

Politička participacija mladih kroz digitalni aktivizam - studija slučaja "Petkom za budućnost"

Tokić, Tea

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:893290>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-22**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Tea Tokić

**POLITIČKA PARTICIPACIJA MLADIH KROZ DIGITALNI
AKTIVIZAM – STUDIJA SLUČAJA „PETKOM ZA BUDUĆNOST“**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2024.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

**POLITIČKA PARTICIPACIJA MLADIH KROZ DIGITALNI
AKTIVIZAM – STUDIJA SLUČAJA „PETKOM ZA BUDUĆNOST“**

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: prof. dr. sc. Marijana Grbeša-Zenzerović

Studentica: Tea Tokić

Zagreb
rujan 2024.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad *Politička participacija mladih kroz digitalni aktivizam – studija slučaja „Petkom za budućnost“*, koji sam predala na ocjenu mentorici, prof. dr. sc. Marijani Grbeši-Zenzerović, i napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu te da na temelju njega nisam stekao/la ECTS bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivao/la etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19 Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Tea Tokić

ZAHVALE

Iskreno se zahvaljujem svojoj mentorici, prof. dr. sc. Marijani Grbeši-Zenzerović, na ukazanom povjerenju, stručnom vodstvu i nesebičnoj pomoći tijekom cijelog procesa izrade ovog diplomskog rada.

Posebnu zahvalu upućujem svojim sestrama Nini, Eni i Marti, koje su mi bile neiscrpan izvor snage i motivacije. Neizmjerne sam zahvalna svojim roditeljima na njihovoj bezuvjetnoj podršci i ohrabrenju. Njihova vjera u mene, ne samo kroz ovaj proces nego i kroz cijeli moj život, omogućila mi je da s pouzdanjem kročim naprijed i postignem ovaj važan korak. Na kraju, veliko hvala i mojoj dragoj prijateljici Ivani, čija nesebična pomoć, podrška i savjeti nisu izostali ni u jednom trenutku.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. POLITIČKA PARTICIPACIJA	3
2.1 Politička participacija mladih	6
3. DIGITALNI AKTIVIZAM	8
3.1 Razvoj aktivizma	8
3.2 Društvene mreže i digitalna povezanost	10
4. KLIMATSKI AKTIVIZAM	13
4.1 Pokret „Fridays For Future“	16
4.2 Pokret „Petkom za budućnost“	18
5. CILJEVI I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	20
5.1 Metodologija	20
5.2 Rezultati istraživanja	22
6. RASPRAVA	33
ZAKLJUČAK	36
LITERATURA	39
PRILOG	42
SAŽETAK	49
SUMMARY	50

POPIS ILUSTRACIJA

Grafikon 1. Broj objava na Instagram profilima fff_croatia i FridaysForFuture, 2019. – 2024. godine	23
Grafikon 2. Format objava na Instagram profilima fff_croatia i FridaysForFuture	24
Grafikon 3. Na koje se načine mladi spominju u objavama Instagram profila fff_croatia i FridaysForFuture	25
Grafikon 4. Teme objava na Instagram profilima fff_croatia i FridaysForFuture	27
Grafikon 5. Glavni krivci koji se navode u Instagram objavama fff_croatia i FridaysForFuture	29
Grafikon 6. Područje tema u Instagram objavama fff_croatia i FridaysForFuture	30
Grafikon 7. Teme objava koje imaju više od 1000 lajkova na Instagram profilu fff_croatia	31
Grafikon 8. Teme objava koje imaju manje od 100 lajkova na Instagram profilu fff_croatia	31
Grafikon 9. Teme objava koje imaju više od 5000 lajkova na Instagram profilu FridaysForFuture	32
Grafikon 10. Teme objava koje imaju manje od 1000 lajkova na Instagram profilu FridaysForFuture	33

1. UVOD

U suvremenom društvu politički angažman mladih jedan je od ključnih čimbenika u oblikovanju budućnosti demokracije i društvenoga razvoja. Tradicionalni oblici političke angažiranosti postupno evoluiraju pod utjecajem digitalne revolucije, otvarajući put novim formama političke participacije koje mladima omogućuju globalni utjecaj iz udobnosti njihovih domova. Prema novijim istraživanjima, konvencionalni oblici političke participacije mlađim generacijama nisu privlačni i u manjoj ih je mjeri moguće tamo pronaći. Unutar svoje studije Vuksan-Ćusa i Jennewein (2024) navode dob, generacijsku socijalizaciju i efekt razdoblja kao moguće razloge sve manje političke participacije mladih. Paralelno s tim Vlasta Ilišin (2015) navodi kako sve manju participaciju mladih prati i transformacija obrazaca socijalizacije mladih, što podrazumijeva opadanje tradicionalnih institucija kao socijalizacijskih čimbenika. Također, Ilišin (2015) navodi kako se mladi sve više udaljavaju od institucionalne politike zbog nepovjerenja u političke aktere te smatraju kako ljudi na vlasti, državni vrh, nisu dovoljno sposobni, a ni fokusirani riješiti specifične probleme mlađih generacija.

Jedan od istaknutijih fenomena gdje se ipak pronalaze pojedinci mlađe generacije kako svojim doprinosom žele utjecati na političke aktere jest pokret „Fridays For Future“, ili prevedeno na hrvatski jezik „Petkom za budućnost“, koji je postao simbol globalne borbe mladih za klimatsku pravdu, tj. za smanjenje utjecaja klimatskih promjena. Taj fenomen ilustrira transformaciju političkog angažmana mladih, gdje se digitalne platforme rabe kao sredstvo za organiziranje masovnih pokreta i mobilizaciju široke publike. Analizom tih promjena moguće je bolje razumjeti kako se politička participacija transformira u digitalnom dobu te kako mladi svojim djelovanjem mogu oblikovati političku agendu i utjecati na društvene promjene koje su im bitne.

Pokret „Fridays For Future“ svoje začetke ima u 2019. godini, kada je mlada aktivistica Greta Thunberg odlučila za vrijeme školskoga sata sjesti ispred švedskoga parlamenta zahtijevajući promjene klimatskih politika. Njezino djelovanje utjecalo je na mlade diljem planeta Zemlje i ubrzo s tim pokret uzima globalni mah. Tako je, prema službenoj stranici pokreta „Fridays For Future“, pokret organiziran u 125 zemalja i u preko dvije tisuće gradova diljem svijeta. Pokret sebe naziva globalnim pokretom mladih, a podaci istraživanja iz 2019. godine idu u prilog tom nazivu jer pokazuju kako je prosječna dob prosvjednika 25,8 godina. S obzirom na to da pokret „Fridays For Future“ obuhvaća najviše mlađu populaciju, ne čudi da su im osnovni kanali komunikacije društvene mreže. Tako je na početku osnivanja pokreta

postojalo dvjesto nacionalnih „Fridays For Future“ kanala na društvenim mrežama s preko 20 milijuna pratitelja.

Ovaj rad istražuje značenje političke participacije u kontekstu rastućega digitalnog aktivizma, s posebnim naglaskom na mlade koji prepoznaju i koriste se digitalnim platformama kao kanalima za izražavanje svojih političkih stavova i zahtjeva. Iako su klasični oblici političke participacije, poput izlaska na izbore ili članstva u političkim strankama, manje popularni među mladima, istraživanja pokazuju da postoji snažan interes i angažman mladih u području klimatskog aktivizma, posebice putem inicijativa kao što je „Fridays For Future“ (FFF).

Tema ovoga rada jest otkriti ključna obilježja sadržaja na društvenim mrežama službene stranice FFF-a i usporediti ih s obilježjima hrvatskoga Instagram profila `fff_croatia`. Istraživanjem se pokušava dokučiti kako su se mladi u Hrvatskoj postavili unutar globalnoga pokreta FFF i koji su njihovi glavni čimbenici djelovanja. Koristeći se kvantitativnom analizom sadržaja, istraživanje ukazuje na stupanj zastupljenosti klimatskih tema, a ujedno i zakonodavnih tema na području klime te nastoji spoznati kolika je prisutnost tema koje odstupaju od glavnih odrednica FFF pokreta na spomenutim digitalnim platformama. Profili koji se upotrebljavaju u analizi i koji se u radu uspoređuju jesu službeni profil FFF pokreta pod nazivom `FridaysForFuture` i profil hrvatske podružnice `fff_croatia`.

Rad započinje definiranjem političke participacije, njezine prilagodbe na razvoj društva i tehnologije te detaljno prikazuje političku participaciju mlađih generacija. Zatim se iznose ključni čimbenici digitalnog aktivizma, gdje se naglašava motivacija pojedinaca da djeluju, bitnost mobilizacije mase i utjecaj digitalne povezanosti te se navode karakteristike društvenih mreža koje su utjecale na uspješniju organiziranost prosvjeda. Glavna premisa rada jest klimatski aktivizam, koji se odrazio na globalni pokret mladih FFF, i njegove glavne odrednice.

Nakon teorijske razrade slijedi prikaz metodologije koja je korištena unutar istraživanja. Kvantitativna analiza sadržaja odabrana je u ovom istraživanju kao glavna istraživačka metoda te je u sklopu metodologije izneseno obrazloženje detaljnijim opisima same metode. Zatim je naveden uzorak te opsežan način implementacije samog istraživanja. Po završetku opisa metodologije i istraživanja rada slijedi iznošenje analizom dobivenih rezultata i njihova daljnja interpretacija, koja se unutar rasprave stavlja u kontekst četiri ključne hipoteze. Na samom kraju iznesen je zaključak o stupnju zastupljenosti tema analiziranih objava na službenom profilu i hrvatskom profilu FFF pokreta.

2. POLITIČKA PARTICIPACIJA

Građani kao dio društva, zajednice, naroda stekli su tijekom vremena mogućnosti aktivno sudjelovati unutar nje i utjecati na donositelje odluka. Okvirna definicija političkoga sudjelovanja jasno i kratko može se svesti na aktivnost građana koji utječu na politiku. Od slavnoga Periklova govora na pogrebu (431. g. pr. Kr., prema Jan W. van Detha, 2016), političari i znanstvenici naglašavaju jedinstveni karakter demokracije ističući ulogu običnih građana u političkim pitanjima. Kako evoluiramo i razvijamo se kao društvo, tako i popis participativnih aktivnosti postaje beskonačan i uključuje: glasanje na izborima, demonstracije, bojkotiranje, sudjelovanje na stranačkim skupovima, komuniciranje javnih službenika, volontiranje, pridruživanje *flash mobovima*, potpisivanje peticije, referendum, pisanje blogova, kupovanje proizvoda ili ne kupovanje proizvoda iz trgovine koja se kosi s našim vrijednostima, pa čak i samoubilački prosvjedi. Popis primjera može se lako proširiti, a sa svakim dodatnim oblikom problemi razlikovanja političkoga sudjelovanja postaju sve očitiji. Političko sudjelovanje građana od iznimne je važnosti za svaki politički ustav, ali je neizostavna značajka demokracije: „Gdje malo ljudi sudjeluje u odlukama, ima malo demokracije; što je više sudjelovanja u odlukama, to je više demokracije“ (Verba i Nie, 1972: 1).

Razvojem i proširenjem društvenoga i političkoga angažmana građana istražitelji političke participacije sve teže objedinjuju nove aktivnosti u jednu jasnu definiciju političke participacije. Robert Dahl u svojoj je knjizi 1973. godine „Polyarchy: Participation and Opposition“ opisao političko sudjelovanje kao dio moderne demokracije jer omogućuje građanima nadzor nad vladajućima. Međutim, Dahl nije eksplicitno definirao koncept participacije. Njegova definicija implicitno pokriva akcije institucionalnih okvira društva, što znači da djelovanja poput konzumerizma ili lajkanja sadržaja na društvenim mrežama ne bi bile klasificirane kao participacija iako bi se mogle iskoristiti i svojim djelovanjem utjecati na nadzor vladajućih. Verba i Nie (1972) definiraju političku participaciju kao aktivnosti građana koje utječu na odabir državnih aktera i njihovih akcija. Prema njima, građani mogu sudjelovati u političkoj sferi društva ne samo glasanjem na izborima ili pridruživanjem strankama već i drugim aktivnostima. Njihova tipologija uključuje glasanje, kampanje, kontaktiranje javnih službi i kooperativne aktivnosti. Političko sudjelovanje u to se vrijeme često opisivalo kao djelovanje građana kojim nastoje utjecati ili podržati ljude na vlasti i politiku. Također se odnosilo na sve dobrovoljne aktivnosti građana koje su usmjerene na utjecanje na političke odluke, bilo izravno ili neizravno, na različitim razinama političkoga sustava (Kaase, Marsch, 1979).

Također, tek nakon kasnih 1960-ih i ranih 1970-ih prosvjedne akcije počinju se razmatrati kao dio političkoga sudjelovanja građana, no budući da prosvjedne aktivnosti nisu bile u skladu s društvenim normama ranih 70-ih, nazvane su nekonvencionalnim oblicima sudjelovanja. Građanski angažman nakon tih godina doživljava ekspanziju i ojačava kao atraktivna alternativa državnoj intervenciji. Nestajanje granice između političke i nepolitičke sfere potaknuo je daljnji porast repertoara političkoga sudjelovanja, uključujući građanske aktivnosti, volontiranje i društveni angažman u svim vrstama dobrovoljnih udruga (Verba Nie, 1972).

Ujedno tako, današnji eruptirajući razvoj internetskih tehnologija olakšava mobilizaciju građanskih angažmana, pa danas zahvaljujući digitalizaciji *online* platformi građani kreiraju sve više novijih oblika društvenoga djelovanja. Koncept političke participacije postao je složeniji s razvojem digitalnih tehnologija i njihovom sve većom integracijom u političke procese. Iako su digitalni mediji i tehnologije u početku smatrani samo alatima za političko sudjelovanje, u novije se vrijeme na njih gleda kao na čimbenike koji su doprinijeli nastanku potpuno novih oblika političke aktivnosti (Theocharis, 2015). Međutim, proširenje koncepta političke participacije donijelo je i određene probleme, jer je koncept postao previše širok i manje precizan (Theocharis i Van Deth, 2017).

S tim na umu Jan W. van Deth (2016) navodi kako je potrebniji pragmatičan pristup koji se temelji na identifikaciji nužnih uvjeta za priznavanje novih fenomena kao oblika političkoga sudjelovanja. Stoga autor uvodi konceptualnu mapu političke participacije pokrivajući pet različitih, jasno definiranih varijanti političke participacije. Van Dethove varijante političke participacije sustavno i učinkovito pokrivaju cijeli niz političkoga djelovanja na temelju politike, državnoga područja ili zajednice, konteksta ili motivacije i svih drugih aktivnosti. Također, autor (2016) navodi kako ponuđena konceptualna mapa političke participacije u budućnosti može lako uključiti nove participativne inovacije, kojih će razvojem društva i tehnologije svakako biti.

Jan W. van Deth (2016) svojih pet varijanti političke participacije podijelio je u tri glavne kategorije. Prva kategorija jest minimalistička definicija. U njoj se razmatra je li radnja politička, jesu li sudionici volonteri ili pod prisilom, jesu li profesionalci u politici ili obični građani te je li radnja u sferi politike i vlasti. Druga kategorija jest ciljana definicija. Ta kategorija razmatra utječe li radnja na političke aktere i rješava li probleme zajednice. Posljednja kategorija van Dethove konceptualne mape jest okolnosna definicija, koja razmatra je li radnja unutar političkoga konteksta i motivirana politikom. Autor naglašava da korištenje

različitih definicija ima prednosti i nedostatke, jer se umjesto jedne sveobuhvatne definicije dobiva niz varijanti političke participacije. To je važno zbog sve širega spektra sudjelovanja, uključujući nepolitičke aktivnosti u političkim okolnostima (Jan W. van Deth, 2016).

Ujedno tako, kreiranjem novih građanskih oblika participacije i sve težom prepoznatljivošću granice političkoga sudjelovanja Ekman i Amna (2012) u svom znanstvenom radu donose novu tipologiju političkoga ponašanja građana. Prva je kategorija manifestno političko ponašanje, gdje autorice naglašavaju stvarno „političko sudjelovanje“ koje obuhvaća sve radnje usmjerene na utjecaj vladinih odluka i političkih ishoda. Takvo je sudjelovanje ciljano i racionalno, lako uočljivo i mjerljivo. U okviru reprezentativne demokracije, to uključuje formalno političko sudjelovanje poput glasanja na izborima, sudjelovanja u referendumima ili apstinencije od glasanja kao protest. Također, obuhvaća aktivnosti poput pisanja političarima ili službenicima, kandidiranja za funkcije ili članstva u političkim strankama i organizacijama s političkim agendama.

Zajedno s tim, Ekman i Amna (2012) navode kako političko sudjelovanje ne mora nužno biti povezano s formalnim političkim institucijama ili konvencionalnim akterima. Građani mogu sudjelovati u izvanparlamentarnim aktivnostima i manifestacijama, koje autorice (2012) nazivaju *građansko sudjelovanje* ili *latentno političko sudjelovanje*. Ono uključuje legalne oblike poput sudjelovanja u prosvjedima, štrajkovima te članstva u grupama koje djeluju izvan parlamentarnoga okvira. Također, uključuje i nelegalne aktivnosti poput nasilnih protesta i napada na trgovine ili laboratorije. Na individualnoj razini, građansko sudjelovanje može uključivati potpisivanje peticija, dijeljenje političkih letaka ili bojkotiranje proizvoda iz ideoloških razloga.

