



doi:10.5559/di.23.3.01

UPOTREBA INTERNETSKIH DRUŠTVENIH MREŽA I PARTICIPACIJSKE DIMENZIJE DRUŠTVENOGA KAPITALA MLADIH NA PRIMJERU FACEBOOKA

Krešimir KROLO, Ivan PUZEK
Sveučilište u Zadru, Zadar

UDK: 061.2-053.67(497.5):004.738.5
Izvorni znanstveni rad

Primljeno: 17. 2. 2014.

Temeljni cilj ovoga rada jest analiza veze između upotrebe internetskih društvenih mreža (na primjeru Facebooka) i participacijskih dimenzija društvenoga kapitala kod mladih u Hrvatskoj. U istraživanju se rabe operacionalizirane participativne dimenzije društvenoga kapitala prema radovima Roberta D. Putnama te teorije o internetskim društvenim mrežama kao potencijalnim agensima društvenoga kapitala. Istraživanje je provedeno online anketom 2012. godine na prigodnom uzorku mladih u Hrvatskoj (N = 577). Rezultati upućuju na konzistentnu pozitivnu povezanost upotrebe internetskih društvenih mreža i broja članstava u udrugama civilnoga društva, odnosno aktivističkih praksi. Pozitivna korelacija s aktivizmom ostaje zamjetna i nakon uključenja uobičajenih korelata, poput članstva u udruzi ili uopćenoga povjerenja. Religioznost ima pozitivnu korelaciju na članstvo u udrugama civilnoga društva, ali negativnu na aktivističke prakse. Zaključuje se kako internetske društvene mreže zbog svojih tehnološko-komunikacijskih karakteristika služe kao relevantan agens participacijskih praksi mladih, uz potrebu proširenih istraživanja s probabilističkim uzorkom.

Ključne riječi: digitalno-interaktivni mediji, internetske društvene mreže, društveni kapital, građanski aktivizam, mladi



Krešimir Krolo, Odjel za sociologiju, Sveučilište u Zadru,
Obala kralja Petra Krešimira IV. br. 2
23 000 Zadar, Hrvatska.
E-mail: kkrolo@unizd.hr

UVOD

Društveni angažman mladih, gledan kroz participaciju u političkom životu ili kroz društvene aktivnosti u zajednici, učestalo se navodi kao gorući problem za razvoj demokratskih procesa u suvremenim društvima. Nezainteresiranost za lokalne ili globalne političke teme, niska stopa angažmana i volontiranja te nevoljkost sudjelovanja u raznim oblicima organizacija i udruga orijentiranim prema poboljšanju društveno-kulturnoga života društva i zajednice dobro su dokumentirane u nizu istraživanja (Cherry, 2012; Dostie-Goulet, 2009; Putnam, 1995, 2000).

Nerijetko se kao glavni faktor apatije i pasivnosti navodi medijski okoliš, apostrofirajući pritom televiziju kao jedan od vodećih uzroka smanjene razine društvenog i političkog angažmana (Putnam, 2000), iako postoje istraživanja (Hoffman i Thomson, 2009) koja povezuju specifične televizijske sadržaje s većim participacijskim aktivnostima mladih. Gledajući iz perspektive teoretičara novih medija, pasivna konzumacija televizijskoga sadržaja, iz koje proizlazi pasivnost publike, smatrala se očekivanom posljedicom komunikacijskoga procesa zbog manjka interaktivnih mogućnosti analogno-masovnih medija.

S druge strane, digitalno-interaktivni mediji pretpostavljaju prekid s komunikacijskom praksom analogno-masovnih medija, u najmanju ruku zbog paradigmatičke promjene odnosa između pošiljatelja i primatelja poruke. Komunikacijska fleksibilnost vezana za digitalnu tehnologiju omogućuje višestruku povezanost raznih aktera te konvergenciju između medijskih žanrova, otvarajući put i komunikacijskim promjenama koje uvode istodobno horizontalnost i interaktivnost između aktera (boyd, 2010, str. 37; Ellison, Steinfield i Lampe, 2011; Pasek, Kenski, Romer i Jamieson, 2006; Watkins, 2009). Navedene promjene važne su za razumijevanje potencijalnih ishoda medijskih praksi, posebice u povezanosti načina upotrebe internetskih društvenih mreža kao pokazatelja povećanih ili smanjenih participacijskih praksi mladih.

Prva istraživanja interneta (Kraut i sur., 1998) pokazala su kako postoji "internetski paradoks", fenomen koji se manifestira osjećajem osamljenosti i anksioznosti korisnika. Iako je kasnije istraživanje (Kraut i sur., 2002) dovelo u pitanje zaključke proizašle iz prvog istraživanja, još uvijek postoje mišljenja kako komunikacija putem digitalno-interaktivnih medija zamjenjuje tradicionalne oblike komunikacije i socijalizacije s drugima (Gergen, 2009; Turkle, 2011). Cilj ovoga rada jest ustanoviti koliko je specifičnost medijskog okruženja u obliku internetskih društvenih mreža (u daljnjem tekstu IDM), kao i načini njihove upotrebe, pokazatelj participacijskih praksi mla-

dih. Polazeći od pretpostavki kako živimo u umreženom društvu (Castells, 2000), gdje se unutar logike mrežne komunikacije stvara paradigma umreženog individualizma (Wellman i Rainie, 2012), valja vidjeti jesu li specifičnosti navedene komunikacije za mlade predispozicija povezanosti s aktivnostima u zajednici ili je socijalizacija u takvu kontekstu indikativna za narcisoidnost i manjak društvenog angažmana. Temeljni koncept kojim će se navedeni problem ispitati jest koncept društvenoga kapitala, operacionaliziran prema radovima Roberta D. Putnama (1993, 1995, 2000), izdvajajući pritom participacijske dimenzije.

Participacijske dimenzije društvenoga kapitala

Društveni kapital jest složen multidisciplinarni i multiparadigmatski koncept (Field, 2008; Grix, 2001, 2002; Häuberer, 2011; Portes, 1998). No s obzirom na naglasak ovoga rada na društvenim praksama mladih vezanim uz aktivističke elemente društvenog angažmana, posebna pažnja posvetit će se definiciji i operacionalizaciji participativnih dimenzija društvenoga kapitala, oslanjajući se pritom na koncepte koje je u svojem radu *Kuglajući sam (Bowling Alone)* ponudio Robert D. Putnam (2000).

U ranijem radu Putnam društveni kapital definira kao "obilježja društvene organizacije poput mreža, normi i društvenoga povjerenja koje omogućuju koordinaciju i kooperaciju radi obostrane dobrobiti" (Putnam, 1995, str. 67). Mrežni aspekt društvenoga kapitala proizlazi iz socioloških konceptualizacija (Granovetter, 1973; Lin, 2001; Häuberer, 2011), koje naglašavaju participacijske dimenzije društvenoga kapitala. One proizlaze iz strukture društvenih mreža kojima pojedinci pripadaju i njihovih pozicija u njima, odnosno "[...] uključenost[i] u različite mreže socijalnih odnosa [...]" (Šalaj, 2007, str. 43). Iz ove definicije proizlazi operacionalizacija društvenoga kapitala kao članstva u udrugama civilnoga društva (offline dimenzija), odnosno članstva u Facebook grupama (online dimenzija).

