Kreiranje europskog identiteta kroz teorijski koncept komunikativnog djelovanja Jürgena Habermasa

Večerić, Natalija

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Department of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:233086

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
UNIVERSITY OF ZAGREB
CENTER FOR CROATIAN STUDIES

Repository / Repozitorij:

Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies

zir.nsk.hr

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

HRVATSKI STUDIJI

Natalija Večerić

KREIRANJE EUROPSKOG IDENTITETA KROZ TEORIJSKI KONCEPT KOMUNIKATIVNOG DJELOVANJA JÜRGENA HABERMASA

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2017.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

HRVATSKI STUDIJI

Natalija Večerić

KREIRANJE EUROPSKOG IDENTITETA KROZ TEORIJSKI KONCEPT KOMUNIKATIVNOG DJELOVANJA JÜRGENA HABERMASA

DIPLOMSKI RAD

Mentor: izv.prof.dr.sc. Renato Matić

Sumentorica: doc.dr.sc. Andreja Sršen

Zagreb, 2017.

Sažetak

Pojam europskog identiteta sve je češći u sferama javnog i znanstvenog diskursa. Ovim radom definira se njegovo shvaćanje na znanstvenoj razini, prvenstveno u razlikovanju spram definicija nacionalnog i kulturnog identiteta. Kulturni identitet, kao okvir nastanka nacionalnog identiteta, obuhvaća identificiranje pojedinca unutar skupa vrijednosti koje, kroz neki vremenski okvir te socijalizacijom, prihvaća kao dio vlastitog identiteta. Iako se prema prirodnom shvaćanju nacionalnog identiteta, on referira na kulturni identitet, ipak je njegov koncept ograničen pravno stečenim okvirima nekog državnog entiteta. Međutim, da se ne radi isključivo o pravno stečenom okviru, govori činjenica o snažnom osjećaju nacionalnog identiteta koji se suprotstavlja jednako tako pravno stečenom europskom identitetu. Europskom identitetu, naposljetku, nedostaje legitimacija njegovih građana, a zbog toga ovaj rad pravi osvrt na koncept njegova stvaranja. Kojim sve strukturama europski identitet pokušava naći mjesto u pojedinčevu poistovjećivanju s njegovom zajednicom, sažet će se u grubim crtama, dok će fokus biti stavljen na komunikativno djelovanje Jürgena Habermasa kao polazišne teorije s kojom će se pokušati objasniti ovaj fenomen. Komunikativno djelovanje definirano je traženjem razumijevanja u odnosu s drugim sudionikom interakcije kako bi se postigao određeni konsenzus. U svojem svakodnevnom životu svijeta pojedinac je primoran davati značaj svojem okruženju, a to čini kroz jezik. U tom se smislu europski identitet kod kreacije njegovog koncepta mora promatrati na dvije različite razine, unutarnjoj pojedinčevoj, te strukturalnoj vanjskoj. Rad će prema tome nastojati shvatiti obje sfere nastajanja europskog identiteta kroz teoriju komunikativnog djelovanja.

Abstract

The term „European identity“ is increasingly used in public and scientific discourse. This paper defines its identification on a scientific level, primarily in differing the term itself from the definitions of a national and cultural identity. Cultural identity, as a frame for creation of national identity, implicates the identification of an individual, given a certain amount of time and through socialization, with a set of values that he/she accepts as a part of his/her personal identity. Even though, according to the natural comprehension of national identity, he/she refers to it as cultural identity, his/her concept is still limited by legal frames set by some state entity. However, the fact that the strong feelings of national identity still stand opposed to the legally acquired European identity, implies that a mere legal frame is not the definitive answer for the creation of one's identity. European identity, after all, is still missing the legitimization from Europe's citizens, and therefore, this paper offers a view on the concept of its creation. The structurization of European identity in one's identification with his/her community is secondary to this paper and it will be presented only with broad strokes of the brush. The main focus will be placed on the Theory of the communicative action by Jürgen Habermas as a starting point for elucidating this phenomenon. The communicative action is defined as, seeking cognizance while interacting with others in order to achieve a certain consensus. In every day life, one assigns meaning to his/her environment, and one does that through the medium of language. With that in mind, the creation of a European identity must be observed on two different levels, the personal, inner level, and the structural, outer level. This paper will aim to comprehend both spheres of European identity, through the Theory of communicative action.

Ključne riječi: identitet, nacionalni identitet, kulturni identitet, europski identitet, komunikativno djelovanje, svijet života

Keywords: *identity, national identity, cultural identity, european identity, communicative action, lifeworld*

Sadržaj

1. Uvod 7

2. Europski identitet – od ideje do suvremenog pojma 10

a) Što je identitet? 10

b) Kulturni i nacionalni identitet u usporedbi s europskim identitetom 13

c) Ideja o europskom identitetu – formiranje pojmovnog okvira 15

d) Europski identitet kao nadnacionalni identitet 18

3. Europski identitet kroz koncept komunikativnog djelovanja 21

a) Teorijski koncept komunikativnog djelovanja Jürgena Habermasa 21

b) Svijet života (lifeworld) 25

c) Europski identitet u svakodnevici svijeta života 28

4. Metodologija konceptualizacije europskog identiteta 31

5. Pojam Europljana - Rezultati i rasprava 33

6. Zaključak 36

Popis literature 39

1. Uvod

„European identity, it seems, is only percieved by educated people. And that is sad, but it is a start.“ – Umberto Eco (unknown)

Europski identitet ideja je koja nastaje u posljednjih četrdesetak godina među prvih devet članica zemalja Europske unije. Stvaranjem njenog koncepta tadašnje zemlje članice željele su naglasiti stabilnost svojeg postojanja i utemeljenost zajedničkog identiteta u vlastitim različitostima. Prvotna ideja novonastale pravne tvorevine, bila je zamišljena kroz stvaranje europskog identiteta kao novog nacionalnog identiteta koji će ujediniti zemlje članice na monetarnoj, pravnoj i ekonomskoj suverenosti. Međutim zbog kontradiktornosti s već postojećim nacionalnim i kulturnim identitetima njezinih građana, ta se ideja pretvara u koncipiranje novog nadnacionalnog identiteta, kojim bi se, bez obzira na razlike u nacionalnim identitetima zemalja članica, postiglo ujedinjenje njezinih građana. Zbog svoje jedinstvene strukture, koja se do tada u svijetu nije još razvila, Europska unija nailazi na mnoge probleme u definiranju vlastitog ustrojstva, stoga se u svijesti njezinih gađana javlja nerazumijevanje u definiranju što ona zapravo jest te na koji način djeluje. Samim time dolazi i do nerazumijevanja što jest europski identitet, i na koji način ga se nastoji potvrditi u svijesti građana. Svijest o europskom identitetu u percepciji građana Europske unije predmet je mnogih diskusija u suvremenom javnom i znanstvenom diskursu, te postaje sve popularniji u raspravama koje se vode u domaćim i svjetskim medijima. U nastojanjima da se objasni i da se definira u javnoj sferi društvenog života, ova tema propitkuje sve sfere života i nemoguće je sakriti njezinu aktualnost. Ideja europskog identiteta, te još uvijek neutemeljena jedinstvenost njezine pojmovne strukture prvenstveno postavlja pitanje u kojoj sferi leži njezino stvaranje, na koji se način promiče, te na koji način stvara otpor. Vodeći se tim pitanjima, nemoguće je odvojiti njezino stvaranje od svakodnevne komunikacije i njezinog djelovanja. Strukturira li se, ili pak povijesno nastaje kroz tradicije njezinih građana i njihovo prihvaćanje vlastitog europskog identiteta. Pitanja koja su postavljena temelj su s kojim će ovaj rad nastojati objasniti pojavu kreiranja koncepta europskog identiteta kroz teorijski okvir komunikativnog djelovanja Jürgena Habermasa.

Rad će u svojem prvom poglavlju *Europski identitet – od ideje do suvremenog pojma* zbog lakšeg shvaćanja ideje europskog identiteta, objasniti što uopće jest identitet i koje sve višeznačnosti definicija identiteta u sebi sažima. U tom će se poglavlju kroz postojeći teorijski okvir kritički obrazložiti definicija identiteta. Iako je kolokvijalno ustaljeno da identitet proizlazi iz vlastitog prihvaćanja određenih karakteristika koje pojedinca razlikuju od drugoga, ali ga istovremeno i čine pripadnikom određene grupe, važnost kritičkog definiranja ovog pojma ključna je zbog kasnijeg definiranja ostalih kategorija identiteta koje će se u tekstu koristiti, kao pomoć pri definiranju europskog identiteta. Fokus se pri tome stavlja na definicije kulturnog i nacionalnog identitet, koje je nužno objasniti kako bi se došlo do zaključaka o konceptu europskog identiteta. Kulturni i nacionalni identitet prave razliku u pravnoj utemeljenosti, i dok kulturni identitet ima važnu ulogu u identificiranju s nekim nacionalnim identitetom jer u sebi sažima tradiciju nekog naroda, nacionalni identitet pravno je formiran i legitimira tradicionalne simbole kao znakove prepoznavanja unutar grupe. Kritički znanstveni presjek tih definicija služit će kao pomoć pri objašnjenju europskog identiteta, koje sve sfere u sebi obuhvaća i na koji način kulturni identitet i nacionalni identitet djeluju afirmativno ili negiraju postojanje europskog identiteta. Radom će se sažeti kratak uvid u povijest te ideje, te će obuhvatiti naznake o njezinoj utemeljenosti u svijesti europskih građana uvidom u godišnji Eurobarometar (2015). Cilj Eurobarometra jest provjeriti osjećaj europskog identiteta kod građana Europske unije na institucionalnoj razini, stoga se njegovi rezultati koriste kao uvid u stvarnu sliku u javnosti. Nadalje, promotrit će se važnost jezika i komunikacije u stvaranju identiteta. U kojoj mjeri jezik utječe na shvaćanje pojedinca o vlastitome identitetu, pa tako i o nacionalnom identitetu, odnosno europskom identitetu. Središte interesa ovog rada, što je već ranije navedeno, bit će teorijski koncept komunikativnog djelovanja Jürgena Habermasa, čijim će se idejnim postavkama ovaj rad služiti kako bi objasnio opstojnost misli o europskom identitetu kroz uporabu jezika i komunikaciju sudionika u svakodnevnoj interakciji. Zbog toga je ključno sažeti idejni koncept komunikativnog djelovanja te ga u nastavku koristiti kao alat za objašnjenje fenomena europskog identiteta.

Poglavlju *Europski identitet kroz koncept komunikativnog djelovanja* pružit će uvid u teorijski okvir komunikativnog djelovanja Jürgena Habermasa. Njegov kratki rezime poslužit će kao objektivizacija njegovog rada i ideje koju kroz svoj rad razvija. Kao

racionalist kojem je glavni naglasak na kritičkom promišljanju, njegov koncept komunikativnog djelovanja nastaje u osamdesetim godinama dvadesetog stoljeća obliku dvije knjige, a pri tome se služi dotadašnjim sociološkim i filozofskim teorijama o strukturi i identitetu. Razlog odabira upravo njegovog koncepta, iako je po prilično teorijski uzak, znakovito je svojstven definiranju europskog identiteta što će se kasnije nastojati prikazati u tekstu. U ovom poglavlju naglasak je na teorijskim postavkama koncepta komunikativnog djelovanja, a one će se objasniti kroz Habermasov kritički pragmatički i fenomenološki pristup racionalizaciji. Potreba za sažetkom teorije komunikativnog djelovanja proizlazi kao alat kojim će se u nastavku nastojati objasniti fenomen europskog identiteta. Uz definiranje komunikativnog djelovanja, Habermas paralelno veže pojam svijeta života (*lifeworld*), čija će prisutnost u ovom radu objasniti procese kroz koje europski identitet djeluje na javnu sferu. Obuhvaćanjem Habermasove polemike svakodnevice, teoretiziranja o identitetu kroz socijalizaciju, pravljenjem razlike teološkog i komunikativnog djelovanja, te kritiku racionalnosti, doći ćemo do nastojanja definiranja koncepta europskog identiteta kroz navedene pojmove. Komunikacija, bez koje razumijevanje ne bi bilo moguće, uzet će se kao metoda unutar koje djeluje stvaranje europskog identiteta. Njome će se nastojati objasniti proizlazi li europski identitet iz strukture, pravnim nastojanjima da ugradi tu ideju u svijest njezinih građana, ili se pak stvara kroz komunikaciju pojedinaca, odnosno djeluje li njegovo stvaranje na obje razine. Kroz odgovaranje na ponuđena pitanja, rad će kroz presjek odabrane znanstvene literature nastojati objasniti fenomen stvaranja europskog identiteta.

