

Utjecaj društvenih medija na socijalni aspekt hip-hop kulture

Radonjić, Maja

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:335848>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-24**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET

Maja Radonjić

Utjecaj društvenih medija na socijalni aspekt hip-hop kulture

ZAVRŠNI RAD

Rijeka, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za kulturalne studije

Maja Radonjić

Matični broj: 9980005027

Utjecaj društvenih medija na socijalni aspekt hip-hop kulture

ZAVRŠNI RAD

Preddiplomski studij kulturologije

Mentor: red.prof. dr.sc. Hajrudin Hromadžić

Rijeka, rujan 2024.

IZJAVA O AUTORSTVU ZAVRŠNOG RADA

Ovim potvrđujem da sam osobno napisala završni rad pod naslovom

Utjecaj društvenih medija na socijalni aspekt hip-hop kulture

i da sam njegova autorica.

Svi dijelovi rada, podaci ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima (mrežni izvori, udžbenici, knjige, znanstveni, stručni članci i sl.) u radu su jasno označeni kao takvi te su navedeni u popisu literature.

Rijeka, 01.09.2024.god.



SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. ANALIZA HIP HOP KULTURE.....	2
2.1 Povijest hip hop kulture i njezini osnovni elementi.....	3
2.2 Razvoj suvremenih medija i digitalne tehnologije.....	4
2.3 Istraživanja o utjecaju medija na hip hop kulturu.....	5
3. TEORIJSKI OKVIR.....	6
3.1 Teorije komunikacije i medijski utjecaj.....	6
3.2 Konvergencija medija i participacija u digitalnom dobu.....	7
3.3 Kulturna globalizacija i utjecaj na hip hop zajednicu.....	7
4. UTJECAJ SUVREMENIH MEDIJA NA HIP-HOP TEKSTOVE I GLAZBU.....	9
4.1 Promjene u temama i sadržaju tekstova.....	9
4.2 Utjecaj digitalnih platformi na distribuciju glazbe.....	10
4.3 Kritika i podrška putem društvenih medija.....	11
5. DRUŠTVENE MREŽE I ZAJEDNICE.....	11
5.1 Hip hop zajednice na društvenim mrežama.....	13
5.2 Aktivizam i socijalna promjena putem online platformi.....	14
5.3 Sukobi i kontroverze unutar hip hop digitalnih zajednica.....	15
6. IDENTITET, AUTENTIČNOST I KOMERCIJALIZACIJA.....	15
6.1 Konstrukcija identiteta putem suvremenih medija.....	16
6.2 Izazovi očuvanja autentičnosti u digitalnoj eri.....	17
6.3 Komercijalizacija hip hop kulture i njezin utjecaj na socijalni aspekt.....	18
7. ZAKLJUČAK.....	20
8. Popis literature.....	21
9. PRILOZI.....	22

SAŽETAK

U završnom radu istražila sam kompleksne odnose između hip-hop kulture i suvremenih medija, s posebnim naglaskom na utjecaj digitalne tehnologije, društvenih mreža i online platformi. Razmatra se evolucija hip-hop kulture od njenih početaka do današnjeg dana, s fokusom na promjene u temama i sadržaju glazbenih tekstova koje su se dogodile uslijed globalne digitalne revolucije.

Rad je strukturiran u nekoliko ključnih poglavlja. Početno poglavlje pruža pregled povijesti hip-hop kulture i njezinih osnovnih elemenata, uključujući razvoj suvremenih medija i tehnologije te istraživanje o njihovom utjecaju na hip-hop. Teorijski okvir istražuje relevantne teorije komunikacije, medijsku konvergenciju i kulturnu globalizaciju, naglašavajući kako ove pojmove treba razumjeti u kontekstu hip-hop zajednica.

U daljnjem istraživanju, razmatraju se promjene u temama i sadržaju hip-hop tekstova, utjecaj digitalnih platformi na distribuciju glazbe i uloga društvenih medija u kritici i podršci. Posebna pažnja posvećena je analiziranju hip-hop zajednica na društvenim mrežama, s naglaskom na aktivizam, socijalnu promjenu i kontroverze unutar digitalnog prostora.

Jedno od ključnih poglavlja bavi se identitetom, autentičnošću i komercijalizacijom unutar hip-hop kulture. Analiziraju se izazovi u očuvanju autentičnosti u eri digitalne komercijalizacije i kako to utječe na socijalni aspekt hip-hop zajednica.

Na kraju, rad zaključuje da, iako suvremeni mediji i digitalne tehnologije donose brojne izazove i kontroverze unutar hip-hop zajednica, oni također omogućuju novu dinamiku kreativnosti i društvenog angažmana. Važno je da hip-hop zajednice i umjetnici razvijaju strategije za konstruktivno upravljanje sukobima i komercijalnim pritiscima, kako bi očuvali autentičnost i relevantnost hip-hop kulture u globalnom digitalnom okruženju.

Ključne riječi: *Hip-hop kultura, suvremeni mediji, digitalna tehnologija, društvene mreže, autentičnost, komercijalizacija*

SUMMARY

This study explores the complex relationships between hip-hop culture and contemporary media, with a particular focus on the impact of digital technology, social networks, and online platforms. It examines the evolution of hip-hop culture from its origins to the present day, emphasizing the changes in themes and content of musical lyrics that have occurred due to the global digital revolution.

The study is structured into several key chapters. The initial chapter provides an overview of the history of hip-hop culture and its fundamental elements, including the development of modern media and technology, as well as research on their impact on hip-hop. The theoretical framework explores relevant communication theories, media convergence, and cultural globalization, highlighting how these concepts should be understood in the context of hip-hop communities.

Further exploration examines changes in the themes and content of hip-hop lyrics, the impact of digital platforms on music distribution, and the role of social media in criticism and support. Special attention is given to analyzing hip-hop communities on social networks, focusing on activism, social change, and controversies within the digital space.

One of the key chapters addresses identity, authenticity, and commercialization within hip-hop culture. It analyzes the challenges of maintaining authenticity in the era of digital commercialization and how this affects the social aspects of hip-hop communities.

In conclusion, the study finds that while contemporary media and digital technologies bring numerous challenges and controversies within hip-hop communities, they also enable new dynamics of creativity and social engagement. It is crucial for hip-hop communities and artists to develop strategies for constructively managing conflicts and commercial pressures to preserve the authenticity and relevance of hip-hop culture in the global digital environment.

Key Words: *Hip-hop culture, contemporary media, digital technology, social media, authenticity, commercialization*

1. UVOD

Hip hop kultura, nastala u marginaliziranim urbanim sredinama SAD-a, postala je globalni fenomen s dubokim društvenim i kulturnim implikacijama. Uvođenje suvremenih medija, kao što su internet, društvene mreže, streaming platforme i digitalna produkcija, transformiralo je način na koji umjetnici komuniciraju s publikom, izražavaju svoje poruke i oblikuju svoj identitet. Globalna povezanost putem interneta omogućila je umjetnicima da dosegnu publiku diljem svijeta i stvore komunikaciju. Društvene mreže postale su platforma za promociju, komunikaciju s obožavateljima i izražavanje političkih stavova. S druge strane, komercijalizacija hip hop kulture putem suvremenih medija često je rezultirala promjenama u tekstovima pjesama, estetici i porukama. Kritičari tvrde da suvremeni mediji ponekad promoviraju površinske aspekte kulture umjesto njenih dubljih socijalnih i političkih poruka.

