

Vera Backović*

*Odeljenje za sociologiju,
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu*

UTICAJ FOTOGRAFIJA NA ODGOVORE ISPITANIKA O SIMBOLIMA GRADA**

Apstrakt: U ispitivanju urbanog identiteta Beograda primenjena je foto-elicitacija anketnog karaktera u onlajn istraživanju „Identitet Beograda“. Istraživanje je sprovedeno u novembru 2024. godine na uzorku od 173 ispitanika, koji su činili studenti društvenih i humanističkih nauka Univerziteta u Beogradu. Reč je o metodskom postupku koji nije zastupljen u domaćim istraživanjima. Osobenost foto-elicitacije kao metoda prikupljanja podataka jeste upotreba vizuelnog materijala čija je svrha da podstakne odgovore ispitanika u skladu s predmetom istraživanja, prevashodno u intervjuima i fokus grupama. U radu se analizira na koji način su fotografije simbola Beograda u onlajn anketi uticale na odgovore ispitanika. Prvo se njihov uticaj ispituje putem prihvatanja ili neprihvatanja simbola grada koji su prikazani na petnaest fotografija. Analiza se zatim usmerava na poređenje samostalno formulisanih odgovora i odgovara koji su dati prilikom procena simbola na fotografijama. Na kraju se analizira izbor novih simbola nakon gledanja fotografija.

Ključne reči: foto-elicitacija, fotografija, simbol grada, identitet grada, Beograd

Uvod

Identitet Beograda proučavan je na osnovu tipologije urbanog simbolizma (Nas, Jaffe and Samuels 2006; Nas, De Groot and Schut 2011). Tipologija je formirana u zavisnosti od „simboličkih nosilaca“, a među tipovima urbanog simbolizma moguće je razlikovati: materijalni, bihevioralni, diskurzivni, personalni i emocionalni simbolizam (Nas, Jaffe and Samuels 2006; Nas, De Groot

* vera.backovic@f.bg.ac.rs, <https://orcid.org/0000-0003-4850-9247>

** Realizaciju ovog istraživanja finansijski je podržalo Ministarstvo nauke, tehnološkog razvoja i inovacija Republike Srbije u sklopu finansiranja naučnoistraživačkog rada na Univerzitetu u Beogradu - Filozofskom fakultetu (broj ugovora 451-03-33/2026-03/ 200163).

and Schut 2011). Za potrebe ovog rada, ukratko će biti predstavljeni elementi od kojih se sastoji identitet Beograda (više o ovoj temi u Spasić and Backović 2020; Backović 2024, 2025).¹ Kontinuitet u bavljenju temom identiteta gradova u Srbiji omogućio je da se u istraživanje „Identitet Beograda“ uključe i vizuelne reprezentacije gradskih simbola. Izbor fotografija koje će se koristiti prilikom prikupljanja podataka predstavlja jedan od većih izazova s kojim se suočava istraživač prilikom upotrebe metoda foto-elicitacije. Međutim, pošto je tipologija simbolizma već primenjivana i modifikovana u skladu s lokalnim kontekstom, a elementi urbanog identiteta Beograda identifikovani, izbor fotografija mogao je biti usmeren teorijskim postavkama i istraživačkim nalazima.²

Osnovni cilj ovog rada je analiza uticaja fotografija na odgovore ispitanika u onlajn anketi. Uticaj vizuelnog materijala može se posmatrati na više načina. Prvo, posmatra se da li ispitanici prihvataju ili ne prihvataju prikazani simbol grada na fotografiji kao simbol grada; drugo, porede se samostalno formulisani odgovori s odgovorima (ne)prihvatanja simbola na fotografiji; i, treće, analizira se potencijalna promena u odgovorima o simbolima grada nakon gledanja fotografija. Poslednji uticaj se ispoljava u dva vida: direktnom – preko odgovora na pitanje da li ispitanici žele da izaberu nove simbole grada, i indirektnom – preko izbora novih simbola.

Simbolički elementi urbanog identiteta Beograda

Identitet Beograda primarno počiva na bihevioralnom simbolizmu. Prema zamisli Nasa i saradnika, ovaj tip simbolizma obuhvata obrasce kolektivnog ponašanja koji se odigravaju u gradu: javne svetkovine, festivale, izložbe, sajmove, ali i rituale, ceremonije, praznike, demonstracije i parade te posebnu atmosferu koja nastaje u gradu.³ U Beogradu je reč o osobenoj atmosferi i duhu koji nastaju u gradu koji „živi 24 časa“, a oblikuju se u kafićima, kafanama, restoranima i povezuju s noćnim životom i otvorenim, gostoljubivim ljudima. Atmosferi na specifičan način doprinose i izvesna dezorganizacija, kontradikcije, mešavina kulturno-istorijskih uticaja i arhitektonskih stilova, ali i loš saobraćaj i neodržavanje zgrada i saobraćajne infrastrukture. U identitetu Beograda, emocionalni simbolizam⁴ prisutan je preko kategorije *negativne karakteristike*,⁵

1 Više o tipologiji urbanog simbolizma i identitetu gradova u Srbiji videti u knjizi *Gradovi u potrazi za identitetom* (Spasić i Backović 2017).

2 Postupak izbora fotografija za istraživanje identiteta Beograda, čiji je uticaj na odgovore ispitanika predmet ovog rada, analiziran je u radu „Metodski izazovi prilikom izbora fotografija za anketnu foto-elicitaciju“ (Backović 2026, rukopis je predat za objavljivanje).

3 U bihevioralni simbolizam spada i delatnost karakteristična za određeni grad. Ova varijanta bihevioralnog simbolizma nije prisutna u identitetu Beograda.

