

David Adam
Filozofski fakultet
Univerzitet u Beogradu
Čika Ljubina 18 - 20
11000 Beograd
Završna godina osnovnih studija
josifovic.david@gmail.com

Participacija mladih i internet - društvene mreže kao neistraženi oblik i strategija mladih za političku participaciju i angažovanje

*Youth Participation and Internet – Social Networks as Unexplored Form
and Strategy of Young People for Political Participation
and Engagement*

Problem političke (ne)participacije mladih je gorući problem i predmet brojnih istraživanja autora iz Hrvatske i Srbije. Istraživanja pokazuju trend nezainteresovanosti mladih za političku sferu i jako mali postotak mladih koji su politički angažovani. Iako uvažavamo nalaze istraživanja domaćih autora, u ovom radu nastojimo da preispitamo njihova metodološka rešenja. Cilj ovog rada je da na tragu istraživanja participacije mladih koja su rađena u svetu, prevashodno u Latinskoj Americi, pokažemo savremenije načine istraživanja mladih i njihove političke participacije. Fenomeni poput „mimova“, društvenih mreža, peticija, mogu biti delić slagalice koja izmiče autorima na našim prostorima i koji je nepravedno izostavljen iz studija o mladima. Nakon debate o metodologiji istraživanja političke participacije mladih, u radu se bavimo pravcima istraživanja u kojima bi buduća istraživanja mogla da se kreću i podrobnije ispituju probleme participacije u društvu čija je celokupna infrastruktura digitalna. Prvi korak u tome je posmatranje mladih kao „digitalnih domorodaca“ čije je definisanje političkog bitno drugačije od koncepcija koje se koriste u dosadašnjim istraživanjima.

Ključne reči: mladi, „digitalni domoroci“, politička participacija, internet, digitalno društvo, društvene mreže, „mimovi“

The issue of low political participation is an important topic of research for many authors from Croatia and Serbia. Research shows that young people do not have much interest in the political sphere and that the rate of their political participation is low. While taking into account works on this topic from domestic researchers, in this article we aim to reassess their methodological solutions. On the basis of inquiries of researchers from Latin America, we aim to display more contemporary ways of dealing with questions regarding political participation of young people. Phenomena such as memes, social networks, petitions can be part of the new way of research that is missing from work about youth in Serbia and Croatia. After debate about methodology, we deal with ways in which future work on this topic can be done - in order to better grasp the problems of youth participation in a global society whose entire infrastructure is digital. The first step is seeing young people as „digital natives“ whose definition of political is entirely different from conceptions used in recent works.

Key words: young people, digital natives, political participation, internet, digital society, social networks, memes

Uvod

Poslednjih nekoliko godina se primećuje trend povećanja interesovanja sociologa za proučavanje interneta, društvenih mreža i fenomena koji su vezani za sveobuhvatno prisustvo digitalnog u našim životima. Tako autorke poput Noortje Marres (2017) postuliraju da je celo globalno društvo prožeto „digitalnom infrastrukturom“ za čije proučavanje moramo imati na umu naša epistemološka i teorijska polazišta. Analitička oruđa kojima se koristimo u proučavanju društvenih fenomena nužno moraju da se menjaju sa društvenom promenom, jer u suprotnom ćemo imati zastarele instrumente kojima ne možemo da proučavamo nove obrasce u društvu. Marres (2017) u svojoj knjizi ne tvrdi da su nam potrebni kardinalno novi metodi za proučavanje digitalnog društva, ali da moramo imati na umu da je celokupna infrastruktura globalnog društva postala digitalna. Iz toga izvire i nova grana sociologije – digitalna sociologija. Ovaj rad će biti pisan u duhu Marres i digitalne sociologije, a u potrazi za novim metodama, postavljajući pitanja koja nas mogu usmeriti ka epistemološkim i teorijskim putevima koji nam zapravo mogu pružiti odgovore na zahteve savremenog, digitalnog društva.

Diskurs o političkoj letargiji mladih je fenomen koji je sve više izražen u poslednje vreme u Srbiji i Hrvatskoj (Danas, 8.6.2022; Dnevnik.hr, 10.10.2022.). Pesimističan pogled na participaciju mladih je, čini se, generalno obuhvatio celu Evropu - mlade jednostavno ne interesuje politika (Bagarić., et al. 2019), ne veruju političkim institucijama i sistemima (Sinković, 2020), a skorašnja istraživanja naših autora idu u prilog ovakvim tvrdnjama. Nezainteresovanost mladih

za društvo i svet je tema koja ne presušeje kada se tema mladih u politici uopšte i pokrene u mainstream medijima. Ipak, postoje istraživanja u svetu koja se ne slažu u potpunosti sa ovim tvrdnjama. Na tom tragu i u pokušaju menjanja pristupa ovom veoma bitnom pitanju, prikazaćemo neke od problema u vezi sa *početnim paradigmama*, teorijom i metodom istraživanja koji se bave političkom participacijom mladih. To ćemo učiniti na osnovu iskustva koje su imali drugi istraživači u svetu, istražujući pitanja participacije mladih na drugačije načine, te ćemo pokušati da prikazemo ono što je najvažnije u njima. Cilj ovog rada je da prikazemo drugačije smerove istraživanja mladih, čije će nam logičke postavke omogućiti da u budućnosti detaljnije istražujemo ove fenomene u našem društvu. Mi ne tvrdimo da su istraživačke „alatke“ naših istraživača zastarele, ali iznova i iznova ne uzimaju u obzir novu digitalnu kulturu i prostor u kom mladi mogu da iskažu svoju agencnost. Ne uzimaju u obzir strategije kojima se mladi već uveliko koriste kako bi uticali na promene i poboljšanje sopstvenih društava. Ovaj rad nije antiteza pesimističnim pogledima na participaciju mladih - naprotiv, njime samo želimo da pokažemo da u istraživanju mladih nedostaje jedan veliki deo društvene realnosti koji se neretko odbacuje kao *nebitan* ili pasivan oblik učešća, a koji su, sa druge strane, istraživači iz celog sveta prihvatili ne kao deo, već kao kardinalan deo za bilo kakve političke inicijative, strategije, građansku neposlušnost i participaciju. Čitalac treba da ima na umu da je ovaj rad eksplorativne prirode i da cilj nije dati odgovore na kompleksno i nedovoljno istraženo polje digitalne participacije. Cilj je pre svega postaviti pitanja koja su od kardinalne važnosti za razumevanje društva čija je infrastruktura

uveliko „digitalna“ (Marres, 2017).

U takvom kontekstu je korisno posmatrati mlade kao „digitalne domoroce“ (Prensky, 2001a). Pojam digitalnih domorodaca (*digital natives*) označava „individue koje ne nailaze na poteškoće i probleme usled kompleksnosti digitalne ere i neprestanog ažuriranja tehnologija u njoj“ (Dingly i Seychell, 2015: 9). To su mladi ljudi koji su od početka svog života izloženi, socijalizuju se i žive u digitalnoj eri. Mladi se razlikuju od „digitalnih imigranata“, koji „mogu da nauče da se prilagode (novom, digitalnom kontekstu), ali oni uvek u nekoj meri zadržavaju svoj (stari) akcent i jednom nogom su uvek u prošlosti“ (Prensky, 2001a:2). Iako je distinkcija između „digitalnih domorodaca“ i „digitalnih imigranata“ za nas analitički plodna i na prvi pogled „zdravorazumska“, brojne kritike su upućene na njen račun. Prenski (2001) u mapiranju mladih u digitalnoj eri ide korak dalje i tvrdi da nije samo iskustvo mladih u savremenom kontekstu kvalitativno drugačije od starijih generacija. Usled promenjenog iskustva dolazi do drugačijeg načina usvajanja informacija i posledično se i sam mozak i njegova struktura menjaju zbog „digitalne okoline“ u kojoj se mladi socijalizuju i kojoj su izloženi od rođenja (Prensky, 2001b). Kritike ovog pojma se obično tiču upravo „zdravorazumskog“ prihvatanja ove teze i toga da ne postoji mnogo podataka koji potkrepljuju da mladi zaista imaju drugačiju strukturu mozga od starijih. Uz to, adaptiranje na okolinu je izuzetno fluidna stvar, koja se konstantno menja u odnosu na kontekst (Koutropoulos, 2011). Istraživanja koja su stavila na test pitanje drugačije strukture mozga i bolje adaptabilnosti „digitalnih domorodaca“ su pokazala da i stariji mogu biti „digitalni domoroci“ – razlike u adaptabilnosti mladih

i starijih na digitalne tehnologije su neznatne (Helsper i Eynon, 2010). Mi ne nastojimo da plovimo nesigurnim vodama tehnološkog i biološkog determinizma Prenskog. Na ovom mestu, pojam „digitalnih domorodaca“ nam služi, u najširem mogućem smislu, kao analitičko oruđe kojim nastojimo da obuhvatimo (takođe uviđajući da postoje i stratifikacijske razlike između mladih i različit pristup i izloženost digitalnom) populaciju mladih i njihovo kvalitativno drugačije iskustvo života (pa i participacije) od onih kod kojih digitalno nije prisutno čitavog života.