U poglavlju *Metodologija konceptualizacije europskog identiteta* pružit će se uvid u metode korištene u objašnjenju fenomena europskog identiteta, te korištena literatura. Metodologija je vezana uz postojeće teorijske okvire, te kao takva nastoji kritički pristupiti konceptualizaciji ideje europskog identiteta i nije vezana uz provedeno empirijsko istraživanje kojim bi se ustanovilo postoji li europski identitet u svijesti europskog stanovništva ili ne. Naprotiv, tema rada jest obrazložiti stvaranje europskog identiteta kroz teorijski koncept komunikativnog djelovanja Jürgena Habermasa te pojam svijeta života. Ovo poglavlje je pregledno poglavlje kojim se nastoji objasniti iz kojeg razloga se koristi odabrana literatura te na koji način je bila birana kako bi se naposljetku ustanovila znanstvenost pisanog rada o fenomenu europskog identiteta.

Nakon tematskog obrazloženja u poglavljima koja će apstrahirati definicije i ciljeve teorijskog okvira u metodologiji korištenoj u radu, poglavlje *Pojam Europljana – Rezultati i rasprava* prikazat će rezultate dobivene Eurobarometrom 2015. godine, kojim će se ustvrditi stvarno stanje osjećaja europskog identiteta, postoji li rast u osjećaju koji ljudi gaje prema europskom identitetu u kontrastu s ranije provedenim Eurobarometrima. Pokušat će se ustanoviti može li se stvaranje europskog identiteta objasniti teorijom komunikativnog djelovanja, i ako da u kojoj mjeri. Dobiveni rezultati u sažetoj će raspravi pokušati dati odgovore na navedena pitanja te se fokusirati na nova pitanja koja mogu biti postavljena u budućim istraživanjima ove društvene pojave.

Obrazloženje stvaranja koncepta europskog identiteta kroz komunikativno djelovanje nije moguće ako se prije toga ne obrazlože teorijski okviri identiteta, nacionalnog identiteta i kulturnog identiteta, koji će nam poslužiti kao sredstvo formulacije teorijskog okvira europskog identiteta. Upravo će se tim teorijskim okvirima uvesti u ciljeve i probleme rada u poglavlju *Europski identitet – od ideje do suvremenog pojma*, koje slijedi u nastavku.

2. Europski identitet – od ideje do suvremenog pojma

a) Što je identitet?

Definiranje identiteta problematika je kojom se bave mnogi društveni teoretičari u raznim spektrima znanosti o društvu. Definicija identiteta multidimenzionalno obuhvaća psihofizičke karakteristike pojedinca koji se ogleda u zajednici. Povijest samoga pojma identiteta potječe od latinske riječi *identitas*, što znači istost ili jednakost nekog entiteta (Höjelid, 2001). Međutim, znanstveni diskurs o identitetu tvrdi da njegova najosnovnija karakteristika uobličuje taj pojam u kontradiktornosti jedinstvenosti i istovjetnosti (Stanić i Langston, 2013, str: 50). Dakle, svaki je pojedinac jedinstven u svojoj usporedbi s drugim, ali on također pripada grupi po istovjetnostima s drugim pojedincima te grupe. Nadalje, u svakom poistovjećivanju s nekim pojedincem ili grupom, latentno postoji i ono što nas od drugih razlikuje. Shvatimo li identitet na te dvije razine, pojedinac je tako istovremeno potpuno jedinstven naspram drugih

pojedinaca, no genetskom predispozicijom i utjecajima okoline, svaki se pojedinac identificira kao njezin dio. Prema Gleasonu (1983, u Faron, 1999) moderno je shvaćanje identiteta daleko složenije od riječi čija se definicija u rječnicima može pronaći u pet osnovnih karakteristika: različite okolnosti u kojima se pojedinac s njima poistovjećuje; činjenice koje ustvrđuju razlike te istovjetnosti spram drugog; zatim osjećaj samog sebe; i osjećaj pripadnosti (Hrvatski jezični portal, 2017). Ova karakteristika značila bi da se pojedinac u određenim situacijama, poistovjećuje s ostalim članovima te grupe iako se međusobno ne moraju poznavati, odnosno identificira se s grupom zbog situacije u kojoj se nalazi. Primjer takvoj situaciji bila bi navijačka grupa nekog nogometnog kluba na utakmici, u kojoj se članovi grupe međusobno ne poznaju ali se zbog simbola poistovjećuju s drugim članovima grupe. Druga razina definiranja identiteta u rječnicima predstavljala bi biološku razinu u kojoj određena fizička ili psihička stanja uvjetuju poistovjećivanje s određenom grupom ljudi. Na trećoj se pak razini pojedinac poistovjećuje s drugom osobom ili grupom, uspoređujući sličnosti ili tražeći razlike. Četvrta razina svjesnost je o samome sebi, ponos koji se osjeća u danom trenutku zbog određene identitetne karakteristike. Peta razina veže se uz osjećaj pripadnosti, bez koje poglavito, obrazloženje europskog identiteta, kao i nacionalnog ili kulturnog identiteta, ne bi bilo moguće. Svaka od navedenih razina rječničke definicije identiteta, međutim, izostavlja dubinsku konceptualizaciju ovoga pojma koju možemo susresti u opširnom znanstvenom diskursu, koji se u suvremenom svijetu razgranao na sva područja društvenog života.

Problematika identiteta u znanstvenom diskursu koja će biti obrazložena u nastavku teksta, zahvatit će različite filozofske i sociološke misli o njegovu konceptu. Međutim, tema rada vezana je uz kreiranje identiteta kroz komunikativno djelovanje stoga je nužno uzeti u obzir i njegovu lingvističku perspektivu. Identitet je prije svega neraskidivo povezan s jezikom, te on postoji zbog tvrdnji koje ljudi u njemu izriču (Joseph, 2004, u Peti-Stanić i Langston, 2013). Važne dileme koje znanstvenike o društvu u raspravama o identitetu zaokupljuju jest moment u kojem te tvrdnje nastaju, te u kojem se ukalupljuju u shvaćanja pojedinca o vlastitoj pripadnosti određenoj grupi. Suvremene se teorije kategorično razglabaju o razinama i definicijama identiteta. Jedan od društvenih znanstvenika koji se bavi upravo suvremenim pogledom na identitet jest i James D. Faron (1999) koji je metodično prikupio nekolicinu definicija identiteta koje

stavljaju fokus na individualnom ili grupnom definiranju i razumijevanju sebe spram drugih, a najčešće je to razumijevanje na bazi rase, etniciteta, religije, jezika te kulture. Također, naglasio je bipolarnu karakteristiku identiteta, onu koja polazi s osobne razine, te onu koja polazi s društvene razine. Međutim, ističe također i diskutabilnost tih karakteristika jer se obje, smatra, mogu svesti na društvenu kategoriju. Tomu je tako jer se osobni identitet također svodi na usporedbu s drugim, a u svojoj definiciji uključuje ponos pojedinca koji na neku svoju prepoznatljivu karakteristiku gleda kao društveno posljedičnu i nepromjenjivu. Ona kao sklop personaliziranih etiketa i različitih definiranih pravila naglašava pripadanje određenoj grupi. Društvena kategorija definiranja identiteta, prema tome neodvojiva je od osobne, jer se kao takva odvija u socijalizaciji s drugim. Hall (1996) pojam identiteta smatra povijesnim i nužnim konceptom koji djeluje kroz određeno vrijeme. Prema njemu, identitet je ideja koja ne može biti shvaćena kao što je bila shvaćana ranije, isključivo propitkivanjima o tome tko smo, već proširuje taj pojam na pitanja 'što možemo postati', 'kako smo bili prikazani' te 'kako će to utjecati na ono ćemo biti', čime spaja konceptualizaciju pojma identiteta kroz historijski okvir. Smatra da identiteti nisu ujedinjeni, već stvoreni kroz dijeljenje i multipliciranje različitih diskursa, praksi i pozicija. Ova teorija također je neraskidiva s njezinom lingvističkom strukturom. Nadalje, pri karakteriziranju pojma identiteta, za njega neodvojivi alat jest identifikacija, kojom se kontinuirano odvija prepoznavanje porijekla ili zajedničke karakteristike s drugom osobom ili grupom, također s idealima, prirodnim poretkom, solidarnošću i suradnjom. Zbog kontinuiranog karaktera, o identitetu se ne može govoriti kao ukorijenjenom u osobnost nekog pojedinca. Identitet označava različite sfere individualnog i kolektivnog života kao što to tvrdi Pinterič (2003) koji smatra kako se kod definiranja pojma identiteta mora razmotriti utjecaj okoline, koji dijeli na geografski (za kojeg tvrdi da nema jak utjecaj) i socijalni (za kojeg tvrdi da ima jak utjecaj). Za njega socijalni utjecaj kroz socijalizaciju od najranije dobi dovodi do shvaćanja sebe kao dio višeg kulturnog identiteta čiju ćemo definiciju, uz definiciju nacionalnog identiteta, obrazložiti dalje u tekstu.

b) Kulturni i nacionalni identitet u usporedbi s europskim identitetom

Definiranje europskog identiteta trebalo bi gledati kroz skalu pojmova etničkog, kulturnog i nacionalnog identiteta. Prije uspostavljanja značenja pojma europskog identiteta i pitanja postoji li takav konstrukt u javnom diskursu, valjalo bi preispitati značenja pojmova kulturnog i etničkog, odnosno nacionalnog identiteta. U literaturi se mogu pronaći dva oprečna karaktera kulturnog i nacionalnog identiteta, ono suvremeno shvaćanje ovih dvaju pojmova više naginje konstruktivističkom diskursu njihova definiranja, nego što li ih se promatra kao prirodno nastale. Ovu tvrdnju potkrjepljuje Hall (1996) koji definiranjem kulturnog identiteta ukazuje na njegov kolektivni karakter u kojem je istinski 'ja' skriven unutar mnogih drugih. Nadalje, smatra da je kulturni identitet patvoreni 'ja' koji nastaje kroz zajedničku povijest i pretke čime se osigurava stabilna jedinstvenost i kulturno pripadanje. Time naglašava suvremeni karakter kulturnog identiteta koji u tom trenu ne posjeduje samo prirodni karakter, već je on institucionaliziran s precizno izrađenom strategijom. Time prošla iskustva utječu na naše definiranje sebe, a iskustva iz prošlosti neodvojiva su od povijesnih zbivanja koja su zatekla pojedinca u okolini u kojoj obitava. Kulturni je karakter identiteta zapravo uvod u ono što će se kasnije razviti u svijest o pripadanju etničkoj skupini ili naciji. Etnički identitet prema Edwardsu (1985, u Peti-Stantić i Langston 2013, str: 53) jest pripadnost skupini kojom se netko osjeća povezanim s obzirom na podrijetlo i ograničenost ovog identiteta ostvaruje se samo unutar zajedničkih simboličkih obilježja. Razlika između etničkog i nacionalnog identiteta primjećuje se u suverenitetu koji građanin neke države pravno stječe unutar njezinih granica čime postaje član neke nacije. Također, obilježja nacionalnog identiteta unutar neke države nikada u potpunosti nisu homogeno izjednačena s etničkim identitetom (Peti-Stantić i Langston, 2013). Nacionalni identitet, prema tome samo u svojoj demokratskoj većini ima podudarnost s etničkim identitetom, ali on nikada u cijelosti nije jedinstven. Prema Bourdieu (1991, u Peti-Stantić i Langston, 2013, str: 56) unatoč imaginarnoj (konstruiranoj) prirodi nacije, ona je i stvarna, jer ljudi na nju gledaju kao stvarnu unatoč tome što je konstruirana. Stvarnost nekog pojma nastaje u onom trenutku kada ga ljudi prihvate i razumijevaju. Međutim, valjalo bi također spomenuti i teoriju koja kontrira suvremenom shvaćanju ovih pojmova da bi se dobio što bolji uvid u potonje navedene pojmove. Markovič (1995, u Pinterič, 2003) izražava neslaganje s teorijom da nacije nastaju prilikom