Druga ključna dimenzija u Putnamovoj definiciji društvenoga kapitala odnosi se na društveno povjerenje (Fukuyama, 1995; Field, 2008; Häuberer, 2011), koje je ujedno kulturna dimenzija u konceptu društvenoga kapitala. Odnos između ovih dviju dimenzija u žarištu je mnogih istraživanja (Paxton, 2007; Sønderskov, 2011; Šalaj, 2007), koja ne dolaze do konsenzusa oko njihove povezanosti. S obzirom na empirijski fokus na medije i društvene mreže, konceptualni oslonac našega shvaćanja društvenoga kapitala jest njegova strukturalna dimenzija, odnosno mreže povezanosti kroz članstvo u udrugama civilnoga društva i članstvo u online grupama.

Kulturna dimenzija (operacionalizirana kao generalizirano povjerenje) u prediktorski je set uvrštena kao kontrolna varijabla, bez pretenzija da se detaljno ispituje i obrazlaže njezina povezanost sa strukturnom dimenzijom socijalnoga kapitala.

Korelacijska veza strukturne dimenzije socijalnoga kapitala i političke participacije uvjerljivo je dokumentirana nizom istraživanja (za pregled vidi Teorell, 2003; u hrvatskom kontekstu Šalaj, 2011), pri čemu su neki autori (Alexander, Barraket, Lewis i Considine, 2012; Pattie, Seyd i Whiteley, 2003; Teorell, 2003; Vissers, Hooghe, Stolle i Mahéo, 2012) pokušali eksplicirati i provjeriti mehanizme kojima se ova veza ostvaruje. Gotovo sva recentna istraživanja kao jedno od objašnjenja nude ono temeljeno na društvenom kapitalu, naglašavajući pritom važnost broja i strukture veza.

Političku participaciju definiramo kao sudjelovanje u aktivnostima usmjerenom prema ostvarivanju društveno-političkoga potencijala, koje se podudaraju s idejom i konceptom aktivnoga građanina u suvremenim demokratskim društvima (Dahlgren, 2005 [1991]; Putnam, 2000). Riječ je poglavito o angažmanu i aktivnostima vezanima uz oblike građanskoga i političkoga života, poput glasanja na izborima, bojkota kupovanja određenih proizvoda i potpisivanja peticije. Uzimajući u obzir navedene elemente, postavlja se pitanje kakvu ulogu u strukturama povezivanja i participacijskim aktivnostima imaju internetske društvene mreže?

Internetske društvene mreže i društveni kapital mladih

Internetske društvene mreže posjeduju nekoliko specifičnih komunikacijsko-interakcijskih specifičnosti koje ih čine potencijalno zanimljivim agensom u objašnjavanju odnosa participacijskih praksi i mladih.¹ Dosadašnja istraživanja, koja gledaju razne razine i oblike socijabilnosti putem internetskih društvenih mreža, zaključuju kako dolazi do povećane komunikacije i interakcije, odnosno da se razina socijabilnosti prema raznim parametrima povećava, nikako smanjuje (boyd, 2007; boyd i Ellison, 2007; Ishii, 2006; Valenzuela, Park i Kee Kerk, 2008; Vissers i sur., 2012). IDM odlikuje relativna demokracičnost, horizontalnost komunikacije, brz pristup relevantnim informacijama te izostanak kontrolnih mehanizama u obliku cenzure, što za mlade otvara znatno više prostora za sudjelovanje u raspravama i praćenje relevantnih društvenih tema nego što im se to omogućuje u sustavima masovnih medija i klasičnim društvenim institucijama i organizacijama.

Iz navedenoga teorijskog i konceptualnog okvira proizlaze sljedeće hipoteze:

Hipoteza 1 (H1): Visok indeks članstva u raznim tipovima udruga civilnoga društva pozitivno je povezan s pripadanjem grupama na internetskim društvenim mrežama.

Kao što je već bilo navedeno, postoji niz istraživanja koja problematiziraju vezu između upotrebe raznih oblika medija i oblika društvenog angažmana (Dahlgren, 2005 [1991]; Goldberg, 2011; Hampton i Wellman, 2002; Putnam, 2000). Putnamovo je istraživanje (2000), primjerice, pronašlo pozitivnu vezu između konzumacije raznih oblika tiskanih medija i uključenosti u društveno-političke aktivnosti zajednice, dok je televizija povezana s pasivnošću i povlačenjem u privatizirani prostor vlastita doma. Novija istraživanja interneta i internetskih društvenih mreža pokazuju kako ove tehnologije i mediji omogućuju veću razinu participativnih praksi i aktivnosti korisnih za zajednicu (boyd, 2010; Ellison i sur., 2011; Hampton i Wellman, 2002; Pasek i sur., 2006; Quintelier i Visser, 2008; Rainie i Smith, 2012; Shah, Cho, Eveland i Kwak, 2005). Upotreba internetskih društvenih mreža omogućuje povezanost koja premošćuje prostorna i vremenska ograničenja, što koordinatorima udruga i njihovim članovima omogućuje višu razinu uključenosti u razne aktivnosti. Iz istih razloga očekuje se i pozitivna povezanost s aktivnom participacijom u zajednici koja nije vezana uz članstvo u klubovima i nevladinim udrugama.

Hipoteza 2 (H2): Aktivističko-participacijske prakse mladih pozitivno su povezane s visokim indeksom pripadanja grupama na internetskim društvenim mrežama.

Mogućnost kreiranja sadržaja koji se može distribuirati istodobno svim članovima mreže, ali i mogućnost da članovi prosljeđuju informacije drugima, neizravnim članovima, otvara znatno veći potencijal za širenje informacija, a u konačnici onda i veću razinu angažmana (Himmelboim, 2011; Strange, 2011). Pridoda li se tome i mobilnost koja je postala neizbježni element preko kojeg se pristupa internetskim društvenim mrežama (Campbell i Kwak, 2012), valja pretpostaviti kako će navedeni elementi imati važnu vezu u aktivističko-participacijskim praksama mladih.

Hipoteza 3 (H3): Članstvo u udrugama civilnoga društva pozitivno je povezano s aktivnostima u grupama na internetskim društvenim mrežama.

Vodeći se zaključcima iz prijašnjih istraživanja (boyd, 2010; Ellison i sur., 2011; Hampton i Wellman, 2002; Pasek i sur.,

2006; Rainie i Smith, 2012; Shah i sur., 2005), ali i teorijskim predlošcima o funkcijama i dimenzijama participativnih praksi kroz medije i unutar medija (Dahlgren, 2005 [1991]; Jenkins i Carpentier, 2013), valja krenuti od pretpostavke kako će aktivna komunikacija unutar grupa na internetskim društvenim mrežama imati i ishodišnu točku u fizičkom svijetu, odnosno kako aktivnosti zabilježene u digitalno-interaktivnom kontekstu nisu specifične samo za to medijsko polje. Objavlivanje i komentiranje informacija u grupama na internetskim društvenim mrežama može biti vezano uz članstvo u drugim civilnoga društva te nastojanje da se informacije iz rada tih tijela prošire i do potencijalnih članova ili simpatizera.

Hipoteza 4 (H4): Indeks aktivizma mladih pozitivno je povezan s aktivnostima u grupama na internetskim društvenim mrežama.

Jednako kao i na primjeru članstva, pretpostavljamo kako je aktivno sudioništvo u razmjeni informacija u grupama na internetskim društvenim mrežama povezano s pripadanjem specifičnoj društveno-političkoj akciji. No za razliku od članstava u klasičnim institucijama političkoga i javnoga djelovanja u civilnom sektoru, valja očekivati nešto viši angažman mladih u ovoj formi društveno-političkoga djelovanja, jer ima manju razinu birokratiziranosti i hijerarhičnosti i prilikom izradbe akcija i u njihovoj provedbi.

