fenomena kulturalne aproprijacije odnosno njegove teorijske osnove, relevantnosti i problematike.

1.2. CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Glavni cilj ovog rada je istraživanje relevantnost fenomena kulturalne aproprijacije te njezine problematičnosti. Posebna pozornost posvećena je predstavljanju primjera inspiracije kulturom te primjera kulturalne aproprijacije iz dijelova ljudske svakodnevice (društvene mreže, glazba, film i moda).

Specifični ciljevi rada su:

- Predstaviti teorijsku osnovu fenomena kulturalna aproprijacije
- Istražiti i predstaviti primjere inspiracije kulturom i kulturalne aproprijacije

- Utvrditi relevantnost kulturalne apropijacije
- Utvrditi problematičnost kulturalne apropijacije

1.3. ISTRAŽIVAČKA PITANJA

Prema prethodno definiranom predmetu i ciljevima kroz rad se nastojati odgovoriti na sljedeća istraživačka pitanja:

1. Na koji način je kulturalna apropijacija relevantna za suvremeno društvo?
2. Koja je problematika kulturalne apropijacije?

1.4. KORIŠTENE ZANSTVENE METODE

Kako bi se pružio uvid u teorijsku osnovu ovog rada, odnosno u fenomen kulturalne apropijacije, njezinu relevantnost te problematiku korištena je analiza već postojećih podataka, odnosno sekundarnih izvora kao što su: knjige, znanstveni i stručni radovi te Internet izvori. U svrhu pružanja primjera inspiracije kulturom te primjera kulturalne apropijacije iz različitih područja ljudske svakodnevice korištena je analiza sadržaja za tematiku relevantnih radova.

1.5. STRUKTURA RADA

Prvim, uvodnim poglavljem definira se predmet i cilj istraživanja. Određuju se istraživačka pitanja na koja će se kroz pojašnjene znanstvene metode nastojati odgovoriti kroz rad. Kao posljednji dio ovog poglavlja daje se kratak uvid u strukturu rada.

Drugim poglavljem rada definira se pojam kulture s naglaskom na njezinoj kompleksnosti.

Kako je kultura jedan od bitnih faktora koji utječu na formiranje identiteta treće poglavlje posvećeno je toj povezanosti, kulture i identiteta, te načinu na koji se ona očituje u svakodnevnom životu.

Četvrto poglavlje nastoji definirati pojam kulturalne apropijacije. Iznosi se pregled s objašnjenjima njezinih različitih vrsta, prikazan je njezin razvoj te je predstavljena važnost postojanja i razumijevanja odnosa moći za sam konceptu kulturalne apropijacije.

Peto poglavlje predstavlja pitanje vlasništva nad kulturom, odnosno nastoji utvrditi ima li kultura vlasnika, tko ju ima pravo predstavljati i koristiti u svrhu ostvarivanja profita te tko ima pravo određeno ponašanje proglasiti kulturalnom apropijacijom.

Šesto poglavlje posvećeno je definiranju pojam kulturalne difuzije, koji je prema mnogima neizbježan proces uslijed kulturnog kontakta. U ovom poglavlju nastoji se objasniti i njezin odnos s kulturalnom apropiacijom.

Sedmo poglavlje ključno je poglavlje ovog rada. Ovo poglavlje posvećeno je predstavljanju analiziranih primjera iz svakodnevnog života u kojima se mogu vidjeti načini na koje se kultura može koristiti kao inspiracija, ali i kako se ona može aproprirati. Društvene mreže (TikTok i Instagram), moda, glazba i film dio su ljudske svakodnevice te su upravo iz tih područja predstavljeni i analizirani primjeri inspiracije i apropiacije. Ovo poglavlje završava kratkim zaključkom do kojeg se došlo kroz analizu primjera.

Rad završava iznašanjem zaključka do kojeg se došlo kroz istraživanje i pisanje rada.

2. KULTURA

Poput zraka koji se udiše kultura je sveprisutna i od nje se ne može pobjeći. Toliko je dio i prožeta kroz svaki aspekt i sferu svakodnevnog ljudskog života da se ponekad ne vidi njezin utjecaj i važnost (iEduNte, 2024).

Kultura se kao fundamentalan dio čovjeka i njegova života pronalazi na svakom koraku. Od imponantnih građevina kao što su egipatske piramide, Semiramidini viseći vrtovi, Norte Dame, Berlinski zid ili Amfiteatar u Puli, slikarskih remek djela kao što su Van Goghovi *Suncokreti*, Monetovi *Lopoči* ili Ivekovićev *Dolazak Hrvata* sve do jezika, mitova, legendi, pjesmi, rituala, običaja, vrijednosti, vjerovanja i normi. Koristi se kao sredstvo kreativnog izražavanja, komuniciranja i predstavljanja. Ona je inspiracija i muza brojnih suvremenih umjetničkih i kreativnih djela. Modna, glazbena i filmska industrija kao i kreativna industrija općenito vrve takvim primjerima. Ovo poglavlje posvećeno je definiranju samog pojma kulture te kratkoj analizi njezine važnosti.

Termin kultura dolazi iz latinskog pojma *cultura* i označava obrađivanje zemlje, njegu tijela i duha kao i oplemenjivanje i poštovanje (kultura, 2024). Kultura svoju etimologiju dijeli s brojnim drugim riječima koje povezuje aktivno poticanje rasta (Pappas i McKelvie, 2022). Termin *cultura* je u klasičnoj antici po prvi put upotrijebio rimski govornik Ciceron u inačici “*cultura animi*”, a kroz 18. i 19. stoljeće se počinje koristiti u Europi kao oznaka za proces uzgoja ili poboljšanja što poljoprivrede što hortikulture. U 19. stoljeću termin kultura najprije se koristio za izražavanje poboljšanja ili usavršavanje pojedinca naročito kroz obrazovanje, a potom na nacionalne ideale i težnje. Neki znanstvenici su, čak i sredinom 19. stoljeća koristili izraz za označavanje univerzalne ljudske sposobnosti. U 20. stoljeću kultura postaje središnjim pojmom antropologije kojim se nastojalo objasniti niz ljudskih fenomena koje nije moguće pripisati genetskom nasljeđivanju (LibreTexts, 2024).

Kultura je višeznačan pojam i izrazito teška riječ za jedinstveno i precizno definiranje (Eagleton, 2017). U sociologiji i antropologiji taj se termin veže uz skup ponašanja, vjerovanja, misli, osjećaja i načina života, odnosno povezuje sve što ljude čini društvenim bićima. No čak ni između sociologije i antropologije, ali ni unutar samih tih grana nema konsenzusa oko jedne dovoljno dobre i ispravne definicije kulture. Kako bi se ta definicija upotpunila mnogi smatraju potrebnim da se tim karakteristikama, koje ljude čine društvenim bićima, trebaju dodati i druge specifične sposobnosti i navike kao što su jezik te načini izrade i korištenja alata (iEduNote, 2024).

Koncept kulture godinama se pokušava definicijski suziti kako bi sadržavao manje, a otkrivao više (Eagleton, 2017 prema: Keesing, 1974). Najveći problem u tom definiranju predstavlja neprestana potreba, pa i prisila njezinog proširivanja. Pojam je potrebno širiti sve dok on ne postane identičan granicama sveukupnog zajedničkog života (Eagleton, 2017 prema: Williams, 1958).

U široj povijesti ideja, koncept kulture pojavio se kao privilegirana sfera ljudske aktivnosti uz romantizam krajem osamnaestog i ranog devetnaestog stoljeća u Njemačkoj. Postavljajući tako temelje za kasnije antropološka proučavanja koncepta kulture. Ovim konceptom kultura je suprotstavljena prirodi te opisuje vrhunac ljudskih postignuća, slavi jedinstvo ljudi i njihovog okoliša te uzdiže rad onih koji su njegovatelji takvog jedinstva. Ovaj koncept utjecao je na teorije komunikacije i društva kao i pomalo neočekivano na neomarksističke poglede Frankfurtske škole (1920-ih - 1970-ih). Oni su kroz koncept kulture odbacili artefakte masovne potrošnje i težili prema onome što društvo za razliku od prirodnog stanja može postati (Cobley, 2008).

Usprkos brojnim definicijama i kompleksnosti definiranja pojma kulture u nastavku se navode neke definicije kulture za koje se smatra da mogu olakšati njezino shvaćanje kao i shvaćanje teme ovoga rada, odnosno kulturalne aproprijacije.

Smatra se da je britanski antropolog Edward Burnett Taylor u svom djelu *Primitivna kultura* 1871. godine po prvi put znanstveno definirao kulturu. Njegova definicija ujedno se smatra i najširoom definicijom (White, 2022). Prema Tayloru (1871:1) kultura je "... složena cjelina koja uključuje znanje, vjerovanje, umjetnost, moral, zakon, običaje i sve druge sposobnosti i navike koje je čovjek stekao kao član društva".

Ona obuhvaća zajednički obrazac interakcija i ponašanja, kognitivnih konstrukata i razumijevanje naučeno kroz proces socijalizacije (IEduNote, 2024).

Kulturu možemo općenito smatrati kao sredstvo kojim se "...odražava život jednog naroda, regije, društvene klase ili etničke skupine..." (Eagleton, 2017:24). Shodno tome može se reći da je kultura svojevrsan zajednički obrazac ponašanja, interakcija, kognitivnih konstrukata i afektivnih razumijevanja naučenih kroz proces socijalizacije (iEduNote, 2024). Na kulturu se može gledati kao na svojevrsno programiranje ljudskog uma koje omogućuje razlikovanje jedne skupine od druge. Neovisno o definiciji i njezinoj širini zajedničko svim definicijama je pretpostavka da je kultura naučena iz okoline, da je zajednička (The Factor

Group, 2023) te da ju stvaraju ljudi, pri čemu su oni i stvaratelj i sam dio stvorenog (Eagleton, 2017).

Eagleton (2017) ističe i kako je kultura dekorativni višak, odnosno da nije temeljna biološka potreba ljudi. No, to što je dekorativni višak ne znači da nema vrijednost. Dapače, upravo taj višak koji ne zadovoljava samo biološke potrebe, daje smisao i značenje životu. Prema njemu upravo je zbog kulture život vrijedan življenja.

Prethodno predstavljena kompleksnost i izazov definiranja općeg pojma kulture ne staje tu. Uz koncept kulture općenito, koncept specifičnih kultura (primjer američka kultura ili Navaho kultura) puno je teže definirati i analizirati. Iako je teško analizirati koncept bilo koje specifične kulture, bez nje se ne može u potpunosti shvatiti sam koncept kulturalne aproprijacije. Analiza specifičnih kultura svodi se na pronalaženje načina kojim se mogu identificirati ljudi koji dijele istu (pripadaju istoj) kulturu. Ako se ne mogu analizirati i ustanoviti razlike između specifičnih kultura, njihovih pripadnika (*insidera*) i nepripadnika (*outsidera*), ne može se primijeniti ni koncept kulturalne aproprijacije (Young, 2005). Ukoliko se ne može ustanoviti razlika između “mi” i “oni”, ne mogu se razlikovati ni narodi, ni jezici kao ni kultura (Castells, 2002 prema: Spence, 1996).

Upravo u analizi i definiranju specifičnih kultura leži glavni problem. Naime, često je, ako ne i uvijek, gotovo pa i nemoguće definirati kulture u kontekstu potrebnih i dovoljnih uvjeta. Nadalje, definiranje samih uvjeta za pripadnost određenoj kulturi također je puno izazova. Niti jedna skupina ljudi ne dijeli istu religiju, isti jezik, sve iste vrijednosti, uvjerenja, kulturne praske i aktivnosti. Kulture su međusobno povezane i podudaraju se (Young, 2005).

Gotovo pa svatko pripada nizu različitih skupina s pripadajućim kognitivnim programiranjem odnosno odgovarajućom kulturom. Na primjer:

- Nacionalna pripadnost (prema zemlji ili zemljama za ljude koji su migrirali)
- Etnička i/ili jezična i/ili regionalna i/ili vjerska pripadnost
- Spolna pripadnost (muško ili žensko)
- Generacijska pripadnost (odvaja generacije, na primjer djecu od roditelja, a njih od baka i djedova)
- Pripadnost ulogama (npr. učenik, učitelj, roditelj, kći...)
- Pripadnost društvenoj klasi (povezana je s mogućnošću obrazovanja te profesijom ili zanimanjem pojedinca)

- Korporativna ili organizacijska pripadnost (odnosi se na zaposlene pojedince i način socijalizacije unutar radne organizacije)

(Spencer-Oatey, 2012 prema: Hofstede, 1991)

Prema tome svaki pojedinac istovremeno pripada u nekoliko različitih kultura. Na primjer, netko može istovremeno pripadati afroameričkoj, zapadnoj, američkoj kulturi, kulturi Nove Engleske, bostonskoj i kršćanskoj kulturi (Young, 2005). Slijedom toga niti jedna populacija ne može se točno okarakterizirati kao samo jedna kultura. Što je populacija složenija to je ona složenije sociološki organizirana (etnička pripadnost, regije, klasa...) i teža za definiranje (Spencer-Oatey, 2012 prema: Avruch, 1998).

Stoga je koncept kulture potrebno promatrati na alternativan način. Kulturu se ne promatra kao koncept nužnih i dovoljnih uvjeta, već kao postojanje dovoljnih karakteristika. Ovo shvaćanje kulture vodi se idejom da je za neku kulturu možda bitna samo neka temeljna vrijednost ili uvjerenje, za razliku od svih. Tako se kanadsku kulturu jednostavnije i točnije može definirati na temelju posjedovanja karakteristika kao što su ljubav prema hokeju, slušanje CBC-a i predanosti parlamentarnoj demokraciji za razliku od posjedovanja istih zajedničkih vjerovanja, vrijednosti, običaja i praksi. Dakako, još uvijek se može postaviti pitanje je li netko uistinu pripadnik određene kulture, no kroz ovaj koncept nakratko je pojednostavljeno shvaćanje i prepoznavanje pripadnika (*insidera*) i nepripadnika (*outsidera*) određene kulture što omogućuje da se govori o konceptu kulturalne aproprijacije (Young, 2005).

Kultura je sve ono što ljude čini ljudima. U ovom poglavlju navedeno je samo nekoliko definicija kulture, kako bi se prikazala kompleksnost i zahtjevnost samog definiranja. No možda je ta kompleksnost i prikladna jer se kultura temelji na značenju i množini koje ljudi stvaraju i međusobno dijele (Study Smarter, 2024).

3. KULTURA I IDENTITET

U prethodnom poglavlju istaknuto je kako je kultura ono nešto što ljude čini ljudima, što ih povezuje s određenom skupinom i što ih razlikuje od druge. Kao čovjekov fundamentalan dio kultura se očituje na svakom koraku bio on toga svjestan ili ne pa tako i na identitet. Ovo poglavlje posvećeno je vezi i utjecaju kulture na identitet te njihovoj manifestaciji kroz ljudsku svakodnevicu.

Identitet je izvor smisla pojedinca i društva. Castells (2002) pod identitetom podrazumijeva smisao stvoren na temelju kulturnog atributa ili srodnog niza kulturnih atributa. Ako tome nadodamo prethodno spomenuto stajalište Eagletona (2017) kako je čovjek istovremeno stvaratelj kulture kao i sam njezin produkt razumljivo je zašto Horvat (2006) tvrdi da je kultura u suštini duh jednog naroda. Za njega kultura i narod "... dva su neodjeljiva pojma, jednog nema bez drugoga, jedno proizlazi iz drugoga" (Horvat, 2006:21).

Rađanjem se na svijet dolazi bez kulture. Ljudsko ponašanje, stavovi, vrijednosti, uvjerenja, ideali kao i ponašanje pod snažnim su utjecajem kulture koja ih okružuje sa svih strana te je gotovo pa i nemoguće preuveličati utjecaj i moć koju kultura ima na ljude (White, 2024). Ako kulturu promatramo kao kolektivni obrazac ponašanja i uputa te kao razumijevanje i kognitivni konstrukt, koji se uči socijalizacijom, ona rezultira rastom jedinstvenog grupnog identiteta (Pappas i McKelvie, 2022).

Kultura je dio kolektivne memorije koja svojim utjecajem formira i definira ljude kroz način na koji ljudi misle o onome što ih okružuje i kako percipiraju svijet oko njih, njihova vjerovanja, emocije i znanje (Domitrović, 2020). Društveno uređenje, pravni poredak, religija, umjetnost, djela, misli, ideje, vrijednosti, predodžbe i odnos prema svijetu samo su neki od vidljivih rezultata kulture. Ona uistinu oblikuje život (Horvat, 2006).

Ljudsko znanje, razumijevanje, pretpostavke, očekivanja koja posjeduju; pravila, zakoni, norme i moral koji oblikuju i upravljaju pojedincima i zajednicama; riječi koje se koriste u pismu i govoru te način na koji ih se koristi; simboli koji se koriste za izražavanje ideja, koncepata i značenja (npr. emoji ili prometni znakovi); ponašanje (s obzirom na vrijeme, mjesto i publiku); što se i na koji način radi (npr. način hodanja, sjedenja, položaj tijela prilikom komunikacije s drugima); kolektivne prakse (obredi, proslave, rituali) sve to prožeto je kulturom i identitetom (Cole, 2019).

Mjesto življenja, etnička pripadnost, rasa ili religija određuju kulturu, shodno tome i identitet (Murphy, 2023), a kako pojedinac može istovremeno pripadati u nekoliko različitih kultura isto vrijedi i za identitet (Spencer-Oatey 2008). Kao i kultura, identiteti se međusobno preklapaju i povezuju (Murphy, 2023). Svojim utjecajem na identitet kultura je poprimila vrijednu zadaću u društvu. Naime, prema francuskom sociologu Durkheimu kultura kroz kreiranje kolektivnog osjećaja svrhe i identitet drži društvo na okupu (Cole, 2019) .

Upravo zbog važnosti kulture u formiranju i definiranju identiteta ona se svakodnevno komunicira na šarolike načine. Pa se tako kultura kao sredstvo suvremene komunikacije identiteta pojavljuje u suvremenoj modnoj, glazbenoj i filmskoj industriji, sportu... (Domitrović, 2020).

Kultura uči ljude kako komunicirati, u što vjerovati, kako se ponašati i odnositi prema drugima, samima sebi, ali i svijetu. Utječe i na to što se jede, oblači, sluša i gleda. Sve to čini ljude ljudima, oni jesu kultura. Zadiranje u nečiju kulturu predstavlja zadiranje u same temelje njezinih pripadnika. Stoga nije ni čudno da se prilikom iskrivljivanja nečije kulture od strane nepripadnika (*outsidera*) kulture rađaju burne reakcije i postavljaju pitanja o pravima na korištenje i predstavljanja te same kulture.

4. KULTURALNA APROPRIJACIJA

Kulturalna apropijacija kontroverzno je društveno pitanje. Za neke je kulturalna apropijacija pozitivan učinak globalizacije, za druge ni ne postoji (Kendall, 2024). No i sami smo svjedoci kako su u suvremeno doba mnoga umjetnička i kreativna djela rezultat iste (Young, 2005). Kroz ovo poglavlje nastoji se definirati i objasniti pojam kulturalne apropijacije kroz prikaz i objašnjenje njezinih vrsta te kroz kratak prikaza razvoja nastanka koncepta kulturalne apropijacije kao i važnosti odnosa moći za sam proces.

Pojam kulturalne apropijacije teško se definira zbog poprilično velikog broja različitih postupaka koji se klasificiraju kao slučajevi same kulturalne apropijacije. Stoga se može zaključiti da je ona poprilično heterogena (Young, 2005).

Kulturalna apropijacija u najjednostavnijem opisu predstavlja proces kojim se kreativni ili umjetnički oblici, teme ili prakse jedne kulturne skupine preuzimaju od strane druge kulturne skupine (Pappas i McKelvie, 2022). Kroz proces kulturne apropijacije uzima se i prisvaja nešto što su proizveli pripadnici jedne kulture (često nazvani *insideri*) na neprikladan, uvredljiv i pogrdan način od strane onih koji nisu pripadnici te kulture i pripadaju drugoj kulturi (*outsideri*) (Young, 2005).

Elementi kulture koji se preuzimaju i prisvajaju mogu biti bilo što: artefakti, motivi, priče, umjetnost, znanje, vjerovanja i tradicije koje se generacijama prenose s koljena na koljeno (Domitrović, 2020). Browning apropijaciju shvaća kao preuzimanje iskustava iz jedne kulture stvarajući im novo tumačenje i što je najvažnije samim time ostvarujući materijalnu korist (Haldki, 1994 prema: Browning, 1992).

Ono što možda djeluje kao obična kulturna razmjena dodatno postaje problematičnom temom u trenutku kada dominantna kultura preuzima i prisvaja kulturne elemente manjinske kulture. Kada dominantna kultura preuzima elemente od manjinske ti elementi se stavljaju van svog izvornog (originalnog) konteksta, najčešće i protiv želje same manjinske kulture. Ti elementi gube svoje značenje te dovode do oskvrnjivanja kulture i stvaranja osjećaja nepoštivanja (Domitrović, 2020).

Ako se na kulturu gleda kao na nešto što je temelj identiteta pojedinca, odnosno ono što kreira i čini osobu onakvom kakva je, vlastito JA, može se reći da je apropijacija krađa nečega i nastajanje onoga što nismo MI (Murphy, 2023). Upravo zbog toga O. J. Young (2005) navodi kako se ne može razjasniti pojam kulturalne apropijacije bez da se dotakne problematika osjećaja duboke uvrede. U kontekstu kulturalne apropijacije ta uvreda predstavlja stanje uma

pojedince koje mu se ne sviđa. Pod uvredu mogu se ubrojiti raznolika stanja kao što su zgroženosti, užasnutosti ili ogorčenosti. Duboka uvreda skup je uvrijeđenih stanja pojedinca. Ona vrijeđa i pogađa temeljne osobne vrijednosti koje grade osjećaj vlastitog JA. Primjer duboke uvrede je oskrvrnjenje raspela. Taj čin na temelju duboko ukorijenjenih vrijednosti kršćana predstavljao bi duboku uvredu. Dakako potrebno je napomenuti kako duboke uvrede imaju karakteristiku da mogu biti uvredljive čak i kada nisu posvjedočene osobno. Prisvajanje kulture duboko je uvredljivo na sličan način te može biti uvredljivo čak i kada član povrijeđene zajednice tome ne svjedoči osobno ili čak nije ni njezin član. Spoznaja da nešto nastaje kao rezultat kulturnog prisvajanja može biti uvredljivo čak i za pojedince koji nisu dio kulture iz koje se prisvaja. Pa tako i sama spoznaja o oskrvrnjenju raspela postaje uvredljiva bez obzira na pripadnost kršćanskoj zajednici.