Theocharis (2014) ide korak dalje od navedenih autorica pa navodi kako se uobičajene digitalne umrežene participacijske aktivnosti također mogu smatrati političkom participacijom. Takav pristup sukladan je razvoju tehnologije te današnjim radnjama i navikama građana jer njihove aktivnosti na *online* platformama zadovoljavaju minimalne, ciljane i motivacijske definicije političkoga sudjelovanja. Također, one uključuju radnje koje utječu na političke procese, izražavaju političke stavove ili sudjeluju u političkom diskursu.

Autor Theocharis (2014) također naglašava da iako su digitalne aktivnosti često kritizirane kao neučinkovite, njihova politička važnost leži u njihovoj sposobnosti da angažiraju ljude na načine koji su prilagođeni modernim oblicima građanskog angažmana. Digitalno umrežene aktivnosti omogućuju personalizirani pristup političkom sudjelovanju i

dosežu širu publiku kroz mreže, čime se proširuje razumijevanje političkoga djelovanja izvan tradicionalnih oblika kao što su glasanje ili sudjelovanje u prosvjedima. Te aktivnosti, kako tvrdi Theocharis (2014), smatraju se političkim djelovanjem jer, unatoč tome što se često pojavljuju samo u digitalnom okruženju, one utječu na politički diskurs i doprinose širem shvaćanju građanstva, posebno među mlađim generacijama koje su razočarane tradicionalnom politikom.

2.1 Politička participacija mladih

Politika je prisutna svugdje oko nas, utječući na sve aspekte društva. Mladi ljudi posebno doživljavaju politiku kao složeni proces koji izravno ili neizravno oblikuje naše živote i okolinu. Aktivno sudjelovanje mladih u društvenom i političkom životu smatra se ključnim čimbenikom za jačanje demokracije i razvoj zajednice, dok nedostatak njihove aktivnosti može dovesti do marginalizacije i političke apatije. Teorijska razmatranja društvenog angažmana mladih obuhvaćaju različite perspektive i pristupe, ovisno o sektoru u kojem se angažiraju. Iako su mladi važni dionici društva koji svojim političkim sudjelovanjem podržavaju demokratske sustave, često se ističe njihova niska razina interesa, čak i za osnovne oblike političke participacije, poput izlaska na izbore.

U novijoj studiji Bartula Vuksana-Ćuse i Michaela Jenneweina pod nazivom „Tko (ne) glasa u Hrvatskoj“ (2024) istaknuto je istraživanje koje je pratilo izborne podatke 30 zapadnih demokracija u 1970-ima koji pokazuju da u zapadnim demokracijama na izbore najmanje izlaze mladi, manje obrazovani i radnička klasa. Cijela studija temelji se na podacima kako je u posljednjem desetljeću sveukupna izlaznost na izbore u neprestanom padu. Ističu kako je to opći trend nezadovoljstva demokracijom. U Europskoj uniji manje od polovice građana, njih 47 %, izražava visoko ili umjereno zadovoljstvo načinom na koji demokracija funkcionira u praksi. Većina ispitanika nezadovoljna je ili izrazito nezadovoljna. U Hrvatskoj je ta brojka još niža. Samo 29 % hrvatskih građana zadovoljno je načinom funkcioniranja demokracije u Hrvatskoj (Eurobarometar, 2023, prema Vuksan-Ćusa i Jennewein, 2024). Također, istraživači ove studije (2024) istaknuli su kako mladi, osim što ne izlaze na izbore, ne obnašaju ni druge aktivnosti političke participacije, sve se manje učlanjuju u političke stranke, kandidiraju ili obnašaju bilo kakve dužnosti. Istraživači su istaknuli i da će manje obrazovani i nezaposleni također više apstinirati.

Fokusirajući se na izborne apstinate, mladi su kategorija koja se ne može zaobići s obzirom na to da se oni najviše spominju te su skupina na kojoj su rađena brojna istraživanja kako bi se dokučio razlog neizlaznosti. Unutar svoje studije Vuksan-Ćusa i Jennewein (2024)

navode dob, generacijsku socijalizaciju i efekt razdoblja kao moguće razloge sve manje političke participacije mladih. Efekt dobi uključuje nedostatak biračkog iskustva ili fokus na životne tranzicije. Autori (2024) ističu kako generacijska hipoteza sugerira da su mlađe generacije manje sklone glasovanju, uspoređujući ih sa starijim generacijama, jer ih karakterizira socijalizacija u drugačijim političkim i povijesnim kontekstima. Mlađe generacije sklonije su postmaterijalizmu, unutar kojega društvena norma glasovanja nije od tolike važnosti. Prema spomenutim autorima (2024), važno je sagledati i efekt razdoblja, jer značajni povijesni i politički događaji mogu obilježiti određeni period, koji će se odraziti na političke stavove i razinu političke participacije. Paralelno s tim, Vlasta Ilišin (2015) navodi kako sve manju participaciju mladih prati i transformacija obrazaca socijalizacije mladih, što podrazumijeva opadanje tradicionalnih institucija kao socijalizacijskih čimbenika. Također, navodi kako se mladi sve više udaljavaju od institucionalne politike zbog nepovjerenja u političke aktere te smatraju kako ljudi na vlasti nisu dovoljno sposobni, a ni fokusirani riješiti specifične probleme mlade generacije (Forbig i dr., 2005, prema Ilišin, 2015).

Imajući na umu te navode, shvaćamo kako je definirani angažman mladih u stereotipnoj političkoj participaciji utjecao na fenomen tzv. nove društvene angažiranosti mladih koja funkcionira kao kompenzacija za institucionalni politički angažman. Ilišin (2015) naglašava kako suvremena mladež ima drugačije poimanje politike; mladi preferiraju izvan institucionalne političke aktivnosti poput bojkota, demonstracija, prosvjeda, potpisivanja peticija i dr. Mladi se sve više uključuju u volonterski i humanitarni rad te osnivaju udruge koje su zaokupljene rješavanjem partikularnih, ali nerijetko i globalnih društvenih problema. Jednako tako, širok spektar društvenog angažmana s političkim prizvukom upotpunjuje se aktivnostima na digitalnim platformama, što uvelike proširuje politički i društveni angažman mladih. No autorica (Ilišin, 2015) ističe kako su navedeni alternativni oblici političke participacije pod većim utjecajem socioekonomskoga statusa nego klasični, temeljni oblici, što sugerira da će rastuće socijalne nejednakosti produbiti nejednakosti u političkoj participaciji. Također, navodi kako iako je sve više alternativnih oblika političke participacije među mladima, institucionalni politički angažman nije otišao u zaborav, nego mladi često kombiniraju ta dva tipa angažmana. Prednosti tog pluralizma leže u tome što širenje novih tipova političkog angažmana ne može u potpunosti nadomjestiti opadanje klasičnih formi političkog aktivizma, ali njihovo kombiniranje može donijeti nužne promjene u političke programe, institucije i procese (Ilišin, 2015).

3. DIGITALNI AKTIVIZAM

3.1 Razvoj aktivizma

Ljudima je u srži borba za vlastite ideale, ideje, uvjerenja i ideologije. Od samih početaka ljudske civilizacije svjedočimo ustancima pojedinaca i masa koji traže promjenu. Oni žele učiniti svijet boljim mjestom ili barem onakvim kakvim ga oni vide. Primjerice, Dorothy Counts je 4. rujna 1957. godine ušla u srednju školu u Sjedinjenim Američkim Državama kao prva Afroamerikanka koja se javno suprotstavila segregaciji i time obilježila borbu za ljudska prava. Slično tome, Mahatma Gandhi je početkom 20. stoljeća građanskim neposluhom izborio neovisnost Indije od britanskoga kolonijalizma. Mnogi su hrabri ljudi tijekom povijesti svojim neposluhom i borbom započeli ono što danas nazivamo aktivizmom (Carson, 2024).

Hrvatska enciklopedija za aktivizam kaže da je to raspoloženje, nazor, odnosno pogled na svijet koji naglašuje vrijednost aktivno-svjesne voljne djelatnosti za teorijsko-praktične tvorevine i utjecanje na okoliš, društvo, kulturu (Hrvatska enciklopedija, 2013. – 2024). Osobu koja se aktivno zalaže za neku ideju, načela, prava, stranku, pokret naziva se aktivistom. Hrvatska enciklopedija u biti sve ono što je suprotno od pasivizma u društvu naziva aktivizmom (Hrvatska enciklopedija, 2013. – 2024). Danas se aktivizam najčešće susreće u društvenoj i političkoj sferi. Otvoreno, neovisno i aktivno građansko društvo svojim djelovanjem doprinosi poboljšanju kvalitete života u političkoj sferi zajednice. Upravo aktivizmom društvo korigira i prati rad donositelja odluka, odnosno ljudi na vlasti. Civilno društvo služi kao platforma za raspravu o utjecaju postojećih ili planiranih političkih mjera na kvalitetu života članova zajednice te o načinu na koji bi te mjere trebale biti formulirane kako bi život u zajednici postao pravedniji. Iz toga se zaključuje da je upravo građanska aktivnost temelj svake demokracije.

Srž modernog aktivizma leži upravo u društvenim pokretima i organizacijama koje promiču njihove ciljeve, poznate kao društvene organizacije pokreta. Društveni pokreti, iako je to star pojam, oblikovali su povijest stvaranjem novih država i mijenjanjem društvenih normi. Neki znanstvenici nude široke definicije opisujući ih kao određena uvjerenja i misli unutar populacije o tome kako bi njihove institucionalne strukture mogle biti promijenjene (George i Leidner, 2019). Autori također navode kako društveni pokreti moraju imati identitet koji ih čini jedinstvenima i prepoznatljivima te da njihovi ciljevi trebaju biti jasni. Tilly unutar svoje knjige (2006, prema George i Leidner, 2019) navodi smjernice za uspjeh društvenih pokreta, a one uključuju kampanje, gdje se identificira cilj, zatim metode i alate kojima se

koriste društvene organizacije pokreta i skup vrijednosti, jedinstva, voljnosti te posvećenosti. Uspješni pokreti obično se oslanjaju na aktivizam kako bi ostvarili promjene.

Današnjim razvojem tehnologije i ubrzanom digitalizacijom društva i aktivizam se sve više pronalazi u digitalnom obliku. Iako je „digitalna revolucija“ započela znatno prije pojave *online* platformi tijekom 2010-ih, još su uvijek rijetki pokušaji povijesnoga definiranja uloge digitalnih medija u političkom aktivizmu. Prije nego što su društvene mreže postale popularne, „digitalni uređaji poput mobitela, kamera i osobnih računala već su imali značajan utjecaj na način organiziranja društvenih pokreta i dokumentiranja njihovih aktivnosti“ (Askanius, 2012, cit. prema Kaun i Uldam, 2018: 2100). Athina Karatzogianni (2015, prema Kaun i Uldam, 2018) dijeli digitalni aktivizam na četiri glavna razdoblja. Prvo razdoblje započinje 1994. godine pokretom Zapatista i antiglobalizacijskim pokretima. Drugo razdoblje, razdoblje rasta digitalnog aktivizma, obuhvaća godine od 2001. do 2006., što se poklapa s događajima poput Iračkog rata. Treća faza, koja se proteže od 2007. do 2010. godine, obilježena je širenjem digitalnog aktivizma na zemlje poput Brazila, Rusije, Indije, Kine i drugih izvan Europe i SAD-a. Četvrta faza digitalnog aktivizma, koja se odvija između 2010. i 2014. godine, obuhvaća integraciju u glavne političke tokove, s ključnim događajima poput afere Snowden, WikiLeaks i Arapskog proljeća.

Kada se spominje digitalni aktivizam, jedno od temeljnih pitanja jest u kojoj se mjeri može iz *online* svijeta preseliti u „stvarni svijet“ te pokrenuti fizički vidljiva djelovanja i promjene koje utječu na političku sferu. Christensen (2011: 9) upotrebljava pojam „slacktivism“ kako bi opisao digitalne pokrete za koje smatra da „imaju mali utjecaj na političke odluke te potencijalno odvrću pažnju s učinkovitijih oblika participacije“. Međutim, autor također navodi da iako mnoge kampanje koje rabe „slacktivism“ neće postići svoje ciljeve, to ne znači da je djelovanje interneta na politički aktivizam bez važnosti. *Online* i *offline* participacija nisu nužno isključive, a kako navodi Christensen (2011: 10), *online* aktivnosti mogu potaknuti *offline* angažman. Iako veza nije uvijek čvrsta, ne postoji dokaz da aktivnosti na internetu imaju negativan učinak na građanski angažman. Internet širi broj potencijalnih aktivista i olakšava širenje informacija, stvarajući plodno tlo za izravno uključivanje u politička pitanja. Iako svi „slacktivist“ neće postati aktivni u stvarnom životu, *online* aktivnosti mogu pomoći u podizanju svijesti o političkim pitanjima i mobilizirati građane za druge oblike akcije izvan virtualnoga svijeta (Christensen, 2011).

Autorica Joyce (2010) u svojoj knjizi „Digital Activism Decoded“ također se bavi pitanjem uspješnosti digitalnog aktivizma ističući razliku između taktičkog i strateškog znanja

u digitalnom dobu. Prema autorici (2010) taktičko znanje, koje uključuje konkretne metode korištenja digitalnih alata, često brzo zastarijeva jer je povezano s određenim kontekstom i alatima koji se mijenjaju. Digitalno doba rapidno napreduje i kako bi aktivisti bili što uspješniji moraju biti u toku s razvojem te iskoristiti sve mogućnosti tehnologije. Također strateško znanje, koje uključuje šire analitičke metode primjenjive u različitim situacijama, prema Joyce (2010) nedostaje u digitalnom aktivizmu. Trenutno, aktivisti često koriste strategije iz pre-digitalnog doba, poput odnosa s javnošću, neprofitnih organizacija i nenasilnog otpora, ali te strategije nisu prilagođene današnjoj digitalnoj infrastrukturi. Joyce (2010: 214) predlaže da se taktičko znanje, kao i strateško znanje, trebaju izgraditi kroz kolektivni napor aktivista, akademika i stručnjaka, uz stvaranje zajedničke infrastrukture i terminologije. Naglašava da digitalni aktivizam ima potencijal transformirati političke strukture kroz decentraliziranu mrežu građana, ali to zahtijeva dublje razumijevanje digitalne infrastrukture i bolju organizaciju.

3.2 Društvene mreže i digitalna povezanost

Razvojem tehnologije pojavili su se i novi oblici digitalnih platformi, poput društvenih mreža. Ti su oblici postali popularni zahvaljujući blogovima, koji su se pojavili još 90-ih godina prošloga stoljeća. Društvene mreže otad se brzo razvijaju i rastu. Korisnici su postali kreatori vlastitoga sadržaja, mogu ga dijeliti, surađivati i komunicirati s drugim korisnicima. Mogućnost postavljanja osobnih blogova i mrežnih stranica omogućuje pojedincima da sami stvaraju mrežni sadržaj. Jedna od ključnih atraktivnosti društvenih mreža jest mogućnost trenutnoga povezivanja s bilo kime u svijetu.

Facebook, koji je osnovan 2003. godine, predstavlja jednu od glavnih društvenih mreža i označava prekretnicu u načinu komunikacije. Kasnije se razvijaju razne društvene mreže s raznim nazivima, a zainteresiranost za njih sve je veća. Prema istraživanju Statista (2023), društvena mreža Facebook skupila je milijun korisnika u tek dvije godine, Spotify za pet mjeseci, a Instagram za dva i pol mjeseca. Brojka koja je najviše šokirala javnost jest najnovija aplikacija Threads, koja je dodatak Instagramu, a podsjeća na Twitter, današnji X, koja je u samo sat vremena skupila milijun korisnika. Samo šezdeset minuta od njezina lansiranja na tržište do milijun prijava korisnika. Te brojke pokazuju koliko su društvene mreže zastupljene u životima današnjih generacija i koliko su im one postale prioritet u komunikaciji s drugima.

Komunikacija i pronalazak istomišljenika temelj su aktivizma i upravo društvene mreže plodno su tlo za rast i razvoj društvenih pokreta. No što se tiče samoga utjecaja na političku participaciju korisnika, društvene mreže donose novu dimenziju rasprave. Prema autorima

Wellman i dr. (2001, cit. prema Pavić i Šundalić, 2015: 2), društvene mreže i internet s jedne strane omogućuju lakši pristup informacijama i mogu potaknuti političku participaciju, posebno kod onih koji su isključeni iz tradicionalnih političkih procesa. No ipak ističu kako postoji zabrinutost da *online* interakcije nisu jednako kvalitetne kao fizičke interakcije te da internet oduzima vrijeme potrebno za socijalnu participaciju, što može djelovati otuđujuće. Pavić i Šundalić (2015) proveli su istraživanje u kojem potvrđuju kako je korištenje društvenih mreža u svrhu informiranja pozitivno povezano s društvenom participacijom i različitim oblicima *online* i *offline* političke participacije. U skladu s tom tvrdnjom, Valenzuela, Park i Kee (2009) također ističu kako vrijeme provedeno na društvenim mrežama ne vodi nužno do povećane političke participacije, već da se politička participacija povećava kada korisnici aktivno komentiraju i pokreću nove teme u *online* grupama. Zaključno s tim, Pavić i Šundalić (2015) sugeriraju da je bitniji način na koji se upotrebljavaju internetske društvene mreže u poticanju političke participacije, a ne sama činjenica korištenja tih platformi. To dovodi do zaključka kako se utjecaj tehnologije na političku participaciju ne može promatrati kroz prizmu tehnološkoga determinizma, već je presudan način na koji se tehnologija upotrebljava.