4 Emocije stanovnika prema različitim elementima identiteta grada.

5 Pored lošeg saobraćaja, gužve, neodržavanja fasada zgrada i saobraćajne infrastrukture, kategorija obuhvata i negativan odnos prema intenziviranju komercijalizacije prostora i pravcu u kojem se grad razvija (više u Spasić i Backović 2020; Backović 2024, 2025).

koja nije izdvojena kao poseban tip već je sastavni deo bihevioralnog simbolizma. U njegovom identitetu zatim slede elementi materijalnog simbolizma. On obuhvata heterogene i konkretnije simbole grada: gradsku arhitekturu, glavnu ulicu, centar grada, istorijsko jezgro, spomenike, ali i zgrade različitih namena (verski objekti, istorijsko nasleđe, (nad)nacionalne institucije, kulturni objekti, obrazovni objekti, arheološka nalazišta). Ovom tipu urbanog simbolizma pripada i odnos izgrađene i prirodne sredine (Spasić i Backović 2017). Kad je reč o ovom tipu simbolizma, kao simboli Beograda navode se: reke Sava i Dunav, ušće Save u Dunav, Kalemegdan, Pobednik, Hram Svetog Save, centar grada (Knez Mihailova ulica, Trg republike, Spomenik knezu Mihailu), Saborna crkva, Gardoš, Toranj na Avali, Košutnjak, Ada, Dorćol, Novi Beograd i tako dalje (Spasić and Backović 2020; Backović 2024).

Diskurzivni simbolizam takođe predstavlja heterogenu kategoriju. Sačinjen je od različitih „priča o gradu“ i obuhvata mnogostruke načine na koje se grad predstavlja: od zvaničnih kanala, preko dela kulture,⁶ do društvenih mreža. O Beogradu je razvijena predstava kao o gradu zabave i dobrog provoda, tako da se diskurzivni simbolizam prepliće s elementima bihevioralnog simbolizma. Personalni simbolizam⁷ nije prisutan među elementima identiteta Beograda. Tipologija urbanog simbolizma Nasa i saradnika donekle je izmenjena prilikom proučavanja identiteta gradova u Srbiji (Spasić i Backović 2017, 28–34)⁸ i dodat joj je znakovni simbolizam, koji se sastoji od apstraktnih simbola koji funkcionišu kao „znakovi“ identiteta grada. Primer znakovnog simbolizma predstavlja ju „doslovni znakovi grada“ – grb i zastava (Spasić i Backović 2017, 33).

Foto-elicitacija u novoj verziji

Foto-elicitacija je metod prikupljanja podataka koji koristi vizuelni materijal kako bi podstakao odgovore ispitanika u skladu s predmetom istraživanja. Funkcija fotografija je da usmere razgovor i odgovore ka temi istraživanja i izmame dodatne odgovore, koje ispitanik možda ne bi dao da mu nije predodčen vizuelni materijal. Ako se govori o vrstama vizuelnih materijala koji se koriste, razlikuje se nekoliko varijanti foto-elicitacije. U prvom tipu istraživač/ica među postojećim vizuelnim materijalom, u skladu s predmetom istraživanja, bira materijal koji će se koristiti u procesu prikupljanja podataka. U slučaju kad istraživač sâm kreira vizuelni sadržaj, koji će zatim primeniti u istraživanju, reč

6 Obuhvataju najrazličitije slike i narative o gradu koji se pojavljuju u književnosti, slikarstvu, muzici, filmu, uličnoj umetnosti, ali i u novinama, TV-emisijama i reklamama.

7 Grad se povezuje sa životom i delima poznatih ličnosti koje su rođene, živele i stvarale u njemu.

8 Gastronomski simbolizam pridodat je tipologiji urbanog simbolizma jer je uočeno da su hrana i piće prisutni kao elementi identiteta u gradovima u Srbiji. Međutim, oni u Beogradu nisu direktno prepoznati, već samo posredno, preko elemenata bihevioralnog simbolizma – kafana i kafića.

je o drugom tipu foto-elicitacije, dok u trećem tipu vizuelni materijal stvara sâm ispitanik/ca. Ispitanici pohađaju obuku tokom koje ih istraživač upoznaje s temom istraživanja i načinom na koji će samostalno sačiniti vizuelni materijal (više u Zvijer 2012, 2023; Naumović, Brujić i Mitrović 2021; Đurić 2020).

U radu se analizira uticaj fotografija na odgovore ispitanika u onlajn anketi „Identitet Beograda“, u kojoj je primenjena prva varijanta foto-elicitacije uz određene modifikacije. Onlajn anketa je realizovana u novembru 2024. godine na uzorku od 173 ispitanika, studenata društvenih i humanističkih nauka Univerziteta u Beogradu. Predstavljena tipologija simbolizma i istraživački nalazi prethodnih istraživanja⁹ poslužili su kao osnova za izbor fotografija za onlajn anketu, koje su pronađene pretragom na internetu. Naučna teorija, čak i kada se sastoji od klasifikacijskog okvira, omogućava sređivanje iskustvenih podataka (Milić 1996, 302–303).

U pogledu redosleda pitanja, na početku onlajn ankete, kao i u instrumentima primenjenim u prethodnim istraživanjima, bilo je postavljeno otvoreno pitanje: *Da li Beograd ima svoj(e) simbol(e)? Ako ima, koje?*, kako bi ispitanici samostalno formulisali svoje odgovore. Pošto elementi identiteta grada mogu biti izuzetno raznoliki, ostavljena je mogućnost da ih ispitanici izaberu bez usmeravanja¹⁰ i da obrazlože svoj izbor ako smatraju da treba. Iako intervju i anketa ne ostavljaju istu mogućnost ispitanicima jer nisu moguća potpitanja ili traženje dodatnih objašnjenja,¹¹ otvorena pitanja i u anketi ipak omogućavaju samostalno formulisanje odgovora. U ovakvoj vrsti istraživanja to je posebna prednost u odnosu na zatvorena pitanja, u kojima su odgovori unapred određeni (Milić 1996).