Postoji složena i dinamična interakcija između suvremenih medija i hip hop kulture. Hip hop, kao globalni kulturni fenomen, nije samo glazba već izraz identiteta, socijalnih pokreta i kreativnosti koji se razvio tijekom desetljeća. U kontekstu digitalnog doba, suvremeni mediji postali su ključni igrači u oblikovanju i prenošenju same kulture, utječući na način na koji umjetnici komuniciraju s publikom i kako se ona percipira u društvu. Ovaj završni rad ima za cilj dublje istražiti ovu dinamiku, analizirajući interakciju između umjetnika, publike i medija, dok istovremeno razumijeva kako suvremeni mediji mijenjaju socijalne i kulturne aspekte hip hop kulture u digitalnom dobu.

Ciljevi ovog rada su višestruki i usmjereni na temeljito razumijevanje interakcije između društvenih medija i hip hop kulture.

2. ANALIZA HIP HOP KULTURE

Hip hop kultura, koja je izvorno iznikla sa ulica Bronxa tijekom 1970-ih godina, prerasla je u globalni fenomen koji obuhvaća glazbu, ples, umjetnost i mnoge druge aspekte. Istraživanje povijesti navedene kulture zahtijeva sveobuhvatan pregled njezinih temeljnih elemenata: rap glazbe, DJ-inga, breakdancinga i grafita. Svaki od navedenih elemenata igrao je presudnu ulogu u formiranju identiteta hip hop kulture i njezine sposobnosti da komunicira s različitim društvenim skupinama. Kroz rap glazbu, umjetnici su artikulirali osobne i kolektivne narative, često naglašavajući iskustva marginaliziranih zajednica. DJ-ing je omogućio razvoj inovativnih glazbenih praksi koje su redefinirale produkciju i prezentaciju glazbe. Breakdancing je pružio fizički izraz hip hop kulture, dok su grafiti umjetnici transformirali urbane prostore u platna za svoje vizualne poruke.¹

Analiza utjecaja suvremenih medija i digitalne ere na hip hop kulturu pruža ključne uvide u način na koji su digitalne platforme, poput društvenih mreža i streaming servisa, omogućile globalno širenje hip hopa. Digitalne tehnologije nisu samo promijenile načine distribucije i konzumacije hip hopa, već su također oblikovale nove forme interakcije između umjetnika i publike. Kroz društvene mreže, umjetnici su stekli neposredan pristup globalnoj publici, što je omogućilo stvaranje transnacionalnih zajednica obožavatelja i međusobno obogaćivanje različitih kulturnih tradicija.

Proučavanje hip hop-a kroz prizmu kulturalnih studija omogućuje dublje razumijevanje bogatstva, raznolikosti i društvenog utjecaja same kulture. Umjetnički pravac je poslužio kao moćan alat za artikulaciju društvenih nejednakosti i borbu protiv marginalizacije. Analiza socijalnih i političkih poruka otkriva kako su glazbenici adresirali ključna pitanja urbanih izazova i društvenih nepravdi.

¹ *Tricia Rose, Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America (Middletown: Wesleyan University Press, 1994).*



Slika 1. Grafit hip-hop

Izvor: becuo.com

2.1. Povijest hip-hop kulture i njeni osnovni elementi

Digitalizacija i razvoj suvremenih medija, posebno društvenih mreža, duboko su transformirali hip hop kulturu, omogućujući joj neviđen globalni domet i utjecaj na društvene i političke poruke koje prenosi.

H. Samy Alim tvrdi da digitalizacija donosi i značajne izazove, osobito u pogledu očuvanja autentičnosti i integriteta hip hop kulture.² Komercijalizacija i personalizacija sadržaja putem algoritama na društvenim mrežama često dovodi do filtriranja i prilagodbe sadržaja, što može rezultirati gubitkom ključnih elemenata kulture koji su oblikovani u njenim korijenima u zajednici. Algoritmi oblikuju način na koji se sadržaj prezentira i distribuira, što dovodi do toga da se ključne poruke razvodne ili izgube u procesu prilagodbe tržištu što ukazuje na složen paradoks koji se javlja unutar digitalne sfere hip hop kulture.

S jedne strane, digitalne platforme pružaju izvanredne mogućnosti za širenje kulturnih narativa i omogućuju umjetnicima da se povežu s globalnom publikom na način koji je ranije bio nezamisliv. Omogućuju instantnu distribuciju sadržaja, otvaraju vrata za nove oblike izražavanja i kulturne inovacije. Međutim, kako Alim primjećuje, struktura digitalnih medija oblikovana algoritmima usmjerenim na maksimalizaciju korisničkog angažmana može značajno narušiti autentičnost i politički potencijal samog glazbenog pravca.

Algoritmi društvenih mreža, kao što su Facebook i Instagram, funkcioniraju na način koji favorizira sadržaj koji privlači široku pažnju, generira više "lajkova", komentara i dijeljenja te isti često obuhvaća površne i komercijalno atraktivne aspekte kulture, koji su lako

² Alim, H.S., 2011. *Digitalizacija i izazovi autentičnosti hip hop kulture. Articulate while Black: Barack Obama, and race in the U.S.* New York: Oxford University Press.

konzumirani i brzo dijeljeni, dok dublji, kritički angažirani diskursi ostaju marginalizirani ili potpuno nevidljivi. Algoritamski prioritet komercijalno orijentiranog sadržaja ima nekoliko implikacija na hip hop kulturu. Nadalje, komercijalizacija i algoritamska prilagodba hip hop sadržaja također podižu pitanja o vlasništvu i kontroli kulturnog izraza. Digitalne platforme, koje djeluju kao posrednici između umjetnika i njihove publike, prisvajaju sadržaj na način koji može biti u sukobu s interesima umjetnika i njihovih zajednica. Navedeno otvara prostor za širu raspravu o kolonizaciji digitalnog prostora, gdje kapitalistički interesi preuzimaju kontrolu nad kulturnim proizvodima, pretvarajući ih u robu koja se prodaje i distribuira prema logici tržišta, a ne prema potrebama i vrijednostima zajednica koje ih stvaraju.

Prethodno istaknuta dinamika, prema Alimu, predstavlja ozbiljan izazov za očuvanje integriteta hip hop kulture u digitalnom dobu. Dok se hip hop prilagođava novim medijima i tehnologijama, postoji rizik da će njegove temeljne vrijednosti, kao što su autentičnost, zajedništvo i otpor prema hegemonijskim strukturama, biti potisnute ili izopačene u procesu komercijalne eksploatacije. U tom kontekstu, ključno je razviti kritičku svijest o načinima na koje digitalni mediji oblikuju kulturni izrazi te potaknuti umjetnike, akademike i širu zajednicu na aktivan angažman u očuvanju i promociji autentičnih, politički osviještenih narativa unutar hip hop kulture.