Kada se spominje utjecaj društvenih medija na političke sfere, važno je napomenuti kako je digitalna medijska tehnologija također ubrzala razvoj takozvane personalizirane politike. Prema Bennettu (2012), do ere personalizirane politike, u kojoj individualni izrazi zamjenjuju kolektivne okvire djelovanja u političkim procesima, došlo je zbog društvene fragmentacije i pada grupne lojalnosti. Trend personalizirane političke participacije može se uočiti u porastu velikih, brzo formiranih političkih akcija usmjerenih na različite ciljeve, od stranaka i kandidata do korporacija, brendova i transnacionalnih organizacija. Grupna „identitetska politika“ modernijih društvenih pokreta koja je pokrenuta 1960-ih i dalje postoji, ali u današnje vrijeme vidimo raznovrsnije mobilizacije u kojima se pojedinci okupljaju oko osobnih vrijednosti i stilova života kako bi se angažirali u više tema, kao što su ekonomske nejednakosti, zaštita okoliša te radnička i ljudska prava. Kako ističe Bennett (2012), upravo društvene mreže koriste u koordinaciji tih individualiziranih kolektivnih akcija.

Društvene mreže snažan su alat u aktivizmu, omogućujući pojedincima da pokrenu promjene, mobiliziraju zajednicu i podižu svijest o važnim pitanjima. Korištenjem tehnologije svaki pojedinac može doprijeti do široke publike, organizirati virtualne prosvjede i prikupiti što više potpisa za peticije. Korištenje određenih ključnih riječi i *hashtagova* pomaže pojedincu da se lakše poveže s ljudima diljem svijeta u zajedničkoj borbi za isti cilj. Oni zajedno postaju

moćniji i sposobniji te mogu koordinirano djelovati kako bi bili proaktivni. Zbog toga digitalni aktivizam postaje sve zastupljeniji i postiže značajne promjene u kratkom vremenu.

Moderna se politika, kao i svaki drugi aspekt života, promijenila kao rezultat razvoja tehnologije koja nas okružuje. Pojava društvenih medija pomogla je ljudima da brže komuniciraju sa širom publikom, omogućujući im da se učinkovitije povežu s drugim ljudima. U svojoj knjizi „The Logic of Connective Action“ (2013) Bennett i Segerberg opisuju kako je taj fenomen pomogao u stvaranju novoga političkog sustava. Autori (2013) prikazuju kako je globalizacija uvelike utjecala na svijet 21. stoljeća, posebno u smislu politike. S jedne strane, svijet je postao povezaniji, dopuštajući brz i slobodan protok informacija na velike udaljenosti. No s druge strane, rastuća ekonomska nejednakost dovela je do nepovjerenja u tradicionalno uspostavljene organizacije, što je dovelo do potrage za drugim povjerljivijim izvorima. Bennett i Segerberg (2015) podsjećaju da iako postoje mnoge razlike između pristupa povezivanja i kolektivnoga djelovanja, oba imaju tendenciju podržavati jedno drugo.

Autori (2015) navode dva oprečna pojma unutar motivacije za kolektivno djelovanje, a to je djelovanje potaknuto masom ili gomilom nasuprot djelovanju potaknutom organizacijom. Navode kako je u današnje vrijeme izraženiji utjecaj mase na pojedinca nego neke organizacije. Upravo zbog toga što pojedinac gubi povjerenje u organizacije, preko tehnologije dobiva lakši pristup drugim pojedincima s kojima pronalazi sličnosti, čime nastaje mnoštvo pojedinaca s jednakim idejama i uvjerenjima i sukladno tome dolazi do lakšeg kreiranja i mobiliziranja mase koja kolektivno djeluje i stvara promjene (Bennett i Segerberg, 2015).

Kreiranje interneta kakva danas znamo ljudima je omogućilo brže i jednostavnije dijeljenje i širenje ideja. Ljudi su prije interneta morali zaustavljati ljude po ulicama ili popeti se na zidice ili stati nasred trga te ljudima dovikivati svoje ideje kako bi utjecali na njihov način razmišljanja ili ga samo proširili. Ljudi danas imaju alate preko kojih se njihov glas čuje glasnije nego prije. Bennett i Segerberg (2015) ističu kako su tehnologije i digitalizacija utjecale na personalizaciju političkoga djelovanja. Čovjek posjeduje mobilni uređaj preko kojega se uz pomoć interneta priključuje na platforme koje otvaraju vrata u svijet. Svijet je pomoću mobitela poprimio novi oblik. To je oblik maloga ekrana preko kojega naš glas postaje čujniji mnoštvu, a nama mnoštvo postaje sve vidljivije. Pretpostavka knjige jest da dugoročno opadanje članstva u građanskim i političkim organizacijama uočeno diljem Zapada, s „personalizacijom“ stilova života i medijskih praksi, sugerira da se angažman ljudi u politici možda promijenio. Imajući to na umu, Bennett i Segerberg (2015) skovali su koncept „povezujuće radnje“, oblika sporne radnje koja se temelji na dijeljenju personaliziranoga

sadržaja putem društvenih medija. Njihov novi koncept u suprotnosti je s ranijom logikom kolektivnoga djelovanja koja se oslanjala na formiranje kolektivnih identiteta. Ono što autori zaključuju jest da novije kolektivno djelovanje nije podvođenje pojedinaca pod kolektivni identitet, već njihovo navođenje da dijele „osobne okvire“ s ostalim pojedincima (Bennett i Segerberg, 2015).

Takvih je primjera danas mnogo. Ljudi preko digitalnih platformi dijele svoja iskustva, proživljene situacije i pojedinci se poistovjete s njima kreirajući tako, malo-pomalo, masu s jednakim cijevima i mišljenjima. Suvremeno digitalno okruženje uvelike doprinosi korištenju dodatnih i alternativnih mogućnosti. Digitalni alati olakšavaju neke od osnovnih aktivističkih aktivnosti, kao što su razmjena informacija i koordinacija aktivnosti. Digitalno društvo također doprinosi većoj transparentnosti u komunikaciji i pospješuje interakciju sa zainteresiranim korisnicima. Autorica Kavada (2010: 103) govori kako internet, sa svojom fleksibilnom i decentraliziranom komunikacijskom infrastrukturom, posebno odgovara labavijim oblicima organiziranja karakterističnim za društvene pokrete. Omogućava brzu i jeftinu komunikaciju koja prelazi geografske granice, što pomaže u brzom pretvaranju nezadovoljstva u masovnu kolektivnu akciju. Jednako tako aktivisti mogu dijeliti slike, priče i izjave koje prenose misiju pokreta, obilježavaju važne događaje te imenuju saveznike i protivnike (Kavada, 2010). Također, omogućava im rasprave i razmjenu iskustava pute grupa za diskusiju na društvenim mrežama, što doprinosi definiranju i identifikaciji s pokretom. Kavada (2010) navodi kako iako *online* alati mogu pomoći u pronalaženju informacija, regrutiranju sudionika, organizaciji i koordinaciji, ipak brza i laka *online* komunikacija ne jamči stabilne i dugotrajne aktivističke mreže. Za njihovu dugovječnost važno je redovito organiziranje osobnih sastanaka, održavanje stabilnih online prostora, suradnja na jasno definiranim projektima i kreiranje narativa koji omogućuju višestruke interpretacije ciljeva pokreta (Kavada, 2010).

4. KLIMATSKI AKTIVIZAM

Pitanje okoliša i klime dugo je bilo smješteno u ekonomsko i političko područje. Tek nakon Drugoga svjetskog rata izlaze publikacije, organiziraju se događaji koji kreiraju svijest o važnosti okoliša i smještaju ga u društveno okruženje. Šezdesetih godina izlazi knjiga Rachel Carson „Silent Spring“ (1962), koja je istaknula opasnosti pesticida za okoliš. Desetljeće nakon obilježava se prvi Dan planeta Zemlje mobilizirajući milijune diljem svijeta u proteste protiv onečišćenja okoliša. Nekoliko godina kasnije svijest o okolišu podiže se na globalnu razinu i Ujedinjeni narodi u Stockholmu organiziraju prvu konferenciju na temu zaštite okoliša (Jakson,

2007). Društvo tada nije bilo ni svjesno kakav će loš učinak na biološku raznolikost, klimu i okoliš imati razvoj tehnologije, urbanizacija i modernizacija civilizacije.

Početak 21. stoljeća društvo je počelo shvaćati zaštitu klime i okoliša kao osobni problem, povezan sa slobodom pojedinca. To je potaknulo globalni rast pokreta koji se bore protiv stakleničkih plinova i globalnoga zagrijavanja. Jedan od prvih ključnih događaja u razvoju globalnoga klimatskog aktivizma bio je Protokol iz Kyota, koji je stupio na snagu 2005. godine kao prvi međunarodni sporazum s obvezujućim ciljevima za smanjenje emisija stakleničkih plinova. Deset godina kasnije Pariški sporazum postignut je na Konferenciji Ujedinjenih naroda o klimatskim promjenama, postavljajući globalne ciljeve za ograničenje porasta temperature (Jackson, 2007). Nekoliko godina kasnije mladi predvođeni Greta Thunberg aktivno su se uključili u klimatske pokrete u inicijativi „Fridays For Future“, što je još jedan značajan korak u globalnom klimatskom aktivizmu.

Danas se sve više ljudi svakodnevno susreće s posljedicama klimatskih promjena i svjesniji su da je pitanje klima pitanje današnjice. Pojedinici unose promjene u svoje živote jer shvaćaju kako se više ne može nastaviti s poslovanjem kao dosad. Autorice Skoglund i Bohm (2022) navode kako ankete pokazuju da 93 % građana EU-a smatra klimatske promjene ozbiljnim problemom. Također, Fielding i dr. (2008) proveli su istraživanje nad studentima o stavovima prema ekološkom aktivizmu poput prosvjedovanja, potpisivanja peticija, doniranja novca ekološkim organizacijama te kako ti stavovi predviđaju stvarno sudjelovanje. Rezultati su pokazali značajno pozitivne stavove povezane s namjerom sudjelovanja u ekološkom aktivizmu.

Kako organizacije i državne agencije ovise o ljudima i kako bi zadovoljili nove norme društva, pokreću promjene u svojim poslovanjima i proglašavaju „klimatsku izvanrednu situaciju“, a pojedinci preuzimaju inicijativu u izravnim, ponekad radikalnim akcijama za smanjenje emisija. Aktivisti svih generacija demonstriraju na ulicama, a mnogi također djeluju na svojim radnim mjestima i u svakodnevnom životu. Prema autoricama (Skoglund i Bohm, 2022), ta suradnja osobnih stavova s javnim politikama i korporativnim inicijativama može se smatrati ponovnim rađanjem zajednice i alternativnim načinima kolektivnog organiziranja. Klimatski aktivizam se širi i postaje sve raznovrsniji, a zajednice više nisu vezane uz određene geografske lokacije ili grupe (Skoglund i Bohm, 2022). Temelje klimatske akcije Haugestad i dr. (2021) pronalaze u teoriji socijalnoga identiteta, koja sugerira da ljudi sudjeluju u kolektivnim akcijama kako bi poboljšali status svoje grupe i riješili percipirane nepravde. Model socijalnoga identiteta u kolektivnoj akciji ističe da identitet grupe, percipirana nepravda

i učinkovitost grupe utječu na uspješnost kolektivne akcije. Taj model u proekološkim akcijama proširuje se integriranjem emocija temeljenih na grupama i pojedincima te doprinosi kolektivnoj učinkovitosti (Haugestad i dr., 2021).

Klimatski aktivizam Stern (2000) stavlja u područje proekološkog ponašanja u smislu svoga utjecaja i namjere zaštite okoliša. Autor (2000) također dodatno navodi još tri podvrste ekološkog ponašanja. Prva je klimatski aktivizam, odnosno aktivno sudjelovanje u organizacijama i demonstracijama. Druga su vrsta neaktivistička ponašanja u javnoj sferi, odnosno ekološko građanstvo ili podrška javnim politikama. Treća je podvrsta ekološko ponašanje u privatnoj sferi, tj. kupnja, korištenje i zbrinjavanje predmeta koji utječu na okoliš. Unutar posljednje podvrste ističu se sva druga ponašanja koja su značajna za okoliš, odnosno sistemski utjecaji kroz organizacije. Stern (2000) naglašava kako se klimatski aktivizam značajno razlikuje od drugih vrsta aktivizma zbog svoje aktivne mjere zaštite okoliša. Iako aktivisti samo neizravno utječu na ekološke probleme, putem utjecaja na javnu politiku, njihov utjecaj može također postići značajnu relevantnost doprinoseći promjeni ponašanja drugih pojedinaca i institucija.

U svojoj knjizi „Climate activism“ (2022) autorice Skoglund i Bohm pokazuju kako se klimatski aktivizam ulaskom u društvenu i političku sferu promijenio i proširio na sve sektore društva – od političkih aktera preko korporacija i organizacija pa do pojedinca. Uvodeći zakone koji njeguju zaštitu okoliša i klime, većina korporacija morala je promijeniti svoje poslovanje, kao i pojedinac, koji je morao promijeniti svoj način života. Skoglund i Bohm (2022) opisuju kako se klimatski aktivizam uvukao u poslovanje korporacija. Govore kako se tvrtke i njihovi direktori uključuju u političke aktivnosti unutar zaštite okoliša iz političkih, etičkih i ideoloških uvjerenja, ali i zbog financijskih interesa. Uz lobiranje, korporacije se bave i društvenim i političkim pitanjima kroz korporativnu odgovornost i upravljanje, što uključuje i strategije za poboljšanje njihove reputacije i odgovornosti. Unutar knjige spominje se pojam „politička društvena odgovornost“, koju tvrtke i korporacije koriste kako bi potrošaču dale do znanja da obavljaju svoju društvenu odgovornost u području zaštite okoliša i klime.

Rootes (1999) ističe kako je institucionalizacija ekološkog aktivizma doista napredovala, osobito kao odgovor na nove prilike koje su stvorile političke elite na europskoj i nacionalnoj razini. Autor naglašava kako je pitanje okoliša unutar politike postao popularni sukob i stalna tema. Zbog posljedica prošloga i sadašnjega ekološkog degradiranja za ljudsko zdravlje, kao i za bioraznolikost, Rootes (1999) upućuje kako je sve očitiji gospodarski razvoj koji utječe na akcije zaštite okoliša. Povećanje ljudskoga znanja i produbljivanje razumijevanja

ekoloških i društvenih procesa čine prošle pogreške vidljivijima i razumljivijima, ali istovremeno potiču vjerovanje da su preventivne i popravne mjere moguće.

Aktivizam se također razvija unutar poslovnoga svijeta, gdje tvrtke surađuju s nevladinim organizacijama i društvenim pokretima kako bi rješavale globalne probleme. Primjeri uključuju Greenpeaceove kampanje protiv Lego-Shell partnerstva i WWF-ov Green Office program (Skoglund i Bohm, 2022). Također, osim korporacija i organizacija kao dionika društva, autorice (2022) navode i utjecaj aktivizma na zajednice. S tim na umu uvode koncept epistemološke zajednice koji pomaže razumjeti kako se znanje proizvodi i primjenjuje u aktivizmu te kako se stvaraju kolektivne akcije. Pokreti unutar zajednica koji podržavaju klimatski aktivizam fokusiraju se na širenje znanstvenih činjenica o klimatskim promjenama. Cilj je stvoriti promjenu u ponašanju kroz novostečeno znanje i kolektivnu akciju. Koncept „epistemološke zajednice“ povezuje aktiviste, tvrtke i državu u zajednički cilj borbe protiv klimatskih promjena.

Taj koncept pomaže razumjeti kako se znanje upotrebljava za poticanje etičkih i kolektivnih akcija. Aktivisti, tvrtke i država zajedno rade na obrazovnim procesima i etičkom promišljanju kako bi unaprijedili klimatski aktivizam i zajedničke napore za održivu budućnost. Stečene informacije prelaze granice i potiču ljude na djelovanje zbog hitnosti klimatske krize. Ljudi sve više prepoznaju potrebu za akcijom zbog naglaska na materijalne učinke klimatskih promjena. Jedno od tehnoloških rješenja koje se obrađuje jesu obnovljivi izvori energije. Kreirani su u suradnji politike, korporacija i društva kao moguće rješenje za suvremeni klimatski aktivizam, fokusirajući se na stvaranje zajedništva u potrazi za sve zelenijom budućnošću (Skoglund i Bohm, 2022).

4.1 Pokret „Fridays For Future“

Godine 2018. petnaestogodišnja Greta Thunberg potaknuta negativnim utjecajima klimatskih promjena i spoznajom kako one utječu na sadašnjost, a i budućnost okoliša odlučila je za vrijeme školskoga sata sjesti ispred švedskoga parlamenta. Svojim djelovanjem potaknula je svijest kolega iz razreda, pa kasnije i kolega iz škole, o važnosti klimatske krize. Nakon nekoliko dana i kolege iz škole odlučili su pridružiti se njezinu protestu ispred švedskoga parlamenta. Njihovi protesti prema vlastima koje ne shvaćaju važnost klimatskih promjena, a itekako utječe na budućnosti današnjih i nadolazećih generacija prerasli su u globalni pokret mladih pod nazivom „Fridays For Future“ (FFF), gdje su djeca i mladi diljem svijeta prosvjedovali svakoga petka, simboličnim izostajanjem iz škole, zahtijevajući od političara djelovanje protiv klimatskih promjena kako bi osigurali održivu budućnost.