stratifikacije te da elite društva uvjetuju njihovo nastajanje. Ako se prema Pinteriču referenciramo na Jenkinsa (1996, u Pinterič, 2003) koji tvrdi da nitko neće biti u mogućnosti identificirati sebe s grupom ako grupa ne prihvati njegov status, može se tvrditi da se kreiranje nacionalnog identiteta neće uvjetno prihvatiti jer ono nastaje zbog elitističkih konstrukcija. Identitet se, prema tome, konstruira u zajednici, razvija se od plemena do nacije te u različitim socijalnim interakcijama spaja faktore poput religije, jezika i zajedničke tradicije (Pinterič, 2003). Uvjetovanost pojma, međutim, ipak ovisi i o balansiranju određenih modaliteta moći, a naglasak identificiranja s drugima nije isključivo na sličnostima spram drugog, već također i suprotno, na onome što pojedince razlikuje. Derida (1981, u Hall i da Gay 1996) tvrdi kako identitet postoji upravo zbog mogućnosti da se pojedinci isključuju s pitanjima poput 'što nedostaje' i 'što nije'. Potkrjepljujuću tvrdnju daje i Hobsbawm (1996, u Pinterič, 2003) kojom tvrdi da kreiranje nacije nastaje kroz isključivanje i ksenofobiju, no takav je pogled danas prihvaćen kao isključivo ekstremistički. Međutim, teorija koju bi se moglo promotriti kao relevantnu jest njegova tvrdnja da se pojedinac kroz nemogućnost poistovjećivanja s bilo kojom drugom grupom, poistovjećuje s nacijom. Pojedinci su društvena bića i tako su neodvojiva od svojeg društvenog života. Ostvaruju svoje postojanje u komunikaciji s drugim, a samim time se i identificiraju kao dio grupe. Ukoliko kroz socijalizaciju stvaraju svoju zalihu znanja u kojoj djeluju, jasno je da će kroz tradicijske postavke kulturnog identiteta, i pravne okvire nacionalnog identiteta stvoriti sliku pripadanja nekom narodu ili naciji. Nadalje, kao što se iz teksta do sada dalo iščitati da se kulturni identitet i nacionalni identitet u nekim aspektima isprepliću, njihova razlika ipak je se jasno ocrtava kod definiranja nacionalnog identiteta. Za njezino lakše razumijevanje promotrit ćemo različite postojeće filozofske i sociološke diskurse o tome što sve čini nacionalni identitet.

Bloom (1990, u Fearon, 1999) tvrdi da se nacionalnim identitetom opisuje stanje u kojem se masa ljudi identificira s nacionalnim simbolima. Međutim, simboli su samo jedna od karakteristika nacionalnog identiteta, oni su sredstvo koje pomaže u identifikaciji s nekom nacijom, te pomažu u potvrđivanju vlastitog identiteta. Pinterič (2003) navodi niz kriterija za postojanje nacionalnog identiteta, koji uz njihovo postojanje samo po sebi moraju biti prisutni kroz određeni vremenski period. U kriterije ubraja povijesni teritorij, zajedničku religiju, mitologiju i ideologiju, zajedničku

povijest, zajedničku kulturu, jezik, ekonomsko jedinstvo, zajedničke političke institucije, zajedničke političke akcije spram treće države, te zajedničke simbole. Kategorizacija proizlazi također i iz zajedničkih simbola u koje ubraja jezik, literaturu, povijesne osobe, zastavu i himnu. Izrazitu važnost kroz lingvističku teoriju Andersona (1998, u Pinterič, 2003) pridaje jeziku, jer se prije svega nacionalni identitet za njega uzima kao proizvod koji nastaje kroz različite relacije komunikacije. Također, jezik ispunjava nekoliko važnih funkcija s obzirom na nacionalni identitet (Peti-Stantić i Langston, 2013) jer je između ostaloga upravo jezik sredstvo komunikacije koje pomaže međusobnom povezivanju članova skupine. Ovime se dotičemo važnog momenta sociološke teorije komunikativnog djelovanja Jürgena Habermasa (1984), u kojoj tvrdi da je ono individualno djelovanje koje se odvija u zajedničkom razumijevanju u grupi. Ova će teorija biti korištena kao metoda za objašnjenje konstrukcije europskog identiteta u svakodnevnom životu svijeta. S obzirom na navedeno, kako bismo, stoga, mogli definirati europski identitet? Promotrimo li ranije navedene teorije kulturnog i nacionalnog identiteta, Europska unija ujedno i zadovoljava i ne zadovoljava uvjete ostvarivanja nacionalnog identiteta jer ona u danom povijesnom trenutku kreira legitimne simbole poput zastave i himne, te pokušava legitimizirati europski kulturni identitet kroz povijesna zbivanja o kojima će biti spomena dalje u tekstu, međutim koliko su ti simboli izraženi u svijesti ljudi ostaje diskutabilno spram europskih građana, a jezik ovdje čini ključnu diverzificiranost europskog stanovništva. Sršen (2013) ukazuje da se konceptualizacija europskog identiteta zapravo svodi na traženje nove vrste identiteta koja se razlikuje od kulturnog i nacionalnog identiteta. Koji su nedostaci, a što sve ide u korist definiranju europskog identiteta nemoguće je objasniti bez povijesnog presjeka od nastanka ideje europskog identiteta do njezinog suvremenog konteksta. Valjalo bi, stoga, promotriti i sažeti povijest europskih integracija i samog nastanka toga pojma.

c) Ideja o europskom identitetu – formiranje pojmovnog okvira

Povijest europske integracije uzima za svoj početak 1950. godinu, u kojoj prve zemlje članice dogovaraju trgovinsku zajednicu za ugljen i čelik, a 1957. godine osniva se Europska ekonomska zajednica Ugovorom iz Rima. Na prvi pogled Europska

ekonomska zajednica, veže se uz gospodarsku suradnju, no njezin je prvenstveni cilj bio prekid sukoba koji su kulminirali do vrhunca u Drugom svjetskom ratu. Prve zemlje članice sporazumom o zajedničkoj trgovini prekidaju niz sukoba te ulaze u beneficiranu trgovinsku zajednicu. Prvo proširenje te zajednice nastupa sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća i označava novu eru kretanja prema ideji o Europljanima. U Kopenhagenu, 14. prosinca, 1973., prihvaćena je Deklaracija o europskom identitetu (*Declaration on European Identity*), koja obuhvaća reviziju zajedničkog nasljeđa, interesa i posebnih obveza tadašnjih devet članica, kao i stupanj ujedinjenja koji je do sad postignut u zajednici. Druga razina deklaracije odnosi se na procjenjivanje u kojem su odnosu tadašnjih devet članica naspram ostatka svijeta te koje obveze proizlaze iz toga. Treća i posljednja razina deklaracije uzima u obzir prirodnu dinamiku europskog ujedinjenja. Deset godina nakon, u lipnju 1983. godine izdana je Solemn Deklaracija Europske unije (*Solemn Declaration of European Union*) koja svojim sadržajem usmjerava zemlje članice da shvate europsku ideju kroz podizanje zajedništva i afirmaciju europskog identiteta, osvješćivanjem termina ljudi Europe, prihvaćanjem demokracije i ljudskih prava svih članica, generalnim političkim agendama između zemalja članica, ali i naspram trećih (ranije u tekstu spomenuto je kao kriterij za afirmiranje nacionalnog identiteta), te usklađivanjem razvojnih mjera na području ekonomije i politike. Uz navedene stavke dovodi se u pitanje zajednička kulturna ostavština zemalja članica, mjere pravne legislative između nacija, te zakoni koji će se baviti internacionalnim problemima. Höjelid (2001) ukazuje da se tim mjerama pokušava kreirati nova, europska nacionalnost. Stvaraju se novi setovi simbola i vrijednosti koji se institucionaliziraju, učvršćuje se temelj Europskog vijeća i njegovih članova, definira se parlament, formiraju zakoni, stvara se zastava, himna, birokratska procedura i niz ostalih kulturoloških simbola. Ugovorom o Europskoj uniji, donesenim u Maastrichtu u veljači 1992. godine, ustanovljeno je državljanstvo Europske unije, poznato i pod nazivom Europsko građanstvo, te u studenom 1993. godine stupa na snagu. Time se osnivaju i nove jurisdikcije koje se odnose na obrazovanje, mlade, kulturu, zaštitu potrošača, slobodno kretanje kroz Europsku uniju, javno zdravstvo i slično. No s obzirom na sve benefite europskog državljanstva problematika europskog identiteta javlja se u odnosima u javnosti i njihovom mišljenju o njegovom postojanju. Očekivanja variraju od zemlje do zemlje, ovisnosti o ekonomskoj, političkoj i kulturnoj

situaciji unutar zemalja članica, te o privrženosti nacionalnom identitetu vlastite države među stanovništvom zemalja članica. Prema Standardnom Eurobarometru iz proljeća 2015. godine, od ukupnog broja ispitanika, 67% njih izjasnilo se kako se osjećaju građanima Europske unije, od čega se 52% ispitanika poistovjećuje sa svojim nacionalnim identitetom pa tek onda priznaje europski identitet, dok se 6% ispitanika osjeća prvenstveno Europljanima pa tek onda svojom nacijom, a dva se posto ispitanika osjeća isključivo Europljanima. Rezultati o osjećaju zajedništva među stanovništvom Europske unije najviše se odnose na kulturu (27%), ekonomiju (22%) te povijest (21%), što se opet razlikuje među zemljama članicama. Među ispitanicima postoji mišljenje apsolutne većine da postoje zajedničke vrijednosti među članicama Europske unije. Međutim, barijere u zajedničkom osjećaju europskog identiteta još postoje, a najviše su vidljive u usporedbi rezultata među zemljama pojedinačno, što čini razliku u osjećaju zajedništva. Uspostavljanje europskog identiteta ide u prilog s Höjelidovim (2001) pristupom definiranju nacionalnog identiteta. Prema njemu pesimistični diskurs veže se uz shvaćanje nacionalnog identiteta kao da on zbilja postoji te se prema tom shvaćanju europski identitet ne može promatrati kao nacionalni jer nije prirodan, odnosno postoji demokratski deficit za njegovo stvaranje. Međutim, optimistični diskurs vezan je uz nastanak identiteta u kojem je identitet konstruiran političkim i povijesnim strukturama kroz određeno vrijeme. Time se na nacionalni, pa tako i europski identitet gleda kao na kulturni proizvod. Pojam nacije, bez kojeg ne možemo pristupiti objašnjenju pojma nacionalnog identiteta, nastaje u ranijoj prošlosti, i sa sobom povlači termine poput konstruiranja nacije i patvorene zajednice koja se može naći u suvremenoj literaturi o naciji i nacionalizmu (Höjelid, 2001). S obzirom da ne postoji europska nacija, institucionalizirana konstrukcija europskog identiteta nailazi na podvojene osjećaje europskog stanovništva. Javljaju se pitanja poput onih hoće li se ugasiti osjećaj nacionalnog identiteta prema državi, a stvoriti prema novonastaloj pravnoj tvorevini – Europskoj uniji. Oba pogleda, i pesimistični, koji je vezan uz snažan osjećaj ponosa spram suvereniteta države, i optimistični, koji ide u prilog stvaranju europskog identiteta, ne mogu opovrgnuti da se pojavom nacionalnog identiteta nije izgubio identitet pripadanja nekome gradu ili regiji, već je samo uspostavljena institucionalna legislativa pripadanja nekoj naciji. Kao što je to pokazao Eurobarometar (2015) većina stanovništva izrazila je osjećaj građanskog pripadanja Europskoj uniji, međutim

većinski dio potvrdnog odgovora na to pitanje otpalo je na one koji se tako osjećaju do određene mjere.

