

Facebook prijatelji kao pokazatelj strukturnih dimenzija društvenog kapitala mladih u Hrvatskoj

Krešimir KROLO

Odjel za sociologiju, Sveučilište u Zadru, Hrvatska
kkrolo@unizd.hr

Tema ovog rada jest analiza uloge prijatelja na internetskoj društvenoj mreži Facebook kao pokazatelja strukturnih dimenzija društvenog kapitala mladih u Hrvatskoj. Teorijski dio rada povezuje specifične dimenzije društvenog kapitala proizišle ponajprije iz radova Roberta D. Putnama sa spoznajama u području istraživanja načina korištenja novih medija među mladima. Temeljem tog pregleda konstruirao se metodološki okvir unutar kojeg su operacionalizirane strukturne dimenzije konvencionalnog (*offline*) i internetski posredovanog (*online*) društvenog kapitala (povezujući i premošćujući društveni kapital, participacijske prakse u civilnom sektoru) te načini i učestalost korištenja internetskih društvenih mreža. Podaci su prikupljeni internetskom anketom 2012. godine na prigodnom uzorku (N = 577) ostvarenom metodom snježne grude. Statistička analiza podataka uključivala je bivarijatne i multivarijatne postupke s ciljem utvrđivanja relevantnosti Facebook prijatelja i drugih obilježja korištenja internetskih društvenih mreža kao pokazatelja strukturnih dimenzija društvenog kapitala mladih u Hrvatskoj. Rezultati su pokazali da je broj prijatelja na Facebooku pozitivno povezan s internetski posredovanim participacijskim praksama mladih te internetski posredovanim premošćujućim društvenim kapitalom, što upućuje na dva obilježja korištenja Facebooka kao pokazatelja društvenog kapitala mladih u Hrvatskoj. Prvo je vezano uz odnos društvenog aktivizma i Facebooka kao fleksibilnijeg oblika društvenog angažmana u usporedbi s klasičnim oblikom institucionalnog i organizacijskog angažmana (članstvo u udrugama i organizacijama iz civilnog sektora), dok je drugo vezano uz ulogu Facebooka kao medija koji povezuje pojedince izvan lokalnih kontekstualnih ograničenja. Oba su obilježja indikativna ne samo u pogledu načina ostvarivanja komunikacije, nego i načina akumuliranja različitih oblika društvenog kapitala u »digitalnom«
društvu.

Ključne riječi: društveni kapital, mladi, digitalno-interaktivni mediji, Facebook prijatelji

Uvod

Internetske društvene mreže od sredine prvog desetljeća 21. stoljeća predstavljaju temu od posebnog interesa za različite discipline unutar područja društvenih znanosti, bilo da je riječ o različitim aspektima problematičnog i devijantnog ponašanja poput kibernetiskog teroriziranja (Barlett i dr., 2014; Cassidy, Faucher i Jackson, 2013; Doane i dr., 2013; Monks, Robinson i Worlidge, 2012; Popović-Čitić, Djurić i Cvetković, 2011), bilo da je riječ o odnosu javne i privatne životne sfere (Papacharissi, 2010; Wolfe, 2014) ili o kvaliteti i intenzitetu komunikacije koji se odvija u tom digitalno-interaktivnom kontekstu i njezinim posljedicama po komunikaciju izvan »mreže« (Bian i Leung, 2014; Coleman i dr., 2008; Kim, 2007; Mesch i Talmud, 2010).¹

Upravo razumijevanje društveno-komunikacijskih specifičnosti koje proizlaze iz programske arhitekture internetskih društvenih mreža, ali i načina na koji se one koriste, otvara prostore analize i razumijevanja ishoda koje takva komunikacija ima u svakodnevnom životu. Nerijetko se, primjerice, društvenost i komunikacija ostvarena i održavana putem interneta smatra manje autentičnom i manje vrijednom u odnosu na neposredne oblike komunikacije i interakcije (Anderson i dr., 2014; Caplan, 2003; Matusitz, 2007; Uhls i dr., 2014). Tako se postavlja pitanje koliko se poznanstva i prijateljstva ostvarena u digitalno-interaktivnom kontekstu mogu mjeriti s poznanstvima i prijateljstvima koja se ostvaruju i održavaju izvan mrežne svakodnevice (Barker i dr., 2013; Bohn i dr., 2014; Johnston i dr., 2013; Madden i dr., 2013; Mesch i Talmud, 2006; Mesch i Talmud, 2007; Reed, 2014). I je li, u konačnici, akumulirani broj kontakata (»prijatelja«) na internetskim društvenim mrežama relevantan i pouzdan pokazatelj osjećaja pripadnosti specifičnom društvenom kontekstu te je li broj prijatelja relevantan i pouzdan pokazatelj potencijala za nadilaženje ograničenja koja nastaju kroz socijalizaciju unutar zemljopisno omeđene zajednice ili specifične društvene skupine? Koncept društvenog kapitala nameće se kao logičan teorijsko-metodološki okvir unutar kojega se mogu dobiti odgovori na postavljena pitanja. Dapače, prema pojedinim autorima, kontakti i razmjena informacija na internetskim društvenim mrežama imaju snažan potencijal za objašnjavanje različitih dimenzija društvenog kapitala (Best i Krueger,

¹ Zahvaljujem se prof. dr. sc. Aleksandru Štulhoferu za vođenje tijekom izrade doktorske disertacije na temelju koje je ovaj rad nastao, recenzentima na konstruktivnim primjedbama i kolegi Ivanu Puzeku na komentarima uz metodološki dio rada.

2006; Bouchillon, 2014; Burke, Kraut i Marlow, 2011; Ellison, Steinfield i Lampe, 2011; Kwon, D'Angelo i McLeod, 2013; Vitak i Ellison, 2013), no ostaje vidjeti može li količina »prijatelja« na Facebooku objasniti specifične dimenzije društvenog kapitala. Društveni kapital, operacionaliziran prema komunikacijsko-programskim specifičnostima internetskih društvenih mreža, u ovom će se radu tako koristiti kao analitički aparat koji će broj prijatelja na Facebooku tretirati kao potencijalni pokazatelj prirode tih veza izvan međumrežne komunikacije korisnika i korisnica (McMillan i Morrison 2006; Schwarz, 2010).

Temeljna određenja društvenog kapitala – prema teorijskom okviru rada

Društveni je kapital slojevit koncept unutar kojega se prožimaju perspektive različitih disciplina društvenih znanosti, bilo da je riječ o sociologiji, političkim znanostima, antropologiji ili ekonomiji (Field, 2008 [2003]; Lin, 1999, 2000; Portes, 2000; Portes i Landolt, 2000; Šalaj, 2003). Društveni kapital se, u najširem smislu, definira kroz sintagmu »društvene [su] veze važne« (Field, 2008 [2003]: 10) odnosno kao »svojstvo veza« (Hauberer, 2010: 147). Interakcija među članovima specifičnog društva ili zajednice osigurava načine protoka informacija i generira normativni okvir koji učvršćuje ili oslabljuje razinu povjerenja, a onda i razinu i načine kolektivnih akcija, bile one ekonomske, političke ili »općenito« društvene. U tom smislu, Putnam društveni kapital vidi kao »obilježja društvenih organizacija, poput povjerenja, normi i mreža koje mogu poboljšati učinkovitost društva olakšavanjem posredovanja u koordiniranom djelovanju« (Putnam, 2001 [2000]: 169). Stolle pak smatra kako je društveni kapital »resurs koji međusobno povezuje građane i omogućuje im da uspješnije ostvaruju zajedničke ciljeve« (Stolle, 2003: 28), dok Burt društveni kapital vidi kao »prijatelje, kolege i kontakte općeg tipa preko kojih se ostvaruju mogućnosti korištenja vlastitog financijskog i ljudskog kapitala« (Burt, 1992: 9).

