



DOKTORSKI STUDIJ

*Sociologija: vrijednosti, identitet i društvene promjene u hrvatskome društvu*

Matea Milak

**SUSJEDSTVO IZMEĐU VIRTUALNOSTI  
I REALNOSTI: UTJECAJ KORIŠTENJA  
DRUŠTVENIH MREŽA NA RAZINU  
UKLJUČENOSTI U LOKALNU  
ZAJEDNICU NA PRIMJERU DVIJU  
ZAGREBAČKIH ČETVRTI**

Doktorski rad

Mentor: dr. sc. Geran-Marko  
Miletić

Zagreb, travanj, 2024.



Doktorski studij:

*Sociologija: vrijednosti, identitet i društvene promjene u hrvatskome društvu*

Matea Milak



## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom izjavljujem i vlastoručnim potpisom potvrđujem da je moj doktorski rad:

Susjedstvo između virtualnosti i realnosti: utjecaj korištenja društvenih mreža na razinu uključenosti u lokalnu zajednicu na primjeru dviju zagrebačkih četvrti / Neighborhood between virtuality and reality: the impact of the social media networks on the level of community engagement on the case of two Zagreb districts

---

*(naslov doktorskog rada na hrvatskom i engleskom jeziku)*

izrađen pod mentorstvom/komentorstvom:  
dr. sc. Gerana-Marka Miletića

---

*(navesti imena mentora/komentora)*

i obranjen:

---

*(napisati datum, mjesto i vrijeme obrane doktorskog rada)*

isključivo rezultat mog vlastitog i samostalnog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i objavljenjima u literaturi, a dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima jasno su označeni kao takvi te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da niti jedan dio doktorskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranog rada te niti jedan dio doktorskog rada ne narušava ičija autorska prava.

Izjavljujem da niti jedan dio doktorskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi u Republici Hrvatskoj i inozemstvu.

U Zagrebu, \_\_\_\_\_ 2024.

(vlastoručni potpis)

Doktorski studij:

*Sociologija: vrijednosti, identitet i društvene promjene u hrvatskome društvu*



Matea Milak

## IZJAVA O ISTOVJETNOSTI SADRŽAJA DOKTORSKOG RADA

kojom izjavljujem i vlastoručnim potpisom potvrđujem da je sadržaj mojeg doktorskog rada:  
Susjedstvo između virtualnosti i realnosti: utjecaj korištenja društvenih mreža na razinu uključenosti u lokalnu zajednicu na primjeru dviju zagrebačkih četvrti / Neighborhood between virtuality and reality: the impact of the social media networks on the level of community engagement on the case of two Zagreb districts

---

*(naslov doktorskog rada na hrvatskom i engleskom jeziku)*

izrađen pod mentorstvom/komentorstvom:  
dr. sc. Gerana-Marka Miletića

---

*(navesti imena mentora/komentora)*

i obranjen:

---

*(napisati datum, mjesto i vrijeme obrane doktorskog rada)*

koji dostavljam u elektroničkoj verziji u PDF inačici na CD-u/DVD-u, istovjetan tiskanoj verziji mog doktorskog rada (koji dostavljam u dva (2) tiskana primjerka, tvrdi uvez).

U Zagrebu, \_\_\_\_\_ .2024.

(vlastoručni potpis)

## TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

|  |  |
|--|--|
| Naslov doktorskog rada   | Susjedstvo između virtualnosti i realnosti: utjecaj korištenja društvenih mreža na razinu uključenosti u lokalnu zajednicu na primjeru dviju zagrebačkih četvrti   |
| Autor  | Matea Milak  |
| Mentor<br>Komentor/komentor 2                                  | dr. sc. Geran-Marko Miletić  |
| Ključne riječi   | zajednica, susjedstvo, virtualno, internetske društvene mreže, uključenost u zajednicu   |
| Povjerenstvo za ocjenu doktorskog rada                         | 1. izv. prof. dr. sc. Mario Bara, Hrvatsko katoličko sveučilište, predsjednik<br>2. doc. dr. sc. Sara Ursić, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, članica<br>3. prof. dr. sc. Anka Mišetić, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, članica |
| Povjerenstvo za obranu doktorskog rada                         | 1. izv. prof. dr. sc. Mario Bara, Hrvatsko katoličko sveučilište, predsjednik<br>2. doc. dr. sc. Sara Ursić, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, članica<br>3. prof. dr. sc. Anka Mišetić, Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, članica |
| Ustanova koja je dodijelila akademski stupanj doktora znanosti | HRVATSKO KATOLIČKO SVEUČILIŠTE   |
| Poslijediplomski sveučilišni (doktorski) studij                | Sociologija: vrijednosti, identitet i društvene promjene u hrvatskome društvu  |
| Mjesto   | Zagreb   |
| Država obrane  | Republika Hrvatska   |
| Znanstveno područje  | Društvene znanosti   |
| Znanstveno polje   | Sociologija  |
| Znanstvena grana (ako ima)                                     |  |
| Vrsta studija  | Sveučilišni  |
| Razina studija   | Poslijediplomska   |
| Akademski stupanj  | Doktor znanosti  |
| Kratica akademskog stupnja                                     | dr. sc.  |
| Vrsta rada   | Doktorski rad  |
| Jezik pisanja doktorskog rada                                  | Hrvatski   |
| Jezik na kojem je doktorski rad obranjen                       | Hrvatski   |
| Datum obrane doktorskog rada                                   |  |

### BASIC DOKUMENTATION CARD

|  |  |
|--|--|
| Thesis Title                                       | Neighborhood between virtuality and reality: the impact of the social media networks on the level of community engagement on the case of two Zagreb districts  |
| Author   | Matea Milak  |
| Mentor<br>Co-mentor/<br>Co-mentor 2                | Geran- Marko Miletić, PhD  |
| Key words  | community, neighborhood, virtual, social media networks, community engagement  |
| Thesis Evaluation<br>Committee                     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Assoc Prof., Mario Bara, PhD, Catholic University of Croatia, president</li> <li>2. Asst Prof., Sara Ursić, PhD, Institute of Social Sciences Ivo Pilar, member</li> <li>3. Prof., Anka Mišetić, PhD, Faculty of Architecture, University of Zagreb, member</li> </ol> |
| Thesis Defense<br>Committee                        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Assoc Prof., Mario Bara, PhD, Catholic University of Croatia, president</li> <li>2. Asst Prof., Sara Ursić, PhD, Institute of Social Sciences Ivo Pilar, member</li> <li>3. Prof., Anka Mišetić, PhD, Faculty of Architecture, University of Zagreb, member</li> </ol> |
| The Institution<br>Awarding the<br>Academic Degree | CATHOLIC UNIVERSITY OF CROATIA   |
| Postgraduate<br>University (Doctoral)<br>Study     | Sociology: Values, Identity and Social Changes in Croatian Society   |
| Location   | Zagreb   |
| Country of Defense                                 | Republic of Croatia  |
| Scientific Area                                    | Social Sciences  |
| Scientific Field                                   | Sociology  |
| Scientific Branch ( <i>if<br/>any</i> )            |  |
| Type of Study                                      | University   |
| Level of Study                                     | Postgraduate   |
| Academic Degree                                    | PhD Degree   |
| Abbreviated<br>Academic Degree<br>Title            | PhD  |
| Type of Thesis                                     | Postgraduate Thesis  |
| Language of Thesis<br>(written)                    | Croatian   |
| Language of Thesis<br>(defenced)                   | Croatian   |
| Date of Thesis<br>Defense                          |  |

## Sažetak

Život u 21. stoljeću najbolje bi se mogao opisati pojmom neprekidne transformacije koja zahvaća sve aspekte ljudskog djelovanja. Prema Giddensu (2003:10) globalizacija, kao revolucionarni proces u ljudskoj povijesti započela je kasnih 1960-ih godina s razvojem informacijsko komunikacijskih tehnologija koje su utjecale na njene političke, tehnološke, kulturne i ekonomske dimenzije. Navedene promjene reflektirale su se i na sami koncept susjedstva koji unatoč promjenama koje je stvorila postmoderna, i dalje ima važnu ulogu u životu pojedinca (Miletić i sur. 2016). Kako navodi Evans (2013) zajednice treba promatrati kao dinamični koncept jer posjeduju kapacitet promjene što se potvrdilo koncem prošlog i početkom ovog stoljeća zajedno sa pojavom novih oblika virtualnih zajednica. Kako je vrijeme odmicalo, sve više autora počinje uočavati kako virtualnim zajednicama nedostaje element interakcije uživo te dolaze do spoznaje da interakcije u virtualnom svijetu nadopunjuju one u fizičkom i *vice versa* (Cabitza i sur., 2016). Riječ je ovdje o *hibridnim zajednicama* koje nemaju samo funkciju poticanja interakcija već imaju i neke praktične implikacije (Mosconi i sur., 2017). Ova doktorska disertacija stoga polazi od pretpostavke kako postoji povezanost između virtualnih oblika komunikacije i uključenosti u lokalnoj zajednici. Kako bi se ta pretpostavka adekvatno ispitala, koristi se nacrt istraživanja temeljen na eksplorativno sekvencijalnom kombiniranju kvalitativne i kvantitativne metode prikupljanja podataka. U prvom dijelu istraživanja koristila se analiza sadržaja dviju odabranih Facebook grupa unutar odabranih zagrebačkih četvrti popraćena sa provođenjem polu-strukturiranih intervjua sa administratorima i moderatorima grupa. U drugom dijelu istraživanja koristila se kvantitativna metodologija i metoda online upitnika na uzorku članova dvije odabrane Facebook grupe (N=496). Rezultati pokazuju kako je korištenje Facebook grupe susjedstva u određenoj mjeri povezano sa razinom uključenosti pojedinaca u život lokalne zajednice; ona dimenzija u kojoj se pronašla snažna povezanost u obje grupe odnosi se na participaciju u aktivnostima susjedstva. U obje Facebook grupe susjedstva prepoznao se *hibridni oblik uključenosti u zajednicu* o kojoj su pisali Mosconi i suradnici (2017). Diskusija u Facebook grupi oko problema, potrebe ili zajedničkog interesa dovodila je do realizacije raznih oblika angažmana u samom fizičkom susjedstvu.

Ključne riječi: zajednica, susjedstvo, virtualno, internetske društvene mreže, uključenost u zajednicu

## EXTENDED SUMMARY

Life in the 21st century is marked by a continuous transformation that affects all aspects of human activity. According to Giddens (2003:10), globalization began in the late 1960s as a revolutionary process in human history, with the development of information and communication technologies that influenced its political, technological, cultural, and economic dimensions. In its early stages, the development of these technologies drastically changed the world by connecting physically distant individuals (Giddens, 2003; Zeman and Geiger Zeman, 2010). However, in the 21st century, the Internet has become an integral part of everyday life and is used for various activities, leading to a shift in its function and purpose (Castells, 2001). Despite the changes created by postmodernity, the concept of the neighborhood continues to play a significant role in an individual's life, providing a strong source of identity, security, and community belonging (Miletić et al., 2016). Shaw and Shaw (1999) emphasize the significance of neighborhoods in the socialization process of individuals, as well as in the organization of daily life. In the past, neighborhoods played a crucial role in fostering a strong sense of identity and community belonging among individuals, providing them with a sense of security (Miletić, Krnić, and Majetić, 2016).

This dissertation focuses on the *local community*, and it was necessary to define the concept of community adequately and examine its history. The dissertation relies on the definition of a place-based community proposed by Mulligan and colleagues (2006). This type of community is related to a specific local territory shared by its members, including urban neighborhoods with clearly defined local territories and boundaries.