Nakon što su odgovorili na otvorena pitanja, ispitanici su prešli na deo onlajn ankete koji je sadržao petnaest fotografija simbola Beograda. Ispitanicima su pokazivane odabrane fotografije kako bi podstakle njihove odgovore, to jest ispitanici su se izjašnjavali da li se na prikazanoj fotografiji nalazi simbol grada ili ne. Mogli su da izaberu jedan od ponuđenih odgovora: da, ne ili ne znam. Fotografije su pokazivane jedna po jedna, odnosno ispitanici su tek nakon odgovora mogli da pređu na sledeću sekciju/stranicu, na kojoj se nalazi naredna fotografija, tako da nisu mogli da vide potonju fotografiju dok ne odgovore na postavljeno pitanje. Fotografije su bile samo numerisane, nisu bile naslovljene i pratilo ih je pitanje: *Prema Vašem mišljenju, da li se na sledećim fotografijama nalaze simboli Beograda?* Na kraju onlajn ankete postavljeno je pitanje koje je ispitanicima dalo mogućnost da „promene mišljenje“ i da, posle procenjivanja da li se na fotografijama nalaze simboli Beograda, izaberu druge simbole grada:

9 Dva istraživanja koja je realizovao Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu: „Teritorijalizacija transnacionalnih diskursa i praksi u Beogradu“ (2018/2019. godine) i „Svakodnevni život u globalizujućem gradu – diskursi i prakse zaposlenih na univerzitetima u Beogradu“ (2021. godine).

10 Glavna prednost otvorenih pitanja je „sagledavanje celokupnog domena pojave“ (Fajgelj 2005, 343).

11 Više o prednostima razgovora/intervjua i upitnika/ankete u Milić 1996, 479–481.

Nakon što ste pogledali fotografije, da li biste naveli iste simbole Beograda kao na početku ankete? Ako su dali potvrđan odgovor, imali su opciju da navedu „nove“ simbole odgovarajući na pitanje: Koje simbole Beograda biste sada naveli?

Namera postavljanja otvorenih pitanja / pitanja sa slobodnim odgovorima jeste da se izbegne neposredno podsticanje davanja određenih odgovora (Milić 1996, 501). Nasuprot njima, cilj prikazivanja fotografija bio je da ispitanici odgovore za svaki simbol da li predstavlja simbol grada ili ne. Milić posebno upozorava na „skućene odgovore“, kad ispitanik može da bira između pozitivne i negativne alternative, te ističe da se uloga ispitanika tada svodi na minimum i postoji mogućnost da ispitanici daju odgovore iako nikada pre nisu razmišljali o temi (Milić 1996, 501). U slučaju teme simboli grada, radi se ipak o predmetu istraživanja o kojem ispitanici retko nemaju stav, pa se ovim pitanjem prvenstveno nastojalo utvrditi nedvosmisleno prihvatanje ili neprihvatanje ponuđenih simbola grada.

U istraživanju je korišćen *Google forms*, čija je jednostavna upotreba uticala na široku rasprostranjenost u onlajn anketnim istraživanjima. Kodiranje otvorenih odgovora urađeno je naknadno, na osnovu već razvijene i primenjene klasifikacijske sheme, u koju su pridodati novi odgovori, koji nisu uočeni u prethodnim istraživanjima.

Analiza uticaja fotografija simbola grada na odgovore ispitanika

Naredni deo teksta posvećen je predstavljanju nalaza istraživanja „Identitet Beograda“ i analizi uticaja fotografija na odgovore ispitanika. Nalazi samostalno formulisanih odgovora na pitanje *Po čemu je Beograd poznat?* predstavljeni su u Tabeli 1. Oni su u većoj meri u skladu s prethodno opisanim identitetom Beograda, pa najviše odgovora spada u tip materijalnog simbolizma, prvenstveno u kategoriju istorijsko-kulturnog nasleđa (24,9%). Međutim, ispitanici nisu u svim slučajevima navodili konkretne spomenike ili objekte, već su davali uopštene odgovore, tako da je izdvojena i opšta kategorija (Tabela 1). Očekivano, pripadnici mlađe populacije izdvajaju kao prepoznatljivost Beograda noćni život, kafiće i kafane (17,9%). U skladu s nalazima prethodnih istraživanja, navode se i otvoreni ljudi i gostoprimstvo (4,6%). Tako su elementi bihevioralnog simbolizma prepoznati u značajnoj meri (22,5%), s tim što se uočava i jedna razlika u odnosu na prethodna istraživanja, a to je manja zastupljenost kategorije *negativne karakteristike* (4%). Ovakav nalaz se može objasniti većom usmerenošću mladih na prepoznavanje pozitivnih obeležja u trenutku sprovođenja istraživanja, u novembru 2024. godine. U poređenju s prethodnim rezultatima, uočava se još jedna distinkcija. Ispitanici navode da je Beograd poznat po tome što je glavni grad zemlje (11%), što je nalaz razumljiv u kontekstu studentske populacije. Ostali izbori beleže niže procenete.

Tabela 1. Šta mislite, po čemu je Beograd poznat? (prvi izbor)

	F	%
Istorija, kulturno-istorijski spomenici	43	24,9
Noćni život, kafane, restorani	31	17,9
Kalemegdan	26	15,0
Glavni grad	19	11,0
Ljudi, otvorenost i gostoljubivost	8	4,6
Negativne karakteristike (gužva)	7	4,0
Reke, ušće	5	2,9
Hram	5	2,9
Kulturna ponuda	5	2,9
Spoj tradicionalnog i modernog	4	2,3
Skadarlija	3	1,7
Nauka, univerziteti	3	1,7
Centar grada, Knez Mihailova ulica	2	1,2
Beograd na vodi	2	1,2
Dobra hrana	2	1,2
Novak	2	1,2
Pobednik	1	0,6
Novi Beograd	1	0,6
Protesti	1	0,6
Bez odgovora	3	1,7
Ukupno	173	100,0

Kao konkretan objekat, među segmentima materijalnog simbolizma ističe se Kalemegdan (15%), što je dodatno potvrđeno i njegovim najčešćim izborom za simbol grada (28,9%) (Tabela 2). Pored Kalemegdana i Pobednika (22%), prilikom izbora simbola izdvaja se i Hram Svetog Save (11%). U manjem stepenu se spominju reke i ušće (4%). U poređenju s nalazima prethodnih istraživanja, uočavaju se dodatni simboli. U kategoriji materijalnog simbolizma ispitanici još navode Beograđanku (2,3%), ali i novoizgrađene objekte – Beograd na vodi i West 65 (1,7%). Po prvi put kao simboli prepoznaju se još: grb, zastava i himna grada, tako su se u identitetu grada pojavili i elementi znakovnog simbolizma (5,2%).

