

EksPLICITNOST SADRŽAJA NAJSLUŠANIJIH PJESAMA NA YOUTUBEU U HRVATSKOJ

Perišin, Katarina

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:747532>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Katarina Perišin

**EKSPPLICITNOST SADRŽAJA
NAJSLUŠANIJIH PJESAMA NA YOUTUBEU
U HRVATSKOJ**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2023.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

KATARINA PERIŠIN

**EKSPLICITNOST SADRŽAJA
NAJSLUŠANIJIH PJESAMA NA YOUTUBEU
U HRVATSKOJ**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Danijel Labaš

Sumentor: dr. sc. Davor Trbušić

Zagreb, 2023.

Sažetak

Glazba je sastavni dio čovjekova života. Osim što čovjek ima na izbor različite žanrove poput klasične glazbe, jazza, rocka, folka i slično, postoji i pozadinska glazba na koju ne može utjecati, no to ne isključuje činjenicu da ona potencijalno može utjecati na njega. Svaka pjesma komunicira sa slušateljem i prenosi mu određenu poruku, bila ona vidljiva ili ne. Pojava interneta i društvenih platformi za dijeljenje i distribuciju sadržaja uvelike je utjecala na razvoj masovne komunikacije. Učinili su je bržom i jednostavnijom, a sadržaj lakše dostupnim. *Web 2.0* skupina *web* alata temelji se na društvenoj interakciji koja omogućuje sudjelovanje korisnika u stvaranju sadržaja i podrazumijeva dvosmjernu komunikaciju. Pojavom *Weba 2.0* nastale su razne mreže za dijeljenje sadržaja među kojima je i YouTube kao vodeća platforma za dijeljenje videozapisa i glazbe. Svi sadržaji na platformi lako su dostupni korisnicima interneta, odnosno platforme. U današnje vrijeme reference o alkoholu, drogi, spolnom odnosu, brzom vožnji i novcima uvukle su se u svijet glazbe kao faktori koji povećavaju broj slušatelja i izazivaju njihovu znatiželju. Od same pojave čovjeka na svijetu govorenje o tabu temama budilo je interes slušatelja. Stihovi su možda i najvažnija sastavnica svake pjesme, pa se slušanjem onih antisocijalnih pojedinac može dovesti u opasnost. Iako ne moraju izravno utjecati na čovjeka, mogu sadržavati subliminalne poruke koje bez slušateljevog znanja utječu na njega s ciljem manipulacije. Zbog toga u ovom radu donosimo pregled tekstova najslušanih pjesama na YouTubeu u Hrvatskoj. Iz tih se tekstova može zaključiti da promiču način života u kojem se objektiviziraju žene, uživa u opojnim sredstvima i novcu, poziva na spolni odnos i na brzu vožnju. Isto tako, u radu smo objasnili promjenu komunikacije koja se dogodila u digitalnom dobu te razvoj medija u tom dobu. Osim toga, u radu je stavljen naglasak na važnost medijske pismenosti, odgoja i obrazovanja za pojedinca te kakav utjecaj glazba ima na slušatelja.

Ključne riječi: komunikacija, internet, YouTube, glazba, Hrvatska

Summary

Music is an integral part of human life. In addition to the fact that individual has a choice of different genres such as classical music, jazz, rock, folk and similar, there is also background music that he cannot influence, but this does not exclude the fact that it can potentially influence him or her. Each song communicates with the listener and conveys a specific message, whether it is visible or not. The emergence of the Internet and social platforms for sharing and distributing content have greatly influenced the development of mass communication. They made it faster and simpler, and the content easier to access. The *Web 2.0* group of *web* tools is based on social interaction that allows users to participate in content creation and implies two-way communication. With the advent of *Web 2.0*, various document sharing networks were created, among which YouTube is the leading platform for sharing videos and music. All content on the platform is easily accessible to internet and platform users. Nowadays, references to alcohol, drugs, intercourse, fast driving and money have crept into the world of music as factors that increase the number of listeners and arouse their curiosity. Since the beginning of time, talking about taboo topics has aroused the interest of listeners. Lyrics are perhaps the most important component of any song, so listening to antisocial ones can put a person in danger. Although they do not have to directly affect the person, they can contain subliminal messages that without the listener's knowledge affect him with the aim of manipulation. With that said, this paper provides an overview of the lyrics of the most popular songs on YouTube in Croatia. From the lyrics it can be concluded that they promote a lifestyle in which women are objectified, individuals enjoy intoxicants and money, lyrics call for sexual intercourse and fast driving. The change in communication that took place in the digital age and the development of media in the same were explained. In addition, emphasis was placed on the importance of media literacy, upbringing and education for the individual and the impact music has on the listener.

Key words: communication, Internet, YouTube, music, Croatia

Sadržaj

| | |
|---|----|
| Uvod..... | 1 |
| 1. Komunikacija – od Gutenberga do interneta | 2 |
| 1.1. Masovna komunikacija..... | 2 |
| 1.2. Internet..... | 3 |
| 1.3. Mediji digitalnog doba..... | 3 |
| 1.4. YouTube | 4 |
| 2. Glazba kao oblik komunikacije | 5 |
| 2.1. Utjecaj i manipulacija glazbom | 5 |
| 2.2. Važnost tekstova u glazbi | 6 |
| 2.3. Tekstovi najslušanijih pjesama u Hrvatskoj na YouTubeu | 7 |
| Zaključak..... | 17 |
| Popis literature..... | 18 |

Uvod

Spominjanje alkohola, droge, spolnih odnosa, brze vožnje i novaca postalo je sastavnim dijelom svijeta glazbe kao čimbenik koji povećava broj slušatelja. Internet i njime pojava društvenih platformi omogućili su svima takve pjesme na slušanje. YouTube, vodeća platforma za dijeljenje videozapisa, također je ključna i za glazbu. Mnogi glazbeni izvođači koriste je kao kanal za distribuciju svojih pjesama i dosezanje šire publike. Međutim, s porastom popularnosti glazbe posebno na YouTubeu, dovela se u pitanje eksplicitnost sadržaja najslušanijih pjesama. Većina glazbe na YouTubeu nema dobno ograničenje zbog čega je među ostalim i maloljetnicima omogućeno da koriste sadržaj, slušaju ga i komentiraju pa tako i sudjeluju u masovnoj komunikaciji.