4.1. VRSTE KULTURALNE APROPRIJACIJE

Ovaj rad posvećen je istraživanju pojave, relevantnosti i problematike kulturalne apropijacije u svakodnevnom životu na primjerima mode, filma, glazbe i sadržaja na popularnim društvenim mrežama. Moda, film, glazba kao i kreativni sadržaj na društvenim mrežama kroz ovaj rad smatrani su svojevrsnim umjetničkim načinom izražavanja. Shodno tome za podjelu kulturalne apropijacije izabrana je podjela O. Younga (2005) koja se temelji na području umjetnosti. Prema toj klasifikaciji razlikuju se tri osnovna tipa kulturalne apropijacije, to su *prisvajanje subjekta*, *prisvajanje sadržaja* i *prisvajanje predmeta*.

Prisvajanje subjekta označava kulturalnu apropijaciju koja se događa kada član jedne kulture (*outsider*) predstavlja aspekte ili same članove druge kulture (*insidere*). Kroz to prisvajanje *outsideri* kulturu i život *insidera* pretvaraju u predmete raznih umjetničkih djela kao što su slika, film ili priča (Young, 2005).

Prisvajanje sadržaja označava korištenje kulturnih proizvoda jedne kulture (*insidera*) u proizvodnji vlastite umjetnosti. Ovaj tip prisvajanja kulture poprilično je raznolik. Izvođenje pjesama kultura, kojih sami glazbenici nisu pripadnici, smatra se prisvajanjem sadržaja. Prisvojeni sadržaj ne mora nužno biti kompletno umjetničko djelo, već može biti samo i motiv ili stil. Prema ovom tipu apropijacije bijeli glazbenici čiji stilovi su jazz ili blues provode ovu vrstu prisvajanja budući da su oba stila razvili Afroamerikanci (Young, 2005).

Prisvajanje predmeta predstavlja prenašanje vlasništva nad opipljivim predmetom s pripadnika kulture koji su proizveli proizvod (*insidera*) na strance (*outsidere*) (Young, 2005). Kod prisvajanja predmeta ne stvaraju se nikakvi novi proizvodi te stoga Young ovaj tip

aproprijacije smatra kao vrstu krađe (Bicskei, 2011). Brojni artefakti manjinskih kultura u muzejima, javnim i privatnim zbirnama rezultat su upravo prisvajanja predmeta (Young, 2005). Mramorne skulpture s Partenona, Hoa Hakananai'a, Beninska bronca i Kamen iz Rosette u British Museumu, Zlatna kruna iz Maqdale u Victoria and Albert Museumu, Koh-i-Noor dijamant u londonskom Toweru, Bista kraljice Nefertiti u Neues Museumu, Istrina vrata u muzeju Pergamon, Ankhanovo poprsje u Umjetničkom muzeju u Bostonu te Prijamovo blago u Puškinovom muzeju samo su neki od brojnih primjera ovog tipa kulturalne apropijacije (Iwala, 2022).

4.2. RAZVOJ KONCEPTA KULTURALNE APROPRIJACIJE

Smatra se da je 1970-ih termin kulturalne apropijacije nastao iz akademskog diskursa vezanog uz zapadni kolonijalizam. Inovacija termina ne može se prepisati jednoj specifičnoj osobi, no mogu mu se identificirati bliski prethodnici. Britanski povjesničar Kenneth Coutts-Smith 1976. godine u jednom je radu predstavio kulturni kolonijalizam, koji je imao slično značenje kulturalnoj apropijaciji. Smatra se da je Smithov rad potaknuo velik dio suvremene rasprave o kulturalnoj apropijaciji, iako se sam fenomen kulturalne apropijacije događao kroz povijest i prije nego li je dobio svoje ime (Kendall, 2024).

Od 1980-ih pojam kulturalne apropijacije počinje se po prvi put upotrebljavati u akademskim krugovima u raspravama o pitanjima i temama kao što su već prethodno spomenuti kolonijalizam te odnos između manjinskih i većinskih grupa. Pojam kulturalne apropijacije se, kao i mnogi takvi slični pojmovi, s vremenom proširio iz akademskih krugova u popularnu kulturu (Britannica, 2024).

Globalizacijom, razvojem tehnologije i društvenih platformi (poput TikToka i Instagrama) pojam kulturalne apropijacije sve se češće i češće susreće u ljudskoj svakodnevnici (YPulse, 2022).

U ranijim vremenima, kada su se različite kulture susretale kroz kolonizaciju ili trgovinu, preuzimanje kulturnih elemenata često je bilo rezultat nejednakosti i moći, gdje su dominantne kulture iskorištavale i komercijalizirale aspekte marginaliziranih kultura. Razvojem društva promijenio se i način na koji se promišlja o kulturalnoj apropijaciji. Kulturalna apropijacija postala je tako predmet intenzivnih rasprava, s naglaskom na etičkim aspektima preuzimanja kulturnih elemenata. No, bez obzira na razvoj društva, odnos moći u konceptu kulturalne apropijacije još uvijek ima ključnu ulogu.

4.3. ODNOS MOĆI

Odnos moći duboko je ukorijenjen u društvo te ono bez njega ne može postojati (Hladki, 1994). Za koncept kulturalne apropijacije od ključne je važnosti pojava neuravnotežene moći između onih koji prisvajaju i onih od kojih se prisvaja (Kendall, 2024). Proces usvajanja elemenata manjinske kulture od strane dominantne kada je glavni motiv samog usvajanja istinska želja za učenjem iste i kada postoji ravnopravnost i pristanak nazivamo kulturnom razmjenom. No, kada dominantna kultura iskorištava elemente manjinske kulture protiv njihove volje, bez dubljeg razumijevanja i davanja zasluga te s ciljem ostvarivanja dobiti govorimo o kulturalnoj apropijaciji. Odnosno, proces preuzimanja kulturnih elemenata manjinske kulture može biti pozitivna prirodna promjena ili pak znak dominacije ovisno o motivaciji, interpretaciji i okolnostima u kojima dominantna kultura to provodi (Kunst, Lefringhausen i Zagefka, 2024).

Koncept kulturalne apropijacije učestalo se percipira kao problem postkolonijalnog svijeta. Tom percepcijom kulturalna apropijacija označava proces prisvajanja aspekata nezapadnih, odnosno *nebijelih* kultura od strane zapadnog, odnosno bijelog stanovništva (Kendall, 2024).

Povijest čovječanstva puna je primjera u kojima je eurocentrična kultura, vođena mišlju “što je tvoje je i moje”, koja odražava kolonijalističke i rasističke prakse, uzrokovala brisanje autohtonih domorodačkih kultura (Hladki, 1994). Neovisno o tome radi li se o kulturalnoj apropijaciji ili samo oponašanju kulturnih aspekata, kultura iz koje se preuzima nikada nije moćnija od samog preuzimatelja (Oh, 2024).

Moć tako daje privilegiju očuvanja granica i hijerarhije zapadnim dominantnim kulturama (Oh, 2024 prema: Eberhardt i Freeman, 2015).

Dominantne kulture transformiraju manjinske kulture, koje im se mogu pokušati suprotstaviti i oduprijeti. Dominantna kultura kao ona koja ima moć može dopustiti određene oblike otpora manjinske kulture, ali postoje i oni koje u potpunosti prekida. Kulturalna apropijacija kroz odnose moći nagrađuje jedne, a druge oštećuje (Hladki, 1994). Ona podrazumijeva određenu dozu apatije ili neznanja dominantne kulture, odnosno prisvajачa koji određeni aspekt manjinske kulture koriste za vlastitu dobrobit (društvenu, ekonomsku ili neku drugu). Sve to događa se bez razumijevanja i brige o značenju onoga što se prisvaja (Kendall, 2024). Odnosno, prisvajači određeni element vide samo kao nešto egzotično i strano (Domitrović, 2020).

Za manjinske kulture koje su kroz svoju prošlost bile suočene sa sustavnim ugnjetavanjem i komodifikacijom vlastite kulture upravo zbog onih u položaju moći (dominantnih), kulturalna apropijacija predstavlja uvredljivo i bolno iskustvo (Kendall, 2024). Ovo najbolje opisuje Kjerstin Johnson koji govori da...„kada dođe do kulturne apropijacije, ona kultura koja prisvaja ili imitira, ali nije iskusila opresiju koju manjinska kultura dobro poznaje, privremeno preuzima ulogu onog egzotičnog, bez diskriminacije i opresije koja prati manjinsku kulturu“ (Domitrović, 2020:16 prema: Johnson, 2011). U svojoj biti kulturalnu apropijaciju vežemo uz moć, moć da se od nekoga ukrade, a da se ne moraju snositi nikakve posljedice (Murphy, 2023), moć da se zaželi i dobije zabranjeno (Oh, 2024 prema: Rogers, 2007).

Tako bijelci postaju sofisticirani umjetnici koji su vještinom utjelovili egzotičnost drugoga i stekli kulturni kapital (Oh, 2024 prema: Yoshihara, 2002) uz istovremeno zadržavanje vlastitih svjetonazora i vrijednosti kojima se mogu vratiti nakon što se zasite egzotičnog (Oh, 2024 prema: Hooks, 1992/ Shugart, 2008).

To stajalište potvrđuje i Giddens (1979) prema kojem se moć očituje upravo u upravljanju nad resursima kao i sposobnosti utjecaja na djelovanje drugih. No, moć nije statična, već dinamična karakteristika i sposobnost koja omogućuje korištenje resursa kako bi se ostvarili određeni ciljevi.

U napetim odnosima između kulture i moć s vremenom bi moglo doći do promjene u samoj dinamici kojom bi se mogla promijeniti strana koja profitira kulturalnom apropijacijom (Oh, 2024).

Kulturalnu apropijaciju može se smatrati svojevrsnim rezultatom duge povijesti društvene nejednakosti dviju kultura. S obzirom na odnose moći između dviju kultura dolazimo do problema koji se tiče same kulture i načina na koji se njezini elementi koriste za komuniciranje i izražavanje suvremenog identiteta. Odnosno, ako je kulturalna apropijacija upravo zbog nejednakosti u odnosu moći gotovo pa neizbježna, kako se onda kulturni elementi mogu koristiti u umjetnosti i kreativnoj industriji? Te, na posljatku smiju li se i ako da koji elementi uopće koristiti (Domitrović, 2020)?

5. KULTURA I VLASNIŠTVO

“Kultura pripada ljudima koji ju žive” ideja je koja ujedinjuje pripadnike širokog spektara ideologija, od desničarskih nativista koji se zalažu za nacionalnu tradiciju do ljevice koja proglašavanjem određene kulture kao zabranjene za *outsidere* nastoji spriječiti pojavu kulturalne aproprijacije. Neki (ponajprije autoritarni vođe) čak tu ideju o pripadnosti, vlasništvu i potrebi da se kultura brani od *outsidera* koriste kako bi se spriječilo širenje “zapadnjačkih” ideja i vrijednosti (na primjer LGBTQ prava). Diskusije o vlasništvu nad kulturom povremeno su i smiješne. Jedan od primjera je kada su studenti iz Ohia (Oberlin Collage) bili glavna tema nacionalnih vijesti žaleći se na svoje blagovaonice koje su navodno krive za kulturalnu aproprijaciju i to ni manje ni više nego zbog posluživanja neautentičnog sushia (Kirsch, 2023).

Kultura je diskutabilan pojam bez jasnog vlasništva. Kulturno vlasništvo svojevrsan je paradoks. Ono pridaje posebnu vrijednost i pravnu zaštitu elementima kulture, ali to radi na temelju prilagođenog i domesticiranog pogleda na kulturnu proizvodnju i identitet. Prema ideji kulturnog vlasništva svaka kultura posjeduje i kontrolira ili bi to barem trebala, svoju kulturu. Ovakav način proučavanja i gledanja na kulturno vlasništvo upućuje na konzervatorski stav prema kulturi jer na nju ne gleda kao na nešto dinamično i živo (Mezey, 2007).

Young sugerira da su u brojnim slučajevima upravo svi pripadnici kulture kolektivni vlasnici samih kulturnih dobara baš kao što su i pojedinci autori umjetničkih djela. Pa tako određena umjetnička djela (skulpture, slike, glazbena djela, priče...) djela i predmete od religijske, ritualne i povijesne važnosti ponekad smatramo kolektivnim vlasništvom određene kulture. Shodno tome neke sjevernoameričke autohtone kulture mogu s pravom zahtijevati vlasništvo nad arheološkim nalazima koje su proizveli njihovi preci. Neki kulturni elementi mogu imati iznimnu vrijednost za određenu kulturu te to samo po sebi može predstavljati dovoljan temelj i pravo da se kreira kolektivno vlasništvo. Ovim diskursom nije nužno da se neki element kulture naslijedi, stvori, kupi ili da je poklonjen kako bi mogli govoriti o vlasništvu, već je dovoljno istinski prepoznati i cijiniti vrijednost tog elementa. Autohtone narode često se smatra kolektivnim vlasnicima određenih kulturnih dobara, no oni nisu nužno i jedini vlasnici (Young, 2007).

Primjer takvog vlasništva je prijepis sage Flateyjarbók iz 14. stoljeća (Lesar, 2020). U samoj sagi veliki je naglasak na norveškoj povijesti i na Vikinzima. No, iako je Norveška u mnogim pripovijestima u prvom planu, saga obuhvaća događaje i ljude iz kompletne skandinavske regije te se tako može reći da ona ustvari predstavlja nordijsku kulturnu baštinu.

Uz navedeno sagu su sačuvali islandski pisci. Islandđani su tvrdili da imaju pravo na taj rukopis i to pravo im je uspješno dano (Nordan, 2016).

No, tko sve predstavlja kulturu *insidera*, u kojim okolnostima te tko ima pravo proglašavanja nečega kulturalnom apropiacijom?

O kulturama se stotinama godina učilo kroz izvješća zapadnjačkih promatrača. Na taj način "egzotične" kulture prevedene su u tako zvani manje prijeteći i društveno prihvatljiviji oblik (The New York Times, 2022).

Odnos moći ne može se izbjeći i olako shvatiti. Financijska sredstva, posao, prilike i pozornost samo su neke od povlastica koje zapadnjačko dominantno društvo posjeduje. Pripadnici manjinskih autohtonih kultura češće se moraju boriti kako bi postigli isto. Pronalazak izvora financiranja ili sufinanciranja, povezivanje sa širom masom, brojnost i raznolikost prilike... samo su neke od stavki koje njima otežavaju komunikaciju i predstavljanje vlastite kulture. Tako i unatoč sve povezanijem svijetu, domorodačke kulture i zajednice još uvijek nisu dovoljno zastupljene u mainstream medijima pa tako ni na internetu i društvenim platformama (The New York Times, 2022).

Iz toga proizlazi i činjenica da upravo dominantna zapadnjačka kultura posjeduje sposobnost da komunicira elemente manjinske nedominantne kulture, te da nešto prozove kulturalnom apropiacijom, odnosno ona ima pravo GLASA, iako bi trebalo biti obrnuto. Bitno je napomenuti kako je ta sposobnost pod utjecajem raznih rasističkih, seksističkih kao i kapitalističkih praksi te odražava svojevrsnu privilegiju. Upravo je ta privilegija faktor koji dominantnoj kulturi omogućuje da svoj superioran položaj moći transformira u svojevrsno pravo. To pravo pak nadalje postaje ideologija koju može upotrebljavati i društvo općenito. Korištenjem prava drugih, koje njima ne pripada prisiljava druge na tišinu. Također, to pravo koje dominantna grupa sebi pripisuje dolazi bez ikakvih obaveza, a bez njih može postojati samo zlouporaba. Stoga se javlja nužnost postojanja društvene odgovornosti koja će spriječiti kulturalnu apropiaciju kao i prisvajanje GLASA o tome je li nešto apropiacija ili ne (Hladki, 1994 prema: Philip, 1990).

Keeshig-Tobias (1990:177) govori kako "dolazi vrijeme kada će se svi bijeli pristaše domorodačkih ciljeva morati povući...i pustiti da se čuju pravi domorodački glasovi". Većina ljudi u nekom društvu može tolerirati kulturalno prisvajanje, no bitnije je tolerira li to manjinska kultura unutar tog društva. Oni su ti koji su zbog odnosa moći kroz povijest prolazili kroz omalovažavanja i ostali članovi društva moraju toga biti svjesni i pružati određenu zaštitu

(Young, 2005). Nakon dugogodišnjih marginalizacija njihovih kultura razumljivo je zašto im ista predstavlja iznimnu vrijednost i zašto ne žele da ju netko drugi (*outsider*) predstavlja i tumači (Chesterton, 2020).

Stoga su autentične manjinske kulture te koje imaju pravo predstavljati ili barem biti uključeni u to predstavljanje, ostvariti koristi (monetarne ili druge) i odlučivati o osjećaju duboke uvrede i o proglašavanju specifičnih slučajeva aproprijacijom ili prihvatljivim komuniciranjem i predstavljanjem elemenata kulture.

No, uz razumijevanje, priznanje i poštovanje granice za inspiraciju kulturom su otvorene. Kulture i različitost tu su da se slave i dijele. Ako se živi prema mentalitetu “gledaj, ali ne diraj” ne može se doći do razumijevanja i shvaćanja te se ostaje u prošlosti (Chesterton, 2020).

6. KULTURNA DIFUZIJA

Život je pun promjena. Čovjek se na svakom koraku svog života susreće s njima. Nemoguće je da se život iz dana u dan ne promjeni bar malo. Te promjene mogu biti različitih razmjera, od usputnog kontakta s nekom novom osobom sve do promjene u ljudskoj percepciji nečega. Bez obzira na intenzitet promjena neupitno je da one imaju moć da mijenjaju navike, rutine, proširuju horizonte i percepciju samih sebe kao i svijeta (Hajnić, 2023). Suvremena društva globalizacijom postaju međusobno povezanija i kulturno isprepletana (Castells, 2002), a čovjek i njegov život neprestano se mijenjaju. Kako je istaknuto prethodno u radu kultura i čovjek dolaze ruku pod ruku. Jedno podrazumijeva drugo, shodno tome promjene u životu i čovjeka osobno dovode do promjena u kulturi. Naročito ako se vodimo antologijom da je kultura očitovanje načina života ljudi u danom vremenu.

Svaki opis kulture bilo kojeg društva jedinstven je prikaz trenutačne slike. Ta slika predstavlja kulturu u tom kratkom trenutku. Promjene u društvu i kulturi događaju se pod utjecajem raznih unutarnjih i vanjskih sila. Unutar kulture govorimo o promjenama koje rezultiraju kulturnim inovacijama, odnosno uvođenjem novih misli, normi.... Ako sile djeluju unutar kulture govorimo o otkrićima i izumima. No, unatoč iznimnoj važnosti otkrića i izuma većina promjena nastaje djelovanjem vanjskih sila. Tako je većina inovacija u kulturi ustvari rezultat posuđivanja od drugih kultura (Spencer-Oatey, 2012).

Kulturna difuzija podrazumijeva širenje kulturnih obilježja iz jednog društva u drugo društva kroz migraciju, trgovinu i komunikaciju (FasterCapital, 2024). Kulturna difuzija nije nova suvremena pojava, već se odvija stoljećima. Pojava razmjene ideja, dobara i običaja može

se pratiti od antičkog doba. Tako se korijeni kulturne difuzije mogu vidjeti u trgovini i raznim osvajanjima kroz prošlost (FasterCapital, 2024).

Primjeri o tome kako se kulturna difuzija odvija oduvijek i posvuda su brojni. Prema arheološkim dokazima jantar se iz baltičke regije proširio sve do obale Sredozemlja, a rani novčići s područja Bliskog istoka proširili su se do sjeverne Europe. Perje ara iz Srednje Amerike pronađeno je na nalazištima sjeverne Arizone, a aboridžinski bakreni predmeti iz Michigena pronađeni su u Georgiji u humcima. Široka rasprostranjenost brojnih proizvoda kao što su duhan, kukuruz, krumpir i kava vidljiv su primjer kulturne difuzije (White, 2022).

Štoviše, prema nekima cjelokupna zapadna civilizacija utjelovljena je na dva primjera kulturne difuzije. Prvi se odnosi na rimsko masovno usvajanje grčke kulture (pa je tako Zeus preimenovan u Jupitera, a Afrodita u Veneru...), a drugi na nastanak kršćanstva (spajanjem religijskih ideja starog Izraela, grčke filozofije i rimskih institucija) (Cole, 2019).

Kultura se može smatrati nečim zaraznim, odnosno običaji, vjerovanja, vrijednosti, alati i tehnike, priče, ukrasi i još mnogo toga širi se s jedne generacije na drugu, od jednog narod do drugog, od jedne religije do druge. Kako bi se kultura širila potrebno je zadovoljiti dva preduvjeta. Prvi predvjet je da jedna grupa mora prepoznati i poželjeti određene elemente druge kulture, a drugi je da ta kultura može i želi komunicirati svoju kulturu. Naravno, ne dijele se i preuzimaju svi elementi kulture, već oni koji mogu pružiti neku prednost, korist ili zadovoljstvo (White, 2022).

Kulturna difuzija razlikuje se od situacije do situacije. No, moguće je identificirati nekoliko pravilnosti koje vrijede i iste su za sve kulture (Spencer-Oatey, 2012).

- Kulturna difuzija je *selektivan* proces:

Pri susretu dviju kultura, jedna od druge ne preuzima sve elemente. Da kulture kroz proces difuzije jedna od druge preuzimaju sve kulturne elemente ne bi postojala kulturalna raznolikost. Kulture preuzimaju elemente koje smatraju korisnim i/ili kompatibilnima. Kulture će najvjerojatnije preuzeti kulturne elemente u slučaju da a) je taj element superiorniji od postojećeg; b) je u skladu s postojećim kulturnim obrascima; c) jednostavno je razumljiv; d) element se može testirati na elementarnoj osnovi; e) prednosti i koristi prisvajanja su jasno vidljivi relativno velikom broju pripadnika kulture (Spencer-Oatey, 2012).

- Kulturna difuzija je *dvosmjernan* proces:

Nekada se smatralo da u kontaktu i preuzimanju kulturnih elemenata između “primitivnih” i “civiliziranih” društava ima samo jedan smjer, odnosno prva kao “inferiorna” skupina nema što ponuditi “superiornoj” drugoj skupini te samo preuzimaju “bolje i vrijednije” elemente. Danas antropolozi uvijek iznova utvrđuju da se kulturni elementi šire i preuzimaju u oba smjera te se odbacuje takvo stajalište (Spencer-Oatley, 2012). Gotovo pa uvijek postoji uzajamnost između dviju kultura u kontaktu (Ilić, 2021).

- Kulturna difuzija *reinterpretira posuđeno*:

Često posuđeni elementi kulture ne zadržavaju svoj izvorni oblik, već dobivaju novu interpretaciju i prerađuju se kako bi se što lakše mogli inkorporirati i integrirati u svoju kulturu (Spencer-Oatley, 2012).