METODE

Prikupljanje podataka

Istraživanje je provedeno online anketom od listopada 2011. do veljače 2012. godine na prigodnom uzorku od 577 sudionika između 15 i 35 godina. Pretpostavka je kako zbog promijenjenih društvenih okolnosti valja računati sa sindromom "produžene mladosti", zato smo uključili i osobe starije od 30 godina. Drugo, širenjem dobnoga raspona otvara se prostor i za analizu odnosa između dvije potencijalno različite generacije, gledane s obzirom na medijsko-socijalizacijski kontekst. S jedne su strane adolescenti koji ne poznaju svijet bez internetske komunikacije, a s druge "stariji odrasli" koji imaju iskustvo svijeta prije ekspanzije digitalno-interaktivne komunikacije i komunikacije putem internetskih društvenih mreža. Distribucija je tekla internetskim društvenim mrežama neprobabilističkom metodom snježne grude. Kako bi se zadovoljili kriteriji nepristranosti u selekciji potencijalnih sudionika, od inicijalnoga kruga sudionika zatraženo je da se daljnja distribucija odvija tako da anketa bude prosljeđena osobama

● **TABLICA 1**
Sociodemografska
struktura uzorka

u mreži s kojima se ne dijele zajednički Facebook prijatelji. Tom metodom nastojala se izbjeći homofiličnost i homogeniziranost uzorka, a s ciljem dolaska do divergentnije populacije. Očekivana populacija bi, dakle, trebala biti u rasponu od 15 do 35 godina, s otvorenim profilom na internetskim društvenim mrežama, a što odgovara i podacima u nedavnim istraživanjima o karakteristikama korisnika internetskih društvenih mreža u Hrvatskoj (GfK, 2012).²

		N	%
Uzorak (ukupno)		577	100
Spol	Muški	198	34
	Ženski	379	66
Dob	14 – 17	66	11
	18 – 25	389	67
	26 i više	122	21
Veličina naselja	Do 10 000 stanovnika	94	16
	10 001 do 100 000 stanovnika	197	34
	100 001 do 500 000 stanovnika	155	27
	Više od 500 000 stanovnika	131	23
Radni status	Školuje se ili studira	397	69
	Zaposlen	117	20
	Nezaposlen	63	11
Materijalno stanje kućanstva	Vrlo dobro / odlično	193	34
	Osrednje	312	54
	Loše / jako loše	72	13
Religioznost	Nisam vjernik	161	28
	Ne posjećujem vjerske obrede	102	18
	1-2 puta u godini	107	19
	Više puta u godini	111	19
	Najmanje jednom u tjednu	77	13
	Nešto drugo	19	3

Pregled instrumenata

S obzirom na to da je u ovom radu naglasak na participacijskim dimenzijama društvenoga kapitala, kao zavisne varijable definirane su dvije mjere offline aktivnosti: članstvo u udrugama civilnoga društva te društveni angažman i aktivizam koji nije nužno vezan uz članstvo u udrugama civilnoga društva. *Online aktivnosti* predstavljaju centralne prediktorske varijable, definirane kroz pripadnost i članstvo u grupama na internetskim društvenim mrežama sa različitim društveno-političkim temama te aktivnosti vezane uz objavljivanje i javno komentiranje vijesti i informacija koje prolaze kroz internetske društvene mreže. Generalizirano povjerenje je mjera soci-

jalnoga kapitala komplementarna članstvu u udruženjima. Osobna religioznost izražena je kroz učestalost odlazaka na vjerske obrede, pri čemu je raspon mogućih rezultata od "nisam vjernik/ca" do "više puta tjedno odlazim na vjerske obrede". Ostale sociodemografske kontrolne varijable još su spol, dob, veličina naselja, radni status i materijalni status (za kategorije odgovora v. Tablicu 1).

Članstvo u udrugama civilnoga društva

Indeks članstva u udrugama civilnoga društva inicijalno je obuhvatio osam čestica koje predstavljaju najčešće tipove civilnih organizacija, udruga i klubova (Tablica 2.1), pri čemu su se ispitanici mogli izjasniti kao aktivni članovi, neaktivni članovi ili da nisu članovi pojedinoga tipa udruge. Prebrojavanjem aktivnih i neaktivnih članstava svakoga pojedinog ispitanika konstruiran je indeks teorijskoga raspona od 0 (ispitanik nije član ni jednoga tipa udruge) do 8 (ispitanik je aktivni i/ili neaktivni član u svakom tipu udruge). Valja primijetiti da je ovako konstruiran indeks prije svega indeks raznolikosti članstava u udrugama civilnoga društva, što je potpuno kompatibilno s Putnamovim konceptom socijalnoga kapitala koji je usmjeren na organizacijske forme (2000), a na kojem se temelje i daljnje analize.

📄 TABLICA 2.1
Članstvo u udrugama
civilnoga društva

	Da (%)	N
Vjerska ili religijska organizacija	45	260
Sportska ili rekreacijska organizacija	39	225
Likovna, glazbena ili obrazovna udruga	29	167
Humanitarna udruga	15	87
Udruga za zaštitu okoliša	10	58
Politička stranka	7	40
Radnički sindikat	6	35
Udruga za zaštitu potrošača	3	17
<i>Indeks članstva u udrugama*</i>	<i>M = 1,49; SD = 1,24</i>	

* Cronbachov $\alpha = 0,61$

Društveni angažman i aktivizam

Indeks aktivizma konceptijski slijedi Putnamov (2000) rad i njegove zaključke o važnosti aktivističko-participacijskih praksi – bez obzira na to je li riječ o općedruštveno orijentiranim aktivnostima, poput prikupljanja novaca u dobrotvorne svrhe, ili o političkim (stranačkim ili izvanstranačkim, to jest civilnim) oblicima aktivizma. Indeks je formiran kao agregatni rezultat sudjelovanja u dimenzijama dobrovoljnih aktivnosti u proteklih dvanaest mjeseci (Tablica 2.2). Izbor aktivnosti od

kojih su formirane čestice napravljen je u skladu s brojnim istraživanjima na tu temu u europskom (Maraffi, Newton, Van Deth i Whiteley, 2008; Teorell, 2003) i u hrvatskom kontekstu (Franc, Šakić i Maričić, 2007).

➔ TABLICA 2.2
Društveni angažman
i aktivizam

	Da (%)	N
Potpisao peticiju	63	364
Namjerno kupovao ili bojkotirao neki proizvod zbog jasnih političkih, etičkih ili ekoloških razloga	42	242
Nagovarao nekoga da izađe na biralište	42	241
Pomagao u skupljanju novca u dobrotvorne svrhe	39	225
Radio ili volontirao u projektu neke udruge ili zajednice	35	202
Učlanio se u neku udruhu ili organizaciju	27	156
Sudjelovao u mirnom prosvjedu	24	138
Radio ili volontirao za nestranačke udruge	23	133
Nosio naljepnicu ili bedž povezan s nekom političkom ili društvenom akcijom	18	104
Radio ili volontirao za političku stranku ili političkoga kandidata	6	35
<i>Indeks aktivizma*</i>	<i>M = 3,18; SD = 2,31</i>	

*Cronbachov $\alpha = 0,71$

Inicijalni rezultati eksplorativne faktorske analize glavnih komponenta upućuju na dvije latentne dimenzije instrumenta, svojstvenih vrijednosti 2,93, odnosno 1,28. Korelacija između ekstrahiranih latentnih dimenzija iznosi 0,26. Daljnja analiza upućuje na nestabilnost ove faktorske strukture, jer se izbacivanjem samo jedne čestice svojstvena vrijednost drugoga faktora smanjuje ispod 1,18, što u ovom slučaju nije dovoljno za zadržavanje faktora prema kriteriju paralelne analize (Patil, Singh, Mishra i Todd, 2007, 2008). Nadalje, rasprava o dimenzionalnosti aktivističkih praksi u hrvatskom kontekstu Franc i suradnika (2007) upućuje na sličnu faktorsku strukturu, što osnažuje zaključak o nepostojanju više stabilnih dimenzija aktivizma u Hrvatskoj.