Društveni kapital kod Putnama (2001 [2000]) vezan je uz diferencijaciju dviju temeljnih karakteristika vezanih uz način na koji se društveni kapital akumulira: **strukturne** i **kulturne**. Strukturni oblik društvenog kapitala realizira se stvaranjem društvenih mreža u kojima su nužni stalni ili povremeni oblici društvene interakcije, s tim da različiti oblici intenziteta i povezanosti unutar društvenih mreža stvaraju različite oblike društvenog kapitala. Kulturnu dimenziju društvenog kapitala Putnam (2001 [2000])

operacionalizira kao povjerenje među ljudima koje se generira na osnovu normi ili specifičnog seta političkih, povijesnih i kulturnih karakteristika određenog društvenog konteksta ili zajednice. Razlika u odnosu na strukturnu dimenziju jest u činjenici što je riječ o manje »opipljivijoj« dimenziji društvenog kapitala jer ona ne uključuje materijalizirane i dokumentirane oblike interakcije ili participacijske prakse u udrugama i organizacijama civilnog društva. U istraživanjima se često koristi u obliku pitanja o »uopćenom povjerenju« (*generalized trust*).²

Kod strukturne dimenzije društvenog kapitala prisutna je inkluzivna dimenzija, odnosno mobilizacija reciprociteta i solidarnosti koja omogućuje osjećaj emocionalne stabilnosti i pripadanja. Kao takva, ta je dimenzija društvenog kapitala usmjerena na održavanje homogenosti i mobilnosti unutar skupine. Putnam (2001 [2000]) taj oblik društvenog kapitala naziva *povezujućim (bonding) društvenim kapitalom* i veže ga uz primarne društvene skupine poput obitelji i prijatelja. Karakterizira ga snažan osjećaj emocionalne potpore kao i osjećaj sigurnosti koje proizvodi. Hauberer (2010) povezujući društveni kapital određuje kao kapital koji je »usmjeren prema grupi i vodi prema ekskluzivnim identitetima te ima tendenciju povećavanja grupne homogenizacije« (Hauberer, 2010: 57). Nastojimo li tu dimenziju primijeniti na specifičnosti odrastanja mladih osoba, valja primijetiti da uloga obiteljske komunikacije i potpore, kao i uloga komunikacije i interakcijske učestalosti s vršnjacima, predstavljaju važan, ako ne i najvažniji, element društvenog kapitala mladih u tom razdoblju njihova života.

S druge je strane koncept *premošćujućega (bridging) društvenog kapitala*, koji Putnam (2001 [2000]) smatra ključnim za stabilan i održivi razvoj demokratskog oblika političkog života i participacije budući da se realizira kroz mogućnosti akumulacije društvenih kontakata preko kojih se može ostvariti mobilnost izvan zadanoga društveno-kulturnog konteksta, odnosno kroz stupanje u dodir s osobama drukčijeg društvenokulturnog profila (rasnoga, etničkog, klasnog), čime predstavlja poveznicu s vanjskim resursima. Field (2008 [2003]) funkciju premošćujućega društvenog kapitala sumira kroz ideju o kapitalu koji »povezuje osobe s udaljenim poznanicima koji se kreću u različitim krugovima od onih u kojima se akteri nalaze«

² S obzirom na teorijsku i metodološku slojevitost društvenog kapitala, osobito s obzirom na tehnološko-komunikacijsku slojevitost i složenost internetskih društvenih mreža, u radu se neće detaljnije analizirati kulturna dimenzija društvenog kapitala.

(Field, 2008 [2003]: 73). Realizacija takvih veza omogućuje osnaživanje participativnog potencijala zajednice te smanjenje osjećaja bespomoćnosti i otuđenosti od društvenopolitičkih procesa (Putnam, 2001 [2000]). Promatrajući ga u nešto širem kontekstu ove teme, premošćujući društveni kapital osobito je zanimljiv zbog specifične karakteristike »difuzije informacija«. Riječ je o obilježju važnom zbog potencijalnih mogućnosti mladih da tim putem grade »mostove« prema ekonomskom i kulturnom društvenom kapitalu (Burt, 1992; Coffe i Geys, 2007; Granovetter, 1985), posebno ako se u obzir uzme raširenost korištenja internetskih društvenih mreža.

Zajednička nit Putnamova koncepta društvenog kapitala i ostalih navedenih definicija leži u naglašavanju važnosti izravne interakcije, koja se ostvaruje »licem u lice«, kao pretpostavke za akumuliranje i održavanje zadovoljavajuće razine društvenog kapitala aktera, zbog čega su pojedini autori (Putnam, 2001 [2000]; Kraut i dr., 1998) medije smatrali remetilačkim čimbenikom u odnosu spram aktivnog angažmana u zajednici. Svaki oblik odvlačenja od neposredne komunikacije u svakodnevnom životu prema toj ideji pridonosi slabljenju društvenih veza te u konačnici i raspadu društvenih mreža na kojima počiva generiranje i akumulacija društvenog kapitala. Putnamove teze su, međutim, bile vezane uz medijski sustav koji je vrlo različit od tehnološko-komunikacijskog sustava internetskih društvenih mreža jer je odnos krajnjeg korisnika primjerice s medijem televizije pasivan i statičan, dok internetske društvene mreže nude mobilnost, aktivnu komunikaciju, interaktivnost i participativnost (Jenkins i Carpentier, 2013; Jenkins, Ford i Green, 2013). Također, valja napomenuti kako upravo Putnam (2001 [2000]) stavlja naglasak na tzv. »hipotezu izmještenog vremena« (*time displacement hypothesis*) kao ključni faktor koji pridonosi smanjenoj aktivnosti pojedinca u zajednici. Sama hipoteza polazi od jednostavnog aksioma kako više vremena provedenog u konzumaciji medija znači manje vremena za druge aktivnosti. Razmatrajući paradigmatičke promjene tehnoloških i komunikacijskih karakteristika medijskog okoliša koje su nastupile usponom i razvojem internetske komunikacije, uslijedila su istraživanja koja su krenula s pitanjem što se događa s društvenim kapitalom u kontekstu u kojem istodobno postoji gust protok digitaliziranih informacija i mogućnost (lokalnog i globalnog) umrežavanja. Internetske društvene mreže, odnosno konkretan primjer Facebooka, kao globalno najpopularnijeg servisa tog tipa (Pew Research Center, 2014), nameće se kao logičan izbor za provjeru iznesenih teza.

Društveni kapital u digitalno-interaktivnom medijskom kontekstu – primjer interneta i internetskih društvenih mreža

Uspon interneta obilježen je s nekoliko specifičnih transformativnih karakteristika u odnosu na sustav masovnih medija (Jenkins, 2008 [2006]; Jenkins i Carpentier, 2013; Jenkins, Ford i Green, 2013). Prva je karakteristika integriranost prethodnih tehnoloških i medijskih oblika (televizije, tiska, radija) u jedinstvenu konvergentnu platformu. Druga je vezana uz mogućnost interaktivnosti s konvergiranom sadržajem, za razliku od prethodnih (masovnih) medijskih sustava, a treća podrazumijeva eksponencijalni rast komunikacijskih mogućnosti s drugim korisnicima na mreži. Upravo su zahtjevi i potrebe korisnika za interaktivnijom i horizontalnijom komunikacijom s raznovrsnim internetskim sadržajima, ali i s drugim korisnicima, doveli do stvaranja posebnih medijskih platformi od kojih su jedna i internetske društvene mreže.

Boyd i Ellison (2007: 2) internetske društvene mreže definiraju kao »internetski zasnovanu uslugu koja omogućuje pojedincima da 1) kreiraju otvorene ili poluotvorene profile u ograničenom sustavu, 2) ostvare mrežu s drugim korisnicima s kojim dijele vezu i 3) pregledavaju i razmjenjuju svoju mrežu s mrežom drugih korisnika unutar sustava«. Nadovezujući se na tu definiciju, istraživanje Ellison i njezinih suradnika Steinfielda i Lampea (2011) upućuje na to da Facebook služi za održavanje postojećih društvenih mreža, da su one uvjetovane lokalnošću prostora poznavanja (škola, fakultet) kao i to da se u potrazi za novim kontaktima na svojoj mreži traže osobe sličnih sociokulturnih karakteristika dok se iznimno rijetko to isto radi s potpunim strancima (Bouchillon, 2014; West, Lewis, i Currie, 2009). Druga istraživanja pak ukazuju na istovjetnu prisutnost premošćujućih i povezujućih karakteristika društvenog kapitala pri korištenju Facebooka (npr. Johnston i dr., 2013). Pogled na istraživanja vezana uz odnos participacijskih oblika društvenog angažmana ili strukturnoparticipacijskih dimenzija društvenog kapitala pokazuju kako internet (Hampton, Lee i Her, 2011; Mandarano, Meenar i Steins, 2010; Mesch i Talmud, 2010; Shah i dr., 2005) i internetske društvene mreže imaju pozitivnu ulogu u njihovoj akumulaciji (Field, 2008 [2003]; Lin, 1999; Portes, 2000; Portes i Landolt, 2000; Šalaj, 2003).³ Valja, međutim, naglasiti kako se istraživao uglavnom odnos intenzi-

³ Participacijska dimenzija istodobno je i strukturna dimenzija društvenog kapitala, jer je riječ o registriranim članstvima (bilo aktivnim ili pasivnim) u različitim organizacijama i udrugama u civilnom sektoru. Dodatna dimenzija društvenog kapitala koju Putnam nije teorijski operacionalizirao jest dimenzija građanskog aktivizma. Ona je prisutna kao kon-

teta i načina korištenja interneta i internetskih društvenih mreža, dok se broj ostvarenih veza, operacionaliziran kroz kontakte i prijatelje, nije posebno problematizirao.⁴ Nadovezujući se na Putnamove teze o remetilačkoj ulozi medija za povezujući i premošćujući oblik društvenog kapitala, odnosno za aktivan angažman i participaciju u zajednici, iz priloženog pregleda literature vidljivo je kako digitalno-interaktivni kontekst internetskih društvenih mreža ne pokazuje empirijske značajke koje bi upućivale na negativnu ulogu digitalnog konteksta na način kako je to Putnamovo istraživanje utvrdilo u vezi s medijem televizije. Digitalno-interaktivni kontekst interneta i internetskih društvenih mreža, zahvaljujući svojim komunikacijskim i tehnološkim specifičnostima, uvjetuje drukčije oblike korištenja i ishoda u odnosu na sustave masovnih medija s vertikalnim komunikacijskim obilježjima.