Tabela 2. Da li Beograd ima svoj(e) simbol(e)?
Ako da, koje? (prvi izbor)

	F	%
Kalemegdan	50	28,9
Pobednik	38	22,0
Hram	19	11,0
Grb, zastava, himna	9	5,2
Avala, toranj, Neznani junak	7	4,0
Reke, Sava, Dunav, ušće	7	4,0
Trg republike, centar	5	2,9
Knez Mihailova ulica	4	2,3

	F	%
Spomenik kneza Mihaila	4	2,3
Beograđanka	4	2,3
Vrabac	4	2,3
Beograd na vodi, West 65	3	1,7
Dorćol	2	1,2
Mostovi	2	1,2
Vukov spomenik	2	1,2
Geneks, Kapije Beograda	1	0,6
Univerzitet	1	0,6
Slavija	1	0,6
Kosančićev venac	1	0,6
Krug dvojke	1	0,6
Zoološki vrt	1	0,6
Plavi autobusi	1	0,6
Beogradska arena	1	0,6
Ne znam, ne	5	2,9
Ukupno	173	100,0

Nakon izbora onoga po čemu je Beograd poznat i njegovih simbola, ispitanici su prešli na sledeću sekciju onlajn ankete, koja je sadržala vizuelne reprezentacije simbola Beograda (Slike 1–15). U tom delu ispitanici su procenjivali da li se na prikazanim fotografijama nalazi simbol grada. Bihevioralni simbolizam predstavljen je vizuelnim reprezentacijama simbola: kafići, noćni život, kafana i Skadarlija (Slike 1, 13, 14 i 15). Kako su elementi materijalnog simbolizma heterogeni, prikazani su na deset fotografija. Reke i ušće nisu samostalno predstavljeni, već kao deo pogleda s Kalemegdana (Slika 6). Pored ove fotografije, Kalemegdan se nalazio na još jednoj (Slika 5), a spomenik Pobedniku je pojedinačno predstavljen (Slika 4). Centar grada prikazan je preko urbanističke celine Trga republike, fotografijom na kojoj se nalazi i Spomenik knezu Mihailu (Slika 8). Anketa je sadržala i vizuelne reprezentacije simbola: Hram Svetog Save (Slika 7), Saborna crkva (Slika 12), Avalski toranj (Slika 11) i Ada (Slika 10). Od delova grada predstavljeni su Novi Beograd preko panorame blokova (Slika 3) i Zemun s pogledom na kulu Gardoš (Slika 9). U anketu je uključena i fotografija Beograda na vodi da bi se ispitalo prihvatanje novoizgrađenog kompleksa kao simbola grada (Slika 2).

Uticaj fotografija simbola grada na odgovore ispitanika u onlajn anketi može se analizirati na više načina: prvi obuhvata (ne)prihvatanje ponuđenog simbola za simbol grada (distinkcija prihvaćeni/neprihvaćeni simboli); drugi se odnosi na poređenje stepena prihvatanja simbola na prikazanim fotografijama¹² i izbora simbola prilikom samostalno formulisanih odgovora; a treći po-

12 Ispitanici su odgovorili potvrdno na pitanje *Prema Vašem mišljenju, da li se na sledećim fotografijama nalaze simboli Beograda?*.

drazumeva da li su ispitanici odlučili da navedu nove simbole i koje, nakon što su pogledali ponuđene fotografije.

Vizuelne reprezentacije simbola za koje je većina ispitanika u onlajn anketi potvrdila da se simbol grada nalazi na prikazanoj fotografiji (preko 50%) tretiraju se kao prihvaćeni simboli Beograda (Tabela 3). Reč je o sledećim simbolima:

- Reke, Kalemegdan i Pobednik
- Hram Svetog Save
- Pobednik
- Trg republike
- Kalemegdan
- Avalski toranj
- Skadarlija
- Ada
- Gardoš
- Saborna crkva

Tabela 3. Prihvaćene vizuelne reprezentacije simbola¹³

Prema Vašem mišljenju, da li se na sledećim fotografijama nalaze simboli Beograda?	Da	Ne	Ne znam
Reke, Kalemegdan i Pobednik	98,8	0,6	0,6
Hram Svetog Save	96,5	2,9	0,6
Pobednik	94,8	1,7	3,5
Trg republike	91,9	5,2	2,9
Kalemegdan	78,0	12,7	9,2
Avalski toranj	78,0	17,3	4,6
Skadarlija	73,4	18,5	8,1
Ada	66,5	20,8	12,7
Gardoš	55,5	27,2	17,3
Saborna crkva	54,9	28,3	16,8

Za neprihvaćene simbole Beograda smatraju se oni za koje je većina ispitanika odgovorila da se na slici ne nalazi simbol grada (Tabela 4). Prilikom procene fotografije kafića (68,1%), panorame Novog Beograda (55,5%) i Beograda na vodi (54,3%), većina ispitanika je odgovorila da se na njima ne nalaze simboli grada, tako da ovi simboli nedvosmisleno spadaju u kategoriju neprihvaćenih simbola. Fotografije kafane (48%) i noćnog života (46,8%) većina ispitanika takođe nije prihvatila kao simbole, ali ih većina nije ni odbacila (41,6% i 39,3% respektivno). Razliku među (ne)prihvatanjem vizuelnih reprezentacija navedenih simbola grada napravio je broj neodlučnih ispitanika. Za fotografije kafana i noćnog života preko 10% ispitanika nije znalo da li je u pitanju simbol Beo-

13 Ispitanici su odgovorili potvrdno na pitanje *Prema Vašem mišljenju, da li se na sledećim fotografijama nalaze simboli Beograda?*.

grada. Ovakvim razlikovanjem želi se ukazati na to da postoje simboli za koje je većina ispitanika odgovorila odrično, to jest ispitanici su se jasnije izjasnili da ti simboli ne predstavljaju simbol grada, i oni slučajevi u kojima ni odgovor *da* ni odgovor *ne* nisu dobili većinu, jer je broj neodlučnih ispitanika veći.

Tabela 4. Prema Vašem mišljenju,
da li se na sledećim fotografijama nalaze simboli Beograda?