Na internetu i raznim društvenim mrežama postoje raznolike logike funkcionisanja komunikacije i strategije ispoljavanja sopstvenih društvenih i političkih interesa i to danas nikako ne smemo prevideti. Da bismo istraživali mlade, „digitalne domoroce“, naše primarno polje interesovanja ne mora biti internet, ali on nikako ne sme biti stavljen sa strane, kao nešto što je irelevantno, strano ili pasivno. U tome i leži važnost ovog rada. Prikazaćemo istraživanja, teorijske koncepte i metode radova koji se bave participacijom mladih, ali na savremeniji način - u skladu sa današnjim istorijskim kontekstom. Rad ćemo početi pitanjem definicije političkog aktivizma i konceptualnih postulata ovog rada. Nastavićemo sa osvrtom na neka od istraživanja participacije mladih u Hrvatskoj i Srbiji, zatim ćemo prikazati nova istraživanja koja ove fenomene posmatraju u drugačijem ključu i ukazati na probleme s „digitalnom participacijom“. Na kraju ćemo dati sopstvene ideje za buduća istraživanja.

Participacija mladih i digitalno društvo

Pitanje participacije može biti vrlo kompleksno. Razlog tome je što pre

bilo kakvog nastojanja da se ono istraži, moramo biti svesni same definicije participacije i njene operacionalizacije. Da li je participacija izlazak na glasačko mesto u vreme izbora ili pripadnost političkoj stranci? Da li je članstvo u stranci dovoljno ili moramo i da učestvujemo u njenom radu? Da li izlazak na tribine uključuje participaciju? Da li potpisivanje peticije znači da smo politički i društveno aktivni? Zbog prirode ovog rada i deskriptivnih, diskusionih nastojanja, koristićemo se širom definicijom političke participacije, koja ne uključuje samo angažovanje u izornoj politici i konvencionalnim i institucionalnim načinima upravljanja. Vodićemo se Burtonovom (Burton, 2019) koncepcijom participacije: „širim pogledom na politiku, koji se tiče socijalnih interakcija, komunikacije i aktivnosti koje imaju zajedničku svrhu i obuhvataju težnju ka ciljevima i vrednostima” (Burton, 2019:4). Participacija, kakvom je razumemo u ovom radu je „mnoštvo delanja koje ljudi ispoljavaju u društvu koje za cilj imaju da probleme učine vidljivim (i da ih reše i promene)” (Cortés-Ramos et al., 2021:1).

Kastelsovo, donekle, izjednačavanje društvenih pokreta sa političkom aktivnošću je još jedan deo slagalice u našoj konceptualizaciji. „Društveni pokreti imaju za cilj usmeriti društvo ka novim oblicima političkog organiziranja, novi oblici participacije u virtualnom prostoru koji su samostalno kreirali mladi ljudi postaju arene u kojima kolektivna akcija osnažuje njihov politički identitet“ (Kastels prema Bagarić et al., 2019: 46). Polja koja se kreiraju na internetu, društvenim mrežama, omogućavaju mladima da svojevrsnom logikom konceptualizuju, kreiraju i ispoljavaju sopstvenu političku agencnost. Ovakvom definicijom dozvoljavamo da uzmemo u obzir one de-

latnosti mladih ljudi koje često izostaju iz *mainstream* istraživanja participacije. Njome omogućavamo proučavanje drugačije logike kreiranja i kodiranja političkog sadržaja i delanja. Razlog ovome je i to što pored šireg obuhvata participacije i ispoljavanja agencnosti, u savremenom društvu možemo da primetimo da su se „pravila igre” i mogućnosti koje sa sobom nosi internet bitno promenile. Da bismo uticali na bilo koju stvar u našoj široj ili užoj okolini, neizostavno oruđe i strategija kojom se ljudi koriste su društvene mreže. Ipak, zbog ove tvrdnje, vrlo često možemo da internet i društvene mreže posmatramo kao puki „instrument“ za „realnu“ participaciju. Mi ovde nastojimo da pokušamo da damo priliku sagledavanju participacije na internetu kao participaciju per se, a ne kao potencijalni „most“ između „realne“ (*offline*) participacije i internetske (*online*) participacije. Iako određeni radovi koji se bave problematikom participacije mladih u svetu posmatraju vezu između interneta i participacije mladih u ovom ključu (Kahne et al., 2013; Kim et al., 2017), čini nam se da je potrebno okrenuti ovakvu paradigmu „naglavačke“ i istraživati participaciju mladih sa drugačijim postulatima. Definicija participacije iznad je sa razlogom šira – ona nam omogućava upravo to.

Komunikacija se bitno promenila, pa samim tim i njena logika. Kastels je definiše na sledeći način: „Komunikacija predstavlja širenje značenja razmenom informacija. Nju definišu tehnologija komunikacije, karakteristike pošiljalaca i primalaca informacija, njihovi referentni kulturni kodovi i protokoli komunikacije, kao i opseg samog procesa komunikacije” (Kastels, 2014:81). U knjizi „Moć komunikacija”, on tvrdi da u savremenom društvu 21. veka dolazi do ustoličenja novog vida komunikacije - *masovne samokomu-*

nikacije. Ona se bitno razlikuje od prethodnog, najzastupljenijeg vida komunikacije koji je bio na delu u 20. veku - masovne komunikacije. Naime, obim komunikacije u 20. veku je bio masovan, sveobuhvatan, polazio je iz malog broja centalnih tačaka kreiranja i slanja poruke, a te poruke su slate različitim, heterogenim društvenim skupinama. To se značajno menja nastankom i širokom upotrebom interneta i društvenih mreža poput Jutjuba, Blogova, Fejsbuka i dr. Danas u kreiranju i slanju poruke učestvuju i pošiljalac i primalac. Štaviše, ono što je *differentia specifica* za masovnu samokomunikaciju na internetu u odnosu na prethodne instrumente komunikacije poput radija i televizije je to što se sada specifični sadržaji prave za specifičnu publiku. Skoro da nijedna poruka ne pretenduje da obuhvati celokupno stanovništvo jednog ili više društava, već se šalje samo specifičnim zainteresovanim stranama koje taj sadržaj žele da konzumiraju.

Sve ovo ostavlja posledice po participaciju mladih. Ona se menja iz korena. Internet poseduje sopstvenu kulturu i logiku. Samim tim, „digitalni domoroci” sopstvenu agensnost i participaciju prebacuju na društvene mreže i internet (Pap Vorkapić et al., 2018). Društvene mreže imaju ono što drugi masovni mediji i komunikacija „licem u lice” nikada nemaju: neposrednost, interaktivnost i sposobnost da se poruka pošalje mnoštvu ljudi u jako kratkom vremenskom roku (Garcia-Galera et al., 2014:36). Internet takođe ima mnogo manje gatekeeper-a i barijera ulaska koje mogu stajati na putu nekoj poruci (Burton, 2019:4) u tradicionalnom smislu masovnih medija koje su obeležile 20. vek. Samo poimanje tradicionalnog političkog autoriteta i kredibiliteta preuzima drugačije oblike – „Uz samoizražavanje i

građenje društvenih veza kroz manje obavezujuće društvene mreže, mladi građani su se takođe prilagodili i promenili načine na koje posmatraju kredibilitet i autoritet... Uprkos brigama mnogih odraslih, mladi korisnici društvenih medija sve više i lakše menjaju stare *gatekeeper-e* poput novinara, nastavnika i zvaničnika“ sa *free flow* informacijama (Bennett, 2010:397). Iako odustvo tradicionalnih gatekeeper-a ima svoje prednosti u protoku informacija, iskustvo prethodnih nekoliko godina nam pokazuje da i ovaj *modus operandi* ima mane – oličan u npr. fenomenima poput filterskog mehura (Pariser, 2011) i *fake news-a*. Manama interneta i društvenih mreža ćemo se posebno posvetiti u nastavku.