Ključnu ulogu, također zauzima i diferenciranost stanovništva u shvaćanju povijesti. S obzirom da je europski kontinent povijesno vezan uz brojne nacionalne sukobe, a na svojem teritoriju proživljava dva svjetska rata, u jednoj nacionalnoj povijesti dolazi do razlikovanja s poviješću drugih nacija. Također, jezično identificiranje ima veliki utjecaj u pravljenju razlika spram europskog stanovništva, jer je Europska unija mjesto u kojem se susreću gotovo sve jezične skupine. Što sve, stoga, ulazi u pojmovno definiranje pripadnosti ostaje otvoreno kao predmet koji se tek treba istražiti da bi se moglo razumjeti u koju kategorizaciju identiteta bi valjalo uvrstiti europski identitet. U suvremenoj literaturi sve je češći pojam nadnacionalnog identiteta kao definiranja skupine u koju bi europski identitet mogao pripasti, a što taj pojam predstavlja bit će pobliže objašnjeno u nadolazećem poglavlju.

d) Europski identitet kao nadnacionalni identitet

Zbog novog političkog oblika koji se formira Europskom unijom, i europskog identiteta kao jednog od njezinih ciljeva, upravo je europski identitet pojam koji se sve češće nalazi kao predmet istraživanja društvenih znanstvenika. Nastojanje znanstvenika bazično se sastoji od objašnjenja može li se europski identitet definirati kroz pojmovni okvir nacionalnog identiteta, ili on zapravo tvori novu vrstu identiteta – nadnacionalni identitet. Nacionalne identitete europskog kontinenta možemo podijeliti na četiri tipa europskih nacija (2008, Ančić). Na zapadu Europe ideologija nacionalizma oblikovana je najranije pod okriljem postojećih vlasti. Srednja Europa, koju čine Njemačka i Italija, nacionalizam susreće kao novu ideologija koja nastaje u 19. stoljeću te ona dolazi u sukob s postojećim (usitnjenim) oblicima državne organizacije. Treću skupinu čine zemlje srednjoistočne Europe, u koju spada i Hrvatska, a koje su pripadale velikim višeetničkim dinastičkim carstvima. Nacionalizam se u njima od početka našao u sukobu s državom čije su granice nadilazile bilo koju od modernih nacija. U ovoj skupini zemalja nalazi se nasljeđe starih i vrlo različitih identiteta koje je priječilo stvaranje i oblikovanje državne nacije unutar Carstva. Četvrta i posljednja skupina, zemlje su povijesne slijednice Otomanskog imperija čije države nastaju kroz uspješne

seljačke pobune protiv središnje imperijalne vlasti. Različitost povijesnog shvaćanja nacionalnog identiteta među državama moglo bi imati utjecaja i na način na koji neka nacija unutar Europske unije prihvaća europski identitet. Južnič (1981, u Pinterič, 2003) dijeli nastanak nacionalnog identiteta u Europi spram države-nacije, nacije-države te države bez nacije, čime obrazlaže iz kojeg se pravca stvara nacionalni identitet. Povijesni moment koji potiče nagli razvoj nacionalnog identiteta literarno se odnosi na Francusku revoluciju te otvara pitanje urbanizacije i industrijalizacije kao faktora poistovjećivanja s grupom na nacionalnoj razini. Međutim, stvaranje europskog identiteta diskutabilno je svojom historiografskom i kulturološkom strukturom. Pinterič (2003) piše kako je Europa povijesno kontinent konflikata i različitih ideja baziranih na snažnom nacionalnom osjećaju te osjećaju nacionalne superiornosti spram drugih. No, europski identitet čini fleksibilna mješavina različitih lokalnih, nacionalnih i regionalnih identiteta, u kojima se također može primijetiti doza netolerancije spram drugih. Uzmemo li u obzir postmodernističko shvaćanje identiteta prema Pinteriču (2003), pojedinac može imati mnogo identiteta, koji čak mogu biti kontradiktorni jedni drugima, dolazimo do spoznaje da je europski identitet moguć u određenoj mjeri, ali kao nova vrsta identiteta, koja nije vezana uz nacionalni identitet. Nadalje, iako je jedna od smjernica u izgradnji europskog identiteta vezana uz multikulturalizam, u čijoj se strukturi nastoji smanjiti različitosti koje su nastale spajanjem nacija u veću zajednicu – Europsku uniju, postoje naznake da njezino građanstvo ne dijeli u potpunosti osjećaj zajedničkih vrijednosti koje dijele s vlastitom nacijom. Ovdje valja spomenuti krizu Brexit, u kojoj je prošle godine (2016) na referendumu Ujedinjenog Kraljevstva izglasan njezin izlazak iz Europske unije. Ovakva kriza pokazatelj je nestabilnosti s kojom se suočava Europska unija u svojem polustoljetnom postojanju. Međutim, izlazak Ujedinjenog Kraljevstva iz Europske unije, izazvao je novu reakciju kod Škota, koji su doveli u pitanje svoju pripadnost Ujedinjenom Kraljevstvu i održali referendum odvajanja od Ujedinjenog Kraljevstva, kako bi između ostalog, mogli ostati dio Europske unije. Iako je referendum bio izglasan protivno izlasku Škotske iz Velike Britanije, taj je čin bio pokazatelj da određene privrženosti članstvu Europskoj uniji ipak postoje u javnoj sferi njezinih građana. Jedan od pokazatelja različitosti nacionalnih identiteta unutar Europe, knjiga je *Europljani – Kultura i identitet*, Ake Dauna i Sörena Jasona (2004). Spajajući osamnaest priča različitih europskih nacija o

osobnom iskustvu nacionalnog identiteta, nastoje prikazati sličnosti i različitosti Europljana diljem europskog kontinenta. Ake (2004) smatra kako su različitosti dio europskog identiteta jer su važan faktor u razmjeni proizvoda, ideja, informacija i znanja. Njima se produbljuje obrazovanje, izaziva stimulans, užitak i postiže suradnja i, kako tvrdi, konkurencija, a time nedvojbeno može doći i do nesporazuma, razočaranja, rasprave, zlobe, rezerviranosti, sumnje, sukoba, straha, predrasuda i tome slično. Ovime se zahvaća shvaćanje da zajednički europski identitet nema bazu samo na institucionalnoj osnovi, već ga se nastoji opravdati i kroz povijesnu pozadinu, u kojoj ipak jednu od ključnih razdvajajućih uloga imaju potonje navedena povijesna i kulturološka shvaćanja te jezik. Prema Pinteriču (2003) europski identitet bi mogao biti poveznica zemalja članica Europske unije u kreiranju svijesti o Europljanima, o čijim politikama danas svjedočimo. Globalizacija pri tome može imati ključnu ulogu u mijenjanju shvaćanja samog nacionalnog identiteta te postoje naznake da će osnažiti nadnacionalni identitet, no neće osporiti snagu nacionalnog identiteta zbog snažnih korijena koji su temelj nacionalnog identiteta (Pinterič, 2003).

Ustanovljeno je ranije da različitosti postoje i na razini nacionalnog identiteta te se dijele na regionalni identitet ili pripadnost nekom gradu, ponosu prema nekom nogometnom klubu, poistovjećivanje sa strujama ljevice i desnice i tome slično. Vrcan se u svojem radu *Europski identitet – Neke ključne dileme* (2005) referira na Dahrendofra čija je upitna teza o dvije europske tradicije vezana upravo uz dvije potonje navedene struje, ljevicu i desnicu. Popularnost posljednja dva pravca danas je u velikoj mjeri izražena u ideji multikulturalizma, koja sa sobom povlači i pitanje aktualne izbjegličke krize, čiji je utjecaj na stvaranje europskog identiteta više faktor podijeljenosti, nego ujedinjenosti. Diskurs ljevice i desnice kao faktor u stvaranju identiteta Europe isključivo bi se mogla vezati uz tvrdnju da je kulturni identitet, kao i nacionalni zapravo politička igra moći, a kako tvrdi Vrcan (2005), suvremeni diskurs pomodan je u traženju legitimiteta europskog kulturnog identiteta. On postavlja tezu o traženju europskog kulturnog identiteta kroz četiri ključna pitanja: „koje su sličnosti i različitosti u identitetima europskog duha i narodnog duha“; „nužnost kulturnog identiteta Europe u svijetu koji se raščarava ili ga se ponovo pokušava začarati“; „kakav kulturni identitet bi pristajao Europi'; te 'koje su šanse za afirmaciju europskog identiteta“ (Vrcan, 2005). Razvija problematiku spram pojmova nacionalnog i

europskog identiteta u kojima postavlja pitanja suprotstavljenosti momenta u kojemu se on stvara, polazeći od njegovih nedostataka i traženjem rješenja za njegovu formulaciju. Naposljetku zaključuje da europskom identitetu kao monetarnom i ekonomskom, nedostaje politički i kulturni legitimitet u shvaćanju istoga. Također, suvremeno shvaćanje europskog identiteta ne veže se za europski kontinent, već se pripisuje političkim formulacijama Europske unije, stoga se nužno zapitati postoje li zajedničke vrijednosti stanovništva Europske unije koje se razlikuju od ostalih političkih tvorevina koje su slične njoj samoj. Međutim, postoje li uopće tvorevine slične Europskoj uniji? Pripada li Europska unija konfederacijskom ustrojstvu, ili je možemo promatrati kao federaciju? Odgovor na posljednje pitanje neupitno je negacijsko. Kao entitet koji je više od konfederacije, a ne može se definirati niti kao federacija, Europska se unija našla u specifičnom političko pravnom položaju (Sršen, 2013). Legitimitet tog položaja dio je suvremene politike Europske unije, koji će se u nastavku obrazložiti kroz teorijske okvire teorije komunikativnog djelovanja iz razloga što se na taj fenomen u tezi ovog rada promatra kao na koncept u nastajanju.

3. Europski identitet kroz koncept komunikativnog djelovanja

a) Teorijski koncept komunikativnog djelovanja Jürgena Habermasa

Jürgen Habermas suvremeni je njemački filozof i sociolog, čije je obrazovanje vezano uz drugu generaciju frankfurtske škole, odnosno kritičke sociološke škole. Danas slovi kao ugledni kritičar društva te visoko uvaženi društveni i politički znalac, čija se misao cijeni na mnogim znanstvenim područjima, kao što su komunikologija, filozofija, političke znanosti, teologija, sociologija i slično. U svojoj karijeri broji mnoge znanstvene radove, ali je tvorac i mnogih kritičkih teorija racionalnosti, te teorija čiji je utjecaj osnažio kritički karakter teorije o društvu. Iako je autor mnogih znanstvenih radova, njegovu su karijeru obilježile dvije vrlo utjecajne teorije – teorija o javnoj sferi te teorija komunikativnog djelovanja. Prema njemu, teorija koju razvija šezdesetih godina prošloga stoljeća ukazuje kako javni prostor koji koriste građani, poput gradskih kavana i tome slično, imaju kapacitete za demokratizaciju javne sfere. Javna je sfera

(Hohendahl, 1997, u Honneth and Joas 1991), tako, ključni dio svijeta života (*lifeworld)* u kojem ljudi vode međusobnu interakciju i stvaraju smisao svojim životima. Politički diskurs javne sfere podrazumijeva konstrukt komunikacije koji nije isključivo definiran u terminima nečijeg interesa. Dvadesetak godina kasnije, proširenjem teorije o javnoj sferi, razvija svoju najpopularniju teoriju komunikativnog djelovanja u dvodijelnoj knjizi, u kojoj iznosi svoj kritički pogled na racionalnost. Teorija komunikativnog djelovanja metodološki je konstruirana kroz detaljnu obradu postojećih filozofskih i sociooloških misli, kroz autore Ludwiga Wittgensteina i J. L. Austina, Horkheimera, Adorna, Husserla, Gadamera, Shütza Lukácsa, Meada i Piercea, te Webera, Marxa, Durkheima, Parsonsa i Luhmanna. (Habermas, 1984) Već se onda za Habermasa govorilo da je posljednji racionalist, međutim njegov racionalizam uključuje jednu važnu karakteristiku koja se do tada ne nalazi u teoretiziranju racionalnosti – kritiku racionalnosti. U prvom dijelu teorije komunikativnog djelovanja fokus stavlja na razloge zbog kojih društvo postoji i racionalizaciju, dok se druga razina odnosi na kritiku sistema i svijeta života.