Tisuće prosvjednika okupljalo se svakoga tjedan ispred švedskoga parlamenta, a kasnije su i milijuni počeli sudjelovati na globalno koordiniranim događajima. Veličina njihovih prosvjeda uspjela je staviti klimatske promjene u središte političkih rasprava, posebno tijekom izbora za Europski parlament u svibnju 2019. i Globalnog klimatskog akcijskog samita u New Yorku u rujnu 2019. Klimatske promjene postale su ključna tema javnih rasprava zahvaljujući mladima koje su političari dugo zanemarivali (Marquardt, 2020).

Greta Thunberg postala je zaštitno lice jedne nove generacije mladih diljem svijeta koji se bore za svoju budućnost pod okriljem FFF pokreta. Mladi preko pokreta ističu rasprave o hitnosti rješavanja klimatske krize i imaju potencijal pokrenuti dublje rasprave o društvenim, ekonomskim i političkim promjenama. Frustracija zbog sporog odgovora na klimatske promjene potaknula je stotine tisuća mladih ljudi na prosvjede. Aktivisti zahtijevaju provedbu Pariškoga sporazuma i povezuju svoje zahtjeve s radikalnim promjenama u društvu, izazivajući političare i tražeći promjene u globalnim klimatskih zakonima (Marquardt, 2020).

Postavši lice zaštite protiv klimatskih promjena, Greta Thunberg pozvana je održati svoje govore ispred skupa Ujedinjenih naroda, Europske unije i Svjetskog ekonomskog foruma. Svojih jedanaest govora trajno je zabilježila u knjizi koja je izašla 2019. godine pod nazivom „No One Is Too Small to Make a Difference“. U knjizi se nalazi i njezin najpoznatiji govor, „Our House Is on Fire“, koji je održala ispred Svjetskog ekonomskog foruma i u kojemu opisuje utjecaj globalnoga zatopljenja i klimatske krize te upozorava kako „propadamo, ali još uvijek imamo vremena preokrenuti sve. Još uvijek možemo to popraviti. Sve je još uvijek u našim rukama. (...) Rješavanje klimatske krize najveći je i najsloženiji izazov s kojim se Homo sapiens ikada suočio. Glavno rješenje, međutim, toliko je jednostavno da ga čak i malo dijete može razumjeti“ (Thunberg, 2019: 17).

Aktivisti unutar pokreta FFF zajedno dijele uvjerenja o potrebi radikalnih radnji kako bi došlo do smanjenja globalne emisije ugljika i kako bi se time spriječilo daljnje globalno zagrijavanje, a ujedno i klimatske promjene (fridaysforfuture.org, 2019). S njihovim stavovima slažu se i klimatski znanstvenici (Hagedorn i dr., 2021), koji se potvrdili značajne učinke stakleničkih plinova uzrokovanih ljudskim emisijama na klimu. Ujedno upozoravaju kako će povišenje temperature, ako se ne implementiraju drastične mjere, nastaviti rasti, a to će imati značajne učinke na budućnost, geografski krajolik i ekosustav (P. G. Harris, 2013, prema Hagedorn i dr., 2021).

Kao što je i ranije spomenuto, glavna diskurzivna praksa FFF-a jest izostajanje iz škole, što ukazuje na to kako mladi unutar pokreta smatraju sebe dionicima Grassroots¹ pokreta. Ti pokreti podrazumijevanju civilno građanstvo, običan puk koji svojim radikalnim djelovanjem želi uputiti osobama na vlasti poruku kako treba doći do promjene. Iako takve tvrdnje možda ne odgovaraju uvijek stvarnim karakteristikama, Zajaka i dr. (2019, prema Maier, 2019) napravili su istraživanje FFF pokreta i potvrdili mladu dob prosvjednika. Prema njihovu istraživanju, prosječna dob prosvjednika jest 25,8 godina, u koju spada većina od 52,8 %, a nekolicina ostalih prosvjednika ima između 14 i 19 godina. Nadalje, unutar istraživanja pružaju i uvid o sociodemografskim obilježjima prosvjednika pokreta FFF. Prema podacima, 55,6 % prosvjednika steklo je ili će steći maturu, dok je 31,4 % na sveučilištu ili ima sveučilišnu diplomu. Samo 7,1 % prosvjednika ima nižu razinu obrazovanja. U većinu prosvjednika spadaju žene, njih 57,6 %, što je, kako ističu autori (Zajaka i dr., 2019, prema Maier, 2019), neuobičajeno u usporedbi s ostalim društvenim pokretima, izuzev pokreta za rodnu ravnopravnost.

Pokret FFF, s obzirom na to da zahvaća globalno pitanje Zemlje koje se tiče svih ljudi koji žive na njoj, postao je jedan od najvećih transnacionalnih pokreta. Prema njihovoj službenoj stranici, zahvatio je više od 125 zemalja i preko dvije tisuće gradova diljem svijeta (fridaysforfuture.org, 2019). Tome u prilog idu i podaci o velikom postotku mladih koji komuniciraju preko *online* kanala, što im je omogućilo da prosvjede s *offline* sfere prebace u *online* sferu. Nešto manje od godinu dana nakon što je FFF pokret uzeo maha svijet je zahvatila pandemija poznatija kao COVID-19. Mladi prosvjednici razvojem tehnologije domišljato su se snašli i prosvjedovali su diljem svijeta putem *online* mreža. Više nije bilo potrebe da se nalaze na ulicama ili ispred važnih institucija ili u jednoj državi u jednom gradu; sada su pomoću društvenih mreža svi mogli *online* iskazati svoju podršku FFF pokretu. Na samom početku osnivanja FFF pokreta brojili su 200 nacionalnih FFF kanala na društvenim mrežama s preko 20 milijuna pratitelja (fridaysforfuture.org, 2019). Nakon završetka pandemije mladi su svoje kampanje vratili u *offline* svijet, paralelno održavajući i onaj *online*, skupivši tako više komunikacijskih kanala, a ujedno i više publike i reakcija.

4.2 Pokret „Petkom za budućnost“

Unutar hrvatskih granica, ako je suditi prema autorima Baloban i dr. (1999), manje je popularno izaći na ulice i prosvjedovati ili obnašati neki drugi oblik aktivizma u usporedbi s

¹ *Grassroots* – prevedeno s engleskoga označava teren, osnovu.

drugim europskim državama. Prema njihovim navodima, Hrvatska je mlada država s velikim utjecajem postsocijalističkoga naslijeđa, što se ogleda u slaboj mobilizaciji građana za društveno i političko djelovanje u usporedbi s drugim europskih državama. Istoimeni autori (1999) ističu kako podaci istraživanja European Values Study pokazuju nizak angažman građana u aktivizmu, volontiranju i glasanju, neovisno o generacijama u Hrvatskoj, a za mlađu populaciju posebno ističu kako ih brinu više materijalistička pitanja, poput niskoga životnog standarda i nezaposlenosti, a ne postmaterijalistička pitanja. Baloban i dr. (1999) naglašavaju kako se to može pripisati socijalističkom naslijeđu, postratnoj retradicionalizaciji društva i ekonomskoj krizi koja je zahvatila svijet 2008. godine. Ančić i dr. (2016, prema Ivanović i dr., 2022) također ističu istraživanje koje pokazuje kako se hrvatski građani ocjenjuju niže od prosjeka EU-a u pogledu zabrinutosti za klimatske promjene. Neaktivnost građana najčešće se pripisuje naslijeđenom nedostatku obrazovanja o takvim temama, procesu retradicionalizacije i općem osjećaju uzaludnosti društvenih akcija.

Unatoč niskoj razini aktivizma i zabrinutosti za klimatske promjene, „Fridays For Future“ (FFF) pokret ipak je zaživio u Hrvatskoj tijekom 2019. godine pod nazivom „Petkom za budućnost“. Srednjoškolci su počeli otvarati profile na društvenim mrežama poput Facebooka i Instagrama koji danas imaju 3002 odnosno 2133 pratitelja. Njihovi glavni motivi u skladu su s općim ciljevima globalnoga FFF pokreta, ali su također usmjereni i na lokalna pitanja, poput suša, poplava i promjena temperature u Hrvatskoj. Mladi su preko društvenih mreža uspjeli mobilizirati i druge srednjoškolce, pa je tako najveći štrajk koji se odvio u Zagrebu okupio do 2000 učenika s još stotinjak u šest drugih gradova diljem zemlje (Ivanović i dr., 2022). Njihove akcije pretežito nisu bile radikalne, osim jedne javne izvedbe s lijesom ispred zgrade Vlade 2019. godine, kada su demonstrativno prikazali kako su im trenutne političke vlasti ubile budućnost.

Hrvatski srednjoškolci unutar svojih ključnih ciljeva sastavili su dokument s osam klimatskih zahtjeva hrvatskim političkim tijelima, odnosno Vladi i Saboru: 1) javno priznanje klimatskih promjena kao egzistencijalne opasnosti; 2) smanjenje emisija stakleničkih plinova; 3) osnivanje interdisciplinarne Klimatske komisije; 4) zaustavljanje fosilnih projekata i ulaganje u obnovljive izvore; 5) zabrana plastike; 6) zabrana prodaje vozila na fosilna goriva i poticaji za električna vozila i javni prijevoz; 7) kvalitetno gospodarenje otpadom; 8) uvođenje obrazovanja o klimatskim promjenama u škole (Ivanović i dr., 2022).

Osim prosvjeda, srednjoškolci su bili aktivni i na društvenim mrežama i sudjelovali su na javnim panelima klimatskih tematika te su organizirali brojne akcije poput sadnje drveća ili

čišćenja. Prosvjedi su se od 2019. godine nastavili svakoga petka, ali su dolaskom COVID-19 pandemije počeli opadati. Unatoč tome, srednjoškolci u Hrvatskoj dobili su javnu podršku ministara obrazovanja i okoliša, slavnih osoba, medija, nevladinih organizacija (posebno zelenih) i premijera, koji je službeno razgovarao s predstavnicima (Ivanović i dr., 2022).

5. CILJEVI I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Ovaj rad nastoji istražiti pokret „Fridays For Future“ kao novu kampanju u području klimatskog aktivizma, koju posebno potiču mladi, s obzirom na literaturu koja se bavi političkom participacijom mladih kroz ključne aspekte digitalnog aktivizma. Važnost ovoga istraživanja proizlazi iz spoznaje da mladi sve manje sudjeluju u tradicionalnoj političkoj areni, no pokazalo se da pitanja okoliša, klime i budućnosti prirode mogu motivirati mlade na aktivno sudjelovanje. Istraživanje također ima za cilj analizirati kako se globalni pokret „Fridays For Future“ odražava na društvenim mrežama u hrvatskom kontekstu, pružajući konkretan primjer kako se ekološke akcije primjenjuju na digitalnim platformama u Hrvatskoj. Fokus istraživanja bit će na sadržaju koji se nalazi na službenim stranicama ovoga pokreta te na koji način takav sadržaj uspijeva mobilizirati velik broj mladih.

5.1 Metodologija

Istraživačka metoda korištena u ovom istraživanju jest analiza sadržaja. Upravo je takav tip analize specifičan istraživački pristup koji se nerijetko rabi prilikom istraživanja društvenih mreža. Prema autorici Lamzi Posavec, u širem kontekstu analiza sadržaja obuhvaća „postupak proučavanja i raščlanjivanja nekog pisanog ili slikovnog materijala kojim se nastoje uočiti neke osobine odnosno poruke toga sadržaja“ (2004: 171).

Istraživačka metoda analiza sadržaja ima dvije osnovne vrste, a to su kvalitativna i kvantitativna analiza. Kvalitativna analiza temelji se na subjektivnom vrednovanju, bez strogo definiranih metodoloških kriterija. Kod takve analize naglasak je na prisutnosti određenih svojstava, a ne na njihovoj učestalosti. S druge strane kvantitativna analiza je sustavna i objektivna metoda koja mjeri učestalost određenih svojstava u sadržaju. Prema Lamza Posavec (2004:171) cilj kvantitativne analize je kvantificirati određene osobine i dobiti precizne pokazatelje, bez subjektivnih ocjena. Kako navodi autorica (2004:171) „kvantitativna analiza sadržaja je objektivizirana metoda koja omogućava da se određene kvalitativne osobine tekstualnog ili vizualnog materijala izraze u kvantitativnim pokazateljima“. U ovom istraživanju, s obzirom na to da mjerimo učestalost određenih tema na Instagram profilu,

korištena je upravo kvantitativna analiza. S takvim pristupom u istraživanju nastoje se zabilježiti podobne i obuhvatne informacije o obilježjima objava na odabranim Instagram profilima pokreta „Fridays For Future“.

Kako bi se precizno definiralo koji će se dijelovi sadržaja unutar obuhvaćenog uzorka analizirati, potrebno je definirati jedinicu analize predmeta proučavanja. Unutar ovoga istraživanja jedinica analize bila je objava na Instagram profilu podružnice Hrvatska i globalnom, odnosno službenom profilu pokreta „Fridays For Future“. Istraživanje prodire u sferu digitalnog aktivizma i zbog toga je ključno analizirati sadržaj na digitalnim platformama, a prema izvješću Morning Consulta (2024), YouTube je najčešće korištena platforma među mladima, s više od 80 % onih koji svoje vrijeme troše na aplikaciju. Na drugom je mjestu Instagram sa 75 %, a slijede ga Tik Tok sa 69 % i Snapchat sa 63 % korisnika među mladima. S obzirom na to da Hrvatska podružnica pokreta „Fridays For Future“ nema profil na YouTubeu, u ovom istraživanju društvena platforma analize jest Instagram.

Radi što boljšega uvida u pokret FFF u Hrvatskoj, hrvatski Instagram profil istraživanjem je uspoređen s globalnim, odnosno službenim Instagram profilom FFF. Hrvatski profil pokreta FFF na aplikaciji Instagram nosi ime `fff_croatia` i trenutno broji 290 objava s 2133 pratitelja. Službeni Instagram profil FFF zove se `FridaysForFuture` i trenutno ima 723 objave s 455 tisuća pratitelja. Prva objava hrvatskoga profila osvanula je 10. ožujka 2019. godine, a službeni profil pokreta FFF objavio ju je dan ranije, 9. ožujka 2019. godine. Prilikom pogleda na posljednju objavu vidimo kako je hrvatski profil FFF prestao s objavljivanjem u 2023. godini i trenutno nije aktivan, dok službeni profil pokreta FFF i dalje u 2024. godini objavljuje nove objave. S obzirom na vidnu razliku u objavama, unutar istraživanja analizirane su sve objave hrvatskoga profila pokreta FFF, a kod globalnoga pokreta FFF napravljen je uzorak analizirajući svaku drugu objavu, što znači da su u analizirane 364 objave.

U ovom istraživanju kvantitativna analiza sadržaja provedena je korištenjem analitičke matrice s nekoliko ključnih tematskih kategorija i 41 pitanjem. Matrica je podijeljena u pet tematskih kategorija koje su obuhvatile najčešće objavljivane teme na odabranim Instagram profilima. Odabrana metodologija omogućila je usporedbu rezultata analize sadržaja profila na društvenim mrežama, fokusirajući se na otkrivanje dominantnih tema objava u uzorku, vrijednosnu orijentaciju pokreta „Fridays For Future“ te na njegove ključne aktere. Podaci su prikupljeni na odabranom uzorku, kodirani i obrađeni u SPSS-u.

Definirano je nekoliko ključnih hipoteza koje se ovim istraživanjem nastoje potvrditi ili opovrgnuti, a one glase:

H1: Sadržaj objava na Instagram profilima FridaysForFuture i fff_croatia koji mlade prikazuju kao žrtve i izravno se na mlade stavlja odgovornost o ishodu budućnosti privlače najviše angažmana publike (lajkova, komentara, dijeljenja).

H2: Sadržaj objava na Instagram profilima FridaysForFuture i fff_croatia koji pruža edukacijske informacije ili zadire u politička pitanja ima najmanji angažman publike (lajkova, komentara, dijeljenja).

H3: Na Instagram profilima FridaysForFuture i fff_croatia najmanje su zastupljene objave koje zadiru u političku sferu (objave u kojima se predlažu novi zakoni na području ekologije ili prikazivanje nezadovoljstva trenutnim zakonima).

H4: Na Instagram profilima FridaysForFuture i fff_croatia najviše su zastupljene objave u kojima je prikazana uništena priroda i bioraznolikost, kao i tmurna budućnost prirode, gdje sve što je nekad bilo živo i bogato sada izgleda uništeno i tragično.