Cilj je ovoga rada objasniti važnost komunikacije, prije svega masovne komunikacije i njene značajke. Spomenut će se i pojava interneta kao jedna od najvažnijih značajki koja je doprinijela razvoju komunikacije te imala veliku ulogu u čovjekovu životu. Pomogla je u distribuciji medijskog sadržaja i sve informacije učinila lakše dostupnim. Također, navest će se mediji novoga doba i značajke YouTubea budući da je u današnje vrijeme jedna od vodećih platformi kada je u pitanju dijeljene glazbe. Osim toga, proučit će se glazba i njen utjecaj na čovjeka, njena uloga i svrha korištenja te važnost tekstova pjesama koje slušamo. Sukladno s tim, dat će se uvid u to kakvu glazbu Hrvati najviše slušaju na YouTubeu i kakav joj je jezik, vrijednosno usmjerenje i kome se obraća pa i uloga medijskog odgoja pri slušanju iste.

Ovu temu obrađujemo na temelju relevantnih knjiga, članaka, znanstvenih radova i internetskih izvora, isto kao i na temelju tekstova pjesama koje su se našle na vrhu ljestvice po slušanosti u Hrvatskoj.

U prvom će se dijelu definirati komunikacija, njen razvoj i njene karakteristike u digitalnom dobu. U idućem dijelu navest će se kako glazba utječe na čovjeka dok će se u zadnjem dijelu prikazati tekstovi pjesama kao ogledni primjer interesa među Hrvatima i potencijalni utjecaj koji imaju na njih.

1. Komunikacija – od Gutenberga do interneta

Činjenica je da ljudi ne mogu bez komunikacije. Postoji nekoliko definicija koje objašnjavaju taj pojam, no najjednostavnije rečeno ljudska komunikacija je „proces putem kojega se prenose simboli u svrhu izazivanja reakcije“ (Tomić i Jugo prema Samovar i sur., 2021, 41). Teško je odrediti početak komunikacije, no za njen povijesni razvoj iznimno je važna pojava ljudskog govora. Jedan od najvažnijih izuma za razvoj komunikacije zasigurno je Gutenbergov tiskarski stroj koji je izazvao revoluciju u kulturi, znanosti i umjetnosti, kao i pojava telefona, radija, televizije i naposljetku, interneta.

1.1. Masovna komunikacija

Pojava interneta je uvelike utjecala na komunikaciju i potencirala je javni diskurs koji dotadašnji tradicionalni mediji nisu mogli. Iako je masovna komunikacija nastala još izumom tiskarskog stroja, ona kakvu danas poznajemo putem tiskanih, elektroničkih medija i interneta prolazi kroz stalnu promjenu (Tomić i Jugo, 2021, 389). Masovna komunikacija podrazumijeva svaki oblik komunikacije koji je posredovan, a primatelji posredovanih poruka skoro pa uopće nemaju kontrole nad pošiljateljima (Tomić i Jugo, 2021, 389). Dakle, bolje rečeno masovnoj komunikaciji pripadaju

„svi komunikacijski oblici kod kojih se izjave javno prenose tehničkim distribucijskim sredstvima (medijima) neizravno (dakle uz prostornu ili vremensku ili prostorno-vremensku distancu između partnera u komunikaciji) i jednostrano (dakle bez promjene uloge između onoga koji daju izjave i onoga koji je prima) disperzivnoj publici (za razliku od nazočne publike).“ (Tomić i Jugo prema Kunczik i Zipfel, 2021, 390).“

France Vreg (Tomić i Jugo prema Vreg, 2021, 390) navodi nekoliko značajki masovne komunikacije:

- 1) Masovno komuniciranje je organizirano i institucionalizirano komuniciranje preko komunikacijskih organizacija i pomoću suvremenih tehničkih uređaja
- 2) Komuniciranje preko masovnih medija je javno komuniciranje
- 3) Poruka masovnoga komuniciranja je aktualna, jer je riječ o priopćavanju „aktualnih sadržaja svijesti“
- 4) Publika masovnih medija je široka, heterogena, i, sa stajališta izvjestitelja, anonimna.

1.2. Internet

Pojava interneta donijela je promjene u načinu komunikacije, informiranja i interakcije općenito. Prvi se oblik pojavio 1960-ih godina u Sjedinjenim Američkim Državama, a danas pruža mnoge mogućnosti posebno u pogledu komunikacije. Ona se odvija putem društvenih medija, elektroničke pošte (e-maila), „soba za čavrljanje“, *news* grupa i audio i video prijenosa te omogućuje ljudima da surađuju na mnogo različitih lokacija. Podržava pristup digitalnim informacijama za mnoge aplikacije, uključujući World Wide Web. Internet se pokazao kao plodno tlo za veliki i rastući broj e-poslovanja (uključujući podružnice tradicionalnih „fizičkih“ tvrtki) koja većinu svoje prodaje i usluga obavlja putem interneta (Khan i Dennis, 2023). Prema Katarini Pisačić (2013) već neke od prije navedenih sredstava za izravnu razmjenu informacija, kao što su standardne mrežne stranice, chat lokacije i e-poruke sveukupno se nazivaju *Web 1.0* i najstarija su skupina *web* alata. Obogaćivanjem sadržaja *Web 1.0* velikoj količini informacija jako se sporo pristupalo. Sagledavajući činjenicu da se veća količina valjanih informacija može dobiti iz više od jednog izvora, razvoj interneta stvorio je mogućnost praćenja sadržaja što drugi pišu o istoj temi gotovo u svakom trenutku (Pisačić, 2013, 283). Kako navodi dalje, *Web 2.0* predstavlja trend u svijetu *Wide Web* tehnologija. To znači da se temelji na društvenoj interakciji koja omogućuje sudjelovanje korisnika u stvaranju sadržaja. Umjesto pohrane podataka podrazumijeva se dvosmjerna komunikacija između korisnika i računala te između korisnika i ostalih korisnika (Pisačić, 2013, 283). Osim društvenih mreža koje mogu služiti za zabavu poput Facebooka ili Twittera, *Web 2.0 alati* uključuju i

