

ДИГИТАЛНЕ ПЛАТФОРМЕ КАО СРЕДСТВО ДРУШТВЕНОГ АНГАЖОВАЊА И ИЗРАЖАВАЊА МИШЉЕЊА КОД СТУДЕНАТА

Резиме

Открићем интернета створен је алтернативни простор реалном – виртуелни простор. У њему се непрестано развијају комуникациони алати попут друштвених мрежа, веб-сајтова, апликација, који се могу објединити под појмом „дигиталне платформе“. Комбинацијом употребе разних интернет алата корисницима је омогућено да буду друштвено ангажовани и активни у разматрањима о релевантним темама. У информатичкој ери је свим људима отворена могућност да креирају и слободно деле садржај на интернету. Дигиталне платформе су омогућиле простор за презентацију информација, ставова, знања, проблема, било у текстуалном облику или формату мултимедијалног садржаја. Корисници дигиталних платформи имају могућност да слободно износе тумачења на интернету, да извештавају о догађајима и учествују у креирању значења о свету и појавама, али и да буду ангажовани у решавању друштвених проблема. Основни циљеви овог истраживања су утврдити степен друштвене ангажованости студената на дигиталним платформама, као и степен изражавања ставова и мишљења испитаника на њима. Резултати су показали да су студенти активни и друштвено ангажовани на дигиталним платформама када је у питању организација и праћење догађаја попут семинара, трибина, радионица. Међутим, студенти нису активни у изражавању ставова и мишљења посредством дигиталних платформи. Резултати показују и да студенти не користе дигиталне платформе за приказивање друштвених проблема на које наилазе.

Кључне речи: дигиталне платформе, Фејсбук, грађанско новинарство, студенти, друштвено ангажовање.

УВОДНА РАЗМАТРАЊА

Развој човечанства кроз историју базиран је на открићима која су одредила и правац друштвеног кретања. Са појавом артикулисаног говора и проналаском писма створени су услови за размену идеја и мисли. Умрежавање идеја и прожимање мисли утицало је на појаву и развој цивилизација. Важан историјски тренутак десио се је у XX веку открићем интернета, који је умногоме променио дота-

¹ dojchinovic.nikola@gmail.com

дашњи начин живота и усмерио даљи развој. Данашње генерације су сведоци дигиталне револуције и трансформације начина комуникације, рада, образовања, забаве... Будуће генерације, које ће према Негропонту² бити све дигиталније, читаће о периоду друге половине XX века (када је дошло до појаве интернета) као историјском тренутку који је представљао почетак промене људских корелација, односа и начина живота, као и основу којом је предодређен и начин функционисања њихових живота. У прилог томе говори став Џона Пери Барлова (John Perry Barlow) према коме технолошко откриће интернета, захваљујући коме се постиже све већа распрострањеност комуникације између умрежених рачунара, представља највећи догађај још од открића ватре (Барлов према Велман, 2004: 124). Електронска цивилизација је, за разлику од претходних, највише утицала на трансформацију комуникације. У савременом добу, комуникација има нову димензију и карактеристике које су својствене виртуелној комуникацији на дигиталним платформама. Глобална отвореност је једна од кључних карактеристика нових медија, те у складу са тим на интернету постоји обиље информација које су доступне сваком интернет кориснику. Са друге стране, у информатичкој ери је свим људима омогућено да креирају и слободно деле садржај на интернету. Дигиталне платформе су омогућиле простор за презентацију информација, ставова и знања, било у текстуалном облику или формату мултимедијалног садржаја. Најчешће коришћене дигиталне платформе у данашњици настале су у XXI веку, међу којима су *Youtube*, *Google Meet*, *Zoom*, као и друштвене мреже *Facebook*, *X (Twitter)*, *Instagram*, *TikTok*...

Предност дигиталних платформи је посебно у једноставном приступу, могућству повезивања великог броја људи, као и у опцијама одвијања асинхроне и синхроне комуникације, што омогућава и повезивање људи без обзира на просторну удаљеност. Посредством дигиталних платформи је омогућено и виртуелно формирање група људи (нпр. путем алата „Facebook Group“) са заједничким интересовањима и циљевима. У оквиру њих је могућа презентација идеја, дискусија међу бројним члановима, планирање, заказивање уживо догађаја, и најзад, спровођење стратегија у реалности. У том смислу, дигиталне платформе су ефикасно средство за покретање акција (хуманитарних, еколошких, политичких...).

Како је употреба дигиталних платформи данас распрострањена међу млађим и старијим генерацијама, усмеравање њихове употребе би требало вршити ка правцу друштвене ангажованости и доприноса заједници. У овом раду ћемо покушати, између осталог, да истражимо да ли и у којој мери студенти користе дигиталне платформе у сврху друштвене ангажованости и друштвеног доприноса.

² Негропонт је још 1998. године, у књизи „Бити дигиталан“, писао да је суштина дигиталног бивања у томе што ће свака генерација бити дигиталнија од претходне (Негропонт, 1998).