Istraživačka pitanja i hipoteze

U nastavku su navedena istraživačka pitanja i hipoteze formulirana slijedom prethodno izloženih razmatranja.

IP1: Postoji li veza između broja prijatelja na profilu internetske društvene mreže Facebook i povezujućeg i premošćujućeg oblika konvencionalnog (*offline*) i internetski posredovanog (*online*) društvenog kapitala (Barker i dr., 2013; Ellison, Steinfield i Lampe, 2007; Ellison i dr., 2011; Gil de Zúñiga, Jung i Valenzuela, 2012; Granovetter, 1983, 1985; Putnam, 2001 [2000])?

H1: Broj prijatelja na Facebooku negativno je povezan s konvencionalnim i internetski posredovanim povezujućim društvenim kapitalom.

H2: Broj prijatelja pozitivno je povezan s konvencionalnim i internetski posredovanim premošćujućim oblicima društvenog kapitala.

trolna komponenta koja omogućuje uvid u potencijalni pomak iz praksi koje su vezane uz članstvo u institucijama prema praksama koje nisu vezane uz lojalnost »starim« institucijama.

⁴ Jedna od iznimaka, koju je izravno pratila veza između količine prijatelja i društvenog kapitala, jest istraživanje Ellison, Steinfielda i Lampea (2007). Naime, u njihovu je istraživanju količina ili broj Facebook prijatelja predstavljao sastavni dio kompozitnog indeksa mjerenja intenziteta korištenja Facebooka koji je, među ostalim, još uključivao i vrijeme provedeno na toj internetskoj društvenoj mreži te skalu od šest čestica kojom su se mjerili stavovi ispitanika prema Facebooku (Ellison, Steinfield i Lampe 2007: 1150). Iako nije izravno postavljeno kao istraživačko pitanje ili hipoteza, iz predstavljenih je podataka jasno kako je količina prijatelja ili kontakata na Facebooku u tom istraživanju bila pozitivno povezana s društvenim kapitalom ispitanika.

IP2: Postoji li veza između broja prijatelja na profilu internetske društvene mreže Facebook i strukturnoparticipacijske dimenzije društvenog kapitala (Coleman i dr., 2008; Gil de Zúñiga i dr., 2012; Kim, 2007; Mandarano i dr., 2010; Putnam, 2001 [2000])?

H1: Broj prijatelja na Facebooku pozitivno je povezan s konvencionalnom participacijskom dimenzijom društvenog kapitala.

H2: Broj prijatelja na Facebooku pozitivno je povezan s internetski posredovanom participacijskom dimenzijom društvenog kapitala.

Metodologija

Istraživanje je provedeno putem internetske ankete u razdoblju od listopada 2011. do veljače 2012. godine na prigodnom uzorku od 577 sudionika u dobi između 15 i 35 godina (Tablica 1). Ispunjavanje upitnika trajalo je u prosjeku 24 minute, uz ukupno 156 čestica uvrštenih u upitnik. Poveznicu s upitnikom otvorilo je 1.614 potencijalnih ispitanika, od čega je 970 započelo, a 577 u potpunosti završilo ispunjavanje upitnika. Stopa dovršavanja ispunjavanja upitnika iznosila je tako 59,48%, odnosno 35,75%, uzmu li se u obzir svi koji su upitniku pristupili. Kriterij za dobni raspon ispitanika uključenih u istraživanje preuzet je iz pregleda literature i dosadašnjih istraživanja na temu mladih (npr. Ilišin, 1999, 2007; Hendry i dr., 2005 [1993]; Brake, 2003 [1985]). Sudionici su bili informirani kako je sudjelovanje u istraživanju dobrovoljno i da je njihova anonimnost kao i zaštita podataka osigurana. Rekrutiranje sudionika odvijalo se putem Facebooka neprobabilističkom metodom snježne grude. Homofiličnost uzorka nastojala se ublažiti naputkom da se obavijest o istraživanju širi prosljeđivanjem poveznice na upitnik onoj osobi ili osobama s kojima ispitanici nemaju zajedničke prijatelje.⁵

⁵ Platforma korištena za provedbu internetske ankete (Questionpro) pružila je kontrolu dobi ispitanika, u skladu s mogućnostima i ograničenjima internetskoga anketnog istraživanja (ispitanici koji su prijavili dob izvan ciljanoga dobno raspona nisu mogli ispuniti upitnik) te je onemogućila ponavljanje pristupanja upitniku s iste internetske (IP) adrese. Osim toga, koristila se i metoda »geolokacijskog isključivanja«, odnosno onemogućivanja pristupa i ispunjavanju upitnika pristupnicima izvan prostora Hrvatske. To je ograničenje uvedeno za slučaj da distribucija anketnog upitnika krene u smjeru obuhvaćanja populacije koja je irelevantna s obzirom na temu i ciljeve rada.

Tablica 1. Sociodemografska struktura uzorka

		<i>postotni udio (N = 577)</i>
spol	muški	34
	ženski	66
dob	15–17 godina	11
	18–25 godina	67
	26–35 godina	21
veličina naselja	do 10.000 stanovnika	16
	10.001 do 100.000 stanovnika	34
	100.001 do 500.000 stanovnika	27
	više od 500.000 stanovnika	23
radni status	školuje se ili studira	69
	zaposlen/a	20
	nezaposlen/a	11
materijalno stanje kućanstva	vrlo dobro i odlično	33
	osrednje	54
	loše i jako loše	13
religioznost	nije vjernik/ca	28
	ne posjećuje vjerske obrede	18
	1–2 puta godišnje	19
	više puta godišnje	19
	najmanje jednom tjedno	13
	nešto drugo	3
vrijeme provedeno dnevno na internetskim društvenim mrežama (IDM)	do 15 minuta	6
	15–30 minuta	11
	30 minuta do 1 sat	23
	1–2 sata	23
	2–3 sata	18
	više od 3 sata	19
broj Facebook prijatelja	M = 317,9; SD = 232,4	

U upitniku su primijenjeni kompozitni instrumenti konvencionalnog i internetski posredovanoga povezujućeg i premošćujućega društvenog kapitala, članstva u nevladinim organizacijama i udrugama (konvencionalna dimenzija participacijskoga društvenog kapitala) te aktivističkog obrasca internetskih aktivnosti na Facebooku (internetski posredovana dimenzija participacijskoga društvenog kapitala). Upotrijebljena je i skala aktivizma, kojom se mjerio društveni angažman izvan službenih organizacija i udruga. Odabrane su ina-

čice instrumenata spomenutih konstrukata korištene u brojnim sličnim istraživanjima, kroz koje su višekratno provjeravane njihove metrijske karakteristike (usp. Franc, Šakić i Maričić, 2007; Putnam, 2001 [2000]; Teorell, 2003).

Participacijska dimenzija društvenog kapitala izražena je kroz članstvo (aktivno ili neaktivno) u organizacijama i udrugama civilnog sektora (Tablica 2). Tvrdnjama je bila pridružena ljestvica odgovora koja je uključivala tri stupnja: »Nisam član/ica.«, »Neaktivan sam član/ica.« i »Aktivan sam član/ica.«. Kod konstrukcije skalnih vrijednosti, odgovori koji su upućivali na aktivno i neaktivno članstvo tretirani su jednako, što je rezultiralo skalom teorijskog raspona vrijednosti od nula (nije član/ica niti jedne organizacije ili udruge) do osam (ne/aktivan član/ica u neke od organizacija ili udruga unutar svake od navedenih vrsta). Provjera interne konzistentnosti te mjere indicirala je nisku, ali prihvatljivu, pouzdanost instrumenta ($KR-20 = 0,61$).