„alate za društveno knjižno označavanje, online bilježenje, alate za online suradnju, odnosno internetske alate za sastavljanje i razmjenu dokumenata, kao što su Google Dokumenti, Zoho, ThinkFree; mentalne mape; blok dijagrame; online prezentacije; suradničko programiranje; online obradu fotografija, video i zvučne zapise; online ankete, wiki i blogove; mreže za dijeljenje raznih vrsta dokumenata (SlideShare, Scribd, YouTube) i brojne drugi alate.“ (Pisačić, 2013, 284)

1.3. Mediji digitalnog doba

Digitalizacija i napredak tehnologije doveli su do promjena u medijski posredovanoj komunikaciji te proširili spektar raznolikosti medija. Prema Nadi Zgrabljčić Rotar (2016, 63) to su tradicionalni mediji, konvergirani (novi) mediji i „novi novi mediji“. Autorica dalje objašnjava kako se „tradicionalni i konvergirani tradicionalni mediji smatraju masovnim

medijima“, a da internet i novi mediji to ipak nisu, iako su mediji za masovnu komunikaciju (Zgrabljic Rotar, 2016, 63). Razlog tome je što su

„masovni mediji institucije, zakonski reguliran izvor informacija u kojem djeluju medijski stručnjaci prema svojim profesionalnim, specijaliziranim strukama (novinari, urednici, snimatelji, spikeri, tehničari) te uz pomoć tehnoloških sredstava proizvode različite simboličke sadržaje koji distribuiraju iz jednog izvora udaljenom i heterogenom auditoriju“,

a „internet nije reguliran, a ni ne zapošljava ljude koji svakodnevno uređuju neki program ili sadržaj“ već je platforma na kojoj postoje razni mediji i koja je dovela do konvergencije (Zgrabljic Rotar, 2016, 63). Osim toga, na internetu su nastali i „novi novi mediji“ kao što su YouTube, Facebook, Twitter i ostale društvene mreže, a najveća im je odlika to što su korisnici sadržaja ujedno i proizvođači istog (Zgrabljic Rotar, 2016, 64). Dakle, stvara se sve veća publika koja nije pasivna već joj se daje mogućnost aktivne dvosmjerne komunikacije. Upravo je takva digitalizacija označila „kraj publike“ u smislu primjerice slušatelja nekakvog koncerta ili gledatelja predstave što je pridonijelo razvoju masovne odnosno digitalne kulture i interakcije (Zgrabljic Rotar prema Marshall, 2016, 61).

1.4. YouTube

YouTube je jedna od najpopularnijih platformi za dijeljenje videozapisa. Osnovali su je bivši zaposlenici tvrtke za e-trgovinu Steve Chen, Chad Hurley i Jawed Karim 14. veljače 2005. godine s ciljem da obični ljudi uživaju u dijeljenju svojih „kućnih videa“ (Hosch, 2023). Sjedište tvrtke je u San Brunu. Nedugo nakon osnivanja, interes za platformom rastao je sve više. Hosch dalje navodi kako je tri mjeseca od početka rada brojio je oko 30 tisuća posjetitelja dnevno i imao je više od dva milijuna pregleda videa svaki dan, a već na početku nove 2006. godine taj broj se povećao na 25 milijuna pregleda. Popularizacija platforme dovela je i do niza problema, uglavnom financijskih jer je tvrtka stalno morala kupovati novu računalnu opremu i više širokopojsnih veza s internetom te je morala izdvajati više financijskih sredstava za potencijalne sudske sporove budući da je nekolicina objavljenih videozapisa bila pod zaštitom autorskih prava (Hosch, 2023). Slijedom tih događaja, Google je kupio YouTube 2006. godine nakon čega je njegova popularnost samo rasla.

Kada je riječ o YouTubeu danas, kako kaže Blažević, „sve što čovjek može zamisliti, postoji velika šansa da će to naći na YouTubeu“, a to uključuje vijesti, videoigre, filmove, dokumentarce, serije, vlogove, sadržaj za djecu i mlade, natjecanja, *tutorijale*, a posebno glazbu

i spotove (Blažević, 2021, 10). Mnogi glazbeni izvođači koriste YouTube kao kanal za objavljivanje svojih pjesama i doseganje šire publike. Zapravo, danas je postao jedan od vodećih izvora pri slušanju glazbe.

2. Glazba kao oblik komunikacije

Glazba je nešto što nas svakodnevno okružuje. Gotovo u svim trenucima naših života – na radiju, televiziji, radnom mjestu, rođendanima, vjenčanjima, sprovodima, u prolazu i slično. Mateja Ištuk (2022, 8) naziva je emocionalnim oblikom komunikacije i navodi kako „glazba uvijek dopire do čovjeka, a ona koja do njega dopire uvijek na njega djeluje“. Osim što djeluje na naše emocije, djeluje i na naše fizičko stanje. To se očituje plesanjem, jačim otkucajima srca, suzama i drugim promjenama koje su vidljive. Uglavnom, čovjek ne može imati emotivnu reakciju na glazbu bez da je popraćena fizičkom i obrnuto (Ištuk prema Schmidt, 2022, 8). Glazba zapravo utječe i na ponašanje pojedinca dok on možda nije ni svjestan te činjenice. To se događa čak i kad je slušamo tuđim odabirom, posebno kada nas iritira pa izaziva u nama negativne emocije koje mogu rezultirati nasiljem (Šimičić, 2017, 15).