Na taj način susret i dodir dviju kultura nikada ne rezultira dvjema istim kulturama, ne postoji original i njegova kopija. Umjesto toga, stvara se nešto sasvim novo. Najbolja usporedba ovoga je i sam čovjek. On nasljeđuje karakteristike oba svoja roditelja, no on nije njihova kopija već je jedinstvena osoba. Još jedan primjer u nizu je i poznata gravura Nosoroga njemačkog umjetnika Albrechta Dürera iz 1515. godine. O nosorogu je Dürer čuo od jednog trgovca. Dürer je samo na temelju opisa izradio gravuru egzotične životinje, koju ni sam nikada nije vidio. Pa nije ni iznenađujuće da gravura nije bila najtočniji prikaz nosoroga. Dürer je čvrstu kožu nosoroga na svom djelu prikazao gotovo kao oklop. Iako ovaj primjer prikazuje nesporazum do kojeg može doći prilikom kontakta dviju kultura neosporno je da je, iako se radi o nesporazumu, rezultat nešto novo i zanimljivo (Cole, 2019).

Kad se govori o kulturnoj difuziji bitno je napomenuti kako se određeni elementi kulture lakše i češće preuzimaju od drugih. Veće su vjerojatnosti da se prošire i preuzmu tehnološke inovacije od određenih društvenih obrazaca ili vjerovanja jer se kod njih lakše uočavaju prednosti i koristi koje sobom donose (Spencer-Oatley, 2012).

Kulturna difuzija danas je ubrzana procesom globalizacije. Puno je lakše premještati ljude, robu i informacije što dovodi do brže kulturne difuzije. Tome dodatno doprinosi i Internet, pogotovo društvene mreže, koji brišu granice između kultura. Društvene platforme kao što su Twitter, Instagram, TikTok i Facebook omogućuju ljudima diljem svijeta da se međusobno povežu i dijele svoju kulturu. Tako su se proširile razne kulturne prakse, moda, glazba i hrana. Utjecaj koji Internet i društvene mreže imaju na proces kulturne difuzije je dubok i on preoblikuje način na koji ljudi percipiraju i stupaju u kontakt s drugim kulturama. Stoga je

suvremeno društvo prepoznalo važnost kulturne difuzije kao i njezine prednosti i nedostatke (FasterCapital, 2024).

Jedna od njezinih prednosti je ekonomičnost. Puno je jednostavnije i brže posuditi neki kulturni element (ideju, predmet, vještinu...) nego je iznova izmisliti ili otkriti. Kulturnom difuzijom kulture bez obzira na pozadinu i vrijeme uz manje truda dolaze do novih ideja. Čak 90% svih ideja, stvari i obrazaca ponašanja koje možemo pronaći skoro u bilo kojoj kulturi potječu od negdje drugdje (Spencer-Oatey, 2012). Prednosti kulturne difuzije su i povećanje raznolikosti kao i povećanje razumijevanja i tolerancije. Kulturna difuzija omogućuje da se razmjenjuju ideje i prakse između kultura što povećava raznolikost i mogućnost za inovacije kultura. Ova prednost najjednostavnije je vidljiva u pogledu uvođenja raznolikosti u prehrani, pa je tako sushi postao planetarno popularan. Kulturna difuzija kroz kontakt i izloženost različitim kulturama povećava razumijevanje i toleranciju te nadilazi stereotipe i predrasude (FasterCapital, 2024).

Kao najveći nedostaci kulturne difuzije ističu se mogućnost pojave dvaju procesa, kulturne homogenizacije te kulturalne apropijacije. Proces kulturne homogenizacija događa se kada zbog kulturne difuzije dolazi do gubitka tradicionalnih kulturnih praksi i usvajanja standardnih. Širenje lanaca brze hrane diljem svijeta jedan je od primjera u kojem dolazi do gubitka tradicionalnog načina prehrane i usvajanja standardiziranog, onoga koje je jednako diljem svijeta. Kada kulture prisvajaju od drugih bez razumijevanja i poštovanja dolazi do kulturalne apropijacije (FasterCapital, 2024).

Kulturna difuzija i kulturalna apropijacija razlikuju se u dvije ključne stavke. U procesu kulturne difuzije obje kulture “pristaju” na razmjenu, dok u procesu kulturalne apropijacije ne dolazi do nikakve razmjene, već do otimanja dijela tuđe kulture bez ispravnog razumijevanja i to sve temeljeno na moći koju neka kultura posjeduje. U suštini kulturalna apropijacija i difuzija razlikuju se prema načinu na koji preuzimaju kulturni elementi vanjske kulture u vlastitu (Ilić, 2021).

Još jedna važna razlika između ta dva procesa je i u tome kako se do njih dolazi. Za razliku od apropijacije do kulturne difuzije se “najčešće dolazi spontano i organski, kada jedna kultura dođe u dodir s drugom, izvanjskom kulturom” (Ilić, 2021: 24 prema: Eckhardt, 2015).

Bez obzira o kojoj kulturi se govori jedno je uvijek sigurno, a to je da se kulture mijenjaju. Kultura je dinamična i neprestano u pokretu. Kultura postaje ključnim faktorom u globalno povezanom svijetu koji se sastoji od brojnih etnički različitih društava kao i brojnih

sukoba vezanih uz etnicitet, uvjerenja i općenito elemente kulture (Pappas i McKelvie, 2022). Kulturna difuzija neizbježna je pojava. Sve dok ima ljudi postojat će i kulturna difuzija. Kulturna difuzija omogućila je napredak i donijela koristi brojnim društvima. Iako ima nedostataka kulturna difuzija donosi koristi za obje kulture te ima potencijal da s vremenom pozitivno utječe na njih (Ilić, 2021).

Kada ne bi postojale promjene u kulturi ona bi ostala okamenjena u određenom trenutku i kroz vrijeme postala nefunkcionalna i nedostatna za društvo. Ako se nešto čuva u izvornom “okamenjenom” obliku ne može doći do promjena, a one dovode do napretka. Kada nastupi promjena može se govoriti o nečemu novome, bez obzira bilo to novo nešto dobro ili loše bitno je da se desi ta promjena. Promjene su sastavan dio ljudskog života. No, promjene podrazumijevaju nešto novo i nepoznato, a sve što je nepoznato ljudima izaziva strah.

Kulturna difuzija u svojoj suštini ne napušta elemente vlastite kulture radi druge, već ih unaprjeđuje u skladu s vlastitim obrascima. Također, kulturnom difuzijom ne gubi se nužno raznolikost između kultura, već joj se doprinosi. Sve počinje od ljudi, kako se oni mijenjaju mora se mijenjati i kultura kao njihov sastavan dio. Promjene kakve god da bile treba prihvatiti kao nešto prirodno.

“Stalna na tom svijetu

Samo miena jest” (Preradović, 1997:165).

Stoga je kulturnoj difuziji potrebno pristupiti s razumijevanjem i poštovanjem, na taj način potaknut će se veća raznolikost kao i razumijevanje i tolerancija u globalnom svijetu (FasterCapital, 2024).

Kulturna difuzija igra ključnu ulogu u suvremenom društvu, potičući inovacije i jačajući međusobno razumijevanje među različitim zajednicama. U globaliziranom svijetu, gdje su granice između kultura sve manje izražene, dijeljenje kulturnih elemenata postaje prirodan proces. Ova razmjena omogućava ljudima da uče jedni od drugih, razvijajući novu kreativnost i potičući sinergiju koja može obogatiti život pojedinaca i zajednica.

Kulturna difuzija ne doprinosi samo umjetničkim i estetskim aspektima života, već i jača društvene veze, potičući empatiju i smanjujući strah od nepoznatog.

Kultura je dinamična i neprekidno se mijenja, a te promjene su prirodne i neizbježne. Kroz povijest, kulture su se razvijale i prilagođavale novim okolnostima, tehnologijama i idejama. Ova fluidnost kulture omogućava društvima da rastu i evoluiraju. Promjene u kulturi

često odražavaju šire socijalne, političke i ekonomske transformacije, čime postaju važnim pokazateljem vremena u kojem živimo.

Za suvremeno društvo, koje se svakodnevno susreće s različitim kulturama putem medija, interneta, trgovine, poslovanja i putovanja, od ključne je važnosti prepoznati i cijeniti značaj kulturne difuzije. Ovaj proces omogućava stvaranje novih identiteta i ideja, potičući otvorenost i inkluzivnost. Umjesto opiranja promjenama, treba ih se prihvatiti kao priliku za rast, učenje i povezivanje s drugima. Kulturna difuzija može dovesti do stvaranja bogatijeg, raznolikijeg i harmoničnijeg društva koje slavi različitosti i potiče zajedništvo.

7. INSPIRACIJA ILI APROPRIJACIJA

Ključnu ulogu u globalizaciji imao je Internet. Njegovom dostupnošću i mogućnostima primjene svijet je postao sve povezaniji, a kulture i njihovi elementi nikad lakši za dijeljenje. Društvene platforme (kao što su TikTok, Instagram, Twitter i Facebook) omogućuju svim svojim korisnicima, neovisno o dijelu svijeta iz kojeg dolaze, da se međusobno povežu i dijele svoju kulturu. Rezultat tog dijeljenja je širenje raznih kulturnih praksi, uključujući i modu, glazbu i film van originalnih okvira kulture. Posljedično tome Internet i društvene platforme kreirali su globalnu publiku i potrošače za kulturne proizvode. Tako se danas glazba iz najrazličitijih dijelova svijeta i kultura dijeli i konzumira. Na taj način globalne superzvijezde kao što je mega popularna K-Pop grupa BTS ostvarili su svoj uspon do slave (FasterCapital, 2024).

Uz povezivanje i dijeljenje kultura Internet i društvene platforme doprinijeli su lakšem učenju o drugačijim i nepoznatim kulturama. Od različitih recepata za hranu, modnih stilova pa do kulturnih običaja sve stoji na raspolaganju korisnicima. Dostupnost tih informacija i interes za iste rezultirao je porastom u brojnosti programa kulturnih razmjena koje omogućuju osobno iskustvo i doživljaje određene kulture. Dijeljenjem i učenjem o drugim kulturama Internet i društvene platforme svojevrsno kreiraju platformu za očuvanje kulture. Tako autohtone kulture kojima je prijetila opasnost od izumiranja ostaju očuvane. Primjer toga je Centar za folklor i kulturnu baštinu Smithsonian koji je kreirao projekt "Living Cultures" kojim nastoje očuvati autohtone kulture upravo tako da ih putem Interneta dijele sa svijetom. Internet i društvene mreže imaju dubok utjecaj na proces kulturne difuzije, te preoblikuju način na koje se kulture percipiraju i na koji se s njima komunicira. No, kroz internet i društvene mreže zapadnjačka kultura postala je sve dominantnija. Brišući tako autohtone kulture i pridonoseći homogenizaciji kultura. Što nadalje stvara zabrinutost oko kulturalnog imperijalizma u kojem se upravo zapadnjačka kultura smatra superiornijom. Stoga je potrebno pronaći ravnotežu koja će omogućiti kulturne kontakte i razmjene, a ujedno i njihovo vrednovanje, razumijevanje i očuvanje (FasterCapital, 2024).

Mogućnost slobodnog izražavanja od velike je vrijednosti za suvremeno društvo, a velik dio tog izražavanja svoju inspiraciju pronalazi upravo u kulturi, što svojoj što kroz kontakt s drugima. Shodno tome u brojnim područjima poput glazbe, filma, sporta i mode vidljivi su utjecaju kulture kao inspiracije, ali i njezinog prisvajanja. Posljednji rezultiraju pojavom sve

većeg i većeg broja brendova i javnih osoba koji se prozivaju za eksploataciju tuđih kultura. Što nadalje rezultira brojnim javnim isprikama i otkazivanjima kampanja (Kendall, 2024).

Ovo poglavlje posvećeno je predstavljanju analiziranih primjera iz svakodnevnog života u kojima se mogu vidjeti načini na koje se kultura može koristiti kao inspiracija, ali i kako se ona može aproprirati. Društvene mreže (TikTok i Instagram), moda, glazba i film dio su ljudske svakodnevice te su upravo iz tih područja predstavljeni i analizirani primjeri.

7.1. FILM

Film se najjednostavnije definira kao audio vizualna umjetnost (Luo, 2021). Film kao umjetnost i način kreativnog izražavanja svojevrsan je produkt kulture. Film posjeduje moć odražavanja trenutačnih društvenih trendova, događaja, problema, ponašanja i vjerovanja. On ne samo da odražava društvo i kulturu koja ga stvara, već ju i oblikuje i solidificira. Kao takav može se smatrati svojevrsnim izvorom svog zeitgeista (University of Minnesota, 2024).

Film ima moć istovremenog ispunjavanja više funkcija. Uz izvor zabavne kroz svoju simboliku prenosi informativan i edukativan sadržaj te može utjecati na ljude (Al'ula i Sihombing, 2023 prema: Septiani et. al., 2019), oblikujući tako njihov individualni pogled i percepciju svijeta kao i vlastitog identiteta (Keyser, 2024 prema: Johnson, 2015). Stoga film predstavlja alat uvođenja promjena i rješavanja brojnih društvenih pitanja (Keyser, 2024).

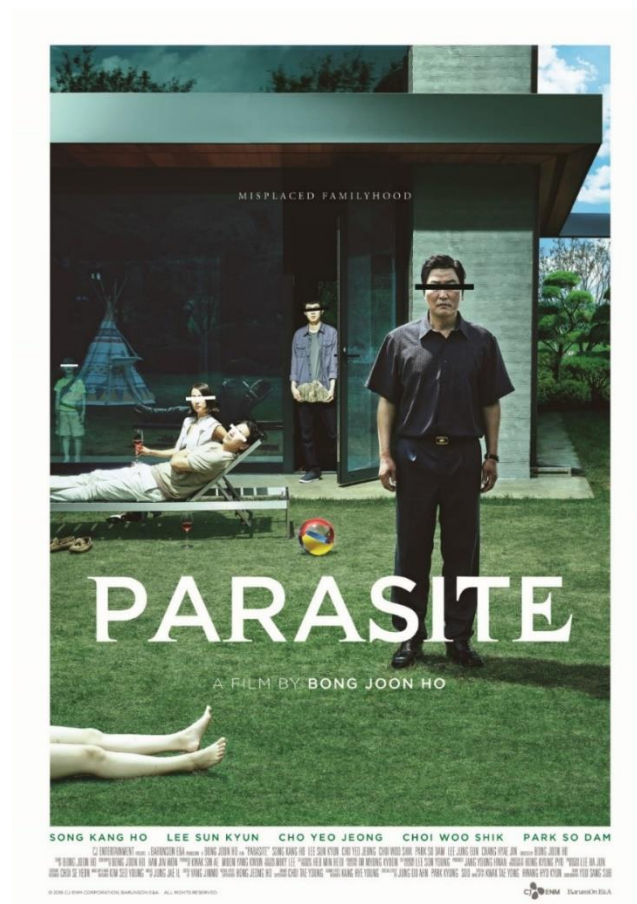
Upravo zahvaljujući svojoj multifunktionalnosti i širokoj prihvaćenosti zajednice film je jedan od najučinkovitijih alata prenošenja poruka (Al'ula i Sihombing, 2023 prema: Septiani et. al., 2019).

Kao takav on predstavlja moćan medij kulturne diplomacije. Svojim širokim dosegom i dostupnošću ne samo da animira već i obrazuje, razbija stereotipe te nadilazi postojeće kulturne granice. Film kroz svoju umjetnost, predstavljanje i razmjenu ideja, informacija i elemenata kulture potiče međusobno razumijevanje unutar i van određene kulture (Lee, 2022).

Filmovi inspirirani kulturom istražuju, predstavlja i slave tradiciju, povijest i vrijednosti određenih društvenih zajednica. Kada se takvi filmovi osmišljaju i ostvaruju s dozom poštovanja, razumijevanja i brige o točnosti prikazanog kulturnog sadržaja nastaju filmovi koji nude vrijedan uvid i razumijevanje u predstavljenu kulturu. Povijest filma bogata je takvim primjerima.

Jedan od njih je film “Parazit“ u režiji Bong Joon-hoa. Parazit je prvi korejski film koji je osvojio prestižnu nagradu Zlatnu palmu na filmskom festivalu u Cannesu kao i ukupno četiri Oscara u kategorijama režije, originalnog scenarija, međunarodnog igranog filma i najboljeg filma 2019. godine (Eldridge, 2024). Ovaj južnokorejski film daje kritiku klasne razlike kroz narativ koji spaja elemente korejske kulture s univerzalnim temama. Odnosno, nudi jedinstvenu perspektivu društvenih pitanja unutar specifičnog kulturnog konteksta. Joon-ho u svojoj društvenoj satiri “Parazit“ predstavlja univerzalnu temu, simbiotsku odnosno parazitsku vezu između bogate (Park) i siromašne (Kim) obitelji, s kojom se svi lako mogu poistovjetiti (Lee, 2022). Upravo u činjenici da film prenosi poruku publici na relevantan i razumljiv način bez obzira na njihovu specifičnu kulturu leži uspjeh i popularnost filma (Vandenburg 2019). Radnja filma, s korejskim kao primarnim jezikom, smještena je u Južnoj Koreji (ulice Seoula i studio u gradu Goyangu). U produkciji su sudjelovali gotovo isključivo korejski glumci i ekipa, a svoje intervjuje međunarodnim medijima kao i govore održali su na korejskom jeziku uz pomoć prevoditelja (Lee, 2022).

Slika 1. Film Parazit



Izvor: Parazit (2019.), IMDB, [Parazit \(2019\) \(imdb.com\)](https://www.imdb.com/title/tt6751664/) (preuzeto: 18. listopada 2024.)

Uz univerzalnu i lako poistovjećivu temu film obiluje duhom korejske kulture. Jedan od primjera u kojem je to vidljivo su imena likova kod kojih je primijenjeno tradicionalno generacijsko davanje imena potomcima. Kod generacijske dodjele imena, braća jedne generacije dijele jedno od dva imena. Film je bogat referencama na korejske povijesne događaje, političke skandale i tradicionalne načine izrade proizvoda npr. lijekova. Pa je tako u filmu prikazan *Maeshil cheong*, odnosno konzervirana zelena šljiva koja je poznata kao narodni lijek protiv kašlja, bolova u mišićima, upala i drugih lakših bolesti (Park, 2020).

No, kako je radnja filma smještena u suvremeno doba osim tih elemenata tradicionalne korejske kulture predstavljeni su i elementi moderne korejske kulture i svakodnevnog života (Silva, 2020). Pa tako film predstavlja izazove, težinu i zahtjevnost korejskog obrazovnog sustava, važnosti ako ne i nužnost pohađanja privatnih akademija te o budućnosti odlučujuće prijemne ispite. Film predstavlja i korejsku kulturu ispijanja kave koja je jedna od vodećih tržišta kave na svijetu. Samo u Seoulu ima više kafića nego u New Yorku. Također, su predstavljeni maleni dućani u susjedstvu često s plastičnim stolovima, stolicama i suncobranima. Otvoreni su 24/7 ili rade do jako kasno te omogućuju svima da ležerno konzumiraju jeftin alkohol (pivo ili soju). Besplatni godišnji sveobuhvatni zdravstveni pregled, korištenje najpopularnijeg i najistaknutijeg servisa za razmjenu poruka “Kakao Talk“ kojeg koristi 97% svih korisnika pametnih telefona u Koreji te korištenje PC soba s izuzetno brzim Internetom samo su još neki od elemenata suvremene korejske kulture prikazanih u filmu (Park, 2020).

Također, uz sve kulturne elemente predstavljene u filmu vrijedna spomena je i činjenica da je Joon-ho samu ideju za film pronašao u vlastitoj životnoj situaciji. U svojim 20-ima je na temelju preporuke svoje žene, koja je bila instruktorka engleskog jezika jednoj bogatoj obitelji, dobio posao instruktora matematike, iako nije bio osobito nadaren u tom području. Naglašavajući tako dodatno još jedan aspekt korejske kulture u kojoj se ne objavljuju oglasi za posao, već je potrebno da vas netko upozna, kao i u samom filmu (Donohoo, et. al., 2024). Uspjeh “Parazita“ simbolično predstavlja i globalnu ekspanziju kulturnih industrija Južne Koreje kao i njihove strategije brendiranja zemlje i kulturne diplomacije (Lee, 2022).

Djeca, kao najmlađa skupina u društvu, najizloženiji su porukama koje im šalju masovni mediji. Često, bez kritičkog razmišljanja, preuzimaju plasiran sadržaj kao normu. Kreirajući tako podosta pravocrtan pogled na svijet. Izloženost točnim, informativnim i edukativnim sadržajima od ključne je važnosti za zdrav pogled na svijet kao i za zdravo funkcionalno društvo. Za djecu u tom pogledu značajnu ulogu igraju animirani filmovi. Oni djeci na zabavan

način prenose moralne poruke i vrijednosti. Kada se govori o animiranim filmovima u srcima mnoge djece Disney ima posebno mjesto.

Walt Disney, tvrtka iz SAD-a, kroz svoje filmove, TV emisije, tematske parkove i robu proširila se cijelim svijetom (Walt Disney, 2024).

Disney je danas jedna od najuspješnijih tvrtki u sektoru zabave (Beattie, 2024). Može se reći da i svojevrsno predstavlja tu industriju. Disney ima značajan utjecaj na popularnu kulturu i medije. Atraktivne animacije i uzbudljive priče s moralnim porukama privlače širok spektar populacije, od djece, obitelji pa sve do odraslih. Tako Disney ima obožavatelje različitih obilježja i identiteta, a ujedinjuje ih ljubav prema brendu i podrška vrijednostima koje on predstavlja (Walt Disney, 2024).

Disney preslikava vrijednosti samog društva, oblikujući tako način na koji pojedinci vide svijet. Jedan od primjera njegovog utjecaja je percepcija prihvatljivog ponašanja za žene i muškarce, definiranje obiteljske strukture kroz idealiziranje nuklearne obitelji i prikazivanje tradicionalnih rodni uloga. No, Disney posjeduje i moć informiranja o općim društvenim i kulturnim problemima, uključujući prikazivanje različitih rasa, etničke pripadnosti i identiteta (Walt Disney, 2024).

Mnoge Disneyjeve priče kritizirane su zbog stereotipiziranog prikazivanja *ne bijelih* likova kao i zbog ne uključivanja njihovih glasova i mišljenja (Walt Disney, 2024). No, posljednjih nekoliko godina Disney radi na što inkluzivnijem i točnijem prikazivanju kultura. Jedan od primjera je animirani film "Encanto" koji je prozvan Disneyjevim kulturološki najtočnijim filmom (Puthoff, 2022).

Animirani film "Encanto", u režiji Jerada Busha i Bayrona Howarda, prati mladu djevojku Mirabel kao jedinu članicu obitelji Madrigal koja nije dobila čarobnu sposobnost nakon petog rođendana. Kroz film Mirabel dolazi do spoznaje da ne treba poseban dar ni čaroliju da bi bila iznimna i posebna osoba. Svojim moćima Mirabelina obitelj pomaže selu u napretku, no iako su moćni i oni imaju svoje probleme. Članovi Madrigal obitelji i njihove moći kreirani su prema poznatim arhetipovima. Tako je Isabela, Mirabelina najstarija sestra, zlatno dijete, a moć joj se manifestira kroz cvjetanja cvijeća. Još jedna Mirabelina starija sestra je snažna, a hrana njezine majke Juliete može izliječiti bolesti. Mnogi gledatelji filma mogli su se poistovjetiti s ovim obiteljskim arhetipovima, no film ih je uputio da promjene svoju perspektivu i dublje promisle i shvati da su svi oni puno složeniji od skupina osobina koje im se generički pripisuju (Brown, 2021).