Participacija mladih u Srbiji i Hrvatskoj

Narativ o nezainteresovanosti mladih za politiku i društvena pitanja koja se tiču njih i njihove socijalne okoline nije novijeg datuma, a istraživanja koja se ovim bave donekle potvrđuju diskurse o „nezainteresovanosti” mladih ljudi. Ipak, moramo biti pažljivi kada čitamo ove podatke jer je metodologija sledećih podataka upravo ono što kritikujemo u ovom radu.

Srbija: Krovna organizacija mladih u Srbiji (KOMS) (Stojanović i Ivković, 2021) navodi da je u 2021. godini samo 11% mladih u Srbiji učestvovalo u protestu koji je organizovan od strane političke partije, 26.8% je učestvovalo u protestu koji je organizovan od strane udruženja, a 24.9% je učestvovalo u nekoj od tribina. 26.8% mladih kaže da je veoma zainteresovano za politička dešavanja. Ono što je, pre svega, bitno za nas je to da je preko 75% mladih odgovorilo da se o političkim dešavanjima informiše preko interneta

i društvenih mreža. Samo 3.1% mladih smatra da imaju uticaj na političke procese i odluke. Ovo može biti posledica „činjenice da su postojeće političke institucije razvijene od strane 'odraslih' kako bi služile različitim političkim i drugim potrebama onih koji su odavno prekoračili granicu mladosti” (Jarić i Živadinović 2012a:184). Ipak, 40% mladih je glasalo na izborima 2020. godine. 86% mladih nije aktivista nijedne političke partije, 80.1% ne veruje nijednom političaru, poverenje u institucije je jako nisko, a osobina političara u kog bi imali poverenja bi ubedljivo bila „da je taj političar za promenu sistema” (74.1% mladih). Ovi podaci nam pokazuju da mladi nemaju poverenja u institucije i da je njihov osnovni stav potreba za promenom, što može upućivati na to da su nezadovoljni društvenim i institucionalnim sistemom u kom žive. Ipak, ni društvo sa druge strane nije blagonaklono okrenuto ka mladima, iako je broj objava u medijima koji se zapravo tiču mladih naglo skočio (109% u odnosu na 2020.) (Bojanić, K. et al. 2022:11) i dalje ne možemo govoriti o zadovoljavajućoj zastupljenosti mladih u medijskom prostoru i debatama koje se tiču njihovog položaja i problema. Na same razloge za rezervisanost prema ovom skoku u 2021. godini nas upućuju i sami autori: „Pri tumačenju treba uzeti obzir sledeća ograničenja i okolnosti: (1) Sprovedeni monitoring nije sveobuhvatan već je fokusiran na dve sedmice tokom jeseni; (2) Na broj sadržaja o mladima u velikoj meri utiču društvene i političke okolnosti, kao i agenda događaja od važnosti za mlade. To znači da broj medijskih sadržaja ne reflektuje nužno nivo interesovanja medija za mlade, već je pre odraz broja događaja koji prelaze informativni prag u posmatranom periodu; (3) Veći broj medijskih sadržaja

u vezi sa mladima ne treba nužno tumačiti u pozitivnom kontekstu. Ovo istraživanje je pokazalo, kao i četiri koja su mu prethodila, da su mediji za mlade najviše zainteresovani u okviru rubrika crne hronike” (Bojanić, K et al. 2022:12). Čak i kada postoji interesovanje za mlade u medijima, dve teme koje su najviše zastupljene su „bezbednost mladih“ (55%) i „vrednosti mladih“ (25%) (Bojanić, K. et al. 2022:12). Kroz ove dve teme, kontekst u kom se mladi posmatraju je najčešće negativan (46%) ili neutralan (29%) (Bojanić, K, et al. 2022:27). Teme „bezbednosti i vrednosti“ mladih se najčešće ispostavljaju u konzervativnom i tradicionalističkom ključu. Uzevši u obzir prevalenciju neutralnog i negativnog konteksta u kojima se ove teme pojavljuju, posredi je više regulatorni i kritički sentiment kada su mladi zastupljeni u medijskom prostoru, nego onaj koji se zapravo bavi njihovim položajem i unapređivanjem istog. Takođe, broj poslanika ispod 30 godina je u 2021. godini iznosio 22 (od 250) (Danas, 8.6.2022). Ovo nam može ukazati na to da je nezainteresovanost za politiku i društvo uzajamna - mladi nisu mnogo zainteresovani za društvo niti je društvo previše zainteresovano za njih (osim kada je kontekst negativan ili ponekad neutralan - o mladima se u pozitivnom kontekstu u medijima govori u samo 16% slučajeva).

U istraživanjima srpskih sociologa ne nailazimo na mnogo drugačije podatke i zaključke. Tako Jarić i Živadinović u istraživanju participacije mladih u 2012. godini zaključuju da čak 65.83% mladih ima distanciran i pasivan odnos prema politici i učešću u najrazličitijim političkim aktivnostima, 23.42% je delimično pasivno, što zajedno čini skoro 90% mladih (Jarić i Živadinović, 2012a). Autorke navode da se svega 10.8% ispitanika mogu smatrati poli-

tički aktivnim. Stanojević i Tomanović (2015) ne nailaze na mnogo drugačije podatke u istraživanju koje je obavljeno tri godine kasnije. Tako, „više od dve trećine mladih nisu članovi nijedne organizacije (...) kako podaci pokazuju mladi u Srbiji nisu u velikoj meri zainteresovani za politiku, ni za nacionalnu, ni za regionalnu, ni za svetsku” (Stanojević i Tomanović, 2015:97).

Hrvatska: „Longitudinalne studije pokazuju da u poslednjih nekoliko decenija u evropskim zemljama dolazi do pada učestvovanja građana u demokratskim procesima... Pad je izrazitiji sa svakom novom generacijom, tako da se mladi u proseku brže isključuju iz ovih oblika participacije nego stariji“ (Stanojević i Gvozdenović, 2022: 51). Trend koji se primećuje u Evropi, primećuje se i u Hrvatskoj, s tim što neka od istraživanja pokazuju da postotak mladih u političkim strankama od devedesetih godina pa do 2013. ipak raste: od 6,8 (1999. godina) do 10,7 (2013. godina) (Ilišin, 2015:27). Ilišin u zaključku navodi da se politička kultura mladih, na osnovu proučavanih vrednosnih orijentacija i podataka o pripadništvu različitim skupinama, može okarakterisati kao „demokratska politička kultura sa značajnim udjelom elemenata podaničke političke kulture (Ilišin, 2015: 39). Podanička kultura u ovom kontekstu „uključuje odnos građana prema političkim vrednostima, institucijama i participaciji“ (Ilišin, 2015:16). Tako se na primeru mladih koji se priključuju političkim strankama Ilišin uviđa protivrečnost: duplo je više onih koji se učlanjuju u političke partije nego onih koji im veruju: „One su često (političke stranke) primarno shvaćene kao dostupan instrument za individualno egzistencijalno zbrinjavanje i društveno napredovanje svojih članova. To, između ostalog, podrazumijeva pokoravanje članova stra-

načkim vođama, što pogoduje razvoju podaničke komponente političke kulture i održavanju karijerističkih motiva pri regrutaciji novih članova” (Ilišin, 2015:40). Veliki broj mladih 1999. godine navodi kao razloge za neučestvovanje u politici „nepoštenost politike i njenih glavnih predstavnika” (75,6%), a 2013. broj mladih koji se slaže sa ovom tvrdnjom iznosi 80,4%. (Sinković, 2020: 8). Mladi takođe navode da njihovi interesi nisu zastupljeni u politici: samo 11% je navelo da su njihovi interesi vrlo dobro ili dobro zastupljeni, a „čak 48% ispitanika smatra da interesi mladih nisu dobro reprezentirani u javnim politikama” (Sinković, 2020: 10). Kao pretnju demokratiji u Hrvatskoj, pokazuju se i podaci iz 2013. godine: samo 10% mladih pokazuju interesovanje za politiku, a 54% kažu da nemaju nikakvu zainteresovanost za istu (Ilišin i Spajić Vrkaš prema Pap Vorkapić et al., 2018). Ipak, moramo postaviti pitanje - da li je realna slika zapravo toliko razočaravajuća?