Habermas (1984, str: 56) kroz razumijevanje pojma racionalnosti stvara uvod u svoju teoriju komunikativnog djelovanja. Propitkujući naše znanje, kao sustav vjerovanja koji potkrjepljuje određene tvrdnje, uspoređuje prosvjetiteljsko poistovjećivanje racionalnosti sa znanjem. Međutim, uvodi nas u svoju teoriju kroz razumijevanje da je takvo shvaćanje znanja upitno te ga se kao takvog treba gledati kroz prizmu njegova stjecanja i uporabe, a ne kroz njegovo posjedovanje. Ovakvo se razumijevanje znanja objašnjava kroz jezične strukture kojim pojedinac ovladava te kojima ga se pri tome uspoređuje sa stupnjem racionalnosti. Kao primjer daje pojam racionalan, koji u kolokvijalnoj uporabi daje karakteristiku pojedincu kao nekome tko zna reagirati u kriznim situacijama, međutim protivno tome smatra kako je taj ograničavajući pristup zapravo pogrešan. Pristup definiranju pojma racionalnosti trebao bi obuhvaćati različite sfere komunikacije, pa tako i kao produžetak argumentiranom komunikativnom djelovanju. Kako bi shvatili teoriju komunikativnog djelovanja, valjalo bi prvenstveno karakterizirati četiri različite vrste djelovanja prema Habermasu (1984, str: 85-86). On razlikuje teleološko djelovanje, normativno, dramaturško i naposljetku komunikativno djelovanje. Teleološko, odnosno svrhovito, strateško je djelovanje, u svojoj osnovi ima realizaciju ishoda te je bazirano na interpretaciju situacije. Namjera mu proizlazi iz

egocentričnog i proračunatog djelovanja, te objašnjava nastajanje konflikata i suradnje kroz vlastite interese. (Habermas, 1984, str: 101). Normativno, koje slijedi teleološko, jest ono regulirano normama, u kojem društvo ima zajedničke vrijednosti i norme s kojima zahtjeva određeno društveno ponašanje, potvrđeno kroz kulturnu tradiciju i socijalizaciju. (Habermas, 1984, str: 101) Dramaturško djelovanje, kao treće karakteristično djelovanje, odnosilo bi se na sliku pojedinca koju on sam stvara o sebi, u kojoj on ima privilegirani pristup svim svojim dosadašnjim znanjima i vještinama, međutim u interakciji koju vodi s drugima ima nadzor nad onime što će pokazati, te time stvara sliku o sebi u javnosti kojom će zasjeniti neke unutarnje ciljeve. U ovoj se kategorizaciji djelovanja akter suprotstavlja publici, te koordinira svoje djelovanje prema publici ispred koje djeluje. Naposljetku, teorija komunikativnog djelovanja, kako ju je Habermas (1984, str: 8-12) izvorno zamislio, posjeduje tri karakteristike: a) razvijanje koncepta racionalnosti koji nije vezan niti ograničen subjektivističkim i individualističkim premisama moderne filozofije i društvene teorije; b) stvaranje dualnog koncepta društva koje integrira svijet života i sistemske paradigme; i posljednja, c) kritička teorija moderniteta koja analizira i adresira na patologije koje upućuju na preusmjeravanje, a ne na napuštanje ideje prosvjetiteljstva. Kritičkom rekonstrukcijom ideja klasičnih teorija Marxa, Webera, Durkheima, Meada, Lukacsa, Horkhaimera, Adorna i Parsonsa, koje smatra svojim zamišljenim partnerima, uzima u obzir da kreiranje teorije mora sadržavati i propitkivati metode i problematiku prijašnje ustanovljenih filozofskih misli ili se referencirati na empirijskoj društvenoj znanosti. Teoriju komunikativnog djelovanja zamišlja prvenstveno kroz zajedničko razumijevanje te koordinaciju svojeg djelovanja u argumentaciji, dogovoru i suradnji, te negira strategijsko djelovanje koje ovisi isključivo o sebičnom cilju sudionika (Habermas, 1984, str: 86). Na jezičnoj razini kojoj Habermas (1984, str: 288) pridaje mnogo pozornosti u teoretiziranju komunikativnog djelovanja, dolazi do spoznaje da je jezik kao sredstvo komunikativnog djelovanja također i sredstvo za razumijevanje među sugovornicima. Komunikativna namjera prema njemu kroz kritiku Meada (Habermas, 1987, str. 9) nastaje u tri koraka, u kojoj se gesta formira u simbole koji zamjenjuju značenja koja im pojedinac pridaje, zatim kroz ponašanje sudionika koje će kroz određeni stimulans izazvati reakciju drugoga kroz njihovu interakciju, te posljednji korak u kojem sudionici uče razliku između djelovanja u postizanju razumijevanja te

djelovanja koje je usmjereno vlastitom uspjehu. Kroz ta se tri koraka može vidjeti tranzicija iz interakcije kroz geste, do stupnja simboličke interakcije u kojoj se osim vlastitog, shvaća i stav drugoga. Kroz pojam internalizacije objašnjava kako pojedinac osim što daje značenje i strukturu akciji, daje značenje i smisao socijalnoj akciji, što ga diferencira od samorefleksije te daje refleksiju nečemu što je eksterno. Tako se s asimilacijom dolazi do potpunog razumijevanja ideja, i formira se jezik. Međutim, Habermas proširuje Meadovu teoriju da se lingvistički vođena interakcija odvija u dvije faze, simbolička gestna interakcija iz koje kasnije proizlazi normativna interakcija jezika simbola, Durkhaimovom teorijom koja objašnjava interakciju kroz fundamentalne moralne percepcije i rituale društvene solidarnosti. Lingvistifikacija rituala s normativnim sporazumom dovodi nas do racionalizacije svijeta života kroz različiti skup simbola koje su omeđene strukturom. Stoga možemo reći da jezik dakle jest čin komunikacije, ali se također i razlikuje od samog komunikativnog djelovanja. Ponašanje nije samo unutarnja spoznaja, već i vanjska refleksija koja se projicira kroz govor. Tomu je tako jer je čin komunikacije zapravo poveznica kojoj se mora otkriti namjera kako bi se razvrstala u ranije navedene četiri karakteristične vrste djelovanja. Stoga, čin komunikacije pravi razliku pripada li to djelovanje teleološkom ili komunikativnom djelovanju (Habermas, 1984, str: 295). Nadalje, čin komunikacije čije sredstvo je govor, predstavlja dublji autoritativni entitet u svojem potencijalnom obliku afirmacije onoga koji sluša. Preuzimanjem stava drugoga relacije između sudionika u interakciji predstavljaju recipročna značenja kroz reflektiranje. Viša forma životne percepcije i samosvijesti naspram jezično konstruirane forme unutarnje subjektivnosti dva su različita pojma, no zajedno tvore komunikativno djelovanje. Tvrdnje onoga koji priča, onaj koji sluša mora shvatiti s kritičkim razumijevanjem kako bi mogao razlučiti namjeru njegovih riječi i reagirati na nezavisan način od vanjskih utjecaja (1984, str: 305) te time doći do razumijevanja, što bi ugrubo značilo kako najmanje dvoje sudionika neke interakcije razumiju jezične izraze na isti način (1984, str: 307) Kako bi se to postiglo Habermas pravi formalnu pragmatičnu klasifikaciju govornih radnji na regulativni govor – govor subjektivne prirode, ekspresivan – govor zajedničkog društvenog svijeta, te konstativni – objektivan govor. Kroz ovu se klasifikaciju ustvrđuje u kojoj mjeri sudionici u nekoj interakciji i na koji način prihvaćaju ili ne prihvaćaju govor svojeg sugovornika. Iako smatra da u govoru postoje i druge govorne

nijanse, poput pitanja i odgovora, adresiranja, prigovaranja divljenja i priznanja, ili pak potvrde, poricanja, uvjeravanja, i sviđanja, ustanovljuje da te klasifikacije postoje kao različite razine unutar primarne klasifikacije. Primjerice, kod regulativnog govora razlikuje operativni govor, institucionalni govor koji se razlikuje od satisfakcijskog govora, no takav se govor, prema njemu, ne može u potpunosti analizirati kroz svakodnevni govor. Ovaj pristup stvaranju teorije o govoru radije proizlazi primarno iz komunikativne prakse svakodnevnog života, nego iz racionalne rekonstrukcije izoliranih i idealiziranih govornih radnji (Habermas 1984, str: 328). Pojedinac uporabom jezika daje razumijevanje svijetu oko sebe, i nudi onome s kojima vrši interakciju da shvati njegove vidike i razmišljanja. Isticanje jezika je važna prepreka razumijevanju društvenog kapitala u društvenoj znanosti. Polazeći iz tih pretpostavki, komunikativno je djelovanje ono koje kroz uporabu jezika ima za cilj konsenzus sudionika u interakciji. Prilikom definiranja europskog identiteta, kroz spomenutu teoriju komunikativnog razumijevanja, mogu se predvidjeti prepreke u jedinstvenom shvaćanju toga pojma. S obzirom na mnoštvo različitih službenih jezika unutar Europske unije, ali i različitih kulturoloških shvaćanja istih povijesnih zbivanja, pojedinci bi se mogli naći u sivoj zoni razumijevanja koja zbog svoje nedefiniranosti može proizvesti konflikte, prije nego konsenzus u komunikaciji. Habermasov pojam svijeta života, pružit će nam jasniji uvid u sfere komunikativnog djelovanja u kojima se stvara pojam europskog identiteta polazeći ne samo od govornih struktura, već i od pojedinaca koji djeluju kroz komunikaciju.

b) Svijet života (lifeworld)

Sudionici koji komuniciraju u svakome će trenutku doći do razumijevanja neodvojivo od pojma svijeta života (Habermas, 1984, str: 70). Ovaj se nejasan pojam uvijek definira kroz obrazloženje jasne situacije u kojima se sudionici nalaze, a u sebi sadrži mnoge interpretacije prethodnih generacija. Sačinjavaju ga prakse koje su se komunikativnim djelovanjem kroz povijest socijalizacijom i izražajnim funkcijama integrirale u svakodnevicu. Svijet života kao koncept konstantnog kreiranja i kretanja komunikativnog djelovanja, mora se promotriti iz kuta sistemske teorije. Habermas (1987, str: 119) pojam svijeta života objašnjava kroz pet različitih strukturnih pitanja. Trudi se objasniti kako je svijet života povezan s međusobnim razumijevanjem u

definiranju situacije. Referira se na Husslerovu definiciju koja polazi od socijalne strukture, pri čemu drži do toga da je svijet života proizašao iz kulturno prenošenih i jezično organiziranih zaliha interpretiranih obrazaca, te je time gramatički reguliran njegov koncept značenja. (1987, str: 123) Međutim, kritika definicije svijeta života da proizlazi isključivo iz socijalnih struktura odnosi se na izostavljanje osobnog iskustva sudionika te time poprima transcendentalnu vrijednost u shvaćanju jezika i kulturnih tradicija. Svijet života odnos je sudionik-život u kojem je sudionikovo djelovanje temeljeno na razumijevanju koje prati strukturu jezika. Komunikativno djelovanje, prema tome, ovisi o kooperativnom procesu interpretacije u kojoj sudionici simultano stvaraju situacije unutar modela objektivnosti, subjektivnosti i socijalnog života (1987, str: 120) Situacija stoga, kao segment svijeta života, dobiva značenje koje mu pridaju i sami sudionici. Habermas prema tome postavlja relaciju koncepta svijeta života u kontekstu komunikativne akcije s kolektivnom svijesti. Za razliku od Husslerovog pragmatičnog pogleda, on se osvrće na fenomenološku karakterizaciju svijeta života koju pronalazi kod Shütza i Lumanna. Njihov je odnos prema situaciji u velikoj mjeri zanemario strukturu. Sudionici prema njima polaze od svojeg osobnog plana, odnosno osobnog iskustva kao što su biografija, sustav vrijednosti, životni plan i priručno znanje, a fokus pojma situacije objašnjavaju kroz metode za rješavanje problema: tipifikacija, licem-u-lice, sedimentiranje znanja, socijalizacija te interpretativne sposobnosti (Dragojević, 1996, str: 86). Ono što Habermas u svojoj raspravi o svijetu života ovdje naglašava jest da i jednoj i drugoj teoriji nedostaje koncept međusobnog djelovanja istovremeno. Također, kao dotadašnji nedostatak navodi i neuzimanje u obzir komunikativne sfere situacije. Situacija svoje definicije dobiva u međuodnosu prošlog iskustva pojedinca koji sudjeluje u njoj, kao što posjeduje i gramatički reguliran kontekst znanja, no obuhvaća i pojedinčevu samosvijest o trenutku koji se upravo odvija. Komunikativno djelovanje naslućuje konstantnu preformulaciju zbivanja određene situacije, ono stoga nudi korelaciju između prošlosti i trenutka, između individualnog i strukturiranog, te spaja subjektivno s društvenim (Habermas, 1987, str: 127) Svijet je života, iz te perspektive konstantnog mijenjanja i nejasne vizije o tome što zapravo jest, paradoksalan jer pruža privid apsolutne sigurnosti u znanje pojedinca koji sudjeluje u nekoj situaciji. Tu svoju ulogu zauzima pojam svakodnevice kao treća karakteristika kojom Habermas pokušava objasniti koncept svijeta života. Kroz