Vizuelna reprezentacija simbola:	Da	Ne	Ne znam
Kafana	48,0	41,6	10,4
Noćni život	46,8	39,3	13,9
Beograd na vodi	39,3	54,3	6,4
Novi Beograd	36,4	55,5	8,1
Kafići	22,0	68,8	9,2



Slika 1. Vizuelna reprezentacija simbola *kafići*



Slika 2. Vizuelna reprezentacija simbola *Beograd na vodi*

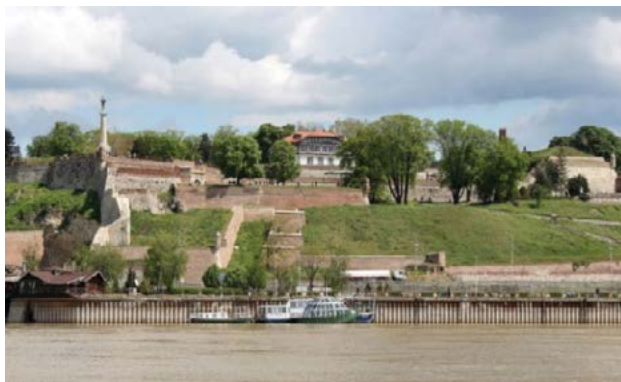


Slika 3. Vizuelna reprezentacija simbola *Novi Beograd*

Prilikom poređenja udela zastupljenih odgovora u Tabelama 1, 2, 3 i 4, nesumnjivo se uočava uticaj koji su fotografije ostvarile na odgovore ispitanika, jer se vizuelno predloženi simboli grada prihvataju u znatno većoj meri (Tabela 3). Na primer, Kalemegdan i Pobednik su simboli koji se najviše navode među otvorenim odgovorima – 28,9% i 22% (Tabela 2). Prilikom procene da li je u pitanju simbol grada na ponuđenoj fotografiji, potvrđan odgovor u slučaju Pobednika dalo je čak 94,8% ispitanika (Slika 4), a u slučaju Kalemegdana 78% (Slika 5). S tvrdnjom da fotografija celine – reke, Kalemegdan i Pobednik (Slika 6), prikazuje simbol Beograda slaže se skoro 100% ispitanika. Iako je druga fotografija, pogled na Kalemegdan (Slika 5), prihvaćena u manjoj meri (78% u odnosu na 98,8%), nesumnjivo se radi o znatno većem procentu nego u slučaju samostalno formulisanih odgovora, što pokazuje da su prikazane fotografije ostvarile veliki uticaj na odgovore ispitanika.



Slika 4. Vizuelna reprezentacija simbola *Pobednik*



Slika 5. Vizuelna reprezentacija simbola *Kalemegdan*



Slika 6. Vizuelna reprezentacija simbola *reke, Kalemegdan i Pobednik*



Slika 7. Vizuelna reprezentacija simbola *Hram Svetog Save*

Nakon vizuelne reprezentacije simbola *reke*, *Kalemegdan* i *Pobednik*, fotografija Hrama Svetog Save (Slika 7) ostvaruje izuzetno visoko prihvatanje (96,5%). Kalemegdan i Pobednik su simboli koji su predstavljeni na više fotografija, a nemala razlika u prihvatanju simbola na fotografijama 5 i 6 može se tumačiti fotografijama koje su odabrane. Fotografija samog Pobednika takođe beleži visok procenat prihvatanja (94,8%).

Iako je predstavljanje Trga republike kao urbanističke celine, slično slučaju Kalemegdana, pokrenulo mnoga pitanja o tome na koji način da bude prikazan na fotografiji,¹⁴ može se zaključiti da to nije uticalo na odgovore ispitanika. Vizuelna reprezentacija ovog simbola prihvaćena je u velikoj meri – 91,9% (Slika 8). Anketa nije sadržala dve fotografije koje bi omogućile analizu potencijalnih razlika u stepenu njihovog prihvatanja.



Slika 8. Vizuelna reprezentacija simbola *Trg republike*



Slika 9. Vizuelna reprezentacija simbola *Gardoš*

14 Više o dilemama i nedoumicama koje su se pojavile prilikom izbora fotografija v. u Backović 2026.

U prethodnim istraživanjima, manje su bili prepoznati konkretni objekti kao simboli grada – Hram Svetog Save, Trg / Spomenik knezu Mihailu, Sabor-na crkva, Gardoš kula, Ada i Avalski toranj, dok su prilikom pokazivanja njihovih fotografija svi prihvaćeni kao simboli grada s preko 50%. Posebno se izdvajaju Hram – 96,5% (Slika 7) i Trg / Spomenik knezu Mihailu – 91,9% (Slika 8). Navedeni podaci pokazuju koliki su uticaj ostvarile vizuelne reprezentacije ovih simbola na odgovore ispitanika.



Slika 10. Vizuelna reprezentacija simbola *Ada*

Još jedan nalaz prethodnih istraživanja jeste slaba prepoznatljivost Beograda u širim/globalnim okvirima. Istaknuto je da grad ne poseduje „opštepoznato obeležje koje bi ga nepogrešivo simbolizovalo“ (Spasić and Backović 2020, 569). Međutim, prema podacima koji govore o tome u kojoj meri studentska populacija prihvata vizuelne reprezentacije simbola Kalemegdana, Pobednika, Hrama i Trga, može se reći da ovi simboli imaju status nacionalne ikonične arhitekture (Skler 2023) (Tabela 3). Nakon njih sledi Avalski toranj (Slika 11). Iako je u znatno manjoj meri prepoznat prilikom samostalnog izbora, njegova fotografija je prihvaćena sa 78%. I ovim podatkom potvrđen je uticaj vizuelne reprezentacije simbola na odgovore ispitanika.

Kad je reč o Sabornoj crkvi, moguće je da izabrana fotografija nije na najbolji način prikazala ovo zdanje (Slika 12). U poređenju s ostalim fotografijama simbola, viši procenat ispitanika, njih 16,8%, nije znao da li se na fotografiji nalazi simbol grada. Ovaj istraživački nalaz upućuje da ispitanici nisu prepoznali objekat, to jest nisu znali koji je objekat u pitanju. I u slučaju vizuelne reprezentacije Gardoša, jedan broj ispitanika nije mogao da proceni da li je u pitanju simbol Beograda (17,3%). Pretpostavka je da ni ovaj objekat ispitanici nisu prepoznali.