КАРАКТЕРИСТИКЕ ДИГИТАЛНИХ ПЛАТФОРМИ У ОДНОСУ НА ТРАДИЦИОНАЛНЕ МЕДИЈЕ

Еру нових дигиталних технологија карактерише појава глобалног простора за потенцијално суделовање свих појединаца у расправама, без обзира на припадност (национална, статусна, професионална, културна...) према одређеној основи. У медијском смислу, нови медији представљају форум за повезивање публике са медијима, што је окарактерисано као нарочита предност онлајн сфере кроз могућност публике да тумачења медијских садржаја јавно изнесе у виду ставова кроз коментаре. На тај начин интернет простор (енгл. *cyberspace*) представља место за равноправно учествовање свих људи што доприноси видљивости различитих ставова - сходно томе и плурализму мишљења и демократичности. Једна од основних карактеристика нових медија, према којој се разликују у односу на традиционалне, је *интерактивност*. „Интернет је променио традиционалне медије и омогућио промену публике од активне у интерактивну те тиме утицао на стварање нових културних образаца у сфери јавне комуникације“ (Зграбљић Ротар, 2017: 57). Ипак, у оквиру нове комуникационе културе могуће је креирати нови термин попут *преинформисаности* – карактеристичан за савременост. Обиље информација на Интернету оснажило је појам „информативне мећаве“ који је Алвин Тофлер први употребио. Интернет простор се може одредити као глобална е-енциклопедија на којој се информације налазе свуда, било на Онлајн порталима медија, разним веб-сајтовима или друштвеним мрежама, објављене од стране професионалних новинара или грађана. У условима информацијског загушења, изазов је пред интернет корисницима да разликују информацију од дезинформације. Пол Вирилио (Paul Virilio), према Михајлов Прокоповић, истиче да ће раст информација и све савременија средства њиховог коришћења на глобалном нивоу довести до владавине виртуелне дезинформације и настанка „информатичке бомбе“. Михајлов Прокоповић наводи и став аутора Кина (Keen) који сматра да је права последица револуције, коју је донео веб 2.0, мање културе, мање истинских вести и хаос бескорисних информација (Михајлов Прокоповић, 2017: 118–120). Међутим, дезинформације не могу остварити негативан утицај уколико појединци имају способност да их уоче. За исправно тумачење информација у информацијском обиљу, неопходна је грађанска медијска писменост и вештина критичког мишљења. Медијски писмени грађани имају способност да посматрају шири контекст, позадину догађаја, препознају манипулативни утицај, односно да свестраном анализом направе разлику између информације и дезинформације. Како је на интернету и велики број корисних информација, неопходно је инсистирати на стицању медијске писмености свих грађана. Тако дезинформације не би имале утицаја у друштву, а ефекти дигиталних платформи по питању информисаности, прикупљања информација из разних области и стицања знања, били би искључиво позитивни.

Значајно је напоменути и да интернет пружа могућност корисницима да самостално селекутују и врше одабир вести и инфомација којима ће посветити пажњу, за разлику од традиционалних медија који одабиром догађаја утичу на то о којим догађајима ће публика размишљати. Кастелс наводи резултате истраживања Центра за дигиталну будућност при Универзитету у Јужној Калифорнији, према којим, тинејџери уопште не разумеју концепт гледања телевизије према распореду који је неко други успоставио. Они све телевизијске емисије гледају на компјутеру и преносивим уређајима, и тако пријем програма постаје индивидуализован. Кастелс даље наводи да се сличан феномен догађа и са штампаним медијима, тако што корисници интернета млађи од 30 година, широм света, новине у највећој мери читају на интернету. Кастелс закључује да то говори и о промени платформе којом се достављају садржаји штампаних медија и телевизијски садржаји (Кастелс, 2014). Насупрот горе наведеним ставовима дигиталних песимиста (Вирилиа и Кина), ауторка Михајлов Прокоповић истиче и ставове дигиталних оптимиста, међу којима су, између осталог, Николас Негропонт и Хенри Џенкинс (Henry Jenkins). Према ауторки, Негропонт говори о тријумфу дигиталног доба које има четири моћна квалитета: децентрализацију, глобализацију, хармонизацију и ојачавање. Џенкинс сматра да у дигиталној ери настаје колективна интелигенција истичући следеће: „Нико од нас не зна све; свако од нас зна нешто; и ми можемо да саставимо те делове уколико удружимо наша знања и комбинујемо наше вештине“ (Михајлов Прокоповић, 2017: 118–120). Интернет представља простор у коме сви имају једнака права да учествују, стварају и деле садржаје, без претходне провере и евентуалне цензуре. У томе је и моћ интернета као демократичног медија. Дигиталне платформе су допринеле и померању улоге публике – од пасивне до активне. Док је публика у време традиционалних медија била пасивни конзумент медијских садржаја, са развојем нових медија публика постаје активна и интерактивна. Публика традиционалних медија има могућност да тумачи значења, међутим, углавном остаје ограничена да их јавно изнесе. Публика нових медија има могућност да слободно износи тумачења на интернет платформама, али и да извештава о догађајима и учествује у креирању значења о свету и појавама. Дакле, развој дигиталних платформи омогућио је грађанима партиципацију у креирању и дељењу информација и вести, чиме је значајно оснажен и концепт грађанског новинарства.

Многе студије које су изучавале карактеристике и предности интернет платформи у односу на традиционалне медије, указују да су предности интернета, поред интерактивности, и *хипертекстуалност* и *мултимедијалност* (Deuze, 2001; Domingo, 2006; Paulussen, 2004; Jankowski, Van Selm, 2000; Steensen, 2011 – наведено према Михајлов Прокоповић, 2017). Дељење мултимедијалних садржаја посредством интернета отвара могућност да се једноставно и визуелно прикажу догађаји из целог света. Готово свака дигитална платформа, међу којима су и друштвене мреже, нуде могућност корисницима да слободно деле фотографије, аудио и видео записе. Друштвене мреже нуде и опцију

„Live Streaming“ (уживо пренос) коју често користе и традиционални медији (нпр. дневни лист „Блиц“) са своје Фејсбук странице за пренос догађаја уживо. Поред традиционалних медија који све више користе дигиталне платформе у сврху извештавања, предности онлајн алата употребљавају и грађани, који, делећи текстуалне и мултимедијалне садржаје, заузимају улогу репортера.