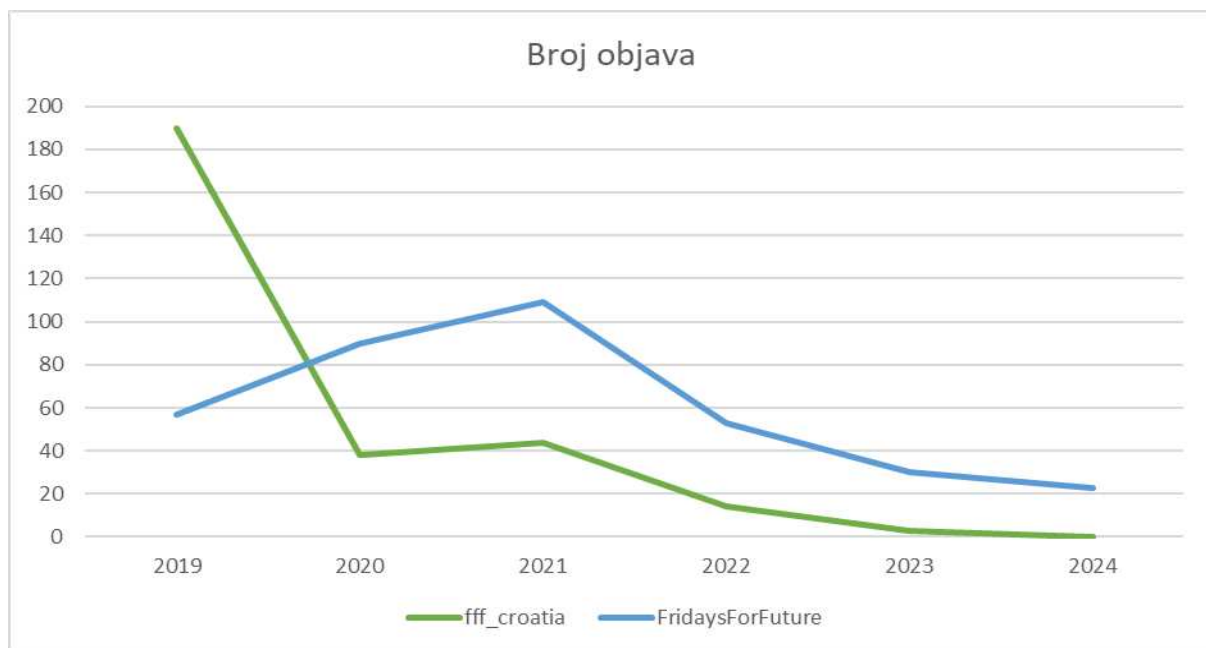
5.2 Rezultati istraživanja

Unutar analize sadržaja objava na Instagram profilima FridaysForFuture i fff_croatia korištena je analitička matrica koja je, radi lakše kategorizacije rezultata, podijeljena u pet kategorija. Prva kategorija obuhvaća strukturu objave i otkriva rezultate o formatu objave, o angažmanu publike te koliko često korisnik objavljuje sadržaj na profilu. „Fridays For Future“ pokret svoju prekretnicu ostvaruje 2019. godine, kada švedski školski štrajk protiv klimatskih promjena, vođen Gretom Thunberg, briše granice i ulazi u globalne sfere. S obzirom na to, ne čudi kako je unutar istraživanja dobiven podatak da službeni globalni profil pokreta „Fridays For Future“ i profil podružnice u Hrvatskoj svoju prvu objavu objavljuju upravo 2019. godine. Prema dobivenim rezultatima, profil fff_croatia te godine bilježi najveći broj objava koji godinama kasnije znatno opada. Oni su u 2019. godini objavili 190 objava, a godinu nakon šesterostruko manje, njih 38. Pad broja objava zadržao se do 2023. godine, kada su objavili samo 3 objave uključujući i zadnju objavu, koja je objavljena 17. veljače 2023. godine. Prema tim podacima vidljivo je kako hrvatski profil pokreta FFF više nije aktivan, a zainteresiranost za objavljivanje, izgleda, trajao je samo godinu dana, kada je i pokret FFF postao globalan.

Usporedno s tim, službeni Instagram profil pokreta FFF i dalje je aktivan i prema podacima, administratori FridaysForFuture učestalo objavljuju sadržaj na svom Instagram profilu. Istraživanje je otkrilo kako je FridaysForFuture profil imao manje objava u 2019.

godini od hrvatskoga profila. Oni bilježe znatan rast objava u 2021. godini. Možemo pretpostaviti da je razlog tomu i globalna pandemija uzrokovana pandemijom COVID-19, koja je *offline* aktivnosti prebacila u *online* sfere. Nakon skoka u objavama 2021. godine, oni također u narednim godinama bilježe pad objava, no ne prestaju s objavljivanjem, pa tako 2023. godine imaju 30 objava. Uzmemo li u obzir da je istraživanje obuhvatilo svaku drugu objavu, konačna brojka bila bi 60 objava. U 2024. godini do svibnja (kada je napravljena analiza), FridaysForFuture profil bilježi 23, odnosno 46 objava.

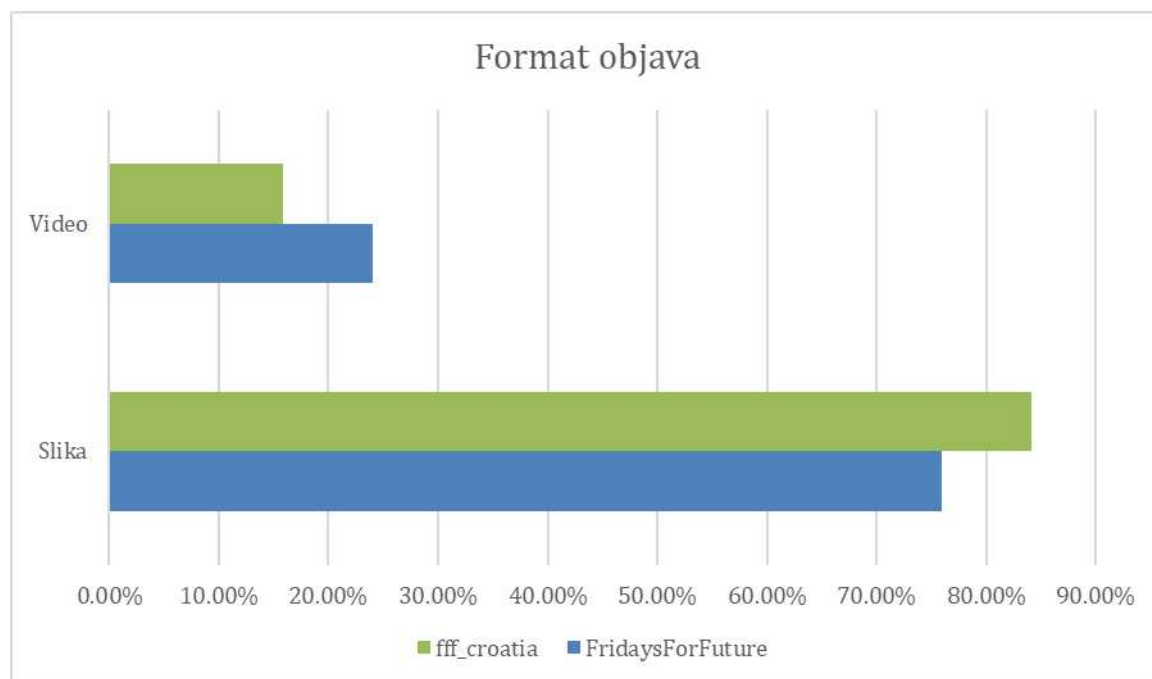
Grafikon 1. Broj objava na Instagram profilima fff_croatia i FridaysForFuture, 2019. – 2024. godine



Izvor: autorica

Instagram aplikacija od početka lansiranja na tržište 2010. godine ima opciju objavljivanja objava u formatu slike ili videouratka. Drastični preokret u objavljivanju videouradaka nastaje 2020. godine kada, prema Variety portalu (2020), ažuriraju aplikaciju i dodaju opciju Reels objava. Kako bi bili u toku s TikTocom, tom opcijom potiču na sve češću objavu videozapisa i korisnike Instagrama. Iako video, kreiranjem Reelsa postaje sve popularniji i učestaliji, u oba analizirana profila slike se i dalje nalaze na više objava. Na hrvatskom profilu 84 % objava otpada na slike, a 16 % objava ima u formatu videozapisa. Također, kod službenog profila slike su više zastupljenije, pa tako imamo - 76 % slika, a 24 % videozapisa.

Grafikon 2. Format objava na Instagram profilima fff_croatia i FridaysForFuture

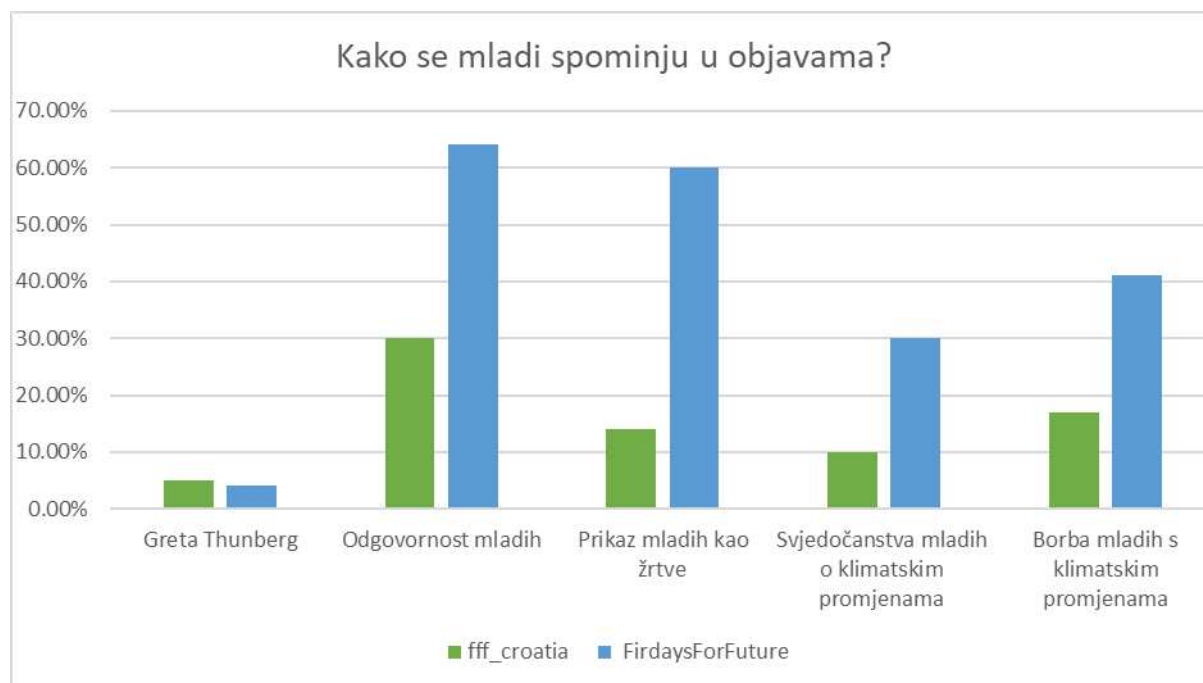


Izvor: autorica

Načela FFF pokreta govore kako je to pokret koji su pokrenule i koji predvode mlađe generacije te zbog toga druga kategorija istraživanja analizira na koji se način mladi spominju i prikazuju na društvenim mrežama pokreta FFF. Najviše objava na službenom profilu pokreta FFF osvrće se na odgovornost mladih i prikaz mladih kao žrtava. Objave na profilima upućuju na to kako se rješenje problema s klimatskim promjenama krije upravo u djelovanju mlađih generacija. Objave poput: „Na nama svijet ostaje“; „Mi smo ti koji moramo riješiti probleme starijih generacija“; „Ako ne djelujemo sada, nama i našoj djeci nema budućnosti“; „Budimo odgovorniji“; „Naša budućnost ovisi o nama“ na službenom profilu pokreta FFF najviše spominju mlade. Objave koje spominju odgovornost mladih zastupljene su u 64,4 % slučajeva, a objave koje prikazuju mlade kao žrtve u 60,5 % svih analiziranih objava. Na hrvatskom profilu odgovornost mladih spominje se u manjoj mjeri nego na službenom profilu FridaysForFuture, ali i dalje kada se spominju mladi najviše objava ističe odgovornost. Na profilu fff_croatia objave u kojima se spominje odgovornost mladih otpada 30,1 %, a na objave koje prikazuju mlade kao žrtve 14,5 %. Prikazuju se još i svjedočanstva mladih o klimatskim promjenama i njihova borba protiv njih. Objave ilustriraju na koje se sve načine mladi bore protiv klimatskih promjena. Važno je još istaknuti objave u kojima se spominje ili prikazuje Gretu Thunberg kao zaštitno lice FFF pokreta, ujedno i mladu aktivisticu. Na hrvatskom profilu

ona se spominje u 5,2 % slučajeva, a na službenom profilu FridaysForFuture spominje se u svega 4,1 % objava.

Grafikon 3. Na koje se načine mladi spominju u objavama Instagram profila fff_croatia i FridaysForFuture



Izvor: autorica

Treća kategorija analitičke matrice istraživanja jest i najopsežnija kategorija unutar njega. Ona analizom pokušava pokriti sve zastupljene teme koje se nalaze na objavama profila FridaysForFuture i fff_croatia. Tema na službenim stranicama FFF pokreta koja je vidno najzastupljenija jest međunarodni utjecaj pokreta. Ta tema pokriva objave koje prikazuju globalnu zastupljenost FFF pokreta. Međunarodni utjecaj pokreta nalazi se u 64,4 % objava, dok se na hrvatskom profilu ista tema pronalazi u svega 8,3 % objava. U Hrvatskoj, najzastupljenija tema jest ona koja prikazuje trenutno stanje u prirodi. Videozapisi, slike i ilustracije prirode, kako ona izgleda danas, zauzimaju 42,6 % objava. Na službenim stranicama FFF pokreta takvih objava ima u nešto manjoj mjeri: 35,9 % objava. Ni u jednoj temi na profilima FridaysForFuture i fff_croatia nema podudaranja zastupljenosti među objavama, ali jedino kod objava koje pozivaju korisnike na akciju bilježe se nešto manja odstupanja od ostalih tema. Sadržaj koji poziva korisnike na djelovanje na službenim stranicama FFF pokreta nalazi se u 48,9 % objava, a u Hrvatskoj u 37,4 % objava.

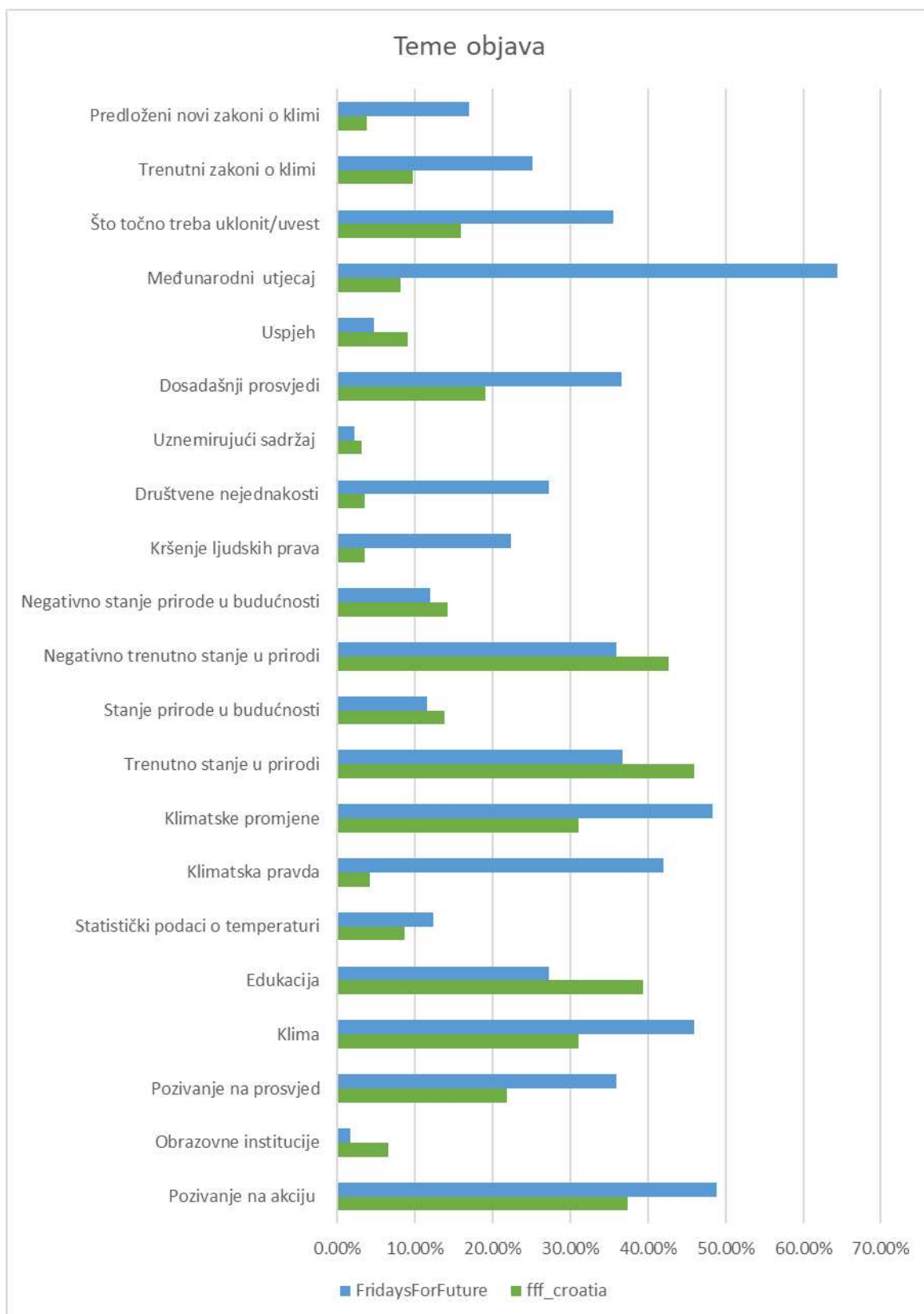
Najveća odstupanja unutar zastupljenih tema na Instagram profilima bilježe se u objavama koje spominju klimatsku pravdu, predlažu nove zakone o klimi i kršenje ljudskih prava. Klimatska pravda na hrvatskom profilu spominje se u 4,2 %, a na službenom u 42 % objava. Objave u kojima se prikazuje ili spominje kršenje ljudskih prava mnogo su zastupljenije na službenom profilu FFF pokreta nego na hrvatskom profilu. FridaysForFuture objave u kojima se spominju ljudska prava i njihovo nepoštivanje zauzimaju 22,4 % sadržaja, a u Hrvatskoj svega 3,5 % sadržaja. Ono što je zanimljivo jest da kršenje ljudskih prava i društvene nejednakosti u većoj mjeri ne prikazuju klimatsku tematiku, nego su više usmjereni na rat, siromaštvo ili druge društvene nejednakosti. Na službenom Instagram profilu FFF pokreta nakon 2022. godine, kada je započela ruska agresija nad Ukrajinom, sve više sadržaja okreće se upravo toj temi, a kasnije i nemiru na Bliskom istoku.