2.2. Razvoj suvremenih medija i digitalne tehnologije

Suvremeni mediji, potaknuti napretkom digitalne tehnologije, transformirali su načine na koje konzumiramo i percipiramo medijske sadržaje, uvodeći fundamentalne promjene u pristup informacijama, zabavi i kulturnim proizvodima. Streaming platforme predstavljaju vrhunac evolucije, omogućujući neograničen i visoko personaliziran pristup glazbi, filmovima i drugim oblicima sadržaja. Koriste napredne algoritamske modele koji analiziraju korisničke preferencije, prilagođavajući sadržaj svakom pojedinom korisniku i time redefinišući medijsko iskustvo. Napredak u umjetnoj inteligenciji dodatno je revolucionirao personalizaciju medijskih sadržaja, koristeći sofisticirane metode prepoznavanja uzoraka i obradu velikih količina podataka. Alati su postali neizostavni u oblikovanju korisničkog iskustva ali su također utjecali na promjene u novinarstvu, marketingu i poslovnim modelima medija, čime su redefinišući način na koji se sadržaji proizvode, distribuiraju i konzumiraju. U kontekstu hip hop kulture, suvremeni medijski trendovi imaju značajan utjecaj na konstrukciju identiteta i percepciju unutar zajednice. Hip hop umjetnici su prepoznali i

iskoristili potencijal medija kao moćnog alata za oblikovanje i redefiniranje svojih identiteta, kao i za komunikaciju sa širom publikom. Medijska prisutnost, kroz glazbu, videospotove, intervjue i društvene mreže, igra ključnu ulogu u oblikovanju javne slike o tome što znači biti hip hop umjetnik, ali i u definiranju normi i vrijednosti unutar hip hop zajednice.

2.3. Istraživanja o utjecaju medija na hip-hop kulturu

Istraživanja o utjecaju medija na hip-hop kulturu predstavljaju ključni korpus unutar multidisciplinarnih studija, koje uključuju komunikacijske, kulturalne, medijske studije, te sociologiju i politologiju. S obzirom na kompleksnost hip-hop kulture kao globalnog fenomena, radovi različitih autora pružaju temeljne uvide u dinamiku između medija i hip-hop kulture, s posebnim naglaskom na način na koji mediji oblikuju društveni i politički diskurs unutar ove kulturne forme. Tricia Rose u svojoj knjizi "Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America" analizira ulogu medija u formiranju i globalnom širenju hip-hop kulture.³ Autorica istražuje kako su mediji postali ključni u oblikovanju percepcije hip-hop kulture, djelujući ne samo kao platforma za distribuciju glazbenih sadržaja, već i kao prostor u kojem se artikuliraju društveni, kulturni i politički identiteti.

Njezino djelo naglašava da mediji nisu samo pasivni promatrači, već aktivni sudionici u kreiranju narativa koji definiraju hip-hop, osobito u kontekstu prikazivanja afroameričke kulture. U okviru suvremenih društvenih medija, teze dobivaju novu dimenziju. Društvene mreže kao platforme za izravnu komunikaciju omogućuju hip-hop umjetnicima zaobilaznje tradicionalne medijske kanale i uspostave neposredan kontakt s globalnom publikom.

³ Rose, T. (1994). *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America*. Hanover: Wesleyan University Press.

3. TEORIJSKI OKVIR

Teorijski okvir rada istražuje kako suvremeni mediji, osobito društvene mreže, utječu na hip-hop kulturu kroz dimenzije identiteta, autentičnosti i komercijalizacije. Analiza se temelji na razumijevanju transformacija koje mediji donose u kulturnom izrazu, fokusirajući se na ključne aspekte koji oblikuju hip-hop u digitalnom dobu. Kulturna globalizacija označava širenje i prilagodbu kulturnih formi preko nacionalnih granica, omogućujući kulturnim praksama da se integriraju u različite lokalne kontekste. U slučaju hip-hop kulture, globalizacija je omogućila da oblik izražavanja postane globalno prepoznat i adaptiran. Širenje dovodi do formiranja novih varijanti hip-hopa koje odražavaju lokalne socio-kulturne kontekste dok istovremeno zadržavaju svoje osnovne elemente. Teorija medijskog kapitalizma također je relevantna za razumijevanje utjecaja suvremenih medija na hip-hop kulturu. Prema navedenoj teoriji, komercijalni interesi u medijskom prostoru često dominiraju nad kulturnim i umjetničkim izrazom. Komercijalizacija može dovesti do toga da se hip-hop sadržaji prilagođavaju tržišnim zahtjevima, što može rezultirati gubitkom originalnih socijalnih i političkih poruka koje su prvotno definirale kulturu.⁴ Teorija kulturne ekonomije nudi dodatni uvid u kako kulturne industrije utječu na produkciju i distribuciju hip-hop sadržaja. Kulturna ekonomija proučava kako ekonomski interesi i komercijalni pritisci oblikuju kulturne proizvode i praksu. U slučaju hip-hop kulture, ovaj okvir pomaže razumjeti kako se promjene u medijskim praksama i poslovnim modelima, uključujući digitalnu distribuciju i marketing, utječu na način na koji hip-hop sadržaji nastaju.⁵

3.1. Teorije komunikacije i medijski utjecaji

U digitalnoj eri, teorije komunikacije su postale neizostavan alat za shvaćanje kompleksnih odnosa između medija, kulture i društva te kao osnova za kritičko promišljanje o ulozi medija. Primjerice, u glazbenim spotovima ženskih hip hop izvođačica često se koristi seksualno sugestivni jezik, provokativna odjeća i ponašanje koje naglašava fizički izgled umjesto umjetničkog talenta ili poruka pjesme. Medijski prikaz može utjecati na percepciju ženskih hip hop umjetnica kao sekundarnih ili manje važnih u hip hop zajednici te podržati postojeće predrasude o ulozi žena u glazbi općenito. S druge strane, analiza reprezentacija u nezavisnim

⁴ Dyer-Witheford, N. (1999) *Cyber-Marx: Cycles and Circuits of Struggle in High Technology Capitalism*. Chicago: University of Illinois Press.

⁵ Hesmondhalgh, D. (2013) *The Cultural Industries*. 3rd ed. London: Sage Publications

medijima ili alternativnim platformama može pokazati raznolikost i bogatstvo umjetničkog izraza ženskih hip hop umjetnica.

Primjerice, kroz nezavisne glazbene platforme poput Bandcamp-a ili Soundcloud-a, ženski hip hop umjetnici mogu samostalno promovirati svoju glazbu i izgraditi vlastitu publiku bez potrebe za odobrenjem mainstream medija. Treće, teorije komunikacije omogućuju istraživanje kulturnih kodova u medijskim sadržajima. Kroz prizmu semiotike, istraživači analiziraju kako se poruke interpretiraju unutar različitih kulturnih zajednica.

3.2. Konvergencija medija i participacija u digitalnom dobu

Konvergencija medija, kao ključni fenomen u digitalnom dobu, označava spoj i interakciju različitih medijskih formata i platformi u jedinstvenom sustavu komunikacije. Konvergencija medija omogućava hip-hop umjetnicima da kreiraju i distribuiraju sadržaj na način koji nadmašuje granice tradicionalnih medija, čime se otvaraju nove mogućnosti za inovaciju i kreativno izražavanje.

U kontekstu hip hopa, konvergencija medija ima poseban značaj zbog načina na koji umjetnici koriste raznovrsne medijske kanale kako bi proširili svoj utjecaj i angažirali globalnu publiku. Hip-hop se, kroz ovu konvergenciju, proširio izvan granica tradicionalnih glazbenih platformi i radio stanica, prešavši na društvene mreže, streaming servise, video platforme i blogove a ekspanzija omogućava umjetnicima da kreiraju sadržaj koji ne samo da doseže širu publiku, već i da se interaktivno poveže s njima.