ГРАЂАНСКО НОВИНАРСТВО

„Технологија омогућује сваком грађанину да сам направи вест и дистрибуира је глобално, уз помоћ интернета, што је некада било искључиво право и могућност професионалних новинара и медијских кућа“ (Крстић, 2011: 99). Са развојем дигиталних платформи на значају је посебно добило грађанско новинарство. Посредством савремених мобилних уређаја људи имају могућност да направе мултимедијални садржај високог квалитета и поделе га путем интернет везе са било ког места, на разним дигиталним платформама. „Грађанско новинарство, које се појављује и под терминима „јавно“, „партиципативно“, „демократско“, или „улично новинарство“, јесте концепт у којем грађани и медијска публика играју активну улогу у процесу прикупљања, извештавања, анализе и ширења вести и информација“ (Бовман, Вилис, према: Крстић, 2011: 98). С обзиром на немогућност професионалних новинара да извести о свим значајним догађајима, а понекад и из ограничавајућих разлога проузроковани уређивачком политиком одређене медијске куће, грађани имају веома важну улогу у подизању друштвене свести о значајним догађајима и проблемима, било на глобалном или локалном нивоу. Савремено умрежено друштво, које према Кастелсу представља друштвену структуру сачињену од мрежа базираних на информационо комуникационим технологијама (Кастелс, 2004: 23), повезано је на глобалном нивоу у е-заједницу. Са друге стране, грађани имају могућност да се повезују на интернету по националној основи и у оквиру локалне заједнице. Дакле, дигиталне платформе представљају идеалне алате за умрежавање, представљање или праћење догађаја како на глобалном, тако и на локалном нивоу. На разним веб-сајтовима (нпр. www.ohmynews.com³), јутјубу, блогу или друштвеним мрежама могуће је пронаћи друштвено релевантне садржаје дистрибуиране од стране грађана. Постоји мноштво погодних онлајн алата и за презентацију догађаја на локалном нивоу⁴. Друштвене мреже нуде многе алате, попут „Facebook Group“, у ок-

³ Према Крстић, *OhmyNews* је јужнокорејански портал основан 2000. године чији је главни мото „сваки грађанин је репортер“. Портал је покренут због дугогодишњег незадовољства традиционалном штампом и све веће жеље грађана да изразе своја мишљења и сазнања. На порталу има скоро милион читалаца дневно и 26.000 регистрованих грађана репортера који објављују своје текстове и слике (Крстић, 2011: 101).

⁴ „Најновији тренд у партиципативном новинарству је појава тзв. хиперлокалног новинарства, у којем на веб порталима локално становништво извештава о догађајима у заједници, које конвенционални медији (посебно националне новине и телевизије) најчешће игноришу или им не посвећују довољно пажње“ (Крстић 2011: 102).

виру којих је могуће умрежавање корисника и презентација догађаја, информација или проблема који се одвијају на националном или локалном нивоу. Значајна је и могућност „пријави проблем“ намењена грађанима у оквиру портала „Јужне вести“. Посредством ове могућности, сваки грађанин има право да пријави проблем на територији града Ниша (нпр: рупа на путу, дивља депонија...) путем мобилног уређаја и апликације „Јужне вести“ или компјутера и званичног веб-сајта портала. Приликом пријаве проблема, грађанин уноси информације у поље „назив проблема“, „допунски опис проблема“, и до пет фотографија које илустрирају текст. Анализом ове могућности на порталу може се закључити да су грађани веома активни у пријављивању проблема. У секцији „пријави проблем“ видљиве су објаве грађана, а чест је случај и да новинари Јужних вести разраде проблем и објаве вест на основу пријављеног проблема грађана. Овај пример указује на удруживање грађанског и професионалног новинарства које одлично функционише. Дакле, друштвено ангажовани грађани указују на проблеме, док професионални новинари као „контролори власти“ апелују на надлежне институције и обавештавају јавност о исходу проблема.

Требало би напоменути да грађанско новинарство није настало као последица предности дигиталне сфере у којој грађани имају могућност да једноставно деле информације и извештавају о догађајима. Према ауторки Крстић, корени грађанског новинарства сежу још у период оснивања Сједињених Држава у 18. веку, када су Томас Пејн и анонимни аутори „Федералистичких списа“ постали познати штампањем својих личних текстова. Ауторка даље истиче да је каснији развој технологије – поштанског система, телеграфа, телефона, радија и кабловске телевизије допринео да људи презентују вести на много ширим подручјима, наводећи и пример видео снимка атентата на председника САД-а Џона Ф. Кенедија шездесетих година, који је потекао од грађана и брзо се ширио (Крстић, 2011: 100). Као значајан пример грађанског новинарства треба навести и догађај рушења Кула близнакиња у Њујорку 11. септембра 2001. године, у чијем су извештавању видео снимци грађана имали велики утицај. У том периоду (почетак XXI века) бележи се успон Блога и значај његове употребе масовних размера у свету. Према аутору Врајту (Wright), у лето 2005. године је било између 50 и 100 милиона блогера на интернету, са бројем читалаца блогера процењеним на између 200 и 500 милиона према The Blog Herald (Врајт, 2005: 3). До данас, Блог је популарна форма изражавања грађана новинара. Захваљујући могућности да сваки грађанин оснује тематски блог и без цензуре свакодневно објављује текстове и мултимедијалне садржаје, грађанско новинарство је добило посебно на значају са појавом Блога.