interpretativnu sociologiju, odnosno pripovijedanje povijesnih događaja i društvenih okolnosti, svijet života promatra kroz prizmu svakodnevnog života. Narativna funkcija u pojmu svakodnevice u službi je trivijalne potrebe međusobnog razumijevanja, ali i pojedinčevog razumijevanja života koji ga okružuje. (Habermas, 1987, str: 136). Ovime ulazimo u sferu kolektiviteta, čije postojanje isključivo proizlazi iz zajedničkog jedinstvenog razumijevanja svijeta života s kojim se formira kolektivni identitet, ključan za tezu ovoga rada. Zajedničko razumijevanje situacije proizlazi iz reprodukcije kulture, socijalne integracije i socijalizacije. Ova tri pojma nikako ne smiju isključiti pojedinčevu osobnu svijest koja je objašnjena ranije u tekstu. Sudionici u komunikativnoj akciji stvaraju, potvrđuju ili obnavljaju pripadanje određenoj društvenoj skupini i svojeg vlastitog identiteta. Komunikativno djelovanje nije samo interpretacija, već ostavlja prostor i novim spoznajama i inovacijama (Habermas, 1987, str: 137). Međutim, socijalna integracija povezuje novonastale situacije s postojećim uvjetima svijeta na društvenoj dimenziji. Koji su, stoga, uvjeti za stvaranje svijeta života te koja je funkcija komunikativnog djelovanja u održavanju strukturalno različitih svjetova, sljedeća je karakteristika kojom Habermas objašnjava pojam svijeta života. Doprinos socijalizacije u stvaranju svijeta života, kroz sistem osobnosti kojim pojedinac potvrđuje svoj identitet, ima dvije komponente. Jedna jest stvaranje identiteta kroz interpretaciju postignuća, a druga jest motivacija koju pojedinac ima u djelovanju, a koje ovisi o normama (Habermas, 1987, str: 141) Habermasova misao vodilja u stvaranju svijeta života proizlazi iz limitiranosti mogućnosti koje pojedinac ima unutar struktura, a problem nastaje kroz materijalnu reprodukciju svijeta života s obzirom da je povezan s racionalizacijom koja uvjetuje stvaranje svijeta života kroz obrasce socijalne strukture (1987, str: 148). Naposljetku, Habermas uzima u obzir limitacije definicije svijeta života. Tri su karakteristike u kojima pokušava ustvrditi te limitacije: autonomija aktera, nezavisnost kulture te transparentnost komunikacije (1987, str: 149). Ovime nastoji ukazati na važnost kritičkog stava u razumijevanju svijeta života koji stvara pojedinčevu svakodnevicu, kako bi se kroz povezanost ove tri karakteristike mogao kretati prema razvoju. Pri tome, svaki je pojedinac autonoman prilikom razumijevanja i donošenja zaključaka prilikom interakcije i donošenja odluka prilikom vlastitog djelovanja, ali je neodvojivo od toga vezan uz zalihe znanja koje je stekao kroz socijalizaciju unutar neke kulture. Zbog interakcije ovih dvaju potpuno različitih sfera, transparentnost interakcije

proizlazi u međuodnosu strukturiranog koncepta komunikacije s pojedinčevim vlastitim djelovanjem. Kroz definiciju komunikativnog djelovanja i osnovnog pojmovnog konstrukta svijeta života uz kojeg se ona veže, u radu će se kroz teoriju Jürgena Habermasa, koja je potonje prikazana, nastojati objasniti stvaranje europskog identiteta u suvremenom svijetu. U nastavku će rada taj teorijski okvir zauzeti ključnu ulogu u objašnjavanju teze rada koja naslućuje kreiranje europskog identiteta kroz komunikativno djelovanje u svakodnevici svijeta života.

c) *Europski identitet u svakodnevici svijeta života*

Ključna stavka socijalizacije, kroz koju se odvija učenje o vlastitom identitetu, odvija se upravo u komunikaciji s drugima. Komunikacija, bila ona verbalna ili neverbalna, uključuje viši stupanj razumijevanja njezinog konteksta i shvaćanja namjere zbog koje se odvija, kako unutar sebe, tako i u refleksiji s drugim pod utjecajem postojećih zaliha znanja. Ranije u tekstu objašnjena je ideja o europskom identitetu koji traži afirmaciju u historijskom i kulturnom okviru Europe, sustavu vrijednosti građana Europske unije, njezinim simbolima i slično. Također, objašnjeno je zašto europski identitet nije priznat kao nacionalni identitet te se uvodi svojevrstan pojam nadnacionalnog identiteta. Međutim, tema ovog rada upravo je traženje načina na koji se kreira europski identitet kroz koncept komunikativnog djelovanja. Komunikativno je djelovanje u kreiranju europskog identiteta ima ključnu ulogu u suvremenoj svakodnevici svijeta života upravo zato što u javnom diskursu europski identitet nije prihvaćen kao nešto prirodno, odnosno što postoji samo po sebi, stoga se komunikativnim djelovanjem pokušava izgraditi razumijevanje pojma europskog identiteta te nastoji ustaliti praksa korištenja pojmova europsko i Europljani. Trend razumijevanja europskog identiteta proširio se među znanstvenicima, od kojih su neki radovi obuhvaćeni ranije u tekstu, a polako dobiva i sve veći značaj u javnoj sferi, pa time ulazi i u kolokvijalni diskurs.

Kanali stvaranja javnog diskursa o europskom identitetu su brojni, no u radu će biti objašnjen kroz Habermasove navedene razine komunikativnog djelovanja. Zadržimo li se na razumijevanju pojmova europskog identiteta u svakodnevici, valjalo bi navesti nekoliko primjera iz svijeta života kojim se pokušava kreirati njegovo shvaćanje kroz javnu sferu. Prilikom ulaska Hrvatske u Europsku uniju održana je svečana ceremonija

u njenome glavnom gradu Zagrebu, na Trgu bana Josipa Jelačića, ujedno i glavnog trga. Svega nekoliko desetaka metara udaljen od glavnog trga, grad dobiva novi trg kao simbol hrvatskog pristupanja Europskoj uniji – Europski trg ili Trg Europe. Na tom se trgu nalazi skulptura zvijezde, jednog od simbola koji čini europsku zastavu, a na nju je postavljena mramorna kocka koju krasi datum hrvatskog pristupanja Europskoj uniji (01. srpnja, 2013.). Ovim postupkom, stanovnici grada Zagreba i oni koji ga samo posjećuju, Habermasovom su definicijom regulativnog govora dobili novi pojmovni okvir koji postaje dio njihova svijeta života. Korištenjem naziva Europski trg u svakodnevnom govoru, sudionici interakcije koji koriste taj pojam ne obuhvaćaju simboliku zbog koje je stvoren, već svrsishodno koriste taj pojam kao mjesto na kojemu će iz nekog sebi svojstvenog razloga djelovati. No da se sva navedena simbolika i dalje dovodi u pitanje svjedoče krizni faktori koji djeluju oprečno potvrđivanju europskog identiteta, kao što je prošlogodišnji Brexit, referendum Ujedinjenog Kraljevstva kojim se izglasao izlazak iz Europske unije. Također i izbjeglička kriza te ustaljeni strah od terorizma koji vlada područjima Europe i želja za zatvaranjem granica. Ove situacije rađaju nova pitanja za znanstvenike u okvirima pitanja koja je geopolitička agenda tih novih zbivanja koja su zadesila europski kontinent, no o kojima se neće voditi daljnje rasprave zbog toga što bi se tom raspravom mogao izgubiti fokus s komunikativnog djelovanja u stvaranju europskog identiteta.

Vratimo li se na teorijski okvir komunikativnog djelovanja vidljivo je kako ono ima više razina na kojima može počivati izgradnja europskog identiteta (Habermas, 1984; 1987). Prva razina formalna je politička razina, stvorena od pravnih obrazaca, kulturnih simbola formiranih kroz povijest i historijske okvire, koja sustavno djeluje na pojedinčevo shvaćanje ovoga pojma. Europska unija, kao što je objašnjeno kroz definiranje pojma europskog ideja i kroz povijest ideje europskog identiteta, svjesno stvara politiku kojom bi se europski identitet trebao prihvatiti među stanovnicima Europske unije. Druga bi razina podrazumijevala individualno razumijevanje toga pojma i korištenje pojma u danim situacijama, to jest osobni osjećaj o svom nacionalnom identitetu spram europskog identiteta ili obratno. Neka su formalna pitanja o osjećaju europskog identiteta obuhvaćena Eurobarometrom, međutim uzmemo li Eurobarometar kao instrument koji se koristi za mjerenje nečijeg osjećaja Europljaninom, u tom obliku također možemo pronaći podizanje svijesti o europskom

identitetu kroz komunikativno djelovanje. Zadržavati na svakoj situaciji u kojoj se pojedinac može pronaći kako koristi pojam europskog identiteta, bilo bi preopširno da bi se okupiralo time, no valjalo bi u svakom slučaju osvijestiti kako se i kroz te sfere života ustanovljuje europski identitet. Fokus kreiranja europskog identiteta, ipak će se promotriti kroz instrumente Europske unije kojom se kreira osjećaj europskoga, te kroz medijski javni prostor, odnosno javnu sferu, te ih obrazložiti kroz koncepte teorije komunikativnog djelovanja.