3.3. Kulturna globalizacija i utjecaj na hip hop zajednicu

Kulturna globalizacija igra ključnu ulogu u razumijevanju evolucije i transformacije hip hop kulture u suvremenom kontekstu. Prema Benjaminu Perasović⁶u, globalizacija omogućava kulturnim formama da prelaze nacionalne i geografske granice brzinom koja je bez presedana, zahvaljujući tehnološkom napretku i razvoju komunikacijskih alata. Takav proces širenja hip

⁶ Perasović, B. (2001). *Urbane subkulture i društvena transformacija*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

hop kulture na globalnoj razini donosi nove dinamičke odnose unutar same kulture, dok istovremeno utječe na njen socijalni aspekt i autentičnost.

Perasović ističe da globalizacija ne samo da omogućava umjetnicima korištenje globalnih medijskih kanala za skretanje pozornosti na društvene probleme i borbu za pravdu, već i stvara uvjete za intenzivnu razmjenu iskustava među različitim hip hop zajednicama diljem svijeta. Razmjena iskustava, prema njegovim istraživanjima, može pridonijeti jačanju solidarnosti i kolektivnog identiteta unutar globalnog hip hop pokreta, čime se globalizacija pokazuje kao dvosjekli mač – istovremeno omogućava povezivanje i homogenizaciju.⁷

Autor također upozorava na izazove očuvanja autentičnosti hip hop kulture u globalnom kontekstu. Komercijalni pritisci, koji su inherentni procesu globalizacije, često dovode do promjena u sadržaju i predstavljanju hip hopa, čime se mogu narušiti njegove temeljne socijalne i političke poruke. Kultura koja je izvorno bila glas marginaliziranih zajednica sada može postati razvodnjena kako bi zadovoljila tržišne zahtjeve, što može oslabiti njenu autentičnost i subverzivnu snagu.

Na Balkanu, primjer ovog fenomena može se vidjeti u djelovanju izvođača poput Roki Vulovića, poznatog umjetnika iz Bosne i Hercegovine. Njegova glazba, koja se bavi temama političke korupcije i društvenih nepravdi, predstavlja snažan odgovor na lokalne probleme, ali također nalazi odjek u globalnom prostoru. Prema Perasoviću, takva praksa pokazuje kako globalizacija omogućava lokalnim izvođačima da njihova poruka dopre do šire publike, istovremeno podižući svijest o specifičnim problemima unutar njihovih zajednica. Unatoč tome, postoji stalna napetost između zadržavanja autentičnosti i prilagođavanja globalnim očekivanjima, što ostaje središnji izazov za kulturu u eri kulturne globalizacije.

⁷ Perasović, B. (2001). *Urbane subkulture i društvena transformacija*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

4. UTJECAJ SUVREMENIH MEDIJA NA HIP HOP TEKSTOVE I GLAZBU

Utjecaj suvremenih medija na hip-hop tekstove i glazbu je neosporno značajan, ali ta promjena nije bez svojih socijalnih izazova i kontroverzi. Suvremeni mediji omogućavaju umjetnicima da se povežu s društvenim pitanjima, politikom, identitetom i aktivizmom na globalnoj razini, što je pozitivan aspekt jer koriste svoje glazbene tekstove kao sredstvo za izražavanje nepravdi i promicanje promjena u društvu. Unatoč tome, postavlja se pitanje koliko suvremeni mediji promoviraju autentičan aktivizam ili se ponekad svodi na površinske geste radi popularnosti.⁸

4.1. Promjene u temama i sadržaju tekstova

Sadržaj hip hop pjesama u Hrvatskoj, kao i na globalnoj razini, prošao je kroz značajne promjene od svojih začetaka do suvremenih izraza. Evolucija tematskih i stilskih elemenata reflektira šire društvene, tehnološke i kulturne promjene, što se očituje u različitim fazama razvoja hip-hop kulture.

U početnim fazama hrvatskog hip hopa, tekstovi su bili usmjereni na prikazivanje stvarnih urbanih iskustava i izazova s kojima su se suočavali mladi u urbanim sredinama. Tematski, pjesme su se bavile socijalnim nepravdama, siromaštvom i izazovima odrastanja, često koristeći sirov i direktan jezik kako bi oslikale teškoće svakodnevnog života. Pristup je bio karakterističan za ranije hip-hop teme, gdje je glazba služila kao sredstvo za artikulaciju socijalnog protesta i borbu protiv marginalizacije.

U suvremenom kontekstu, sadržaj hrvatskog hip hopa postao je mnogo raznovrsniji i kompleksniji. Umjetnici danas istražuju šire spektre tema uključujući politička pitanja, identitet, ljubavne priče, globalne probleme i osobna iskustva. Ova promjena u tematskoj raznolikosti odražava širu perspektivu i interese umjetnika koji se ne boje u svojim tekstovima istraživati različite aspekte ljudskog iskustva i globalne dinamike. Tematske promjene ukazuju na prilagodbu hip-hop umjetnika globalnim trendovima i potrebama publike koja traži kompleksnije i univerzalnije sadržaje.

⁸ Primorac, J. (2017). *Kreativna industrija i digitalna ekonomija*. Zagreb: Institut za razvoj i međunarodne odnose.

Stil i izričaj su se također značajno promijenili. Raniji hrvatski hip-hop karakteriziran je jednostavnim instrumentalom i starijom produkcijom, s naglaskom na sirovo izražavanje i direktnu komunikaciju. U suvremenom hip-hopu, produkcija je postala sofisticiranija i raznovrsnija, s umjetnicima koji eksperimentiraju s različitim zvukovima, stilovima i kompleksnim brzinama izvedbe. Digitalna tehnologija omogućila je umjetnicima veću slobodu u kreativnom izrazu i produkciji, što je dovelo do inovacija u zvučnom dizajnu i tekstualnoj elaboraciji.

Globalna perspektiva u suvremenom hrvatskom repu također je postala izraženija. Dok su ranije generacije umjetnika bile fokusirane na lokalne teme i specifične društvene izazove, današnji umjetnici sve više razmatraju globalne probleme i surađuju s kolegama iz drugih zemalja. Promjene u sadržaju i temama rep pjesama svjedoče o evoluciji hrvatskog hip-hopa, koji se ne samo prilagodio novim vremenskim izazovima, već i zadržao svoju autentičnost i kreativnost u kontekstu globalne kulturne dinamike.

4.2. Utjecaj digitalnih platformi na distribuciju glazbe

Digitalna revolucija duboko je promijenila način na koji se glazba stvara, distribuira i konzumira što je posebno vidljivo u hip hop kulturi, gdje su digitalni alati omogućili umjetnicima da istraže nove kreativne horizonte. No, s tim su promjenama došli i izazovi, osobito u pogledu očuvanja autentičnosti u vremenu kada su trendovi i komercijalni uspjeh često u središtu pozornosti.