Пуна снага грађанске партиципације и друштвене ангажованости омогућена је открићем друштвених мрежа у XXI веку. Од 2004. године оснивањем друштвене мреже Фејсбук и од 2006. године оснивањем мреже Твитер (данас под новим називом X), корисници добијају могућност да у оквиру умрежених заједница деле садржаје на овим платформама јавно или са својим жељеним контактима на

мрежи. У оквиру алата друштвених мрежа, људи се удружују и сачињавају списак пријатеља/пратилаца/контаката са којима деле садржаје у различите сврхе, као и списак страница које одређени корисник прати. Потом се корисници групишу посредством групних алата на мрежама, у оквиру којих се дискутује о темама које одређени умрежени чланови сматрају значајним. Аутори наводе како је истраживање „Pew Research Center-a“ показало да су људи своје поверење пренели са медија на личне мреже и своје пријатеље који сада постају „уредници“ и „чувари капија“ (Раиније према Михајлов Прокоповић и Јевтовић, 2017: 137). Још нека од истраживања „Pew Research Center-a“ показују значајну промену која се догодила у ери дигиталних платформи. Према годишњим истраживањима о стању америчких медија, медијске организације су у пред-дигиталној ери контролисале продукцију вести, али су временом технолошки орјентисане компаније Гугл, Епл (Apple) и Фејсбук успоставиле апсолутни примат и постале доминантан играч на медијском тржишту (Pew Research Center 2016 према Крстић, 2017: 91).

ИСТРАЖИВАЊЕ

Предмет овог истраживања су дигиталне платформе (Фејсбук, Х (Твитер), Јутјуб, Блог, Гугл Мит, Онлајн портали медија), изражавање мишљења студената на њима и друштвена ангажованост студената у њиховој употреби. Основни циљ истраживања је утврдити степен друштвене ангажованости студената на дигиталним платформама, као и степен изражавања ставова и мишљења испитаника на дигиталним платформама. Према даљим циљевима покушаћемо да утврдимо начине на које су студенти друштвено ангажовани на дигиталним платформама, повезаност употребе дигиталних платформи са осећајем укључености у друштвена збивања, ставове студената у вези са употребом дигиталних платформи у сврху друштвене ангажованости и изражавања мишљења, као и доминантну дигиталну платформу посредством које испитаници изражавају мишљење.

За потребе истраживачког дела овог рада, коришћена је анкета делом стандардизована скалом Ликертовог типа. Упитник је посебно конструисан у сврху овог истраживања и реализован је посредством онлајн везе и „Гугл Упитника“. За реализацију упитника посредством Интернета одлучено је из више разлога: предметна циљна група истраживања (студентска популација) активни је корисник интернета; методски инструментариј је одговарајући наслову рада; веб-анкета има многе предности и бројна истраживања посредством ње су се показала веома ефикасним. Примера ради, група аутора која је спровела истраживање посредством „Гугл Упитника“ над студентима, напомиње како је анкета на Гуглу *практичан и флексибилан* формат за попуњавање од стране студената (Индервати и др, 2023: 132).

Упитник за потребе овог истраживања спроведен је међу студентском популацијом, техником *грудве* – упитник је подељен на Фејсбук групе студената и посредством чета са контактима који су

упитник делили даље на Фејсбук групе студената и прослеђивали својим контактима. Укупан узорак испитаника је 147 студената. Испитано је 106 особа женског пола и 41 особа мушког пола. Упитник су попунили студенти Универзитета у Нишу са следећих Факултета: Филозофски факултет; Медицински факултет; Правни факултет; Факултет заштите на раду; Технолошки факултет. Међу испитаницима је било и студената Високе технолошке школе у Лесковцу.

Упитник се састојао од 16 тврдњи. Јединица анализе у овом раду био је корисник дигиталних платформи. Предметне дигиталне платформе су одабране према критеријумима највеће популарности и распрострањености употребе међу интернет корисницима.

РЕЗУЛТАТИ И ДИСКУСИЈА

Од испитаника је најпре захтевано да означе дигиталне платформе на којима објављују садржаје, како би се утврдила општа заступљеност употребе дигиталних платформи међу студентима.

Табела 1. *Проценат употребе различитих дигиталних платформи*

Означите дигиталне платформе на којима објављујете садржаје		
Дигитална платформа	Проценат	Број студената
<i>Facebook</i>	77,6%	114
<i>Youtube</i>	22,4%	33
<i>X (Twitter)</i>	15,6%	23
<i>Blog</i>	13,6%	20
<i>Нисам активан/на на дигиталним платформама</i>	9,5%	14

На основу добијених резултата из прве тврдње може се констатовати да је испитивани узорак релевантан за постављене циљеве истраживања, с обзиром на то да 91,5% студената објављује садржаје на некој од предметних дигиталних платформи, односно само 9,5% (14 студента) није активно ни на једној од наведених платформи. Међутим, требало би напоменути да је код прве тврдње циљ био испитати студенте на којим платформама објављују садржаје, што не мора да значи да немају отворене профиле на наведеним дигиталним платформама и да их не прате. Међу понуђеним дигиталним платформама, очекиван је резултат према коме највећи број студената објављује садржаје на Фејсбуку, међутим, није очекивана маргинализација других назначених платформи у мери према добијеним резултатима.

Табела 2. *Активност испитаника на дигиталним платформама*

Учествовао/ла сам у организацији трибине/семинара/радионица путем дигиталних платформи (Google Meet, Zoom...)	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Једном у протеклих 6 месеци</i>	14,3%
<i>Више пута у протеклих 6 месеци</i>	37,4%
<i>Нисам учествовао/ла</i>	48,3%

Резултати добијени из друге тврдње „Учествовао/ла сам у организацији трибине/семинара/радионица путем дигиталних платформи (Google Meet, Zoom...)“:“, показују да је више од половине испитаника (51,7%, односно 76 студената) учествовало једном или више пута у организацији догађаја посредством дигиталних платформи. Висок је проценат студената (37,4%) који су учествовали у организацији догађаја посредством дигиталних платформи више пута у протеклих 6 месеци, што упућује на то да је више од једне трећине испитаних студената веома активно и друштвено ангажовано на дигиталним платформама. Добијен резултат из друге тврдње се може тумачити као позитиван јер упућује на то да студенти, упркос распрострањеној употреби у сврху забаве и разоноде, дигиталне платформе користе и у сврху друштвеног ангажовања организовањем трибина, семинара или радионица.