Članstvo u grupama na IDM-u (online participacijski kapital)

Osim mogućnosti razmjene poruka i multimedijalnih sadržaja između korisnika, Facebook i slične društvene mreže omogućuju kreiranje i učlanjivanje u tematske stranice ili grupe. Članstvo u grupama na IDM-u u velikoj je mjeri analogno članstvu u organizacijama i udrugama u *offline svijetu*, što odražava i indeks članstva koji je konstruiran po uzoru na indeks članstva u organizacijama i udruženjima. Pribrajanjem članstava u pojedinom tipu grupa formiran je indeks članstva u grupama na IDM-u.

☛ TABLICA 2.3
Članstvo u Facebook
grupi koja se bavi ...

	Da (%)	N
Obrazovanjem	75	433
Organizacijom kulturnih manifestacija (koncerti, izložbe)	73	421
Ljudskim pravima	49	283
Sportom i temama povezanim sa sportom	38	219
Ekološkim pitanjima	36	208
Političkim pitanjima na nacionalnoj razini	26	150
Političkim pitanjima na lokalnoj razini (grad, mjesto, naselje)	26	150
Političkim pitanjima na globalnoj razini	24	138
Političkim pitanjima na regionalnoj razini	19	110
Vjerskim pitanjima	17	98
<i>Indeks članstva u online grupama*</i>	<i>M = 3,84; SD = 2,71</i>	

*Cronbachov $\alpha = 0,82$

Napominjemo da je apsolutni broj grupa kojima korisnici Facebooka pripadaju obično bitno veći, no ovdje je cilj bio utvrditi koliko se raznolikim spektrom društveno-političkih sadržaja na Facebooku bave. Analogno mjeri članstva u udru-gama i klubovima, i ovdje pojedini rezultat na indeksu više odražava raznolikost interesa i širinu društvene mreže nego sam broj grupa u kojima su ispitanici članovi ili intenzitet aktivnosti u grupama poput komentiranja ili učestalosti *lajkanja*.

Indeks online aktivnosti

Za internetske društvene mreže karakteristično je da ih se može rabiti na razne načine, a za ovaj rad posebno je važna distinkcija između konvergentnoga i divergentnoga načina upotrebe IDM-a (Krolo, 2013).

☛ TABLICA 2.4
Obrazac online
aktivnosti

	Da (%)	N
Piše blog ili sudjeluje na forumima		
Uvijek	4	25
Često	5	27
Ponekad	12	70
Rijetko	27	155
Nikad	52	299
Komentira dnevne vijesti ili neke društvene teme	70	404
Aktivnost u online (Facebook) grupama		
Nije član/ica ni jedne grupe	11	63
Ne prati vijesti i rasprave	10	58
Čita vijesti i rasprave	43	248
Ponekad sudjeluje u raspravama	33	190
Redovito sudjeluje u raspravama	2	12

Divergentna upotreba usmjerena je prema javnosti (svima vidljivi komentari) i konceptijski je analogna aktivističko-participacijskim praksama u fizičkom, offline, svijetu, s obzirom na to da je oboje usmjereno na javnu sferu (Krolo, 2013); za razliku od konvergentne upotrebe koja je usmjerena na razmjenjivanje privatnih poruka. Indeks divergentne upotrebe interneta i IDM-a sadrži sljedeće komunikacijske aspekte: sudjelovanje u (polu)javnim raspravama na Facebook grupama; sudjelovanje na forumima ili pisanje bloga i komentiranje dnevnih vijesti. Uzimajući u obzir skale procjene primijenjene na mjerenja navedenih aspekata, ali i visoku korelaciju među mjerama, indeks je kreiran tako da su vrijednosti mjera svedene na standardizirane z-vrijednosti i potom zbrojene u aditivni indeks.

Generalizirano povjerenje

Generalizirano povjerenje mjereno je minimalno prilagođenim standardnim dihotomnim pitanjem "Općenito govoreći, smatraš li da se većini ljudi može vjerovati ili smatraš da se treba biti jako oprezan s ljudima?" Prema nekim mišljenjima, nepreciznost pitanja dovodi do upitne valjanosti zbog toga što pitanje mjeri ispitanikovo osobno povjerenje (Glaeser, Laibson, Scheinkman i Soutter, 2000) ili zbog različitih koncepcija opsega formulacije "većine ljudi" (Delhey, Newton i Welzel, 2011). Nadalje, riječ je o indikatoru sačinjenom od jedne čestice, što dovodi u pitanje pouzdanost rezultata. Unatoč tomu, mnoga istraživanja navode konzistentne i robusne povezanosti ovog indikatora s društvenim ishodima, poput viših standarda demokracije iz pionirske Putnamove studije (1993), intenzivnijeg udruživanja (Sønderskov, 2011) i ekonomskoga razvoja (Fukuyama, 1995).

Statistička analiza

Prvi korak u analizi podataka bila je detaljna provjera distribucija frekvencija svih čestica i konstruiranih aditivnih indeksa. Premda ni jedna od zavisnih varijabli nije zadovoljila strogi Kolmogorov-Smirnovljev test normalnosti distribucije,³ pregled distribucije frekvencija pokazao je da su frekvencije približno normalno distribuirane, unimodalne te da imaju zadovoljavajući raspon varijacija.

Intenzitet povezanosti i značajnost veze između ključnih varijabli testirana je Pearsonovim koeficijentom korelacije i jednostavnom analizom varijance, odnosno hi-kvadrat testom.

Veze utvrđene bivarijatnim pokazateljima potom su ispitane linearnom multivarijatnom regresijskom analizom, a dodatna su testiranja obavljena logističkom regresijskom analizom. Prediktorski sklop u multivarijatnim modelima sadržava

vao je skupinu kontrolnih sociodemografskih varijabli (spol, dob, veličina naselja, radni status, samoprocjena socioekonomskog statusa), mjeru generaliziranoga povjerenja te za zavisnu varijablu relevantnu karakteristiku upotrebe IDM-a.

Osim provjere distribucija uključenih indikatora, svaka multivarijatna analiza je dodatno kontrolirana provjerom normalnosti distribucije reziduala, Q-Q grafičkim prikazom odstupanja reziduala od normalne distribucije i eventualnom multikolinearnošću prediktora.

REZULTATI

Prva serija bivarijatnih analiza bavila se testiranjem povezanosti indikatora aktivizma i njima analognim indikatorima na internetskim društvenim mrežama.

Članstvo u Facebook grupama statistički je značajno povezano s članstvom u udrugama ($r(576) = 0,21$; $p < 0,01$) i s indeksom aktivističko-participacijskih praksi, uz osjetno viši Pearsonov koeficijent korelacije ($r(576) = 0,36$; $p < 0,01$). Divergentna upotreba internetskih društvenih mreža značajno je i pozitivno povezana s članstvom u udrugama ($r(576) = 0,32$; $p < 0,01$) i s aktivističko-participacijskim praksama mladih ($r(576) = 0,15$; $p < 0,01$).