Slika 11. Vizuelna reprezentacija simbola *Avalski toranj*



Slika 12. Vizuelna reprezentacija simbola *Saborna crkva*

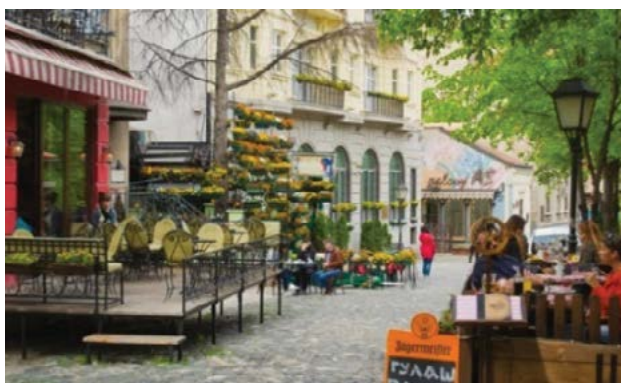
Visoko prihvatanje simbola iz domena materijalnog simbolizma potvrđuje i simbol *Ada* (66,5% – Slika 10). Iako se ne radi o klasičnom materijalnom simbolu, fotografija je prihvaćenija od onih koje nastoje da predstave bihevioralni simbolizam (Slike 1, 13 i 14). Među elementima bihevioralnog simbolizma izuzetak je fotografija Skadarlije (Slika 15), na kojoj je u fokusu ulica, a koja je prihvaćena sa 73,4%. Ostale vizuelne reprezentacije elemenata ovog tipa simbolizma znatno zaostaju i ne smatraju se simbolima Beograda – fotografija kafića ostvaruje tek 22%, fotografije kafane i noćnog života ostvaruju nešto više, respektivno 48% i 46,8%.



Slika 13. Vizuelna reprezentacija simbola *noćni život*



Slika 14. Vizuelna reprezentacija simbola *kafana*

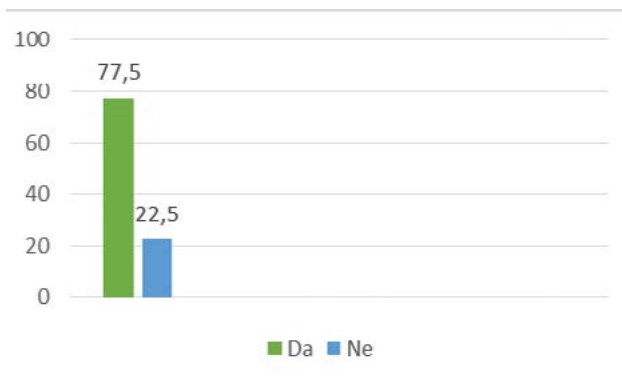


Slika 15. Vizuelna reprezentacija simbola *Skadarlija*

Istraživački nalazi pokazuju da fotografije koje su predstavljale elemente bihevioralnog simbolizma nisu prihvaćene kao simboli Beograda u tolikoj meri kao elementi iz kategorije materijalnog simbolizma (Tabele 3 i 4). Jedan od razloga za to spada u domen značenja prikazanog vizuelnog materijala, koji verovatno nije imao isto značenje za istraživača i ispitanika. Drugi razlog njihovog manjeg prihvatanja može biti i taj da one u vizuelnom izrazu ne mogu da se porede sa simbolima materijalnog simbolizma, koje odlikuju istorijsko-kulturni značaj, monumentalnost i upečatljivost. Vizuelna efektnost fotografija materijalnih simbola očekivano je zasenila kategoriju bihevioralnih simbola, koja je vizuelno teško uhvatljiva, i kada subjektivna procena i interpretacija ispitanika ostvaruju veću ulogu.

Uticaj koji su fotografije ostvarile na odgovore ispitanika potvrđuje veliki raskorak u odgovorima prihvatanja prikazanih simbola na fotografijama i odgovora koje su ispitanici samostalno dali. Nakon gledanja fotografija, direktan uticaj prikazanih fotografija na simbole grada ispoljio se tako što se više od petine ispitanika izjasnilo da bi promenilo izbor svojih simbola – 22,5% (Grafikon 1).

Grafikon 1. Nakon što ste pogledali fotografije, da li biste naveli iste simbole Beograda kao na početku ankete?



Na osnovu izbora novih simbola, uočava se sledeći indirektan uticaj fotografija na odgovore ispitanika (Tabela 5). Iako reke i ušće nisu samostalno vizuelno predstavljeni, prikazana fotografija (Slika 6) ostvarila je uticaj da se oni prepoznaju kao simboli grada prilikom nove selekcije simbola. Prikazani vizuelni materijal u anketi najviše je uticao na to da ispitanici izaberu Hram, Kalemegdan i Skadarliju. I ostali predstavljeni materijalni simboli našli su se među „novim“ izborima simbola Beograda – Gardoš/Zemun, Pobednik, Avala, Saborna crkva, Ada, Beograd na vodi i Novi Beograd. Treba naglasiti i da su fotografije neprihvaćenih simbola podstakle neke ispitanike da se prilikom ponovnog izbora simbola opredele za njih. Fotografija Trga (Slika 8), koja je sadržala Spomenik knezu Mihailu / Konja i Trg republike, uticala je na izbor oba simbola.

Tabela 5. Koje biste simbole sada naveli? (ukupno)

	F	%
Hram	14	12,7
Kalemegdan	13	11,8
Skadarlija	11	10,0
Gardoš/Zemun	8	7,3
Pobednik	7	6,4
Avala	7	6,4
Noćni život	6	5,5
Knez Mihailova ulica	5	4,5
Reke, ušće	4	3,6
Kafane	4	3,6
Sve sa slika	3	2,7
Novi Beograd	3	2,7
Beograd na vodi	3	2,7
Skupština	2	1,8
Saborna crkva	2	1,8
Gužva	2	1,8
Ada	2	1,8
Trg	2	1,8
Slavija	1	0,9
Tašmajdan	1	0,9
Beton hala	1	0,9
Kosančićev venac	1	0,9
Konj	1	0,9
Vračar	1	0,9
Beograđanka	1	0,9
Dorćol	1	0,9
Delovi Beograda	1	0,9
Studentski grad	1	0,9
Svašta	1	0,9
One koje nisam	1	0,9
	110	100,0

Pored Skadarlije, ispitanici su naveli i druge sastavne delove bihevioralnog simbolizma – noćni život, kafane i gužvu, tako da se preko ovih izbora uočava uticaj prikazanih fotografija i na ovaj tip urbanog simbolizma. Poređenjem odgovora novih i starih izbora simbola, uočava se da raznolikost prikazanih vizuelnih reprezentacija ipak nije uticala na to da ispitanici navedu veći broj novih simbola, onih koji nisu bili prepoznati i pre gledanja fotografija. Beograđanka, Slavija i Kosančićev venac pominju se i prilikom prvog izbora simbola grada na početku ankete. Ipak, pojavili su se i neki potpuno novi simboli – Skupština, Tašmajdan, Studentski grad i Beton hala.