The concept of community has undergone significant changes throughout history. The first chapter of the dissertation is focused on understanding the relevance of the concept of local community in contemporary social relations. It examines how the idea of community has evolved from the Greek cosmos and polis, through modernity, and into postmodernity. There has been a fear that local communities would disappear due to new social changes. However, the relevance of local communities is evident in today's world. The deindustrialization process and the collapse of the modern project led to the search for new forms of connection, giving rise to subcultural forms of communities. In the late modern era, there is a quest for new forms of connectedness due to an increasingly pronounced process of fragmentation, leading to a change in the discourse about communities (Delanty, 2009:119). This results in the emergence of subcultural forms of communities within which individuals envision a space of belonging that is outside traditional, place-based structures (Evans 2013:80). As Phillipson and colleagues



(1999) point out, the relationship between place and people becomes more crucial at the end of the 20th century than it was at its beginning. Globalization processes and postmodernity, in particular, have led to an increase in everyday insecurity, fluidity, and fragmentation, causing neighborhoods to be reconsidered as a place that provides security and a source of identity. This strengthening of the role of the neighborhood generated a crisis in social cohesion, resulting from the impact of postmodernity. This led to a reevaluation of the neighborhood as a potential solution for creating social capital, a tool to combat poverty, and a means to strengthen democratic processes (Miletić et al., 2016). Although the process of globalization fragmented many forms of local communities, it also led to the rediscovery of new forms of communities (Delanty, 2009:119).

Empirical research on local communities in an urban context has shown that they still exist and play a vital role in people's lives (Gans, 1962; Jacobs, 1961; Morgan, 2009; Mesh i Manor, 1998). Numerous empirical studies on a global scale (Putnam, 2000; Guest and Wierzbicki, 1996; King, 2013) and those conducted at the local level (Miletić et al., 2016; Miletić, 2015; Miletić et al., 2017; Rogić and Čaldarović, 2000) have demonstrated that sociability in the local community has not disappeared in the era of globalization. Therefore, communities should be viewed as dynamic concepts, fluid, and capable of change (Evans, 2013).

The resilience of communities has been recognized due to the emergence of new technologies over the last century. These technologies have brought changes to everyday life and local communities, resulting in the creation of new virtual communities. Initially, these virtual communities were viewed as an ideal way to connect with people (Wellman, 1979; Anderson, 1983), since they were free from geographical and social constraints (Rheingold, 1994; Holmes, 1997). However, it was eventually realized that such communities lacked face-to-face interaction, which could strengthen them (Cordoso, 1998; Wellman i Gulia, 1999; Fox i Roberts, 1999). This led to the emergence of *hybrid communities*, where physical and virtual worlds coexist and complement each other (Cabitza et al., 2016). Communities like these serve not only to encourage interaction but also have practical implications, as recognized by Mosconi et al. (2017), who introduced the term hybrid engagement to describe the transfer of activities and engagement from the virtual to the physical world. Social networks have become part of people's daily lives, and they are increasingly used to encourage individuals' involvement in local activities. Research has shown that hybrid communities can encourage face-to-face interaction (Ellison et al., 2007; Evans-Cowley and Hollander, 2010), foster trust-building and social capital creation, and lead to greater engagement in local community activities (Capece and Costa, 2013; Hampton and Wellman, 2003).

Hybrid forms of local communities can be found on social networks like Facebook in the form of groups. These groups target a particular neighborhood's residents and aim to address problems associated with that neighborhood, increasing community well-being (Vogel et al., 2021). They encourage social interaction, sharing information, providing support, and enabling access to local organizations and institutions. Such groups not only initiate communication among neighbors but also have practical implications (De Meulenaere et al., 2021). Neighborhood Facebook groups spread information among members in both virtual and real neighborhoods, strengthening the self-organizing capacity of the community (Afzalan and Evans-Cowley, 2013). They can lead to the empowerment of weak ties among neighbors, increase face-to-face interactions, and facilitate awareness about the challenges facing the local community. This can lead to the realization of actions and events initiated through the Facebook group, becoming a strong stimulus for the creation of social capital (Witten et al., 2020). By participating in community activities, people can build trust and strengthen social networks that lead to greater local engagement (Putnam, 2002). The research conducted by Browning and colleagues (2004) showed that having close connections with neighbors is a sign of strong social bonds and can lead to a more effective community. Combining virtual and physical involvement can result in more engagement within the community and also lead to material gains through physical neighborhood interventions.

The focus of this doctoral dissertation is on the relationship between the use of social networks and engagement in the local community, which is defined through three main dimensions (Kim et al., 2015): neighborhood belonging, collective efficacy, and participation in community activities. The results of the study conducted by Kim et al. (2015) have shown a correlation between the use of social networks and greater engagement in the local community through all three observed dimensions. According to You and Hon (2019), Facebook enables social groups to build reciprocal relationships and trust, leading to greater collective efficacy of the group and, ultimately, enabling the realization of collective actions. As the trend of researching hybrid forms of communities strengthens globally, this doctoral dissertation explores the existence of a traditional neighborhood concept in the virtual sphere created in parallel with the development of information and communication technologies. It was necessary to investigate and determine how the virtual world influenced relationships, activities, and the construction of everyday life in the neighborhood itself. All of the above suggests that there is a connection between virtual forms of interaction via social networks and engagement in the local community. This interaction, as well as the observed importance

of social capital in the physical and virtual dimension of the community, was explored within this doctoral dissertation.

The research assumes that there is a relationship between virtual communication and engagement in the local community. It also considers the significance of social capital in both virtual and physical dimension of the neighborhood. The research objectives are as follows:

1) To gain an understanding of the structure of posts in selected neighborhood Facebook groups.

2) To gain an understanding of the basic characteristics of social interactions among members of neighborhood Facebook groups in virtual and physical spaces.

3) To determine the connection between activity in using the Facebook neighborhood group and the level of engagement in the local community.

4) To gain insight into the basic features of social capital and examine its association with the level of community engagement.

The fundamental hypothesis of the doctoral dissertation is that more active use of the Facebook neighborhood group is associated with a higher level of engagement in the local community. The other hypotheses are:

H1: More active use of the Facebook neighborhood group is associated with a higher level of perceived neighborhood belonging.

H2: More active use of the Facebook neighborhood group is associated with a higher level of perceived collective efficacy.

H3: More active use of the Facebook neighborhood group is associated with a higher level of participation in activities and events within the neighborhood.

H4: More active use of the Facebook neighborhood group is associated with the creation and/or strengthening of social capital and ties within the neighborhood.

H5: Social capital created within the Facebook neighborhood group is associated with a higher level of community engagement.

For my doctoral dissertation, I chose pragmatism as the basic paradigm. As noted by Creswell (2009:11), researchers using this paradigm focus on "what" and "how" within the research problem. To achieve the set goals of my dissertation, I used a research design based on an exploratory sequential combination of qualitative and quantitative data collection methods. This approach was deemed suitable for my research, which focused on two case studies covering two neighborhoods in Zagreb.

In the first phase of the research approach, I relied on qualitative methods to collect data. This involved using two methods: content analysis of two selected Facebook groups

within selected Zagreb neighborhoods and conducting semi-structured interviews with the administrators and moderators of the groups to gain context and a better understanding of the findings obtained through content analysis. The selected Facebook groups represent two Zagreb neighborhoods that differ in the dominant type of construction and the age of the neighborhood itself. The neighborhoods chosen for this research are Markuševec, where the dominant type of construction is detached houses which was formed at the beginning of the 20th century, and Špansko, where residential multi-story buildings prevail and which were systematically built at the end of the last century. Both selected settlements have corresponding Facebook groups created by residents of those neighborhoods. The criteria for selecting Facebook groups for analysis were: (1) a larger number of group members, (2) the frequency of daily posts, and (3) the group's public and open nature. I selected the groups "Markuševec u srcu" and "Zakaj volim Špansko" based on these criteria.

In the next phase, I used quantitative methods for the research. An online survey method was used on a sample of members from two selected Facebook groups. The survey was conducted on the target population of members from the two selected Facebook groups. This approach allowed all group members to participate in the research. A link to the "Google Forms" survey questionnaire with an explanation of the topic and purpose of the research was posted in the group with prior approval from the administrators, as all posts in both groups needed their approval. The invitation was repeated two more times with a time interval of several weeks. Administrators made additional efforts by highlighting the researcher's post within the group during the second invitation, to ensure that more members saw the post. The research was conducted from May to October 2022, and a total of 496 respondents participated in the research, with 267 from the Špansko neighborhood and 229 from the Markuševec neighborhood.

In the results chapter of the qualitative methodology, the study addressed three research questions in the context of this dissertation. The *first research question* was about the types of posts that appear in the selected neighborhood Facebook groups. Through content analysis and accompanying interviews, the study identified three dominant categories of posts in both groups: (1) seeking/offering (bulletin board), (2) neighborhood news, and (3) expressing opinions. Within these categories, the study identified 14 topics in the "Zakaj volim Špansko" group and 16 in the "Markuševec u srcu" group. The first category included mobilization-type posts, seeking or offering specific information or services—examples include questions about a good washing machine repairman or information about a doctor's

working hours. This category also recognized the existence of a virtual bulletin board where lost or found items (including pets) and various job postings were published.

The second category in both groups contained news about the neighborhood, in the form of local events, daily information, and warnings to neighbors or identified problems. The third category included posts focused on expressing opinions. Within this category, group members expressed their views on the appearance of the neighborhood, construction and infrastructure, neighborhood history, local population, and even earthquakes and the COVID-19 pandemic. Although the same post categories were recognized in both groups, certain differences were observed between them. This leads us to the *second research question*, for which an answer was provided in the next subchapter.

It was shown that the Špansko Facebook group had slightly more posts in the Neighborhood News category, while the Markuševac Facebook group had more posts in the Expressing Opinions category. The category focused on seeking and offering information or services was similarly distributed in both groups. A closer look at the topics in these categories revealed that in Špansko, more was written about identified problems in the neighborhood, and more everyday news was shared. On the other hand, the Markuševac group had more daily announcements about earthquakes and religion. In addition to everyday news, members of the Markuševac group also posted more questions and expressed more opinions about earthquakes, accompanied by offers of humanitarian aid. Members of the Špansko group, on the other hand, used the virtual bulletin board more, commented more on the appearance and urban planning of the neighborhood, and addressed the theme of the COVID-19 pandemic more extensively.

This brings us to the *third research question*, which was answered in the context of the mentioned chapter and relates to the impact of the pandemic on the structure of topics within the observed groups. The results showed that there is a difference in the structure of topics in the period before the COVID-19 pandemic and after its onset. In both groups in 2019, the most common topics were events and identified problems in the neighborhood. In 2020, there was a change; in Markuševac, the topics of earthquakes and seeking/offering information or services became dominant, while in Špansko, more was written about the appearance of the neighborhood, construction, and identified problems. In addition, the theme of the COVID-19 pandemic was more prominent in Špansko. In 2021, both groups showed the highest representation of the topic of seeking/offering information or services and the topics of neighborhood events.

In the results chapter of the quantitative part of the study, five hypotheses were addressed. In the first step of the analysis, descriptive indicators were presented, and differences between groups were determined using Welch's t-test for unequal variances and by using the Chi-square ( $\chi^2$ ) test. In the second step, regression analysis was conducted to examine the impact of using the Facebook neighborhood group on community engagement. The research consisted of two stages of hierarchical linear regression analysis. In the first stage, hierarchical regression analyses were conducted for all three dimensions of community engagement, separately for each sample. Since the dimension of the sense of belonging to the neighborhood and collective efficacy was divided into two sub-dimensions, five hierarchical regression analyses were conducted for each sample. Each analysis used two predictor blocks. The first block included control variables such as gender, education level, age, and the perception of oneself as a local or newcomer. The second block introduced variables that relate to the virtual dimension of the neighborhood. Four main predictors emerged, which were related to the use of the neighborhood Facebook group for the following purposes: (1) staying informed about neighborhood events, (2) finding services or products available within the neighborhood, (3) sharing information about current events within the neighborhood, and (4) complaining to other group members about certain situations in the neighborhood. In addition to these variables, this block also included variables related to the estimated total number of Facebook friends and the length of membership in the Facebook group.