Tablica 2. Sastav mjere članstva u organizacijama i udrugama civilnog društva (konvencionalna dimenzija participacijskoga društvenog kapitala)

	<i>potvrđan odgovor (%)</i>
vjerska ili religijska organizacija	45
sportska ili rekreacijska organizacija	39
likovna, glazbena ili obrazovna udruga	29
humanitarna udruga	15
udruga za zaštitu okoliša	10
politička stranka	7
radnički sindikat	6
udruga za zaštitu potrošača	3
skalna vrijednost	$M = 1,49; SD = 1,24$

Skala aktivizma konceptijski slijedi Putnamov (2001 [2000]) rad i njegove zaključke o važnosti aktivističko-participacijskih praksi, ali i shvaćanje društvenog kapitala u kojem je politički aktivizam treći dio tog koncepta, uz povjerenje i društvene mreže (usp. Van Oorschot, Arts i Gelissen, 2006). U skladu s tim, aktivizam je operacionaliziran kroz niz pitanja o društvenom angažmanu i sudjelovanju u dobrovoljnim aktivnostima u posljednjih 12 mjeseci, kojima je bila pridružena ljestvica s odgovorima »da« i »ne« (primjerice, »potpisao peticiju«, »sudjelovao u mirnom prosvjedu«, »radio ili volontirao u projektu neke udruge ili zajednice«; Tablica 3). Pri izboru aktivnosti od kojih su formirane čestice rukovodilo se istraživanjima provedenim na tu temu u europskom kontekstu (Maraffi i dr., 2008; Teorell, 2003) i

onom hrvatskom (Franc, Šakić i Maričić, 2007). Unatoč teorijskim razradama koje konstrukt aktivizma konceptualiziraju višedimenzionalno, istraživanja u hrvatskom kontekstu pokazuju unidimenzionalnost tog sklopa (Franc, Šakić i Maričić, 2007; Krolo i Puzek, 2014). Analiza interne konzistentnosti te mjere upućuje na prihvatljivu pouzdanost tog instrumenta ($KR-20 = 0,71$).

Tablica 3. Sastav mjere aktivizma

	<i>potvrđan odgovor (%)</i>
potpisivanje peticije	63
namjerno kupovanje ili bojkotiranje nekog proizvoda zbog jasnih političkih, etičkih ili ekoloških razloga	42
nagovaranje nekoga da glasuje na izborima	42
pomaganje u skupljanju novca za dobrotvorne svrhe	39
rad ili volontiranje na projektu neke udruge ili zajednice	35
učlanjivanje u neku udругu ili organizaciju	27
sudjelovanje u mirnom prosvjedu	24
rad ili volontiranje za nestranačke udругe	23
nošenje naljepnice ili bedža koji su bili vezani za neku političku ili društvenu akciju	18
rad ili volontiranje za političku stranku ili političkog kandidata	6
skalna vrijednost	$M = 3,18; SD = 2,31$

Aktivistički obrazac internetskih aktivnosti temelji se na tzv. divergentnoj (javno usmjerenoj) upotrebi internetskih društvenih mreža (usp. Krolo i Puzek, 2014) te obuhvaća sljedeće komunikacijske aspekte: sudjelovanje u (polu)javnim raspravama na Facebook grupama, sudjelovanje na forumima ili pisanje bloga te komentiranje dnevnih vijesti (Tablica 4). Uzimajući u obzir razlike u korištenim skalama procjene, skalne vrijednosti kreirane su tako da su rezultati pretvoreni u z-vrijednosti i potom zbrojeni.

Tablica 4: Sastav mjere aktivističkog obrasca internetskih aktivnosti (internetski posredovana dimenzija participacijskoga društvenog kapitala)

	<i>postotni udio</i>
pisanje bloga ili sudjelovanje na forumima [potvrđan odgovor]	48
komentiranje dnevne vijesti ili neke društvene teme [potvrđan odgovor]	70
članstvo / aktivnost u Facebook grupama	
Nisam član/ica nijedne grupe.	11

	<i>postotni udio</i>
Ne pratim vijesti i rasprave.	10
Čitam vijesti i rasprave.	43
Ponekad sudjelujem u raspravama.	33
Redovito sudjelujem u raspravama.	2

Skale povezujućeg i premošćujućega konvencionalnog i internetski posredovanoga društvenog kapitala također su konstruirane prema postojećim operacionaliziranim dimenzijama koje je ponudio Putnam (2001 [2000]), uz korištenje standardiziranih i ovjerenih instrumenata iz prethodnih studija koji su konstruirani za upotrebu u kontekstu istraživanja interneta i internetskih društvenih mreža (Williams, 2006; Ellison, Steinfield i Lampe, 2007; Jung i dr., 2013).

Tablica 5. Sastav mjera povezujućega (*bonding*) društvenog kapitala – konvencionalan i internetski posredovan aspekt

	<i>konvencionalan</i>		<i>internetski posredovan</i>	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Održavam bliske odnose koji mi osiguravaju osjećaj emocionalne sigurnosti i podrške.	1,65	0,85	2,24	1,24
Ne postoji nitko s kim mogu podijeliti svoje brige i interese. [-]	4,47	0,94	4,26	1,08
Imam barem jednu osobu s kojom osjećam visoku razinu povezanosti.	1,39	0,80	1,52	0,98
Ako nešto pođe po zlu, nemam osobe koja bi mi priskočila u pomoć. [-]	4,59	0,91	4,26	1,22
Postoje osobe na koje se mogu uvijek i bezuvjetno pouzdati.	1,53	0,87	1,64	0,99
Postoje osobe s kojima mogu razgovarati o važnim odlukama u svom životu.	1,41	0,80	1,57	0,95
S osobama s kojima se svakodnevno susrećem uglavnom izmjenjujem beznačajne informacije. [-]	2,79	1,01	2,69	1,06
U slučaju da moram hitno pozajmiti novac, postoje osobe na koje se mogu osloniti.	1,73	0,99	1,94	1,12
Osobe s kojima redovito komuniciram stavile bi »ruku u vatru« za mene.	2,16	1,00	2,23	1,10

Mjera konvencionalnog i internetski posredovanoga povezujućeg društvenog kapitala (Tablica 5) sastojala se od devet tvrdnji s pridruženom ljestvicom odgovora od pet stupnjeva (od »1 = U potpunosti se slažem.« do

»5 = U potpunosti se ne slažem.«), dok se konvencionalni i internetsko posredovani premošćujući društveni kapital (Tablica 6) sastojao od deset tvrdnji mjenjenih na istoj ljestvici procjene. Skala povezujućega društvenog kapitala sadržava čestice koje mjere osjećaj pripadanja i povezanosti unutar lokalnog konteksta ili određenje skupine (prijatelji, poznanici, rodbina), dok premošćujući društveni kapital mapira potencijale vezane uz interakciju koja nadilazi lokalni okvir društvenog djelovanja. Istovjetne su tvrdnje korištene za mjerenje konvencionalnog i internetski posredovanoga povezujućega, odnosno premošćujućega, društvenog kapitala, s tim da se u napatku od sudionika i sudionica tražilo da odgovaraju razmišljajući o odnosima u fizičkom svijetu uz konvencionalni društveni kapital, tj. o virtualnom svijetu vezano uz internetski posredovani društveni kapital. Sve četiri navedene skale pokazale su zadovoljavajuću razinu unutarnje konzistentnosti (iznos Cronbachova α koeficijenta zabilježen je u rasponu od 0,77 u slučaju konvencionalnog premošćujućega društvenog kapitala do 0,85 u slučaju konvencionalnoga povezujućega društvenog kapitala).⁶

Tablica 6. Sastav mjera premošćujućega (*bridging*) društvenog kapitala – konvencionalni i internetski posredovan aspekt

	<i>konvencionalan</i>		<i>internetski posredovan</i>	
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Znatno sam zainteresiraniji za zbivanja van mog grada/mjesta/naselja.	2,80	1,13	2,50	1,04
Spremniji sam probati nešto novo u svom životu.	1,79	0,85	1,98	0,92
Više sam zainteresiran kako razmišljaju ljudi koji nisu poput mene.	2,72	1,03	2,60	1,04
Više me zanima što se dešava u svijetu.	2,41	1,02	2,26	0,95
Osjećam se kao dio šire zajednice.	2,43	1,09	2,39	1,09
Zahvaljujući komunikaciji s tim osobama smatram da vidim širu sliku svijeta oko sebe.	2,15	0,97	2,45	1,07
Nisam spreman potrošiti svoje slobodno vrijeme kako bi podržao i osnažio aktivnosti u svojoj zajednici. [-]	3,58	1,08	3,07	1,13
Proširio sam svoj krug prijatelja i poznanika.	1,86	0,97	2,18	1,11

⁶ Valja naglasiti kako se uz konceptualna obilježja tih skala vežu i znatna ograničenja, no detaljna kritika izložena je u radu koji je objavljen nakon provedenog istraživanja (Appel i dr., 2014), zbog čega preporuke koje iz njega proizlaze nisu mogle biti uvrštene u preinaku tih mjera.