2.1. Utjecaj i manipulacija glazbom

Različita se glazba koristi za različite prigode. Vrsta je umjetnosti na čiji ritam ili melodiju ne možemo ostati ravnodušni. Već je spomenuto kako je ona emocionalni način komunikacije, a samim time može nam izazvati gađenje, strah, radost, potaknuti nas na veselje, smijeh, plakanje, molitvu ili slično. Platon je i druge umjetnosti, ali posebno glazbu smatrao „snažnim sredstvima za oblikovanje čovjekova karaktera“ zbog čega ju je stavio u na sami vrh edukacije i smatrao da treba biti cenzurirana i pažljivo primijenjena budući da ima moćan utjecaj na čovjeka (Kovačić, 2007). Postoje mnoga istraživanja koja su pratila utjecaj glazbe na čovjeka pa tako i na još nerođenoj djeci i njihovim majkama – nerođena su djeca slušala zvukove violine i nakon rođenja pratilo se njihovo ponašanje u periodu od šest mjeseci. Zaključilo se kako „skupina djece koja je slušala glazbu bila je znatno naprednija u grubljim i finijim motoričkim aktivnostima, u lingvističkom razvoju, nekim vidovima somatsko- senzitivne koordinacije i dijelu kognitivnog ponašanja“ (Šimičić prema Klinfo, 2017, 17). Hans Christian Schmidt tvrdi

kako zvukovi različitih frekvencija mogu imati specifičan utjecaj na čovjeka – zvukovi visoke frekvencije potencijalno utječu na mišljenje, pamćenje i prostornu percepciju, srednje frekvencije utječu na srce, emocije i pluća, a niske na tjelesne pokrete (Ištuk prema Schmidt, 2022, 15). Također nije nepoznanica da se glazba koristi u raznim terapijama, obrazovanju i utječe na kulturu što je čini sastavnim dijelom života. Mijenja se tijekom godina, danas brže nego ikad. Prema stihovima i zvuku karakterističnim za određeno razdoblje može se vidjeti „otisak određene generacije“ i „povijest u stvaranju“ (Ištuk prema Perlata, 2022, 12).

Osim za već nabrojene svrhe, glazba može služiti i kao sredstvo manipulacije. Već je spomenuto kako je ona definirana kao emocionalni način komunikacije. Albrecht i Herget (2021.) govore da takvu moć glazbe da utječe na emocije koriste oglašivači, filmaši, vojni zapovjednici pa i majke (Ištuk prema Albrecht i Herget, 2022, 26). Svakome je od navedenih u cilju ostvariti svoju korist. Oglašivači koriste izabranu glazbu koja će asociirati potrošača na proizvod i utjecati na njegov imidž, filmaši u određenim scenama filma pokušavaju glazbom izazvati određenu emociju i time sugerirati kako bi se gledatelj u određenim trenucima trebao osjećati (napeto, sretno, uzbuđeno, tužno i slično), vojni zapovjednici koriste se njome kako bi motivirali svoju vojsku. Majke najčešće uspavankama i nježnim pjesmama pokušavaju djetetu odvratiti pozornost od nečega što ga je ranije, recimo rasplakalo (Ištuk prema Levitin, 2022, 26). Nadalje, glazba može sadržavati subliminalne poruke. Kunzendorf i suradnici (1991) objašnjavaju kao je subliminalna percepcija podsvjesni ili nenadzirani način shvaćanja u kojem se svjesno ne vide emocionalne poruke i stoga se pogrešno tumače kao samogenerirani nesklad. U kontekstu glazbe, takve poruke mogu biti sastavni dio pjesme i one bez slušateljevog znanja utječu na njega s ciljem manipulacije. Danas su najčešće korištene riječi, slike i izrazi u porukama povezani sa seksom jer se smatra da to potiče energiju u ljudima pa samim time i kupnju proizvoda (Liker, 2019).

2.2. Važnost tekstova u glazbi

Stihovi su možda i najvažnija sastavnica svake pjesme. Oni nas u glazbi mogu poticati na razmišljanje i općenito se možemo povezati te suosjećati sa izvođačem. Daju nam priliku da se povežemo sa cijelom pjesmom ako nas stihovi privlače, ostavljaju prostor za interpretaciju i ako mi doživljavamo sličnu situaciju osobno da se poistovjetimo. Oni mogu biti prosocijalni i antisocijalni. Prosocijalno ponašanje definirano je kao sveobuhvatni naziv za različite oblike socijalnog ponašanja u čijoj je osnovi pomaganje drugima u zadovoljenju njihovih potreba ili

uklanjanju poteškoća (Vidović, 2017). Ako nas pjesma svojim tekstom potiče na pomaganje drugim osobama, „iako su svi glazbeni parametri – harmonija, melodija, orkestracija i ostalo – prilagođeni prosocijalnoj pjesmi, tekst je, naravno, nedvojbeno njezin najrelevantniji element“ (Ištak prema Cuninngam i sur., 2022, 33). Isto vrijedi i za antisocijalne pjesme koje suprotno od prosocijalnih potiču na destruktivno ponašanje. Slušanjem tekstova iskrivljenih vrijednosti dovodimo se u opasnost na više načina. Iako nije utvrđeno da ove dvije vrste tekstova uistinu rezultiraju time da osoba pomaže ili uništava druge, utjecaj glazbe na čovjeka je toliko velik da je moguće. U antičkoj je Grčkoj postojala izreka „kakva glazba, takvi ljudi, takva država“ čime se da naslutiti veličina i važnost ispravnog izbora pjesama za slušanje (Kovačić, 2007).

2.3. Tekstovi najslušanijih pjesama u Hrvatskoj na YouTubeu

Iako je riječ o najslušanijim pjesmama u Hrvatskoj, na ljestvici je sve veća rijetkost pronaći hrvatske izvođače. Prva mjesta po slušanosti najčešće zauzimaju oni iz Srbije, a neka od najpoznatijih imena su Nucci, Voyage, Zera, Breskvica, Jala Brat, Buba Corelli i drugi. „Trap cajke“ kako ih naziva Lucija Basa u svom članku zaista su najpopularnija vrsta glazbe među Hrvatima (Basa, 2023). Prema portalu Teen385 sredinom travnja ove godine najslušanijih pet pjesama srpskih su izvođača uz iznimku jednog hrvatskog koji se nalazi na trećem mjestu:

1. Nucci – Rajske kiše
2. Zera x Henny – Tvoje ime
3. Grše – Mamma mia
4. Breskvica x Teodora – Drift
5. Djexon & Coja feat. Lacku – Kidam kako vozim (Teen385, 2023).

Nuccijska pjesma *Rajske kiše* diskografske kuće *Generacija Zed* objavljena je 12. travnja na YouTube, a već je 19. travnja bila prva na popisu najslušanijih pjesama u Hrvatskoj. Tri mjeseca nakon objave broji 14 milijuna pregleda.