In the second stage, hierarchical regression analyses were performed in two steps. In the first step, social capital was observed through three elements, and accordingly, three hierarchical linear regression analyses were conducted for each sample. Each analysis in this step used two predictor blocks. The first block included control variables such as gender, education level, age, and whether the person perceives themselves as a local or a newcomer. The second block introduced variables related to the virtual dimension of the neighborhood. Four main predictors emerged, which related to the use of the neighborhood Facebook group for the same four purposes mentioned earlier. Additionally, this block included variables related to the estimated total number of Facebook friends and the length of membership in the Facebook group.

In the second step, the criterion variable was the three dimensions of community engagement. Since the dimension of the sense of belonging to the neighborhood and collective efficacy was divided into two sub-dimensions, five hierarchical regression analyses were conducted for each sample. As in previous cases, each analysis was carried out using two predictor blocks. The first block included control variables such as gender, education level,

age, and whether the person perceives themselves as a local or a newcomer. The second block introduced variables related to social capital, and three predictors emerged: social ties, trust, and reciprocity.

The *first proposed hypothesis* was partially accepted. The use of a neighborhood Facebook group led to a higher level of functional belonging to the neighborhood in both groups. The effect was observed in both groups when using the Facebook group to share information about neighborhood events. However, concerning emotional belonging to the neighborhood, the effect of using the Facebook group was only recognized in Markuševac, specifically for staying informed about neighborhood events. Also in Markuševac, using the group to complain about a specific situation had a negative effect. Those who used the group more for this purpose showed a lower level of emotional belonging to the neighborhood. In Špansko, the length of membership in the Facebook group was identified as having an effect. Participants who were members of the Facebook group for more than 5 years showed a higher level of emotional belonging to the neighborhood.

The *second hypothesis* proposed in the study was partially accepted. In Markuševac, there was a correlation found between the use of the Facebook neighborhood group for staying informed about events and sharing information about events within the neighborhood and the perceived informal social control. In Špansko, the effect of using the Facebook group to find a service or product available in the neighborhood and using the Facebook group to complain about specific situations in the neighborhood was only recognized with the perceived security in the neighborhood. The study found that more frequent use of the group to find services or products was associated with a higher level of perceived security, while more frequent use of the group to complain about a specific situation was associated with a lower level of perceived security in the neighborhood. The study did not find any association between the use of the Facebook neighborhood group and perceived informal social control in the participants from Špansko. However, the length of membership in the Facebook group was a statistically significant predictor.

The *third proposed hypothesis* was completely accepted. Both groups showed a strong correlation between the use of the Facebook neighborhood group for sharing information about events within the neighborhood and the level of participation in community activities.

The *fourth proposed hypothesis* was partially accepted. In both groups, the impact of using the Facebook neighborhood group to share information about events within the neighborhood was recognized as contributing to the establishment and/or strengthening of social ties. In Špansko, the impact of using the group to report specific situations within the

neighborhood was also recognized, while in Markuševac, the impact of using the group to stay informed about events was recognized. In both groups, the impact of using the Facebook neighborhood group on the level of trust was also recognized, but the purpose of using the group differed. In Markuševac, the use of the group to stay informed about events and having more Facebook friends had an impact on the level of trust. On the other hand, in Špansko, the impact of using the Facebook group to find services or products, share information about neighborhood events, and report specific situations in the neighborhood was recognized. In Markuševac, the length of Facebook group membership and the number of Facebook friends affected reciprocity, but the direct effect of group usage on reciprocity was not established. In Špansko, the effect on reciprocity is noticeable when the group is used to find products or services, share information, and complain about certain neighborhood situations. Therefore, the use of Facebook neighborhood groups affected two out of three elements of social capital in both groups.

The *fifth proposed hypothesis* was partially accepted. The study found that among the participants from Špansko, every aspect of community engagement was influenced by one of the components of social capital. However, this effect was not observed among the respondents from Markuševac when it came to the perceived safety of their neighborhood.

The *main hypothesis* of this study, regarding the relationship between the use of the Facebook neighborhood group and individuals' engagement in local community life, was discussed. It was concluded that the use of the Facebook neighborhood group is somewhat related to the level of individual engagement in the local community. However, caution was exercised in interpreting this relationship, as it was not found at all levels within the dimensions of the observed concept and did not manifest in the same way in both Facebook neighborhood groups. Nevertheless, the dimension in which a strong connection was found in both groups pertains to participation in neighborhood activities. The study found that using Facebook neighborhood groups did not have a significant impact on the level of perceived informal social control and emotional belonging in Špansko. Similarly, in Markuševac, the use of Facebook groups did not affect the perceived security of the neighborhood. Therefore, the main hypothesis of the research was only partially accepted.

It is important to note that in both Facebook neighborhood groups, a hybrid form of community engagement was recognized, as identified by Mosconi and colleagues (2017). Discussions in the Facebook group about problems, needs, or common interests led to various forms of engagement in the physical neighborhood itself. In Špansko, this was recognized in



the organization of various humanitarian and sports events, while in Markuševac, it was recognized in the period immediately after the earthquake when members organized actions of mutual assistance in a short period. The Facebook neighborhood group, in both cases, served as the most ideal place to start and continue organizing such activities. This highlights the advantage and importance of the interplay between virtual and physical interactions among neighborhood members, leading to the improvement of the quality of life in the neighborhood.

In conclusion, this doctoral dissertation has contributed to discovering the connection between the virtual and physical dimensions of the neighborhood. Self-organized Facebook neighborhood groups not only exist within the context of Croatian society, but they also have practical implications for physical neighborhoods. For this reason, it is important to continue studying this trend in upcoming research. Moreover, the revealed connection between the use of Facebook neighborhood groups and the willingness to participate could be particularly beneficial for local authorities in planning the development of specific city districts. Facebook neighborhood groups can serve as a new, efficient, and accessible communication tool through which residents of a particular district can express their desires, opinions, and infrastructure needs. This dissertation can also serve as an incentive for creating a pilot version of a virtual neighborhood application that would have more clearly defined neighborhood boundaries and a somewhat more formal structure. By investing in this form of networking within the local community, collaboration with local authorities could be promoted, and the existing infrastructure could be improved to correspond with the concept of a "smart city."

**Keywords:** community, neighborhood, virtual, social media networks, community engagement

## SADRŽAJ

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. UVOD.....</b>  | <b>1</b>  |
| <b>2. TEORIJSKI OKVIR.....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>2.1. Relevantnost koncepta (lokalne) zajednice u razumijevanju suvremenih društvenih odnosa ...</b> | <b>5</b>  |
| 2.1.1. Moderna – ideja gubitka i ponovnog ostvarenja zajednice .....                                   | 7         |
| 2.1.1.1. Propast/gubitak zajednice.....  | 7         |
| 2.1.1.2. Rekonstrukcija zajednice.....   | 16        |
| 2.1.2. Zajednica u postmodernoj perspektivi.....   | 21        |
| 2.1.2.1. Zajednice susjedstva u urbanom kontekstu .....  | 24        |
| 2.1.2.2. Lokalna urbana zajednica i društveni odnosi u hrvatskom kontekstu .....                       | 30        |
| <b>2.2. Transformacija društvenog prostora u digitalno doba .....</b>                                  | <b>35</b> |
| 2.2.1. Utjecaj informacijsko-komunikacijskih tehnologija na društvo i lokalnu zajednicu .....          | 39        |
| <b>2.3. Uloga virtualnih zajednica u suvremenom društvu .....</b>                                      | <b>44</b> |
| 2.3.1. Što su virtualne zajednice?.....  | 44        |
| 2.3.2. Uloga internetskih društvenih mreža u formiranju novih zajednica .....                          | 52        |
| <b>2.4. Novi prostor hibridnih zajednica .....</b>   | <b>57</b> |
| 2.4.1. Nekoliko primjera uspostave i djelovanja hibridnih zajednica .....                              | 59        |
| <b>3. CILJEVI ISTRAŽIVANJA.....</b>  | <b>72</b> |
| <b>3.1. HIPOTEZE.....</b>  | <b>73</b> |
| <b>4. METODOLOGIJA.....</b>  | <b>75</b> |
| <b>4.1. Pristup i polazište u istraživanju .....</b>   | <b>75</b> |
| <b>4.2. Osnovna socioprostorna obilježja istraživanih naselja .....</b>                                | <b>77</b> |
| 4.2.1. Odabrane Facebook grupe susjedstva.....   | 85        |
| 4.2.1.1. Zakaj volim Špansko .....   | 85        |
| 4.2.1.2. Markuševac u srcu .....   | 85        |
| <b>4.3. Prikupljanje podataka.....</b>   | <b>86</b> |
| 4.3.1. Prva faza: kvalitativna metodologija – analiza sadržaja i polustrukturirani intervjui .....     | 86        |
| 4.3.2. Druga faza: kvantitativno istraživanje – metoda ankete.....                                     | 90        |
| <b>4.4. Operacionalizacija glavnih koncepata .....</b>   | <b>92</b> |
| 4.4.1. Percipirana pripadnost susjedstvu .....   | 92        |
| 4.4.2. Kolektivna efikasnost .....   | 93        |
| 4.4.3. Participacija.....  | 95        |
| 4.4.4. Virtualna dimenzija susjedstva – korištenje Facebook grupe.....                                 | 95        |
| 4.4.5. Socijalni kapital u virtualnoj dimenziji susjedstva .....                                       | 97        |
| 4.4.6. Kontrolne varijable .....   | 98        |

|           |  |            |
|-----------|--|------------|
| 4.5.      | Etički aspekti istraživanja .....  | 99         |
| 4.6.      | Metodološka ograničenja .....  | 99         |
| <b>5.</b> | <b>REZULTATI KVALITATIVNOG DIJELA ISTRAŽIVANJA .....</b>   | <b>101</b> |
| 5.1.      | Analiza sadržaja grupe Zakaj volim Špansko .....   | 102        |
| 5.1.1.    | Tražim/ nudim (oglasna ploča susjedstva) .....   | 103        |
| 5.1.2.    | Novosti u susjedstvu.....  | 105        |
| 5.1.3.    | Izražavanje mišljenja o susjedstvu .....   | 108        |
| 5.2.      | Analiza sadržaja grupe Markuševec u srcu.....  | 110        |
| 5.2.1.    | Tražim/ nudim (oglasna ploča) .....  | 111        |
| 5.2.2.    | Novosti u susjedstvu.....  | 113        |
| 5.2.3.    | Izražavanje mišljenja .....  | 115        |
| 5.3.      | Usporedba analiziranih grupa: Špančani i Šimunčani – prepoznate sličnosti i specifičnosti<br>117 |            |
| 5.4.      | Analiza objava u Facebook grupama zagrebačkih četvrti po godinama .....                          | 120        |
| 5.5.      | Kratak osvrt na rezultate kvalitativnog istraživanja .....                                       | 124        |
| <b>6.</b> | <b>REZULTATI KVANTITATIVNOG DIJELA ISTRAŽIVANJA .....</b>  | <b>127</b> |
| 6.1.      | Fizička dimenzija susjedstva .....   | 129        |
| 6.2.      | Virtualna dimenzija susjedstva.....  | 137        |
| 6.3.      | Socijalni kapital u virtualnoj dimenziji susjedstva .....  | 140        |
| 6.4.      | Rezultati regresijske analize .....  | 143        |
| 6.4.1.    | Percipirana pripadnost susjedstvu .....  | 148        |
| 6.4.2.    | Kolektivna efikasnost.....   | 153        |
| 6.4.3.    | Participacija u susjedstvu .....   | 157        |
| 6.4.4.    | Socijalni kapital u virtualnoj dimenziji susjedstva .....  | 160        |
| 6.4.4.1.  | Efekt korištenja Facebook grupe susjedstva na stvaranje i/ili jačanje socijalnog kapitala<br>163 |            |
| 6.4.4.2.  | Efekt socijalnog kapitala na uključenost u zajednicu .....                                       | 172        |
| <b>7.</b> | <b>INTERPRETACIJA KVANTITATIVNIH PODATAKA.....</b>   | <b>182</b> |
| 7.1.      | Percipirana pripadnost susjedstvu .....  | 182        |
| 7.2.      | Kolektivna efikasnost .....  | 186        |
| 7.3.      | Participacija.....   | 190        |
| 7.4.      | Socijalni kapital u virtualnoj dimenziji susjedstva .....  | 193        |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 8. ZAKLJUČAK .....     | 198 |
| 9. POPIS PRILOGA ..... | 205 |
| 10. LITERATURA.....    | 206 |