Želja da film ispriča drugačiju perspektivu o dinamici unutar obitelji naveo je redatelje i filmsku ekipu da radnju smjeste u Kolumbiju. Ona kao južnoamerička zemlja s dubokim domorodačkim, afričkim i europskim kulturnim korijenima ima nevjerojatno raznolike, ali i prihvaćene obitelji. Kako bi uistinu predstavili kulturu Kolumbije provedena su duboka istraživanja i konzultacije s izvornim stručnjacima. Istraživanja su uključivala edukaciju o bogatoj povijesti i kulturi, posjet Kolumbiji kako bi se osjetio duh istinskog načina svakodnevnog života te razgovor s arhitektima, kuharima, obrtničkim skupinama pa i botaničarima. Sve kako bi hranu, arhitekturu i njezine materijale, prirodu i tradiciju što točnije mogli prikazati. Ističući kako nije bilo bitno samo da se kultura prikaže intelektualno točno, već da se pogodi i osjećaj. Sva istraživanja i proučavanja kao i konstantno traženje feedbacka za vrijeme produkcije rezultirali su brojnim pohvalama za istinsko predstavljanje duha i raznolikosti kolumbijske kulture (Brown, 2021).

Mnogi su hvalili upravo korištenje brojnih likova kako bi se predstavila kompleksnost ove hispanoameričke kulture. Izazvavši tako val objava, što fotografija što videozapisa, na društvenim mrežama u kojim se mala djeca smiješe kraj njima sličnih likova (Gutierrez, 2022).

Slika 2. Film Encanto i raznovrsnost likova



Izvor: Gutierrez, B. (2022.) 'Encanto' praised for authentic representation of Colombian culture, University of Miami, ['Encanto' praised for authentic representation of Colombian culture \(miami.edu\)](https://www.miami.edu/news/encanto-praised-for-authentic-representation-of-colombian-culture) (preuzeto: 18. listopada 2024.)

Mnogi poznati klasični Disney filmovi do tada su predstavljali bijele princeze koje pronalaze svoje prinčeve. Odmicanje od klasične radnje u kojoj princeze čekaju da ih se spasi

vrijedna je i dobra poruka koja se šalje djeci. Disney je u tom pogledu napravio pomak već i u ranijim filmovima kao što su “Mulan“ i “Moana“, koji prikazuju glavne likove drugačijih rasa, veličina i jakih osobnosti. No, “Encanto“ je napravio još jedan korak naprijed uključivši prvu Disneyjevu kompletnu latino glumačku postavu, netipične likove poput glave junakinje Mirabel koja nosi naočale te likove mješovite rase. “Encanto“ je dobio tri nominacije za prestižnog Oscara, a njegova pjesma “We Don't Talk About Bruno” nadmašila je i legendarnu princezu Elsu i njezinu pjesmu “Let It Go“ (Gutierrez, 2022).

Filmovi inspirirani kulturom često pristupaju temi s pažnjom i poštovanjem, pridonoseći tako boljem poznavanju, razumijevanju i uvažavanju prikazane kulture. No, ponekad se elementi određene kulture u filmovima predstavljaju na neosjetljiv, iskorištavajući način ili bez poštovanja. Takvi filmovi primorani su suočiti se s kritikama zbog kulturnog prisvajanja. Jedan od takvih primjera je poznati film Avatar.

James Cameron napisao je, režirao i koproducirao blockbuster filmove “Avatar“ i “Avatar: Put vode“ (Lu, 2023). Uz tehnologiju snimanja lica kao i upotrebe CGI- ja filmovi su odjeknuli u javnosti i zbog brojnih optužbi za kulturalnu apropijaciju (Thompson, 2022).

“Avatar: Put Vode“ predstavlja Pandoru, novi svijet smješten na fiktivnom egzomjesecu naseljen Na’vi bićima. Na’vi su humanoidna vrsta plave kože. Film tematizira težnju ljudi da koloniziraju Pandoru i ekstrahiraju njezine resurse. Na’vi su prisiljeni braniti se. No, mnogi se prepoznali previše poveznica između fikcije i stvarnog života te su prozvali na odgovornost. Plava stvorenja s velikih ekrana inspirirana su crnačkom i domorodačkom kulturom. Na’vi narod ima dredove i pletenice povijesno povezane s crnačkim i afričkim kulturama. Upotrebljavaju luk i strijelu s otrovnim vrhom što potječe iz autohtonih južnih i sjevernoameričkih kultura. Nose tradicionalnu domorodačku odjeću, koriste boju za tijelo, a i jezik kojim komuniciraju ima korijene u nekoliko afričkih, indijskih i polinezijskih jezika (Lu, 2023).

Brojni običaji Na’vija kopirani su iz tradicija pacifičkih otoka, ponajprije maorske tradicije. Društvena struktura plemena, gostoprimstvo, vjerovanja, nazivi zajedničkog doma, maorske tetovaže na licu i tijelu te *whetero* grimase (isplaženi jezik kao ratna grimasa prkosa) samo su neki od elemenata preuzeti iz maorske tradicije (Yang, 2023). Slika 3. prikazuje Na’vi narod s pletenicama i tetovažama na licu i tijelu preuzetih iz maorske tradicije.



Izvor: Chery, S. (2022.) Indigenous people slam Avatar (again) for tropes and inaccuracies, The Washington Post, [Indigenous people call 'Avatar 2' racist for Na'vi portrayal - The Washington Post](#) (preuzeto: 19. listopada 2024.)

Svi preuzeti kulturni elementi izvučeni su iz svog originalnog konteksta, čime je obrisana i povijest ljudi koji su tim elementima dali značenje i vrijednost, te su fragmentarno spojeni zajedno kreirajući egzotičan osjećaj znanstveno-fantastičnog filma (Yang, 2023). James Cameron time je generalizirao i izjednačio mnoge domorodačke kulture (Lu, 2023).

Prema mnogima film nije ništa više negoli pripovijest o bjelačkoj kolonizaciji domorodačkih naroda i to iz perspektive bijelaca. Pojačavajući tako postojeći narativ i aroganciju bijelaca da mogu tuđu priču ispričati bolje (Yang, 2023). Optužbe za aproprijaciju ne staju tu. Cameron i njegov film "Avatar" kritizirani su da perpetuiraju koncept plemenitih divljaka prema kojem se Na'vi narod kao *ne bijela* kultura romantiziran zbog svoje primitivnosti i neiskvarenosti civilizacijom, učvršćujući tako njihov inferioran položaj (Lu, 2023). No, što se drugo moglo očekivati od filma o bijelcu (Sully) kojeg su presadili u Na'vi, odnosno, *ne bijelo* tijelo. Kroz film je u više navrata prikazana nadmoć bijelaca nad "divljacima" pa čak i u stvarima koje su prirodno njihove (Yang, 2023).

Prvi nastavak filma "Avatar" triput je tužen za plagijat, no James Cameron dobio je sva tri slučaja braneći se da je inspiracija za film bilo upravo kolonijalno razdoblje, sa svim svojim sukobima i krvoprolićem. No mnogi domorodački aktivisti i znanstvenici upitali su se u kolikoj mjeru film tu temu uistinu nastoji reprezentirati, a u kolikoj od nje odvući pažnju. Stoga su

mnogi pozvali na bojkot filma kao i optužili Camerona za aproprijaciju te zadovoljavanje vlastitog kompleksa spasitelja kroz svoje filmove (Yang, 2023).

Cameron u najavi ima još tri filma kao nastavak. Mnogi domorodački vođe i edukatori sugerirali su kako bi za njih Cameron trebao surađivati s pripadnicima domorodačkih kultura koje će prikazati u filmu. James Cameron je na kritike za oba dosadašnja filma priznao da je govorio iz svoje privilegirane pozicije koja mu je zajamčena bojom kože te da će kritike poslušati (Yang, 2023).

21. stoljeće obilježeno je fenomenom *binge-watchinga*. Termin se odnosi na gledanje više od dvije epizode serije ili showa odjednom te je sve učestaliji način provođenja slobodnog vremena (Bastos, et. al., 2024). *Binge-watching* omogućuje eskapizam, bijeg i distrakciju od svakodnevice punu obaveza, stresa i problema. Jedna od serija koja se ističe kod svih ljubitelja britkog humora i mračne satire je "Bijeli lotus". Mnogi gledatelji smatraju seriju remekdjelom, no ističu i kako nije za one koji se lako uvrijede.

Iako nije film, popularna serije "Bijeli lotus" jedan je od primjera kulturalne aproprijacije u filmskoj industriji. Serija do sada ima dvije sezone. Prethodne dvije sezone, locirane na Havajima i Italiji, prikazuju skupinu bijelih bogataških obitelji na njihovom odmoru u odmaralištu (Venkatraman, 2023). Ova serija na satiričan način nastoji tematizirati klasizam, rasizam, kolonijalizam i ljudski osjećaj praznine u okrilju turističke industrije (Tolkein, 2021).

Druga sezona TV serija "Bijeli lotus" kritizirana je zbog prikazivanja talijanske kulture i upotrebe stereotipa. Kritičari su tvrdili da se serija oslanja na klišeizirane i površne prikaze talijanske kulture, što je dovelo do optužbi za kulturnu neosjetljivost. A za prvu sezonu, na Havajima, mnogi smatraju da površno prikazuje domorodačko stanovništvo te da površno dotiče teme rasizma, imperijalizma i kolonijalizma (Venkatraman, 2023).

Slika 4. Serija Bijeli lotus



Izvor: Burton, J. (2021) 'The White Lotus': The Real Life Resort Where the HBO Show is Filmed, Newsweek, <https://www.newsweek.com/white-lotus-real-life-resort-where-hbo-show-filmed-hawaii-1608274> (preuzeto: 15. listopada 2024.)

U prvoj sezoni havajska glazba koristi se kao zvučna pozadina za duhovna iskustva povlaštenih bijelih turista, a lokalno stanovništvo kao egzotična pojava koja služi za njihovo daljnje prosvjetljenje (Tolkein, 2021). Lokalci se, uz iznimku dva pobliže predstavljena lika (Lani i Kai), u seriji koristi samo kao sredstvo zapleta i prosvjetljenja bjelačkih turista, a tema kolonijalizam i imperijalizma površno je obrađena. Te teme dotaknute su u iznimno kratkim scenama, i nikada se ne ulazi u dubinu. Pa tako na pitanje o imperijalizmu povlašteno turist u seriji odgovara samo s kratkim osvrtom da je imperijalizam očigledno bio loša stvar, ali da je takvo čovječanstvo i povijest. Nadodajući i izreku “Dobrodošli u Ameriku”. Kroz takav pristup pokušalo se prikazati moralno opredjeljenje naspram imperijalizmu, no sve ostaje na razini puke geste (Kuga, 2021).

Mnogi upravo to smatraju razočaravajućim za seriju koja primarno nastoji prikazati privilegije i povlaštenost bijelaca kao i toksičnost cjelokupne turističke industrije (Tolkein, 2021).

Mnogi uz “Bijeli lotus” nadovezuju i činjenicu da mainstream mediji emisije o Havajima rade prečesto zabijeljeno (“whitewashed”) i da služe neokolonijalizmu. Odnosno,

prikazuju otok kao utopiju i zanemaruju negativne (ekstraktivne) učinke turizma i vanredno stanje otoka nakon više od stoljeća ilegalne okupacije SAD-a. "Bijeli lotus" malen je kamen u borbi za havajsku samoupravu, no svaki negativan prikaz pa tako i ovaj od iznimne su važnosti za havajski moral. Priču o Havajima trebaju ispričati oni koji uistinu znaju kako je to živjeti kao Havajci i mogu vidjeti njegovu budućnost ne povezanu s imperijalističkom vladavinom, a ne oni koji ga vide kao bijeg (Rigg, 2022).

Predviđeno je da se sljedeća sezona snima na Tajlandu te su mnogi u strahu da će se kroz seriju površno prikazati istočnjačka vjera i da će bijeli zapadnjački pisci egzotizirati njihovu kulturu (Venkatraman, 2023).

Ovi primjeri ilustriraju kako inspiracija kulturom može rezultirati filmskim remek-djelima, ali i kako se kulturalno prisvajanje u filmskoj industriji može manifestirati kroz lažno predstavljanje, probleme s neadekvatnom glumačkom postavom i upotrebu kulturnih elemenata bez odgovarajućeg poštovanja ili razumijevanja.

Primjeri filmova "Parazit" i "Encanto" prikazuju kako se kulturu može predstaviti na univerzalno razumljiv način bez gubitka njezine vrijednosti ili iskrivljene interpretacije. "Parazit" i "Encanto" svaki u svojim kategorijama, ostvarili su značajan pomak u filmskoj industriji kao i u društvu općenito. "Encanto", koji je primarno namijenjen djeci, pozitivno utječe na njihovu percepciju o sebi, svom identitetu, sposobnostima i izgledu. Pomažući tako u kreiranju zdravije slike o sebi i svijetu. "Encanto" šalje poruku o prihvaćenosti, ljepoti i važnosti postojanja raznolikih kultura i ljudi, kao i o nužnosti sagledavanja stvari dublje od pukih stereotipa i generalizacija. Reprezentacija različitih likova u filmu tako značajno doprinosi zdravijem i sretnijem društvu. S druge strane, film "Parazit" još jednom dokazuje kako ne-mainstream, odnosno neamerički filmovi mogu biti iznimno kvalitetni. Spoj zanimljive teme, autentične kulture i ljudi koji ju uistinu poznaju i žive recept je za njezino najtočnije predstavljanje svijetu koji je naučen na gledanje filmova iz zapadnjačke perspektive.

Primjeri "Avatar: Put vode" i "Bijeli lotus" prikazuju kako se ponekad i dobre ideje, u ovom slučaju tematiziranje problematike kolonizacije i toksičnosti turističke industrije, mogu brzo izokrenuti i učiniti možda i više štete nego koristi domorodačkim zajednicama. Zapadnjačko samo stvoreno pravo da iz svoje privilegirane pozicije "bolje" predstavlja tuđu priču, postajući time svojevrsni "spasitelji" te kulture ono je što dovodi do neodobravanja i kritika. Rješavanje ovih problema uključuje veći naglasak na razumijevanju, raznolikosti,

točnosti, osjetljivosti i pridavanju priznanja u predstavljanju različitih kultura. Također, naglasak se treba staviti i na preuzimanje odgovornosti za takvo ponašanje.

U filmskoj industriji, bez obzira na to postane li film blockbuster ili ima ograničenu publiku, svi trebaju biti svjesni poruke koju šalju i njenog utjecaja na određene skupine. Odnosno situacije, u kojim dominantna zajednica zarađuje i uživa u brojnim drugim koristima (npr. slava, popularnost, napredak karijere...) dok se zajednica od koje se nešto preuzelo u pogledu kreativnog stvaralaštva osjeća duboko uvrijeđeno, iskorišteno i krivo predstavljeno, ne bi smjele biti toliko učestale. Komunikacija i savjetovanje s pripadnicima kulture koja će se predstavljati u filmu kao i njihov feedback kroz njegovu realizaciju najjednostavniji je način da se to izbjegne.

Analizirani primjeri dokazuju da je to itekako moguće. Također, vrijedi napomenuti i kako bez obzira na optužbe i kritike filmova zbog kulturalna apropijacije, njihov uspjeh i zarada jedva da se mijenjaju. Što dovodi do pitanja bi li se redatelji i filmska industrija ponašali odgovornije kada bi snosili ozbiljnije posljedice te kako postići ozbiljnije posljedice kad je većina konzumenata filmske industrije iz iste skupine kao i oni koji stvaraju filmove, odnosno dominantna bijela kultura.

7.2. MODA

Na modu se najčešće gleda kao na industriju, koja predstavlja kreativan izričaj određenog dizajnera, modne kuće i brenda. No, moda označava i nešto popularno, u stilu i trenutačno, svojevrsan zeitgeist. Ono što je u modi odražava društvo, politiku i umjetnost. Moda je svojevrsan jezik kojim se komunicira. Odjeća odražava i predstavlja ono što pojedinac je i ono što on želi biti (Street, 2024).

Nikako se ne smije zaboraviti da je moda i vrsta umjetnosti (Street, 2024) usko povezana s kulturom s kojom se međusobno nadahnjuje i uzajamno izmjenjuje stilove i ideje (ARCH Team, 2024). Stoga je odjeća utkana u ljudsku povijest, kulturu i nasljeđe. Pa tako kada se govori o Indiji govori se o povijesti jedne zemlje koja je presavijena u sari. Još jedan od primjera je i durag u afroameričkoj zajednici. Za tu zajednicu durag ima utilitarno svrhu zaštite i očuvanja kose te predstavlja simbol zajedničkog kulturnog iskustva. Upravo iz tog razloga stvara se negativna reakcija i mišljenje kada slavne osobe koje ne pripadaju zajednici, poput Kylie Jenner, odjenu komad odjeće kao što je spomenuti durag. Odjeća je stoga više od pukog pokrivala za tijelo koje se može olako staviti i skinuti po želji (Street, 2024).

S vremenom se društvo mijenja, a kultura i moda ga vijerno prate. Odražavajući tako potrebe društva kroz popularne trendove (ARCH Team, 2024). Modni trendovi često se čine avangardnim i vrhunskim dosegom te umjetnosti, no oni svoje korijene često nalaze upravo u različitim kulturama i njihovoj tradicionalnoj odjeći diljem svijeta. Moda posjeduje sposobnost nadilaženja granica i povezivanja različitih ljudi diljem svijeta. Tradicionalna odjeća, puna povijesti i značenja, vidljiva je na svjetskoj modnoj pozornici. Od živih boja indijskog sarija do elegantnog japanskog kimona, tradicionalnu odjeću prihvaćaju i prilagođavaju mnogi dizajneri. Pa je tako utjecaj japanske kulture, pogotovo kimona bogatog zamršenim uzorcima, gracioznim linijama i bezvremenske ljepote vidljiv u suvremenoj odjeći kroz široke rukave, obi pojaseve i ogrtača inspiriranih stilom kimona (Holmes, 2023).

No, tradicija se ne odnosi samo na kreiranje odjeće već i na način njezine izrade. Način i proces izrade, materijali koji se koriste sve to odražava određenu zajednicu i njezinu kulturu. Te vještine većinom se prenose iz generacije na generaciju. Odjeća i njezina povijest idu ruku pod ruku s poviješću ljudi. Svako jutro oblačeći se ljudi odlučuju komunicirati i predstavljati svoju povijest, politiku i kulturu. Odjeća je stoga odraz ljudi i njihove kulture u svakodnevnom životu (Street, 2024).

Mnogi svjetski dizajneri poput Alexander McQueena, Yves Saint-Laurena, Cristóbal Balenciaga i Christian Louboutina inspiraciju su pronašli u kulturi. Louboutin je za kolekciju jesen/zima 2017. dizajnirao par čizama od luksuznog tekstila inspiriranog japanskim kasnim Edo razdobljem (sredina 19. stoljeća). Cipele su kreirane i izrađene prema dizajnu tekstila kimona, s ukrasima kao što su bambus, cvjetovi šljive i ždralovi (Fukai, 2019).

Slika 5. Louboutin čizme iz kolekcije jesen/zima 2017.



Izvor: Fukai, A. (2019.) How the Kimono has Influenced the World of Fashion, nippon.com, <https://www.nippon.com/en/japan-topics/g00646/how-the-kimono-has-influenced-the-world-of-fashion.html> (preuzeto: 18. listopada 2024.)

Japan, njegova kultura, tradicija i obrti u više su navrata bili inspiracija za kolekcije Alexander McQueena. Kreacije kao što su crni ogrtači s apliciranim hrabrim ružičastim krizantemama i geometrijskim uzorkom poput friza po sredini te haljine sa širokim rukavima po uzoru na kimono samo su neki od primjera te inspiracije. A, kako bi dočarao još jedan aspekt japanske kulture, kabuki, njegovi modeli nosili bi sjajne crne maske (Cochrane, 2018).

Kabuki podrazumijeva kazališnu umjetnost nastalu u razdoblju Edo koja inkorporira glumu, glazbu, ples, kostimografiju (maske) (Gaža, 2024).

Za svoje kreacije McQueen je surađivao i s obrtnicima iz Japana, pa je tako kolekcija bila obogaćena komadima čija je svila tkana izravno u Japanu (Cochrane, 2018).

Slika 6. McQueenova inspiracija Japanom



Izvor: Alexander McQueen (2024.) <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/alexander-mcqueen/slideshow/collection#1> (preuzeto: 18. listopada 2024.)

Sari, tradicionalni simbol elegancije i gracioznosti u indijskoj kulturi kroz modu je nadišao svoje granice i postao globalna modna izjava. Uključivanjem tehnika slaganja sarija u haljine, upotrebe živih boja, i složenog veza dizajneri stvaraju spoj modernog stila i indijske tradicije (Holmes, 2023).

Jedan od takvih dizajnera je Manish Malhotra. U svojim kreacijama Malhotra često koristi ručni rad i regionalne stilove vezenja što je dovelo do znatnog oživljavanja baštine u modi Južne Azije. Najistaknutiji kulturni element koji Malhotra koristi je *chikankari*, tradicionalna tehnika vezenja koja korijene vuče iz grada Lucknowa sa sjevera Indije. Ovaj stil karakterizira niz različitih tehnika šivanja koji se koriste za stvaranje cvjetnih motiva na pamučnim tkaninama (Pawa, 2023).

Koristeći modu Malhorta je prenio indijsku kulturu van nacionalnih granica. Njegove kreacije nosile su brojne zvijezde, neke od njih su brojni Viktorijini anđeli (Lais Ribeiro, Josephine Skriver), Jennifer Aniston, Ivanka Trump, Jennifer Lopez... (Duggal, 2024).

Jennifer Lopez u više navrata nosila je njegove kreacije. Nedavno je proslavila svoj 55. rođendan zabavom na temu popularne Netflixove serije "Bridgerton". Tom prigodom nosila je

upravo Malhotrinu haljinu prigušeno zlatne-plave boje. Haljina otvorenih ramena spoj je viktorijanskog stila (korzet i suknja) i iznimne indijske izrade. Središnji fokus haljine bili su ukrasi od složenih cvjetnih uzoraka, precizno ručno oblikovani od šljokica i više od pola milijuna kristala, koji odišu duhom indijske tradicije. Izrada haljine trajala je 3490 sati, a u kreiranju je sudjelovalo 40 vještih obrtnika. Malhotra je kroz ovu kreaciju istaknuo iznimno indijsko umijeće i tradiciju (TOI Lifestyle Desk, 2024).