Rezultati

U prvom koraku analize podataka provedena su bivarijatna testiranja povezanosti broja prijatelja na Facebooku s mjerama konvencionalnog i internetski posredovanoga povezujućeg i premošćujućega društvenog kapitala, članstva u nevladinim organizacijama i udrugama, aktivističkog obrasca internetskih aktivnosti te aktivizma. Hipoteza IP1H1, koja se odnosila na vezu između broja prijatelja na Facebooku s konvencionalnim te internetski posredovanim povezujućim društvenim kapitalom, u oba se slučaja nije pokazala empirijski utemeljenom (vezan nije bila statistički značajna pri $p < 0,05$) te se stoga odbacuje. Statistički značajna povezanost nije utvrđena ni između broja prijatelja na Facebooku i konvencionalnoga premošćujućeg društvenog kapitala, ali jest između internetski posredovanoga premošćujućeg društvenog kapitala i broja prijatelja na Facebooku, zbog čega se IP1H2 djelomično prihvaća. Statistički značajna povezanost utvrđena je i između broja prijatelja na Facebooku te članstva u nevladinim udrugama i organizacijama, aktivističkog obrasca internetskih aktivnosti i aktivizma, čime su potvrđene IP2H1 i IP2H2.

Vodeći se navedenim nalazima, izrađeni su multivarijatni regresijski modeli kojima je testirana robusnost i konzistentnost utvrđenih korelacija u prisustvu skupa kontrolnih prediktora.⁷ U slučaju većeg broja statistički značajnih prediktora, regresijski modeli su oblikovani hijerarhijski, čime je omogućeno jasno utvrđivanje doprinosa pojedinog seta prediktora udjelu objašnjene varijance kriterijske varijable.

Prvim regresijskim modelom testirana je veza između internetski posredovanoga premošćujućeg društvenog kapitala kao zavisne varijable i broja Facebook prijatelja kao dijela prediktorskog sklopa uz skup sociodemografskih varijabli i učestalost korištenja Facebooka kao kontrolnih varijabli (Tablica 7). Rezultati regresijske analize pokazuju kako uvrštenje sociodemografskog skupa varijabli nema utjecaja na vezu utvrđenu na bivarijatnoj razini, koja je ostala pozitivna i statistički značajna i nakon uvrštenja drugih prediktora. No, suprotno očekivanjima, pokazalo se da je varijabla vremena koje ispitanici dnevno provode na internetskim društvenim mre-

⁷ Sociodemografske varijable uključene u sve regresijske modele jesu mjere spola, dobi (rekodirana u tri skupine: 15–18, 19–25 i 26–35 godina), materijalnog stanja i religioznosti, dok neki uobičajeni kontrolni prediktori te vrste poput veličine mjesta prebivanja i radnog statusa nisu uvršteni zbog vrlo niskih i statistički neznačajnih korelacija s kriterijskim varijablama i ostalim prediktorima. Kao kontrolna mjera korištena je i učestalost korištenja Facebooka, čime je ujedno provjerena prethodno spomenuta Putnamova teza o »izmještenom vremenu«.

žama bolji prediktor internetski posredovanog premošćujućega društvenog kapitala, nego što je to slučaj s brojem Facebook prijatelja. Broj Facebook prijatelja pokazuje se statistički značajnim prediktorom, ali uz nisku snagu veze ($\beta = 0,11$), dok se uz vrijeme provedeno na internetskim društvenim mrežama bilježi nešto veća pozitivna povezanost ($\beta = 0,19$).

Tablica 7. Sociodemografski indikatori i pokazatelji strukturnih dimenzija internetski posredovanoga društvenog kapitala kao korelati internetski posredovanoga premošćujućeg društvenog kapitala

	<i>B</i>	β	<i>r</i>
spol (ženski)	-0,45	-0,04	-0,07
dob			
19–25 (referentno)	1	1	1
15–18	1,27	0,09*	0,13**
26–35	-0,58	-0,04	-0,09*
materijalno stanje	0,26	0,04	0,06
religioznost	-0,14	-0,04	-0,02
broj Facebook prijatelja	0,002	0,11*	0,15**
vrijeme provedeno na IDM-dnevno	0,57	0,19**	0,22**

B = parcijalni regresijski koeficijent; β = standardizirani parcijalni regresijski koeficijent; *r* = koeficijent korelacije

p* < 0,05; *p* < 0,01

Drugi regresijski model zadržava osnovnu strukturu prvog modela, s tim što se u ovom slučaju analiziraju prediktori za zavisnu varijablu skale aktivizma (Tablica 8). U ranijem radu (Krolo i Puzek, 2014) pokazalo se da postoji veza između »aktivističkog« korištenja Facebooka i građanskog angažmana, no u ovom se slučaju provjerava postoji li, na strukturnoj razini, veza između broja Facebook prijatelja i građanskog angažmana (tj. aktivizma). S obzirom na značajnu povezanost između aktivizma i većine varijabli sociodemografskog sklopa, regresijski je model proveden hijerarhijski u dva koraka. U prvom su uvrštene samo sociodemografske varijable te je utvrđena značajna pozitivna povezanost aktivizma s dobi (najstarija dobna skupina u odnosu na referentnu srednju), a negativna povezanost s materijalnim stanjem i stupnjem religioznosti. U drugom su koraku uvrštena oba indikatora strukturnog internetski posredovanoga društvenog kapitala te se pokazalo da je broj Facebook prijatelja pozitivno i statistički značajno povezan s aktivizmom. Vrijeme provedeno na internetskim društvenim mrežama nije statistički značajno povezano s aktivizmom.

Tablica 8. Sociodemografski indikatori i pokazatelji strukturnih dimenzija internetski posredovanoga društvenog kapitala kao korelati aktivističkih praksi

	β_i	β	r
spol (ženski)	-0,02	0,01	-0,03
dob			
19–25 (referentno)	1	1	1
15–18	-0,08	-0,08	-0,14**
26–35	0,12**	0,12**	0,16**
materijalno stanje	-0,13**	-0,15**	-0,16**
religioznost	-0,12**	-0,12**	-0,16**
$r^2 = 0,06$			
broj Facebook prijatelja	–	0,20**	0,20**
vrijeme provedeno na IDM-dnevno	–	0,02	0,04
$r^2 = 0,10$; $\Delta r^2 = 0,04$			

β_1 = standardizirani parcijalni regresijski koeficijenti u prvom modelu; β = standardizirani parcijalni regresijski koeficijent u završnom modelu; r = koeficijent korelacije; r^2 = koeficijent multiple determinacije; Δr^2 = promjena koeficijenta multiple determinacije

** $p < 0,01$

Trećim regresijskim modelom ispitivan je, analogno prvom modelu, utjecaj strukturnih čimbenika internetski posredovanoga društvenog kapitala na internetski posredovani aktivizam (Tablica 9). Za razliku od drugih modela, spol je statistički značajno povezan na način da su ispitanici zastupljeniji u aktivističkim internetskim aktivnostima od ispitanica. Religioznost je statistički značajno negativno povezana s internetskim aktivizmom. Broj Facebook prijatelja nije se pokazao značajnim prediktorom internetskog aktivizma, no statistički značajnim i pozitivnim faktorom se pokazalo vrijeme provedeno na internetskim društvenim mrežama.

Tablica 9. Sociodemografski indikatori i pokazatelji strukturnih dimenzija internetski posredovanoga društvenog kapitala kao korelati aktivističkog obrasca internetskih aktivnosti

	B	β	r
spol (ženski)	-0,46	-0,22**	-0,24**
dob			
19–25 (referentno)	1	1	1
15–18	-0,17	-0,06	-0,06
26–35	0,11	0,04	0,04

	<i>B</i>	β	<i>r</i>
materijalno stanje	-0,05	-0,04	-0,06
religioznost	-0,08	-0,11**	-0,16**
broj Facebook prijatelja	0,00	0,07	0,14**
vrijeme provedeno na IDM-dnevno	0,10	0,18**	0,17**

B = parcijalni regresijski koeficijent; β = standardizirani parcijalni regresijski koeficijent; r = koeficijent korelacije

**p < 0,01

Četvrtim i posljednjim regresijskim modelom ispitana je povezanost između konvencionalnog članstva u udrugama i dosad korištenih prediktora (Tablica 10). U prvom koraku analize (sociodemografski prediktorski sklop) pokazalo se da je jedino religioznost značajno pozitivno povezana s brojem članstava u udrugama. No, Teorell (2003) upozorava na problem endogenosti pri mjerenju povezanosti religioznosti i članstva u udrugama, jer je članstvo u religijskim udrugama visoko povezano sa stupnjem religioznosti, a ujedno i relativno visoko zastupljeno u ukupnom udjelu članstava. Zbog tog razloga pretpostavljamo osjetan izravan utjecaj religioznosti na ukupnu vrijednost mjere članstva u organizacijama i udrugama, posebno s obzirom na negativnu povezanost religioznosti i aktivizma koja je utvrđena u prethodna dva modela, što upućuje na oprez pri daljnjem tumačenju nalaza. Broj Facebook prijatelja je statistički značajno pozitivno povezan s članstvom u udrugama, pri čemu standardizirani β koeficijent indicira razmjerno slabu vezu ($\beta = 0,16$). Između vremena provedenog na internet-skim društvenim mrežama i članstva u udrugama nema statistički značajne povezanosti.