Henry Jenkins u knjizi „Convergence Culture: Where Old and New Media Collide“, analizira kako digitalne platforme i tehnologije mijenjaju dinamiku stvaranja i distribucije kulturnih proizvoda.⁹ Hip hop producenti sada mogu pristupiti neograničenom broju digitalnih zvučnih datoteka, stvarajući glazbu koja spaja različite žanrove i kulture na način koji prije nije bio moguć. Pritisak često dovodi do kompromisa u pogledu autentičnosti jer su umjetnici prisiljeni balansirati između želje da zadrže svoj jedinstveni glas i stil te potrebe da odgovore na tržišne zahtjeve i prilagode se dominantnim zvučnim i estetskim standardima.

Autentičnost, koja je u hip hopu često povezana s izražavanjem društvenih i političkih stvarnosti, može biti ugrožena kada se umjetnici previše fokusiraju na prilagođavanje

⁹ Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

komercijalnim kriterijima. Jenkins ističe da je u digitalnoj eri, gdje su algoritmi i društvene mreže postali glavni mehanizmi za promociju glazbe, postalo teže za umjetnike da ostanu vjerni svojim izvorima i porukama.

4.3. Kritika i podrška putem društvenih medija

Društveni mediji su postali ključni alat za komunikaciju i izražavanje, transformirajući način na koji umjetnici komuniciraju s publikom i kako se percipiraju. Kao takvi igraju ključnu ulogu u ovom procesu, omogućavajući umjetnicima da svoje poruke brže i šire dopru do masovne publike.

Hip-hop umjetnici sve više prepoznaju svoju ulogu kao aktivisti i zagovornici promjena, koristeći svoje stihove i melodije kao sredstvo za izražavanje i refleksiju društvenih problema. Tekstovi hip-hop pjesama često postaju manifesti za promjene, artikulirajući stavove i pozivajući na akciju. Poruke postaju inspiracija za mnoge, potičući ih da se uključe u društvene i političke procese. Kroz društvene medije, umjetnici mogu organizirati i promovirati događaje, prosvjede i akcije za podizanje svijesti o društvenim problemima. Primjerice, prosvjedi protiv rasizma i policijske brutalnosti dobili su podršku i vidljivost putem angažmana hip-hop zajednice. Umjetnici također mogu surađivati s kolegama iz različitih dijelova svijeta, stvarajući glazbu koja odražava različite kulture i perspektive.

5. DRUŠTVENE MREŽE I ZAJEDNICE

Društvene mreže su postale ključni element svakodnevnog života, a njihova uloga u hip-hop zajednicama posebno je značajna. Tehnologija nije samo transformirala načine na koje se umjetnici i obožavatelji međusobno povezuju, već je i redefinirala dinamiku i strukturu same hip-hop kulture. Društvene mreže omogućuju nevjerojatnu mogućnost globalnog umrežavanja unutar hip-hop zajednica jer umjetnici, producenti i obožavatelji imaju pristup platformama koje brišu geografske granice, omogućujući brzu razmjenu informacija i stvaranje suradnji bez obzira na fizičku udaljenost.

Konceptualne mreže u kontekstu društvenih mreža odnose se na strukture i dinamiku veza koje se uspostavljaju između različitih entiteta—bilo da se radi o pojedincima, grupama ili

organizacijama—kroz digitalne platforme. Razumijevanje društvenih mreža i zajednica zahtijeva povijesni kontekst njihove evolucije. Genealogija društvenih mreža može se pratiti kroz nekoliko ključnih faza razvoja. U ranoj fazi, prije digitalne revolucije, društvene mreže bile su ograničene na fizičke i lokalne interakcije. Mreže su se gradile kroz osobne kontakte, profesionalne udruge i društvene organizacije, dok je komunikacija bila usmjerena na fizičke događaje, tiskane medije i osobnu korespondenciju.¹⁰

S pojavom novih tehnologija kao što su blockchain i decentralizirane mreže, dolazi do promjene u načinu na koji se društvene mreže organiziraju i upravljaju. Tehnologije nude alternativne pristupe u upravljanju podacima i interakcijama unutar mreža.

Društvene mreže i zajednice na internetu donose brojne problematične i progresivne aspekte. Polarizacija i fragmentacija su značajni problemi, budući da društvene mreže mogu potaknuti stvaranje "filter mjehurića" u kojima korisnici vide samo sadržaj koji je u skladu s njihovim stavovima, što može dovesti do fragmentacije zajednica i smanjenja međusobnog razumijevanja. Brza distribucija informacija na društvenim mrežama također može rezultirati širenjem dezinformacija i lažnih vijesti, što može imati ozbiljne posljedice za javno mnijenje i društvene odluke. Privatnost i sigurnost predstavljaju dodatne izazove jer digitalne mreže često prikupljaju velike količine osobnih podataka, što može predstavljati prijetnje privatnosti i sigurnosti korisnika, uključujući rizike od cyber prijetnji i zloporabe podataka.

S druge strane, društvene mreže pružaju mogućnosti za povećanje angažmana i mobilizacije oko društvenih i političkih pitanja. Na primjer, pokreti poput #MeToo i Black Lives Matter koristili su društvene mreže za podizanje svijesti i organiziranje akcija. Platforme društvenih mreža nude prostor za inovaciju i kreativnost, omogućujući umjetnicima i kreatorima da eksperimentiraju i dijele nove ideje, što može dovesti do novih kulturnih trendova i izraza.

Također, društvene mreže omogućuju globalno povezivanje, što može pridonijeti razmjeni kultura, ideja i iskustava, obogaćujući kulturni pejzaž i potičući međunarodnu suradnju. U zaključku, društvene mreže i zajednice u digitalnoj eri predstavljaju kompleksne ekosustave sa značajnim utjecajem na način na koji se informacije dijele, identiteti konstruiraju i oblikuju društvene dinamike.

¹⁰ Primorac, J. (2017). *Kreativna industrija i digitalna ekonomija*. Zagreb: Institut za razvoj i međunarodne odnose.

5.1. Hip hop zajednice na društvenim mrežama

Zajednice na društvenim mrežama predstavljaju ključni fenomen u suvremenoj kulturi, koji oblikuje način na koji se umjetnici i obožavatelji povezuju, komuniciraju i sudjeluju u kulturi. Ovaj dio rada fokusira se na analizu kako društvene mreže utječu na hip-hop zajednice, s posebnim naglaskom na teoretski okvir koji pruža Manuel Castells, jedan od najutjecajnijih sociologa koji je proučavao utjecaj digitalnih mreža na društvo.¹¹

Prema Castellsovoj teoriji o mrežnom društvu, društvene mreže nisu samo platforme za razmjenu informacija, već ključni činitelji u stvaranju novih oblika društvene organizacije i interakcije. U kontekstu hip-hop zajednica, društvene mreže omogućuju stvaranje kompleksnih mreža umrežavanja koje brišu fizičke i geografske granice. Castells ističe da su digitalne mreže postale novi sociotaktički prostor, u kojem se društveni odnosi i kulturne prakse rekonfiguriraju na temelju digitalne povezanosti. U hip-hop kulturi, navedeno se očituje kroz dinamičnu interakciju između umjetnika i obožavatelja, koji sada mogu komunicirati i surađivati na način koji prije nije bio moguć.