Slika 7. Jennifer Lopez u haljni M. Malhotre



Izvor: Chatterjee, S. (2024.) Jennifer Lopez wore a Manish Malhotra gown for her Bridgerton-themed birthday bash, The Telegraph online, [Jennifer Lopez | Jennifer Lopez wore a Manish Malhotra gown for her Bridgerton-themed birthday bash - Telegraph India](#) (preuzeto: 10. listopada 2024.)

Kulturna aproprijacija u modi javlja se kada se koriste elementi jedne kulture bez razumijevanja, poštovanja i priznanja od strane druge kulture. Tako nastaju kreacije i dizajni koji se smatraju kao iskorištavanje ili nepoštivanje. Svijet mode prepun je primjera kulturalne aproprijacije. Od Viktorijinih anđela (2017. godine) koji su na reviji uz donje rublje nosili indijske ukrase za glavu, Chanelovih (2017. godine) modela s box pletenicama i Bantu čvorovima, Guccijevih modela (2018. godine) s turbanima u stilu Sikha do Diorovog (2019. godine) reklamiranja parfema korištenjem tradicionalne sjevernoameričke autohtone odjeće kako bi se prikazao indijski plesač, kojeg naravno predstavlja bijelac. Kada su navedeni

slučajevi dospjeli u sferu društvenih mreža, uslijedile su lavine bijesa. Navedeni pojedinci vladaju modnom industrijom te kreiraju i predstavljaju trendove za većinu ljudi. Samim time utječu i na odjeću koja će se proizvoditi u velikim količinama. Posljednjih nekoliko godina sve je veći broj poznatih i uglednih dizajnera proglašanih prisvojiteljima kulture na platformama društvenih medija (Choudhary, 2019).

Oni su svojim postupcima iskopirali nečiju kulturu i prodali je po visokim cijenama bez razumijevanja, uvažavanja ili davanja priznanja izvoru svoje inspiracije (Devadhar, 2023). Samim time njihov ugled postaje narušen u očima mnogih društvenih aktivista, no njihova neto vrijednost i prihod jedva da se mijenjaju (Choudhary, 2019). Jačajući tako negativne kulturne stereotipe i pridajući postojećoj neravnoteži moći u kojoj deblji kraj izvlače upravo oni nedominantni, autohtoni (Devadhar, 2023).

No, nisu samo poznati veliki brendovi i dizajneri ti koji vrše kulturalnu apropijaciju. U svijetu brze mode taj pojam je gotovo pa i neizbježan. Pa su tako brojni brendovi poput Zare i Antropologie viđeni u tim vodama (Marriott, 2021).

Jedna od vodećih tvrtki brze mode 'As Seen On Screen', odnosno ASOS često se susreće s optužbama za kulturalnu apropijaciju (Carrillo, 2024). Među brojnim primjerima ističe se onaj iz 2019. godine kada su prodavali artikl pod nazivom *Chandelier Hair Clip*. No nije se radilo o bilo kakvoj kopči za kosu te su mnogi prozvali tvrtku na društvenim mrežama nakon čega je proizvod maknut s njihove stranice te je izdana javna isprika. Naime, neslavan artikl nije bio ništa drugo negoli tradicionalan vjerski nakit za glavu iz Južne Azije, posebice Indije. Nakit je poznat pod imenom *bindi* ili *tikli* (Devadhar, 2023).

Slika 8. ASOS-ova Chandelier Hair Clip



Izvor: Matera, A. (2017.) News ASOS Faux Chandelier Hair Clip Slammed for Cultural Appropriation, teen VOGUE, <https://www.teenvogue.com/story/asos-faux-chandelier-hair-clip-cultural-appropriation> (preuzeto: 10. listopada 2024.)

Nakit se tradicionalno stavlja između razdjeljka kose uz pomoć kukice te obično ima privjesak koji se spušta do čela. Koliko god možda bio malen ovaj nakit bitan je dio tradicionalne indijske nošnje te ima duboko fizičko, duhovno i kulturno značenje. Ovaj nakit najčešće nose mladenke tijekom vjenčanja te se svadbena odjeća bez njega smatra nepotpunom (Kumar, 2020).

Predmet koji indijskoj kulturi simbolizira jedinstvo dvoje ljudi i ima duboko značenje ASOS je nazvao i predstavio kao puku kopču. No, ASOS-ove avanture u pogledu aroprijacije indijske kulture tu nisu stale te su se svega dvije godine kasnije ponovno susreli s optužbama o aroprijaciji, ovaj put zbog prisvajanja tradicionalne indijske odjeće ponovno bez ikakvog razumijevanja i počasti (Carrillo, 2024).

Upravo zbog duboke povezanosti između baštine i kulture, pitanje kulturalne aroprijacije od velikog je značaja. Korištenje kultura na uvredljiv način i bez poštovanja rezultirao je rađanjem pokreta i svijesti da kulture nisu kostimi koje drugi mogu nositi isključivo radi estetskih razloga ili profita. A kako bi se povećala svijest o štetnosti kulturalne aroprijacije

pokrenute su brojne ideje i pokreti. Pa je tako i Festival Glastonbury 2015. godine zabranio prodaju tradicionalnih pokrivala za glavu američkih domorodaca. Onemogućivši tako svojim posjetiteljima da vrše kulturalnu apropijaciju (Street, 2024).

Linija između kulturnog uvažavanja i kulturnog prisvajanja je tanka, ali itekako postojana. Povučena je između pojave pretjeranog pojednostavljivanja, fetišizacije i dominacije dominantne skupine nad manjinskom te između davanja poštovanja kulturi iz koje se crpi inspiracija (Choudhary, 2019).

Suradnja s izvorom inspiracije, odnosno predstavnicima kulture, njezinim obrtnicima i umjetnicima, uz razumijevanje i priznanje samog izvora, kao i podjela profita, smjer je kojem se treba težiti unutar svijeta mode (Devadhar, 2023). Neki dizajneri to već primjenjuju, kao što prikazuju primjeri Malhotre i McQueena, koji su surađivali s izvornim obrtnicima i predstavnicima kultura. Međutim, veći dio njih kulturne elemente preuzima zdravo za gotovo, pogotovu u svijetu brze mode. Brza moda, koja se fokusira na brzu proizvodnju i konzumaciju, često zanemaruje kulturne korijene i identitete, što dovodi do površnog tretiranja kulturnih elemenata. Moda se zasniva na estetici, no to ne znači da je radi nje dozvoljeno površno preuzimanje elemenata tuđih kultura, koji imaju duboko značenje.

Ovim se ponovno otvara važno pitanje o kulturološkoj odgovornosti i etici u brzo razvijajućem svijetu modne industrije. Odgovornost modnih brendova i dizajnera leži u prepoznavanju i poštovanju tih korijena, kao i u etičkom pristupu stvaranju. Promicanje svjesne potrošnje koja slavi raznolikost, umjesto da je eksploatira, doprinosi održivijem poslovanju i osnažuje zajednice čije se kulture prisvajaju. Ključnu ulogu pri tome imaju i sami potrošači, koji svojim izborima o potrošnji i konzumaciji izravno utječu na razvoj održive mode koja poštuje raznolikost. Moda kao industrija, ali i društvo općenito trebaju se kretati prema održivosti.

7.3. GLAZBA

Glazba nije samo umjetnost, ona utječe na izgradnju identiteta (Dowd, 2007 prema: DeNora, 2000), društvene interakcije kao i komunikaciju (Frith, 2007). Stoga je glazba svojevrsan instrument očuvanja kulturne baštine, poticanja zajedništva i izražavanja otpora (Hesmondhalgh i Pratt, 2005).

Glazba prati dinamične promjene društva i kulture, te u sve globaliziranijem svijetu, koji omogućuje brz i jednostavan kontakt s drugim kulturama dolazi do promjena u pogledu nastajanja ili miješanja žanrova (Barton, 2018). Tako se razlikuje konvencionalna glazba koja uvelike nalikuje već postojećem i inovativna koja stvara nove glazbene temelje (Dowd, 2007 prema Becker, 1982).

Interakcija između glazbe i kulture prikazuje kako glazba može biti i odraz i motor promjena unutar društava. Miješanjem glazbenih žanrova, stilova, utjecaja i na posljetku kultura stvara se nov način umjetničkog izražavanja, no ponekad umjesto stvaranja nečeg umjetnički novog rezultira prisvajanjem tuđe kulture. Jedan od primjera u kojem miješanje glazbenih žanrova, stilova, utjecaja i kultura rezultira nečim novim je hit pjevačice Sevdalize.

Viralna pjesma "Alibi", iransko-nizozemske pjevačice Sevdalize, predstavlja jedinstven spoj različitih kultura, stilova i zvukova. Uz Sevdalize pjesma uključuje i francusku pjevačicu Yseult i brazilsku drag queen Pablu Vittar. Zahvaljujući kulturnoj raznolikosti izvođača pjesma sadrži tekst na čak četiri jezika (engleski, francuski, portugalski i španjolski) (Decter, 2024). Pjesma "Alibi" u produkciji Mathias Janmaata ističe se svojim spojem brazilskog funka, južnoameričkih autohtonih ritmova (Hooks, 2024), francuske šansone (Music+Culture, 2024) i eksperimentalne elektronike, a uzorak iz pjesme "Rosa" poznatog kolumbijskog umjetnika Tota la Momposina korišten je kao poveznica između navedenih stilova i tradicija (Hooks, 2024).

Slika 9. Sevdaliza, Pablo Vittar & Yseult



Izvor: Decter, R., L. (2024.) Sevdaliza, Pablo Vittar & Yseult's Multilingual Hit 'Alibi' Debuts on the Billboard Canadian Hot 100, Billboard Canada, <https://ca.billboard.com/music/chart-beat/sevdaliza-alibi-yseult> (preuzeto: 8. listopada 2024.)

Pjesma “Alibi“ govori o ljubavi, boli i preživljavanju. Dubina i složenost tih emocija i iskustava proizlazi upravo iz jedinstvenog spoja kultura i jezika. Višejezični pristup pjesmi ne samo da prikazuje različite pozadine svojih izvođača (Sevdalize, Pablla Vittara i Yseulta), već i naglašava univerzalnu prirodu njezinih tema. “Alibi“ tako nadilazi jezične i kulturne barijere, govoreći o zajedničkim iskustvima ljubavi, boli i otpornosti (Music+Culture, 2024).

Svjetski poznata pjevačica Shakira i njezin hit „Waka Waka (This Time for Africa)“ hvaljeni su kao pravi način prikazivanja i predstavljanja tuđih kultura. Pjesma i njezin glazbeni spot korišteni su 2010. za Svjetsko prvenstvo u nogometu u Južnoj Africi, a Shakira je hvaljena za istinsko razumijevanje tradicionalnih afričkih fraza i plesova korištenih u pjesmi (Wong, 2023).

Pjevačica Tyla bila je hit 2023. godine. Njezina pjesma “Water“ bila je viralna, a svi njezini obožavatelji upoznali su i okušali se u južnoafričkom tradicionalnom plesu, Bacardi, kojeg pjevačica izvodi u glazbenom spotu. Tyla je postala prva južnoafrička umjetnica u povijesti koja je osvojila Video Music Awarda (VMA) 2024. godine. Također je i prva dobitnica novouvedene Grammy nagrade za najbolju afričku glazbenu izvedbu (Best African Music Performance). Prihvaćajući svoju nagradu Tyla je u govoru istaknula zabrinutost oko

pretjeranog pojednostavljivanja afričke glazbe. Odnosno, kako se svi afrički glazbenici automatski klasificiraju kao *afrobeats*, samo zato jer su iz Afrike. Takvo svođenje umjetnika na žanr isključivo na temelju njihove etničke pripadnosti je uskogrudno i stereotipno te u potpunosti isključuje i zanemaruje raznolikost afričkih glazbenih stilova koje ti umjetnici nastoje predstaviti (Levy, 2024). Generalizacija afričke glazbe često je tema sklona zanemarivanju. Tyla je svojim govorom istaknula važnost prepoznavanja, razlikovanja i vrednovanja različitih žanrova afričke glazbe kako bi se postiglo ono najbitnije, vjerodostojno predstavljanje raznolikih stilova i kulture kontinenta (Ekpo, 2024).

Još jedan u nizu primjera inspiracije kulturom u glazbi je i poznati reper Eminem. On bi se uvijek pozvao na svoju inspiraciju crnačkom glazbom prilikom dodjeljivanja nagrada ili pohvala. Dok su ga mase gledale kao inovatora, on bi na svijetlo stavio činjenicu da su drugi to osmislili i radili prije njega i da on to samo koristi, iskazujući tako poštovanje prema kulturi koja je zaslužna za kreiranje stila (Mendez, 2019).

Svi navedeni primjeri predstavljaju kako se kultura može s poštovanjem, razumijevanjem i priznanjem primijeniti kao inspiracija za kreativno glazbeno stvaranje.

Aproprijacija u glazbi oduvijek je bila prisutna. Zahvaljujući globalizaciji i popularnosti društvenih medija sve je više vidljiva, a ljudi koji prisvajaju tuđe kulture za vlastitu monetarnu dobrobit ili animaciju javno se prozivaju (Jon, 2023).

Brojni su primjeri u kojima su bijeli umjetnici prisvojili crnačku kulturu, pa tako pop kultura vrvi elementima njihove kulture i glazbe kao što su rani rock 'n' roll i jazz ... Jedan od najpoznatijih primjera je Elvis Presley koji je obrađivao pjesme crnačkih izvođača, poput "That's Alright, Mama," "Don't Be Cruel," i "Hound Dog." Elvis se time proslavio te je prozvan Kraljem Rock 'n' Rolla. No crni izvođači poput Chuck Berryja i Little Richarda, koji su taj žanr glazbe ubiti i započeli nisi ni približno toliko profitirali (White, 2020).

Uz aproprijaciju same glazbe, veliki problem u pop kulturi je aproprijacija kultura u estetske svrhe. Brojni glazbeni spotovi i nastupi osuđeni su kao aproprijacija. Jedan od primjera je Iggy Azalea. Glazbeni spot za njezinu pjesmu "Bounce" prikazuje urbano susjedstvo u Indiji i nju obučenu u tradicionalnu indijsku odjeću za svadbu kao i bindi, tradicionalnu crvenu točku između očiju koja predstavlja religijsko ili duhovno buđenje. Mnogi su ju prozvali bjelkinjom iz Australija, obučenu u tradicionalnu ceremonijalnu indijsku odjeću koja oponaša rep crnačke kulture. Pjevačica je shodno tome prozvana za aproprijaciju indijske kulture, ali i crnačke kulture. Miley Cyrus također je kritizirana zbog prisvajanja crnačke kulture. Pjevačica je kroz

album "Bangerz" zakoračila u svoju hip-hop fazu što zvukom što svojim izgledom. U toj fazi često je bila viđena s cornrowima, dreadlocksima i grillovima. Pjevačica se nakon te faze vratila svojim country korijenima (White, 2020).

Country glazba sve više se susreće na brojnim Spotify playlistama. Country glazba kao i estetika country glazbe trenutačno su in pa se tako zapadnjačka odjeća može pronaći na nekim od najznačajnijih kulturnih pozornica (Paris Fashion Week, Grammys). Mnogi pop umjetnici upustili su se u country žanr pa tako i Beyoncé, Lil Nas X i Lana Del Ray. Amerika prihvaća i inkorporira zvuk i stil countryja, no country zajednica nije spremna prihvatiti cijelu Ameriku. Beyonce se nedavno kroz dva albuma "Texas Hold' Em" te "16 Carriages," upustila u country vode. Albumi su doživjeli velik uspjeh, no jedna country radio stanica unatoč željama i zahtjevima slušatelja, odbijala je puštati njezine pjesme, govoreći da su oni radio za "country glazbu". Ta izjava ne samo da odbacuje njezine novije country pjesme već i prethodne (pjesma "Daddy Lessons" s albuma "Lemonade" iz 2016.). Uzimajući u obzir povijest i korijene country glazbe takav način gatekeepinga i isključivanja klasičan je primjer aproprijacije. Country glazba dugi niz godina poistovjećivala se s bijelcima. No, korijeni country glazbe razvijeni su pod jakim utjecajima crnačke glazbe i tradicije. Country glazba plod je popularne glazbe Juga, te je odraz tadašnjih rasno integriranih izričaja (poput bluesa i jazza) kao i narodnih i hillbilly običaja. Banjo, glavni i najprepoznatljiviji dio country glazbe stvorili su porobljeni Afrikanci. Country je crnačka glazba, te je ideja o isključivanju crnaca iz tog žanra krajnje besmislena te služi kao primjer dominacije i aproprijacije povlaštenih bijelaca (Collins, 2024).

Donedavno se za Južnu Koreju u medijskom prostoru čulo samo zbog složenih geopolitičkih odnosa sa Sjevernom Korejom i brzog tehnološkog napretka. Od 2008. godine Južna Koreja počela je zauzimati značajno mjesto na svjetskoj glazbenoj sceni. U posljednjih 20 godina korejski pop, K-Pop, postao je multi-bilijunskom industrijom i svjetskom senzacijom. K-pop grupe poput BTS-a, EXO-a i Blackpink-a postale se svjetski poznata izvođačka imena s velikim internacionalnim utjecajem na svoje fanove, u prvom redu mlade. O njihovom utjecaju i popularnosti svjedoče brojni uspjesi poput sudjelovanja u reklamama luksuznih brendova poput Prade, Chanela i Guccija (Hong, Cho, i Kinney, 2023), imenovanja globalnim ambasadorima luksuznih brendova kao što su Tiffany & Co., Cartier, Yves Saint Laurent, Bulgari...(Ratna, 2024).

Njihov utjecaj prepoznale su i brojne svjetske organizacije pa je tako UN pozvao BTS, a UNESCO grupu Seventeen da održe govor i mladima diljem svijeta prenesu svoju poruku.

Grupe Blackpink i aespa također su služile kao ambasadorice odnosa s javnošću i govornice za UN. Stavljajući tako K-Pop u prvi red svjetske kulturne diplomacije (Song, 2023).

No, kako bi K-Pop postao toliko popularan i uspješan trebalo je mnogo truda da se kreira umjetnost koja se može svidjeti ljudima diljem svijeta. Kako bi doprli do i privukli internacionalnu publiku različitih socioekonomskih kao i etničkih pozadina preuzeli su elemente različitih kultura. Upravo to preuzimanje kreira esencijalnu problematičnost K-Popa. Mnogi K-Pop izvođači kao i same izdavačke kuće prozvani su i optuženi za preuzimanje, predstavljanje i profitiranje od kulturnih elemenata marginaliziranih zajednica, naravno bez ikakvog priznanja (Hong, Cho, i Kinney, 2023).

Međutim, kritike i optužbe učinile su malo, ako uopće i ikakvu štetu ovoj multi-bilijunskoj industriji. Mnogi samo, ako i uopće, izdaju javnu ispriku. Sve to naravno uz minimalno žaljenja za svojim postupcima. Fanovi žanra nastoje doprijeti do svojih idola i njihovih kompanija kako bi ih informirali i educirali o pogreškama i propustima u nadi za razumijevanje i empatiju. No, odgovor kao i želje za poboljšanjem izostaje (Hong, Cho, i Kinney, 2023 prema: Narayanan, 2020). Iz dana u dan njihova popularnost i utjecaj sve više se širi, samim time njihova publika postaje sve raznolikija. Na temelju utjecaja koji imaju malo je vjerojatno da sami izvođači kao ni njihove tvrtke ne znaju za kritike i prozivke vezane uz kulturalnu apropijaciju, no svejedno ne uvode nikakve mjere rješavanja ili barem ublažavanja takvih situacija (Hong, Cho, i Kinney, 2023).

Južna Koreja nije tipičan primjer zemlje koja posjeduje moć. Kroz svoju povijest i sami su bili kolonizirani (Oh, 2024 prema: Kim, 2021) te je danas jedna od rijetkih takvih zemalja s jednim od najvećih svjetskih gospodarstava (Oh, 2024 prema: Höhn i Moon, 2021).

No, kako bi se probili na svjetsku glazbenu scenu trebali su preuzeti američki pristup popularnoj glazbi (Oh, 2024 prema: Kim, 2021), kojim su svjesno ili nesvjesno nastavili zapadnjačku praksu prisvajanja bez posljedica (Hong, Cho, i Kinney, 2023). Bez obzira na svjesnost i dobrovoljnost sudjelovanja u kulturalnom prisvajanju ništa taj čin ne čini manje problematičnim (Oh, 2024).

Primjeri kulturalne apropijacije u K-Popu su brojni. Najčešće se prisvajaju elementi crnačke kulture, pa tako blackface, oponašanje naglaska (AAVE) i box pletenice nisu nimalo rijetka pojava. Stereotipno prikazivanje kultura poput Egipta, Meksika i Indije samo u estetske svrhe česta su pojava (Zapata, 2021). Grupa NCT U glazbenim spotom za pjesmu "Make A Wish" razbjesnila je muslimansku zajednicu svojim dubokim nepoštivanjem religije. Set

glazbenog spota nalikovao je na džamiju, religijsko mjesto za molitvu. No, svojim ponašanjem članovi grupe razbjesnili su i desi zajednicu (Vaidehi, 2022). Desi predstavlja termin koji označava narode, tradicije, kulture i proizvode s područja indijskog potkontinenta (Teekah, 2024). Nakon nastupa članovi su radili geste rukama i licem kako bi dočarali stereotipan indijski ples (Vaidehi, 2022). Slika 10. predstavlja članove grupe NCZ U sa sklopljenim rukama, prstima usmjerenim prema gore i plačevima blizu prca. Ova gesta koristi se pri pozdravljanju (*Namaste*) i duboko je ukorijenjena u indijsku kulturu te ima duhovno značenje.

Slika 10. Grupa NCT U



Izvor: markverse (2024.) *NCT U MAKE A WISH*, Pinterest, [NCT U MAKE A WISH \(pinterest.com\)](https://www.pinterest.com/markverse/nct-u-make-a-wish/) (preuzeto: 18. listopada 2024.)

K-Pop će najvjerojatnije još neko vrijeme biti iznimno popularan žanr glazbe te će kao i svi drugi žanrovi svoju inspiraciju potražiti u drugim glazbenim izričajima, zajednicama i kulturama. Interakcije su standardna pojava koja se može očekivati, no najvažnije je da se pri njoj ne izostavi poštovanje, kako ne bi došlo do daljnjeg rasta problematičnosti žanra te kako bi se dalo priznanje gdje je ono zasluženno (Williams, 2023).

Za razliku od SAD-a, koji je pravi melting pot kultura, Južna Koreja je iznimno homogena zemlja. Izloženosti i kontakt s vanjskim svijetom započela je tek od sredine 20. stoljeća nakon Korejskog rata kada su američki vojnici potaknuli znatiželju za različitim što se

preslikava i na K-Popu glazbu. Mnogi to koriste kao argument za svojevrsno opravdavanje aproprijacije kultura (Sincuba, 2023).