Tablica 10. Sociodemografski indikatori i pokazatelji strukturnih dimenzija internetski posredovanog društvenog kapitala kao korelati članstva u organizacijama i udrugama

	β_i	β	<i>r</i>
spol (ženski)	-0,04	-0,01	-0,01
dob			
19–25 (referentno)	1	1	1
15–18	0,01	0,02	0,03
26–35	0,01	0,003	-0,02
materijalno stanje	-0,03	-0,04	-0,01
religioznost	0,22**	0,21**	0,21**

	β_1	β	r
$r^2 = 0,05$			
broj Facebook prijatelja	–	0,16**	0,15**
vrijeme provedeno na IDM-dnevno	–	–0,03	0,00
$r^2 = 0,07; \Delta r^2 = 0,02$			

β_1 = standardizirani parcijalni regresijski koeficijenti u prvom modelu; β = standardizirani parcijalni regresijski koeficijent u završnom modelu; r = koeficijent korelacije; r^2 = koeficijent multiple determinacije; Δr^2 = promjena koeficijenta multiple determinacije

**p < 0,01

Rasprava

Osnovni cilj predstavljenog istraživanja bio je utvrditi povezanost količine prijatelja na Facebooku sa specifičnim strukturnim dimenzijama društvenog kapitala mladih u Hrvatskoj. Prije razmatranja osnovnih rezultata ostvarenih testiranjem postavljenih hipoteza potrebno je osloviti nekoliko temeljnih ograničenja studije. Prvo, uzorak na kojem su provedene analize nije bio probabilistički nego prigodni, što u konačnici onemogućuje izravno uopćivanja nalaza na populaciju, ali i smanjuje stabilnost rezultata koji se odnose na analizirane karakteristike mladih u Hrvatskoj. Drugo, koncepcijska i epistemološka kompleksnost društvenog kapitala u pozadini je poteškoća kod konstrukcije mjernih instrumenata u istraživanjima ove teme. Moguća kombinacija ili triangulacija više istraživačkih pristupa, koja bi dublje zahvatila akumuliranje društvenog kapitala na individualnoj i agregatnoj razini i njegov odnos sa strukturnim i institucionalnim društvenim pokazateljima, možda bi ukazala na određene dimenzije društvenog kapitala koje su u ovom radu ostale nepokrivene. Treće, instrumenti korišteni za mjerenje povezujućih i premošćujućih oblika društvenog kapitala možda ne omogućuju obuhvaćanje specifičnosti iskustva sudionika s obzirom na njihove generacijske karakteristike i osobitosti njihovih interakcija u digitalno-interaktivnom kontekstu (usp. Appel i dr., 2014). Napokon, korelacijska narav nacрта ovog istraživanja ne omogućuje empirijsku provjeru zavisnosti u odnosima mjerenih pojava. Opravdanost uspostavljanja odnosa te vrste, implicirana u regresijskim modelima koji su testirani, zbog toga ponajprije ovisi o ocjeni uvjerenosti njihove konceptualne razrade, ponuđene u teorijskom dijelu rada.

Unatoč spomenutim ograničenjima, rezultati barem provizorno upućuju na nekoliko zanimljivih obilježja odnosa korištenja internetskih društvenih mreža i društvenog kapitala mladih. Prvo, internetski posredovan i konvencionalni povezujući društveni kapital nije objašnjen količinom Facebook prijatelja, niti intenzitetom korištenja internetskih društvenih mreža. S obzirom na to da povezujući društveni kapital prema Putnamu (2001 [2000]) ima svojstva homofiličnosti i pripadnosti partikularnim zajednicama, ostaje zaključak da upotreba Facebooka, barem unutar okvira ovog uzorka, ne donosi izraženiji komunikacijski i interakcijski potencijal za nadilaženje ograničenja partikularnih zajednica. Moguće alternativno objašnjenje može se pronaći u specifičnosti lokalnog konteksta, u kojem se povezujući oblici društvenog kapitala još uvijek ostvaruju izravnom interakcijom »licem u lice«. Naime, hrvatsko je društvo, u odnosu na »medijski bogatija« društva,⁸ u svojevrsnom zaostatku u vezi s difuzijom i korištenjem tehnoloških i medijskih inovacija (Eurostat, 2015). No, valja biti oprezan prilikom donošenja tog zaključaka jer pojedina istraživanja upućuju na raširenost korištenja Facebooka kao medija upravo za lokalno umrežavanje i zatvaranje u partikularne okvire (boyd i Ellison, 2007; Ellison i dr., 2014).

Drugo, mogućnost nadilaženja lokalnih okvira kroz upotrebu internetskih društvenih mreža ipak je vidljiva iz modela koji upućuje na pozitivnu povezanost broja prijatelja na Facebooku i vremena provedenog na internetskim društvenim mrežama s internetski posredovanim premošćujućim oblikom društvenog kapitala. Ova veza istodobno potvrđuje važnost Facebooka kao komunikacijskog konteksta koji otvara prostor za interakciju s pojedincima iz drugih društvenih skupina (Barker i dr., 2013; Barker i dr., 2014; Johnston i dr., 2013), s potencijalno divergentnim obilježjima, ali i dovodi u pitanje Putnamovu tezu o pomaku vremena. Vrijeme provedeno na internetskim društvenim mrežama pridonosi objašnjavanju internetski posredovanoga premošćujućeg društvenog kapitala, iz čega se može zaključiti kako sama količina vremena provedenog na internetskim društvenim mrežama znači i potencijalnu izloženost informacijama, izvorima i interakcijskim obrascima koji se nalaze onkraj lokalnih ograničenja.

⁸ Riječ je o prijevodu izraza *media rich society*, koji je kao koncept uvriježen u području istraživanja medija. Podrazumijeva društvo u kojem postoje zamjetna količina divergentnoga medijskog sadržaja, kako po tehnološkim karakteristikama (analogno i digitalno), tako po žanru (informativni, komunikacijski i zabavni) i vlasničkoj strukturi (privatni i javni; Chaffee i Izacaray, 1975; Allen, 1991).

Treći ključni nalaz govori o pozitivnoj vezi između aktivističkih praksi i broja Facebook prijatelja, na koju ne utječe vrijeme provedeno na internetskim društvenim mrežama. Važnost tog rezultata vezana je uz funkciju Facebook prijatelja, ne samo u smislu njihove virtualne svrsishodnosti, nego i kao resursa koji putem digitalno-interaktivnih komunikacijskih kanala ima svoju ulogu u objašnjenju općedruštvenog angažmana mladih. Četvrto, strukturna dimenzija društvenog kapitala izražena kroz članstvo u nevladinim udrugama i organizacijama također je objašnjena količinom prijatelja na Facebooku, ali i kroz varijablu učestalosti odlazaka na vjerske obrede.⁹

Navedena četiri temeljna nalaza upućuju na nekoliko zaključaka. Prvi je vezan uz opovrgavanje Putnamove teze o pomaku vremena, koje se, pretpostavljeno, pojavljuje kad pojedinci vrijeme potrebno za aktivnosti u zajednici i neposrednoj okolini koriste za konzumaciju medija. Naime, osim što uopće nije utvrđena negativna veza između količine korištenja internetskih društvenih mreža (u ovom slučaju Facebooka) s akumulacijom internetski posredovanog oblika premošćujućega društvenog kapitala, podaci upravo sugeriraju da je ta povezanost pozitivna. Drugi važan nalaz, koji se odnosi na akumulaciju poznanika i prijatelja te stvaranja svojevrsnog repozitorija kontakata, također navodi na zaključak kako se komunikacija i interakcija ostvarena putem internetskih društvenih mreža ne odražava isključivo na virtualnu domenu, nego se *offline* i *online* konteksti međusobno preklapaju. Građanski aktivizam, kao važna participacijska dimenzija društvenog angažmana, povezan je, naime, s upotrebom Facebooka. Brzina izmjene informacija, demokratičnost komunikacije te mogućnost nesmetanog premještanja fokusa s jedne društvene teme na drugu otvara tako prostor za individualiziraniji oblik aktivnosti koji nije svojstven udrugama i organizacijama Putnamova tipa. Dakle, korištenjem Facebooka ostvaruje se kontakt i razmjena informacija sa »slabim vezama« (*weak ties*) (Granovetter, 1983, 1985), koje pritom iz privremene interakcije prelaze u trajni oblik kontakta pohranjenog na profilu internetske društvene mreže. Taj oblik akumulacije kontakata i društvenih veza omogućuje povezanost koja onda objašnjava i veću participaciju u građanskim aktivnostima, a što navodi na zaključak o pospješivanju specifičnih dimenzija društvenog kapitala putem kontakata i prijatelja na Facebooku.