Prvi regresijski model testira vezu između članstva u udrugama kao zavisne varijable i članstva u Facebook grupama kao dijela prediktorskoga sklopa. U svrhu valjanog utvrđivanja veze, a u skladu s postojećom literaturom o društvenom kapitalu i aktivizmu, u model je kao središnja prediktorska varijabla uvršteno članstvo u Facebook grupama, uz skup sociodemografskih varijabli kao kontrolnih varijabli, osobne religioznosti te generaliziranoga povjerenja. Ova je struktura modela replicirana i u sljedećim multivarijatnim regresijskim modelima.

Modeli 1 i 2: Članstvo u udruzi kao zavisna varijabla

Rezultati prvoga modela pokazuju da je pozitivna veza između središnje nezavisne varijable (članstvo u Facebook grupama) i zavisne varijable (članstvo u udrugama), utvrđena na bivarijatnoj razini, statistički značajna i nakon kontroliranja drugih relevantnih prediktora. Od ostalih prediktora pozitivno je s članstvom u udrugama povezana i osobna religioznost ispitanika, čija je veličina efekta usporediva s članstvom u Facebook grupama. No osobna religioznost nije robustan prediktor članstva u udrugama s obzirom na problem endogenosti mjere (Sønderskov, 2011) – isključenjem članstva u vjerskim i religijskim organizacijama iz indeksa članstva u udrugama osobna religioznost prestaje biti značajan prediktor. Drugi je model strukturom gotovo istovjetan s prvim modelom, osim što je u model uključen drugi aspekt online ponašanja – umjesto članstva u Facebook grupama uvršten je indeks konvergentnih-divergentnih online aktivnosti.

		B	β	Standardna pogreška
Spol (ženski)		-0,08	-0,03	0,11
Dob	19-25 (referentno)			
	14-18	0,17	0,05	0,15
	26-35	0,04	0,01	0,16
Veličina naselja	Više od 500 000 stanovnika (ref)			
	Do 10 000 stanovnika	0,13	0,04	0,17
	10 001 do 100 000 stanovnika	-0,11	-0,04	0,14
	100 001 do 500 000 stanovnika	0,06	0,02	0,15
Radni status	Školuje se ili studira (ref)			
	Zaposlen/a	0,17	0,06	0,16
	Nezaposlen/a	-0,12	-0,03	0,18
Materijalno stanje		-0,03	-0,02	0,07
Religioznost		0,2	0,22**	0,04
Generalizirano povjerenje		0,1	0,03	0,13
Članstvo u Facebook grupama		0,1	0,21**	0,02

TABLETA 3
Sociodemografski
indikatori, religioznost,
generalizirano
povjerenje i članstvo u
Facebook grupama
kao korelati članstva u
nevladinim udrugama

Napomene: B = parcijalni regresijski koeficijent; β = standardizirani parcijalni regresijski koeficijent; r = koeficijent korelacije; **p < 0,01

		B	β	Standardna pogreška
Spol (ženski)		0,00	0,00	0,11
Dob	19-25 (referentno)			
	14-18	0,11	0,04	0,15
	26-35	-0,03	-0,01	0,16
Veličina naselja	Više od 500 000 stanovnika (ref)			
	Do 10 000 stanovnika	-0,08	-0,02	0,17
	10 001 do 100 000 stanovnika	-0,08	-0,03	0,14
	100 001 do 500 000 stanovnika	0,12	0,04	0,15
Radni status	Školuje se ili studira (ref)			
	Zaposlen/a	0,14	0,04	0,16
	Nezaposlen/a	-0,05	-0,01	0,18
Materijalno stanje		-0,05	-0,03	0,07
Religioznost		0,21	0,24**	0,04
Generalizirano povjerenje		0,14	0,05	0,13
Obrazac online aktivnosti		0,23	0,18**	0,05

TABLETA 4
Sociodemografski
indikatori, religioznost,
generalizirano
povjerenje i obrazac
online aktivnosti kao
korelati članstva u
nevladinim udrugama

Napomene: B = parcijalni regresijski koeficijent; β = standardizirani parcijalni regresijski koeficijent; r = koeficijent korelacije; **p < 0,01

Divergentna upotreba interneta, što uključuje pisanje blogova i sudjelovanje u raspravama na forumima i IDM-u, pozitivno je povezana s članstvom u udrugama. Za kraj valja

napomenuti da oba modela ne zadovoljavaju stroge kriterije za provođenje višestruke regresijske analize – osim već spomenute visoke Kolmogorov-Smirnovljeve z-vrijednosti, i uvid u distribucije reziduala otkriva da pogreške nisu slučajno distribuirane, nego da postoji određena sistematičnost kod najnižih i najviših vrijednosti zavisne varijable.

Modeli 3 i 4: Aktivizam kao zavisna varijabla

Modeli 3 i 4 analiziraju korelate i prediktore indeksa aktivizma. Druga je bitna razlika u odnosu na prva dva modela uključnje indeksa članstva u udruzi kao prediktora, koji je već u prijašnjem istraživanju u hrvatskom kontekstu pokazao značajnu povezanost s indeksom aktivizma (Franc i sur., 2007). S obzirom na to da su indeks članstva u udruzi i generalizirano povjerenje klasični komplementarni pokazatelji društvenoga kapitala, za ove je modele upotrijebljena hijerarhijska regresijska analiza, kojom su u prvom koraku uključene kontrolne sociodemografske varijable, u sljedećem koraku pokazatelji socijalnoga kapitala, a u krajnjem koraku indikatori online ponašanja. Iz tablica 5 i 6, odnosno koeficijenta multiple determinacije iznosa 0,06, vidljivo je da je skup sociodemografskih varijabli slabo prediktivan za vrijednosti indeksa aktivizma.

● **TABLICA 5**
Sociodemografski
indikatori, religioznost,
generalizirano povje-
renje i članstvo u
Facebook grupama
kao korelati aktivistič-
kih praksi

		β_1	β_2	β	r
Spol (ženski)		-0,02	0,00	0,02	-0,03
Dob	19-25 (referentno)				
	14-18	-0,07	-0,07	-0,04	-0,14
	26-35	0,09	0,08	0,12*	0,17
Veličina naselja	Više od 500 000 stanovnika (ref)				
	Do 10 000 stanovnika	-0,03	0,01	-0,01	-0,03
	10 001 do 100 000 stanovnika	-0,04	0,01	-0,01	0,01
	100 001 do 500 000 stanovnika	-0,05	-0,02	-0,03	-0,06
Radni status	Školuje se ili studira (ref)				
	Zaposlen/a	0,05	0,03	0,04	0,13
	Nezaposlen/a	0	0,02	0	0,04
Materijalno stanje		-0,12**	-0,12**	-0,09*	-0,15
Religioznost		-0,12**	-0,17**	-0,15**	-0,16
$R^2 = 0,06^{**}$					
Generalizirano povjerenje			0,16**	0,14**	0,21
Članstvo u udruzi			0,31**	0,25**	0,27
$R^2 = 0,18, \Delta R^2 = 0,12$					
Članstvo u Facebook grupama				0,31**	0,37
$R^2 = 0,26, \Delta R^2 = 0,08$					

Napomene: β = standardizirani parcijalni regresijski koeficijent u završnom modelu; β_1 i β_2 = standardizirani parcijalni regresijski koeficijenti u prethodnim modelima; r = koeficijent korelacije; ΔR^2 = promjena koeficijenta multiple determinacije; *p < 0,05; **p < 0,01

TABLICA 6
Sociodemografski
indikatori, religioznost,
generalizirano
povjerenje i obrazac
online aktivnosti kao
korelati aktivističkih
praksi

U sljedećem koraku u modele su uključeni indikatori socijalnoga kapitala, koji su u oba slučaja značajno i pozitivno povezani s indeksom aktivizma, uz povećanje udjela objašnjene varijance za 0,12. U trećem su koraku u modele uključene mjere online ponašanja. Članstvo u Facebook grupama pozitivno je povezano s indeksom aktivizma, uz povećanje koeficijenta multiple determinacije za 0,08, nakon što su uključeni svi ostali relevantni prediktori. Indeks tipa online aktivnosti, koji zamjenjuje indeks članstva u Facebook grupama u četvrtom modelu, također je pozitivno povezan s participacijsko-aktivističkim praksama, uz nešto niži doprinos objašnjenju varijanci nego što je to kod članstva u Facebook grupama.