Ono što odmah upada u oči pri čitanju ovih istraživanja u Srbiji je to da se internet i pitanja participacije na internetu i društvenim mrežama svode na pitanja o tome gde se mladi informišu. Nijedno od istraživanja koje smo analizirali, a da su rađena u poslednjoj deceniji, nisu uzimala u obzir društvene mreže i političko ponašanje mladih na njima. U fragmentima možemo videti koliko je zapravo jedan deo participacije mladih neistražen, nepravedno zapostavljen i sveden na puke demografske podatke. Tako u istraživanju KOMS-a vidimo da je 2020. godine 69.7% mladih u Srbiji učestvovalo u potpisivanju peticije, a 78.8% u 2021. godini. Iako izričito ne stoji da li su peticije bile online ili ne, možemo bez mnogo predostrožnosti da zaključimo da je značajan broj njih bio „na mreži“. Dalje, svako istraživa-

nje je došlo do podataka da se jako velik broj mladih informiše na internetu i društvenim mrežama. Imajući na umu prirodu *masovne samokomunikacije* koja je *modus operandi* interneta, već možemo da zaključujemo da mladi ipak možda rade nešto više na internetu od „pukog čitanja“ digitalnih novina. To samo treba istražiti.

Čini se da veliki doprinos nepažnje prema povezanosti interneta i participacije mladih dolazi iz shvatanja interneta kao *pasivnog i neproductivnog*. Ovaj diskurs je opšte mesto koje se implicitno ili eksplicitno prikazuje u svim istraživanjima koje ga ne uzimaju u obzir. Tako, u istraživanju „Socijalnog aktivizma kao oblika političkog angažmana“ Jarić i Živadinović se „svesno“ ograđuju od proučavanja interneta i društvenih mreža: „Iako smo potpuno svesni da je realnost svakodnevice značajnim delom prelivena i u virtuelna prostranstva *World Wide Web-a*, iz našeg smo instrumenta potpuno isključili sve oblike socijalnog angažmana koji su ekskluzivno vezani za različite oblike *CMC* (kompjuterski posredovane komunikacije) i ne iskoračuju svesno i ciljano u realnost svakodnevice sa željom da na nju utiču želeći da proverimo u kojoj meri je tradicionalno shvaćen socijalni angažman prisutan unutar populacije mladih“ (Jarić i Živadinović, 2012b: 200). Iako u vreme istraživanja (2012. godina) društvene mreže i internet nisu imali sveprožimajući značaj koji imaju danas, u isto vreme one

ni tada nisu bile nevažan deo političke participacije. Uzmimo samo primer „Arapskog proleća“ koje je počelo u decembru 2010. godine i nastavilo se 2011¹. Značaj koji su društvene mreže u ovoj revoluciji imale nije zanemarljiv. Konzervativan stav prema nečemu što je ključan deo života mladih je poražavajuć i jedan od ciljeva ovog rada je da istraživače participacije mladih i u krajnjoj liniji istraživače svega u vezi sa mladima, ubedi u suprotno.

Iako su istraživanja u Hrvatskoj „osetljivija“ na političke aktivnosti mladih na internetu i uzimaju u obzir „alternativne“ načine posmatranja političkog angažovanja i participacije, ona su takođe milijama daleko od podrobnijih proučavanja i uzimanja u obzir digitalne infrastrukture i kulturnih obrazaca političkog delanja u okviru nje. Tako Ilišin uzima u obzir „novu političnost mladih“ i to da „mladi preferiraju izvaninstitucionalne političke aktivnosti (poput demonstracija, bojkota i potpisivanja peticija), kao što se sve više uključuju u volonterski i humanitarni rad te u organizacije civilnoga društva koje su zaokupljene rešavanjem partikularnih, ali nerijetko i globalnih društvenih problema“ (Ilišin, 2015: 18). Iako primećuje deficit mladih u politici, ipak se u velikoj meri drži konvencionalnih metodoloških oruđa. Bagarić i saradnici (2019) primećuju da je nužno kreirati nove istraživačke alatke i da su mladi zapravo vrlo aktivni u (nepolitičkim) online aktivnostima. Ipak nestandardna istraživačka reše-

¹ Arapsko proleće 2011. godine – hronologija događaja: <https://nationalgeographic.rs/istorija-i-kultura/istorija/a24464/sta-je-arapsko-prolece-i-kako-se-prosirilo.html> (pristup: 19.4.2023.)

² Značaj društvenih mreža u „Arapskom proleću 2011. godine: <https://www.theguardian.com/world/2011/feb/25/twitter-facebook-uprisings-arab-libya> (pristup: 19.4.2023.)

³ Značaj društvenih mreža u „Arapskom proleću 2011. godine: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/09/so-was-facebook-responsible-for-the-arab-spring-after-all/244314/> (pristup: 19.4.2023.)

nja ne nalazimo ni u njihovom radu.

Participacija mladih i internet (društvene mreže)

Paradoks na koji nailazimo je da nam neposredno iskustvo, ali i istraživanja koja se bave mladima, koje ćemo navesti u nastavku, pokazuju da su mladi zapravo prilično aktivni u *online* svetu. Dualizam između neaktivnosti u standarnim, institucionalizovanim poljima i aktivnosti u nekonvencionalnim nam govore da fokus treba preusmeriti na polja u kojima mladi zapravo ordiniraju i delaju. Na tom tragu Pontes i saradnici (2018) tvrde da nepprisustnost mladih u politici i nizak postotak onih koji glasaju ne znači i to da mladi nisu zainteresovani za politiku. Autori kreću od jednostavne ideje u kojoj nastoje da istraže povezanost političkih aktivnosti na Fejsbuku i Twitteru sa političkim aktivnostima u *offline* svetu. Najbolji način da se krene u konceptualizaciji metodologije za istraživanje participacije mladih je da se krene od njihove sopstvene definicije političkog i politike. Istraživanje je pokazalo da mladi natprosečno daju značaj internetu i aktivnostima na istom kao političkom delanju. Ovo je jako važan podatak jer nam daje uvid i predstavlja jedan od osnovnih koraka ka osavremenjivanju istraživanja političke participacije mladih.

Osnovno pitanje sa kojim se suočavamo pokrenuvši ovu temu je sledeće - da li društvene mreže samo učvršćuju nastojanja onih koji su društveno predisponirani da žele i traže načine ka participaciji ili društvene mreže predstavljaju mesto koje ne samo da reprodukuje, već i produkuje participaciju? Venezuela, Park i Kee pokazuju direktnu korelaciju između Fejsbuka i privrženosti civilnim i političkim aktivnostima (Venezuela et al. prema

Garcia-Galera et al., 2014:37). Mreže otvaraju puteve ka participaciji, upravo zbog tri osobine masovne samokomunikacije koje smo naveli iznad (neposrednost, interaktivnost i brzo širenje). Participacija nastaje jer se mreže konstantno šire, niko nije puki primalac poruke, već je i kreator. Sve ovo omogućava participaciju uključenih, dolazak informacija do zainteresovanih i do onih do kojih ove informacije ne bi mogle da stignu na drugi način. Društvene mreže samim tim imaju veoma veliki mobilizatorski potencijal. Sama logika društvenih mreža je takva da iziskuje ispoljavanje stavova i pogleda na stvari. „Kada analiziramo ulogu koju društvene mreže imaju u životima mladih ljudi, vrlo je bitno da posebnu pažnju pridamo *mrežama* (...) one predstavljaju medijum koji ne samo da dozvoljava mladima da se informišu o građanskim, političkim i kulturnim dešavanjima, već da u njima učestvuju aktivno” (Garcia Galera et al., 2014:39). Mobilizatorska (samim tim i participativna) moć društvenih mreža ne sme biti potcenjena jer njima mladi ljudi proizvode sadržaj i podstiču ostale da učestvuju. Ovo pokazuje i podatak da 24% mladih u Španiji koristi društvene mreže kako bi podsticali vršnjake da delaju u političkoj i lokalnoj sferi (Garcia Galera et al., 2014:39). Bila bi greška kada bismo ove fenomene posmatrali striktno vezane za *online* svet. Mobilizatorska i participativna moć društvenih mreža je ogromna, a mladi ljudi čine najveću kohortu njenih korisnika. Dobar primer za ovo su pomenute online peticije. One se mogu činiti kao pasivni klikovi letargičnih mladih ljudi, ali prenos poruke i inicijative se u mnogo slučajeva može videti i u „realnom” svetu.