U Tablici 1 možemo vidjeti tekstove koje su se našle pri samom vrhu ljestvice:

| Izvođač i naslov | Tekst |
|---------------------|--|
| Nucci – Rajske kiše | Ajde, haljinu sad spusti malo niže Što me imaš manje - to me voliš više |

Plače nebo, Bebo, to su rajske kiše
Svi su te znali, u gradu ti si magija
Sa kim se budiš ovde svakoga zanima
Takvi su ljudi, tuđa ih sreća mami, a
Nisi ti kriva što pogledom si palila (bum-
bum)
Ma mogu da te pljuju, da te kunu (bum-
bum)
Al' neće moći da ti skinu krunu (bum-bum)
Ta kraljica kralja ima na umu
Ja javio sam kumu, "Za nju sačuvaj mi
burmu"
Ajde, haljinu sad spusti malo niže
Ljubi me po vratu da se teže diše
Što me imaš manje - to me voliš više
Plače nebo, Bebo, to su rajske kiše
Ajde, haljinu sad spusti malo niže
Ljubi me po vratu da se teže diše
Što me imaš manje - to me voliš više
Plače nebo, Bebo, to su rajske kiše
Voliš li jako? K'o nikad nikoga
Jel' stvarno tako? Tako mi stihova
Veruj mi, obišao sam sveta svaku stranu
A takve male ima samo na Balkanu
Španija, Italija, cela Skandinavija
Niko nema oči kao ti
Španija, Italija, cela Australija
A ja uvek vraćam se zbog njih
Ajde, haljinu sad spusti malo niže
Ljubi me po vratu da se teže diše
Što me imaš manje - to me voliš više
Plače nebo, Bebo, to su rajske kiše
Ajde, haljinu sad spusti malo niže

| | |
|---------------------------------|---|
| | <p>Ljubi me po vratu da se teže diše Što me imaš manje - to me voliš više Plače nebo, Bebo, to su rajске kiše (AZLyrics)</p> |
| <p>Zera x Henny – Tvoje ime</p> | <p>(J-Jhinsen) Što više evra, više problema A tebe nema, tuga je golema Što više evra, više problema A tebe nema (Henny, Zera) Kad se snovi ruše mnogo brzo svane I kad te lomi juče, tada vreme stane A ja, to sebi ne bi nikad priznala, nikada Kad zatvore se klubovi, rade kafane Ja tražim način da te izbacim iz glave A ti si uvek prisutna, odsutna Neka noćas svaka tura je na moje ime Znam da nije lepo kad vidiš da žena pije Neka noćas svaka pesma je u tvoje ime Takva sam zbog tebe, ja to ne mogu da krijem Jer nikad nisam nikog tako volela jako Nikad nisam nikog tako volela, budalo Nikad nisam nikog tako volela jako Bu-budalo, bu-budalo Beograd noću grmi, svetli kô da seva Od toliko ljudi samo mene nema U telu crna rupa dušu izjeda, iznutra I kada spojimo se uvek bez problema Nastane ukus najodvratnijeg koktela U trenu, jednu za drugu čašu ispijam, iznova Neka noćas svaka tura je na moje ime Znam da nije lepo kad vidiš da žena pije</p> |

| | |
|-------------------------|--|
| | <p>Neka noćas svaka pesma je u tvoje ime Takva sam zbog tebe, ja to ne mogu da krijem Jer nikad nisam nikog tako volela jako Nikad nisam nikog tako volela, budalo Nikad nisam nikog tako volela jako Bu-budalo, bu-budalo (AZLyrics).</p> |
| <p>Grše – Mamma mia</p> | <p>Woah Mamma Mia sve sad iman šta sam 'tia Život prija, Sunce, more, led, Sangría Žandarija trese, traži 'di san skrija Grše lija, krije sve ka' noge zmija Mamma Mia sve sad iman šta sam 'tia Život prija, Sunce, more, led, Sangría Žandarija trese, traži 'di san skrija Grše lija, krije sve ka' noge zmija Dalmacija - bandolero Kapa mi sad dinero Lagan ka' brat Ziljero Kruzan kvartom sa Đileron "Do you love me Kiki?" Mokra piki, moli me za dickey sickey Du*e - Nicki, mala drippy Twerka dok ležin pripit Svaki dan se slavi (na-na-na) Svaki dan je party (na-na-na) Parkira se 'rrari (na-na-na) Barbie u kadi (na-na-na) Previše stila (na-na-ma) Svaka bi 'tila (sa-na-ma) Dalmacija - (Panama) Sunce sija (na-na-ma) Mamma Mia sve sad iman šta sam 'tia</p> |

| | |
|-----------------------------|--|
| | <p>Život prija, Sunce, more, led, Sangría Žandarija trese, traži 'di san skrija Grše lija, krije sve ka' noge zmija Mamma Mia sve sad iman šta sam 'tia Život prija, Sunce, more, led, Sangría Žandarija trese, traži 'di san skrija Grše lija, krije sve ka' noge zmija Nekada spava na podu san Sada me vode u Hilton Nekada sanja lovu san Sada je prinosin vriçon Nijedna me nije 'tila kad bia san klošar, kad bia san nitko A sada u backstage-u twerkaju ka' da Split je Kingsnorth Iza mene gang (Gang!) Ispred mene kamera, bliceva red (Red!) Vadim keš (Keš!) Na Suncu presijava kraljevski vez Plesačica - go-go Mala je***ica - bombon Raširi du*e mi ka' krila kondor Penje se na nju ka' Frodo na Mordor Mamma Mia sve sad iman šta sam 'tia Život prija, Sunce, more, led, Sangría Žandarija trese, traži 'di san skrija Grše lija, krije sve ka' noge zmija Mamma Mia sve sad iman šta sam 'tia Život prija, Sunce, more, led, Sangría Žandarija trese, traži 'di san skrija Grše lija, krije sve ka' noge zmija (tekstovi.net).</p> |
| Breskvica i Teodora - Drift | (J-Jhinsen) |