Castellsova teorija informatičkog kapitalizma naglašava kako su informacije i njihova distribucija postali ključni za formiranje identiteta i moći u digitalnom dobu. U hip-hop zajednicama, umjetnici koriste društvene mreže ne samo za promociju svoje glazbe, već i za dijeljenje osobnih priča i iskustava, što doprinosi stvaranju dubljih veza s publikom, čime postaju platforme za društveni aktivizam i angažman. Analiza društvenih pokreta u digitalnom dobu ukazuje na to da su mreže ključne za mobilizaciju i organizaciju kolektivnih akcija. U hip hop kulturi, mreže omogućuju umjetnicima da se bave društvenim pitanjima, poput rasizma i nejednakosti te da mobiliziraju podršku za različite društvene inicijative. Sposobnost mobilizacije i podrške putem digitalnih platformi doprinosi jačanju uloge hip-hop umjetnika kao društvenih komentatora i agenata promjene.

Autor također upozorava na izazove povezane s digitalnim mrežama, uključujući komercijalizaciju i filtriranje sadržaja. U kontekstu hip-hop zajednica manifestira se kroz komercijalizaciju umjetničkog sadržaja i brendiranje, što može dovesti do gubitka autentičnosti.

¹¹ Castells, M., 2010. *The Rise of the Network Society. 2nd ed.* Malden: Blackwell Publishing.

5.2. Aktivizam i socijalna promjena putem online platformi

Aktivizam i socijalna promjena putem online platformi postali su ključni aspekti suvremenih društvenih pokreta, uključujući hip-hop zajednice. Kroz društvene mreže i druge digitalne kanale, umjetnici i aktivisti mogu mobilizirati podršku, skrenuti pozornost na društvene probleme i utjecati na promjene na globalnoj i lokalnoj razini.

Jedan od značajnih primjera aktivizma putem online platformi u Hrvatskoj dolazi od grupe Dubioza Kolektiv, koja se istaknula kao predvodnik socijalnog angažmana u hip-hop kulturi. Bosanskohercegovačka grupa koja je stekla značajnu popularnost i u Hrvatskoj, koristila je društvene mreže, posebice Facebook i Instagram, za podizanje svijesti o društvenim nepravdama i poticanje društvenih promjena. Grupa koristi svoje platforme za vođenje kampanja koje se bave raznim društvenim pitanjima, uključujući korupciju, socijalnu pravdu i ljudska prava. Njihove pjesme, često sa snažnim političkim i socijalnim porukama, prati intenzivna online kampanja koja uključuje dijeljenje vijesti, organizaciju protesta i angažiranje svojih pratitelja u aktivizmu.

Jedan od najistaknutijih primjera je kampanja "Prvi Maj" koju je grupa pokrenula kako bi skrenula pozornost na radnička prava i nepravde u radnom okruženju. Kampanja je uključivala ne samo pjesmu koja se bavila temom radničkih prava, već i seriju postova, videa i interakcija na društvenim mrežama. Kroz ovu kampanju, Dubioza Kolektiv uspješno je mobilizirao podršku obožavatelja i potaknuo raspravu o važnim socijalnim pitanjima.

Pored glazbenih kampanja, online platforme također omogućuju hip-hop umjetnicima da organiziraju i sudjeluju u online protestima i akcijama. Na primjer, reakcije na specifične događaje ili nepravde često se reflektiraju u obliku viralnih kampanja, peticija i video sadržaja koji se brzo šire putem društvenih mreža.

U slučaju Dubioza Kolektiva, društvene mreže su korištene ne samo za glazbeni izražaj, već i za aktivno sudjelovanje u socijalnim pitanjima, čime se pokazuje moć i utjecaj digitalnih medija u oblikovanju društvenih pokreta i promjena unutar hip-hop zajednice.

5.3. Sukobi i kontroverze unutar hip hop digitalnih zajednica

Jedan od ključnih oblika sukoba unutar hip-hop digitalnih zajednica su ratovi riječima. Verbalni sukobi često se manifestiraju putem društvenih mreža poput Twittera i Instagrama, gdje poznati reperi i umjetnici angažiraju svoje obožavatelje u razmjeni uvreda i provokacija. Takvi sukobi, često nazvani „diss“ ratovima, služe kao platforma za izražavanje osobnih i profesionalnih nesuglasica, što može izazvati široke rasprave i polarizaciju među obožavateljima. Rasni i rodni konflikti također su prisutni unutar hip hop digitalnih zajednica. Rasprave o ulozi i reprezentaciji bijelih repera u hip-hop kulturi kao i izazovi s kojima se suočavaju žene u navedenom žanru često postaju tema intenzivnih online debata. Politika i aktivizam također generiraju sukobe u digitalnim prostorima hip-hop zajednica.

Umjetnici koji se bave politikom i društvenim aktivizmom često se suočavaju s protivljenjem od onih koji preferiraju ostati apolitični ili koji imaju različite političke stavove. Kontroverze oko podrške određenim političkim liderima ili kampanjama mogu uzrokovati unutarnje podjele i sukobe koji dodatno kompliciraju dinamiku zajednice. Uzroci sukoba često uključuju konkurenciju, rasizam, seksizam i raznolikost stavova unutar zajednice. Konkurencija za pažnju i uspjeh može stvoriti napetosti i rivalstva među umjetnicima, dok pitanja rasizma i seksizma mogu potaknuti sukobe i rasprave o jednakosti i pravdi.

6. IDENTITET, AUTENTIČNOST I KOMERCIJALIZACIJA

U suvremenom društvu, dinamika između identiteta, autentičnosti i komercijalizacije postala je kompleksna i sveprisutna. Kroz ovo poglavlje istražiti će povezanost između elemenata, analizirajući kako komercijalizacija može oblikovati i utjecati na autentičnost identiteta. Identitet predstavlja složen spoj osobnih, društvenih i kulturnih elemenata koji definiraju tko smo. Autentičnost je ključna komponenta identiteta, odražavajući dosljednost između našeg unutarnjeg iskustva i vanjskog izraza te se često mjeri dosljednošću ponašanja, izražavanja i vrijednosti. Komercijalizacija, dok pruža mogućnosti za širenje i profitiranje, također može utjecati na autentičnost. Kada se identiteti komercijaliziraju radi zarade, postoji opasnost da se gubi dublji smisao i autentičnost tih identiteta. Umjetnost, glazba, modni stilovi i supkulture često su podložni komercijalizaciji, što može dovesti do kritike zbog gubljenja originalnosti. Unatoč komercijalizaciji, pojedinci i zajednice reagiraju na očuvanje svoje autentičnosti.

Mnogi pojedinci osjećaju potrebu za izražavanjem svojih autentičnih identiteta unatoč prisustvu komercijalnih trendova.

Važno je napomenuti da autentičnost nije apsolutna i može se različito interpretirati. Ona može proizaći iz osobnog iskustva i suosjećanja, a isto tako i iz kolektivnog iskustva i zajedničke povijesti. Komercijalizacija također može interpretirati i oblikovati autentičnost prema svojim ciljevima. Očuvanje autentičnosti unatoč komercijalizaciji zahtijeva svjesne napore pojedinaca i zajednica kako bi se osiguralo da identiteti ne budu kompromitirani zarad profita.