Pomenimo skorašnju debatu oko rudnika litijuma na severu Srbije (BBC na srpskom, 21.1 2022). Iako inicijativa Kreni - Promeni⁴ nije specifična samo

za mlade ljude u njoj možemo videti koliko je zapravo bitno proučavati ovu sferu participacije. Iako na prvi pogled može izgledati da su internet i društvene mreže u ovom primeru predstavljale samo instrument za podizanje svesti (i to može biti poprilično validan argument) iz ovog primera se mogu izvući i drugačije implikacije. Iako se „glavna bitka“ vodi na ulicama i mestima koja će biti najviše pogođena projektom „Jadar“, čini nam se da je online peticijska koju je potpisalo skoro 300.000 ljudi⁵ nešto više od pukog instrumenta ili „mosta“ za „pravi“ aktivizam. Uz to, debata čije je težište bilo upravo *online* se ne može izuzeti iz obzira. Nemoćne je posmatrati ceo razvoj različitih diskursa o „Rio Tintu“ i posledica tih diskursa na odluke države, a da ne uzmemo u obzir ono što se dešavalo u online svetu. Nama se čini da internet ovde nije igrao sporednu, instrumentalnu ulogu, ulogu pukog mehanizma „uzgredne mobilizacije“, ili „mosta“ ka *offline* participaciji već ključni element u aktivizmu i participaciji.

I u Srbiji i u Hrvatskoj (Maljur, 2021) možemo da prepoznamo da postoji veoma veliko nepoverenje u tradicionalne političke institucije među mladima. Čini se da mladi zbog toga što su „svesni potencijala za promenu koji internet i društvene mreže imaju“ (Cortes-Ramos, 2021:10) razvijaju svojevrstne mehanizme ispoljavanja agencnosti na internetu. Tako, možemo govoriti o „lingvističkim adaptacijama“ koje razumljive i jednostavne poruke mogu da prenose vrlo brzo i neposredno velikom broju ljudi. Da

bismo razumeli kako mladi ljudi prevazilaze marginalizovani status i participiraju, vrlo je bitno da razumemo i da ispitamo kako oni govore i delaju van sistema u kom su marginalizovani, „radeći protiv zvanične moći i kako kreiraju sopstvenu javnu sferu“ (Burton, 2019:3). Da bismo razumeli pravce u kojima istraživanja participacije mladih mogu ići, u narednom delu ćemo ispitati fenomen „mimova“.

Participacija mladih i mimovi

Jedan od najnezahvalnijih zadataka koji jedan društveni istraživač sebi može da dá je to da precizno i jasno definiše šta je to „mim“. Ovo je jedan od onih fenomena koji se može razumeti jedino ako ste iznova i iznova izloženi tom sadržaju. Ipak, po Merriam-Webster rečniku (6.8.2023.) „mim“ (meme) predstavlja „zabavnu ili interesantnu stvar (oličenu u slici ili videu) ili žanr stvari koji se deli na internetu, a posebno na društvenim mrežama“. Jednu od boljih konceptualizacija pojma nalazimo na Vikipediji: „Mim“ je viralni sadržaj koji se širi među korisnicima. Najčešće se javlja u obliku slike sa dodatim tekstom, ali može biti u obliku video klipa, reči ili fraze. Uglavnom se temelji na jednom šablonu, obrascu koji korisnik prema ličnom nahođenju menja i prosleđuje dalje, ne remeteći osnovnu strukturu i prepoznatljivost. Može preneti bilo kakvu poruku, ironičnu ili sarkastičnu i može predstavljati parodiju, šalu ili imati oblik društvene, političke ili bilo kakve druge kritike. Zbog veli-

⁴ Građanska inicijativa i protest koji je pokrenut protiv iskopavanja rudnika litijuma na severu Srbije zbog sprečavanja ekoloških posledica koje bi ovaj projekat kompanije Rio Tinto imao po Srbiju i region. Nakon pritiska javnosti, ovaj projekat je obustavljen.

⁵ <https://peticije.kreni-promeni.org/petitions/stop-rudniku-litijuma-rio-tinto-mars-sa-drine> (pristup: 13.2.2023.)

ke promjenljivosti iz izvornog oblika može nastati destine hiljada varijanta mimova”(Wikipedia, 13.2.2023).

Da bismo razumeli zbog čega „mimovi“ mogu biti posmatrani kao vredno oruđe u rukama mladih koji su politički aktivni na internetu, moramo pre svega imati na umu koncept “kulture politike”. Kulturna politika predstavlja način na „koji stavovi i perspektive, izraženi kroz medije, umetnost i svakodnevni interpersonalni diskurs, osvetljavaju socioekonomske realnosti” (Newell prema Burton, 2019:6). U posmatranju sadržaja koji se dele na internetu među mladima (poput „mimova“) i onoga što je najaktuelnije u datom trenutku možemo da posmatramo klice participacije i subverzivne strategije kojima se mladi koriste kako bi ispoljili svoje političke i društvene stavove. Ono što je zanimljivo kod mimova je to da su oni deo *remix* kulture. Za razliku od supkultura u kojima postoji neki distinktivni kapital koji služi za diferencijaciju i identifikaciju sa grupom, u *remix* kulturama sadržaj je kreiran ili menjan od strane „običnih individua bez ikakvog posebno vrednovanog socijalnog kapitala ili prednosti u pristupu tim sadržajima koji vrlo brzo mogu da dosegnu mnogobrojnu publiku” (Burton, 2019:7). Ovo „mimove“ čini prijemčivom strategijom za političku i društvenu kritiku. Mladi ljudi, nezavisno od bilo kakve pripadnosti i socijalnog kapitala mogu da kreiraju sadržaj i da se povezuju sa istomišljenicima koji se nalaze u istoj društvenoj situaciji i problemu. Kao rezultat, dolazi do identifikacije, kohezije i regrutacije. Štaviše, participacija je ključni činilac u „mim kulturi“, jer internet „mimovi“ mogu da opstanu jedino putem deljenja, širenja i mutiranja (Moreno-Alemda, 2021:1545). Grupa ljudi sa istim životnim iskustvima može da se poveže i

kreira slike koje se odnose na njihove društvene partikularitete i okolnosti.

Da u „mimovima“ možemo da prepoznamo sredstva za alternativnu političku participaciju mladih, pokazuju nam istraživanja iz Maroka, Rusije i Latinske Amerike. Tako su „mimovi“ o Muhamedu ben Al Hasanu, kralju Maroka, upravo posvećeni !izazivanju” njegove moći, prikazujući ga kao figuru opresije i tiranije. Kreiranje ovih „mimova“ u Maroku „doprinosi anti - hegemonijskim diskursima koji bi bili problematični kada bi se o njima diskutovalo otvoreno u tradicionalnim medijskim formatima, formalnim političkim događajima ili od strane zvaničnih socijalnih pokreta” (Moreno-Alemda, 2021:1547). Zbog toga, ova praksa najčešće pripada mladima koje Moreno-Almeida (2021) naziva *non movement* akcijama onih koji ne pripadaju bilo kakvom establišmentu, instituciji ili partiji. Kod nas su mladi, prema istraživanjima koje smo spomenuli iznad, van bilo kakvog establišmenta i sa velikim nepoverenjem u institucije. „Mimovi mogu da igraju bitnu ulogu u kritici društva” (Moreno-Almeida, 2021:1549), zbog toga bi bilo korisno pristupiti problemu participacije mladih kod nas na ovaj način, kao *non movement-u*, a jedna od strategija istraživanja bi upravo mogla biti diskurzivna analiza političkih mimova

U istraživanju uloge „mimova“ u protestima u Rusiji, Svetlana Shomova tvrdi da su mimovi „nova forma participativne kulture koja može da pruži određenim demografskim skupinama priliku da se politički izraze i učestvuju, a za koje to u suprotnom ne bi bilo moguće” (Shomova, 2021:1). Internet mimovi prema njoj omogućavaju i ohrabruju netradicionalne aktere (mlade) da progovore i dovedu u pitanje politički autoritet na „iznenađujuće i elokventne načine”

(Howley prema Shomova, 2021:2).