Табела 3. Учесталост активности на дигиталним платформама

Редовно присуствујем трибинама/семинарима/радионицама, које су у сфери мог интересовања, посредством дигиталних платформи (Google Meet, Zoom...)	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	21,8%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	41,5%
<i>Неодлучан/на сам</i>	12,2%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	14,3%
<i>Уопште нисам сагласан/на</i>	10,2%

Са трећом тврдњом из упитника „Редовно присуствујем трибинама/семинарима/радионицама, које су у сфери мог интересовања, посредством дигиталних платформи (Google Meet, Zoom...)“ сагласно је 63,3% (41,5% углавном сагласно, 21,8% у потпуности сагласно). Поред тога што већина студената учествује у организацији догађаја посредством дигиталних платформи, резултат добијен из ове тврдње нам показује да више од половине испитаних студената и редовно присуствује догађајима који се реализују путем дигиталних платформи. Добијени резултати из друге и треће тврдње упућују на то да је честа реализација наведених догађаја посредством онлајн платформи, што представља алтернативу спровођења активности у реалном простору, али утиче и на одрживост функционалности многих међународних организација и догађаја. Сведоци смо да многим предавањима/трибинама/семинарима и сл. није могуће присуствовати у реалном простору због географске удаљености, просторно ограниченог броја чланова или сличних фактора, те је онлајн простор ефикасна алтернатива за реализацију наведених догађаја. Резултати овог истраживања су показали, кроз претходне две анкетне тврдње, да је наведени потенцијал дигиталних платформи искоришћен.

Табела 4. Мишљење испитаника по питању коришћења Фејсбук догађаја

Сматрам да је алат „Facebook Event“ (Фејсбук догађај) погодан и ефикасан у сврси организовања догађаја уживо и окупљања људи (нпр. еколошка акција чишћења паркова, организовање протеста...)	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	38,1%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	44,2%
<i>Неодлучан/на сам</i>	10,9%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	6,1%
<i>Уопште нисам сагласан/на</i>	0,7%

Резултати из четврте тврдње показују да студенти виде друштвену мрежу Фејсбук као погодну платформу за организовање догађаја и окупљања људи уживо. На то нам указује податак од чак 82,3% сагласних студената (38,1% у потпуности сагласно, 44,2% углавном сагласно) са тврдњом „Сматрам да је алат „Facebook Event“ (Фејсбук догађај) погодан и ефикасан у сврси организовања догађаја уживо и окупљања људи (нпр. еколошка акција чишћења паркова, организовање протеста...)“. С обзиром на висок проценат студената који користе Фејсбук и потенцијал који ова мрежа нуди у организационе сврхе догађаја, добијени резултат је очекиван.

Табела 5. Facebook event као извор информација о друштвено значајним догађајима

Посредством алата „Facebook Event“ долазим до сазнања о друштвено значајним догађајима у којима учествујем	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	23,1%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	45,6%
<i>Неодлучан/на сам</i>	15,6%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	12,2%
<i>Уопште нисам сагласан/на</i>	3,4%

Поред тога што је већина студената оценило позитивно алат „Event“ на Фејсбуку, резултати су показали и да више од две трећине испитаних студената користи алат „Event“ у сврху долажења до сазнања о друштвено значајним догађајима у којима и учествују. Наиме, према добијеним резултатима 68,7%, односно 101 студент је сагласан (34 студента у потпуности сагласно, 67 студената углавном сагласно) са петом тврдњом „Посредством алата „Facebook Event“ долазим до сазнања о друштвено значајним догађајима у којима учествујем“.

Табела 6. Чланство у одређеним групама на дигиталним платформама

Члан сам одређене групе на некој од дигиталних платформи у оквиру које се разматра о темама од јавног интереса (нпр. група друштвеног покрета – еколошког, политичког...)	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Да</i>	45,6%
<i>Не</i>	54,4%

На шесту тврдњу из упитника „Члан сам одређене групе на некој од дигиталних платформи у оквиру које се разматра о темама од јавног интереса (нпр. група Друштвеног покрета - еколошког, политичког...)“, потврдан одговор је означило 45,6%, односно 67 од укупно 147 испитаних студената. Иако је нешто више од половине студената (54,4%) одговорило одрично на наведену тврдњу, може се рећи да је висок и проценат студената који припадају групама чија је сврха разматрање о темама од јавног интереса. То указује на чињеницу да велики број студената, чланством у наведеним групама, користи дигиталне платформе како би проширили свест о значајним друштвеним питањима или директно учествује у њиховој расправи.

Табела 7. Друштвена ангажованост на дигиталним платформама

Када уочим неку неправилност у друштву (нпр. паркирање возила на тротоару, рупа на тротоару или улици, пролазак воза поред подигнуте рампе и сл.) углавном је објавим у виду текста, фотографије или видео снимка на некој од дигиталних платформи	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	1,4%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	8,8%
<i>Неодлучан/на сам</i>	12,2%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	18,4%
<i>Уопште нисам сагласан/на</i>	59,2%

Међутим, резултати су показали да студенти нису активни на дигиталним платформама када је реч о извештавању о неправилностима у друштву. Са тврдњом „Када уочим одређену неправилност у друштву (нпр. паркирање возила на тротоару, рупа на тротоару или улици, пролазак воза поред подигнуте рампе и сл.) углавном је објавим у виду текста, фотографије или видео снимка на некој од дигиталних платформи“, више од половине студената (59,2%) уопште није сагласно, док 18,4% углавном није сагласно, што је укупно 77,6% несагласних студената по питању ове тврдње. Само 10,2% је сагласно са овом тврдњом што се може посматрати као негативан резултат, с обзиром на то да је, са једне стране, употреба дигиталних платформи међу студентима веома распрострањена, и са друге, да студенти пред-

стављају снагу младих коју би требало усмерити ка борби против неправилности у друштву. Дигиталне платформе су веома погодно место за презентацију, видљивост проблема у друштву и потенцијално разрешење, сходно томе, масовна употреба интернета младих би морала бити усмерена ка релевантним потребама суделовања у заједници, у питањима која се односе на ваљани и просперитетни друштвени развој.