## 1. UVOD

Prema globalnim projekcijama, dvije trećine svjetske populacije bit će online do kraja 2023. godine. U siječnju 2023. godine 64,4 % svjetske populacije koristilo je Internet, a njih 59,4 % internetske društvene mreže. S obzirom na to da je godišnja stopa rasta novih korisnika 3,2 % to znači da se svake sekunde prosječno 4,7 novih korisnika pridruži društvenim mrežama (Datareportal, 2023). Što nam ti podatci zapravo govore? Prije svega sugeriraju kako je Internet postao jedan od temeljnih stupova modernog informacijskog društva (Statista, 2023). Neizbježno postajemo sve više umreženi, Internet više nije samo alat za razmjenu informacija predodređen za manju skupinu ljudi, nego je to osnovni komunikacijski alat za široku masu korisnika. Time dolazimo do teze koju je prije gotovo tri desetljeća postavio Manuel Castells (1996) rekavši da živimo u *stvarnoj virtualnosti*. Castells je tim terminom opisao spajanje fizičkog i virtualnog svijeta i prepoznao, već tada, kako su se digitalne tehnologije integrirale u različite aspekte suvremenog života i oblikovale načine na koje komuniciramo, ulazimo u interakcije i organiziramo svakodnevicu. Kako navodi Chayko (2019:377), čak i oni pojedinci koji odbijaju upotrebljavati nove digitalne tehnologije ne mogu negirati činjenicu kako žive u svijetu koji je računalno posredovan, globaliziran i povezan. Taj novi svijet ona naziva „*tehnodruštvenim*“ a život unutar njega obilježava isprepletenost i neodvojivost digitalnog i fizičkog.

No, jesmo li zaista toliko prisutni u online svijetu da bismo mogli reći kako živimo u *stvarnoj virtualnosti*? Prema danim podacima o svjetskim trendovima, prosječan korisnik Interneta dnevno provede 6 sati i 35 minuta online, što je malo više od jedne četvrtine dana (Datareportal, 2023). Tu uronjenost u virtualni svijet Sherry Turkle (2011) smatra potencijalno opasnom. Naime, Turkle tvrdi da iako su moderne tehnologije omogućile stalnu povezanost, one istovremeno mogu izazvati osjećaj da smo *sami zajedno*. Time Turkle opisuje situacije u kojima smo fizički prisutni, ali emocionalno odvojeni zbog modernih tehnologija (na primjer, koristeći internetske društvene mreže u društvu drugih ljudi) te upozorava da taj trend može ostaviti posljedice na našu mogućnost formiranja smislenih, stvarnih odnosa. Kako smo do sada utvrdili, provodimo popriličan broj sati u internetskom svijetu, što može imati i neke negativne posljedice, kako je Turkle istaknula. No, postavlja se pitanje: *Što ondje točno tamo radimo?*

U 21. stoljeću u skladu sa sve dostupnijim pristupom Internetu u cijelome svijetu, omogućeno nam je da svaki dan obavljamo bezbroj aktivnosti u umreženom obliku, poput

kupnje, edukacije, zabave, socijalizacije, politike i posla, što Castells (2001) naziva *banalizacijom Interneta*. No, Castells nije mogao predvidjeti kako će dvadesetak godina poslije upravo ta funkcija Interneta biti jedina dostupna i nužna za normalno funkcioniranje društva. Dolaskom pandemije bolesti COVID-19 na globalnoj razini dogodile su se drastične promjene. Tada aktualni *lockdown* premjestio je cijelu ljudsku svakodnevicu u virtualni svijet (Datareportal, 2023). Školske i poslovne obveze obavljale su se u virtualnim učionicama i prostorijama za sastanke, brojni birokratski procesi ubrzali su svoju informatizaciju i virtualnu prisutnost, kupovali smo u internetskim prodavaonicama i na virtualnim tržištima. Kako pokazuju rezultati Eurostata iz 2021. godine, čak 67 % populacije Europske unije obavilo je kupnju ili narudžbu dobara ili usluga preko Interneta u toj godini. Većina je ipak (točnije tri petine ispitanika) najviše vremena provodila na društvenim mrežama (Eurostat, 2021). U Hrvatskoj se, prema podacima iz 2021. godine, može primijetiti porast korisnika Interneta za 4,6 % za trajanja pandemije koronavirusa. Zbog navedenog je 2021. godine čak 80 % populacije koristilo Internet, a 68,4 % internetske društvene mreže te je od 2020. do 2021. godine zabilježen rast broja korisnika za 4,8 %. Stoga, moglo bi se reći kako je bolest COVID-19 ubrzala, ali i testirala funkcionalnost u virtualnom svijetu. Sve te internetske aktivnosti provodile su se i prije pandemije, no u novim uvjetima, koji nisu ostavili mogućnost izbora, one su doživjele svoj vrhunac. Na tragu prethodno predstavljene statistike, gotovo smo vremenski jednako dugo prisutni u online svijetu kao što smo na poslu ili u školi, na fakultetu. Može se reći kako su internetske društvene mreže ušle u proces normalizacije u našoj svakodnevici. Zanimljivo je promatrati tu brzinu promjene u internetskom svijetu kao i spoznaje koje takve promjene donose. Krajem 20. i početkom 21. stoljeća, kada su nove internetske tehnologije polako zauzimale položaj u društvu, brojni znanstvenici promišljali su o društvenim posljedicama koje one sa sobom nose. Tako su neki stručnjaci iskazivali bojazan kako širenje Interneta i njegova veća upotreba vode u socijalnu izolaciju te kako površni virtualni odnosi mogu zamijeniti značajnije društvene veze u stvarnom svijetu (Kraut i sur. 1998: 1023; Nie i Erbring 2002), a drugi su Internet i internetske društvene mreže vidjeli kako dodatni alat i prostor za stvaranje i održavanje društvenih interakcija (Ellison i sur. 2007; Shen i Williams 2011; Wellman i Haythornthwaite 2002). Iako su internetske društvene mreže dugo vremena bile prihvaćene kao alat za komunikaciju i održavanje veza koje su geografski udaljene, danas one imaju drugačiju ulogu. Recentnija istraživanja o korištenju internetskih društvenih mreža pokazuju da se one sve više koriste među bliskim prijateljima, kolegama s posla i obitelji koji nisu geografski udaljeni od nas ili koje vidimo svakodnevno (Mosconi i sur., 2017:260). Stoga ne začuđuje kako sve više znanstvenika pozornost pridaje novim oblicima društvenosti koji

se događaju u virtualnom prostoru, ali simultano i u fizičkom. Posljednjih desetak godina intenzivnije se počinju primjećivati posljedice spontanog spajanja tih dvaju svjetova jer se komunikacija iz jednog prenosi u drugi svijet. Banalan primjer moglo bi biti članstvo u grupnom razgovoru na društvenoj mreži koje je sigurno iskusiła većina korisnika tih mreža. Drugi primjer bio bi članstvo u određenoj grupi na nekoj društvenoj mreži, to može biti grupa članova okupljenih oko nekog zajedničkog globalnog interesa ili manja grupa vođena specifičnim ciljem, interesom ili problemom. Treći primjer, i to onaj koji čini okosnicu ove doktorske disertacije jest članstvo u grupi na društvenoj mreži koja predstavlja određeno susjedstvo, odnosno lokalnu zajednicu. Takve grupe spontano osnivaju stanovnici susjedstva, a članovi su uglavnom drugi stanovnici susjedstva ili oni koji su to nekada bili. Neki se članovi možda poznaju uživo, neki se možda upoznaju putem sudjelovanja u grupi, a neki samo žele dobiti pristup informacijama, što je u tom kontekstu najlakši i najefikasniji način. Taj novi oblik susjedstva prepoznali su brojni autori (Carroll i sur., 2017; Cabitza i sur., 2016; Mosconi i sur., 2017) i u skladu sa spajanjem virtualnog i fizičkog okruženja definirali ga terminom *hibridne zajednice*. Te nove zajednice prelaze početne stroge granice između fizičkog i virtualnog prostora te stvaraju novi oblik društvenosti. S obzirom na njihovu relativno novu pojavnost i neprekidnu transformaciju, svaki dan se otkrivaju nove spoznaje, koje doprinose razumijevanju ovog novog društvenog fenomena. Tu je svakako znatan efekt imala i pandemija koronavirusa, koja je premjestila lokalne društvene odnose u virtualni svijet. Ako ste se htjeli družiti sa susjedima ili potražiti/ponuditi pomoć, to ste mogli učiniti jedino koristeći se blagodatima modernih tehnologija ili onih nešto starijih. S obzirom na element dinamičnosti, koji je u biti ovih novih zajednica, ne začuđuje kako istraživanja na svjetskoj razini neprekidno generiraju nove spoznaje, ali i potkrjepljuju prethodno otkrivene karakteristike, što olakšava razumijevanje novog fenomena. No, u kontekstu hrvatskog društva, potrebno je temeljito razmatrati teorijska i empirijska saznanja o hibridnim oblicima susjedstva, koja su itekako prisutna. Uz pandemiju, stanovnike Zagreba zadesila je još jedna elementarna nepogoda –potres, koji je prouzročio dodatnu nestabilnost. Kako navodi Wilson (2012), upravo se u trenucima prirodnih katastrofa pojedinci intenzivno služe Internetom kako bi što prije doznali informacije. Time internetske društvene mreže predstavljaju potencijal za uspješnu koordinaciju pojedinaca jer ih na lak način povezuju s resursima te mogu mobilizirati širu zajednicu koju ta katastrofa nije zadesila. Upravo se navedeno moglo prepoznati u brojnim slučajevima prirodnih nepogoda, npr. uragan Katarina 2005. godine, kalifornijski požari i potres na Haitiju 2010. te potresa i tsunamija u Japanu godinu poslije (Clark, 2009; Hjorth & Kim, 2011; Nachison, 2005; Veil i sur., 2011). To su samo dodatni, ne i primarni,

razlozi zašto je bitno početi stvarati znanstvenu građu o ovom novom obliku susjedstva na našim prostorima. Sve navedeno stoga predstavlja motivaciju za istraživanje, ali i nit vodilju ove doktorske disertacije, koja polazi od pretpostavke kako *postoji povezanost između virtualnih oblika komunikacije i uključenosti u lokalnoj zajednici*. Drugim riječima, osnovna hipoteza glasi: *Aktivnije korištenje Facebook grupe susjedstva povezano je s većom razinom uključenosti u lokanoj zajednici*.

Sama disertacija sastoji se od osam poglavlja. Prvo poglavlje je uvod u kojem se objašnjava kontekst doktorske disertacije. Drugo poglavlje, odnosno teorijski okvir rada, podijeljeno je na četiri važne cjeline Prvo potpoglavljje razmatra pojam i relevantnost (lokalne) zajednice te njenu transformaciju kroz različite povijesno-društvene etape; u kontekstu predmodernog, modernog i postmodernog društva. U drugom potpoglavljju uvodi se pojam informacijsko-komunikacijske tehnologije te se pobliže opisuje njihovo društveno značenje, ali i sam efekt koji ima na lokalnu zajednicu. Tema trećeg potpoglavljja su virtualne zajednice te se opisuju njihova glavna obilježja i uloga koju imaju u suvremenom društvu. Četvrto potpoglavljje uvodi pojam hibridnih zajednica te je naglasak na njihovu definiranju kao i na prikazu dosadašnjih empirijskih spoznaja, osobito onih koje su utemeljene i organizirane unutar društvenih mreža. Treće poglavlje daje prikaz ciljeva i hipoteza u istraživanju. Četvrto poglavlje, metodologija, obuhvaća pristup istraživanju, osnovna socioprostorna obilježja istraživanih naselja, primijenjene metode i uzorkovanje, etičke aspekte istraživanja kao i metodološka ograničenja istraživanja. Peto poglavlje odnosi se na rezultate dobivene provedbom kvalitativnih metoda, odnosno analizom sadržaja i intervjuom. Šesto poglavlje prikazuje rezultate empirijskog dijela istraživanja. Sedmo poglavlje odnosi se na interpretaciju kvantitativnih podataka dok osmo poglavlje donosi zaključna razmatranja i sugestije za buduća istraživanja.