Deklaracijom o europskom identitetu (1973) ustanovljeni su ciljevi Europske unije za stvaranje europskog identiteta kao nacionalnog identiteta. Kasnijim se politikama, kao što je to vidljivo u službenom listu Europske unije, prema regulaciji Europskoga vijeća 2014. godine donosi se dokument „Europa za građane" (*Concile regulation no 390/2014, Establishing the „Europe for Citizens" programme for the period 2014-2020*), kojom se nastoji ostvariti nova struktura europskog identiteta kroz poticaje aktivnosti za ostvarivanje europske kulturne različitosti europskim prisjećanjem, kojim se utemeljuje historiografski model. Također, dokument se odnosi na financiranje demokratske uključenosti i političke participacije, koji će omogućiti aktivistima da stvaraju metode i aktivnosti koje će se odnositi na političku agendu Unije, ali i za međusobno razumijevanje, kulturni dijalog, solidarnost, društveni angažman i volontiranje. U fokusu financiranja također su i mladi ljudi, te participacija žena u političkim i ekonomskim odlukama. Europska unija izdvajanjem određenog dijela budžeta za promicanje vrijednosti direktno utječe na strukturu u kojoj se ideja europskog identiteta širi u javnoj sferi. Poticanje različitih projekata u kojima će se diskurs o vrijednostima širiti među ciljanom skupinom, i kreirati slika o zajednici, poticati teme razgovora koje će se voditi na temelju vrijednosti koje se promiču, ide u korist strukturalnoj teoriji identiteta. Na prvi pogled ovakav diskurs djeluje kao kreiranje kulturnog identiteta, što bi potvrdilo Höjelidovu (2001) tvrdnju o optimističnoj teoriji nacionalnog identiteta, iako se kroz historijske obrasce nastoji povezati suvremene vrijednosti s onime što je bilo prisutno i ranije. Kroz Habermasovu teoriju komunikativnog djelovanja, mora se uzeti u obzir da je i u ovom slučaju također prisutna i fenomenološka karakteristika stvaranja novih vrijednosti, jer se bez obzira na strukturalnu usmjerenost njegovog stvaranja, u znanstvenom diskursu daje naslutiti nepostojanje europskog identiteta kao nacionalnog identiteta (Pinterač, 2003, Vrcan,

2005, Sršen, 2013). Međutim, stvaranjem novih interakcija među stanovništvom Europske unije, pa tako i interakcije kroz znanstveni diskurs o europskom identitetu, dolazimo do spoznaje da se upravo kroz takvo djelovanje ovaj pojam našao kao sredstvo koje se pokušava razumjeti. Novi pojmovi koji nastaju, kao što je potonje navedeni Europski trg, ili stapanje Hrvatske u pojam regije s državama bivše Jugoslavije, kao što je to popularno u suvremenim medijima, dalo bi naslutiti da se kroz jezičnu gramatiku nastoji konstruirati novi svijet života pojedinca, međutim diskutabilno je hoće li ih i kako će ih publika prihvatiti ili shvatiti. Korištenje tih novih pojmova, u javnoj je sferi još uvijek nerazumljivo, međutim svakodnevnom interakcijom, sudionici im pokušavaju dati smisao. Različiti programi za razmjenu mladih, financirani od Europske unije, među tom populacijom kroz formalno i neformalno obrazovanje stvaraju definicije obrazaca europskih vrijednosti, pružaju im priliku putovanja, studiranja, volontiranja i rada izvan granica svoje države, a time i interakciju s članovima drugih nacionalnih zajednica čime se dobiva privid zajedništva. Ovime ostaje otvoreno pitanje je li i to sredstvo razbijanja granica i predrasuda koje su stvorene nacionalnim identitetom? No uzmemo li u obzir da je za komunikativno djelovanje važno razumijevanje među članovima koji sudjeluju u interakciji, kako se europski identitet može snaći u diverzificiranom govornom području europskog građanstva, kao i u diverzificiranom shvaćanju osnovnih povijesnih pojmova? Pitanja su koja se tek trebaju istražiti i za čije je odgovore potrebno vrijeme.

4. Metodologija konceptualizacije europskog identiteta

Prilikom odabira teme, značajan utjecaj imala je sumentorica doc.dr.sc. Andreja Sršen, koja je uz preporuku knjige Europljani, Åke Dauna i Sörena Jansona (2004), otvorila mogućnost konceptualizacije teme ovoga rada. Iako knjiga Europljani (2004) kao prva pročitana literatura, nije mnogo korištena u konstrukciji samoga rada, ona je bila prvi korak pri njegovu stvaranju i otvaranju pojmovnog okvira europskog identiteta. Međutim, teorija komunikativnog djelovanja Jürgena Habermasa (1984; 1987) proizašla iz razgovora o fokusiranju na određeni aspekt europskog identiteta, s obzirom na njegovu široku pojmovnu strukturu, dala je značajni teorijski okvir kod objašnjavanja

koncepta europskog identiteta. S obzirom da je interes rada bio usmjeren na pitanje kako se europski identitet kreira kroz uporabu svakodnevnog govora, teorija komunikativnog djelovanja bila je prvi izbor kojim bi se pojam europskog identiteta uopće mogao opisati na sociološki način, a da pri tome zadrži fokus na davanju odgovora za postavljeno pitanje. Samo pitanje, usmjerilo je rad kroz teoretiziranje govornih struktura u kojima europski identitet nastaje. Interes da se europski identitet objasni kroz jezične strukture i komunikativno djelovanje, stvara i naslov samoga rada. Istraživanje postojeće literature, da bi se ostvario koncept, odnosilo se na pretraživanje internetske baze podataka o postojećim člancima na temu europskog identiteta. Ponuđeni znanstveni radovi Stefana Höjelida (2001), Uroša Pinteriča (2003), Srđana Vrcana (2005) te Andreje Sršen (2013) koji su korišteni u tekstu bili su prvi znanstveni doticaj s objašnjenjem europskog identiteta koje je korišteno u radu. A ideje kojima se vode u svojim znanstvenim radovima, dovele su pokušaja da se ponudi jasnija slika o europskom identitetu kroz definicije identiteta, kulturnog identiteta, nacionalnog identiteta te nadnacionalnog identiteta. Teorijski okvir za te pojmove pružaju korištene knjige Stuarta Halla i Paula du Gaya (1996) te Mladena Ančića (2008), te također i znanstveni rad Jamesa Fearona (1999). Uz postojeće knjige i znanstvene radove, u radu su potkrijepljene tvrdnje izvornim dokumentima Europske unije Deklaracijom o Europskom identitetu, te Solemnskom deklaracijom o Europskoj uniji. Za spajanje teorijskog koncepta identiteta i komunikativnog djelovanja, korištena je knjiga Hrvatsko jezično pitanje danas, Identiteti i ideologije, Anite Peti-Stantić i Keith Langston (2013). Njome je objašnjeno stvaranje nacionalnog identiteta kroz upotrebu jezika, čime je napravljena premosnica za uporabu teorije komunikativnog djelovanja prilikom stvaranja idete o europskom identitetu. Nadalje, rad sadrži znanstveni presjek Habermasova rada koji stvaraju Honneth i Joas (1991), te znanstveni rad Rade Dragojevića (1996) kao nadopunu Shützove teorije svijeta svakodnevice života. Korišteni znanstveni okvir služio je za pružanje uvida u postojeće teorije, koje se u ovom radu upotrebljavaju za teorijsko modeliranje fenomena europskog identiteta, čije rezultate ćemo objasniti u nastavku. Za rezultate o svijesti europskog stanovništva o europskom identitetu korišteni su rezultati Eurobarometra iz 2015. godine. Prema njima će u nastavku biti pružen uvid u postojanje europskog identiteta u javnoj sferi iz čega će naknadno biti donesen i zaključak teme rada.

5. Pojam Europljana - Rezultati i rasprava

Dobivanjem statusa europskih građana, označen je prvi je korak priznavanja europskog identiteta koji počiva u statutu Europske unije. Međutim, jaz između onoga što je zapisano u statutu te stvarne percepcije prema Eurobarometru (2015), demonstriraju dobiveni rezultati koji kažu da je 87 posto ispitanika (slučajno odabranih pojedinaca iz zemalja članica Europske unije te zemalja koje su u postupku pristupanja) upoznato s pojmom europskog građanstva, što pokazuje povećanje u odnosu od 9% u odnosu na 2007. godinu. Međutim, na pitanje o tome znaju li što taj pojam predstavlja, iako je većina od 52% ispitanika odgovorila potvrdno, te to predstavlja povećanje od 11% u odnosu na 2007. godinu, još uvijek postoji siva zona onih koji nisu upoznati značenjem toga pojma. Kulturne razlike i jezične barijere u istoznačnom definiranju europskog identiteta u ulozi su diferencirajućeg faktora, zbog kojeg se nailazi na

Ograničenost konceptualizacije pojma europskog identiteta sažetog u ovom radu proizlazi isključivo iz odabrane literature koja je o toj temi mnogobrojna, ali se u radu sažima na izbor od svega nekoliko radova koji se bave objašnjenjem pojmova temeljnih za odgovaranje na pitanje na koji se način stvara europski identitet. Uvid u različite definicije identiteta pomogao je u shvaćanju razina djelovanja europskog identiteta koje se obuhvaćaju tim pojmom. Identitet stoga, kroz pojedinčevo shvaćanje sebe različito od drugoga, a istovremeno izjednačavanje s grupom po zajedničkim karakteristikama, kroz osjećaj ponosa i karakteristika koje pojedinac posjeduje po rođenju ili koje usvaja kroz socijalizaciju, obuhvaća strukturu i pojedinca. Ključno je bilo objasniti pojam identiteta kako bi se došlo do definicije europskog identiteta zbog nepotpune razumljivosti toga pojma. Osim definicije identiteta, obuhvaćene definicije kulturnog i nacionalnog identiteta, povezuju širu razinu europskog identiteta te u radu služe kao alat za oblikovanje nove identitetne skupine u koju možemo svrstati europski identitet. Time se ukazala razlika koja europski identitet razdvaja od ova dva pojma te ga stavlja u kontekst nove konceptualne tvorevine – nadnacionalnog identiteta. Potvrdu da je europski identitet više od nacionalnog identiteta pronalazimo i u samom statutu Europske unije, u kojoj se jasno naznačuje da se nacionalna pripadnost ne poništava pripadanjem građanstvu Europske unije, već se time samo proširuje. Nacionalni identitet u postojećoj fazi nije oslabio spram pojave europskog identiteta, stoga je nužno

europski identitet promatrati iz potpuno nove perspektive, kojom se gradi suverenitet Europske unije. Mnoga pravna svojstva ukazuju na sličnosti s nacionalnim identitetom, no ključnu ulogu u razdvajanju igra upravo jezik, koji zemlje članice ne dijele kao nešto zajedničko, već naprotiv imaju sebi svojstven službeni jezik koji im pomaže u razumijevanju prilikom svakodnevne interakcije i definiranja situacije. Vođeni teorijom Jürgena Habermasa, komunikativno djelovanje nastaje u trenutku kada pojedinci u interakciji teže razumijevanju, stoga mnoge sive zone zbog nerazumijevanja istoznačnih pojmova koji se formiraju u javnom diskursu o europskom identitetu, mogu donijeti konfliktna shvaćanja prilikom identifikacije s europskim građanstvom. U iščitanoj literaturi jedan od tih konflikata jest upravo strah da će nacionalni identitet nestati zbog poistovjećivanja s europskim identitetom. Međutim, daleko je još do toga kada bi se ovakav strah mogao pokazati ispravnim. Europski identitet tek je u povojima svojeg nastanka i ideja je koja je prisutna tek četrdesetak godina te se razvija kroz interakciju pojedinaca koji prihvaćaju ili ne prihvaćaju strukturne forme, no to ju ne čini ništa manje stvarnom. Ona je stvarna jer postoji u percepciji ljudi i moguće je o njoj voditi raspravu. Znanstvenici su usmjerili svoja teoretiziranja o europskom identitetu prema problematici njegovog nastajanja u novonastalim strukturama koje se nastoje uvrstiti u javni diskurs, međutim ovim radom daje se nova jezična perspektiva koja postavlja pitanja kako se kroz govor i komunikativno djelovanje kreira percepcija ovoga pojma.

Rezultati istraživanja o konceptu europskog identiteta kroz teorijski okvir komunikativnog djelovanja Jürgena Habermasa dovode do zaključka da je prisutnost europskog identiteta u svakodnevnoj upotrebi govora jednako tako strukturalna kao što se miješa s individualnim shvaćanjem. Europska unija ulaže napore u kreiranje javnog europskog diskursa i demokratske većine, međutim demokratska većina još uvijek nije ustanovljena te se zbog toga u mnogim raspravama uzima dvojaka legitimnost europskih zakonodavnih tijela, ali se zbog toga i ne može u potpunosti negirati. Prije nego li je to teleološko djelovanje da se jednostrano uvede shvaćanje o europskom identitetu, sa sebičnim ciljem elite koja pokušava obrisati nacionalni identitet i nametnuti europski identitet kao višu instancu, na stvaranje europskog identiteta mora se gledati kao na konsenzus koji će ujediniti Europsku zajednicu i time stvoriti konkurentnost na svjetskom tržištu, ali i pružiti sigurnost svojim građanima. Komunikativnim djelovanjem zabilježene su mnoge rasprave u kojoj se fluktuirajuće

kreiraju novi pojmovi i nova shvaćanja kroz koja kasnije nastaje svijet života pojedinca u kojem on interpretira taj pojam. Interpretacijom europskog identiteta, pojedinac isto tako ostavlja vlastiti trag u poistovjećivanju ili protivljenju poistovjećivanja s tom identitetskom skupinom. U konačnici, identitet nastaje kroz internalizaciju pojmova, stoga je kao dio svakodnevne rasprave identifikacija konstantna nadogradnja na postojeću pojmovnu strukturu. Kroz komunikaciju s drugim, prepoznaju se sličnosti i različitosti, a ukidanjem granica i slobodnim kretanjem stanovništva, dodirivanje nekad ograničenih doticaja različitih kultura, pospješuje se slobodno kretanje stanovnika Europske unije i upoznavanja drugih, te širenja vlastite kulture. Iako se bazično nastoji prikazati zajednička povijest i kreiraju se zajedničke vrijednosti koje se štite zakonodavnim tijelima Europske unije, ključan je upravo dio u kojem pojedinci postaju svjesni svojih prava, a taj se proces odvija usporeno i ne još se uvijek ne prepoznaje u demokratskoj većini.