Табела 8. *Степен корелације између објављивања садржаја на друштвеним мрежама и осећаја друштвене ангажованости*

Слободно објављивање садржаја на дигиталним платформама (ставова, коментара, догађаја итд.) пружа ми осећај друштвене ангажованости у заједници	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	10,9%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	19,7%
<i>Неодлучан/на сам</i>	21,1%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	23,1%
<i>Уопште нисам сагласан/на</i>	25,2%

Када је реч о повезаности употребе дигиталних платформи - тачније објављивања ставова и коментара са осећајем друштвене ангажованости у заједници, мали број студената је препознало корелацију. Скоро половина испитаника (48,3%) није сагласно са тврдњом „Слободно објављивање садржаја на дигиталним платформама (ставова, коментара, догађаја итд.), пружа ми осећај друштвене ангажованости у заједници“. Мање од једне трећине (30,6%) испитаника је сагласно (и то само 10,9% у потпуности сагласно, 19,7% углавном сагласно) са овом тврдњом. Разлог за добијене резултате из ове тврдње можемо пронаћи у томе што већина испитаних студената не користи предметне дигиталне платформе у сврху објављивања претходно наведених неправилности у друштву, као ни ставова и коментара, што закључујемо из резултата добијених у овом истраживању који су илустровани графиконима у наставку.

Табела 9. *Степен осећаја друштвене користи кроз писање Блогова*

Писање Блогова ми омогућује да изразим своје ставове и мишљења/ да пишем о темама које ме интересују, што утиче на то да се осећам друштвено корисним	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	4,8%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	3,4%
<i>Неодлучан/на сам</i>	3,4%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	2%
<i>Не пишем Блогове</i>	86,4%

Резултати добијени из девете тврдње указују на то да скоро сви испитани студенти (86,4%) не пишу Блогове. Само 13,6% студената (20 студената од укупно 147 испитаних) пише Блогове. Од укупно 20 студената који пишу Блогове, 12 студената је сагласно са тврдњом „Писање Блогова ми омогућује да изразим своје ставове и мишљења/да пишем о темама које ме интересују, што утиче на то да се осећам друштвено корисним“.

Табела 10. *Редовност у објављивању садржаја на Фејсбуку*

Редовно објављујем мишљења/ставове на Фејсбуку о темама које ме интересују (у виду коментара, текстуалне објаве, фотографије или видео снимка)	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	6,1%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	10,2%
<i>Неодлучан/на сам</i>	12,2%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	20,4%
<i>Уопште нисам сагласан/на</i>	51%

На основу добијених резултата из десете тврдње, више од две трећине испитаних студената није активно на Фејсбуку када је у питању објављивање мишљења или ставова. Са тврдњом „Редовно објављујем мишљења/ставове на Фејсбуку о темама које ме интересују (у виду коментара, текстуалне објаве, фотографије или видео снимка)“, 71,4% студената није сагласно (51% у потпуности несагласно, 20,4% углавном несагласно). Добијени резултати из ове тврдње нису очекивани с обзиром на свеприсутност студената на Фејсбуку и чињеницу да они употребљавају Фејсбук у најразличитије сврхе (образовне, забавне, едукацијске, у сврху информисања итд.), што су показала и многа досадашња истраживања.

Табела 11. *Корисност Youtube платформе за подизање свести о друштвено значајним темама*

Сматрам да је Youtube погодна платформа за скретање пажње на друштвене проблеме, те да се објављивањем видео снимака на овој платформи може утицати на подизање друштвене свести о значајним питањима	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	33,3%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	39,5%
<i>Неодлучан/на сам</i>	17%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	8,2%
<i>Уопште нисам сагласан/на</i>	2%

Студенти препознају Јутјуб као погодну платформу за скретање пажње на друштвене проблеме. Велики проценат испитаних студената (72,8%) је сагласно (33,3% у потпуности сагласно, 39,5% углавном сагласно) са тврдњом „Сматрам да је Youtube погодна платформа за скретање пажње на друштвене проблеме, те да се објављивањем видео снимака на овој платформи може утицати на подизање друштвене свести о значајним питањима“. Добијени резултат је очекиван с обзиром на то да је Јутјуб веома популарна платформа за дељење видео снимака без цензуре.⁵

Табела 12. *Твитер као платформа погодна за изношење ставова и мишљења*

Мислим да је X (Twitter) веома погодна платформа за објављивање ставова и мишљења јер ограничен број карактера омогућује прегледност и ефектност поруке	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	29,9%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	31,3%
<i>Неодлучан/на сам</i>	18,4%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	12,2%
<i>Уопште нисам сагласан/на</i>	8,2%

Студенти препознају и потенцијал друштвене мреже X (Твитер) када је у питању објављивање ставова и мишљења посредством ове платформе. Више од половине студената (61,2%) је сагласно (29,9% у потпуности сагласно, 31,3% углавном сагласно) са тврдњом „Мислим да је X (Twitter) веома погодна платформа за објављивање ставова и мишљења јер ограничен број карактера омогућује прегледност и ефектност поруке“. Већина испитаника је препознало моћ и предности мреже X, од којих су неке претходно, у теоријском делу рада, наведене.