U istraživanju „mimova“ kao „parodičnog aktivizma mladih“ u Latinskoj Americi, nailazimo na pitanja inkluzije i ekskluzije (Winocur i Dussel, 2021). Iako su mladi „digitalni domoroci“ u smislu početnih uslova izloženosti digitalnim tehnologijama od sopstvenog rođenja, na umu ipak moramo imati razlike koje postoje među njima, prevashodno u socijalnom i kulturnom kapitalu. Iznad pomenuta remix kultura nas upućuje na to da u kreiranju mimova i diseminaciji poruka koje oni nose nije potrebno imati bilo kakav distinktivni socijalni kapital. Ipak, sa druge strane, u „mim kulturi“ i interne- tu postoje određene digitalne veštine kojima korisnici moraju da „barataju“ da bi mogli da kreiraju i razumeju sadržaj. Kao i svaka komunikacija i ova ima svoj jezik, kod i logiku. Autorke navode da mladi koji učestvuju u digitalnoj kulturi ispoljavaju amalgam „globalizovanih osobina, ali sa lokalnim crtama“ i da se to prenosi na njihov jezik i kod koji koriste na internetu (Wincour i Dussel, 2021:33). U polju digitalne participacije čiji su glavni učesnici mladi, socijalni kapital kao takav nije nužan uslov učestvo- vanja, dekodiranja i kreiranja poruke, ali na primeru „parodičnog aktivizma mladih“, ipak možemo da uvidimo da kulturni kapital (u smislu same vešti- ne kodiranja i dekodiranja mimova) i te kako igra ulogu razvrstavanja onih koji su u ovom polju i onih koji su van. „Digitalno domorodačka“ koncepcija, kakvom je mi razumemo u ovom radu, nije u suprotnosti sa ovim uvidima. Odnos kulturnog kapitala (koji je po- treban za samo učestvovanje u „mim kulturi“ – digitalne i komunikacijske veštine) - distiktivnog socijalnog ka- pitala (koji je nužan uslov za ulazak u određenu supkulturu) – i iskustva „digitalnog domorodstva“ možemo da

posmatramo na sledeći način: Analitič- ki, u našem mapiranju mladih ljudi, „di- gitalno domordstvo“ je najopštije isku- stvo koje mladima pripisujemo u ovom kontekstu (iako smo svesni da popu- lacija mladih nije potpuno homogena u izloženosti digitalnom) i to njihovo iskustvo korišćenja interneta i samu političku participaciju čini kvalitativ- no drugačijom. U kreiranju polja „mim parodičnog aktivizma“ distinktivni so- cijalni kapital potreban za pripadništvo npr. supkulturama postaje irelevan- tan, ali kao i svako polje, ovo ipak ima sopstvenu logiku, pravila i svojstvene barijere ulaska. Iako su barijere ulaska ovde mnogo blaže i nisu institucionalne u tradicionalnom smislu, ovo polje ipak iziskuje kulturni kapital razumevanja kodova, šifrovanja poruka i komunika- cijskih veština „mimovanja“. Ipak, au- torke upozoravaju da i ovo može imati ozbiljne posledice po ekskluziju odre- đenih društvenih grupa i problem je koji se mora adresirati pri bilo kom budu- ćem istraživanju mladih i njihove par- ticipacije na internetu. Ovo nas uvodi u neke od problema sa „digitalnim ak- tivizmom“ koje moramo imati na umu.

Problemi sa „online“ participacijom“

Bilo bi neodgovorno posmatrati de- mografsku grupu mladih ljudi kao pot- puno homogenu sa istim kapitalima i kodovima. Iako internet i društvene mreže omogućavaju mladim ljudima da brzo i lako dele sadržaje koji svoj domet mogu naći u mnogobrojnim recipijentima, koji dalje dele taj sadržaj i kreiraju mreže, moramo naglasiti postojanje svojstvenih mehanizama koji ovo idealističko viđenje slobod- nog protoka informacija ograničavaju.

Jedan od tih mehanizama je *filterski mehur*. Prvi ga je upotrebio Ilaj Pariser (2011), a dalje ga je razvio Siva Vajdi-

janatan u svojoj knjizi „Antidruštvene mreže” u kojoj iznosi tvrdnje koje upućuju na to da društvene mreže poput Fejsbuka „podrivaju i uništavaju demokratiju”. Filterski mehur se objašnjava time što Gugl i Fejsbuk „nagrađuju korisnike nudeći im više proizvoda i usluga u skladu sa njihovim željama i tako im *sužavaju vidno polje*, potencijalno stvarajući eho - komore⁶ potvrđenih uverenja” (Vajdijanatan, 2018:19). Ono što je bitno na ovom mestu objasniti je to da Fejsbuk funkcioniše po logici odziva. Vrednost nekog posta na Fejsbuku se meri brojem klikova, lajkova. S obzirom da je ova društvena mreža preplavljena korisnicima i njihovim aktivnostima, oni postovi koji su najviše „bombastični”, najekstremniji, privlače najviše pažnje – „najzapaljiviji materijal putuje najdalje i najbrže” (Vajdijanatan, 2018:29). Ovo bitno onemogućava trezvenu i argumentovanu debatu, pa često na komentarima na različitim postovima možemo da primetimo kišu razmena uvreda među korisnicima koji zauzimaju suprotne pozicije u odnosu na već izuzetno polarizujuće i ekstremne sadržaje kojima su izloženi. Da bi se stvari još više zakomplikovale, na scenu stupa pomenuti filterski mehur. Ne samo da su korisnici izloženi onim sadržajima koji su ekstremni i polarizujući, oni su često, u većini slučajeva, izloženi samo sadržajima *koji su ih u prošlosti već interesovali*. Kada nešto pretražujemo i konzumiramo, Fejsbuk zna da nas ta tema interesuje i još više nas obasipa tim temama, kako bi izvukao reakciju od nas, a stvari za koje pretpostavlja da nas ne interesuju nam ne prikazuje. Rezultat ovakvog funkcionisanja je sužava-

nje vidnog polja i nemogućnost javne debate i izloženosti argumentovanoj diskusiji. Za mlade ovo znači neumitnu radikalizaciju stavova kroz vreme i možda ugrožavanje javne debate.

„Fake news“ kriza koja je rezultat logike funkcionisanja društvenih mreža ne zaobilazi ni mlade ljude. Širenje lažnih vesti ide u paru sa „filterskim mehurom“ i problem je koji je sa jedne strane indukovano od strane neregulacije i prirode samih društvenih mreža na kojima se širi. Sa druge strane, ono što takođe reprodukuje ovu krizu jeste (digitalna) medijska nepismenost koju donekle i mladi ispoljavaju. Tako u istraživanju *Gen Z* populacije Perez – Escoda i saradnici (2021) zaključuju da se 7 od 10 mladih isključivo informišu na društvenim mrežama, da imaju jako malo poverenja u informacije na društvenim mrežama koje ekstenzivno koriste i da, iako mogu da prepoznaju lažne vesti, 6 od 10 ispitanika nije znalo šta je „fact – checker”. (Wineburd et al., 2016). Kada je reč o Srbiji i Hrvatskoj u njima je „medijska pismenost jako niska” (Danas, 17.2.2023.) Iako je situacija u Hrvatskoj nešto bolja nego u Srbiji, ona je zapravo i dalje najlošija među zemljama Evropske unije. Ono što se ispostavlja kao problem je to da su ovakva istraživanja, u ovom slučaju medijske pismenosti mladih, u većini slučajeva partikulirana i ne predstavljaju deo jednog ekstenzivnog i sveobuhvatnog istraživanja ili seta istraživanja koji ovakve podatke stavljaju u širi kontekst digitalne političke participacije mladih i opširnije, njihove političnosti u odnosu na digitalno.

Kao ulje na vatru, Sarah Banet Weiser (prema Winocur i Dussel, 2021), koja proučava ukrštanje mladih ljudi i

⁶ Eho-komore: prostor na društvenim mrežama u kom se osoba susreće samo sa stavovima i vrednostima koje i sama poseduje, što povratno utiče na učvršćivanje i jačanje tih stavova, tako smanjujući mogućnost za trezvenim mišljenjem, stavovima i uverenjima.

korporacijske medijske kulture, tvrdi da u deljenim sadržajima mladih, između ostalog i političkih mimova, ulogu igra i komodifikacija sopstvenog identiteta. „U algoritmima popularnosti (arhetipsko) adolescentsko pitanje 'Ko sam ja?' postaje 'Kako da prodam sebe?'“ (Winocur i Dussel, 2021:36). Ovo ima mnoštvo posledica na to koji i kakav sadržaj mladi kreiraju. On prema logici filterskog mehura mora biti za određenu publiku, a da bi bio i politički uspešan on mora biti radikalan. Iz ove logike možemo dalje da zaključujemo o fenomenima poput cancel kulture, koja je neretko proizvod delatnosti mladih ljudi. Ipak, čini se da ovaj trend radikalizacije i polarizacije još uvek nije uzeo maha među mladima u našem društvu. Kao rešenje problema, autorke predlažu „digitalno obrazovanje“ mladih i ukazivanje na posledice koje različite političke aktivnosti na društvenim mrežama mogu imati po njihove vršnjake. (Winocur i Dussel, 2021:43).