| | |
|--|--|
| | <p>(Rrr-ah)</p> <p>Divljala sam, divljala, znam da kriva sam Gde god da sam bila, tu prašinu digla sam Moje pravo lice jako dobro krila sam Slomiću ti srce kao flašu čivasa Hteo si me, hteo si da budem samo tvoja A tako te vozim, kao petsto konja Kleo si se, kleo si da ja sam dar od Boga Pa si se kajao zbog toga Gume troši drift, iza mene crni džip Oko tebe sve su zmiije a ja najveća od svih Gume troši drift, a tako loš si ti tip Oko tebe sve su zmiije a ja najveća od svih Zmija najveća od svih Zmija najveća od svih Suza nikad nije kanula sa obraza Ljubav prođe brzo a ja sam bez pojasa Što si prema meni bolji - triput gora sam Znaš da sve je meni samo faza prolazna Hteo si me, hteo si da budem samo tvoja A tako te vozim, kao petsto konja Kleo si se, kleo si da ja sam dar od Boga Pa si se kajao zbog toga Gume troši drift, iza mene crni džip Oko tebe sve su zmiije a ja najveća od svih Gume troši drift, a tako loš si ti tip Oko tebe sve su zmiije a ja najveća od svih Zmija najveća od svih Zmija najveća od svih (AZLyrics)</p> |
| <p>Djexon & Coja feat. Lacku – Kidam kako vozim</p> | <p>Je li, ku*ko, što si mi skinula dečka? Pa imô je dobra kola Tvoj je imao dobar motor Glupa*o, kako da se vozim, zima je</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>BMW sa dva sedišta bela</p> <p>Pored mene tvoja gu*ica (Pljas), jedva da je sela</p> <p>Mala znaš, kad dodam gas, tu priče nema</p> <p>Hoću samo da te vozim, neću da mi budeš žena</p> <p>Jednom rukom držim volan, druga je na tvojoj nozi (Uu)</p> <p>U jedno budi sigurna, kidam kako vozim</p> <p>Pričam na telefon, čekaj, imam drugi poziv</p> <p>Ali, nemoj da se brineš, bebo, kidam kako vozim</p> <p>Šta si noćas radila? (Šta sam noćas radila?)</p> <p>Cirkala i čadila? (Cirkala i čadila?)</p> <p>Šta si noćas radila? (Šta sam noćas radila?)</p> <p>U-u svim ludim pozama ti si se sa mnom vozala, jer znaš da-</p> <p>Kidam kako vozim, kidam kako vozim (Vroom, vroom)</p> <p>U separeu samo vadim, vadim pare, pare (Vroom)</p> <p>Kidam kako vozim, kidam kako vozim (Vroom, vroom)</p> <p>Oko mene moja braća noćas slave</p> <p>Nemoj da me pitaš što, zašto lutam svaku noć</p> <p>Pijan vozim skupa kola, menjam uređaj i broj</p> <p>Auu (Au), opet flaša pun je sto</p> <p>Na tri votke lepim stotke, kola izvrćem na krov (Let's go)</p> <p>Prva druga, treća, onda ga u sport ubaci (U sport)</p> |
|--|---|

| | |
|--|---|
| | <p>Tebra, spor si, loš si, nisi kô moji ragazzi Tvoju malu, ako treba, ću da gajbi bacim (Vroom, vroom)</p> <p>Pipa, pipa, pipa, pipa me u brzjoj traci Mala automatik, a ja geto problematik (Okej)</p> <p>Gu*a skupa - Second Monopusher Philippe Patek</p> <p>Nove gilje, novi kačket, Kailurkhan nakit (Vau, bum)</p> <p>Ona puca, a ja kidam kako vozim, brate Šta si noćas radila? (Šta sam noćas radila?) Cirkala i čadila? (Cirkala i čadila?) Šta si noćas radila? (Šta sam noćas radila?)</p> <p>U-u svim ludim pozama ti si se sa mnom vozala, jer znaš da-</p> <p>Kidam kako vozim, kidam kako vozim (Vroom, vroom)</p> <p>U separeu samo vadim, vadim pare, pare (Vroom)</p> <p>Kidam kako vozim, kidam kako vozim (Vroom, vroom)</p> <p>Oko mene moja braća noćas slave Nemoj da me pitaš što, zašto lutam svaku noć</p> <p>Pijan vozim skupa kola, menjam uređaj i broj</p> <p>Auu (Au), opet flaša pun je sto Na tri votke lepim stotke, kola izvrcem na krov (AZLyrics).</p> |
|--|---|

Tablica 1. Izvođači, naslovi i tekstovi najslušanijih pjesama u Hrvatskoj na YouTubeu

Iz priloženih tekstova da se zaključiti kako su najslušanije pjesme ipak antisocijalnog karaktera. Gotovo se u svakom tekstu spominju alkohol, novac, brza vožnja, fizički izgled i seksualne

reference. Pojava interneta ovakve je pjesme omogućila svima na slušanje. Ovaj žanr glazbe osim eksplicitnih tekstova podrazumijeva i brzi te izražajni ritam što ubrzava puls i podiže krvni tlak stoga nije čudno što ga više vole mlađi ljudi (Šimičić prema Klinfo, 2017, 17). Još jedan od fenomena koji se pojavljuje u ovim pjesmama jest hiperseksualizacija. Makek kaže da je „većina poznatih osoba iznadprosječno lijepa, što je vrlo vjerojatno faktor koji im je i pomogao doći do slave“ jer mi ljudi imamo tendenciju biti privrženiji atraktivnim osobama (Makek, 2021, 81). Osim što to iskorištavaju u spotovima i objavama na društvenim mrežama kako bi privukli publiku, izvođači se time služe i u tekstovima. Pjevanjem o tabu temama i marginalnim društvenim ponašanjem bude uzbuđenje kod slušatelja. Iako ove pjesme primarno imaju zabavljачku funkciju, ne smije se zanemariti kako može utjecati na naša ponašanja i stavove. Subliminalne poruke i emotivna manipulacija sveprisutne su u glazbi. Stih iz pjesme Kidam kako vozim „Jednom rukom držim volan, druga je na tvojoj nozi“ ili „pijan vozim skupa kola“ i „gume troši drift“ Teodorine i Breskvicine pjesme mogu pobuditi znatiželju i motivirati osobe na brzu i nesigurnu vožnju. Iz tog razloga valja naglasiti važnost medijskog odgoja.