Табела 13. *Заинтересованост испитаника за коментирање вести у онлајн медијима*

Практикујем да изнесем став/мишљење на вести онлајн портала медија (у секцији коментара на порталу) када сам неком темом „погођен/на“ или кад нисам сагласан/на са наводима у вести	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	6,8%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	10,2%
<i>Неодлучан/на сам</i>	14,3%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	20,4%
<i>Уопште нисам сагласан/на</i>	48,3

Већина испитаних студената није активно када је у питању коментарисање вести Онлајн портала медија. Нешто више од две трећине испитаника (68,7%) није сагласно (и то 48,3% у потпуности несагласно, 20,4% делимично несагласно) са тврдњом „Практикујем да изнесем став/мишљење на вести Онлајн портала медија (у секцији коменатара на Порталу) када сам неком темом „погођен/на“ или када нисам сагласан/на са наводима у вести“.

Табела 14. Став испитаника о објављивању коментара у зависности од онлајн канала

Радије се одлучујем да објавим коментар о догађају који сматрам важним на Фејсбуку, Х-у (Твитеру), Блогу или Јутјубу него ли на званичном порталу онлајн медија	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	8,2%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	28,6%
<i>Неодлучан/на сам</i>	23,8%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	12,2%
<i>Уопште нисам сагласан/на</i>	27,2%

У вези са тврдњом „Радије се одлучујем да објавим коментар, о догађају који сматрам важним, на Фејсбуку, Х-у (Твитеру), Блогу или Јутјубу него ли на званичном Порталу онлајн медија“, мишљења су подељена. Сагласних студената по питању ове тврдње је 36,8% (54 студента) у односу на несагласне 39,4% (58 студената). Овде добијени резултати нису у складу са очекиваним. Наиме, очекивано је више сагласних студената са овом тврдњом, с обзиром на претпоставку да студенти доживљавају друштвене мреже као слободније место за изражавање у односу на званичне Портале медија. Претпоставка проистиче, између осталог, из чињенице да студенти деле садржаје у различите сврхе посредством друштвених мрежа, за разлику од Портала медија.

Табела 15. Ставови испитаника по питању утицаја коментара на креаторе вести на дигиталним платформама

Сматрам да могућност коментарисања грађана утиче на креаторе вести на дигиталним платформама да одговорније извештавају о друштвено релевантним темама	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Потпуно сам сагласан/на</i>	19%
<i>Углавном сам сагласан/на</i>	35,4%
<i>Неодлучан/на сам</i>	19%
<i>Углавном нисам сагласан/на</i>	16,3%
<i>Уопште нисам сагласан/на</i>	10,2%

Више од половине испитаника 54,4% је сагласно (19% у потпуности сагласно, 35,4% углавном сагласно) са тврдњом „Сматрам да могућност коментарисања грађана утиче на креаторе вести на дигиталним платформама да одговорније извештавају о друштвено релевантним темама“. Упркос томе што мали број студената коментарише вести на дигиталним платформама, из одговора испитаника на ову тврдњу се може закључити да већина студената препознаје могућност коментарисања као важан фактор утицаја и позив на друштвену одговорност.

Табела 16. *Степен коришћења предметних дигиталних платформи*

Најчешће користим следећу дигиталну платформу за изражавање ставова и мишљења	
Понуђени одговори	Проценат
<i>Facebook</i>	61,2%
<i>X (Twitter)</i>	10,2%
<i>Blog</i>	2,7%
<i>Youtube</i>	25,9%

Иако мали број испитаних студената објављује ставове и мишљења на дигиталним платформама, резултати из последње тврдње нам показују да и када то чине, највећи проценат (61,2%) студената се најпре опредељује за изражавање посредством Фејсбук платформе, што је и очекивано. Међутим, очекивана је и знатно већа употреба друштвене мреже X у сврху изражавања ставова и мишљења. Резултати су ипак показали да се студенти опредељују пре за Јутјуб платформу (25,9% испитаника) када је у питању изражавање ставова и мишљења, за разлику од платформе X (10,2% испитаника).

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Анализирањем добијених резултата, полазиште закључних разматрања би било да је најраспрострањенија употреба друштвене мреже *Фејсбук* међу студентима, за разлику од платформи *Јутјуб*, *X (Твитер)* и *Блог* на којима је активно у објављивању садржаја мање од једне четвртине испитаника. Студенти су активни и друштвено ангажовани на дигиталним платформама када је у питању организација и праћење догађаја попут семинара, трибина или радионица. Резултати су показали и да студенти сматрају Фејсбук погодном и ефикасном платформом за организовање догађаја уживо, као и то да посредством ње долазе до сазнања о друштвено значајним догађајима у којима и учествују. Међутим, иако дигиталне платформе представљају слободно место за изражавање без претходне провере садржаја и могуће цензуре, студенти нису активни у изражавању ставова и мишљења посредством њих. Резултати показују да студенти

не користе дигиталне платформе ни за приказивање друштвених проблема на које наилазе. С обзиром на чињеницу да је једна од главних предности дигиталних платформи у односу на традиционалне медије омогућена интерактивност, односно успостављање двосмерне комуникације између презентера информација и публике, добијени резултати нису у складу са очекиваним. Студенти би, као *дигитални домороци*⁶, најпре требало да користе дигиталне платформе за дискусију, упућивање на неправилности и јавну презентацију проблема у циљу ширења колективне свести народа.