Kada je riječ o temama koje zadiru u političke sfere, poput predlaganja novoga zakona ili spominjanja trenutnih zakona o klimi one su također više zastupljene na službenim stranicama pokreta, nego na hrvatskom profilu. Profil `fff_croatia` bilježi svega 9,7 % objava koje spominju trenutne zakone o klimi, a 3,8 % onih koje predlažu nove. Na službenim stranicama FFF pokreta taj je postotak mnogo veći, pa tako 25,1 % objava spominje trenutne zakone o klimi, a 16,9 % objava predlaže nove. Negativno trenutno i buduće stanje u prirodi više su zastupljene na profilu `fff_croatia` nego na profilu FridaysForFuture. Objave u kojima su prikazane smrtonosne poplave, suše, glad, masovno iseljavanje, siromaštvo itd. nalaze se u 42,6 % objava hrvatskog profila, a na službenom profilu u 35,9 % objava. Također, negativna budućnost prirode koja nas čeka ako ne poduzmemo ništa nalazi se u 14,2 % objava hrvatskoga profila, a 11,9 % u objavama službenoga profila.

Objave s edukacijskim temama jednako tako zastupljenije su na hrvatskom profilu nego na službenom profilu pokreta. Na profilu `fff_croatia` objave u kojima se korisnicima prikazuju znanstvene činjenice o klimi, temperaturi, prirodi pokrivaju 39,4 % sadržaja, a na profilu FridaysForFuture 27,3 % sadržaja. Teme koje su najmanje zastupljene na obama profilima FFF pokreta jesu uznemirujući sadržaji, spominjanje obrazovnih institucija i prikazivanje uspjeha postignutih prosvjedom. Na hrvatskom Instagram profilu pokreta prema podacima istraživanja više je objava u kojima je prikazan uznemirujući sadržaj nego na službenom profilu. Naime, `fff_croatia` ima 3,1 % objava koje prikazuju uznemirujući sadržaj, a FridaysForFuture ima 2,2 % objava. Na stranicama tvrtke YouTube LLC može se pronaći konkretnije određivanje pojma „uznemirujući sadržaj“ u Smjernicama za sadržaj prikladan za oglašivače, a opisuje ga se kao „sadržaj koji bi mogao uznemiriti gledatelje, šokirati ih ili u njima izazvati gađenje“ te takav

„možda nije prikladan za oglašavanje“. Također, na hrvatskom profilu obrazovne institucije spominju se više, u čak 6,6 % objava, a na službenom profilu pokreta FFF spominju se u 1,7 % objava. Uspjeh koji je postignut prosvjedima jednako se tako prikazuje više u objavama hrvatskoga profila nego na službenom profilu. Prema istraživanju, na profilu fff_croatia objava koje prikazuju uspjeh postignut prosvjedima jest 9,0 %, a na profilu FridaysForFuture ih je 4,7 %.

Grafikon 4. Teme objava na Instagram profilima fff_croatia i FridaysForFuture

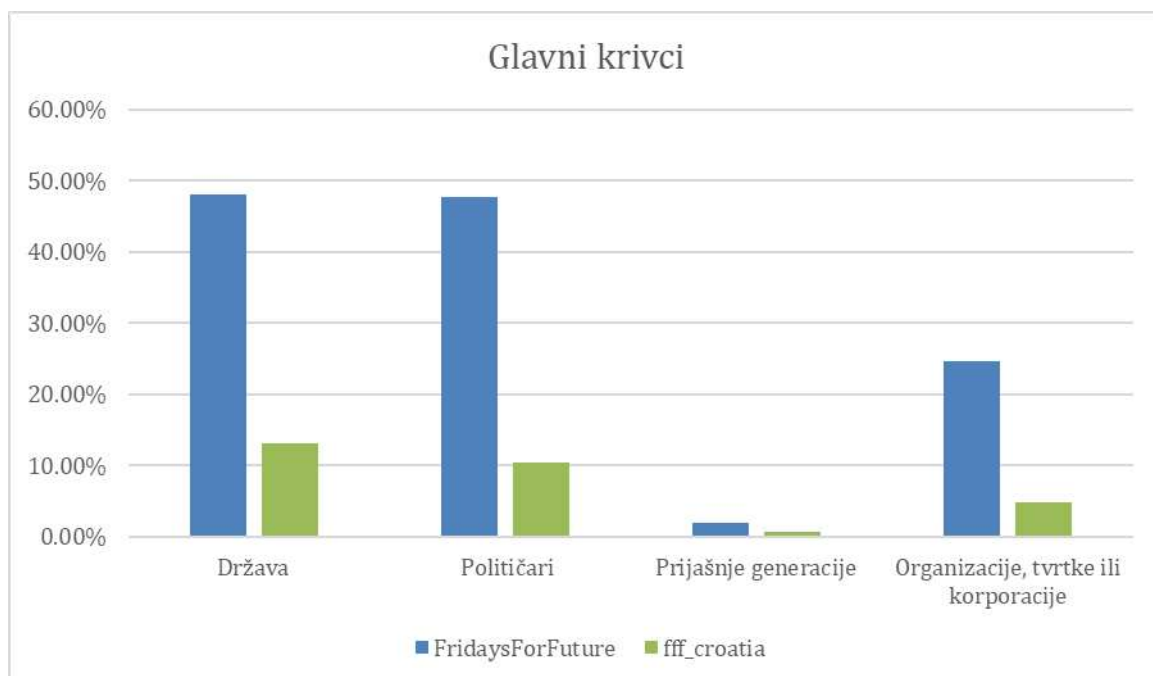


Izvor: autorica

Četvrta kategorija u analitičkoj matrici odnosi se na optuživanje glavnih krivaca za trenutno stanje u prirodi. Naime, kako se cijeli koncept pokreta FFF zasniva na otporu mladih

i temeljen je na mladima koji žele promjenu, u nekim objavama izravno je naznačeno koga smatraju krivcem za trenutnu situaciju za koju se mladi bore i koju žele popraviti. Na službenom Instagram profilu FFF u većoj mjeri zastupljene su objave koje optužuju neke aktere za sadašnju situaciju. Akteri koje FFF globalno spominje jesu država, političari, prijašnje generacije te pojedine organizacije, tvrtke ili korporacije. Krivac koji se najviše spominje u objavama na FridaysForFuture profilu jest država, odnosno u 48,1 % objava točno je naznačeno da država ne poduzima ništa za rješenje trenutne negativne situacije u prirodi. Nešto malo manje, ali i dalje visok postotak zauzimaju političari, najčešće navedeni imenom, koji se u objavama optužuju za negativni utjecaj klimatskih promjena. Na njih odlazi 47,8 % objava službenoga profila FFF pokreta. Usporedno s tim, na hrvatskom profilu država se spominje kao krivac u 13,1 % objava, a političari u 47,8 % objava. Najmanje se u obama profilima spominju prijašnje generacije: na fff_croatia profilu spominju se u 0,7 % objava, a na profilu FridaysForFuture u 1,9 % objava. Važno je još napomenuti kako prema istraživanju profil FridaysForFuture u 24,6 % svojih objava optužuje pojedine organizaciju, tvrtke i korporacije, a fff_croatia samo u 4,8 % svojih objava.

Grafikon 5. Glavni krivci koji se navode u Instagram objavama fff_croatia i FridaysForFuture

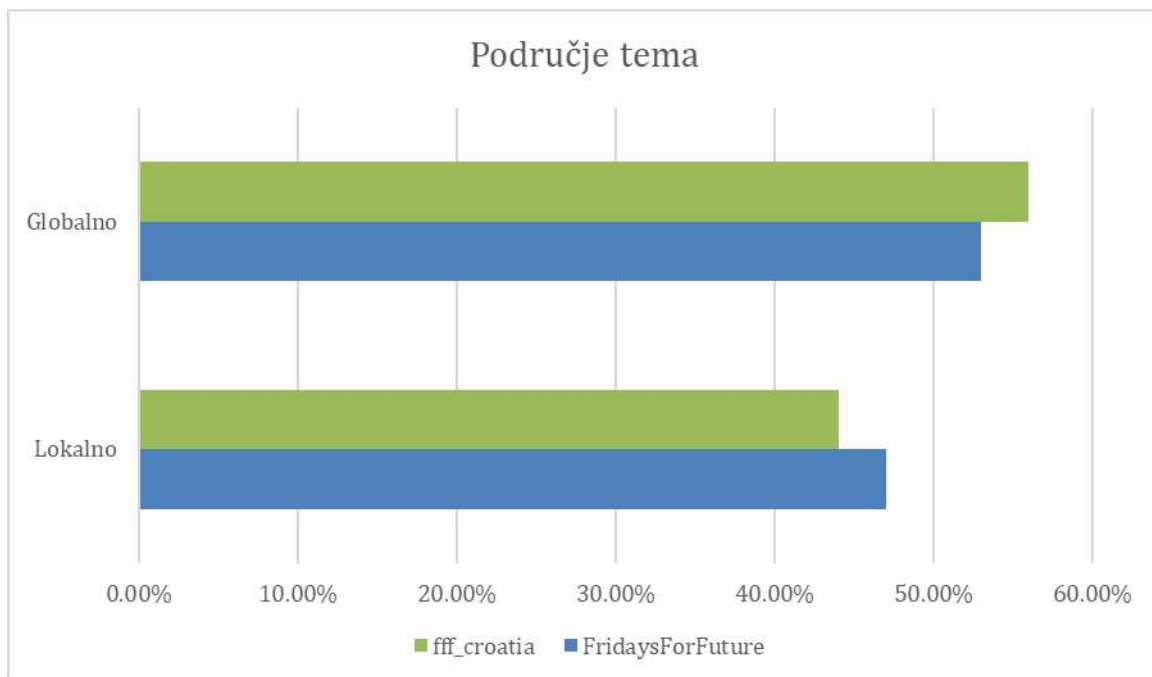


Izvor: autorica

S obzirom na to da je FFF pokret globalan pokret, posljednja kategorija u analitičkoj matrici odnosi se na područje koje obuhvaća teme objava na Instagram profilu fff_croatia i

profilu FridaysForFuture. Pa je tako istraživanjem dobiveno kako hrvatski Instagram profil FFF pokreta u 56 % svojih objava pokriva globalne teme, a u samo 44 % lokalne teme. Kod službenoga profila FFF pokreta nema velikih odstupanja; rezultati su gotovo jednaki. Na profilu FridaysForFuture nalazi se 53 % objava koje pokrivaju globalne teme, a 47 % objava obrađuje lokalne teme.

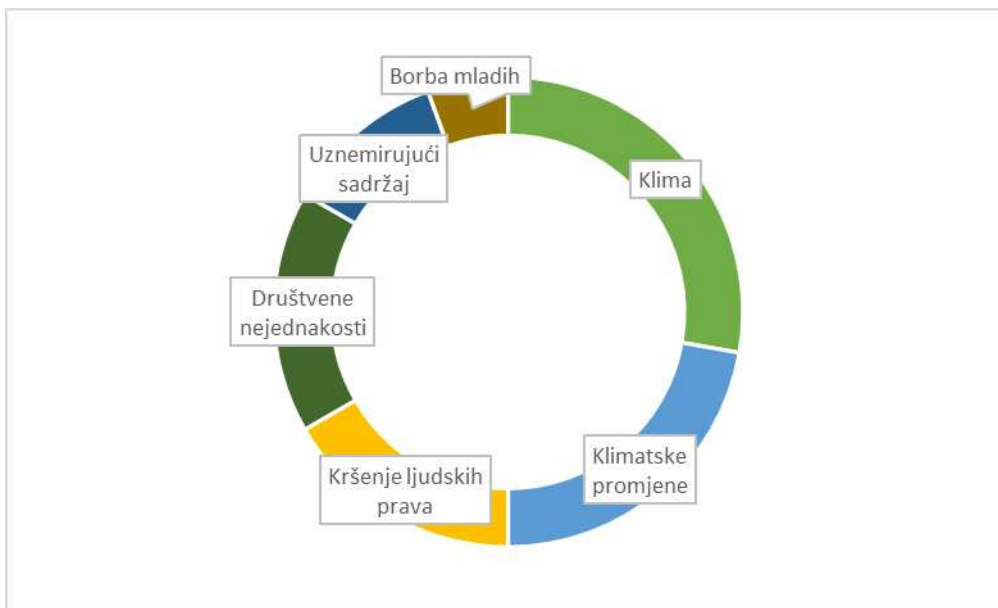
Grafikon 6. Područje tema u Instagram objavama fff_croatia i FridaysForFuture



Izvor: autorica

Uspoređivanjem podataka iz nekoliko različitih kategorija analitičke matrice dobiveni su podaci o temama unutar objava koje imaju najveći i najmanji angažman publike. Za angažman publike korištena je usporedba lajkova na pojedinoj objavi jer je segment komentara unutar oba analizirana profila u većini slučajeva jednak. U prosjeku hrvatski profil FFF na svojim objavama bilježi od 100 do 1000 lajkova; čak 77,2 % objava nalazi se u tom rasponu. Neke ipak prelaze taj prag pa imaju i preko 1000 lajkova. Neke od tih objava prikazuju klimu, spominju klimatske promjene, prikazuju uznemirujući sadržaj, društvene nejednakosti i kršenje ljudskih prava. Može se naći i zanimljiv podatak: da najveći angažman odlazi na društvene nejednakosti i kršenje ljudskih prava koje se u većini objava ne odnose na klimu i klimatske promjene, nego prikazuju druge probleme društva poput rata, siromaštva ili druge društvene nejednakosti. Također, među objavama koje su privukle najviše angažmana na hrvatskom profilu pokreta našle su se i objave koje prikazuju mlade koji se svojim djelovanjem trude smanjiti utjecaj klimatskih promjena.

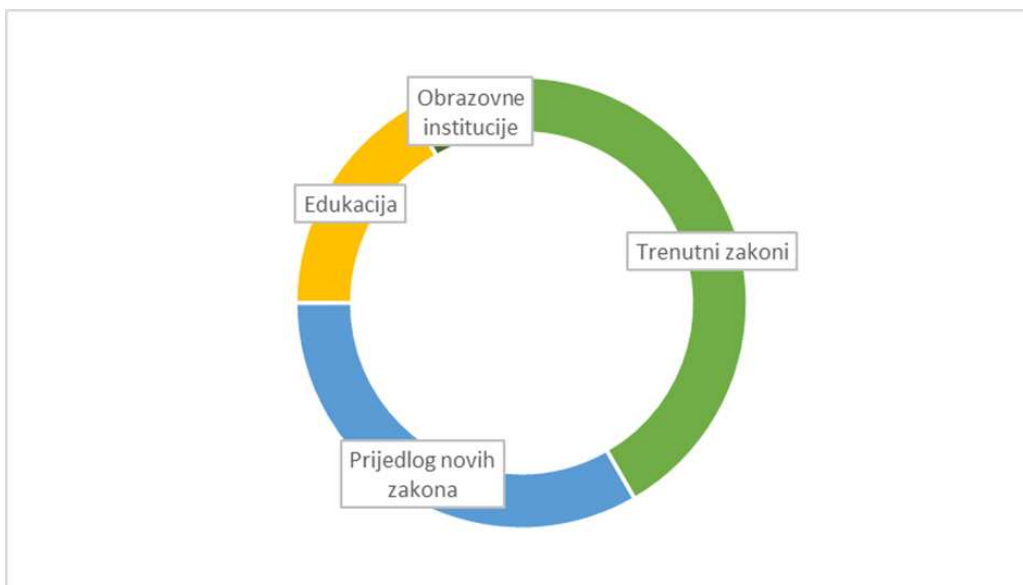
Grafikon 7. Teme objava koje imaju više od 1000 lajkova na Instagram profilu fff_croatia



Izvor: autorica

Među objavama koje su skupile najmanji angažman, odnosno u prosjeku ispod 100 lajkova, jesu objave koje zadiru u političke sfere. Drugim riječima, na objavama se spominju trenutni zakoni na području ekologije, predlažu se novi zakoni te se također prikazuju edukativne informacije i spominju obrazovne institucije.