No, činjenica je i to da su prozivani umjetnici kao i tvrtke punoljetne i sposobne osobe kojima je dostupan Internet. Svi oni imaju uvid u slučajeve s kojima se susreću njihovi kolege i imaju mogućnost da to promijene. Također, svi izvođači nastoje biti u nekoj vrsti kontakta sa svojim fanovima putem mreža kao što su Instagram ili Vlive te tako mogu vidjeti što o kojoj temi fanovi imaju za reći. Mjesta za neznanje i opravdanja u ovakvim kontekstima nema (Zapata, 2021).

Keeho član i vođa grupe P1Harmony u jednom od intervjua istaknuo je kako smatra da svi izvođači koji imaju utjecaj, velik ili malen, moraju biti odgovorni i moći dijeliti kulture s poštovanjem i razumijevanjem. Njegova izjava sama po sebi u uspoređivanju s drugim kolegama izvođačima koji o tome nikako ne govore izazvala je lavinu odobravanja od strane fanova, ali i šire. No, mnogi su uz hvale njemu osobno istaknuli i kako je pomalo žalosno da jedna takva izjava koja bi trebala biti norma mora biti veličana jer je posebnost (Mulenga, 2022).

Madonna je jedan od najistaknutijih primjera pop kulture u kojem se umjetnici kreću po tankoj liniji između kulturalne aproprijacije i inspiracije.

Madonna je tijekom svoje karijere prolazila kroz različite faze, a svaka od njih uključivala je istraživanje i eksperimentiranje različitih kulturnih utjecaja. Pa je tako ova talijansko-američka superzvijezda optuživana za posuđivanje iz brojnih kultura, uključujući crnačku, indijsku, latinoameričku i gay kulturu (Kareen Nittle, 2020).

Jedan od najkontroverznijih trenutaka u Madonninoj karijeri dogodio 1989-te se s pjesmom "Like a Prayer". Glazbeni spot prikazuje Madonna kako pleše s crnim vojnicima i doživljava mistične vizije. Pri tome se koriste kršćanski simboli, uključujući križ i crkvu kao i elementi afroameričke kulture. U spotu između ostalog voštana figura sveca oživljava, ljubi i grli Madonnu, a ona pjeva ispred zapaljenih križeva. Odbor za katoličko obrazovanje nazvao je spot "vulgarnim i bogohulnim", a i sam Papa Ivan Pavao II. osudio je Madonninu upotrebu religijskih simbola (Lambe, 2019).

Slika 11. Madonna u spotu Like a Prayer



Izvor: Madonna: Like a Prayer (2024.) IMDB, https://www.imdb.com/title/tt3241792/?ref=tt_mv_close
(preuzeto: 20. listopada 2024.)

No, dok su neki Madonninu upotrebu vjerskih simbola vidjeli kao nepoštovanje prema katoličkoj tradiciji, drugi su to vidjeli kao način na koji ona istražuje teme identiteta i duhovnosti. Pokrenuvši tako širu raspravu o slobodi umjetničkog izražavanja i granicama kulturnog poštovanja.

U spotu za pjesmu "La Isla Bonita", Madonna se prikazuje s marijako stiliziranim elementima koji su inspirirani latinoameričkom kulturom. Iako je pjesma hvaljena zbog svoje zarazne melodije, kritičari su primijetili da se koristi stereotipnim prikazima latinskoameričke kulture (Kareen Nittle, 2020.)

Mnogi kritičari istaknuli su da Madonna koristi kulturne elemente bez dubljeg razumijevanja njihovih korijena, što može dovesti do površne interpretacije i nepoštovanja. Jedna od njih je i Bell Hooks (2014) koja je kritizirala Madonnu zbog bijele privilegije u kontekstu afroameričke kulture, sugerirajući da je njezina upotreba kulture bez stvarne povezanosti s njom problematična.

Madoninna glazba i spotovi koji su se bavili temama rase, religije i seksualnosti izazvali su široku kontroverzu, ali i pohvale kritičara. Madonnina karijera obilježena je odvažnošću što kroz njezine glazbene odabire što kroz svoj angažmanu u društvenim i kulturnim pitanjima te

je tako učvrstila svoj status umjetnice koja se ne boji koristiti svoju platformu za izazivanje i provociranje (Hube, 2024).

Madonnine upotrebe različitih kultura tako su potakle na dijalog o rasnim i kulturnim pitanjima kao i o pitanjima o identitetu, seksualnosti i moći.

Madonna je tako kontroverzna figura koja otvoreno istražuje granice kulturalne aproprijacije i inspiracije. Iako su njezini postupci izazvali mnogo kritika, oni također potiču važnu raspravu o tome kako umjetnici mogu pristupiti različitim kulturama s poštovanjem i razumijevanjem.

Također, primjer Madonne prikazuje i kako ništa nije crno-bijelo, odnosno ne shvaćaju svi njezine postupke kao kulturalnu aproprijaciju. To se može primijeniti na skoro pa sve primjere. Gotovo pa uvijek će se naći netko tko, pa čak i unutar kulture od koje se prisvaja, neće osjećati duboku uvredu. No, u životu se vrlo rijetko desi da neka grupa ima u potpunosti isto mišljenje, te se kao grupno mišljenje ili stajalište gleda ono najbrojnije.

Kontakt s drugim kulturama omogućuje umjetnicima da obogate svoj rad kroz stvaranje novih inovativnih zvukova i stilova. Međutim, važno je poštovati izvor kako ne bi nastale etičke dileme. Iz primjera o Tyli, Eminemu i Sevdalizi vidljivo je kako korištenje kulture s razumijevanjem, poštovanjem i priznanjem može doprinijeti širenju informacija, zanimanja i razumijevanja kao i novim stilovima. Nažalost, češće se susreću primjeri aproprijacije kultura u glazbi, kao što je aproprijacija kultura u K-Popu, gdje se kulturni elementi preuzimaju bez razumijevanja i poštovanja, na pukoj estetskoj razini ili motivirani monetarnim ili drugim osobnim koristima. Primjer Madonne prikazuje kako proglašenje nečega aproprijacijom podosta ovisi o osobnim svjetonazorima što nikako nije zanemarivo, te ponovno upućuje na zamršenu liniju između aproprijacije i inspiracije.

Slučajeve kulturalne aproprijacije u glazbi pojačava i nužnost ostajanja u trendu. U brzo promjenjivom svijetu glazbe, umjetnici se suočavaju s pritiscima i nužnošću da ostanu relevantni, što ih može navesti na slijepo praćenje trendova popularnih zvučnih pravaca i stilova. Međutim, umjesto da samo slijepo slijede aktualne trendove, umjetnici bi trebali težiti izvornoj kreativnosti koja uključuje istinsko razumijevanje i poštovanje prema kulturnim korijenima svojih inspiracija.

7.4. DRUŠTVENE MREŽE

Platforme, poput TikToka, Twittera i drugih kanala društvenih medija, nude sate beskrajne zabave, ali su i snažan izvor za učenje o globalnim problemima, socijalnoj pravdi i edukativni alat povezivanja ljudi s drugim kulturama. Pripadnici autohtonih kultura postaju kreatori sadržaja i dijelile svoje živote, povijest, kulturu i običaje. Svaka mreža ima svoj način povezivanja ljudi različitih kultura. Tako na primjer TikTok povezuje ljude svojim hashtagom #NativeTikTok koji ima i više od 6,7 milijardi pregleda. Neovisno o samoj mreži zajedničko svima je mogućnost koju one pružaju autohtonim kreatorima, a to je prikazivanje tradicionalnih običaja, razbijanje stereotipa i širenje svijesti na njihov originalan i kreativan način. Tako društvene mreže, poput TikToka, sve više postaju oruđe domorodačkih kreatora sadržaja za pokazivanje ponos na svoju kulturu i sredstvo glas svojih ljudi koji su generacijama bili marginalizirani (Back, 2022).

Jedan od takvih kreatora je Shina Novalinga koja ponosno koristi društvene mreže TikTok s 4 milijuna i Instagram s 2 milijuna pratitelja za predstavljanje svoje kulturne baštine. Tradicionalna odjeća, grleno pjevanje, hrana, legende i običaji inuitske kulture samo su neki od sadržaja njezinih platformi. No, Shina ne nastoji predstavljati samo ono lijepo već i ono što je problematično i što se možda želi spremirati pod tepih. Svoje platforme Shina tako koristi i za razbijanje klišeja koje šira javnost ima o inuitskoj kulturi (npr. eskimski poljubac) kao i za skretanje pažnje na nasilje i zlostavljanje koje su pretrpjeli pripadnici njezinog naroda. Otvoreno govori o pretrpljenoj diskriminaciji od dolaska doseljenika, akulturaciji, otuđivanju djece od roditelja i obitelji, marginalizacije njihovih tradicionalnih tetovaža... (Poutrel, 2024).

Slika 12. Shina Novalinga



Ivor: Poutrel, J. (2024.) Shina Novalinga - Canadian student and Inuit activist, Adama Toulon, <https://www.adamatoulon.fr/en/honoring-women-us/shina-novalinga> (preuzeto: 18. listopada 2024.)

Posebnost Shine leži u tome što ona ne samo da predstavlja kulturu na društvenim mrežama, već to što ju uistinu prakticira s ponosom. Govori inuktitut (eskimski jezik), a od svoje sedme godine naučila je tradicionalno grleno pjevanje kojim se aktivno bavi. Pjevanje je naučila od majke koja je profesionalna grlena pjevačica. Pohađala je jednogodišnji program inuitskih studija u Montrealu, a 2021. godine dobila je svoju prvu tradicionalnu inuitsku tetovažu na licu, odnosno tunniit. Tetovaža izrađena tradicionalnom tehnikom ručnog žigosanja za nanošenje tinte kod mnogih je pobudila negativne komentare o uništavanju lica i ljepote, no Shina tako ne misli. Kako bi nadalje promovirala i predstavila tradicionalnu odjeću i nakit otvorila je online dućan, na kojem se mogu pronaći predmeti koje i sama izrađuje poput naušnica od tuljanove kože. Shina popularne trendova zaokreće i uklapa ih u svoju kulturu nastojeći tako prenijeti poruku široj javnosti, ali i mlađim pripadnicima svoje kulture o kulturnom bogatstvu, ponosu i pozitivnoj promjeni koju svijest o kulturnim temama može donijeti (Poutrel, 2024).

Na sličan način brojni drugi korisnici i kreatori sadržaja kroz svoje platforme dijele i promoviraju svijetu svoju tradicionalnu, autohtonu, manje poznatu i u medijima manje zastupljenu kulturu (Lim, 2023).

Usmeno pripovijedanje oduvijek je imalo značajnu ulogu u većini autohtonih (domorodačkih) kultura. Ono predstavlja alat prenošenja znanja s jedne generacije na drugu, a ujedno je i način odupiranja gubitku elemenata same kulture (poput jezika ili povijesti). Zahvaljujući platformama poput TikTok-a, izvorni kreatori imaju mogućnost tog pripovijedanja, što samim pripadnicima kulture što široj javnosti. Njihovi uradci kroz pripovijedanje predstavljaju svakodnevicu i posebnosti određene kulture te tako doprinose povećanju svijesti o raznolikosti i jedinstvenosti zajednica. Razbijajući tako stereotipan pogled ljudi na domorodačke kulture prema kojem se sve zajednice identične bez ikakvih posebnosti te se generaliziraju u jednu masovna kultura. Njihov sadržaj jasno poručuje da su te kulture još uvijek tu i tako nastoje da i ostane (Back, 2022)

Razvoj i uspon tehnologije stvorio je mogućnost da se ljude brže i lakše drži odgovornima za njihove postupke, a jedan od najčešćih takvih postupaka na društvenim mrežama je upravo kulturalna apropiacija (Wong, 2023).

Jedan od primjera gdje je javnost osudila postupak kulturalne aproprijacije postao je viralan na TikToku. Naime, dvoje poduzetnika sudjelovalo je u kanadskoj emisiji “Dragons’ Den“, a svojim proizvodom i njegovom promocijom izazvali su lavinu negativnih komentara (Boscamp, 2024). “Dragons’ Den“ emisija je u kojoj mladi poduzetnici dolaze predstaviti svoj proizvod ili ideju investitorima u nadi partnerstva i investicije (Dragons’ Den, 2024). Mladi poduzetnici predstavili su svoj proizvod bubble tea kao trendi, slatko piće za razliku od tradicionalnog bubble tea za kojeg se nikad ne zna točno koji mu je sastav. Bubble tee ili kraće boba tajvansko je tradicionalno piće na bazi čaja s malenim kuglicama tapioke. Boba je postala popularna posljednjih desetak godina diljem svijeta, a uveli su ga i Starbucks te Dunkin' Donuts (Boscamp, 2023). Jedan od investitora Simu Liu, kanadsko kineskih korijena, istaknuo je svoju zabrinutost oko distribucije i aproprijacije same bobe (Rosenbloom, 2024).

Liu se referirao na stereotip prema kojem se azijsku hranu smatra prljavom i nezdravom. Ističući i kako su uzeli nešto vrlo specifično za azijske kulture i to “učinili boljim”. Poboljšanje bobe sastoji se od kuglica tapioke punjenih voćnim sokom. No, ta “bolja” verzija također je već tradicija desetljećima prisutna na prostoru Azije. Tako mladi poduzetnici ni na koji način nisu stvorili nešto novo, već su samo preuzeli gotov proizvod. Također poduzetnici su bili istaknuli kako imaju partnera u Tajvanu koji proizvodi tapioku, no na pakiranju proizvoda to nigdje nisu naveli (Boscamp, 2024).

Nakon objave kratkog isječka iz epizode na TikTok-u poduzetnike kao i investitore zatrpala je gomila komentara. Simu Liu hvaljen je za svoje razumijevanje i brigu koju je prikazao za svoju kulturu, dok su mladi poduzetnici oštro kritizirani za svoje postupke. Posljednji su se javno ispričali putem Instagrama, zahvalili Liu na ukazanim propustima i problematici te su objavili kako će revizirati svoje strategije brendiranja, kao i pakiranja i marketinga samog proizvoda kako bi odražavali poštovanje i točnu reprezentaciju tajvanskog proizvoda (Boscamp, 2024).

Slika 13. Isprika proizvođača bobe

Dear valued customers and public,

We are very sorry for our delayed response; we needed some time to do our due diligence and fully understand the gravity of this situation.

First and foremost, we want to deeply apologize for the harm we have caused by our words and actions on the show. While it was never our intention to cause harm or disrespect the community that created and popularized this beloved drink, we take full responsibility for the impact of our actions. Additionally, Simu Liu raised very valid points regarding cultural appropriation and we welcome this learning opportunity.

Izvor: Boscamp, E. (2024.) *Boba company apologizes after Simu Liu raises concerns of cultural appropriation*, TODAY, <https://www.today.com/food/news/simu-liu-bobba-cultural-appropriation-dragons-den-rcna175499> (preuzeto: 9. listopada 2024.)

TikTok je kao novo *it* mjesto za objavljivanje sadržaja pun još takvih primjera. Još jedan u nizu je takozvani trend “spa water” u kojem je tradicionalno meksičko i latinoameričko piće u kojem uživaju generacije i generacije predstavljeno kao novi proizvod bijelaca. Kreatorica wellness sadržaja Gracie Norton na svom profilu objavila je recept za “spa water”, piće složeno od vode, krastavaca i šećera opisujući ga kao protuupalno i puno antioksidansa. Mnogi su prepoznali da je “spa water” isto što i “agua fresca”, piće koje se prema meksičkoj usmenoj predaji konzumira još od doba Asteka (Lamour, 2022).

Ova dva primjera dokazuju kako u digitalnom kontekstu ništa ne prolazi nezapaženo te kako šira javnost ima mogućnost pozitivnog utjecaja na prekršitelje.

Nažalost, trendovi na društvenim mrežama izuzetno su brzi, te rezultiraju sve češćim preuzimanjem elemenata kulture bez razumijevanja i poštovanja. Mnogi prilikom stvaranja i objavljivanja sadržaja ne razmišljaju o tome kako bi on mogao biti štetan i uvredljiv, već o nužnosti ostajanja u trendu i ostvarivanja osobne koristi. Tim trendovima mnoge slavne i utjecajne osobe, odnosno svi kreatori sadržaja, vrše kulturalnu apropijaciju (Wong, 2023).

Pa tako sve veći broj influencerica i slavni (Kim Kardashian, Kaylie Jenner, Ariana Grande, Iggy Azalea...) koristi šminku kako bi izgledale poput crnih žena ili rasno dvosmisleno. Takav blackfishing ne uključuje samo izgled već i stereotipiziranje njihovog naglaska, odnosno *blaccenta* i afroameričkog vernakularnog engleskog (AAVE). Prisivaju se “poželjne” osobine crnih i smeđih ljudi koji su često zbog posjedovanja istih tih karakteristika i elemenata kulture diskriminirani u društvu (Phagura, 2021).

Na tragu blackfishinga je i pomalo zanemaren beauty trend “fox eye”. U ovom trendu šminka se koristi za stvaranje iluzije izduženijeg i tanjeg oka. Pripadnici azijskih zemalja dugi su niz godina bili kritizirani i stigmatizirani zbog svojih monolidnih očiju. Operacije za dobivanje dvostrukih kapaka i brojne trake za postizanje takvog izgleda normalizirane su u tim zemljama kako bi se uklopile u zapadnjački standard ljepote. Ovim trendom, kose oči odjednom su lijepe i poželjne, no problematičan dio nije toliko u trendu šminkanja koliko u pozi koja dolazi s trendom. Mnogi kako bi pokazali konačni produkt ovog trenda stavljaju vrhove svojih prstiju na vanjsku stranu očiju. Ovakav položaj ruku i očiju blizak je onom korištenom za ismijevanja Azijata i rasističkim namjerama. Preuveličavanje nečega zbog čega je određena kultura bila ismijavana i diskriminirana dovodi do osjećaja duboke uvrede (Wong, 2023).

Slika 14. Beauty trend “fox eye”



Ivor: Glavski, S. (2020.) *Fox Eyes and Why Cultural Appropriation Should Be Celebrated*, Strong Opinion, Weekly Held, <https://strongopinionsweaklyheld.substack.com/p/fox-eyes-and-why-cultural-appropriation> (preuzeto: 20. rujna 2024.)

Korištenje društvenih platformi za promicanje novih trendova s tradicionalnom odjećom, stilovima i običajima korisno je jer prikazuje kulturno raznoliku estetiku i pomaže u

njezinoj normalizaciji. No, ono također predstavlja izazove. Trendovi su često fokusirani na slavne osobe i profitiranje od bogatih kulturnih tradicija, svodeći ih pritom na puke trendove bez dubljeg značenja. To dovodi do iskorištavanja tuđeg naslijeđa za pozornost na društvenim medijima, bez obzira je li ta pozornost pozitivna ili negativna (Wong, 2023).

Trendovima se također elementi kulture egzotiziraju i komercijaliziraju te rezultiraju krajnje neugodnim i ponižavajućim osjećajima izvorne kulture sve dok sami influenceri nastavljaju stjecati popularnost (Phagura, 2021).

Ovaj društveno osjetljiv svijet zahtijeva od korisnika i kreatora sadržaja da budu svjesni podrijetla kulturnih elemenata i njihovog konteksta, osiguravajući tako da istinsko uvažavanje kulture ne prijeđe u njezino prisvajanje. Influenceri i brendovi značajno oblikuju kulturološke percepcije i moraju biti odgovorniji. Trebali bi promicati autentično predstavljanje uz izbjegavanje pretjerano pojednostavljenih generalizacija koje bi mogle dodatno pretvoriti kulture u globalni proizvod. Tako se mogu smanjiti potencijalne štete od nenamjernih postupaka prisvajanja i stvoriti inkluzivnije okruženje kroz poticanje na suradnju i dijalog koji poštuje korijene različitih kulturnih elemenata (Editorial, 2024).

Mediji i platforme nude značajnu prednost time što pružaju pojedincima platformu za predstavljanje, dijeljenje i utjecaj na druge. Međutim, tu privilegiju treba koristiti za poštovanje i podizanje svijesti o različitim kulturama, a ne za njihovo iskorištavanje (Wong, 2023).

Inspiracija kulturom na društvenim mrežama postala je ključan aspekt suvremenog stvaralaštva, gdje se aproprijacija koristi kao alat za izražavanje identiteta i stila. Kreatori sadržaja i influenceri često preuzimaju vizualne i zvučne elemente iz različitih kulturnih tradicija, stvarajući privlačan sadržaj. No, važno je ne samo pratiti trendove i ispuniti očekivanja pratitelja, već i duboko razumjeti i poštovati izvore inspiracije.

Primjeri poput bobe, spa vode i fox eyes-a pokazuju posljedice slijepog praćenja trendova. Korisnici društvenih mreža svjesni su svojih mogućnosti i odgovornosti, a fenomen bobe dokaz je da bez tih mreža određene ideje ne bi postigle viralnost niti poslale jasne poruke. Umjetnici bi trebali težiti autentičnosti, stvarajući radove koji odražavaju trenutne trendove, ali i doprinose kulturnoj raznolikosti.

Shina Novalinga odličan je primjer ovog pristupa: ona prati trendove, ali ih prilagođava svojoj kulturi. Tako društvene mreže postaju moćan alat za prenošenje i očuvanje kulture, predstavljajući raznolikost autohtonih kultura i buđenjem svijesti o njihovom značaju. Ovaj

balans između poštovanja i kreativnosti može stvoriti duboku povezanost s publikom i potaknuti pozitivne promjene unutar zajednica.

7.5. ZAKLJUČAK NA ANALIZIRANE PRIMJERE

Linija koja dijeli aproprijaciju od uvažavanja kulture ponekad je vrlo subjektivna i iznimno tanka. No, činjenica da kod uvažavanja kulture postoji razumijevanje, poštovanje i priznanje kulture iz koje se preuzima konstanta je koja se ne mijenja. Također, je i konstanta izostanak istih tih parametara u fenomenu aproprijacije uz naglasak na ostvarivanje osobne koristi bila ona monetarna ili samo animacija (Shaka Tribe, 2023).

Zahvaljujući tehnologiji, internetu i društvenim mrežama nikada nije bilo lakše komunicirati i razmjenjivati kulturu. Predstavljanjem i dijeljenjem kulture iz cijelog svijeta kroz kreativan sadržaj, umjetnost, modu i glazbu, promiče se osjećaj međusobne povezanosti koji nadilazi geografske granice. Ovakva razmjena obogaćuje spoznaje i razumijevanje o različitim kulturama i potiče na njihovo uvažavanje. Međutim, dostupnost i brzo širenje raznolikog kulturnog sadržaja također budi zabrinutost u pogledu njegovog predstavljanja kao i preuzimanja. Određeni postupci dovode do preuzimanja i krivog predstavljanja elemenata kulture bez odgovarajućeg konteksta ili poštovanja, odnosno aproprijacije. Sve većom važnošću koje društveni mediji zauzimaju u društvu ta zabrinutost raste jer se trendovi šire viralno često brišući podrijetlo i značaj kulture preuzetog. Ključno je da se prepoznaju moguće implikacije koje dijeljeni sadržaj može izazvati. Umjesto trendu kao takvog veću prednost treba imati želja za autentičnim iskustvom, poštovanje i promicanje kulture. Svijet u kojem se ljudi kreću je kompliciran te zahtjevan pogotovo u pogledu kontakta i predstavljanja elemenata tuđe kulture. No, priznavanje podrijetla i značaja preuzetih i predstavljenih kulturnih elemenata s poštovanjem ublažuje rizike povezivanja s kulturnim prisvajanjem (Editorial, 2024).