		β_1	β_2	β	r
Spol (ženski)		-0,02	0,00	0,06	-0,03
Dob	19-25 (referentno)				
	14-18	-0,07	-0,07	-0,06	-0,14
	26-35	0,09	0,08	0,08	0,17
Veličina naselja	Više od 500 000 stanovnika (ref)				
	Do 10 000 stanovnika	-0,03	0,01	0,01	-0,03
	10 001 do 100 000 stanovnika	-0,04	0,01	0,01	0,01
	100 001 do 500 000 stanovnika	-0,05	-0,02	0	-0,06
Radni status	Školuje se ili studira (ref)				
	Zaposlen/a	0,05	0,03	0,02	0,13
	Nezaposlen/a	0	0,02	0,03	0,04
Materijalno stanje		-0,12**	-0,12**	-0,11**	-0,15
Religioznost		-0,12**	-0,17**	-0,13**	-0,16
$R^2 = 0,06^{**}$					
Generalizirano povjerenje			0,16**	0,16**	0,21
Članstvo u udruzi			0,31**	0,26**	0,27
$R^2 = 0,18, \Delta R^2 = 0,12$					
Obrazac online aktivnosti				0,27**	0,34
$R^2 = 0,24, \Delta R^2 = 0,06$					

Napomene: β = standardizirani parcijalni regresijski koeficijent u završnom modelu; β_1 i β_2 = standardizirani parcijalni regresijski koeficijenti u prethodnim modelima; r = koeficijent korelacije; ΔR^2 = promjena koeficijenta multiple determinacije; **p < 0,01

RASPRAVA

Polazište istraživanja bilo je utvrđivanje veze između nekih parametara načina upotrebe internetskih društvenih mreža, socijalnoga kapitala te aktivističko-participacijskih praksi mladih. Pogled na rezultate povezane s postavljenim hipotezama pokazuje kako pozitivna veza između upotrebe internetskih

društvenih mreža aktivističkih praksi postoji, iako snaga te veze nije izrazito jaka. Pripadanje ili "članstvo" u grupama na internetskim društvenim mrežama povezani su s participativnosti mladih u offline udrugama civilnoga društva, ali jednako tako i s aktivističkim praksama izvan članstava u udrugama civilnoga društva. Što je raznovrsnija distribucija pripadanja online grupama i Facebook stranicama, to je veći indeks participativnosti mladih i unutar parametra članstva u udrugama civilnoga društva, kao i unutar parametra aktivističkih praksi. Zanimljivo je, međutim, primijetiti kako se – osim medijsko-mrežne dimenzije – kao relevantan pokazatelj ističe religijska dimenzija. Naime, religioznost mjerena učestalošću odlaska na vjerske obrede statistički je značajno pozitivno povezana s participacijskom dimenzijom izraženom kroz članstvo u udrugama civilnoga društva, dok je, s druge strane, negativno povezana s indeksom aktivizma. Razlog takvu stanju treba tražiti u nekoliko objašnjenja. Prvo, vjerske organizacije i udruge često okupljaju mlade oko aktivnosti specifičnih za vjerski nauk, pa su onda potencijalne izvaninstitucionalne aktivnosti manje usmjerene na širi spektar tema koje izlaze iz specifičnoga političko-ideološkog okvira Crkve. Drugo, valja pretpostaviti kako vjerske inicijative, zajedno s klasičnim organizacijama i udrugama, pretpostavljaju veću razinu lojalnosti svojih članova, dok inicijative i akcije vezane uz aktivizam ne zahtijevaju trajnu privrženost sudionika i sudionica.

Aktivna participacija na stranicama i grupama na internetskim društvenim mrežama u obliku komentiranja, objava informacija ili otvaranje novih tema za raspravu pozitivno je povezana s indeksom aktivizma mladih. Taj rad pridonosi i utvrđivanju dosad rjeđe provjeravane veze između online društvenoga kapitala i političke participacije. Prije same kontekstualizacije dobivenih podataka valjalo bi ukratko raspraviti o ograničenjima istraživanja. Prvo, neprobabilistički dizajn uzorka u istraživanju ne omogućuje generaliziranje naših nalaza na populaciju mladih korisnika internetskih društvenih mreža u Hrvatskoj. Drugo, raspon mogućih offline i online participacijskih aktivnosti znatno je veći od praktičnoga broja čestica koje se uobičajeno rabe u instrumentima, tako da je pitanje sadržajne valjanosti ovih instrumenata uvijek prisutno. Treće, varijabilna narav programske platforme internetskih društvenih mreže mijenja komunikacijski kontekst unutar kojeg se umnožavaju sadržaji, ali i komunikacijski obrasci. Iako promjene uglavnom idu prema većim participacijskim mogućnostima korisnika, potrebno je dobivene podatke tumačiti unutar tehnološko-programskih ograničenja koja su vrijedila za internetske društvene mreže u trenutku prikupljanja podataka. Četvrto, podaci prikupljeni ovim istraživa-

njem ne omogućuju testiranje alternativnih objašnjenja veze (primjerice, ljudskoga kapitala) između članstva u udrugama i političke participacije, kao ni utvrđivanje uzročnosti.

S obzirom na to da je ovo istraživanje prvo ovakva tipa u Hrvatskoj,⁴ teško se mogu povući odgovarajuće usporedbe unutar lokalnoga konteksta, no iz podataka se vidi kako pronađeni trendovi upućuju i na trendove u međunarodnim istraživanjima (boyd, 2010; Ellison i sur., 2011). Mladi prihvaćaju internetske društvene mreže ne samo kao sredstvo zatvorene komunikacije unutar grupe vršnjaka nego i kao platformu za izražavanje i razmjenu ideoloških i političkih stajališta (Enjolras, Steen-Johnsen i Wollebæk, 2013). Nadalje, virtualizacija komunikacijskih praksi upućuje na tumačenje kako tehnološka dimenzija života u umreženom društvu postaje svojevrsnim komunikacijskim standardom među mladima, ali i činjenicu da taj komunikacijski standard ne znači i povlačenje iz drugih društvenih aktivnosti (Himmelboim, 2011). Zanimljivo je primijetiti kako se nisu pokazale razlike između pretpostavljenih generacijskih skupina u uzorku, odnosno kako su pojedini obrasci ponašanja istovjetni između dobne skupine za koju se pretpostavlja da pripada starijoj generaciji korisnika digitalno-interaktivnoga medijskog sustava u odnosu na mlađu skupinu socijaliziranu u razdoblju pune penetracije i dominacije društvenih medija i internetskih društvenih mreža. Razlozi se mogu pronaći u karakteristikama uzorka, ali i razlikama u procesu transformacije medijskog okoliša, koji se u hrvatskom društvu ne odvija jednakim intenzitetom kao u suvremenim zapadnim društvima (Seybert, 2013). Pridodamo li tomu zamjetne trendove sve veće sklonosti konzervativnim i tradicionalnim vrijednosnim orijentacijama mladih u Hrvatskoj (Ilišin, Bouillet, Gvozdanović i Potočnik, 2013) – koje prati manjak tolerancije (Bagić, 2011) i nepovjerenje u civilni sektor (Šalaj, 2007) – teško je očekivati supstancijalne generacijske razlike. Dakle, sadržaj komunikacijskih praksi ostaje vezan uz društveno-kulturnu kondicioniranost mladih, a ne uz tehnološke specifičnosti medija (Theocharis, 2011). Također, za razliku od javnoga prostora u kojem su na snazi hijerarhijski i restriktivni oblici participacije, internetske društvene mreže nude mladima relativno nesputanu komunikacijsku platformu kojom mogu izraziti svoja mišljenja i stavove. Promatrajući rezultate u svjetlu doprinosna razumijevanju odnosa medijskog okoliša i participacijskih dimenzija društvenoga kapitala, valja svakako istaknuti kako pojedine dimenzije participacijsko-društvenih praksi na internetskim društvenim mrežama objašnjavaju veći udio varijance offline društveno-participacijske prakse od nekih standardnih kategorija, poput, primjerice, generaliziranoga