Zaključak

U istraživanju identiteta Beograda primenjena je anketna foto-elicitacija, koja pruža mogućnost za analiziranje uticaja koji su vizuelne reprezentacije simbola Beograda ostvarile na odgovore ispitanika. U radu se uticaj fotografija na odgovore ispitanika pratio preko (ne)prihvatanja simbola prikazanih na fotografijama, zatim poređenjem tih odgovora s odgovorima na otvoreno pitanje (samostalni izbor simbola grada) i, na kraju, izborom novih simbola grada.

Istraživački nalazi pokazuju da je većinu simbola grada prikazanih u onlajn anketi prihvatila većina ispitanika. Posebno se izdvajaju simboli koji pripadaju tipu materijalnog simbolizma, jer se fotografije na kojima se on predočava prihvataju s velikom većinom. Izuzetak predstavlja pokušaj predstavljanja Novog Beograda, jer ispitanici nisu prihvatili kao simbol grada fotografiju panorame blokova. Moguće je da izabrana fotografija nije adekvatno predstavila osobenu arhitekturu i specifičnost tog dela grada. Takođe, Beograd na vodi nije prihvaćen kao simbol grada. U ovom slučaju radi se o vrlo prepoznatljivom kompleksu koji pretenduje da bude simbol grada i nije upitna izabrana fotografija. Pretpostavka je da su ispitanici odbili vizuelnu reprezentaciju ovog simbola jer se radi o kontroverznom projektu. Fotografije elemenata bihevioralnog simbolizma ispitanici prihvataju u znatno manjoj meri, izuzev Skadarlije, dok vizuelna reprezentacija kafića spada u kategoriju neprihvaćenih simbola.

Poređenje samostalno formulisanih odgovora ispitanika i odgovora kada je vizualni materijal prikazan, odnosno (ne)prihvatanje simbola, pokazuje uticaj vizuelnih reprezentacija, jer su značajno viši procenti prihvatanja simbola na fotografijama. Zatim, direktan uticaj vizuelnog materijala ogleda se u potvrdnom odgovoru na pitanje: *Da li biste naveli iste simbole nakon što su pogledali fotografije?* Manje od četvrtine ispitanika želelo je da promeni prvobitni odabir simbola grada. Uticaj se indirektno ispoljava u izboru novih simbola grada. Prikazane fotografije su uticale na to da se među novoizabranim simbolima nađu oni koji su bili vizuelno predstavljeni u onlajn anketi. U skladu sa svim prethodno navedenim, prikazane fotografije ostvarile su veći uticaj na izbor elemenata materijalnog simbolizma, ali nije zanemarljiv ni uticaj na bihevioralni simbolizam.

Na kraju treba ukazati na domete analize uticaja fotografija na odgovore ispitanika usled ograničenja uzorka. Predstavljeni nalazi obuhvataju jedan segment populacije, pa su za potpunije uvide o upotrebi vizuelnih materijala i primeni metoda foto-elicitacije u istraživanjima društvenih fenomena potrebna dalja teorijska promišljanja i empirijska istraživanja.

Literatura

- Backović, Vera. 2024. „The identity of Belgrade: recognizability and symbols“. In *Regional development, indentities and democratic integration*, edited by Jasmina S. Petrović, Gordana V. Stojić, Irina V. Trotsuk and Vladimir S. Cvetković, 279–291. Niš: University, Faculty of Philosophy Belgrade: Serbian Sociological Association.
- Backović, Vera. 2025. „How does radical urban transformation change the urban symbols of Belgrade?“. In *New Divisions, Struggles and Solidarities in South East Europe Book of Proceedings International Scientific Conference Belgrade, June 13–14, 2025*, edited by Vera Backović and Aleksandra Marković, 231–243. Belgrade: Sociological Scientific Society of Serbia. <https://doi.org/10.5937/snds25011B>
- Backović, Vera. 2026. „Metodski izazovi prilikom izbora fotografija za anketnu foto-elicitaciju“. (rukopis predat za objavljivanje).
- Fajgelj, Stanislav. 2005. *Metode istraživanja ponašanja*. Beograd: Centar za primenjenu psihologiju.
- Đurić, Slađana. 2020. „Vizuelna istraživanja – glavne metodološke dileme“. *Kultura* 166: 199–221. <https://doi.org/10.5937/kultura2066197D>
- Milić, Vojin. 1996. *Sociološki metod*. Beograd: Zavod za udžbenike.
- Nas, Peter J. M., Jaffe Rivke, and Annemarie Samuels. 2006. „Urban Symbolic Ecology and the Hypercity: State of the Art and Challenges for the Future“. In *Hypercity: The Symbolic Side of Symbolism*, edited by Peter J. M. Nas and Annemarie Samuels, 1–19. London: Kegan Paul.
- Nas, Peter, Marlies de Groot, and Michelle Schut. 2011. „Introduction: Variety of symbols“. In *Cities Full of Symbols: A Theory of Urban Space and Culture*, edited by Peter J. M. Nas, 7–26. Leiden: Leiden University Press.
- Naumović, Slobodan, Marija Brujić i Katarina Mitrović. 2021. „Uvod u antropologiju fotografije u Srbiji“. *Glasnik Etnografskog instituta SANU* 69 (1): 151–171. <https://doi.org/10.2298/GEI2101151N>
- Skler, Lesli. 2023. *Projekat ikona: arhitektura, gradovi i kapitalistička globalizacija*. Novi Sad: Akademski knjiga.
- Spasić, Ivana i Vera Backović. 2017. *Gradovi u potrazi za identitetom*. Beograd: Univerzitet u Beogradu – Filozofski fakultet, Institut za sociološka istraživanja.
- Spasić, Ivana and Vera Backović. 2020. „Urban identity of Belgrade: Perfect chaos, imperfect balance“. *Sociology* 62 (4): 569–589. <https://doi.org/10.2298/SOC2004569S>
- Zvijer, Nemanja. 2012. „Sociologija vizuelnog – mogući pravci budućeg razvoja sociologije u Srbiji“. *Sociološki pregled* 46 (3–4): 1065–1084.
- Zvijer, Nemanja. 2023. „Vizuelni metodski pristupi između sociologije i antropologije: foto-elicitacija i photovoice“. *Etnoantropološki problemi* 18 (2): 351–370. <https://doi.org/10.21301/eap.v18i2.2>