U sve globalnijem, povezanijem i dostupnijem društvu, velika pažnja pridaje se inovativnosti i originalnosti. Autentičnost je važnija no ikad, no što to znači biti autentičan u takvom društvu. Kako ljudi mogu ostati originalni i vjerni sebi, a istodobno u kontaktu s drugim kulturama. Autentičnost je rezultat originalnosti, a ona uključuje širok spektar. Autentičnost se proširuje izlaganjem i kontaktom s drugim kulturama. Kontakt i posuđivanje elemenata kulture je neizbježno. No, na način na koji se to radi uvelike se može utjecati. Nešto može biti originalno i autentično iako je inspirirano elementima postojećeg pa tako i tuđe kulture. Stvaranje novog konteksta ili primjene postojećeg način je na koje društvo napreduje. No, to nikako ne znači da se zasluge, priznanje, poštovanje i razumijevanje ne trebaju odati izvoru inspiracije (White, 2020).

Umjetničko stvaranje često je bitno za samoostvarenje pojedinca. Umjetnici kroz svoja djela nastoje razumjeti stvari koje smatraju važnim. Barem dio vremena, svaki se umjetnik osjećaja primoranim istraživati pitanja kroz svoju umjetnost. Umjetničko stvaranje i izražavanje često i jest oblik istraživanja. Stoga, umjetnici ne postupaju pogrešno kada, u dobroj vjeri i kao odgovor na uvjerljiv imperativ, proizvode umjetnička djela u potrazi za samoostvarenjem i znatiželje (Young, 2005).

Young (2005) sugerira da je to istina čak i kada su proizvedena umjetnička djela izvor duboke uvrede, odnosno apropijacije. On ne tvrdi da je želja za samospoznajom i čistim istraživanjem dovoljno velika da opravda svaku duboku uvredu uzrokovanu kulturnim prisvajanjem, već samo iznosi temeljnu misao da umjetnici, pa tako i pojedinci općenito ne postupaju pogrešno kada kroz svoj proces potrage za samoostvarenjem i istraživanjem vrše radnje koje uključuju duboku uvredu kulturnog prisvajanja.

Prema Youngu (2005) potreba umjetničkog izražavanja za samoostvarenje i istraživanje ono je po čemu se umjetnik, pa i onaj koji se bavi kulturnim prisvajanjem, razlikuje od nacista koji marširaju židovskim susjedstvom. Marširajući nacisti namjeravaju izazvati bolnu uvredu. Umjetnici i pojedinci, odnosno kulturni prisvajači vjerojatno ne. Njihova namjera za razliku od nacista je stvaranje umjetničkog djela koje će im omogućiti samoostvarenje i istraživanje. U slučaju kada im to nije namjera, umjetnici gube svoju umjetničku privilegiju. Svi koji se bave prisvajanjem kulture, a da ono nije sredstvo samoostvarenja, već samo iz novčanih razloga, iznimno lako mogu postupiti pogrešno.

Tako kulturalnu apropijaciju od istinske inspiracije kulturom dijeli namjera. No, nju je često teško identificirati, pogotovo u ovom iznimno komercijalnom društvu.

8. ZAKLJUČAK

Kulturalna apropijacija je i ostaje složen i kontroverzan fenomen koji zahtijeva pažljivo razmatranje i osjetljivost. Umjesto da potiče dijalog i razmjenu ideja među kulturama, često vodi do iskorištavanja i erozije izvornih značenja preuzetih kulturnih elemenata. Iako se može činiti bezopasnim ili čak kreativnim, ovaj fenomen često prikriva dublje strukturne nejednakosti prisutne u društvu.

Jedna od tih strukturnih nejednakosti, a ujedno i jedan od ključnih aspekata ovog fenomena jest odnos moći. Kulturalna apropijacija se najčešće događa u kontekstu nejednakih odnosa, gdje dominantne kulture preuzimaju i komercijaliziraju aspekte marginaliziranih kultura. Ova dinamika može izazvati gubitak identiteta i vrijednosti kod onih čija se kultura koristi bez odgovarajućeg priznanja i razumijevanja, rezultirajući dubokom uvredom. Stoga je važno prepoznati da se ne radi samo o estetici, već i o povijesnim i socijalnim konotacijama koje oblikuju iskustva onih čija su kulturna naslijeđa često marginalizirana i aproprirana.

S druge strane, kulturna difuzija, proces kroz koji se kulturni elementi prenose i miješaju među kulturama, može biti pozitivna snaga za društveni napredak. Ovaj proces odvija se uz poštovanje i uzajamno razumijevanje, potičući inovacije, kreativnost i jačanje identiteta. Kulturna difuzija predstavlja ravnopravan odnos, a kada izgubi te karakteristike, postaje kulturalna apropijacija. Kroz proces kulturne difuzije, kultura je kontinuum razmjene i zajedničkog stvaranja te u tom smislu, ne postoji original i njegova kopija.

Kako bi se izbjegle nejednakosti i poštovala raznolikost, ključno je razumjeti kontekst iz kojeg dolaze kulturni elementi koji se preuzimaju i predstavljaju. Svaka osoba, osobito oni s utjecajem, ima odgovornost promovirati autentično predstavljanje i izbjegavati površne generalizacije koje mogu rezultirati komodifikacijom i dubokom uvredom izvorne kulture. Kroz svijest i edukaciju može se stvoriti inkluzivnije okruženje koje slavi kulturnu raznolikost.

Na taj način može se osigurati da kulturne tradicije ostanu žive i cijenjene, a ne svedene na prolazne trendove. Kulturna razmjena trebala bi biti temeljena na uzajamnom poštovanju i razumijevanju, stvarajući mostove između kultura umjesto razdora. Na kraju, od nas svih ovisi hoćemo li kulturu koristiti kao sredstvo povezivanja ili alat za daljnje podjele. Ovaj izbor može imati dugoročne posljedice ne samo na pojedince, već i na širu društvenu strukturu.

Kreativnost i slobodno izražavanje predstavljaju srž ljudskog iskustva. Kada se temelje na etičkim principima, obogaćuju društvo i unapređuju međusobno razumijevanje. Kulturno etička kreativnost potiče napredak i inovacije koje obogaćuju zajednice. To naglašava važnost

dijaloga i suradnje među kulturama, gdje se svi sudionici doživljavaju kao ravnopravni partneri. Kultura inspirira svakodnevne aspekte života — od umjetnosti i mode do jezika i gastronomije — i može poslužiti kao izvor inspiracije za stvaranje novih ideja i rješenja. Kulturna inspiracija obogaćuje način na koji komuniciramo i percipiramo svijet oko sebe, čineći nas otvorenijima i osjetljivijima na ljepotu različitosti.

SAŽETAK

Kulturalna apropijacija suvremeni je fenomen vrijedan razmatranja. Fenomen se odnosi na preuzimanje i predstavljanje elemenata tuđe kulture van izvornih kontekstualnih okvira, bez razumijevanja, poštovanja i davanja priznanja izvornoj kulturi. Globalizacijom su kontakti između kultura sve intenzivniji, a granice između njezine inspiracije i apropijacije sve su tanje. Cilj ovog rada je istraživanje i predstavljanje relevantnosti fenomena kulturalne apropijacije te njezine problematičnosti. Kroz analizu sekundarnih izvora nastoji se istražiti tko i u kojim okolnostima ima pravo predstavljati određenu kulturu kao i pravo prozivanja određenog ponašanja terminom kulturalne apropijacije. Također, kroz rad se nastoji predstaviti važnosti, ako ne i nužnost razumijevanja i davanja priznanja u svijetu koji živi u mikro trendovima.

Ključne riječi: kultura, kulturalna apropijacija, moć, difuzija

SUMMARY

Cultural appropriation

Cultural appropriation is a contemporary phenomenon worth considering. The phenomenon refers to taking over and presenting elements of another's culture outside the original contextual framework, without understanding, respecting and acknowledging the original culture. With globalization, contacts between cultures are becoming more intense, and the boundaries between its inspiration and appropriation are becoming thinner. The aim of this paper is to research and present the relevance of the phenomenon of cultural appropriation and its problematic nature. Through the analysis of secondary sources, an attempt is made to investigate who and under what circumstances has the right to represent a certain culture, as well as the right to call certain behavior the term cultural appropriation. Also, the work tries to present the importance, if not the necessity, of understanding and giving recognition in a world that lives in micro trends.

Keywords: culture, cultural appropriation, power, diffusion

LITERATURA

KNJIGE

1. Avruch, K. (1998.) *Culture and Conflict Resolution*, Washington DC: United States Institute of Peace Press.
2. Becker, H. S. (1982.) *Art Worlds*, Berkeley: University of California Press.
3. Castells, M. (2002.) *Moć identiteta*, Zagreb: Golden marketing.
4. Colbey, P. (2008.) *The International Encyclopedia of Communication*, John Wiley & Sons, Ltd.: Blackwell Pub.
5. DeNora, T. (2000.) *Music in Everyday Life*, Cambridge, England: Cambridge, University Press.
6. Eagleton, T. (2017.) *Kultura*, Zagreb: Naklada LJEVAK d.o.o.
7. Frith, S. (2007.) *Taking Popular Music Seriously*, London: Routledge.
8. Giddens, A. (1979.) *Central Problems in Social Theory*. London: MacMillan.
9. Hofstede, G. (1991/1994.) *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, London: Harper Collins Business.
10. Hooks, B. (1992.) *Black Looks: Race and Representation*, Boston: South End Press.
11. Hooks, B. (2014.) *Black Looks: Race and Representation*, London: Routledge.
12. Horvat, J. (2006.) *Kultura Hrvata kroz 1000 godina*, Zagreb: Naklada Fran.
13. Höhn, M., i Moon, S. (2010.) *Over There: Living with the U.S. Military Empire from World War Two to the Present*. Durham: Duke University Press.
14. Kim, K. H. (2021.) *Hegemonic Mimicry: Korean Popular Culture of the TwentyFirst Century* Durham, NC: Duke University Press.
15. Preradović, P. (1997.) *Izabrana djela*, Zagreb: Matica hrvatska.
16. Spence, J. D. (1996.) *God's Chinese Son: the Taiping Heavenly Kingdom of Hong Xiuquan*, New York: Norton.
17. Taylor, E. B. (1871.) *Primitive Culture: Researches Into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. London: Bradbury, Evans, and Co.
18. Williams, R. (1958.) *Culture and Society 1780-1950*, London: Chatto & Windus.
19. Yoshihara, M. (2002.) *Embracing the East: White Women and American Orientalism*, New York: Oxford University Press.

STRUČNI IZVORI

1. Al'ula, R. N. i Sihombing, L. H. (2023.) "Symbolism in Film Turning Red: Representation of Chinese Culture Through Animated Movies", *Jurnal Pendidikan Bahasa*, vol. 10 (1): 138-149.
2. Bastos, M., Naranjo-Zolotov, M. i Aparicio, M. (2024.) "Binge-watching Uncovered: Examining the interplay of perceived usefulness, habit, and regret in continuous viewing", *Heliyon*, vol. 10 (6).
3. Bicskei, M. (2011) "James O. Young: Cultural appropriation and the arts", *Journal of Cultural Economics*, vol. 35 (1): 233-236.
4. Browning, J. (1992.) "Self-determination and Cultural Appropriation." *FUSE*, vol. 15 (4), 31- 35.
5. Domitrović, K. (2020.) "Baštinski elementi i suvremeni identitet", završni rad, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb.
6. Eberhardt, M. i Freeman, K. (2015.) "First Things First, I'm the Realest': Linguistic Appropriation, White Privilege, and the Hip-Hop Persona of Iggy Azalea," *Journal of Sociolinguistics*, vol. 19 (3). 303–327.
7. Gaža, V. (2024.) "Vizualni aspekt tradicionalnog i modernog kazališta nō i kabuki", završni rad, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula.
8. Hesmondhalgh, D., i Pratt, A. C. (2005.) "Cultural industries and cultural policy", *International Journal of Cultural Policy*, vol. 11 (1): 1-13.
9. Hladki, J. (1994.) "Problematizing the Issue of Cultural Appropriation", *Alternate routes: a journal of Critical Social Research*, vol. 11.
10. Hong, C., Cho, H., i Kinney, D. (2023.) "K-pop and Cultural Appropriation: Influences from the West and Within South Korean Society", *Journal of Student Research*, vol. 11 (1): 1-8.
11. Ilić, D. (2021.) "Kulturalna apropijacija", diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb.
12. Johnson, B. C. (2015.) "Introduction: Movies as edutainment", *Counterpoints*, vol. 474: 1-10.
13. Keesing, R. M. (1974.) "Theories of Culture", *The Annual Review of Anthropology*, vol. 3: 73-97.
14. Keyser, O. (2024.) "We Don't Talk About Influence: An Analysis of Disney's Encanto & Its Influence on Viewers' Perceptions of Colombian Culture", diplomski rad, Liberty University Lynchburg, Virginia.

15. Kunst, J. R., Lefringhausen, K. i Zagefka, H. (2024.) "Delineating the boundaries between genuine cultural change and cultural appropriation in majority-group acculturation, International", *Journal of Intercultural Relations*, vol. 98: 1-10.
16. Lee, S. T. (2022.) "Film as cultural diplomacy: South Korea's nation branding through *Parasite* (2019)." *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 18 (2): 93-104.
17. Lesar, K. (2020.) "Vikinci u Sjevernoj Americi", završni rad, Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet, Rijeka.
18. Mezey, N. (2007.) "The Paradoxes of Cultural Property." *Columbia Law Review*, vol. 107 (8): 2004-2046.
19. Philip, M. N. (1990.) "The Disappearing Debate: Racism and Caisorship." In L. Scheier, S. Sheard, and E. Wachtel (eds.) *Language in Her Eye: Views on Writing and Gender by Canadian Women Writing in English*. Toronto: Coach House; 209-219.
20. Richard A. R. (2007.) "Deciphering Kokopelli: Masculinity in Commodified Appropriations of Native American Imagery", *Communication and Critical/Cultural Studies* vol. 4 (3): 233–255.
21. Septiani, D. L., Rejeki, S., i Widisanti S, N. M. (2019.) "THE RELATIONSHIP BETWEEN SYMBOL AND MEANING IN THE FILM ZOOTOPIA", *Journal Albion : Journal of English Literature, Language, and Culture*, vol. 1 (1).
22. Shugart, H. A. (2008.) "Sumptuous Texts: Consuming 'Otherness' in the Food Film Genre," *Critical Studies in Media Communication*, vol. 25 (1): 68–90.
23. Young, J. O. (2007.) "Cultures and Cultural Property", *Journal of Applied Philosophy*, vol. 24 (2): 111-124.
24. Young, J. O. (2005.) "Profound Offense and Cultural Appropriation", *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 63 (2): 135-146.

INTERNET IZVORI

1. ARCH Team (2024.) *The Influence of Cultural Diversity on Fashion*, ARCH, <https://www.archedu.org/blog/the-influence-of-cultural-diversity-on-fashion/> (stranica posjećena: 6. rujna 2024.)
2. Back, C. (2022.) *How Indigenous Creators Are Using TikTok to Share Their Cultures*, Travel+Leisure Co., <https://www.travelandleisure.com/culture-design/how-indigenous-creators-use-tiktok-to-share-their-cultures> (stranica posjećena: 25. rujna 2024.)

3. Barton, G. (2018.) *The Relationship Between Music, Culture, and Society: Meaning in Music: Implications for Classroom Practice*, Music Learning and Teaching in Culturally and Socially Diverse Contexts, https://www.researchgate.net/publication/326993769_The_Relationship_Between_Music_Culture_and_Society_Meaning_in_Music_Implications_for_Classroom_Practice (stranica posjećena: 2. lipnja 2024.)
4. Beattie, A. (2024.) *Walt Disney: How Entertainment Became an Empire*, Investopedia, [Walt Disney: How Entertainment Became an Empire \(investopedia.com\)](https://www.investopedia.com/walt-disney-how-entertainment-became-an-empire/) (stranica posjećena: 18. listopada 2024.)
5. Boscamp, E. (2024.) *Boba company apologizes after Simu Liu raises concerns of cultural appropriation*, TODAY, <https://www.today.com/food/news/simu-liu-bobba-cultural-appropriation-dragons-den-rcna175499> (stranica posjećena: 2. rujna 2024.)
6. Brown, T. (2021.) *'Encanto' is Disney's first Latino musical. How the filmmakers got Colombia right*, Los Angeles Times, ['Encanto' explained: Why Disney Latinx musical chose Colombia - Los Angeles Times \(latimes.com\)](https://www.latimes.com/entertainment-arts/movies/story/2021-11-24/encanto-explained-why-disney-latinx-musical-chose-colombia) (stranica posjećena: 18. listopada 2024.)
7. Carrillo, H. (2024.) *Is ASOS Fast Fashion?*, Sustainable Jungle, <https://www.sustainablejungle.com/is-asos-fast-fashion/> (stranica posjećena: 2. rujna 2024.)
8. Chesterton, G. (2020.) *Cultural appropriation: everything is culture and it's all appropriated*, GQ, [Cultural appropriation: everything is culture and it's all appropriated | British GQ | British GQ \(gq-magazine.co.uk\)](https://www.gq.com/story/cultural-appropriation-everything-is-culture-and-its-all-appropriated), (stranica posjećena: 15. ožujka 2024.)
9. Choudhary, H. (2019.) *The Rise of Cultural Appropriation in Fashion*, Craig Newmark Graduate School of Journalism, https://academicworks.cuny.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1447&context=gj_etds (stranica posjećena: 20. rujna 2024.)
10. Cochrane, L. (2018.) *Alexander McQueen enters a new age of saleable geometry*, The Guardian, <https://www.theguardian.com/fashion/2014/sep/30/alexander-mcqueen-geometry-paris> (stranica posjećena: 23. svibnja 2024.)
11. Cole, N. L. (2019.) *So What Is Culture, Exactly?*, Thought Co, [Culture - Definition, Discussion and Examples \(thoughtco.com\)](https://www.thoughtco.com/culture-definition-discussion-and-examples-1379428/), (stranica posjećena: 4. ožujka 2024.)
12. Collins, M. (2024.) *“Why Country’s Resistance To Beyoncé Is Cultural Appropriation”*, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/marcuscollins/2024/02/16/why-countrys-resistance-to-beyonce-is-cultural-appropriation/> (stranica posjećena: 12. rujna 2024.)

13. *Cultural Appropriation Keeps Trending—Here's What Brands Should Know* (2022.) YPulse, [Cultural Appropriation Keeps Trending—Here's What Brands Should Know - YPulse](#), (stranica posjećena: 25. veljače 2024.)
14. *Cultural diffusion: Tracing the Spillover Effect of Globalization* (2024.) FasterCapital, [Cultural diffusion: Tracing the Spillover Effect of Globalization - FasterCapital](#), (stranica posjećena: 19. ožujka 2024.)
15. *Culture and identity* (2024.) RacismNoWay, [Culture and identity - Racism. No Way! \(racismnoway.com.au\)](#) (stranica posjećena: 19. siječnja 2023.)
16. *Culture: Definition, Characteristics, Functions, Aspects* (2024.) iEduNote, [Culture: Definition, Characteristics, Functions, Aspects \(iedunote.com\)](#), (stranica posjećena: 29. veljače 2024.)
17. Decter, R. L. (2024.) *Sevdaliza, Pablu Vittar & Yseult's Multilingual Hit 'Alibi' Debuts on the Billboard Canadian Hot 100*, Billboard Canada, <https://ca.billboard.com/music/chart-beat/sevdaliza-alibi-yseult> (stranica posjećena: 10. rujna 2024.)
18. *Definition of Culture* (2024.) Study Smarter, [Definition of Culture: Example and Definition | StudySmarter](#), (stranica posjećena: 4. ožujka 2024.)
19. Devadhar, I. (2023.) *5 Infamous Instances of Cultural Appropriation in the Fashion Industry*, Fashion & Law Journal, <https://fashionlawjournal.com/5-infamous-instances-of-cultural-appropriation-in-the-fashion-industry/> (stranica posjećena: 25. veljače 2024.)
20. Donohoo, T. B., Vaux, R., Aravind, A. i Goyaz, A. (2024.) *The True Story That Inspired Bong Joon-ho's Parasite*, CBR, <https://www.cbr.com/parasite-movie-bong-joon-ho-true-story/> (stranica posjećena: 23. rujna 2024.)
21. Dowd, T. J. (2007.) "The Sociology of Music", *21st Century Sociology: A Reference Handbook*, https://www.researchgate.net/publication/267927415_The_Sociology_of_Music (stranica posjećena: 1. travnja 2024.)
22. *Dragons' Den* (2024.) BBC, [BBC One - Dragons' Den](#) (stranica posjećena: 16. listopada 2024.)
23. Duggal, J. (2024.) *7 times Manish Malhotra took Indian designs to the global stage*, LIFESTYLE ASIA, <https://www.lifestyleasia.com/ind/style/fashion/manish-malhotra-global/> (stranica posjećena: 14. rujna 2024.)