Mediji imaju ulogu odgoja u društvu, ali i manipuliranja posebno kada je riječ o formiranju mlade generacije (Tolić prema Baacke, 2009, 97). Danijel Labaš (2015, 109) navodi kako „mediji nisu više samo sredstva, oni su naše kulturno okruženje i ozračje“. Kao što je već spomenuto, ovaj žanr pretežitno vole mladi ljudi zbog čega je nužno da razviju kritičko mišljenje, prepoznaju medijsko djelovanje, analiziranju medijski proizvod za osobno samoostvarenje i razvoj tijekom cijelog života putem medija (Tolić, 2009, 101). Maloljetnici, posebno mala djeca ne smiju prihvaćati sve sadržaje koji im se nude, a odgovornost je na roditeljima, odgajateljima u dječjim vrtićima te učiteljima razredne nastave i nastavnicima hrvatskoga jezika, koji su nositelji medijskog opismenjavanja djece u Hrvatskoj (medijskapismenost.hr). Svatko tko ima pristup internetu potencijalno je izložen eksplicitnim sadržajima koji se njime dijele bez obzira na uzrast što može biti opasno ako osoba nije medijski pismena. Iz tog razloga Rivoltella (2008) navodi dvije zadaće odgoja za nove medije – „prva je osmisliti strategije i odgojne metode specifične za nove medije“ što podrazumijeva potrebu za aktivnostima koje nastavnici uistinu mogu koristiti u razredima, a „druga je zamisliti novu paradigmu za novi medijski odgoj“ (Labaš prema Rivoltella, 2015, 111). Ta druga zadaća odnosi se na promjenu središta odgoja s kritičkog razmišljanja prema odgovornosti odnosno mišljenja kako više nije dovoljno samo kritički razmišljati i biti oprezan pri pretraživanju te stvaranju medijskih sadržaja već napraviti pomak u čijem središtu više neće biti mediji nego građani (Labaš prema Rivoltella, 2015, 111).

Kada je u pitanju medijski odgoj u obrazovnim ustanovama u Hrvatskoj, Igor Kanižaj i Viktorija Car (2015, 29 - 34) zaključuju da

„u Hrvatskoj djeca i mladi kroz obrazovni sustav imaju formalnu mogućnost tek djelomično se obrazovati o medijima (prvenstveno o filmu, a onda ponešto i o televiziji i radiju), vrlo malo o medijskoj produkciji (kroz rad u školskim novinama, školskom radiju te kroz filmske radionice), a najmanje o analizi i kritičkom vrednovanju medijskih sadržaja, medijskih programa i usluga, što jest zapravo temelj medijske pismenosti“

i naglasili su nedostatak suradnje između javnog sektora u obrazovanju i gospodarstva koja bi projektima mogla poduprijeti razvoj medijske pismenosti. Iako odgovornost nije samo na obrazovnom sustavu, nego i na roditeljima. Jasno je da ne mogu imati stopostotnu kontrolu nad medijskim sadržajem koji dopire do djece zbog čega su dužni zajedno osposobiti mlade za pravilno korištenje medija.

Zaključak

Ovim se radom namjeravalo dokazati da je eksplicitnost tekstova u pjesmama postao veliki problem u današnjoj kulturi. Podržavanjem i slušanjem takvog sadržaja pojedinci donose zaradu glazbenim izvođačima i populariziraju njihove proizvode. Sve dok je u pitanju dobra zarada, ne dovodi se u pitanje kvaliteta objavljenog. Jezik kojim su pjesme pisane primitivan je, pun psovki i žargonizama. Promiču određeni način života – barem jedna od pet prikazanih pjesama potiče:

- Fizički izgled žene ili objektivizaciju žene
- Seksualne reference ili poziv na spolni odnos
- Uživanje u alkoholu i/ili novcu
- Brzu i nesigurnu vožnju.

Izvođači se pjevanjem o ovakvim temama obraćaju uglavnom mlađoj publici koja tek gradi svoje poglede na svijet i na kojoj ostaje promicanje kulture. Vrijednosno usmjerenje tekstova uglavnom je hedonističko.

U ovom se radu primarno prikazao generalni interes Hrvata koji koriste YouTube i njihov glazbeni ukus. To ne mora nužno značiti da nastoje prihvatiti nametnute vrijednosti, ali čestim slušanjem ovakvoga sadržaja on se normalizira. Dakle, ovakav jezik postaje uobičajen u pjesmama i *Generacija Z*¹ mahom ga prihvaća. Dovodi se u pitanje sigurnost djece će potencijalno zbog izloženosti internetu imati iskrivljene percepcije o načinu života.

Iako je pojava interneta donijela mnoge prednosti u ljudskom životu, neopreznim korištenjem mogu se izazvati i negativni ishodi. Važno je medijski obrazovati i odgajati djecu na vrijeme kako bi kasnije sama mogla razlučivati kvalitetni sadržaj od onog nekvalitetnog te kontrolirati utjecaj medijskog sadržaja na njihov život. Izuzet djece, svaka bi osoba trebala poznavati medije i kritički prosuđivati što oni nude. Nadasve, o medijima je potrebno razgovarati. Zauzimaju visoko mjesto u životu pojedinca budući da njihova uloga u društvu postaje sve veća – od informiranja do oblikovanja našeg mišljenja i utjecanja na naše emocije.

¹ Osobe rođene između 1995. i 2012. godine (Mihaljević, 2019).

Popis literature

Baacke, D. (2007). *Medienpädagogik*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Blažević, J. (2021). *YouTube – vrhunac stvaranja i konzumacije digitalnog sadržaja* (Završni rad, Sveučilište Sjever).

Cunningham, S. J., Downie, J. S., & Bainbridge, D. (2005). The pain, the pain: Modelling music information behavior and the songs we hate. In *ISMIR 2005 - 6th International Conference on Music Information Retrieval*, 474-477.

Ištuk, M. (2022). *Glazba kao sredstvo manipulacije u komunikaciji* (Završni rad, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku).

Kanižaj, I.; Car, V. (2015). Hrvatska: nove prilike za sustavan pristup medijskoj pismenosti. . U: Viktorija Car, Lejla Turčilo i Marijana Matović (ur.), *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije* (str. 19-39). Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

Kunzendorf, R. i sur. (1991). IMAGINATION, COGNITION AND PERSONALITY. *Subliminal activation of intrapsychic conflicts: subconscious realms of mind vs subconscious processes of mentation*. (str. 117-128). Baywood: Baywood Publishing.