povjerenja (Fukuyama, 1995). Komunikacijski kontekst onoga što je Castells (2000) nazvao *umreženim društvom*, a Wellman i Rainie (2012) *umreženim individualizmom*, otvara nove izazove i mogućnosti povezivanja mladih u neki od navedenih oblika društveno-političke akcije, umnožavajući pritom dosadašnji potencijal "klasičnih" društvenih institucija i komunikacijskih praksi karakterističnih za predinformacijska društva. U tom se smislu internetske društvene mreže, na osnovi ovih podataka, trebaju gledati prije svega kao potencijalno pozitivan agens participacijskim dimenzijama društvenoga kapitala mladih. U svrhu preciznijeg uvida u narav odnosa između participacijskih dimenzija društvenoga kapitala i internetskih društvenih mreža, valjalo bi daljnja istraživanja provesti na probabilističkom uzorku, koristeći se pritom metodologijom mrežne analize između osoba na internetskim društvenim mrežama. Također pri svakom daljnjem istraživanju treba uzeti u obzir varijabilnost interaktivne naravi medijskoga sustava, kao i brze izmjene medijskih preferencija mladih, jer već sada postoje pokazatelji (Cannarella i Spechler, 2014) smanjene važnosti Facebooka kao najpopularnije platforme za vršnjačku komunikaciju i interakciju.

BILJEŠKE

¹ Boyd i Ellison (2007, str. 2) definiraju internetske društvene mreže kao "internetski zasnovanu uslugu koja omogućuje pojedincima da: 1) kreiraju otvorene ili poluotvorene profile u ograničenom sustavu 2) ostvare mrežu s drugim korisnicima s kojima dijele vezu i da mogu 3) pregledavati i mijenjati svoju mrežu s mrežom drugih korisnika unutar sistema".

² Istraživanje je provedeno na urbanoj populaciji. Gotovo su svi sudionici (93%) od 15 do 19 godina imali otvoren profil na Facebooku, pri čemu se njih 99% služilo Facebookom svakodnevno. Među sudionicima od 20 do 29 godina 86% ih je imalo otvoren profil na Facebooku, a gotovo isti broj (87%) služio se Facebookom na dnevnoj bazi.

³ $z(\text{Članstvo u udrugama}) = 5,7$; $z(\text{Aktivizam}) = 3,4$

⁴ Iako se ne bavi izravno potencijalima participacijskih dimenzija društvenoga kapitala, valja napomenuti rad Brautovića (2012) kao doprinos razumijevanju odnosa internetskih društvenih mreža i nekih oblika političkog aktivizma.

LITERATURA

Alexander, D. T., Barraket, J., Lewis, J. M. i Considine, M. (2012). Civic engagement and associationalism: The impact of group membership scope versus intensity of participation. *European Sociological Review*, 28(1), 43–58. doi:10.1093/esr/jcq047

Bagić, D. (2011). Politički stavovi maturanata i njihove determinante: Odgaja li škola dobre građane. U B. Šalaj i D. Bagić (Ur.), *Odgaja li*

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 23 (2014), BR. 3,
STR. 383-405

KROLO, K., PUZEK, I.:
UPOTREBA...

škola dobre građane?: studija o političkoj socijalizaciji hrvatskih srednjoškola (str. 49–72). Zagreb: Fakultet političkih znanosti: GONG.

boyd, d. (2007). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. U D. Buckingham (Ur.), *MacArthur foundation series on digital learning – youth, identity and digital media volume* (str. 119–142). Cambridge: MIT Press.

boyd, d. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. U Z. Papacharissi (Ur.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (str. 39–58). New York: Routledge.

boyd, d. m. i Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Brautović, M. (2012). Profiliranje Twitter-aktivista: Prosvjedi protiv hrvatske vlade. *Medijske studije*, 3(5), 51–63.

Campbell, S. W. i Kwak, N. (2012). Mobile communication and strong network ties: Shrinking or expanding spheres of public discourse? *New Media & Society*, 14(2), 262–280. doi:10.1177/1461444811411676

Cannarella, J. i Spechler, J. A. (2014). *Epidemiological modeling of online social network dynamics*. Dostupno na <http://arxiv.org/pdf/1401.4208v1.pdf>

Castells, M. (2000). *Uspón umreženog društva*. Zagreb: Golden marketing.

Cherry, C. (2012). Increasing youth participation: The case for a national voter pre- registration law. *University of Michigan Journal of Law Reform*, 45(2), 481–515.

Dahlgren, P. (2005 [1991]). Introduction. U P. Dahlgren i C. Sparks (Ur.), *Communication and citizenship* (str. 1–27). London-New York: Routledge.

Delhey, J., Newton, K. i Welzel, C. (2011). How general is trust in "most people"? Solving the radius of trust problem. *American Sociological Review*, 76(5), 786–807. doi:10.1177/0003122411420817

Dostie-Goulet, E. (2009). Social networks and the development of political interest. *Journal of Youth Studies*, 12(4), 405–421. doi:10.1080/13676260902866512

Ellison, N. B., Steinfield, C. i Lampe, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*, 13(6), 873–892. doi:10.1177/1461444810385389

Enjolras, B., Steen-Johnsen, K. i Wollebæk, D. (2013). Social media and mobilization to offline demonstrations: Transcending participatory divides? *New Media & Society*, 15(6), 890–908. doi:10.1177/1461444812462844

Field, J. (2008). *Social capital*. New York: Routledge.

Franc, R., Šakić, V. i Maričić, J. (2007). Građanski aktivizam u Hrvatskoj. *Društvena istraživanja*, 16(1-2), 111–132.

Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. New York: Free Press Paperbacks.

Gergen, K. J. (2009). *Relational being: Beyond self and community*. New York: Oxford University Press.