Predlozi za buduća istraživanja

Kada govorimo o društvenim mrežama prvo što nam pada na pamet da mladi koriste su: Instagram, Fejsbuk, Jutjub i Tviter. Iako prema KOMSOvom „Alternativnom izveštaju za 2021. godinu“ ove aplikacije i dalje imaju veoma veliku zastupljenost kod mladih u Srbiji, istraživanja iz drugih zemalja, koje su u svojoj metodologiji

uključivale i druge opcije, došla su do podataka da mreže poput Diskorda i Telegrama takođe predstavljaju preference mladih ljudi kada su u pitanju aktivizam i participacija (Cortes-Ramos et al., 2021:7). Ove društvene mreže se mogu pokazati mnogo plodnijim za istraživanje participacije mladih zbog njihovih osobina i činjenice da većinu njihovih korisnika čine upravo mladi. Tako Diskord, mreža koja je prvobitno bila osmišljena za potrebe „gejmera“ sada služi brojnim mladim ljudima da se povežu sa istomišljenicima i da sa njima dele svoje stavove, mišljenja, da osmišljavaju inicijative i građanske borbe. Diskord funkcioniše po principu „kanala“. Sačinjen je iz mnoštva kanala koji nose određeno ime, u njima su članovi koji se interesuju za određenu temu i o njoj mogu diskutovati preko poruka, poziva ili video poziva. Takođe, na kanalima mogu da dele različite sadržaje. Ti kanali su ekskluzivni za ljude koji se interesuju za određene teme, jer se na kanal može ući samo pozivom od strane drugog člana. To rezultuje kreiranjem zajednica koje imaju zajedničke interese, mišljenja i dele iste društvene sudbine u kojima mogu da pronađu materijal za koheziju i međusobno razumevanje.

I u Srbiji i u Hrvatskoj postoji veoma velik broj Diskord kanala i posmatrajajući neke od njih možemo doći o zaključka da su u njima sve samo ne „pasivni mladi ljudi“ koje ne interesuje politika niti društvo koje ih okru-

⁷ Problem širenja „lažnih vesti“ na društvenim mrežama počinje da bude ozbiljan problem početkom prethodne decenije, pogotovu na Fejsbuku i Tviteru kao rezultat nedostatka prigodnih rešenja, regulacija i odgovora ovih mreža na povećan broj neproverenih tvrdnji i dezinformacija koje se dele kao „istinite“. Lažne vesti svoj zenit doživljavaju tokom Covid -19 krize i značajno utiču na odluke, percepcije, uverenja i stavove građana. Sveobuhvatnost problema širenja lažnih vesti možemo uvideti kada referiramo na osnovne odlike „masovne samokomunikacije“ - neposrednost, interaktivnost i sposobnost da se poruka pošalje mnoštvu ljudi u jako kratkom vremenskom roku – posledice širenja dezinformacija u sistemu sa ovakvom logikom mogu biti pogubne po racionalnu debatu, javnu sferu i argumentaciju.

žuje. Na ovom mestu nije moguće elaborirati dalje o ovim kanalima jer bi to bilo istraživanje samo po sebi. Vrlo je teško ući u topografiju ovih kanala, jasni i javni „spiskovi“ za sve kanale koji postoje nisu dostupni, jer se njima pridružuje na osnovu neformalnih socijalnih mreža i kontakata.

Još jedna od „zapostavljenih“ mreža je Telegram. Iako je prvobitno služila za potrebe anonimne komunikacije, vrlo brzo su mladi ljudi uvideli potencijal ove mreže. S obzirom da funkcioniše slično kao Diskord, na Telegramu takođe mogu da se kreiraju kanali kojima se može pristupiti jedino pozivom od člana koji je već na kanalu. Na njima se takođe dele politički sadržaji, komentarišu svetske i lokalne vesti i pozivaju se ljudi na aktivizam i participaciju.

Ono što nedostaje u radu naših istraživača je upravo istraživanje ovih novih formi komunikacije i umrežavanja mladih ljudi. Istraživanja sa kojima smo došli u kontakt nam govore da su i starije društvene mreže poput Fejsbuka i Instagrama zapostavljene, a o novijim nema ni govora. Pre nego što se i počne sa istraživanjem novih formi komunikacije i participacije poput mimova koje smo koncipirali iznad, treba krenuti sa uzimanjem u obzir i deskriptivnom analizom društvenih mreža.

Dalje, i u okviru same „mim kulture“ možemo da posmatramo koji sadržaji se najčešće dele u datom trenutku i koje teme su najaktuelnije. Naravno, nikako ne možemo da uhvatimo sve „mimove“ koji su podeljeni, ali posmatranjem okvira u kojima se oni prave i u kojim pravcima se kreće politička satira koju oni ispoljavaju, zapravo možemo da uvidimo mnogostruke stvari o mladima i njihovim kreativnim potencijalima u areni političke participacije.

Takođe, zanimljivo bi bilo obaviti i posmatranje sa učestvovanjem na

pomenutim društvenim mrežama. Diskord i Telegram počivaju na pretpostavci anonimnosti i zatvorenosti, ali su u isto vreme određena vrsta „agore“ ili javne sfere na kojoj se „javno“ anonimno iznosi sopstveno mišljenje i uverenja. Ispitanicima, mladim ljudima je anonimnost zagarantovana, a podaci do kojih se može doći su neprocenjivi i nigde drugde se ne mogu dobiti. Na tim kanalima možemo zapravo uvideti šta mlade ljude muči, koji su njihovi stavovi i na koji način oni zapravo participiraju i doprinose društvenoj kritici i promeni.

Zaključak

Čak je i Aristotel kritikovao mlade i njegovo ponašanje. Ta generacijska kritika traje i trajaće dok god se rađaju nova ljudska bića. Ono što je bitno za nas je to da je generacijska kritika neretko plod nerazumevanja konteksta i novonastale logike funkcionisanja društva u kom se nalazimo. Mladi ljudi su često nosioci ove nove logike, a jaz nerazumevanja se povećava sa usložnjavanjem logike funkcionisanja novog konteksta.

Osnovni problem sa kojim smo se suočili pri pisanju ovog rada je oskudica radova koji su u skladu sa koncepcijama masovne samokomunikacije i digitalnog društva. Aktivizam i participacija mladih se proučavaju i „mere“ starim analitičkim oruđima, a zaključci se izvode na osnovu zastarelih koncepcija. Da li je participacija i zainteresovanost mladih opala i niska? Mi na to pitanje na ovom mestu ne možemo dati odgovor. Ali ono što možemo priložiti na kraju je ideja da ako ne prihvatamo participaciju i celokupnu novu logiku funkcionisanja društva u digitalnom svetu, onda barem možemo dati priliku „hibridnom aktivizmu, participaciji“. Ne moramo govoriti o novoj javnoj sferi „klikova“, ali možemo dati istraživač-

ki značaj nečemu što je već uveliko kardinalan deo naših života - digitalnom. Nemamo nastojanja da dajemo moralni ili kritički sud o tome da li su internet i društvene mreže učinili naše živote boljim. Ali moramo zaključiti da su istraživanja ovog tipa preko potrebna i da ono što se dešava u digitalnom svetu se u velikoj meri preliva na „realan” svet, a možda ga čak i nadilazi.