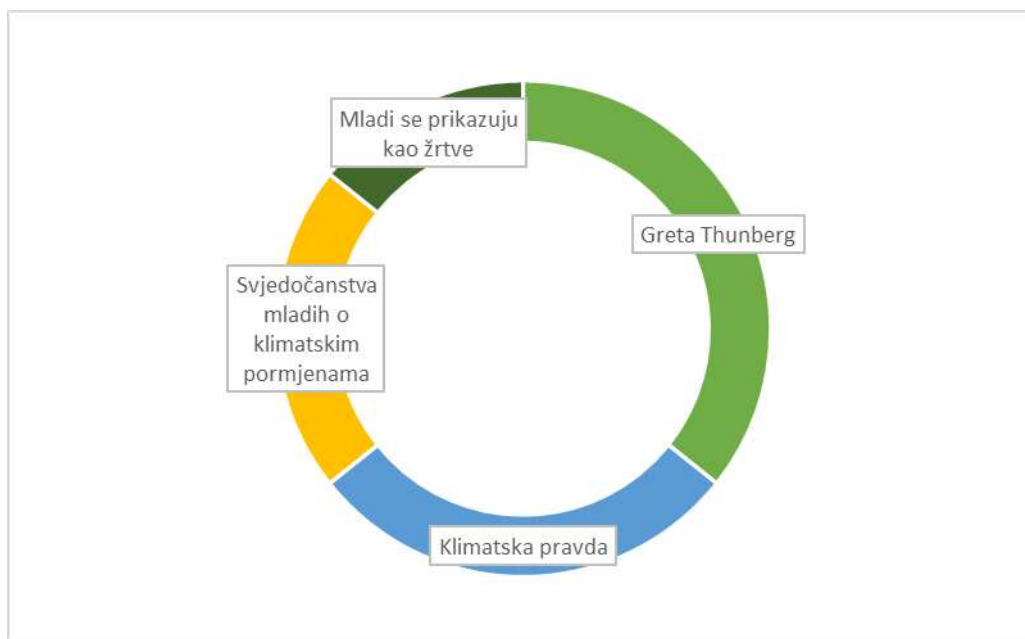
Grafikon 8. Teme objava koji imaju manje od 100 lajkova na Instagram profilu fff_croatia



Izvor: autorica

Usporedno s tim, službeni profil pokreta FFF bilježi znatno veći broj pratitelja, a ujedno i lajkova na objavama. U prosjeku objave na profilu FridaysForFuture broje između 1000 do 5000 lajkova i upravo se većina, odnosno 59,7 % objava, nalazi u tom brojevnom rangu. No također ima objava koje prelaze prosječni rang i broje više od 5000 lajkova, a one prikazuju dosadašnje prosvjede, spominju Gretu Thunberg i klimatsku pravdu. Jednako tako, objave koje imaju više lajkova od prosjeka prikazuju svjedočanstva mladih koji su suočeni s posljedicama klimatskih promjena.

Grafikon 9. Teme objava koje imaju više od 5000 lajkova na Instagram profilu FridaysForFuture



Izvor: autorica

Objave koje se nalaze ispod prosjeka službenoga Instagram profila FFF pokreta, odnosno objave koje broje manje od 1000 lajkova u nekim su temama slične i objavama na hrvatskom profilu. Naime, na toj se listi nalaze objave koje prikazuju edukacijske informacije, trenutno i negativno trenutno stanje u prirodi te objave koje navode što točno treba uvesti ili ukloniti kako bi se smanjio utjecaj klimatskih promjena, a ujedno i poboljšala budućnost.

Grafikon 10. Teme objava koje imaju manje od 1000 lajkova na Instagram profilu FridaysForFuture



Izvor: autorica

6. RASPRAVA

Cilj istraživanja bio je utvrditi obilježja objava na Instagram profilima FridaysForFuture i fff_croatia. S obzirom na to da su unutar digitalnog aktivizma glavne platforme društvene mreže, ovo istraživanje imalo je za cilj analizirati objave na službenom Instagram profilu pokreta FFF i njegove podružnice u Hrvatskoj pod nazivom fff_croatia, te analizom utvrditi koje su teme najzastupljenije, a jednako tako i koje teme privlače najveći angažman publike.

Polazište ovoga istraživanja bile su četiri hipoteze. Prva hipoteza – „Sadržaj objava na Instagram profilima FridaysForFuture i fff_croatia koji mlade prikazuju kao žrtve i izravno se na mlade stavlja odgovornost o ishodu budućnosti privlače najviše angažmana publike (lajkova, komentara, dijeljenja)“ – djelomično je potvrđena. Naime, prema istraživanju, ako se pogleda hrvatski profil FFF pokreta, najveći angažman publike, odnosno najviše lajkova, a lajkovi najčešće podrazumijevaju i više komentara, ostvarile su objave koje pokrivaju teme u kojima se spominju ili ilustrativno prikazuju klima i klimatske promjene. Također, najviše angažmana prikupile su objave koje prikazuju kršenje ljudskih prava i uznemirujući sadržaj. Među temama koje su unutar objava postigle najveći angažman publike jesu teme o klimi i klimatskim promjenama, što i ne čudi s obzirom na njihovu zastupljenost, jer prema podacima, one se nalaze na 40-ak % objava hrvatskoga profila FFF pokreta. No zanimljivo je da su na

hrvatskom profilu veći angažman publike privukle objave koje pokrivaju globalno područje te one koje ukazuju na povredu osnovnih ljudskih prava ili ilustrativno prikazuju sadržaj koji bi mogao uznemiriti gledatelje, šokirati ih ili u njima izazvati gađenje (YouTube, uznemirujući sadržaj). Također, najviše lajkova na Instagram profilu fff_croatia skupile su i objave koje prikazuju aktivnosti mladih koji svojim doprinosom spominju borbu s klimatskim promjenama. To su najčešće objave mladih kako prosvjeduju, odvajaju otpad ili sudjeluju u čišćenju zagađenoga okoliša. Usporedbom s najviše lajkanim objavama službenoga profila FFF pokreta ne vide se podudarnosti, odnosno na profilu FridaysForFuture najviše angažmana privukle su objave koje spominju Gretu Thunberg, klimatsku pravdu, svjedočanstva mladih o utjecaju klimatskih promjena na njihov život i prikaz mladih kao žrtava. Posljednje dvije teme na prvi pogled izgledaju kao da pripadaju u istu kategoriju, no objave koje prikazuju mlade kao žrtve više su od samih svjedočanstava mladih koji dijele svoja iskustva s klimatskim promjenama.

Naime, unutar objava u kojima se mlade prikazuje kao žrtve navode se mladi kao žrtve klimatskih promjena, ali i mladi kao žrtve sustava, kao žrtve postupaka prijašnjih generacija, države i političkih aktera. Upravo taj podatak dobiven istraživanjem djelomično potvrđuje prvu tezu ovoga istraživanja, a to je da se u objavama koje su prikupile najveći angažman publike mogu pronaći i one objave koje prikazuju mlade koji trpe posljedice tuđih odluka. Objave s Gretom Thunberg na službenoj stranici pokreta FFF privukle su iznenađujuće velik angažman publike s obzirom na to da je njihova zastupljenost ispod 10 %. Greta Thunberg kao zaštitno lice, a ujedno i zastupnica pokreta mladih, na globalnim razinama privlači veliku pozornost. Također je zanimljivo kako se klimatska pravda nalazi među najviše lajkanim i relativno najzastupljenijim objavama profila FridaysForFuture, a u Hrvatskoj se takve teme nalaze u najmanje objava. Pretpostavljamo da je to zbog toga što Hrvatska nije razvila izraz „klimatska pravda“, koji je donekle novi izraz i koji su osmislili klimatski aktivisti te ga se ne upotrebljava u svakodnevnom govoru.

Druga hipoteza – „Sadržaj objava na Instagram profilima FridaysForFuture i fff_croatia koji pruža edukacijske informacije ili zadire u politička pitanja ima najmanji angažman publike (lajkova, komentara, dijeljenja)“ – potvrđena je. Naime, i na hrvatskom profilu i na službenom profilu pokreta FFF najmanje lajkova prikupile su objave koje pružaju edukacijske informacije. Također, na profilu fff_croatia vidljivo je i kako su objave koje spominju trenutne ili predlažu nove zakone o klimi prikupile najmanje lajkova korisnika Instagrama. Tu postoje podudaranja unutar dvaju analiziranih profila, odnosno i jednoga i drugoga. Iako su na hrvatskom mnogo

više zastupljene, oko 40 % objava čine one s edukacijskim informacijama, no i dalje su i na jednom i drugom profilu objave koje imaju najmanje lajkova. Usporedno s tim, kod službene stranice pokreta FFF unutar objava koje su privukle najmanje angažmana pronalaze se i objave koje prikazuju trenutno negativno stanje u prirodi, odnosno objave koje prikazuju suše, požare, otopljene ledenjake, poplave ili ekstremne vremenske uvjete i njihov učinak na prirodu danas i prirodu u budućnosti skupile su najmanje lajkova.

Treća hipoteza – „Na Instagram profilima FridaysForFuture i fff_croatia najmanje sadržaja obuhvaćaju objave koje zadiru u političku sferu (objave u kojima se predlažu novi zakoni na području ekologije ili prikazivanje nezadovoljstva trenutnim zakonima)“ – također je donekle potvrđena. Naime, prema istraživanju, na hrvatskom profilu pokreta FFF među temama koje su najmanje zastupljene u objavama nalaze se one koje predlažu nove zakone; u brojkama, one čine 3,8 % objava. No u usporedbi sa službenim profilom pokreta, teme koje zadiru u političke sfere nalaze se među zastupljenijim objavama. Naime, objave koje predlažu nove zakone nalaze se u 16,9 % objava, a teme u kojima se spominju trenutni zakoni nalaze se u 25,1 % objava. Također, na profilu fff_croatia teme u kojima se spominju trenutni zakoni nalaze se u 9,7 % objava. Iako postotak izgleda malen, postoji niz drugih tema koje se nalaze u mnogo manje objava, pa se stoga ne može reći da spominjanje trenutnih zakona pokriva najmanje objava. Na hrvatskom profilu teme koje pokrivaju najmanje objava, prema istraživanju, bile bi one koje prikazuju uznemirujući sadržaj, svega njih 3,1 %, koje krive prijašnje generacije, njih svega 0,7 %, i one koje prikazuju kršenje ljudskih prava, njih svega 3,5 %. Kada se pogledaju podaci službenoga profila FFF pokreta, teme koje su najmanje zastupljene na objavama također su uznemirujući sadržaj, koji se nalazi u 2,2 % objava, spominjanje obrazovnih institucija, koje se nalazi u 1,7 % objava, i uspjeh postignut prosvjedom, koji se nalazi u 4,7 % objava.

Četvrta i posljednja hipoteza – „Na Instagram profilima FridaysForFuture i fff_croatia najviše su zastupljene objave u kojima je prikazana uništena priroda i bioraznolikost, kao i tmurna budućnost prirode, gdje sve što je nekad bilo živo i bogato sada izgleda uništeno i tragično.“ – također je donekle potvrđena. Naime, na profilu fff_croatia najzastupljenije teme u objavama jesu negativno trenutno stanje u prirodi. Trenutno stanje u prirodi nalazi se u 46 %, a negativno trenutno stanje u prirodi nalazi se u 42,6 % objava. U usporedbi s tim objave koje prikazuju negativnu sadašnjost prirode na Instagram profilu FridaysForFuture zastupljene su u 35,9 % objava, što i nije najzastupljenija tema kada se uzme u obzir da su teme poput međunarodnoga utjecaja prosvjeda u 64,4 % objava, klimatske promjene u 48,3 % objava, a

48,9 % objava jest onih koje su posvećene temama pozivanja na akciju. Što se tiče objava koje prikazuju negativnu budućnost, nisu najzastupljenije ni na jednom ni na drugom profilu. Naime, na fff_croatia profilu objava koje prikazuju negativnu budućnost ima 14,2 %, a na profilu FridaysForFuture svega 11,9 %.

Stavljajući analizirane profile u komparaciju možemo vidjeti kako su na službenom Instagram profilu pokreta, osim tema koje prikazuju međunarodni utjecaj, teme koje zadiru u političke sfere puno više zastupljenije nego kod hrvatskog profila. Službeni profil pokreta u većoj mjeri orijentiran je na prikazivanje krivaca za negativan utjecaj klimatskih promjena i isticanju zakona koji tome idu u korist, te u manjoj mjeri, ali i dalje više nego hrvatski profil, predlaganju novih zakona koji će pomoć smanjenju utjecaja klimatskih promjena na prirodu i bioraznolikost. Dok je hrvatski profil u većoj mjeri orijentiran ilustrativnom prikazivanju negativnog trenutnog stanja u prirodi te budućeg stanja koji nas čeka, ne poduzmemo li neke promijene. Oba profila unutar svojih objava stavljaju veliki naglasak na prikazivanju mladih kao žrtve, i s pomoću toga kreiraju odgovornost mladih na djelovanje. Prema podacima iz istraživanja službeni profil pokreta danas u znatno manjoj mjeri objavljuje sadržaj orijentiran klimi i utjecaju klimatskih promjena, trenutno više služi kao platforma za isticanje društvenih nejednakosti i kršenju ljudskih prava u različitim okolnostima, poput rata u Ukrajini ili nemiru na Bliskom istoku, dok hrvatski profil nakon 2023. godine više i ne objavljuje nikakav sadržaj na profilu. S obzirom da u svom sadržaju to više i ne prikazuju, možemo protumačiti kako i jedan i drugi profil otpuštaju vrijednosti FFF pokreta i borbe protiv utjecaja klimatskih promjena.

ZAKLJUČAK

U ovome su radu kvantitativnom analizom sadržaja utvrđene najzastupljenije teme Instagram profila FFF pokreta. Analizirani su Instagram profili službene stranice pod nazivom FridaysForFuture i hrvatski profil fff_croatia. Pokret FFF, kada je kao misao ušao među društvo, brzo je uzeo maha i rapidno se globalno proširio. Srednjoškolci, koji su i stvorili taj pokret, koristeći se današnjim digitalnim alatima i prenoseći aktivističke aktivnosti iz *offline* sfere u *online* sferu, brzo su prikupili svoje istomišljenike i borbe za klimatsku pravdu. Kako se noviji oblici klimatskog aktivizma, baš poput pokreta FFF, odvijaju većinom na digitalnim platformama, sadržaj na društvenim mrežama otkriva izvore motivacije aktivista i njihove razloge za djelovanje.

Prema istraživanju, izgleda kako najzastupljenije teme na obama profilima ilustrativno ili statistički prikazuju utjecaj klimatskih promjena na današnju prirodu. To su najčešće objave koje prikazuju velike požare, poplave, suše, ekstremne uvjete s kojima se bore građani diljem svijeta. S tim podatkom dolazi se do zaključka kako su glavni ciljevi, poput smanjenja korištenja fosilnih goriva i utjecaja stakličkih plinova, i jednoga i drugoga profila jednaki, samo što se hrvatski profil više okreće lokalnim temama, dok globalni profil FFF pokreta obuhvaća probleme cijeloga svijeta. Istraživanje je pokazalo kako su osim prikazivanja utjecaja klimatskih promjena na prirodu, na obama profilima podjednako zastupljene i teme koje pozivaju na akciju, odnosno one koje mladima upućuju poruku da moraju djelovati sada ako žele bolju budućnost. Kreatori sadržaja takvim temama podižu svijest društva o rigoroznim posljedicama klimatskih promjena, a uz pomoć objava koje pozivaju na djelovanje prikupljaju što veći broj pojedinaca kako bi zajedno podigli svijest o problemima s klimom.

Podatak koji je zapravo bio bitan za ovo istraživanje, s obzirom na to da se na FFF pokret gleda kao na jedan od oblika političke participacije mladih, jest zastupljenost tema koje zadiru u političke sfere. Prema istraživanju, vidljivo je kako je takvih tema malo; mladi se više okreću prikazivanju i optuživanju krivaca za današnje stanje nego predlaganju novih zakona kojima bi postigli neke promjene. Kod globalnoga profila FFF pokreta čak je i vidljiv određeni postotak objava predlaganja novih zakona ili spominjanje trenutnih zakona na području ekologije. No kod profila fff_croatia ta je brojka jako mala; predlaganje novih zakona nalazi se u svega dvije objave. Ti podaci nisu iznenađujući ako se gleda angažman publike, jer upravo objave koje nude edukacije ili zadiru u političke sfere privukle su najmanji angažman. Publiku prema podacima više privlače uznemirujući sadržaj, sadržaj koji prikazuje društvene nejednakosti ili kršenje ljudskih prava. Unutar uznemirujućeg sadržaja, kojeg više ima na hrvatskom profilu nego na službenom, najčešće se prikazuju tragične sudbine ekosustava i životinja koje su posljedica utjecaja klimatskih promjena. Nadalje, prikazivanje društvene nejednakosti i kršenja ljudskih prava u objavama uglavnom nije povezano s klimatskim promjenama ili klimatskim temama, nego prikazuje druge probleme društva poput rata, siromaštva ili drugih društvenih nejednakosti. Upravo te teme, koje nisu povezane s klimatskim aktivizmom, imaju najveći angažman publike.