U digitalnom dobu, društveni mediji postali su važan prostor za izražavanje i oblikovanje identiteta pojedinaca. Kroz ovo poglavlje proučit ću dublje povezanosti između konstrukcije identiteta putem društvenih medija, istražujući kako virtualni svijet suživljava s stvarnim životom, kao i implikacije ovog odnosa. Društveni mediji pružaju korisnicima prostor za predstavljanje svoje osobnosti, interesa, vrijednosti i životnog stila. Profili, postovi, slike i komentari tvore digitalni portret pojedinca koji je često široko dostupan. Konstrukcija identiteta putem društvenih medija donosi izazove vezane uz autentičnost jer postoji tendencija da se prezentiraju samo pozitivni aspekti života, stvarajući tako idealizirane verzije sebe.¹²

6.1. Konstrukcija identiteta putem suvremenih medija

Konstrukcija identiteta putem suvremenih medija postala je središnja tema u kulturnim studijima i medijskoj teoriji. U ovom kontekstu, mediji nisu samo kanali komunikacije, već aktivni agenti u oblikovanju načina na koji pojedinci i grupe percipiraju sebe i kako ih drugi percipiraju.

Reprezentacije u medijima igraju ključnu ulogu u ovom procesu. Mediji sudjeluju u stvaranju i prijenosu značenja o svijetu i ljudima, utječući na to kako se identiteti formiraju i razumiju. Proces reprezentacije uključuje prikazivanje različitih društvenih grupa, etničkih manjina, spolova i kultura, često odražavajući i učvršćujući društvene norme i vrijednosti.

¹² Dyer-Witheford, N. (1999). *Cyber-Marx: Cycles and Circuits of Struggle in High Technology Capitalism*. Chicago: University of Illinois Press.

Identitet nije fiksna ili unaprijed definirana karakteristika, već je fluidan i kontinuirano se oblikuje kroz društvene interakcije i kulturne procese. Mediji značajno doprinose ovom oblikovanju pružajući platforme na kojima se različiti kulturni elementi i perspektive susreću i međusobno djeluju. Jedan važan koncept za razumijevanje ovog fenomena je kulturna hibridnost. Ona se odnosi na miješanje različitih kulturnih elemenata i utjecaja koji pridonose stvaranju novih identiteta. Mediji služe kao platforme za hibridnost omogućujući konzumaciju, interpretaciju i rekonstrukciju raznolike kulturne sadržaje. Kroz medije, pojedinci i zajednice angažiraju se s različitim kulturnim izrazima, što dovodi do stvaranja složenih i višeslojnih identiteta.

Proces kulturne hibridnosti često rezultira bogatim i raznolikim kulturnim pejzažem. Mediji ne samo da odražavaju, već i pridonose stalnoj evoluciji identiteta, omogućujući dublje razumijevanje sebe i zajednice. Konstrukcija identiteta u digitalnom dobu stoga je kontinuiran proces oblikovan stalnom interakcijom između medijskih reprezentacija i kulturnih interakcija.

6.2. Izazovi očuvanja autentičnosti u digitalnoj eri

Benjamin Perasović u svojim radovima često naglašava važnost supkulturnih identiteta i autentičnosti unutar društvenih grupa, posebno u kontekstu globalizacije i modernih medija. Njegova istraživanja pružaju ključne uvide u razumijevanje izazova s kojima se suočava hip-hop kultura u digitalnoj eri, posebno u pogledu očuvanja autentičnosti.¹³

Ističe da autentičnost unutar subkultura, poput hip-hopa, nije statičan koncept, već dinamičan proces koji se stalno preispituje i oblikuje kroz interakciju s društvenim, ekonomskim i tehnološkim promjenama. U svom radu, on se bavi pitanjem kako globalni mediji i komercijalni interesi mogu destabilizirati supkulturne prakse, što je posebno relevantno u kontekstu digitalne ere. Prema Perasoviću, komercijalizacija subkultura može dovesti do "razvodnjavanja" autentičnosti, gdje se originalni kulturni izrazi transformiraju kako bi postali privlačniji široj publici i tržištu.

Ono što je ključno jest razumijevanje kako globalni procesi utječu na lokalne kulturne izraze. Naglašava da globalizacija može stvoriti situacije u kojima autentičnost postaje

¹³ Perasović, B. (2001) Urbane subkulture i društvena transformacija. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

"performativna," što se podudara s fenomenom "performativne autentičnosti" u digitalnom prostoru. Umjetnici su često prisiljeni prilagoditi svoje izraze kako bi zadovoljili globalne standarde, što može rezultirati površnim prikazivanjem kulturnih identiteta koji su prilagođeni komercijalnim zahtjevima, a ne stvarnoj kulturnoj istini.

Perasović također ukazuje na problem algoritamskih filtera i njihovu ulogu u oblikovanju kulturne percepcije. On tvrdi da algoritmi, vođeni komercijalnim interesima, mogu homogenizirati kulturne izraze i ograničiti njihovu raznolikost, što je u skladu s tvojim zaključkom o utjecaju algoritamski vođenih platformi na autentičnost. Umjetnici su tako stavljeni u poziciju u kojoj moraju birati između komercijalnog uspjeha i očuvanja svoje autentičnosti, što često rezultira kompromisima koji mogu ugroziti njihovu izvornost.¹⁴

Osim toga, autor naglašava važnost očuvanja konteksta unutar kojeg su nastale određene kulturne forme te tvrdi da, kada se kulturni izrazi prenose izvan svojih originalnih konteksta, oni mogu izgubiti dio svog značenja i vrijednosti, što je posebno vidljivo u digitalnom okruženju. Ovo se nadovezuje na tvoje zapažanje o gubitku konteksta i izvornog značenja kada se hip-hop pjesme dijele na globalnim platformama, čime se njihova autentičnost može dodatno narušiti. Analiza pomaže u rasvjetljavanju kako globalizacijski i komercijalni procesi, potpomognuti digitalnim medijima, mogu transformirati kulturne izraze i izazvati autentičnost unutar supkulturnih zajednica poput hip-hopa. Njegovi uvidi potiču na kritičko promišljanje o načinima na koje umjetnici i kulturni radnici mogu balansirati između očuvanja svoje autentičnosti i prilagođavanja zahtjevima suvremenog medijskog okruženja.

6.3. Komercijalizacija hip hop kulture i njezin utjecaj na socijalni aspekt

U kontekstu digitalne ere, očuvanje autentičnosti hip-hop kulture suočava se s brojnim izazovima, ponajprije uslijed komercijalizacije koja je duboko prodrla u industriju zabave. Kako se hip-hop transformirao iz supkulturnog fenomena u globalni komercijalni proizvod, pritisci tržišta i poslovni interesi postali su ključni faktori koji oblikuju sadržaj kulturnog izraza.

Komercijalizacija hip-hop kulture često rezultira promjenama u tematskoj i estetskoj prirodi glazbenih produkcija. Izvorna svrha hip-hopa, koja je uključivala kritiku društvenih nepravdi,

¹⁴ Perasović, B. (2001) *Urbane subkulture i društvena transformacija*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk

borbu za socijalnu pravdu i izražavanje osobnih i kolektivnih iskustava marginaliziranih zajednica, može se vidjeti potisnuta pred komercijalnim imperativima. U današnjem digitalnom okruženju, hip-hop umjetnici često se suočavaju s potrebom da prilagode svoje izraze i sadržaj kako bi zadovoljili zahtjeve tržišta i privukli širu publiku. Ovaj proces prilagodbe često uključuje fokusiranje na materijalizam, luksuz i statusne simbole, što može odvratiti pažnju od socio-političkih i aktivističkih aspekata koji su bili temeljni za hip-hop u njegovim ranim fazama.