Literatura

1. Bagarić, Ž., Čerepinko, D., Žuliček, M. (2019). Virtualni prostor, zadovoljstvo životom i participacija mladih. U: Đukić, M. (iz.ur.), *4. Međunarodni znanstveni skup „Europski realiteti – Kretanja”* (str. 45-63). Osijek, Hrvatska: Akademija za umjetnost i kulturu sveučilišta J.J. Strossmayera.
2. Bennett, W.L., Freelon, D., Wells, C. (2010). Changing Citizen Identity and the Rise of a Participatory Media Culture. U: Sherod, L.R., Tourney-Purta, J., Flanagan, C.A. (ur.), *Handbook of Research on Civic Engagement in Youth*. (str. 393-423). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
3. Burton, J. (2019). Look at Us, We Have Anxiety: Youth, Memes, and the Power of Online Cultural Politics. *Journal od childhood studies*. 44(3): 3-17.
4. Bojanić, K., Dragović, A., Subotić, I. (2022). *Mladi u medijskom ogledalu*. Beograd: Krovna organizacija mladih Srbije (KOMS).
5. Cortes-Ramos, A., Torecilla-Garcia, J., Landa-Blanco, M., Gutierrez-Poleo, F., Castilla-Mesa, M. (2021). *Activism and Social Media: Youth Participation and Communication*. Sustainability Journal. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/18/10485>
6. Dingly, A., Seychell, D. (2015). *The new Digital Natives – Cutting the Cord*. Berlin, Heidelberg: Springer.
7. Garcia-Galera, M., del Hoyo-Hurtado, M., Fernandez-Munoz, C. (2014). Engaged Youth in the Internet. *The Role of Social Networks in Social Active Participation. Media Education Research Journal – Comunicar*, 22(43): 35-43
8. Helsper, E.J., Eynon, R. (2010). Digital Natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal*. 36(3): 503-520
9. Ilišin, V. (2015). Paradoksi demokratskog potencijala suvremene generacije mladih. U: Ilišin, V., Gvozdanović, A., Potočnik, D. (ur.), *Demokratski potencijali mladih u Hrvatskoj* (str. 15-47). Zagreb: Institut za društvena istraživanja.
10. Jarić, I., Živadinović, I. (2012a): Politička aktivnost mladih. U: Tomanović S., Stanojević D., Jarić I., Mojić, D., Dragišić Labaš S., Ljubičić M. i Živadinović, I. (ur.), *Mladi - naša sadašnjost: Istraživanje socijalnih biografija mladih* (str.183-197). Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu i Čigoja štampa
11. Jarić, I., Živadinović, I.(2012b): Socijalni aktivizam kao oblik političkog angažmana, U: Tomanović, S., Stanojević, D., Jarić I., Mojić, D., Dragišić Labaš S., Ljubičić, M. Živadinović I.(ur.), *Mladi - naša sadašnjost: Istraživanje socijalnih biografija mladih*. (str.199-210). Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu i Čigoja štampa.
12. Kastels, M. (2014). *Moć Komunikacija*. Beograd: Clio
13. Kahne, J., Lee, N. M., Feezell, J. (2013). The Civic and Political Significance of Online Participatory Cultures among Youth Transitioning to Adulthood. *Journal of Information Technology & Politics*. 10(1): 1-20

14. Kim, Y., Russo, S., Amnå, E. (2017). The longitudinal relation between online and offline political participation among youth at two different developmental stages. *New Media & Society*. 19(6): 899-917.
15. Koutropoulos, A. (2011). Digital Natives – Ten Years After. *Merlot – Journal of Online Learning and Teaching*, 7(4): 525-538
16. Marres, N. (2017). *Digital Sociology*. Cambridge, UK: Polity press.
17. Moreno-Almeida, C. (2021). Memes as snapshots of participation: The role of digital amateur activists in authoritarian regimes. *Sage Journals*. 23(6): 1545-1566.
18. Maljur, T. (2021) *Politička participacija mladih u Hrvatskoj – Diplomski rad*. Sveučilište u Zagrebu: Filozofski fakultet, odsek psihologija
19. Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. London: Penguin Press.
20. Pap Vorkapić, A., Ham, M., Bilandžić, K. (2018). Does social media usage influence youth's interest in politics. *International journal od multidisciplinary in business and science*. 4(5): 84-90.
21. Pontes, A., Henn, M., Griffiths, M. (2018). *Towards a Conceptualization of Young People's Political Engagement: A Qualitative Focus Group Study*. Societies. URL: 10.3390/soc8010017 (13.2.2023.)
22. Prensky, M. (2001a). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5): 1-9 URL:<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (7.4.2023.)
23. Prensky, M. (2001b). Digital Natives, Digital Immigrants: Do they really think different? *On the Horizon*, 9(6), 1-6. URL: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part2.pdf> (7.4.2023.)
24. Perez-Escoda, A., Pedrero-Esteban, L.M., Rubio-Romero, J., Jimenez-Narros, C. (2021). Fake News Reaching Young People on Social Networks: Distrust Challenging Media Literacy. *Publications*. 9(24). URL: <https://doi.org/10.3390/publications9020024>
25. Shomova, S. (2021). "Hieroglyphs of Protest": Internet Memes and the Protest Movement in Russia. *Problems of Post Communism*. 69(3): 232-241
26. Sinković, M. (2020). *Sociološke dimenzije političke participacije mladih u Hrvatskoj – završni rad*. Sveučilište u Zagrebu: Fakultet hrvatskih studija.
27. Stojanović, B., Ivković, A. (2021). *Alternativni izveštaj o položaju i potrebama mladih u Republici Srbiji*. Beograd: Krovna organizacija mladih u Srbiji (KOMs).
28. Stanojević, D., Gvozdanić, A. (2022). Political participation and life course transitions among young people in Europe. *Stanovništvo*. 60(2): 49-74
29. Tomanović, S., Stanojević, D. (2015). Mladi i politička sfera. U: Tomanović, S., Stanojević, D. *Mladi u Srbiji 2015*. (str: 97 – 111). Beograd: FES i SeCons.
30. Vajdijanatan, S. (2018). *Antidruštvene Mreže*. Beograd: Clio

31. Winocur, R., Dussel, I. (2021). Memes Production as Parodic Activism - Inclusion and Exclusion in Young People's Digital Participation in Latin America. U: Frau-Meigs, D., Kotilainen, S., Pathak-Shelat, M., Hoechsmann, M., Poyntz, S. *The Handbook of Media Education Research*. (str. 33-45). New Jersey, USA: John Wiley & Sons

Ostali izvori:

1. BBC na srpskom (21.1.2022). *Srbija, ekologija i Rio Tinto: Šta do sada znamo i šta piše u dokumentaciji*. URL: <https://www.bbc.com/serbian/lat/svet-60081291> (13.2.2023)

2. Danas, (8.6.2022). *Mladi u srpskoj politici: Glas nove generacije ili generatori stranačke politike*. URL: <https://www.danas.rs/vesti/politika/mladi-u-srpskoj-politici-glas-nove-generacije-ili-generatori-stranacke-politike/> (13.2.2023).

3. Danas, (17.2.2023.) *Medijska pismenost u Srbiji, Albaniji i Hrvatskoj jako niska*. URL: <https://www.danas.rs/vesti/drustvo/medijska-pismenost-u-srbiji-albaniji-i-hrvatskoj-jako-niska/> (19.4.2023.)

4. Dnevnik.hr. (10.10.2022). *Mladi u Hrvatskoj: Politika ih ne zanima, slušaju cajke i vise po društvenim mrežama*. URL: <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/sto-mladi-u-hrvatskoj-misle-o-politici-zivotu-cijenama-buducnosti---746312.html> (13.2.2023)

5. National Geographic Serbia (3.4.2019.) *Šta je Arapsko proleće i kako se proširilo?*. URL: <https://nationalgeographic.rs/istorija-i-kultura/istorija/a24464/sta-je-arapsko-prolece-i-ka-ko-se-prosirilo.html> (pristup: 19.4.2023.)

6. The Guardian (25.2.2011.) *The truth about Twitter, Facebook and the uprisings in the Arab world*. URL: <https://www.theguardian.com/world/2011/feb/25/twitter-facebook-uprisings-arab-libya> (pristup: 19.4.2023.)

7. The Atlantic (3.9.2011.) *So, Was Facebook Responsible for the Arab Spring After All?* URL: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/09/so-was-facebook-responsible-for-the-arab-spring-after-all/244314/> (pristup: 19.4.2023.)

8. Kreni-Promeni peticije. URL: <https://peticije.kreni-promeni.org/petitions/stop-rudniku-litijuma-rio-tinto-mars-sa-drine> (pristup: 13.2.2023.)

9. Merriam-Webster Dictionary – *Meme*. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/meme> (pristup: 8.6. 2023.)

10. Wikipedia – *Meme*. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Meme> (pristup: 13.2.2023.)