Na službenom Instagram profilu FFF pokreta nakon 2022. godine, kada je započela ruska agresija na Ukrajinu, sve više sadržaja okreće se upravo toj temi, a kasnije i nemiru na Bliskom istoku. Hrvatski profil sadrži nešto manje tih tema, upravo zbog činjenice kako je 2023. godine prestao s objavlivanjem, no među posljednjim objavama može se pronaći sadržaj

s tom tematikom. Na temelju toga može se zaključiti da se FFF pokret na početku svoga aktiviranja uistinu bavio klimatskim temama i utjecajem klimatskih promjena, no danas zadire u šire utjecaje koji krše ljudska prava i povećavaju društvene nejednakosti što, između ostaloga, povlači i veći angažman publike od prikazivanja klimatskih tema.

Iz ovoga istraživanja može se zaključiti kako se sadržaj na društvenim mrežama pokreta mladih FFF više okreće prikazivanju utjecaja klimatskih promjena na ekosustav i prirodu te prikazivanju drugih društvenih nejednakosti potičući empatiju kod mladih i svaljujući odgovornost na njih umjesto predlaganju konstruktivnih izmjena i promjena u političkim sferama. Stavljajući upravo analizirane profile u kontekst novijih oblika političke participacije kroz prizmu digitalnog aktivizma, istraživanje potvrđuje navode Christensena (2011), koji govori kako internet i društvene mreže proširuju broj potencijalnih aktivista i olakšavaju širenje informacija, kreirajući plodno tlo za izravno uključivanje u politička pitanja. Također, online aktivnosti mogu pomoći u podizanju svijesti o političkim pitanjima i mobilizirati građane za druge oblike akcije izvan virtualnoga svijeta. No objave na online platformama ne moraju nužno govoriti o političkim temama. Također, kako navode Pavić i Šundalić (2015), ključan je način na koji se upotrebljavaju internetske društvene mreže u poticanju političke participacije, a ne sama činjenica korištenja tih platformi. Što u analiziranom primjeru i vidimo na početku, kada su analizirani profili učestalim objavljivanjem potaknuli korisnike društvenih mreža na angažman, kako *online* (lajkanje, komentiranje i dijeljenje) tako i *offline* (sudjelovanje na prosvjednima). No padom učestalosti objavljivanja, prema istraživanju, gubi se daljnja svijest o utjecaju klimatskih promjena i potreba za djelovanjem. Prema navodima Kavade (2010) brza i laka *online* komunikacija ne jamči stabilne i dugotrajne aktivističke mreže, za njihovu dugovječnost važno je redovito organiziranje osobnih sastanaka, održavanje stabilnih online prostora, suradnja na jasno definiranim projektima i kreiranje narativa koji omogućuju višestruke interpretacije ciljeva pokreta.

LITERATURA

- Aktivizam. (2013–2024). *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Pristupljeno 4. srpnja 2024. <https://www.enciklopedija.hr/clanak/aktivizam>
- Baloban, J., Črpić, G. i Rimac, I. (2000). Overview of percentages and arithmetic means European Values Survey - EVS 1999 [In Croatian]. *Bogoslovska smotra*, 70(2), 191-232.
- Bennett, L. (2012). The personalization of politics: Political identity, social media, and changing patterns of participation. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), 20-39. <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>
- Carson, C. (2024). *American civil rights movement*. Encyclopaedia Britannica. Pristupljeno: 26. lipnja 2024. <https://www.britannica.com/event/American-civil-rights-movement>
- Christensen, H. S. (2011). Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means? *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v16i2.3316>
- Dahl, R. A. (2008). *Polyarchy: Participation and opposition*. Yale University Press.
- Ekman, J. i Amna, E. (2012). Political participation and civic engagement: Towards a new typology. *Human Affairs*, 22, 283-300. <https://doi.org/10.2478/s13374-012-0024-1>
- Fridays for Future. (2019). *Fridays for Future*. Pristupljeno: 4. srpnja 2024. <https://fridaysforfuture.org/>
- George, J. J. i Leidner, D. E. (2019). From clicktivism to hacktivism: Understanding digital activism. *Information and Organization*, 29(3), <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2019.100249>
- Haugestad, C. A., Skauge, A. D., Kunst, J. R. i Power, S. A. (2021). Why do youth participate in climate activism? A mixed-methods investigation of the #FridaysForFuture climate protests. *Journal of Environmental Psychology*, 76, <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101647>
- Ilišin, V., Gvozdanović, A. i Potočnik, D. (Ur.) (2015). *Demokratski potencijali mladih u Hrvatskoj - Paradoksi demokratskog potencijala suvremene generacije mladih*. Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Centar za demokraciju i pravo Miko Tripalo.
- Ivanović, V., Puđak, J. i Trako Poljak, T. (2022). What kind of mo(ve)ment is Fridays for Future? Motivation, success perception and climate action framing in Fridays for Future Croatia. *Institut društvenih znanosti Ivo Pilar*, 20(4).

- Jackson, P. (2007). Green our world! *United Nations Chronicle*, 44(2). Pristupljeno 4. srpnja 2024. <https://www.un.org/en/chronicle/article/stockholm-kyoto-brief-history-climate-change>
- Joyce, M. C. (2010). *Digital activism decoded: The new mechanics of change*. Idea.
- Kaun, A. i Uldam, J. (2018). Digital activism: After the hype. *New Media & Society*, 20(6), 2099-2106. <https://doi.org/10.1177/1461444817752885>
- Kavada, A. (2010). Activism Transforms Digital: The Social Movement Perspective. U M. C. Joyce (Ur.), *Digital activism decoded: The new mechanics of change* (str. 103–118). Idea.
- Lamza Posavec, V. (2004). Social research methods. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.
- Maier, B. M. (2019). *No planet B: An analysis of the collective action framing of the social movement Fridays for Future* (Diplomski rad). Sveučilište Jönköping, Škola za obrazovanje i komunikaciju, Švedska. Pristupljeno: 4. srpnja 2024. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1393821/FULLTEXT01.pdf>
- Marquardt, J. (2020). Fridays for Future's disruptive potential: An inconvenient youth between moderate and radical ideas. *Frontiers in Communication*, 5, 48. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2020.00048>
- Marsh, A. i Kaase, M. (1979). Background of political action. U S. H. Barnes & M. Kaase (Ur.), *Political action: Mass participation in five Western democracies* (pp. 27-56). Sage.
- Pavić, Ž. i Šundalić, A. (2015). Internet social networks, social capital, and political participation. *Media, Culture & Public Relations*, 6(2), 128-138.
- Rootes, C. A. (1999). The transformation of environmental activism: Activists, organizations and policy-making. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 12(2), 155-173. <https://doi.org/10.1080/13511610.1999.9968595>
- Segerberg, A. i Bennett, W. L. (2013). *The logic of connective action*. Cambridge University Press.
- Skoglund, A. i Böhm, S. (2022). *Climate activism: How communities take renewable energy actions across business and society*. Cambridge University Press. Dixon, S. J.
- Social networks - Statistics & facts. *Statista*. Pristupljeno: 15. srpnja 2024. <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>

- Spangler, T. (2020). Instagram Reels, a copycat of TikTok, lands in 50-plus countries. *Variety*. Pristupljeno: 1. srpnja 2024. <https://variety.com/2020/digital/news/instagram-reels-launches-tiktok-copycat-1234725509/>
- Stern, P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00190>
- Theocharis, Y. (2015). Is digitally networked participation a form of political participation? T. Poguntke, S. Rossteutscher, R. Schmitt-Beck, & S. Zmerli (Ur.), *Routledge Handbook of Internet Politics* (str. 189-205). Routledge..
- Theocharis, Y. i Van Deth, J. W. (2017). Political participation in a changing world: *Conceptual and empirical challenges in the study of citizen engagement*. Routledge.
- Thomas, M. (2024). *Gen Z social media usage* Later. Pristupljeno: 1. srpnja 2024. <https://later.com/blog/gen-z-social-media-usage/>
- Thunberg, G. (2019). *No One Is Too Small to Make a Difference*. Penguin Books.
- Valenzuela, S., Park, N. i Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875-901. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- Van Deth, J. W. (2016). What is political participation? U *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.68>
- Verba, S. i Nie, N. H. (1972). *Participation in America: Political democracy and social equality*. Harper & Row.
- Vuksan-Ćusa, B. i Jennewein, M. (2024). *Nejednake demokracije: Tko (ne) glasa u Hrvatskoj?* Friedrich Ebert Stiftung. Pristupljeno: 14. lipnja 2024. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/wien/21068.pdf>

PRILOG

Analitička matrica: Sadržaj na Instagram profilima fff_croatia i FridaysForFuture

1. KATEGORIJA – STRUKTURA

1.1 – Koji je profil objave na Instagramu?

1 – fff_Croatia

2 – Fridaysforfuture

1.2 – Objava je kojeg formata?

1 – video

2 – slika

1.3 – Godina objave?

1 2019. godine

2 2020. godine

3 2021. godine

4 2022. godine

5 2023. godine

6 2024. godine

1.4 – Koliko objava ima lajkova?

1 Objava ima 0 – 100 lajkova

2 Objava ima 101 – 1000 lajkova

3 Objava ima 1001 – 5000 lajkova

4 Objava ima 5001 – 10 000 lajkova

5 Objava ima 10 001 – 20 000 lajkova

6 Objava ima 20 001 – 50 000 lajkova

7 Objava ima preko 50 000 lajkova

1.5 – Koliko objava ima komentara?

1 Objava ima 0 – 10 komentara

2 Objava ima 11 – 50 komentara

3 Objava ima 51 – 200 komentara

4 Objava ima 201 – 500 komentara

5 Objava ima više od 500 komentara

1.6 – Ako je riječ o objavi u video formatu, koliko ima pregleda?

1 Video ima 0 – 1000 pregleda

2 Video ima 1001 – 10 000 pregleda

3 Video ima 10 001 – 50 000 pregleda

4 Video ima 50 001 – 200 000 pregleda

5 Video ima više od 200 000 pregleda

6 U objavi nije video

2. KATEGORIJA – MLADI

2.1 – U objavi se spominje/prikazuje Greta Thunberg

0 Da

1 Ne

2.2 – U objavi se označava odgovornost mladih (rabe se riječi: glas; na nama je red; ovo je naše vrijeme; napraviti razliku itd.)

0 Da

1 Ne

2.3 – U objavi mladi se prikazuju kao žrtve (ovo će biti naša budućnost ako ništa ne poduzmemo, na nama svijet ostaje itd.)

0 Da

1 Ne

2.4 – U objavi mladi govore ili su prikazana svjedočanstva s klimatskim promjenama

0 Da

1 Ne

2.5 – U objavi su prikazani/spomenuti mladi koji se bore za klimatske promjene

0 Da

1 Ne

3. KATEGORIJA – TEMA

3.1 – U objavi se poziva na akciju (rabe se riječi: dođite; vidimo se; čekamo vas; krenite itd.)

0 Da

1 Ne

0 Da

1 Ne

3.2 – U objavi se spominje/prikazuje škola, neka obrazovna institucija

0 Da

1 Ne

3.3 – Pozivanje na prosvjed (upute o prosvjedu)

0 Da

1 Ne

3.4 – U objavi poznate osobe pozivaju mlade na djelovanje

0 Da

1 Ne

3.5 – U objavi se spominje/prikazuje riječ „klima“

0 Da

1 Ne

3.6 – Ilustracija objave prikazuje/spominje temperaturu, vrijeme, klimu

0 Da

1 Ne

3.7 – Objava je edukacijske forme, prikazuje/spominje znanstvene činjenice o klimi

0 Da

1 Ne

3.8 – U objavi su prikazani/spomenuti statistički podaci o temperaturi

0 Da

1 Ne

3.9 – U objavi se spominje/prikazuje klimatska pravda

0 Da

1 Ne

3.1.1 – U objavi se spominju/prikazuju klimatske promjene

0 Da

1 Ne

3.1.2 – U objavi se prikazuje/spominje trenutno stanje u prirodi (prikazane/spomenute životinje, ocean, more, zrak)

0 Da

1 Ne

3.1.3 – U objavi se prikazuje/spominje budućnost prirode

0 Da

1 Ne

3.1.4 – U objavi se prikazuje/spominje strašna sadašnjost (smrtonosne poplave, suše, glad, masovno iseljavanje, siromaštvo itd.)

0 Da

1 Ne

3.1.5 – U objavi se prikazuje/spominje strašna budućnost (smrtonosne poplave, suše, glad, masovno iseljavanje, siromaštvo itd.)

0 Da

1 Ne

3.1.6 – U objavi se spominje/prikazuje kršenje ljudskih prava

0 Da

1 Ne

3.1.7 – U objavi se spominju/prikazuju druge društvene nejednakosti

0 Da

1 Ne

3.1.8 – U objavi je prikazan uznemirujući sadržaj (na stranicama tvrtke YouTube LLC može se pronaći konkretnije određivanje pojma „uznemirujući sadržaj“ u Smjernicama za sadržaj prikladan za oglašivače, a opisuje ga se kao „sadržaj koji bi mogao uznemiriti gledatelje, šokirati ih ili u njima izazvati gađenje“ te takav „možda nije prikladan za oglašavanje“)

0 Da

1 Ne

3.1.9 – U objavi su prikazani/spomenuti dosadašnji prosvjedi/okupljanja/akcije u borbi protiv klimatskih promjena

0 Da

1 Ne

3.2.1 – U objavi su statistički prikazane brojke dosadašnjih prosvjeda/okupljanja/akcija u borbi protiv klimatskih promjena

0 Da

1 Ne

3.2.2 – U objavi je prikazan uspjeh koji je postignut prosvjedom (slika s osobama na vlasti, postignuća, pozitivna promjena koja se dogodila zbog prosvjeda/akcije)

0 Da

1 Ne

3.2.3 – Prikazivanje kako je prosvjed globalan

0 Da

1 Ne

3.2.4 – U objavi je rečeno što se točno treba uvest/ukloniti kako bi situacija na planetu Zemlji bila bolja

0 Da

1 Ne

3.2.5 – U objavi su prikazani/spomenuti trenutni zakoni o klimi

0 Da

1 Ne

3.2.6 – U objavi se predlažu novi zakoni o klimi

0 Da

1 Ne

4. KATEGORIJA – KRIVCI

4.1 – U objavi se kritizira državu (država je glavni krivac sadašnje situacije, koja nije dobra)

0 Da

1 Ne

4.2 – U objavi se kritizira donositelje političkih odluka (vlast je glavni krivac sadašnje situacije, koja nije dobra)

0 Da

1 Ne

4.3 – U objavi se kritiziraju starije generacije (generacije prije današnjih mladih krive su za trenutnu situaciju i za budućnost vezanu uz klimatske promjene, koja nije dobra)

0 Da

1 Ne

4.4 – U objavi se spominju/prikazuju određene organizacije/tvrtke/gospodarska društva kao krivci (kompanije, tvrtke, možda se neka spominje izravno, glavni su krivac sadašnje situacije, koja nije dobra)

0 Da

1 Ne

5. KATEGORIJA – KOJE PODRUČJE OBUHVAĆA TEMA

5.1 – U objavi je tema lokalna

0 Da

1 Ne

5.2. – U objavi je tema globalna

0 Da

1 Ne

SAŽETAK

Cilj diplomskoga rada bio je utvrditi obilježja sadržaja u objavama Instagram profila „Fridays For Future“ pokreta koji utječu na mobilizaciju mladih te tako jednim dijelom potiču njihovu političku participaciju. Analizirani su profili službene stranice pokreta FFF pod nazivom FridaysForFuture i hrvatski Instagram profil fff_croatia. Analiza sadržaja osvrnula se na fokus objava, najzastupljenije teme koje se nalaze na profilima i njegovim akterima te analizu angažmana publike. Kvantitativnom analizom sadržaja dvaju Instagram profila pokreta FFF utvrđeno je kako najviše objava prikazuje utjecaj klimatskih promjena na prirodu. Najveći angažman publike privukle su objave koje prikazuju uznemirujući sadržaj i društvene nejednakosti, a najmanju zastupljenost na profilu imaju objave koje zadiru u političke sfere. Kada se usporedno promatra službeni profil i hrvatski profil pokreta FFF, podaci pokazuju kako se najveća podudarnost pronalazi u objavama koje pozivaju mlade na akciju, a odstupanja u zastupljenosti sadržaja pronalaze se kod objava koje prikazuju međunarodni utjecaj pokreta. Takav se sadržaj u znatno većoj mjeri objavljuje na službenom profilu FFF pokreta nego na hrvatskom profilu fff_croatia.

Ključne riječi: Fridays For Future, klimatski aktivizam, digitalni aktivizam, politička participacija mladih, Petkom za budućnost

SUMMARY

The aim of the thesis was to determine the characteristics of content in posts on Instagram profiles of the Fridays for Future movement that influence the mobilization of young people, thereby partially encouraging their political participation. The profiles analyzed were the official page of the FFF movement named FridaysForFuture and the Croatian Instagram profile fff_croatia. The content analysis focused on the themes of the posts, the most prevalent topics found on the profiles and their actors, and the analysis of audience engagement. A quantitative content analysis of the two Instagram profiles of the FFF movement revealed that most posts show the impact of climate change on nature. Posts that depict disturbing content and social inequalities attracted the highest audience engagement, while posts that delve into political spheres had the lowest representation on the profile. When comparing the official profile with the Croatian profile of the FFF movement, data shows that the greatest similarity is found in posts that call young people to action, while differences in content representation are found in posts that depict the international impact of the movement. Such content is published to a significantly greater extent on the official FFF profile than on the Croatian profile fff_croatia.

Key words: Fridays for Future, climate activism, digital activism, political participation of youth, Fridays for Future Croatia