⁹ Za važnost i ulogu vjerskih dimenzija pri akumulaciji participacijskih dimenzija društvenog kapitala vidjeti u Kroló i Puzek, 2014.

LITERATURA

- Allen, L. Richard (1991). »Political efficacy and political ideology: the role of communication in a media-rich, underdeveloped country«, *International Communication Gazette*, 47 (2): 79–102. doi: 10.1177/001654929104700202
- Appel, Lora, Dadlani, Punit, Dwyer, Maria, Hampton, Keith N., Kitzie, Vanessa, Matni, Ziad A., Moore, Patricia i Teodoro, Rannie (2014). »Testing the Validity of Social Capital Measures in the Study of Information and Communication Technologies«, *Information, Communication & Society*, 17 (4): 398–416. doi: 10.1080/1369118X.2014.884612
- Anderson, A. Ashley, Brossard, Dominique, Scheufele, Dietram A., Xenos, Michael A. i Ladwig, Peter (2014). »The ‘Nasty Effect.’ Online Incivility and Risk Perceptions of Emerging Technologies«, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19 (3): 373–387. doi: 10.1111/jcc4.12009
- Barker, Valerie, Dozier, David M., Weiss, Amy Schmitz i Borden, Diane L. (2013). »Facebook ‘friends’: Effects of social networking site intensity, social capital affinity, and flow on reported knowledge-gain«, *The Journal of Social Media in Society*, 2 (2): 76–97. <http://www.thejsms.org/index.php/TSMRI/article/view/44>.
- Barker, Valerie, Dozier, David M., Weiss, Amy Schmitz, i Borden, Diane L. (2014). »Harnessing peer potency: Predicting positive outcomes from social capital affinity and online engagement with participatory websites«, *New Media & Society*, 17 (10): 1603–1623. doi: 10.1177/1461444814530291
- Barlett, Christopher P., Gentile, Douglas A., Anderson, Craig A., Suzuki, Kanae, Sakamoto, Akira, Yamaoka, Ayuchi i Katsura, Rui (2014). »Cross-Cultural Differences in Cyberbullying Behavior A Short-Term Longitudinal Study«, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45 (2): 300–313. doi: 10.1177/0022022113504622
- Best, Samuel J. i Krueger, Brian S. (2006). »Online Interactions and Social Capital: Distinguishing Between New and Existing Ties«, *Social Science Computer Review*, 24 (4): 395–410. doi: 10.1177/0894439306286855
- Bian, Mengwei i Leung, Louis (2014). »Linking Loneliness, Shyness, Smartphone Addiction Symptoms, and Patterns of Smartphone Use to Social Capital«, *Social Science Computer Review*, 33 (1): 61–79. doi: 10.1177/0894439314528779
- Bohn, Angela, Buchta, Christian, Hornik, Kurt i Mair, Patrick (2014). »Making friends and communicating on Facebook: Implications for the access to social capital«, *Social Networks*, 37 (1): 29–41. doi: 10.1016/j.socnet.2013.11.003
- Bouchillon, Brandon C. (2014). »Social Ties and Generalized Trust, Online and in Person: Contact or Conflict-The Mediating Role of Bonding Social Capital in America«, *Social Science Computer Review*, 32 (4): 506–523. doi: 10.1177/0894439313513076
- Boyd, Danah M. i Ellison, Nicole 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
- Brake, Michael (2003 [1985]) *Comparative youth culture: The Sociology of Youth Cultures and Youth Subcultures in America, Britain and Canada*. New York: Routledge.

- Burke, Moira, Kraut, Robert i Marlow, Cameron (2011). »Social capital on Facebook: Differentiating uses and users«, *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1979023>.
- Burt, Ronald (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Caplan, Scott E. (2003). »Preference for Online Social Interaction: A Theory of Problematic Internet Use and Psychosocial Well-Being«, *Communication Research*, 30 (6): 625–648. doi: 10.1177/0093650203257842
- Cassidy, Wanda, Faucher, Chantal i Jackson, Margaret (2013). »Cyberbullying among youth: A comprehensive review of current international research and its implications and application to policy and practice«, *School Psychology International*, 34 (6): 575–612. doi: 10.1177/0143034313479697
- Chaffee, Steven H. i Fausto, Izacaray (1975). »Mass Communication Functions in a Media-Rich Developing Society«, *Communication Research*, 2 (4): 367–395. doi: 10.1177/009365027500200403
- Coffe, Hilde i Geys, Benny (2007). »Participation in bridging and bonding associations and civic attitudes: evidence from the Flanders«, *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 18 (4): 385–406.
- Coleman, Renita, Lieber, Paul, Mendelson, Andrew L. i Kurpius, David D. (2008). »Public life and the internet: if you build a better website, will citizens become engaged?«, *New Media & Society*, 10 (2): 179–201. doi: 10.1177/1461444807086474
- Doane, Ashley N., Kelley, Michelle L., Chiang, Evelyn S. i Padilla, Miguel A. (2013). »Development of the Cyberbullying Experiences Survey«, *Emerging Adulthood*, 1 (3): 207–218. doi: 10.1177/2167696813479584
- Ellison, Nicole B., Gray, Rebecca, Lampe, Cliff i Fiore, Andrew T. (2014). »Social capital and resource requests on Facebook«, *New Media & Society*, 16 (7): 1104–1121. doi: 10.1177/1461444814543998
- Ellison, Nicole B., Steinfield, Charles i Lampe, Cliff (2007). »The Benefits of Facebook 'Friends': Social Capital and College Students Use of Online Social Network Sites«, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4): 1143–1168. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Ellison, Nicole B., Steinfield, Charles i Lampe, Cliff (2011). »Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices«, *New Media & Society*, 13 (6): 873–892. doi: 10.1177/1461444810385389
- Eurostat (2015). *Information society statistics at regional level*. http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Information_society_statistics_at_regional_level.
- Field, John (2008 [2003]). *Social Capital (2nd edition)*. London i New York: Routledge.
- Franc, Renato, Šakić, Vlado i Maričić, Jelena (2007). »Građanski aktivizam u Hrvatskoj«, *Društvena istraživanja*, 16 (1–2): 111–132.
- Gil de Zúñiga, Homero, Jung, Nakwon i Valenzuela, Sebastian (2012). »Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and

- Political Participation», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17 (3): 319–336. doi: 10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x
- Granovetter, Mark (1983). »The strength of weak ties: A network theory revisited«, *Sociological Theory*, 1 (1): 201–233.
- Granovetter, Mark (1985). »Economic action and social structure: the problem of embeddedness«, *American Journal of Sociology*, 91 (3): 481–510.
- Hampton, Keith N., Lee, Chul-joo i Her, Eun Ja (2011). »How new media affords network diversity: Direct and mediated access to social capital through participation in local social settings«, *New Media & Society*, 13 (7): 1031–1049. doi: 10.1177/1461444810390342
- Hauberer, Julia (2010). *Social Capital Theory: Towards a Methodological Foundation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hendry, Leo B., Shucksmith, Janet, Love, John, G. i Glendinning, Anthony (2005 [1993]). *Young people's leisure and lifestyles*. London: Routledge.
- Ilišin, Vlasta (1999). *Mladi na margini društva i politike*. Zagreb: Alinea.
- Ilišin, Vlasta (2007). »Društveni status, problemi i budućnost mladih«, u: Vlasta Ilišin i Furio Radin (ur.). *Mladi: problem ili resurs*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.
- Jenkins, Henry (2008 [2006]). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, Henry i Carpentier, Nico (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
- Jenkins, Henry, Ford, Sam i Green, Joshua (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press.
- Johnston, Kevin, Tanner, Maureen, Lalla, Nishant i Kawalski, Dori (2013). »Social capital: the benefit of Facebook 'friends'«, *Behaviour & Information Technology*, 32 (1): 24–36. doi: 10.1080/0144929X.2010.550063
- Jung, Yumi, Gray, Rebecca, Ellison, Nicole B. i Lampe, Cliff (2013). »Favors from Facebook Friends: Unpacking Dimensions of Social Capital«. *Proceedings of the 2013 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI)*. New York: ACM.
- Kim, Sei-Hill (2007). »Media Use, Social Capital, and Civic Participation in South Korea«, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84 (3): 477–494. doi: 10.1177/107769900708400305
- Kraut, Robert, Patterson, Michael, Lundmark, Vicki, Kiesler, Sara, Mukopadhyay, Tridas i Scherlis, William (1998). »Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being«, *American Psychologist*, 53 (9): 1017–1031.
- Krolo, Krešimir i Puzek, Ivan (2014). »Upotreba internetskih društvenih mreža i participacijske dimenzije društvenoga kapitala mladih na primjeru Facebooka«, *Društvena Istraživanja*, 23 (3): 383–405. doi: 10.5559/di.23.3.01