## 2. TEORIJSKI OKVIR

### 2.1. Relevantnost koncepta (lokalne) zajednice u razumijevanju suvremenih društvenih odnosa

Pojam zajednice u današnje vrijeme, kako konstatira Walmsley (2006:5), ima visoku razinu korištenja, ali nisku značenja. Koristi se u svim društvenim sredinama i na svim društvenim razinama te se zbog te širine u definiciji primjenjuje na gotovo sve i ništa istovremeno. Tako se pojam zajednice često upotrebljava kada se govori o susjedstvu, koristi se i za grupe koje povezuje određeni etnički, religijski, seksualno ili rasno definiran identitet, kao i za različite profesionalne ili poslovne zajednice. Kako navode Mulligan i suradnici (2006:18), sveprisutan koncept poput zajednice teško je prikovati za tlo. Drugim riječima, zbog kompleksnosti i širine primjenjivosti pojma teško je definirati temeljna obilježja zajednice. Prema Delantyju (2009:4), u srži ideje zajednice sakriva se ambivalencija – s jedne strane ona implicira lokalnost, partikularnost i prožeta je bliskim društvenim odnosima, a s druge podrazumijeva i jedan širi koncept sveobuhvatne, globalne zajednice kojoj pripadaju svi. Dakle, njeno dvostruko značenje istovremeno uključuje i partikularnost i univerzalnost te nije čudno da se još uvijek nije postigao konsenzus o njoj determinaciji. Primjerice, Day (2006:1) pojam zajednice povezuje s pojavama koje su zajedničke ljudima, onim koje ih povezuju i daju im međusobni osjećaj pripadnosti. Za Bruhna (2011:13) zajednica implicira postojanje odnosa unutar grupe ljudi na određenom geografskom prostoru, a ti odnosi nadilaze usputne odnose jer grupa dijeli neke zajedničke vrijednosti i ciljeve te stvara zajedničku privrženost i odgovornost. Prema Wellmanu (2001: 232), zajednica obuhvaća postojanje zajedničkih normi i vrijednosti te uključuje mrežu prijateljstava ili barem slabih veza. Prema Proshanskyu (1978:149), ona nije samo fizičko okružje, nego je skup društvenih, ekonomskih, političkih, psiholoških i kulturnih postavki. Za Loewya (1993:234), mora postojati snažan osjećaj povjerenja u zajednicu, koja tada postaje povezujuća vrijednost. Evans (2013:79) zajednicu opisuje kao jednu snažno adaptivnu društvenu snagu koju, i kroz koju, ljudi stvaraju iskustva i na jedan način oblikuju svijet oko sebe. Ona je stoga u konstantnoj tranziciji i ima mnogo oblika, a svim tim oblicima zajedničko je to što se uvijek razvijaju kao niz praksi koji označavaju povezanost i solidarnost s drugima. U pokušaju da se specificiraju različita promišljanja o zajednici na temelju načina njihova konstituiranja i u skladu s njima Mulligan i suradnici (2006:18) predlažu tri distinktivna načina definiranja zajednice: (1) zajednice utemeljene na mjestu (engl. *grounded community*), (2) zajednice životnog stila (engl. *way of life*

*community*) te (3) projicirane zajednice (engl. *projected community*), kojima će se detaljnije odrediti obilježja u nastavku. Glavno obilježje (1) zajednice utemeljene na mjestu jest da postoji određen zajednički fizički prostor unutar kojega se stvara osjećaj zajednice putem interakcija lice-u-lice i putem zajedničkog angažmana. Ova vrsta zajednice vezana je za mjesto, uz napomenu da ljudi koji iz se nje isele i dalje mogu nositi u sebi taj osjećaj pripadanja zajednici. (2) Zajednica životnog stila ističe određene zajedničke stavove i prakse, norme pravilnog i pogrešnog, te posjeduje mogućnost nadilaženja lokalnog konteksta. Navedena vrsta pokušava objasniti načine na koje se zajednica može osnovati na lokalnoj razini uz mogućnost nadilaženja konteksta lokaliteta. U (3) projiciranoj zajednici dominantno obilježje nije ni uklopljenost u partikularističke odnose ni privrženost određenom načinu života, nego aktivno stvaranje kreativnog prostora kojem je cilj poticati ekspresiju zajednice. Drugim riječima, taj prostor pojedincima omogućava angažiranost u kontinuiranim procesima konstrukcije, dekonstrukcije i rekonstrukcije identiteta i životne etike (Mulligan i sur., 2006: 19-22). Polazeći od ova tri pristupa, u ovom radu središte zanimanja usmjereno je na *zajednice mjesta*, dakle, na zajednice koje dijele određeni zajednički prostor.

Jasno je, dakle, kako pojam zajednice ima snažno i raznoliko značenje te prikazane definicije ističu upravo taj element multidimensionalnosti i sveobuhvatnosti. Kako je prethodno rečeno, na više se načina može odrediti zajednica. Uz to što se može shvatiti kao univerzalna i partikularna, zajednica može biti promatrana i kao uključujuća i isključujuća. Ta distinkcija koja se provlači kroz mnoge definicije zajednice temelji se na klasičnoj grčkoj misli o dva koncepta – *cosmosu* i *polisu*. *Polis* koji podrazumijeva ljudski poredak, određeni partikularizam, te *cosmos* koji obuhvaća univerzalni red. Prema Delantyju (2009:5), upravo je zajednica u *polisu* postavila primjer za sve kasnije koncepcije zajednice, čak i one moderne. Naime, zajednica u *polisu* bila je lokalna i partikularna te je utjelovila ljudsku dimenziju grada suprotstavljajući je većem entitetu. Politika je u *polisu* bila bazirana na glasu, odvojenom od prijateljstava i sudjelovanja u javnome životu, što je bio ideal i praksa Grka, koji nisu znali odvojiti društveno od političkog a što dolazi poslije s modernom kada se počinje više isticati društveno. Kako su Grci prednost davali *polisu* i partikularnosti kao domeni zajednice tako je Rimsko Carstvo započelo provoditi ideju o univerzalnoj zajednici baziranoj na građanstvu. S dolaskom kršćanske misli ta univerzalna zajednica nadilazi teritorijalne i političke granice te uporište stavlja na zajedništvo sa svetim i svojevrsnim vjerskim kolektivitetom u kojem pojam zajednice implicira participaciju u univerzalnom poretku. Navedeno nije specifično samo za kršćanstvo, tu ideju o univerzalnoj zajednici nailazimo u svim glavnim religijama svijeta.

Delanty (2009:7) tvrdi kako upravo grčki *polis* i kršćanska misao postavljaju dvije polazišne točke u proučavanju zajednice; s jedne strane zajednica se vidi kao lokalna i partikularna, a s druge se promatra kao univerzalna i uključujuća.

### 2.1.1. Moderna – ideja gubitka i ponovnog ostvarenja zajednice

#### 2.1.1.1. Propast/gubitak zajednice

S raspadom srednjovjekovnih institucija i uspostavom kapitalizma agrikultura se komercijalizira te se smanjuje autonomija gradova u korist rasta moderne centralizirane države. Kako navode Zeman i Geiger Zeman (2010: 15), ta je država odvojena od društva dok su prije uspostave kapitalizma činili homogenu društvenu cjelinu. Distinkcije između društva i države su sve veće, pa se zajednica počinje promatrati kao preostala kategorija društvenog, i to ponajviše u kontekstu onoga što ostaje dok društvo postaje sve više racionalizirano pod utjecajem države i ekonomskih odnosa. Taj interes za proučavanje zajednice kao alternative društvu iznjedrile su krize i nesigurnost koje je uzrokovao rat u 20. stoljeću. Kako se rat širio Europom, ni društva ni države više nisu bili formirani po principu zajednice; bili su teritorijalni fenomen. To slabljenje društva potaknulo je nov zanimanje za zajednice, ili kao alternativa modernosti ili kao osnova za socijalnu integraciju (Delanty, 2009:19). Sve te nove pojave koje je donijela moderna, poput ideje individualizma, racionalizacije, promjene i progresa, prouzročile su raskol u stavu o važnosti tradicionalnog koncepta zajednice. S jedne strane autori poput Ruskina i Morrisa upozoravali su na kulturne i moralne posljedice na društvo, npr. na iskorjenjivanje obiteljskih veza, dezintegraciju sela, atomizaciju prethodnih oblika sigurnosti, dok su zagovornici moderne s druge strane, navedeno smatrali neizbježnim posljedicama napretka (Nisbet, 2017: 34). Drugim riječima, u doba moderne javljaju se dvije dominantne struje mišljenja o zajednici: (1) jedna koja tvrdi kako je zajednica izgubljena, nepovratna i time stvar prošlosti, te (2) druga koja ističe kako zajednica i dalje postoji, ali ju je potrebno prilagoditi novim uvjetima, odnosno rekonstruirati.

Važno je spomenuti kako se interes za zajednicu prepoznao i u konzervativnoj reakciji na Francusku revoluciju krajem 18. stoljeća, gdje se pronalaze uvidi koji su u bliskim odnosima s modernom ideologijom zajednice. Filozofski konzervativci pravu su bojazan prepoznali u idejama racionalnog individualizma prosvjetiteljstva te su novo zakonodavstvo smatrali odgovornim za slabljenje i uništenje mnogih tradicionalnih asocijacija starog poretka, poput

patrijarhalne obitelji, staleža i religije. Za njih koncepti kao što su obitelj, religijske grupe i lokalne zajednice, nisu vanjski produkti ljudske misli i ponašanja, nego oni prethode pojedincu i nezaobilazni su oslonci vjerovanja i ponašanja (Nisbet, 2017: 54). Moderna je misao, stoga još od prosvjetiteljstva, bila zaokupljena značenjem tog slabljenja takozvanog organskog svijeta. Rousseau je modernu vidio kao svojevrsnu alijenaciju pojedinca i gubitak političke autonomije, a državu kao rušenje ljudske slobode i političkih mogućnosti. On je iskazivao skepticizam o ideji da institucije moderne uopće mogu razumjeti koncept zajednice. Njegova ideja „opće volje“ sugerira kako je idealna zajednica zapravo zajednički, dijeljeni svijet i jedini iskren oblik političke organizacije. Za Rousseau, ljudska želja za slobodom može biti izražena samo unutar zajednice koja počiva na temeljima politike koju je erodirala moderna, i zbog toga se više ne može obnoviti iskonski oblik politike, koji bi trebao biti odvojen od društvenih institucija. Dakle, Rousseau ne vidi način kako modernost može rekreirati zajednicu koja se temelji na „općoj volji“. Nešto drugačije mišljenje iznosi Hegel. Njegova misao o modernu počiva na ideji nadilaženja ranijih oblika svijesti, počevši od grčkog *polis*a. Prema Hegelu, moderno društvo nije uspjelo ugraditi *Sittlichkeit*<sup>1</sup> odnosno etički život u svoje institucije te se on mora spasiti na višoj razini, odnosno na razini države. Država postaje najveće utjelovljenje etičkog života jer se društvo, zbog izraženih konflikata, ne može samo održati. Hegel, dakle, ne vidi potpunu propast zajednice iako se kroz njegovu misao provlači ideja gubitka (Delanty, 2009:7-8). Te temeljne ideje i vrijednosti iz konzervatizma ranog 19. stoljeća postaju izvori za nove i raznolike oblike štovanja zajednice u radovima brojnih autora, poput Comtea, Tocquevillea, Ruskina i drugih. Uz prevladavajuću pozitivnu evaluaciju zajednica, u radu spomenutih autora pronalazi se i element nostalgije – često u suprotnosti s kritikom modernog društva. Industrijsko društvo i grad viđeni su kao izvor konflikta, natjecanja, ugovorenih odnosa i anonimnosti, a zajednica je uključivala ruralnu sredinu ili mali grad te podrazumijevala bliske, iskrene odnos i bila je svojevrsan čovjekov prirodni habitat (Bell i Newby, 1971:22).