24. Eckhardt, R. (2015.) *The Fine Line Between Cultural Appropriation and Cultural Diffusion*, Huff Post. https://www.huffpost.com/entry/the-fine-line-between-cul_b_8470092?ncid=engmodushpmsg00000004 (stranica posjećena: 20. rujna 2024.)
25. Editorial (2024.) *The Impact of Social Media on Cultural Appropriation Discourse*, IP Law Mastery, <https://iplawmastery.com/social-media-and-cultural-appropriation/> (stranica posjećena: 2. rujna 2024.)
26. Ekpo, I. (2024.) *Tyla Educates On African Music Diversity During 2024 MTV VMAs Acceptance Speech*, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/imeekpo/2024/09/12/tyla-educates-on-african-music-diversity-during-2024-mtv-vm-as-acceptance-speech/> (stranica posjećena: 1. rujna 2024.)
27. Eldridge, S.. (2024.) "Parasite." Encyclopedia Britannica, <https://www.britannica.com/topic/Parasite-2019-film> (20. rujna 2024.)
28. Fukai, A. (2019.) *How the Kimono has Influenced the World of Fashion*, nippon.com, <https://www.nippon.com/en/japan-topics/g00646/how-the-kimono-has-influenced-the-world-of-fashion.html> (stranica posjećena: 12. rujna 2024.)
29. Gutierrez, B. (2022.) *'Encanto' praised for authentic representation of Colombian culture*, University of Miami, <https://news.miami.edu/stories/2022/02/encanto-praised-for-authentic-representation-of-colombian-culture.html> (stranica posjećena: 19. listopada 2024.)
30. Hajnić, N. (2023.) *Stalna na tom svijetu samo mijena jest*, Krugovi (4.9.2023.) <https://krugovi.hr/stalna-na-tom-svijetu-samo-mijena-jest/> (stranica posjećena: 10. kolovoza 2024.)
31. Holmes, L. (2023.) *Cultural Influences in Fashion: How Traditional Garments Inspire Modern Trends*, Medium, <https://medium.com/@leslie.holmes.writing/cultural-influences-in-fashion-how-traditional-garments-inspire-modern-trends-f3a07e4dc0ec> (stranica posjećena: 10. kolovoza 2024.)
32. Hooks, M. (2024.) *Sevdaliza Releases "Alibi" with Pablllo Vittar and Yseult*, Hooks Magazine, <https://www.hooksmagazine.com/en/post/sevdaliza-releases-alibi-with-pablllo-vittar-and-yseult> (stranica posjećena: 15. kolovoza 2024.)
33. Hube (2024.) *The Evolution of Madonna in the Eighties*, <https://hubemag.com/stories/the-evolution-of-madonnas-music-and-style-in-the-eighties> (stranica posjećena: 20. listopada 2024.)

34. Iwala, P. (2022.) *Oteta baština*, tportal, [Svjetski muzeji puni su predmeta koje njihove postojbine traže natrag, očekivano prednjači British Museum - tportal](#), stranica posjećena: 5. ožujka 2024.)
35. Johnson, K. (2011.) *Don't Mess Up When You Dress Up: Cultural Appropriation and Costumes*, Bitch Magazine, <https://www.bitchmedia.org/post/costume-cultural-appropriation>, (stranica posjećena: 12. ožujka 2024.)
36. Jon (2023.) *Cultural Appropriation In Music*, Music Gateway Ltd, <https://www.musicgateway.com/blog/music-industry/cultural-appropriation-in-music-what-is-it-and-why-is-it-bad> (stranica posjećena: 10. kolovoza 2024.)
37. Kareem Nittle, N. (2020.) *Cultural Appropriation in Music: From Madonna to Miley Cyrus*, ThoughtsCo., <https://www.thoughtco.com/cultural-appropriation-in-music-2834650> (stranica posjećena: 20. listopada 2024.)
38. Kendall, E. (2024.) *cultural appropriation*, Britannica, [Cultural appropriation | Definition, History, Meaning, & Examples | Britannica](#), (stranica posjećena: 12. veljače 2024.)
39. Kirsch, A. (2023.) *The Case for Cultural Apropriation*, Harvard Magazine, [The Case for Cultural Appropriation | Harvard Magazine](#), (stranica posjećena: 13. ožujka 2024.)
40. Kuga, M. (2021.) *The White Lotus is as clueless about Native Hawaiians as its characters*, Vox Media, <https://www.vox.com/first-person/22621960/white-lotus-native-hawaiians-hbo> (stranica posjećena: 24. rujna 2024.)
41. *kultura* (2024) Hrvatska enciklopedija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013 – 2024., <https://www.enciklopedija.hr/clanak/kultura>, (stranica posjećena: 1. ožujka 2024.)
42. Kumar, J. (2020.) *What is the maang tikka & its meaning?*, Jewellery By Alirah, <https://jewellerybyalirah.com.au/blogs/news/what-is-the-maang-tikka-its-meaning#:~:text=Maang%20Tikka%20is%20a%20piece,it%20during%20their%20wedding%20ceremonies>. (stranica posjećena: 2. siječnja 2024.)
43. Lambe, S. (2019.) *'Like a Prayer' 30 Years Later: How the Controversial Music Video Barely Made It to Air*, ET Entertainment, <https://www.etonline.com/like-a-prayer-30-years-later-how-the-controversial-music-video-barely-made-it-to-air-121023> (stranica posjećena: 20. listopada 2024.)
44. Lamour, J. (2022.) *The backlash to TikTok's viral 'spa water' explained*, TODAY, <https://www.today.com/food/news/spa-water-uproar-viral-tiktok-drink-explained-rcna41761> (stranica posjećena: 17. listopada 2024.)

45. Levy, G. (2024.) *Tyla's Historic VMA Win (& Great Speech!) Shouldn't Be Overshadowed By "Weird" Halle Bailey Controversy*, Refinery29, <https://www.refinery29.com/en-us/2024/09/11780795/tyla-vm-a-speech-controversy-halle-bailey> (stranica posjećena: 15. rujna 2024.)
46. Lim, L. (2023.) "Language Matters | History, culture and heritage? TikTok does it best for Gen Z – they're using it to teach traditional, indigenous or less mainstream languages", *South China Morning Post*, <https://www.scmp.com/magazines/post-magazine/short-reads/article/3215515/history-culture-and-heritage-tiktok-does-it-best-gen-z-theyre-using-it-teach-traditional-indigenou> (stranica posjećena: 20. rujna 2024.)
47. Lu, E. H. (2023.) *Does 'Avatar' Use Blueface? Cultural Appropriation and White Saviorism in Film*, *The Harvard Crimson*, <https://www.thecrimson.com/article/2023/11/17/avatar-blueface-cultural-appropriation/> (stranica posjećena: 17. listopada 2024.)
48. Luo, J. (2021.) *Analysis on the Cultural Transmission of Film and TV Music — Taking the Film "Parasite" as an Example*, Atlantis Press, <https://www.atlantispress.com/proceedings/icadce-21/125960050> (stranica posjećena: 24. rujna 2024.)
49. Marriot, H. (2021.) *Mexico accuses Zara and Anthropologie of cultural appropriation*, *The Guardian*, <https://www.theguardian.com/fashion/2021/jun/01/mexico-accuses-zara-and-anthropologie-of-cultural-appropriation> (stranica posjećena: 5. rujna 2024.)
50. Mendez, M. (2019.) *How to separate cultural appreciation, appropriation in music*, *The Temple News*, <https://temple-news.com/music-cultural-appreciation-or-appropriation/> (stranica posjećena: 8. kolovoza 2024.)
51. Mulenga, N. (2022.) *PIHarmony's Keeho Speaks Up About Cultural Appropriation in K-pop*, *teenVOGUE*, <https://www.teenvogue.com/story/piharmony-keeho-speaks-up-about-cultural-appropriation-in-k-pop> (stranica posjećena: 16. listopada 2024.)
52. Murphy, C. (2023.) *What Is Cultural Appropriation?*, *health*, <https://www.health.com/condition/cultural-appropriation> (stranica posjećena: 5. ožujka 2024.)
53. Nordan, K. (2016.) *Flateyjarbók—preserving our heritage*, *The Norwegian American*, <https://www.norwegianamerican.com/flateyjarbok-preserving-our-heritage/> (stranica posjećena: 17. ožujka 2024.)
54. Oh., C. D. (2024.) *Theorizing Cultural Appropriation: Complications of Globalization and Power in Hybrid K-Pop*, *Situations*, <http://situations.yonsei.ac.kr/product/data/item/1707985692/detail/2af6cd816a.pdf>

55. Pappas, S. i McKelvie, C. (2022) *What is culture*, Live Science, [What is culture? | Live Science](#), (stranica pristupljena: 25. veljače 2024.)
56. Park, M. (2020.) *A Guide to Korean Cultural Details in Parasite*, Fluent Korean, <https://fluentkorean.com/parasite/> (stranica posjećena: 20. rujna 2024.)
57. Pawa, V. (2023.) *How Manish Malhotra Redefined Bollywood's Styling — One Thread at a Time*, teen Vogue, <https://www.teenvogue.com/story/manish-malhotra-bollywood-styling-interview> (stranica posjećena: 25. kolovoza 2024.)
58. Phugara, R. (2021.) *Cultural Appropriation: A Social Media Epidemic*, Redbrick, <https://www.redbrick.me/cultural-appropriation-a-social-media-epidemic/> (stranica posjećena: 2. rujna 2024.)
59. Poutrel, J. (2024.) *Shina Novalinga - Canadian student and Inuit activist*, Adama Toulon, <https://www.adamatoulon.fr/en/honoring-women-us/shina-novalinga> (stranica posjećena: 12. rujna 2024.)
60. Puthoff, L. (2022.) *Disney takes small but significant steps to be more culturally accurate*, The Spartan Shield, <https://spartanshield.org/31454/opinion/disney-takes-small-but-significant-steps-to-be-more-culturally-accurate/> (stranica posjećena: 19. listopada 2024.)
61. Ratna, A. R. (2024.) *10 K-pop idols that are faces of global luxury brands*, Indiaretailing.com, <https://www.indiaretailing.com/2024/03/21/10-k-pop-idols-that-are-faces-of-global-luxury-brands/> (stranica posjećena: 15. rujna 2024.)
62. Rigg, M. (2022.) *The White Lotus is supposed to be satire. Hawaiians deserve the last laugh.*, SCALAWAG, <https://scalawagmagazine.org/2022/09/white-lotus-colonialism-hawaii/> (stranica posjećena: 7. rujna 2024.)
63. Rosenbloom, A. (2024.) *Canadian drink company tastes controversy after Simu Liu raises cultural appropriation questions*, CNN Entertainment, [Canadian drink company Bobba tastes controversy after Simu Liu raises cultural appropriation questions on 'Dragon's Den' | CNN](#) (stranica posjećena: 16. listopada 2024.)
64. *Sevdaliza, Pablló Vittar and Yseult team up on dimensional, empowering and subversive new opus, Alibi* (2024.) Music+Culture, <https://karlismyunkle.com/2024/06/28/sevdaliza-pablló-vittar-and-yseult-team-up-on-dimensional-empowering-and-subversive-new-opus-alibi/> (stranica posjećena: 15. listopada 2024.)

65. Silva, G. (2020.) *Parasite: 10 Cultural Details Only Korean Audiences Would Understand*, SCREEN RANT <https://screenrant.com/parasite-cultural-details-only-korean-audiences-would-understand/> (stranica posjećena: 20. rujna 2024.)
66. Sincuba, T. (2023.) *K-Pop Is a Culture Vulture, But Then Again So Are We*, BUBBLEGUMCLUB, <https://bubblegumclub.co.za/discourse/k-pop-is-a-culture-vulture-but-then-again-so-are-we/> (stranica posjećena: 15. listopada 2024.)
67. Song, D. (2023.) *International Organizations Recognize K-Pop Artists To Be More Than Just Popular Stars*, koreaboo.com, <https://www.koreaboo.com/stories/un-bts-unesco-seventeen-international-organizations-kpop/> (stranica posjećena: 15. rujna 2024.)
68. Spencer-Oatey, H. (2012) *What is culture? A compilation of quotations*, University of Warwick, [global pad - what is culture.pdf \(warwick.ac.uk\)](http://global.pad-warwick.ac.uk/what-is-culture.pdf) (stranica posjećena: 28. ožujka 2024.)
69. Street, M. (2024.) *How Fashion Meets Culture*, Google Arts & Books, https://artsandculture.google.com/story/how-fashion-meets-culture/gwLyN_zp-PN1Lg (stranica posjećena: 11. travnja 2024.)
70. Teekah, E. (2024.) *desi*, Encyclopedia Britannica, <https://www.britannica.com/topic/desi> (stranica posjećena: 26. rujna 2024.)
71. *The Origins of Culture* (2024.) LibreTexts, [3.3A: The Origins of Culture - Social Science 101 LibreTexts](https://libretexts.org/Bookshelves/Anthropology/Book%3A-The-Origins-of-Culture-Social-Science-101/1-3-3-A-The-Origins-of-Culture-Social-Science-101), (stranica posjećena: 3. veljače 2024.)
72. *The Pros and Cons Of Cultural Diffusion In A Globalized World* (2024.) Faster Capital, [The Pros And Cons Of Cultural Diffusion In A Globalized World - FasterCapital](https://www.fastercapital.com/Articles/112016926-The-Pros-And-Cons-Of-Cultural-Diffusion-In-A-Globalized-World-FasterCapital.aspx), (stranica posjećena: 19. ožujka 2024.)
73. Thompson, D. (2022.) *Indigenous People React to Director Comments, Cultural Appropriation in New 'Avatar' Movie*, Native News Online, [Indigenous People React to Director Comments, Cultural Appropriation in New 'Avatar' Movie | Arts & Entertainment \(nativenewsonline.net\)](https://www.nativenewsonline.net/news/indigenous-people-react-to-director-comments-cultural-appropriation-in-new-avatar-movie) (stranica posjećena: 17. listopada 2024.)
74. TOI Lifestyle Desk (2024.) *Jennifer Lopez's Manish Malhotra gown took 3,490 hours to make*, Times of India, <https://timesofindia.indiatimes.com/life-style/fashion/celeb-style/jennifer-lopezs-manish-malhotra-gown-took-3490-hours-to-make/articleshow/112016926.cms> (stranica posjećena: 12. rujna 2024.)
75. Tolkein, A. (2021.) *Let's spill the pop culture tea: 'The White Lotus' comments on colonialism, virtue signaling, emptiness*, THE STUDENT LIFE, <https://tsl.news/white-lotus-colonialism/> (stranica posjećena: 24. rujna 2024.)

76. *Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication* (2016.) University of Minnesota, <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/> (stranica posjećena: 12. rujna 2024.)
77. *Using Social Media to Share Culture* (2023.) SHAKA TRIBE, <https://shakatribeshop.com/blogs/shaka-tribe-culture/using-social-media-to-share-culture> (stranica posjećena: 2. rujna 2024.)
78. Vaidehi (2022.) *BLACKPINK's Lisa, NCT's Taeyong, and more*, SK POP, <https://www.sportskeeda.com/pop-culture/5-k-pop-idols-accused-cultural-appropriation-blackpink-s-lisa-nct-s-taeyong> (stranica posjećena: 16. listopada. 2024.)
79. Vandenburg, L. (2019.) *'Parasite': Moving beyond "foreign."* The Diplomat. <https://thediplomat.com/2019/11/parasite-moving-beyond-foreign/> (stranica posjećena: 24. rujna 2024.)
80. Venkatraman, S. (2023.) *Asian fans worry new location of 'The White Lotus' could lead to shallow portrayals of Eastern faith*, NBC NEWS, <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/asian-fans-worry-white-lotus-new-location-lead-shallow-portrayals-east-rcna77082> (stranica posjećena: 24. rujna 2024.)
81. Zapata, P. (2021.) *Cultural Appropriation in K-Pop*, The Marionette, <https://hcpmarionette.com/opinion/2021/05/06/cultural-appropriation-in-k-pop/> (stranica posjećena: 15. listopada 2024.)
82. *Walt Disney* (2024.) Course Sidekick, [The Impact of Walt Disney on Popular Culture: Entertainment, - Course Sidekick](#) (stranica posjećena: 17. listopada 2024.)
83. *What do we mean by "culture"?* (2023.) The Culture Factor, [What do we mean by "culture"? \(hofstede-insights.com\)](#), (stranica posjećena: 13. veljače 2024.)
84. *What Does Cultural Appropriaion Really Mean?* (2022.) The New York Times, (stranica posjećena: 15. rujna 2024.)
85. *What Is Cultural Appropriation?* (2024.) Britannica, [What Is Cultural Appropriation? | Britannica](#), (stranica posjećena: 20. veljače 2024.)
86. White, A. L. (2022.) *culture*, Britannica, [Culture | Definition, Characteristics, Examples, Types, Tradition, & Facts | Britannica](#), (stranica posjećena: 2. ožujka 2024.)
87. White, R. H-S. (2020.) *Cultural Appropriation in Music*, Barkelee Collage of Music, <https://online.berklee.edu/takenote/cultural-appropriation-in-music/> (stranica posjećena: 15. rujna 2024.)

88. Williams, A. (2023.) *What's The Deal With K-Pop And Cultural Appropriation?*, UPROXX, <https://uproxx.com/pop/k-pop-cultural-appropriation-black-music/> (stranica posjećena: 24. rujna 2024.)
89. Wong, A. (2023.) *Opinion: The media has blurred the line between cultural appropriation and appreciation*, Scot Scoop News, <https://scotscoop.com/opinion-the-media-has-blurred-the-line-between-cultural-appropriation-and-appreciation> (stranica posjećena: 1. kolovoza 2024.)
90. Yang, J. (2023.) *Opinion: The awkward truth about the new 'Avatar' is far bigger than its bottom line*, CNN, [Opinion: The awkward truth about the new 'Avatar' is far bigger than its bottom line | CNN](#) (stranica posjećena: 17. listopada 2024.)

POPIS ILUSTRACIJA

Slika 1. Film Parazit.....	25
Slika 2. Film Encanto i raznovrsnost likova.....	28
Slika 3. Avatar: Put Vode - maorska kultura.....	30
Slika 4. Serija Bijeli lotus.....	32
Slika 5. Louboutin čizme iz kolekcije jesen/zima 2017.....	36
Slika 6. McQueenova inspiracija Japanom	37
Slika 7. Jennifer Lopez u haljni M. Malhtr.....	38
Slika 8. ASOS-ova Chandelier Hair Clip.....	40
Slika 9. Sevdaliza, Pablllo Vittar & Yseult	43
Slika 10. Grupa NCT U.....	47
Slika 11. Modonna u spotu Like a Prayer	49
Slika 12. Shina Novalinga.....	51
Slika 13. Isprika proizvođača bobe.....	54
Slika 14. Beauty trend “fox eye”	55



Natalija Križanec

Državljanstvo: hrvatsko Datum rođenja: 03/04/1999 Telefonski broj: (+385) 924129194

E-adresa: krizanecnatalija@gmail.com

Kućna: Donja Višnjica 46, 42250 Lepoglava (Hrvatska)

Ostalo: Ulica dr. Franje Tuđmana 24d, 23000 Zadar (Hrvatska)

RADNO ISKUSTVO

Prodavač/prodavačica

PULL&BEAR [01/2024 – 03/2024]

Mjesto: Zadar

Rad na blagajni
Usluživanje kupaca
Održavanje trgovine

Ispomoć u trgovini

New Yorker [10/2022 – 11/2022]

Mjesto: Zadar | Zemlja: Hrvatska

Rad na blagajni
Usluživanje kupaca

Stručna praksa - Turistička zajednica Grada Lepoglave

[05/2021 – 06/2021]

Mjesto: Lepoglava | Zemlja: Hrvatska

Konobarica

Ugostiteljski obrt "Kod Slavice" [07/2019 – 09/2019]

Mjesto: DONJA VIŠNJIČA | Zemlja: Hrvatska

Primanje narudžbe
Pripremanje pića
Posluživanje pića
Naplata pića
Briga da šank bude opskrbljen pićima
Higijensko održavanje šanka i okolnog inventara

OBRAZOVANJE I OSPOBLJAVANJE

Magistar Kulturne i prirodne baštine u turizmu

Sveučilište u Zadru; Odjel za turizam i komunikacijske znanosti [2021 – Trenutačno]

Adresa: Ulica dr. Franje Tuđmana 24 I, 23000 Zadar (Hrvatska)

Prvostupnica Kulture i turizma

Sveučilište u Zadru; Odjel za turizam i komunikacijske znanosti; Kultura i turizam [2018 – 2021]

Adresa: Ulica dr. Franje Tuđmana 24 I, 23000 ZADAR (Hrvatska)

Opća gimnazija

Srednja škola Ivanec [2014 – 2018]

Adresa: Ulica Eugena Kumičića 7, 42240 IVANEC (Hrvatska)

Osnovna škola

Osnovna škola Izidora Poljaka Višnjica [2006 – 2014]

Adresa: Donja Višnjica 156, 42250 LEPOGLAVA (Hrvatska)

JEZIČNE VJEŠTINE

Materinski jezik/Jezici: hrvatski

Drugi jezici:

njemački

SLUŠANJE B2 ČITANJE B1 PISANJE B1

GOVORNA PRODUKCIJA B1

GOVORNA INTERAKCIJA B1

engleski

SLUŠANJE C1 ČITANJE B2 PISANJE B2

GOVORNA PRODUKCIJA C1

GOVORNA INTERAKCIJA C1

talijanski

SLUŠANJE B1 ČITANJE B1 PISANJE B1

GOVORNA PRODUKCIJA A2

GOVORNA INTERAKCIJA A2

Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik

DIGITALNE VJEŠTINE

Poznavanje komunikacijskih programa (Skype, Zoom, Discord, MS Teams, Google Hangouts) / Odlično poznavanje MS Office paketa (Word, PowerPoint, Excel) / Odlično poznavanje društvenih mreža (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Whatsapp, Viber) / Odlično znanje rada na računalu / Odlično služenje internetom (pretraživanje, komunikacija...)

VOZAČKA DOZVOLA

Vozačka dozvola: AM

Vozačka dozvola: B

KONFERENCIJE I SEMINARI

[2024] Zagreb

Seminar za voditelja putovanja Stečeno osnovno znanje i vještine za obavljanje poslova voditelja putovanja

[2019] Zadar

My Smart City Zadar Konferencija se temeljila na turizmu kao sektoru. Diskutiralo se o konkretnim smart rješenjima koja mogu poboljšati infrastrukturu, postići bolju održivost rasta turističkog prometa te podići kvalitetu lokalnog stanovništva.

[2018] Zadar

My Smart City Zadar Cilj konferencije bio je ukazati na konkretna pametna rješenja koja se implementiraju u gradovima u svrhu podizanja kvalitete života, načinima na koji se stvara povoljno okruženje za razvoj pametnog grada te vidjeti koliko je koncept pametnog grada zaživio kod nas.

POČASTI I NAGRADE

[22/03/2023] Sveučilište u Zadru

Rektorova nagrada Dodijeljena nagrada rektorice na temelju postignutog uspjeha.

PROJEKTI

[03/2021 - 02/2022]

Akademija regionalnog razvoja i fondova Europske unije Akademija regionalnog razvoja i fondova EU projekt je Ministarstva regionalnog razvoja i fondova Europske unije kojemu je cilj podizanje svijesti te informiranje i educiranje studentske populacije o važnosti i mogućnostima korištenja EU fondova. Kroz projekt stečena su osnovna znanja u navedenom području.

KREATIVNI RADOVI

[05/12/2013]

Priznanje u kategoriji likovni radovi Dodijeljeno priznanje za likovni rad u sklopu akciji Turističke zajednice grada Lepoglave "Cvijet za ljepši grad 2013".

[06/12/2012]

Priznanje u kategoriji literarnih radova Dodijeljeno priznanje za literarni rad u sklopu akcije "Cvijet za ljepši grad 2012".

VOLONTIRANJE

[15/10/2021 - 16/10/2021] Zadar

72 sata bez kompromisa

[2019] Zadar

Volontiranje na projektu Ritam kulturizma "Tri ritma za kraj"

[2016 - 2017] Ivanec

Volontiranje u Crvenom križu