Даљим тумачењем резултата, може се закључити да су ставови студената позитивни по питању употребе дигиталних платформи за изражавање ставова и мишљења и у сврху друштвене ангажованости. Студенти препознају и моћ коментара тиме што сматрају да је могућност коментарисања важан фактор којим се утиче на одговорније извештавање (од стране креатора вести) на дигиталним платформама, што се може тумачити да би улога грађана као „контролора медија“ могла имати утицаја у одговорнијем извештавању. Ипак, упркос свести студената о реалном потенцијалу мрежа, показало се да их не користе у сврху коментарисања. Потребно је напоменути и да не постоји значајна разлика између објављивања ставова студената на званичним Порталима медија и платформи Фејсбук. Висок проценат студената и готово идентичан није активан у објављивању мишљења и ставова на званичним Порталима медија (68,7%) као ни на платформи Фејсбук (71,4%). Имајући у виду да је употреба Фејсбука међу испитаницима веома распрострањена, очекивано је било да су студенти слободнији у изражавању на Фејсбуку. Није уочена ни значајна повезаност употребе дигиталних платформи у сврху објављивања ставова са осећајем друштвене ангажованости. Но, претпоставка је да је добијени резултат проистекао из чињенице да студенти не употребљавају дигиталне платформе у сврху изражавања ставова.

Иако већина студената препознаје Јутјуб као погодну платформу за ширење друштвене свести о значајним питањима, и Х (Твитер) као веома погодну платформу за објављивање ставова и мишљења, резултати показују да је веома мали број студената активно у дељењу садржаја у било које сврхе посредством ових платформи. Најмање коришћена платформа међу студентима је Блог. Требало би истаћи да је Блог моћна платформа за слободно изражавање, посредством које је од њеног настанка до данас остварен велики утицај⁷ у свету у разне сврхе. Може се рећи и да је Блог колевка грађанског новинарства на интернету. Према томе, важно је инсистирати на обнову употребе Блог-а међу студентима, као и међу старијим генерацијама.

⁶ Марк Пренски (Marc Prensky) употребљава термин дигитални домороци под којим подразумева генерације рођене у дигиталној ери коју доживљавају „природном“ (Пренски према Шмакић, 2016: 1335).

⁷ Познат је пример када је блогер Цеф Царвис, као незадовољни купац производа компаније „Dell“, писао у блогу о незадовољству производом наведене компаније – резултат тога било је опадање продаје производа „Dell“.

Имајући у виду потенцијал и предности дигиталних платформи у сврху друштвеног ангажовања, од којих су неке претходно наведене у раду, потребно је позивати на њихову употребу у циљу постизања плурализма мишљења, видљивости различитих ставова и друштвених проблема. Како је ово истраживање показало да су студенти активни у организовању семинара, трибина или радионица посредством дигиталних платформи, предлог би могао бити да се организују семинари, у оквиру којих би биле представљене конкретне могућности и предности дигиталне сфере, у циљу подстицаја на учешће у расправама о друштвено релевантним темама.

ЛИТЕРАТУРА

- Castells (2004): M. Castells, *The network society A cross-cultural perspective*, Edward Elgar.
- Castells (2014). M. Castells, *Moć komunikacije*, Beograd: Clio.
- Inderawati, Hayati, Marlina, Novarita, Awalludin, Anam (2023): R. Inderawati, R. Hayati, R. Marlina, N. Novarita, A. Awalludin, S. Anam, Argumentative Essay and Vocabulary Enrichment of English Students by Utilizing Google Translate. *English Community Journal*, 6(2), 131-141.
- Krstić (2011): A. Krstić, Грађанско новинарство–шансе и изазови за новинарску професију. *CM Komunikacija i mediji*, 6(20), 97-115.
- Krstić (2017): A. Krstić Medijska upotreba augmentovane i virtuelne stvarnosti: problematizacija koncepta „imerzivnog “novinarstva. *CM Komunikacija i mediji*, 12(41), 81-104.
- Mihajlov Prokopović (2017). A. Mihajlov Prokopović, Media and Technology: Digital Optimists and Digital Pessimists. *FACTA UNIVERSITATIS-Philosophy, Sociology, Psychology and History*, 16(02), 117-127.
- Mihajlov Prokopović, Jevtović (2017): A. Mihajlov Prokopović, Z. Jevtović, Transformation of traditional media in Serbia to the networked society. *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene*. 136-147.
- Negropont (1998): N. Negropont, *Biti digitalan*. Beograd: Clio.
- Šmakić (2016): K. Šmakić, Друштвене мреже и млади: утјецај опције „like“ на креативно понашање младих. *In Medias Res*, 5(9), 1333-338.
- Wellman (2004): B. Wellman, The three ages of internet studies: ten, five and zero years ago. *New media & society*, 6(1), 123-129.
- Wright (2005): J. Wright, *Blog marketing*. McGraw-Hill Professional Publishing.
- Zgrabljic Rotar (2017): N. Zgrabljic Rotar, Нови медији дигиталног доба. *Informacijska tehnologija i mediji*, 2016, 57-64.

ИНТЕРНЕТ ИЗВОРИ

www.juznevesti.com

**DIGITAL PLATFORMS AS A MEDIUM OF SOCIAL ENGAGEMENT
AND EXPRESSION OF OPINION AMONG STUDENTS****Summary**

The discovery of the Internet created an alternative space to the real one - virtual space. In it, communication tools such as social networks, websites, applications, which can be united under the term "digital platforms", are constantly being developed. By combining the use of various internet tools, users are enabled to be socially engaged and active in discussions on relevant topics. In the information era, all people have the opportunity to create and freely share content on the Internet. Digital platforms have provided a space for the presentation of information, attitudes, knowledge, problems, either in textual form or in the format of multimedia content. Users of digital platforms have the opportunity to express interpretations freely on the Internet, to report on events and participate in the creation of meaning about the world and phenomena, as well as to participate in solving social problems. The main goals of this research are to determine the degree of social engagement of students on digital platforms, as well as the degree of expression of attitudes and opinions of respondents on them. The results showed that students are active and socially engaged on digital platforms when it comes to organizing and following events such as seminars, forums, workshops. However, students are not active in expressing their attitudes and opinions through digital platforms. The results also show that students do not use digital platforms to show the social problems they encounter.

Key words: digital platforms, Facebook, citizen journalism, students, social engagement.