Argument o gubitku zajednice javlja se s transformacijom zapadnih društava za koje se smatra kako su postala centralizirana, birokratske strukture koje slabe primarne veze i zajednice te time stvaraju pojedince više ovisne o formalnim organizacijskim izvorima. Upravo se zato u radovima mnogih autora (Tönnies, Webber, Nisbet) počinje provlačiti ideja gubitka zajednice, koja predstavlja važan motiv moderne i prvu spomenutu struju mišljenja o

---

<sup>1</sup> *Sittlichkeit* – pojam koji bi u slobodnom prijevodu mogao korespondirati sa značenjem zajednice kao civilnog i simboličkog entiteta koji istovremeno ima i transcendentalnu, normativnu komponentu.

zajednicama. Prvi pokušaji suočavanja s pitanjem zajednice javljaju se početkom 20. stoljeća, kada se društvo susreće sa širim sociološkim interesom za utjecaj industrijske revolucije na društvene veze i normativnu integraciju (Wellman i Leighton, 1979:368). Bauman (2001:22) u tom novom civilizacijskom procesu prepoznaje važnost individualizacije, koju promatra kao svojevrsnu razmjenu vrijednosti sigurnosti i slobode. Naime, sloboda se nudila u zamjenu za sigurnost, no nije bila dostupna široj masi, nego samo dijelu privilegiranih, koji su ujedno inicirali ideju emancipacije. Ta emancipacija manjine povlačila je sa sobom potiskivanje većine pod krinkom industrijske revolucije. Kako bi što bolje služila svrsi manjine, većina je izdvojena iz rutine bazirane na navikama te smještena u novu rutinu baziranu na zadatcima. Ta stara rutina nije odgovarala novim ciljevima emancipacije jer je počivala na isprepletenoj mreži interakcija unutar zajednice – bila je previše autonomna i otporna na manipulaciju i promjenu. Iz tog razloga zajednicu je bilo potrebno potisnuti i oduzeti joj moć da određuje uloge. U tom procesu gubi se individualnost pojedinaca, što postaje plodno tlo za nastanak nove mase radnika (Bauman, 2001:27).

Jedan od autora koji nastavlja misao 19. stoljeća o tome kako zajednica gradi solidarne odnose među ljudima i koji je povezuje s lokalitetom jest Ferdinand Tönnies. Jedan od primjera viđenja zajednice kao tradicionalnih kulturnih vrijednosti nalazi se u njegovoj knjizi „Gemeinschaft und Gesellschaft“ (1963). Naime, Tönnies (1957) uočava kako je razvoj industrijskog kapitalizma povezan s promjenama u osnovama socijalne kohezije nekog društva. Te osnove on naziva društvenom voljom, koja određuje očekivana ponašanja te upravlja društvenim odnosima pojedinaca unutar grupe. On zajednicu vidi kao osnovu socijalne integracije te objašnjava distinkciju između zajednice (Gemeinschaft) i društva (Gesellschaft). U tom je smislu zajednica lokalna, organska, prožeta bliskim, ne strukturiranim vezama i povezana je s tradicionalnim životnim stilom, a društvo je mehaničko i više racionalno te se asocijativno oslanja na urbani način života (Tönnies 1963: 231). Prema Tönniesu (1957), zajednica predstavlja tradicionalnu osnovu socijalne kohezije koju naziva „prirodna volja“ te su svi odnosi vođeni emocijama, sentimentom, intimnošću i zajedničkim obilježjima. U zajednici položaj pojedinca ne ovisi o tome što je on napravio, nego o tome tko je on; status je, dakle, pripisan, a ne postignut. Uloge u zajednici su specifične i međusobno usklađene pa je društvena te time i fizička mobilnost članova veoma otežana, što kulturu zajednice čini poprilično homogenom. S druge strane baza socijalne kohezije u društvu je „racionalna volja“, a odnosi koje ona vodi temelje se na indiferentnosti, racionalnim kalkulacijama, natjecanju i osobnim interesima. Društvo je stoga sve ono što zajednica nije, sve

aktivnosti čovjeka ograničene su i vođene sa svrhom da se u konačnici i ispune. Stoga Tönnies (1957) razvoj modernog kapitalizma povezuje s promjenom u prevladavajućoj osnovi socijalne kohezije – nad pratećim napretkom kapitalizma sve će više prevladavati „racionalna volja“, a društveni odnosi bazirani na zajednici bit će u sve većem padu ( Bell i Newby, 1971:25).

Posttradicionalni koncept zajednice najizraženiji je u radovima Durkheima, koji zagovara tezu suprotnu onoj koju je predstavio Tönnies. Naime, Durkheim život u većim grupama vidi u istoj mjeri prirodnim kao u onim manjim, tvrdeći kako je kolektivna aktivnost u suvremenom društvu jednako prirodna kao i ona u manjim društvima iz prošlosti (Durkheim, 1964:146). On, dakle, za razliku od Tönniesa, urbanizaciju smatra pozitivnom snagom koja omogućava ljudima više slobode i izbora. Iako tvrdi kako će gradski život biti složeniji i stvarati više problema za društvo od sela, Durkheim prepoznaje kako će takav urbani način života pružiti pojedincima bolje mogućnosti za osobni razvoj i stvaranje novih oblika društvene uključenosti (Bruhn, 2011: 31). Promatrajući industrijalizaciju u Europi i s potrebom da objasni novu društvenu situaciju, Durkheim (1983) razvija teoriju zajednice utemeljenu na dva kontrastna tipa solidarnosti – *organskoj* i *mehaničkoj*. Po njegovu viđenju, ljudi iz manjih mjesta pokazuju veću povezanost jer dijele običaje, vjerovanja i rituale te ne mogu opstati bez ovisnosti o vanjskoj grupi – oni posjeduju *mehaničku solidarnost* jer su njihove društvene veze rezultat njihove sličnosti. S druge strane, ljudi iz većih gradova koje karakterizira različitost i specijalizacija rada više ovise o drugima u pogledu zadovoljenja različitih potreba te Durkheim tu solidarnost naziva *organskom*. Durkheim također usmjerava pozornost na posljedice moralnog i ekonomskog individualizma u modernom društvu. Prema njemu, glavni problem moderne nije ekonomske ili političke naravi, nego kulturne te se ogleda u padu komunalne povezanosti. Posljedice individualizma postaju vidljive u masi pojedinaca bez normi, povezanosti i sigurnosti koji gube kapacitet za neovisan, kreativan život, što vodi prema razvoju brojnih patologija. Područja društva u kojima vlada najviši stupanj moralnog i društvenog individualizma Durkheim povezuje s najvišim razinama samoubojstva koja ovise o razini integracije u društvo. Kada se pojedinac ne uspije integrirati u društvo, kada ne pronalazi smisao i kada nedostaje povezanosti s drugima nastaje stanje koje Durkheim naziva anomija, što bi u prijevodu značilo „bez reda“. Upravo najviše razine samoubojstva on smješta među protestante, urbane stanovnike, industrijske radnike, neoženjene – sve one čiji život karakterizira manji broj društvenih veza. Kada pojedinci izgube moralnu i društvenu uključenost s drugima, skloniji su anksioznosti i krivnji, koje Durkheim u svojim studijama o modernom društvu povezuje sa zapadnim društvom. U procesu modernog industrijskog i

političkog razvoja prethodni društveni okviri slabe i sve manje pojedinaca održava bliske odnose koji su u prošlosti pružali smisao i stabilnost postojanja (Day, 2006: 7).

Na tragu posttradicionalnog viđenja zajednice i tvrdnje da je zajednica moralna snagu koja je u svojoj prirodi građanska Max Weber ističe da je za zajednicu karakteristično da se može promatrati i kao tradicionalna i kao post-tradicionalna. Kako navodi Neuwirth (1969: 148-149), on zajednicu ne vidi kao dani društveno-ekološki sustav, nego pri njenom definiranju polazi od zajedničke solidarnosti članova koju smatra osnovom za zajedničku društvenu akciju. Solidarnost, tvrdi Weber, nije jedna od funkcija fizičkog, zajedničkog prostora, nego nastaje kao odgovor na vanjske pritiske; ona se manifestira kroz odnose i komunalne akcije koje su važne za položaj članova unutar šireg društva. Weber izvor formiranja zajednica i komunalnih odnosa pronalazi u nadmetanju za ekonomske, političke i društvene resurse. Ti odnosi posljedično se promatraju kao društveni odnosi koji omogućuju da se ti resursi prisvoje i monopoliziraju. Za Webera (1947: 136) društveni odnos može se smatrati komunalnim onda kada je usmjerenost društvene akcije utemeljena na subjektivnom osjećaju obiju strana da pripadaju zajedno – bilo to afektivno ili tradicionalno. S druge strane, asocijativni odnosi temelje se na racionalno motiviranom prilagođavanju interesa ili na slično motiviranom sporazumu, bilo da osnovu racionalnog suda predstavlja apsolutna vrijednost ili razlozi svrhovitosti. Komunalni odnosi su stoga smješteni u kontekst tradicionalne zajednice, a asocijativni su rezervirani za uvjete modernog društva te Weber, zapravo, opisuje transformaciju društva iz tradicionalnog u moderno. Autoritet u tradicionalnim zajednicama često je počivao na tradicionalnim i karizmatičkim izvorima dok u zajednicama modernog društva temelje vuče iz pravno-racionalnog autoriteta, koji se bazira na formalnim pravilima i procedurama. Weber, također, ističe da iako je konflikt često odsutan u komunalnim odnosima, u njima su ipak česte različite vrste prisile ako je jedna strana slabija od druge, pa takvi konflikti mogu biti izazov solidarnosti i društvenoj koheziji zajednice. Iako Weber u raspravi o „političkim zajednicama“ (1978: 901-904) prepoznaje teritorijalnu dimenziju zajednice, sklon je mišljenju kako se zajednice teško mogu formirati u racionalnim uvjetima moderne. Proces racionalizacije koji je vođen modernizacijom i industrijalizacijom, smatra Weber, potkopava tradicionalne oblike zajednica; sve većom racionalizacijom tradicionalni oblici zajednice gube na značenju, a pojedinci počinju biti sve više usmjereni na vlastite interese i ciljeve. Weber veliku opasnost za zapadno društvo ne pronalazi u gubitku, odnosno slabljenju zajednice, nego u činjenici da svijetom dominira birokracija koju vode specijalisti bez duha i senzualisti bez srca – za Webera je budućnost racionalna, učinkovita i ugodna, no

istovremeno banalna i bez duha. On je upozorio na učestalost snažnih procesa racionalizacije i birokratizacije na autoritarne sisteme, obrasce kulture i lokaciju društvenih funkcija. Ti su procesi, prema Weberu, u modernim vremenima omogućili nadmoć bezličnih uredskih i mehaničkih sistema administracije unutar kojih su primarna jedinstva društvenog života postala nejasna i tanka. Spomenuti polaritet društva prema zajednici može se vidjeti i kao ekspresija protestantskog viđenja modernosti, koju on pobliže objašnjava. Naime, prema Weberu, etos kultiviran kroz protestantizam rezervirao je značenje i duhovnost za unutarnji svijet, dok je vanjski svijet društvenosti davao znakove degeneracije i beznačajnosti. U protestantizmu taj naglasak na unutarnjoj realnosti povlačio je sa sobom razočarenje u društvo te usmjerenost na zajednicu kao značajniju realnost. Zajednica je stoga protumačena kao prirodan habitus pojedinca, a društvo kao stranac i u konačnici kao svijet lišen smisla. Tu se prepoznaje analogija u usporedbi odnosa društva prema zajednici s odnosom crkve i sekte koju predstavljaju Weber (1958) i Troeltsch (1912). Prema njihovom mišljenju, sekta predstavlja bijeg grupe od stroge, institucionalne crkve koja više ne uspijeva održavati duh pripadanja. U tom smislu, zajednica se promatra kao sekta; odvaja se od šireg društva i društvenih institucija te zadržava autentičnost koju šire društvo ne posjeduje (Delanty, 2009: 19). Iako Weber drži kako gradovi mogu biti pozitivna snaga i kreirati idealnu urbanu zajednicu, on jednostavno ne vidi mogućnost da se to ostvari u društvu 20. stoljeća.