Osim što utječe na tematski sadržaj, također stvara pritisak na umjetnike u pogledu njihovih umjetničkih sloboda. Naime, uspjeh u mainstream industriji često zahtijeva kompromis između kreativne slobode i komercijalne prihvatljivosti. Umjetnici se nalaze pred dilemom gdje je potrebno balansirati između autentičnog izraza i komercijalnih očekivanja, što može dovesti do homogenizacije sadržaja i smanjenja raznolike izražajnosti koja je karakterizirala rane faze hip-hop kulture. Pored toga, komercijalizacija može imati dugoročne učinke na percepciju i vrijednosti mladih generacija koje su izložene hip-hop kulturi kroz digitalne platforme. Ako hip-hop glazba i sadržaj dominiraju materijalističkim i površnim temama, može doći do promjene u vrijednostima i ciljevima mladih, što može umanjiti njihovu socijalnu svijest i angažman. Promjena u vrijednostima često rezultira smanjenjem socijalne i političke svijesti, što je bilo ključno za formiranje identiteta hip-hop kulture.

Kao rezultat svega navedenog, komercijalizacija hip-hop kulture predstavlja značajan izazov za očuvanje njezine autentičnosti i izvorne svrhe. Dok komercijalni uspjeh može omogućiti veću globalnu vidljivost i pristup širem tržištu, postoji rizik od gubitka dubine i socijalne kritike koja je bila od suštinske važnosti za hip-hop. Stoga je ključno da umjetnici, kreatori sadržaja i kulturni akteri prepoznaju ove izazove i nastoje očuvati suštinske vrijednosti hip-hop kulture, usmjerenjem na očuvanje njene socijalne i političke angažiranosti unatoč komercijalnim pritiscima.

7. ZAKLJUČAK

Kroz ovaj rad nastojala sam istražiti složen i višeslojan odnos između hip hop kulture i suvremenih medija, s posebnim naglaskom na utjecaj digitalne tehnologije na autentičnost, identitet i komercijalizaciju unutar ove globalne kulturne forme. Kroz analizu povijesnih i suvremenih elemenata hip hopa, kao i kritičku evaluaciju teorijskih okvira i relevantnih istraživanja, postalo je jasno da digitalna era donosi i neviđene prilike i izazove koji oblikuju suvremeni hip hop.

Prvo, povijesni pregled ukazuje na to da je hip hop oduvijek bio medij za izražavanje društvenih i političkih stavova marginaliziranih zajednica. Međutim, s razvojem suvremenih medija, hip hop kultura doživljava transformaciju koja nije samo kvantitativna u smislu širenja globalne publike, već i kvalitativna, gdje se autentičnost i originalnost često dovode u pitanje u kontekstu komercijalizacije i prilagodbe tržišnim zahtjevima.

Drugo, konvergencija medija i porast digitalne participacije omogućili su umjetnicima neviđenu kreativnu slobodu i globalnu vidljivost. No, ovaj fenomen također je ubrzao procese kulturne globalizacije, gdje lokalni i regionalni aspekti hip hopa postaju dijelom globalnog kulturnog imaginarija, često na štetu specifičnosti i kontekstualne dubine izvornih kulturnih izraza. Kulturna globalizacija, dok s jedne strane omogućava razmjenu iskustava i jačanje globalne solidarnosti unutar hip hop zajednica, s druge strane predstavlja prijetnju očuvanju autentičnosti i jedinstvenih identiteta unutar ove kulture.

Treće, suvremeni mediji, posebno društvene mreže i digitalne platforme, imaju ambivalentan učinak na hip hop tekstove i glazbu. Iako omogućuju umjetnicima izravnu komunikaciju s publikom i veću kontrolu nad distribucijom svoje glazbe, oni također uvode algoritamske pristranosti i tržišne pritiske koji mogu suziti raznolikost i originalnost sadržaja. Digitalni mediji često favoriziraju performativnu autentičnost i komercijalne aspekte umjetničkog izraza, što može dovesti do gubitka izvornog značenja i konteksta hip hop kulture.

Zaključno, rad je pokazao da je očuvanje autentičnosti u digitalnoj eri moguće, ali zahtijeva svjestan i kritički pristup od strane umjetnika, medijskih stručnjaka i šire publike. Suočeni s pritiscima komercijalizacije, hip hop umjetnici moraju strateški koristiti digitalne alate kako bi zadržali kontrolu nad svojim kreativnim izrazom, istovremeno osvještavajući izazove koje postavlja digitalna ekonomija. Autentičnost, kao srž hip hop kulture, može biti očuvana samo kroz kontinuirani dijalog između tradicije i inovacije, lokalnog i globalnog, komercijalnog i

kulturnog, što će omogućiti hip hopu da ostane relevantan i istinski glas suvremenih društvenih i političkih promjena.

8. Popis literature

1. Alim, H.S. (2011). *Articulate while Black: Barack Obama, Language, and Race in the U.S.* New York: Oxford University Press.

2. Bašić, S. (2015). *Subkulturene identifikacije i urbani konteksti: primjer Zagreba.* Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku.

3. Bezinović, P. (2008). *Mladi u suvremenom društvu: izazovi i perspektive.* Zagreb: Institut za društvena istraživanja.

4. Bilić, P. (2018). *Sociologija medija: rutina, tehnologije i moć.* Zagreb: Naklada Ljevak.

5. Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society.* 2nd ed. Malden: Blackwell Publishing.

6. Čuvalo, A. (2000). *Mediji, globalizacija i identiteti.* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

7. Dyer-Witheford, N. (1999). *Cyber-Marx: Cycles and Circuits of Struggle in High Technology Capitalism.* Chicago: University of Illinois Press.

8. Forman, M. (2002). *The Hood Comes First: Race, Space, and Place in Rap and Hip-Hop.* Middletown: Wesleyan University Press.

9. Hesmondhalgh, D. (2013). *The Cultural Industries.* 3rd ed. London: Sage Publications.

10. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide.* New York: New York University Press.

11. Jergović, M. (2004). *Subkulture i masovni mediji u Hrvatskoj.* Zagreb: Naklada Ljevak.

12. Kanižaj, I. (2006). *Mediji i mladi: utjecaj medija na vrijednosti i ponašanje mladih.* Zagreb: Naklada Ljevak.

13. Kitwana, B. (2002). *The Hip-Hop Generation: Young Blacks and the Crisis in African-American Culture.* New York: Basic Civitas Books.

14. McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
15. Noelle-Neumann, E. (1974). *The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion*. *Journal of Communication*, (Str. 43-51).
16. Noelle-Neumann, E. (1991). *The Theory of Public Opinion: The Concept of the Spiral of Silence*. In J. A. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook 14* (Str. 256-287). Sage Publications.
17. Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: Penguin Press.
18. Perasović, B. (2001). *Urbane subkulture i društvena transformacija*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
19. Primorac, J. (2017). *Kreativna industrija i digitalna ekonomija*. Zagreb: Institut za razvoj i međunarodne odnose.
20. Rose, T. (1994). *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America*. Hanover: Wesleyan University Press.

9. PRILOZI

Naslovna stranica završnog rada (Prilog 1)

Unutarnja naslovna stranica završnog rada (Prilog 2)

Obrazac za prijavu mentora i teme (Prilog 3)