Kroz komunikativno djelovanje europski identitet polako ulazi u svijet života. Svakodnevnica ovoga pojma kroz medije i ostale komunikacijske kanale zauzima određeni dio javne sfere u kojoj pojedinci interaktivno sudjeluju u raspravama i stvaranju europskog identiteta. Uvođenjem simbola koji postaju dio svakodnevice, korištenje europske zastave na državnim institucijama, korištenje eura kao valute (koja međutim još uvijek nije prisutna u svim državama članicama) kreira se novi svijet života u kojem pojedinac djeluje. Novim nazivima kao što su Trg Europe, ili korištenje pojmova Europljani, europska politika, i tome slično, može se zaključiti da je prisutnost koncepta europskog identiteta zahvatio svijet života te postaje dio svakodnevice pojedinaca. Međutim, još su vidljivi razdvajajući faktori koji dijele mišljenja stanovnika Europske unije koji su vođeni strahovima da će njihov nacionalni identitet doći u pitanje opstojnosti, što je vidljivo iz podijeljenih mišljenja po pitanju izbjegličke krize i zatvaranja granica zbog straha od terorističkih napada, ili pak krajnji oblik nezadovoljstva iskazan izglasavanjem izlaska iz Europske unije kao što je to bio slučaj s Ujedinjenim Kraljevstvom. Sve to dovodi do zaključka da je europski identitet još uvijek obavijen upitnim, prije nego li definirajućim faktorom.

Komunikativno djelovanje pružilo je jasniji uvid u suvremena zbivanja kada je riječ o europskom identitetu. U potrazi za njegovim razumijevanjem u korištenim znanstvenim

radovima izostavio se taj teorijski koncept te se s ovim radom taj nedostatak nastoji ispraviti, čime bi se dovelo do njegove jasnije strukturacije. Uzmemo li u obzir sve navedene definicije, jasno je da je europski identitet novonastala tvorevina koja se tek nastoji ostvariti u zajedničkoj povijesti i zajedničkim vrijednostima, a da bi bila priznata mora obuhvatiti određeni vremenski period u kojem će njezino shvaćanje kroz socijalizaciju novih generacija legitimirati njegov status u razumijevanju njegova pojma. Iako od europskog identiteta ne možemo pobjeći, niti ga se može negirati, potrebno ga je razumjeti. Kroz strukturalno shvaćanje ono nastaje u suvremenom svijetu, njega se kreira i time bi ga se trebalo okarakterizirati kao konstrukt, međutim mnogi napori koji se danas ulažu u potragu za zajedničkom kulturom zemalja članica, zajedničkom poviješću i vrijednostima, mogu u budućnosti doprinijeti boljem razumijevanju njegova pojma, a prema dosadašnjih shvaćanjima društvenih teorija, moglo bi dovesti i do potpunog prihvaćanja tog nadnacionalnog identiteta. Budući da je komunikativno djelovanje traženje konsenzusa, u nastojanjima Europske unije da europski identitet bude priznat među njezinim stanovnicima, kroz različite legislative nastoji postići razumijevanje toga pojma kroz stvaranje svijeta života i njegova uvođenja u svakodnevicu pojedinaca koji u njoj djeluju. Budućnost europske integracije leži u razumijevanju pojma europskog identiteta i iz toga se potvrđuje važnost daljnje rasprave o ovome pojmu. Potreba za daljnjim istraživanjima o učincima do kojih će dovesti nova Europska politika te potreba za stvaranjem demokratske većine i stvaranje sigurnosti europskog stanovništva, u sebi sažima mnoga pitanja koja bi u sve većoj mjeri trebala interesirati društvene znanstvenike kako bi se mogao definirati ovaj, do sad ne zabilježeni, politički entitet koji možda svojim postojanjem dovodi do neke nove svjetske prakse.

6. Zaključak

Postavimo li pitanje postoji li koncept europskog identiteta, odgovor je svakako potvrdan. Europski identitet polako se, kroz različite strukture i individualno djelovanje, uvlači u javni diskurs te postaje dio svakodnevice svijeta života europskog stanovništva. Kao što su pokazali rezultati Eurobarometra iz 2015, europsko je stanovništvo sve

svjesnije svojih prava kao europskih građana, a to čini prvi korak k aktualizaciji demokratske cjeline Europske unije. Radom su se obuhvatile različite definicije nacionalnog i kulturnog identiteta, kako bi se naposljetku mogao definirati i sam europski identitet, što je naposljetku omogućilo teoretiziranje o kreiranju europskog identiteta kroz teoriju komunikativnog djelovanja Jürgena Habermasa. Europski identitet, prema rezultatima istraživanja njegova fenomena u postojećoj literaturi zauzima prostor nove vrste identiteta, čiji se pojmovni okvir ustanovljuje u strukturi nadnacionalnog identiteta. Tendencije da je nacionalni identitet moguće stvoriti kroz intenzivne političke mjere i strukturu, te da bi kroz vrijeme kao takve mogle biti prihvaćene, u radu su pokazale da postojeći znanstveni diskursi na tu temu imaju dvojake poglede. Dok jedni tvrde da je nacionalni identitet prirodni entitet (Markovič 1995, u Pinterič, 2003), drugi smatraju kako je on konstrukt koji nastaje u ranoj društvenoj povijesti (Höjelid, S. 2001). Ideja o nacionalnom identitetu kao prirodnom identitetu, suprotna je ideji da se koncept europskog identiteta može kreirati u okvirima nacionalnog identiteta kroz određene strukturne mjere, međutim, ideja europskog identiteta kao nadnacionalnog identiteta upravo ka tome teži. Suvremena slika koncepta europskog identiteta, te političke mjere Europske unije koje su prikazane u radu, svjedoče da doista postoji strukturirano kreiranje ove ideje u svakodnevici svijeta života. Habermasova je teorija komunikativnog djelovanja, međutim, ipak poljuljala vjerovanje da je europski identitet isključivo strukturni koncept. U službi koncepta europskog identiteta ona spaja ulogu sustava spram pojedinca, ali ne izostavlja pojedinčevu snagu da mijenja koncepte prema vlastitom shvaćanju i stvara vlastitu predodžbu i razumijevanje pojmova koje sustav svojevrsno nameće u javnoj sferi. Europska unija svakako osjeća posljedice demokratskog deficita (Höjelid, 2001) ne samo kroz pravne strukture u kojima se potvrđuje njezin legitimitet, već i kroz shvaćanje o zajednici koja će stvoriti pojam o zajedničkom europskom identitetu. Međutim, u trenutnom ranom stadiju povoja ideje o europskom identitetu ne možemo zaključiti da se takvo što neće dogoditi. Komunikativna teorija, ipak, pokazuje tendenciju korištenja europskih pojmova u svojoj gramatici, a simbolikom se nastoji uvući u svakodnevni regulativni govor (Habermas, 1984). I dok se doista može objasniti kroz komunikativno djelovanje, istovremeno djeluje polazeći od zajedničkog razumijevanja toga pojma, što je u zajednici koja je jezično diverzificirana jedan od

ključnih problema da se smanji jaz u konfirmaciji europskog identiteta. Dileme koje su iz toga i dalje vidljive, odnose se na strukturalno i prirodno shvaćanje europskog, odnosno nacionalnog identiteta. Pojedinac da bi osjećao ponos i pripadnost nekoj kategoriji identiteta, mora razumjeti pojam identiteta kao nešto što je prisutno u njegovom svakodnevnom svijetu života. U nedostatku razumijevanja, kritično je stvaranje zajedničkog osjećaja spram europskog identiteta.

Zaključno, kreiranje europskog identiteta kroz koncept teorijskog djelovanja Jürgena Habermasa, ovim je radom tek malim značajem ukazao na važnost komunikacije u svijetu života, kao jednim od ključnih alata za njegovo stvaranje. Niti jedna vrijednost ili simbol ne može tvoriti zajednički identitet, a time niti zajednicu, ako među sudionicima postoji nerazumijevanje ili različito razumijevanje pojmova. Komunikativno djelovanje nalaže da se kroz interakciju sudionika u određenoj situaciji istodobno uzimaju shvaćanja iz svijeta života te zalihe znanja pojedinca, kao što se uzima i kreiranje vlastitih značenja pojedinaca uključenih u djelovanje u danom trenutku (Habermas, 1987). Ono dakle isključivo postoji u nesebičnom djelovanju aktera da razumijevanjem simbola govora dođu do zajedničkog konsenzusa. Iz toga proizlazi da Europska unija u svojim nastojanjima da stvori zajednicu koja osjeća pripadništvo te ponos spram europskog identiteta, mora uzeti u obzir i pojedinčeve vrijednosne strukture koje su ograničene njegovim biografijom i zalihom znanja. U suhoparnom poticanju ideje europskog identiteta isključivo kroz promicanje političke agende ideje Europske unije, ovakav pristup može izazvati otpor onih kojima su te agende prezentirane. Međutim, relativno novonastala ideja europskog identiteta ima još mnogo prostora da kroz vrijeme zauzme značaj u populaciji europskog građanstva, na znanstvenom je svijetu da propitkuje i istražuje učinak koji ona ima za društvo i njegovu razvojnu politiku, te da predvidi kretanje učinka takve politike u pozitivnom ili negativnom smjeru.

Popis literature

Ančić, M. (2008) *Što „svi znaju" i što je „svima jasno". Historiografija i nacionalizam.* Zagreb: Hrvatski institut za povijest.

Dragojević, R. (1996) Životosvijetni krajolik „dobro obavještenog" Alfreda Schütza. *Revija za sociologiju, vol. XXVII, no. 1-2,* str.: 85-96

Daun, Å. i Janson, S. (2004) *Europljani. Kultura i identitet.* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Fearon, J. D. (1999) What is Identity (As We Now Use The Word)? *Department of Political Science, Stanford University, CA 9435*

Habermas, J. (1984) *Theory of Communicative Action vol. 1. Reason and the Rationalization of Society.* Boston: Beacon Press

Habermas, J. (1987) *Theory of Communicative Action vol. 2. Lifeworld and System. A Critique of Functionalist Reason.* Boston: Bacon Press

Hall, S. i du Gay, P. (1996) *Questions of Cultural Identity*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE, str.: 1-18

Honneth, A. i Joas, H. (1991) *Communicative Action: Essay on Jürgen Habermas's. The Theory of Communicative Action.* Massechusetts, Cambridge: The MIT Press

Höjelid, S. (2001) European Integration And The Idea of European Identity. Obstaccles and Posibilitie. *ECPR Joint Sessions Grenoble, workshop: 19*

Peti-Stantić, A i Langston Keith (2013) *Hrvatsko jezično pitanje danas. Identiteti i ideologije.* Srednja Europa. Zagreb.

Pinterič, U. (2003) National and Supranational Identity in Context of the European Integration and Globalization. *Društveno istraživanje Zagreb, god. 14, br. 3(77)*, str.: 401-420

Sršen, A. (2013) Konstrukcija europskog identiteta – Prilog prepoznavanju upitnog konteksta. *Međunarodne studije, god. 13, br. 2*, str: 27-42

Vrcan, S. (2005) Europski identitet. Neke ključne dileme. *Revija za sociologiju, vol. XXXVI,* str.: 7-21

Mrežni izvori:

Eurobarometar (2015)
http://ec.europa public_opinion.eu/