Onlajn izvori fotografija

Slika 1. Vizuelna reprezentacija simbola *kafići*

<https://www.sd.rs/vesti/drustvo/kafici-se-zatvaraju-sutra-ne-u-nedlelju-zabranjeno-okupljanje-vise-od-5-ljudi-odluka-je-konacna-2020-03-20i>

Slika 2. Vizuelna reprezentacija simbola *Beograd na vodi*

<https://novaekonomija.rs/vesti-iz-zemlje/beograd-na-vodi-anektira-jos-330-hek-tara-siri-se-do-hipodroma-i-prelazi-savu>

Slika 3. Vizuelna reprezentacija simbola *Novi Beograd*

<https://suemtravels.com/2021/05/23/exploring-new-belgrade-serbia/>

Slika 4. Vizuelna reprezentacija simbola *Pobednik*

<https://www.tob.rs/sr/sta-videti/spomenici-1384295266/spomenik-pobedni-ku-park-kalemegdan>

Slika 5. Vizuelna reprezentacija simbola *Kalemegdan*

<https://eyesonbelgrade.com/en/belgrade-fortress>

Slika 6. Vizuelna reprezentacija simbola *reke, Kalemegdan i Pobednik*

https://www.os-djurajaksic.edu.rs/images/web_bio_info_2014/83dunav/usbiji.htm

Slika 7. Vizuelna reprezentacija simbola *Hram Svetog Save*

Pretragom pojma Hram Svetog Save Beograd, pronađena je fotografija na Plan plusu.

https://www.google.com/search?sca_esv=bcd32b3de9d160f4&udm=2&fbs=A-IIjpHx_pWn3yifdDwPtDVOaJfQXQUATRGg-vpxTRh7TOSjeeHi3qZ9Awn-hrnCn1S7iyoNsByB3Xnd_e1dbLpv1qUOgHPKBH63cyw1bggNeGaG-F4n-TJ5TzO3Yx-Grg55IL3sBiDVf2mx38b9qeDz8kHlz7V11kBIMmlRUc1eF1Zc-lFYyTp0_3JxH4lapCYONjNIBSLqdOmgEyxURtuU_ziJHaS6xpy2O3OiVO-ciYX6Oz_5My9OIzdA&q=hram+svetog+save&sa=X&sqi=2&ved=2ahUKEwjI-jI7d0t6RAxWjQfEDHS_aOBgQtKgLegQIDRAB&biw=1396&bih=623&d-pr=1.38#sv=CAMSVhoyKhBILUFWZGZITlh2QWoySW1NMg5BVmRm-SE5YdkFqMkltTToOYUybnJNMXdYMVJjeE0gBCocCgZtb3NhaWMSEGUtQV-ZkZkhOWHZBajJbU0YADABGAcg3bTZiAEwAkoKCAIQAhgCIAIoAg

Slika 8. Vizuelna reprezentacija simbola *Trg republike*

https://en.wikipedia.org/wiki/Republic_Square_%28Belgrade%29

Slika 9. Vizuelna reprezentacija simbola *Gardoš*

https://www.citycode.rs/zemun_en.php

Slika 10. Vizuelna reprezentacija simbola *Ada*

<https://bizlife.rs/70774-ada-ciganlija-bezbedna-za-kupanje/>

Slika 11. Vizuelna reprezentacija simbola *Avalski toranj*

<https://avalskitoranj.rs/>

Slika 12. Vizuelna reprezentacija simbola *Saborna crkva*

<https://www.beograd.rs/lat/zivot-u-beogradu/beogradska-riznica/a86090/UPE-CATLJIVA-ARHITEKTURA-I-ISTORIJA-Vredna-umetnicka-dela-deo-su-rizni-ce-Saborne-crkve.html>

Slika 13. Vizuelna reprezentacija simbola *noćni život*

<https://serbianunderground.com/kratka-istorija-klabinga-kako-se-nocni-zivot-ra-zvijao-decenijama/>

Slika 14. Vizuelna reprezentacija simbola *kafana*

<https://tasterbia.com/kafana-belgrade/>

Slika 15. Vizuelna reprezentacija simbola *Skadarlija*

<https://serbia.com/skadarlija-a-guide-through-belgrades-bohemian-heartbeat/>

Vera Backović

The influence of photographs on respondents' answers about city symbols

Abstract: In examining the urban identity of Belgrade, photo-elicitation was applied in the online survey „Identity of Belgrade“, which was conducted in November 2024 on a sample of 173 respondents who were students of social sciences and humanities at the University of Belgrade. It is a method that is not represented in local research. The peculiarity of photo-elicitation as a data collection method is the use of visual material that should encourage respondents' answers in accordance with the subject of the research, primarily in interviews and focus groups. The paper analyzes how photos of symbols of Belgrade in an online survey influenced the responses of respondents. First, their influence is examined by accepting or not accepting the symbols of the city that are presented in fifteen photographs. Then, in the analysis, the independently formulated answers and the answers that were given when evaluating the symbols on the photos are compared. Finally, the selection of new symbols is analyzed after viewing displayed photos.

Keywords: photo-elicitation, photography, urban symbol, urban identity, Belgrade.

Primljeno/Received: 12. 3. 2026.

Prihvaćeno/Accepted for publication: 4. 5. 2026.