Simmel (1950) je pri kreiranju različitih koncepata zajednice proučavao narav društvenih odnosa koji se mogu prepoznati u gradu i ruralnim sredinama. Na tragu Tönniesa i Durkheima, njega također zaokuplja misao o tome kako će urbanizacija utjecati na ljudske vrijednosti. Tu se Simmel ponajviše bavi pitanjem kako će pojedinac zadržati duh slobode i kreativnosti u urbanom okružju. Za njega je metropola prožeta bezličnim i kalkulativnim odnosima te je posve suprotna malim ruralnim sredinama. On je spomenutu dihotomiju zajednica - društvo prenio na plan mali grad - veliki grad, odnosno koristio ju je za transformaciju ideje folk ili tradicionalna nasuprot urbanim društvima. U tom kontekstu Simmel vidi nemogućnost čovjeka da se u metropoli emocionalno angažira kako bi se angažirao u maloj sredini u kojoj postoji bliskost odnosa i gdje svatko svakog zna. U metropoli bi takav način angažiranosti doveo do nepovoljnog psihičkog stanja i zato pojedinac mora birati koje će impulse primati te se odlučuje za rezerviranost i blazirano ponašanje, kako ga naziva Simmel. Život u metropoli stoga karakterizira previše socijalnih kontakata i blazirano ponašanje, koje proizlazi iz te prevelike stimulacije potencijalnih društvenih odnosa kao i iz prevlasti sekundarnih nad primarnim društvenim odnosima. On metropolu veže za



kozmpolitizam te je naziva kozmpolitiški centar, odnosno centar za specijalizaciju funkcija aktivnosti koja nema karakter prirodne ljudske sredine, nego je stvorena umjetno i predstavlja mjesto borbe čovjeka s čovjekom (Čaldarović, 2012: 50-51). Na tragu toga, Simmel smatra kako zbog života u metropoli i vrsta društvenih odnosa koje ona generira više nije moguće vratiti se u prostorne i socijalne okvire karakteristične za zajednicu; ona je za njega izgubljena i dio prošlosti.

Argument o izgubljenim zajednicama nije zaobišao ni dio autora Čikaške škole urbane sociologije koji su inspiraciju, između ostalog, pronalazili upravo u radovima Simmela. Urbana sociologija razvila se sa sve većom urbanizacijom i migracijama u Sjedinjene Američke Države, ponajviše u Chicago. Upravo je Chicago u 20. stoljeću s populacijom od gotovo 3 milijuna stanovnika postao plodno tlo za prvi centar urbanih studija na Odjelu za sociologiju Sveučilištu u Chicagu (Bruhn, 2011:32). Grad koji je nudio različitosti pogodne za proučavanje kao i prateće urbane procese vrlo brzo je dobio naziv „socijalni laboratorij“, koji mu je dao utemeljitelj Čikaške škole, i Simmelov učenik, Robert Park. Jedna od disciplina koja je posljedično koristila kao osnova za razvijanje klasične sociologije grada bila je humana ekologija. Kako navodi Čaldarević (2012:15), ta je disciplina, najjednostavnije rečeno, proučavala odnos čovjeka i njegova okoliša, prostornu distribuciju ljudi i institucija te pratećih procesa. Tako se logika humane ekologije primjenjivala za sljedeće: objašnjavanje delinkvencija, koja se vezuje za određene zone u gradu s lošom „ekološkom strukturom“, za analizu strukture grada po koncentričnim zonama, sistematizaciju gradskog teritorija i strukturiranje putem „prirodnih područja“ i slično.

Već spomenuti Robert Park, u djelu *Introduction to the Science of Sociology*, iznosi koncept sociologije primijenjene u njegovim i radovima njegovih kolega. Njegov rad *The City: Suggestions for the Investigation of Human Behavior in the Urban Environment* (1916) poslije je služio za provedbu brojnih gradskih planova, a u njemu opisuje ekološku organizaciju, problem planiranja gradskog područja, analizira susjedstva, promatra utjecaj komunikacije i širenja vijesti u gradu i slično. Park također uočava kako svako područje grada, svaka gradska četvrt ima svoja obilježja i karakter, svojevrsan život. U dijelu „Grad kao socijalni laboratorij“ (engl. *The City as a Social Laboratory*) (1974) Park konstatira kako je grad čovjekov prirodni habitat, kako je gradeći grad čovjek simultano izgradio i sebe. Grad je stoga socijalni laboratorij, on je središte socijalne promjene (Čaldarović, 2012:95-99). Pri definiranju koncepta prirodnog habitata Park tvrdi kako se ideja zajednice temelji na prirodnim tendencijama pojedinaca da se udružuju sa sebi sličnima (po karakteristikama, interesima i životnom stilu).

Park je također inicirao istraživanje zajednica, koje u svojim djelima definira kao skupinu ljudi, ali i institucija, koji zauzimaju „više ili manje jasno definirano područje“ (Park, 1974:63). On zajednice vidi kao dinamične socijalne sisteme koje oblikuju ljudske interakcije zajedno s fizičkim okruženjem; one za njega nisu samo geografske jedinice, nego su to socijalni konstrukti načinjeni od interakcija i odnosa. Na tragu Simmela, Park (1925:23) je također iskazao bojazan kako će komercijalizacija rezultirati erozijom tradicionalnih oblika života, odnosno Park je primijetio kako je razvoj gradova popraćen zamjenom primarnih, bliskih odnosa s indirektnim odnosima vođenima interesima.

Predstavnik druge generacije Čikaške škole urbane sociologije, Wirth, u svojem djelu *The Scope and Problems of the Community* (1933) pokušava detaljnije definirati pojmove grupa, zajednica i društvo. Za njega su grupe „bilo koji agregat ili udruženje ljudi koje ima nešto zajedničko i osjećaj pripadanja jednih drugima“ (1964: 166-167). Zajednice određuje kao jednake tipove grupa dok su one druge – društva. Glavno pitanje na koje je Wirth kroz svoj rad želio dobiti odgovor jest kako se postiže suživot tolikog broja ljudi koji ne posjeduju mnogo zajedničkih vrijednosti i vjerovanja (Čaldarević, 2012: 125). Pri proučavanju zajednica, tvrdi Wirth, treba voditi računa o dva čimbenika: teritorijalnoj osnovici i „konstelaciji pojedinih tipova ličnosti“ koji u zajednici žive te se te dvije pojave trebaju promatrati kroz sferu dinamičnih struktura (Čaldarović, 2012:127). U drugom značajnom djelu „Urbanizam kao način života“ (engl. *Urbanism as a Way of Life*) (1938), Wirth je iznio elemente pomoću kojih se može odrediti struktura grada te su se upravo na temelju njegova analitičkog razmatranja provodila brojna istraživanja urbanih sredina dugi niz godina. Naime, on odbacuje teoriju prema kojoj se grad može definirati samo na temelju jednog elementa te navodi tri ključna: broj stanovnika, gustoća naseljenosti te heterogenost stanovništva (Čaldarović, 2012:131). Wirthov termin urbanizma načinjen je s namjerom da se specificira život u gradu kao poseban kulturni fenomen s vlastitim sustavom vrijednosti, normi i oblika ponašanja, koji je distinktivno drugačiji od onog u ruralnim sredinama. Za njega je urbanizam jednak napretku, kretanjima zapadne kulture te s razvitkom specifičnog načina života. U spomenutom eseju Wirth (1938) ističe kako primarne veze i dalje postoje, no u mnogo slabijem i u puno užem obliku od onih koje se pronalaze u tradicionalnim zajednicama. Prema Wirthu (1938:12), brojne urbane pojave zapravo su manifestacija industrijskih birokratskih društava; podjela rada u tim društvima oslabila je solidarnost zajednice. Drugim riječima, Wirth upozorava kako sloboda koju grad pruža može dovesti do propadanja vrijednosti i značajnih odnosa te navodi kako problemi gradskog života mogu nadjačati pozitivne strane urbanizacije.

Nisbet (1953; 2010) u svojoj knjizi „Potraga za zajednicom“ govori o propasti zajednice te provlači tezu o povezanosti ekspanzije moći i potrage za zajednicom; moć ponovno slaže zajednicu, ponajviše u vremenima društvene promjene i preokupacije identitetom, moralnom sigurnošću i značenjem. U tom smislu on govori o tragediji potrage za zajednicom modernog čovjeka jer se ta potraga često provodila kroz kanale moći i revolucije koje su se tijekom povijesti dokazale kao destruktivne za izvore ljudske zajednice. Nisbet ističe ulogu države i centralne vlade u kontekstu nošenja sa svim društvenim problemima te koju vidi odgovornom za gubitak zajednice i eroziju lokalnih veza. Prema Nisbetu, struktura političke moći moderne, kojoj je cilj bio iskorijeniti srednjovjekovne oblike zajednice, pokazala se destruktivnom za sadržaj novih oblika zajednica. Drugim riječima, Nisbet ne provlači kroz svoj rad nostalgичnu težnju i aspiraciju za ponovnim uspostavljanjem tradicionalnih oblika zajednica; on problem uočava u neuspjehu demokracije i industrijalizacije da iznjedri novi kontekst udruženja i moralne kohezije unutar kojih pojedinci mogu ostvariti funkcionalno i psihosocijalno značenje. U tom smislu, sile, a pritom Nisbet misli na industrijalizaciju i centralnu vladu, koje su oslabile prethodne oblike udruženja istovremeno su onemogućile kreiranje novih. Ravnoteža spomenute kolektivne moralne kohezije, čija je osnovna jedinica društvena grupa, zajedno s individualnom savjesti tvori idealno moderno društvo, a Nisbet zapravo iskazuje bojazan kako je ta ravnoteža u modernom društvu izgubljena. Smatra da djelomično rješenje može dati država, i to ne u ekonomskoj, nego u društvenoj domeni; kako bi se pozitivno utjecalo na kolektivnu moralnu koheziju, država bi trebala poticati neovisnost obitelji, lokalnih zajednica i volonterskih udruženja. To bi značilo prepuštanje određenih funkcija lokalnoj zajednici, svojevrсно premještanje moći na mikrorazine društva na kojima se ljudi organski grupiraju i udružuju. Nisbet u tom smislu prihvaća Weberovo mišljenje o birokratizaciji; državu i vlast gleda kroz željezni kavez birokratizacije unutar kojeg se ona pokušava zavući u sve uglove društvenog života.

Wellman i Leighton (1979:372) sažimaju dva osnovna argumenta i važna teorijska problema, koje su predstavili teoretičari skloni gledištu o izgubljenim zajednicama. Prvo, istaknuli su načine na koje industrijski birokratski društveni sistem može utjecati na prirodu tradicionalnih zajednica. Drugo, istaknuli su problem utjecaja rezidencijske i društvene mobilnosti na mogućnost održavanja društvenih veza unutar zajednice. No, pristaše teorije o gubitku zajednica često su izjednačavali život u zajednici sa susjedstvom, pa su time mobilnost

promatrali kao gubitak zajednice. Ako se zajednica, s druge strane, liši tih prostornih uvjeta, otvara se mogućnost za njeno redefiniranje.