- Kwon, Min-Woo, D'Angelo, Jonathan i McLeod, Douglas M. (2013). »Facebook Use and Social Capital: To Bond, To Bridge, or to Escape«, *Bulletin of Science, Technology & Society*, 33 (1–2): 35–43. doi: 10.1177/0270467613496767
- Lin, Nan (1999). »Building a network theory of social capital«, *Connections*, 22 (1): 28–51.
- Lin, Nan (2000). »Inequality in social capital«, *Contemporary Sociology*, 29 (6): 785–795.
- Madden, Marry, Lenhart Amanda, Cortesi Sandra, Gasser, Urs, Duggan, Maeve, Smith, Aaron i Beaton, Meredith (2013). *Teens, Social Media, and Privacy*. <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>.
- Mandarano, Lynn, Meenar, Mahbubur i Steins, Christopher (2010). »Building Social Capital in the Digital Age of Civic Engagement«, *Journal of Planning Literature*, 25 (2): 123–135. doi: 10.1177/0885412210394102
- Maraffi, Marco, Newton, Kenneth, Van Deth, Jan i Whiteley, Paul (2008). *Social capital and European democracy*. New York: Routledge.
- Matusitz, Jonathan (2007). »The implications of the Internet for human communication«, *Journal of Information Technology Impact*, 7 (1): 21–34.
- Mcmillan, Sally J. i Morrison, Margaret (2006). »Coming of age with the internet: A qualitative exploration of how the internet has become an integral part of young people's lives«, *New Media & Society*, 8 (1): 73–95. doi: 10.1177/1461444806059871
- Mesch, Gustavo S. i Talmud, Illan (2006). »The Quality of Online and Offline Relationships: The Role of Multiplexity and Duration of Social Relationships«, *The Information Society: An International Journal*, 22 (3): 137–148. doi: 10.1080/01972240600677805
- Mesch, Gustavo S. i Talmud, Illan (2007). »Similarity and the Quality of Online and Offline Social Relationships Among Adolescents in Israel«, *Journal of Research on Adolescence*, 17 (2): 455–465.
- Mesch, Gustavo S. i Talmud, Illan (2010). »Internet Connectivity, Community Participation, and Place Attachment: A Longitudinal Study«, *American Behavioral Scientist*, 53 (8): 1095–1110. doi: 10.1177/0002764209356243
- Monks, Claire P., Robinson, Susanne i Worlidge, Penny (2012). »The emergence of cyberbullying: A survey of primary school pupils' perceptions and experiences«, *School Psychology International*, 33 (5): 477–491. doi: 10.1177/0143034312445242
- Papacharissi, Zizi A. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Cambridge i Malden: Polity Press.
- Pew Research Center (2014). *Social Networking Fact Sheet*. <http://www.pewinternet.org/fact-sheets/social-networking-fact-sheet/>.
- Popović-Citić, Branislava, Djurić, Sladjana i Cvetković, Vladimir (2011). »The prevalence of cyberbullying among adolescents: A case study of middle schools in Serbia«, *School Psychology International*, 32 (4): 412–424. doi: 10.1177/0143034311401700
- Portes, Alejandro (2000). »Social capital: Its origins and applications in modern sociology«, u: Eric L. Lesser (ur.). *Knowledge and Social Capital*. Boston: Butterworth-Heinemann, str. 43–67.

- Portes, Alejandro i Landolt, Patricia (2000). »Social Capital: Promise and Pitfalls of Its Role in Development«, *Journal of Latin American Studies*, 32 (2): 529–547.
- Putnam, Robert D. (2001 [2000]). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster Ltd.
- Reed, Thomas Vernon (2014). *Digitized Lives: Culture, Power, and Social Change in the Internet Era*. New York: Routledge.
- Šalaj, Berto (2003). »Koncept socijalnoga kapitala u komparativnoj politici«, *Politička misao*, 40 (4): 126–144.
- Schwarz, Ori (2010). »On Friendship, Boobs and the Logic of the Catalogue: Online Self-Portraits as a Means for the Exchange of Capital«, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16 (2): 163–183. doi: 10.1177/1354856509357582
- Shah, Dhavan V., Cho, Jaeho, Eveland, William P. i Kwak, Nojin (2005). »Information and Expression in a Digital Age: Modeling Internet Effects on Civic Participation«, *Communication Research*, 32 (5): 531–565. doi: 10.1177/0093650205279209
- Stolle, Dietlind (2003). »The Sources of Social Capital«, u: Marc Hooghe i Dietlind Stolle (ur.). *Generating Social Capital: Civil Society and Institutions in Comparative Perspective*. New York: Palgrave-MacMillan, str. 19–43.
- Teorell, Jan (2003). »Linking Social Capital to Political Participation: Voluntary Associations and Networks of Recruitment in Sweden«, *Scandinavian Political Studies*, 26 (1): 49–65. doi: 10.1111/1467-9477.00079
- Uhls, Yalda T., Michikyan, Minas, Morris, Jordan, Garcia, Debra, Small, Gary W., Zgourou, Eleni i Greenfield, Patricia M. (2014). »Five days at outdoor education camp without screens improves preteen skills with nonverbal emotion cues«, *Computers in Human Behavior*, 39: 387–392. doi: 10.1016/j.chb.2014.05.036
- Van Oorschot, Wim, Arts, Will i Gelissen, John (2006). »Social Capital in Europe: Measurement and Social and Regional Distribution of a Multifaceted Phenomenon«, *Acta Sociologica*, 49 (2): 149–167. doi: 10.1177/0001699306064770
- Vitak, Jessica i Ellison, Nicole B. (2013). »'There's a network out there you might as well tap': Exploring the benefits of and barriers to exchanging informational and support-based resources on Facebook«, *New Media & Society*, 15 (2): 243–259. doi: 10.1177/1461444812451566
- West, Anne, Lewis, Jane i Currie, Peter (2009). »Students' Facebook 'friends': public and private spheres«, *Journal of Youth Studies*, 12 (6): 615–627. doi: 10.1080/13676260902960752
- Williams, Dmitri (2006). »On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online Era«, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11 (2): 593–628. doi: 10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x
- Wolfe, Kristin R. (2014). *Blogging: How Our Private Thoughts Went Public*. Lanham, Maryland: Lexington Books.

Facebook Friends as an Indicator of the Social Capital Structural Dimensions of Youth in Croatia

Krešimir KROLO

Department of Sociology, University of Zadar, Croatia

kkrolo@unizd.hr

The topic of this article is the analysis of the role of the Facebook online social network as a predictor of the social capital structural dimensions of youth in Croatia. The theoretical part of the paper has connected specific dimensions of social capital that stem from the work of Robert D. Putnam with the insights from the research of the new media use among youth. Based on that overview, a methodological framework was constructed containing measures of structural dimensions of offline and online social capital (bonding social capital, bridging social capital, and participation in civic activities), as well as modes and intensity of online social networks use. Data was collected by an online survey in 2012 on a convenience sample (N=577) using the snowball method. Data analyses included bivariate and multivariate procedures that were employed to explore the relevance of Facebook friends – together with other characteristics of online social networks use – in accounting for structural dimensions of the social capital of youth in Croatia. Results showed that the number of friends on Facebook is positively associated with online participatory practices of youth as well as with online bridging social capital. That points to two attributes of Facebook friends as an indicator of the social capital of Croatian youth. The first highlights the relationship of civic activism and Facebook as a more flexible form of social engagement compared to classical forms of institutional and organizational engagement (membership in non-governmental organizations). The other emphasizes the role of Facebook as a medium that connects individuals outside their local contextual limitations. Both of those attributes are indicative not only of how communication is being carried out in cyberspace, but also how different forms of social capital are being accumulated in the »digital« society.

Key words: social capital, youth, digital-interactive media, Facebook friends