- GfK (2012). *Stavovi* (privatna korespondencija).
- Glaeser, E. L., Laibson, D. I., Scheinkman, J. A. i Soutter, C. L. (2000). Measuring trust. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(3), 811–846. doi:10.1162/003355300554926
- Goldberg, G. (2011). Rethinking the public/virtual sphere: The problem with participation. *New Media & Society*, 13(5), 739–754. doi:10.1177/1461444810379862
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *The American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Grix, J. (2001). Review article: Social capital as a concept in the social sciences: The current state of the debate. *Democratization*, 8(3), 189–210. doi:10.1080/714000218
- Grix, J. (2002). Introducing students to the generic terminology of social research. *Politics*, 22(3), 175–186. doi:10.1111/1467-9256.00173
- Hampton, K. N. i Wellman, B. (2002). The not so global village of Netville. U B. Wellman i C. Haythorntwaite (Ur.), *The Internet in everyday life* (str. 345–372). Oxford: Blackwell Publishing. doi:10.1002/9780470774298.ch12
- Häuberer, J. (2011). *Social capital theory: Towards a methodological foundation*. Heidelberg: VS Research. doi:10.1007/978-3-531-92646-9
- Himmelboim, I. (2011). Civil society and online political discourse: The network structure of unrestricted discussions. *Communication Research*, 38(5), 634–659. doi:10.1177/0093650210384853
- Hoffman, L. H. i Thomson, T. L. (2009). The effect of television viewing on adolescents' civic participation: Political efficacy as a mediating mechanism. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(1), 3–21. doi:10.1080/08838150802643415
- Ilišin, V., Bouillet, D., Gvozdanović, A. i Potočnik, D. (2013). *Mladi u vremenu krize: Prvo istraživanje IDIZ-a i Zaklade Friedrich Ebert o mladima*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja. Dostupno na http://www.idi.hr/images/stories/publikacije/mladi_uvk.pdf
- Ishii, K. (2006). Implications of mobility: The uses of personal communication media in everyday life. *Journal of Communication*, 56(2), 346–365. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00023.x
- Jenkins, H. i Carpentier, N. (2013). Theorizing participatory intensities: A conversation about participation and politics. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 19(3), 265–286. doi:10.1177/1354856513482090
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. i Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49–74. doi:10.1111/1540-4560.00248
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T. i Scherlis, W. (1998). Internet paradox. A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017–1031. doi:10.1037/0003-066X.53.9.1017
- Krolo, K. (2013). *Načini korištenja internetskih društvenih mreža kao pokazatelj društvenog kapitala mladih u Hrvatskoj*. (Neobjavljena doktorska disertacija). Sveučilište u Zadru, Zadar.

- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. New York: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511815447
- Maraffi, M., Newton, K., Van Deth, J. i Whiteley, P. (2008). *Social capital and European democracy*. New York: Routledge.
- Pasek, J., Kenski, K., Romer, D. i Jamieson, K. H. (2006). America's youth and community engagement: How use of mass media is related to civic activity and political awareness in 14- to 22-year olds. *Communication Research*, 33(3), 115–135. doi:10.1177/0093650206287073
- Patil, V. H., Singh, S. N., Mishra, S. i Todd, D. D. (2007). *Parallel analysis engine to aid determining number of factors to retain* [Računalni program]. Dostupno na <http://ires.ku.edu/čsmishra/paralelengine.htm>
- Patil, V. H., Singh, S. N., Mishra, S. i Todd, D. D. (2008). Efficient theory development and factor retention criteria: Abandon the 'eigenvalue greater than one' criterion. *Journal of Business Research*, 61(2), 162–170. doi:10.1016/j.jbusres.2007.05.008
- Pattie, C., Seyd, P. i Whiteley, P. (2003). Citizenship and civic engagement: Attitudes and behaviour in Britain. *Political Studies*, 51(3), 443–468. doi:10.1111/1467-9248.00435
- Paxton, P. (2007). Association memberships and generalized trust: A multilevel model across 31 countries. *Social Forces*, 86(1), 47–76. doi:10.1353/sof.2007.0107
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1–24. doi:10.1146/annurev.soc.24.1.1
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65–78. doi:10.1353/jod.1995.0002
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: Collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Quintelier, E. i Vissers, S. (2008). The effect of internet use on political participation: An analysis of survey results for 16- year-olds in Belgium. *Social Science Computer Review*, 26(4), 411–427. doi:10.1177/0894439307312631
- Rainie, L. i Smith, A. (2012). *Social networking sites and politics*. *Pew Internet – Pew Internet & American Life Project*. Dostupno na <http://pewinternet.org/Reports/2012/Social-networking-and-politics.aspx>
- Seybert, H. (2013). *Internet access and use in 2013*. Dostupno na http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/4-18122013-BP/EN/4-18122013-BP-EN.PDF
- Shah, D. V., Cho, J., Eveland, W. P., Jr. i Kwak, N. (2005). Information and expression in a digital age: Modeling Internet effects on civic participation. *Communication Research*, 32(5), 531–565. doi:10.1177/0093650205279209
- Sønderskov, K. M. (2011). Does generalized social trust lead to associational membership? Unravelling a bowl of well-tossed spaghetti. *European Sociological Review*, 27(4), 419–434. doi:10.1093/esr/jcq017
- Strange, M. (2011). 'Act now and sign our joint statement!' What role do online global group petitions play in transnational movement

networks? *Media, Culture & Society*, 33(8), 1236–1253. doi:10.1177/0163443711422461

Šalaj, B. (2007). *Socijalni kapital*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Šalaj, B. (2011). Civilno društvo i demokracija: što bi Tocqueville i Putnam vidjeli u Hrvatskoj? *Anali Hrvatskog politološkog društva*, 8(1), 49–71.

Teorell, J. (2003). Linking social capital to political participation: Voluntary associations and networks of recruitment in Sweden. *Scandinavian Political Studies*, 26(1), 49–66. doi:10.1111/1467-9477.00079

Theocharis, Y. (2011). Young people, political participation and online postmaterialism in Greece. *New Media & Society*, 13(2), 203–223. doi:10.1177/1461444810370733

Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.

Valenzuela, S., Park, N. i Kee Kerk, F. (2008). *Lessons from Facebook: The effect of social network sites on college students' social capital*. Dostupno na <https://online.journalism.utexas.edu/2008/papers/Valenzuela.pdf>

Vissers, S., Hooghe, M., Stolle, D. i Mahéo, V.-A. (2012). The impact of mobilization media on off-line and online participation: Are mobilization effects medium-specific? *Social Science Computer Review*, 30(2), 152–169. doi:10.1177/0894439310396485

Watkins, C. S. (2009). *The young and the digital: What the migration to social-network sites, games and anytime, anywhere media means for our future*. Boston: Beacon Press.

Wellman, B. i Rainie, L. (2012). *Networked: The new social operating system*. Cambridge: The MIT Press.

Usage of Internet Social Networks and Participatory Dimensions of Social Capital of Youth – The Example of Facebook

Krešimir KROLO, Ivan PUZEK
University of Zadar, Zadar

The main goal of this article is to analyze the association between the usage of internet social networks (in the example of Facebook) and the participatory dimensions of social capital of youth in Croatia. The research used Robert D. Putnam's operationalized participatory dimensions of social capital as well as theories of internet social networks as potential agents of social capital. The research was conducted via online survey in 2012 on a convenience sample of Croatian youth (N = 577). The results indicate there is a consistent link between the usage of internet social networks and the number of memberships in non-govern-

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 23 (2014), BR. 3,
STR. 383-405

KROLO, K., PUZEK, I.:
UPOTREBA...

mental organizations and civil activism. A positive correlation with activism remains significant even after including standard correlates such as memberships in organizations or generalized trust. Religiosity is positively associated with membership in non-governmental organizations, but negatively with social engagement and activism. It is concluded that internet social networks, due to their technological and communication characteristics, serve as a relevant agent for participatory practices of youth with the necessity to expand research with a probabilistic sample.

Keywords: digital-interactive media, internet social networks, social capital, civil activism, young people