Labas, D. (2015). „Djeca i mediji“ – mladi obrazuju mlade. U: Viktorija Car, Lejla Turčilo i Marijana Matović (ur.), *Medijska pismenost – preduvjet za odgovorne medije* (str. 105-121). Sarajevo: Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

Levitin, J. D. (2016). *Mozak i muzika*. Zagreb: Vuković & Runjić

Liker, J. (2019). *Utjecaj glazbe na ponašanje potrošača* (Diplomski rad, Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet).

Makek, M. (2021). KULTURNA INDUSTRIJA YOUTUBEJA. *Nouspojava*, 1(1), 79-93.

Marshall, P. D. (2004). *New Media Culture*. London: Arnold

Pisačić, K. (2013). ZNAČAJKE NEKIH WEB 2.0 ALATA. *Tehnički glasnik* 7(3), 283-284.

Rivoltella, P. C. (2008). INTERNET I ODGOJ. Analiza pedagoških modela i smjernice za razmišljanje, *Kateheza*, 24(3), 265-280.

Samovar, L. A.; Porter, R. E.; McDaniel, E. R. (2007). *Communication between cultures*, Six ed., Australia: Thomson-Wadsworth.

Schmidt, H.-C. (1976) MUSIK ALS EINFLUSSGRÖßE BEI DER FILMISCHEN WAHRNEHMUNG. U: H.-C. Schmidt (ur.), *Musik in den Massenmedien Rundfunk und Fernsehen*. Mainz, Germany: B. Schott's Söhne.

Šimičić, M. (2017). *Glazba kao komunikacija* (Završni rad, Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet).

Tolić, M. (2009). TEMELJNI POJMOVI SUVREMENE MEDIJSKE PEDAGOGIJE. *Život i škola: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja*, 55(22), 97-103.

Tomić, Z.; Jugo, D. (2021). *Temelji međuljudske komunikacije*. Mostar, Zagreb: Sveučilište u Mostaru, SYNOPSIS d.o.o., Zagreb, Edward Bernays University College, Zagreb.

Vidović, V. (2017). *Prosocijalno ponašanje* (Završni rad, Sveučilište u Splitu, Pomorski fakultet).

Vreg, F. (1991). *Demokratsko komuniciranje*. Sarajevo: Narodna i univerzitetska biblioteka BiH, Fakultet političkih nauka.

Zgrabljčić Rotar, N. (2016). NOVI MEDIJI DIGITALNOG DOBA. U: Ljubica Josić (ur.), *Informacijska tehnologija i mediji* (str. 57-64). Zagreb: Hrvatski studiji.

Mrežni izvori

Basa, L. (2023, 21. veljače). U Hrvatskoj se najviše slušaju trap cajke, a 'Mama ŠČ' nije ni među prvih 20 najslušanijih. *24.sata*. URL: <https://www.24sata.hr/show/u-hrvatskoj-se-najvise-slusaju-trap-cajke-a-mama-sc-nije-ni-medu-prvih-20-najslusanijih-893021> (12. srpnja 2023).

Breskvica & Teodora Lyrics (2023). Preuzeto 11.7.2023. s URL: <https://www.azlyrics.com/lyrics/breskvica/drift.html>.

Djexon & Coja Lyrics (2023). Preuzeto 11.7.2023. s URL: <https://www.azlyrics.com/lyrics/djexon/kidamkakovozim.html>.

Hosch, W. L. (2023). YouTube. *Encyclopedia Britannica*, 19. lipnja. URL: <https://www.britannica.com/topic/YouTube> (20. srpnja 2023).

Khan, R.; Dennis, M. A. (2023). Internet. *Encyclopedia Britannica*, 26. lipnja. URL: <https://www.britannica.com/technology/Internet> (20. srpnja 2023).

Klinfo.hr (2012). Utjecaj glazbe na razvoj, emocije i socijalne vještine kod djece, Preuzeto 18.7.2023. s <https://zena.rtl.hr/bolja-ja/trudnoca-i-majcinstvo/utjecaj-glazbe-na-razvoj-emocije-i-socijalne-vjestine-kod-djece-a7f71da4-1410-11ec-a454-6e13695cb673>.

Kovačić, A. (2007). Utjecaj glazbe na čovjeka. Preuzeto 21.7.2023. s <https://blog.dnevnik.hr/print/id/1623411438/utjecaj-glazbe-na-covjeka.html>.

M.Tr. (2023). Uz Breskvicu, Nuccija i ekipu: Jedan hrvatski pjevač se opet uspio ugurati u vrh YouTube trendinga. *Teen385*. 19. travanja. URL: <https://teen385.dnevnik.hr/clanak/showbiz/glazba/uz-breskvicu-nuccija-i-ekipu-jedan-hrvatski-pjevac-se-opet-uspio-ugurati-u-vrh-youtube-trendinga---777389.html> (12. srpnja 2023).

Medijskapismenost.hr (2017). Trebamo pravovremen i učinkovit pristup medijskom opismenjivanju djece i mladih. Pristupljeno 15.7.2023. s <https://www.medijskapismenost.hr/pravovremen-ucinkovit-pristup-medijskom-opismenjivanju-djece-mladih/>.

Mihaljević, J. (2019). Na svijetu trenutačno živi ovih 10 'generacija', Kojoj vi pripadate?. Pristupljeno 15.7.2023 s <https://www.mirovina.hr/novosti/na-svijetu-trenutacno-zivi-ovih-10-generacija-kojoj-vi-pripadate/>.

Nucci Lyrics (2023). Preuzeto 11.7.2023. s URL: <https://www.azlyrics.com/lyrics/nucci/rajskekise.html>.

Perlata, L. (2021). How Does Music Affect Society?. Preuzeto 19.7.2023. s <https://www.savethemusic.org/blog/how-does-music-affect-society/>.

Tekstovi.net - galerija muzičkih tekstova (2023). Preuzeto 11.7.2023. s https://tekstovi.net/2,6158,68319.html#google_vignette.

Zera & Henny Lyrics (2023). Preuzeto 12.7.2023. s URL: <https://www.azlyrics.com/lyrics/zera/tvojeime.html>.