#### 2.1.1.2. Rekonstrukcija zajednice

Kao protuteža ideji o gubitku, u moderni se pojavljuje i ideja o ponovnom ostvarivanju zajednice (Zeman i Geiger Zeman, 2010: 16). Mnogi koncepti zajednice u zapadnoj misli fokusirali su se na obnavljanje onoga što je u moderni izgubljeno. Prema Delantyju (2009:10), moderna je iz hebrejske tisućljetne tradicije i od kršćanstva naslijedila aspiraciju spasenja viđenog kao obnavljanje nečega izgubljenog što je ujedno često bilo temelj radikalnih komunističkih pokreta. Ta ideja postaje uporište mnogim univerzalnim političkim ideologijama u moderni, posebno onima formiranim od 1830. do 1989. godine, odnosno u razdoblju od kraha prosvjetiteljstva pa sve do pada komunizma (Delanty, 2009:10). U to „doba ideologija“ sve dominantne ideologije (liberalizam, republikanizam, konzervativizam, komunizam, nacizam, fašizam) u biti svog pragmatičnog dizajna imale su koncepciju zajednice kao većeg normativnog ideala te je sama zajednica zapravo bila utopijska ideja. Ta utopijska ideja predstavljala je ideal koji se može postići kao konkretna stvarnost te kao utopijska želja za ostvarenje alternative za prevladavajući *status quo*. Delanty navodi kako su upravo utopijske komune bile vrlo popularne u 19. stoljeću, osobito u Americi. Vladala je snažna utopijska imaginacija s uporištem u komunizmu i alternativnim koncepcijama progresa za koje Kumar (1987: 82) smatra da su posljedica šireg pokreta reforme vođene socijalizmom. Jedan od najpoznatijih pokreta u tom kontekstu bio je marksizam, koji je isticao zajednicu, a ne pojedinca. U marksizmu država se tumači kao politički oblik koji predstavlja alijenaciju društvenih dimenzija, a samo društvo može shvatiti ljudski potencijal jedino kroz ukidanje kapitalizma i buržoaskog stanja. Dakle, prema marksističkom viđenju, društvo može postići svoj iskonski, čisti oblik samo ako ne postoji država. Pariška Komuna 1871. predstavljala je obećanje političke zajednice u radikalnom i egalitarnom obliku. Marx nije idealizirao zajednicu iz prošlosti, koja je utemeljena na tradiciji; njegov koncept zajednice bio je urban, egalitaran i univerzalistički. Prema Marxu, društveni odnosi u kapitalističkom društvu primarno su posredovani putem ekonomske razmjene i temelje se na privatnom vlasništvu sredstava proizvodnje. Navedeno je dovelo do fragmentacije društvenih veza i komodifikacije ljudskih odnosa. Kapitalistički način proizvodnje, prema Marxu, doveo je do podjele i konflikta unutar društva; s jedne strane je buržoazija ili kapitalistička klasa, koja se vodi stvaranjem profita i akumulacijom bogatstva, dok je radnička klasa ili proletarijat na

drugoj strani te oni zbog buržoazijskog pristupa, postaju otuđeni od proizvoda svojeg rada. Da bi se zajednica uspostavila, Marx smatra da se mora prvo postići besklasno društvo u kojem se on referira na komunizam – sveukupna produkcija i vlasništvo dobara u komunizmu je kolektivno te se time postiže jednaka distribucija resursa i stvara se iskonska društvena kooperacija i solidarnost.

Da bi sažeo rečeno, Delanty (2009: 11-12) pruža prikaz glavnih koncepata zajednice kao normativnih ideala koje su se pojavile u 19. stoljeću te ih kategorizira na sljedeći način:

(1) *Diskurs o nepovratnim zajednicama* – u njega pripada romantičarska i sklona konzervativizmu kritika modernosti, koju obilježava nostalgija i antimoderna ideologija.

(2) *Diskurs o ponovnom ostvarivanju zajednice* – glavni diskurs modernog konzervativizma 19. stoljeća koji se zalaže se obnovu tradicije i organsko uređenje države i društva, svojevrsni pokušaj pomirenja zajednice sa uvjetima modernosti. Osim konzervativizma, obilježio je i nacionalizam u kojem je ideja političke zajednice neminovno povezana sa iskonskom kulturnom zajednicom, dok je republikanska ideja počivala na koncepciji zajednice obnovljenoj iz prošlosti.

(3) *Diskurs o zajednici koja tek treba biti ostvarena* – najbolje je vidljiv u utopijskim idealima zajednice izraženima u ideologijama poput komunizma, socijalizma i anarhizma. Temeljno je u ovom diskursu to da zajednica tek treba biti ostvarena, za razliku od prethodnog u kojem se ona pronalazi i vraća iz povijesti.

Važnost zajednice u modernom društvu prepoznaje i Parsons (1961:10), koji smatra kako ona ima bitnu ulogu u održavanju integracije u društvima koja su funkcionalno različita. Američki sociolog Parsons (1951: 91) zajednicu promatra sa stajališta funkcionalizma te smatra kako se pojam zajednice odnosi samo na specifičnu grupu ili kolektivitet čiji, članovi dijele zajednički teritorij kao bazu za provedbu dnevnih aktivnosti. Unutar tog teritorija, prema Parsonsu, trebalo bi biti moguće pratiti tijek načina spajanja određenih aspekata ljudskih života (ali i društvenih struktura) s funkcionalnim vezama koje koriste drugima. Parsons također primjećuje kako se sva društva sastoje od zajednica te kako svaki pojedinac nužno pripada određenoj zajednici. Svrhu zajednice Parsons pronalazi u pružanju mreže društvene podrške i svojevrsnog okvira unutar kojeg pojedinci mogu ispuniti svoje društvene uloge i obveze, zajednica stoga pruža stabilnost i socijalnu koheziju društvu. Te zajednice mogu biti više ili manje uključujuće te mogu sadržavati i druge zajednice u sebi. Iako pojedinac može ući u zajednicu svojim izborom, jednom kada uđe ipak se javljaju određene odgovornosti, poput plaćanja lokalnog poreza, a u slučaju suživota u susjedstvu jača pritisak da se stvore društvene

veze koje nadilaze specifičan kontekst. Parsons navodi tezu kako u zajednicama koje su usmjerene na postizanje postignuća ili su univerzalističke prevladavaju dogovori i identifikacija sa širom grupom, poput nacije. U takvim zajednicama bliske veze predstavljaju svojevrsnu opasnost cijelom sistemu (1951: 187). Parsons nije nijekao da se priroda zajednice mijenja u modernom društvu, koje je kompleksno i koje karakteriziraju individualizam, formalne društvene uloge i bezlične veze, no on je i dalje isticao važnost zajednice kao društvenog sistema koji pruža stabilnost i obavlja različite društvene funkcije (Goe i Noonan, 2007: 457-458).

Ideja o važnosti zajednica u modernom društvu može se pronaći i u radovima simboličkih interakcionista. Jedan od njih je Turner (1969), koji smatra kako zajednice i dalje postoje te se razvijaju u različitim oblicima. Dakle, Turner tu prepoznaje transformativno obilježje zajednice; u modernom društvu mijenja se njihova priroda i dinamika, no one i dalje imaju važnu ulogu u oblikovanju društvenih odnosa i pružanju osjećaja pripadnosti. Njegova ideja simboličkih zajednica vođena je pojmom *communitas* – odnosno specifičnom vrstom društvene veze zajedničke svim društvima i bez koje društva ne bi mogla postojati. *Communitas* Turner povezuje s pojmom *liminalnost*, koji označava sve one momente koji su „između“, negdje na rubu te u kojima normalnosti kao takve nema. Turner upozorava kako se *communitas* ne može svesti na jednu specifičnu i prostornu zajednicu. *Communitas* postoji u svim društvima i održava se pomoću „antistruktura“, one su u opoziciji sa strukturom, one su ekspresija socijalne prirode društva, a zajednice prema Turneru, treba promatrati odvojenima od strukture (Turner, 1969: 128-130).

Inspiriran Turnerovim radom o liminalnosti i ideji simboličkih zajednica, Cohen (1985:12) pri definiranju zajednica polazi od napomene kako pozornost treba odvratiti od otkrivanja leksičkog značenja zajednice kako bi se moglo fokusirati na njenu upotrebu. Naime, iako pojam zajednice sadržava određene sličnosti među njenim članovima, on također služi za odvajanje članova jedne zajednice od članova drugih zajednica, odnosno usmjerava se na traženje specifičnih različitosti. Dakle, zajednice za njega imaju simboličku dimenziju, ne definiraju ih strukture i institucije nego osjećaji i iskustva njenih članova zajedno s načinom na koji su izraženi. Prema tome, zajednica postoji u simboličkom redu radije nego u objektivnoj stvarnosti te je time ona zapravo simbolički konstruirana stvarnost (1985:57). Zajednice su, prema njegovu viđenju, temeljene na simboličkim konstrukcijama granica. Cohen ih definira kao određenu vrstu svijesti koju grupa posjeduje u odnosu prema drugima, a u tome joj

pomažu simboličnost granica pomoću kojih se odvajaju od ostalih. U tom kontekstu Cohen usmjerava pozornost na gledište prema kojem se zajednice mogu formirati, a ne otkriti. Time se postavlja i pitanje granica koje, bile one fizičke ili konceptualne, mogu podjednako biti i isključive koliko i uključive. No, Cohen tu argumentira kako granice bilo koje vrste mogu priložiti razliku ili raznolikost kao i istovjetnost te kako cijeli taj proces postavljanja granica može pokrenuti raspravu o identitetu i pripadanju. S obzirom na to da zagovara tezu o mogućnosti formiranja, a ne otkrivanja zajednica, Cohen ih ne veže nužno za određeni teritorij, nego smatra kako se one osnivaju u obliku klastera oko simbola i zajedničkog identiteta. Dakle, on središte zanimanja stavlja na značenje kulture, a granice su stoga posljedice tog procesa, ne prethode mu.

Da zajednice nisu nestale u moderno doba, nego postaju sve popularniji fenomen za istraživanje, dokazuje nova struja društvenih istraživanja utemeljena sredinom 20. stoljeća, a znana kao „studije zajednica“. Od 1930. do 1970. godine na području Velike Britanije i SAD-a javlja se više od stotinjak izvora, u kojima je zajednica središnja proučavana pojava. *Studije zajednica* ne možemo svrstati u neku granu sociologije kako smo to mogli kod pripadnika Čikaške škole, nju je bitno shvatiti kao oblik sociološkog istraživanja. Sadržajno, one su se mogle podijeliti na studije koje se bave: (1) ruralnim zajednicama, (2) malim gradovima te (3) zajednicama radničke klase (Day, 2006: 27). Tu je bitno spomenuti kako su navedene studije problematici pristupale na holistički način, s tendencijom da dubinski i potpuno razumiju samu narav zajednice. Njihova svrha bila je pružiti sveobuhvatno razumijevanje društvenih, kulturnih i strukturalnih dimenzija zajednica. Kako bi se to postiglo, u tim studijama su kombinirali različite metode i pristupe vodeći se saznanjima dobivenim tijekom opservacijskih istraživanja. U tom procesu nastalo je mnogo studija koje se zbog različitih pristupa ne mogu uspoređivati ili klasificirati, no povezuje ih to što su se bavile međuodnosima institucijama na lokalitetu (Bell i Newby, 1971:19). Jedan od problema s kojim su se istraživači susretali bila je činjenica da istražuju „živ i pokretan objekt“ koji im može iskriviti pogled. Drugo, oni su ga morali smjestiti u određeni teorijski koncept – što implicira poman odabir iz mnogobrojne literature, koji opet na jedan način određuje smjer istraživanja. Da se izbjegne to pretjerano „uranjanje“ u objekt istraživanja, metoda promatranja kombinirala se s drugim pomoćnim tehnikama. No, i dalje je najizraženiji problem bilo odvojiti teoriju od metode, što je rezultiralo nepotpunim opisima lokaliteta jer je teorija usmjeravala da se istražuju samo određena područja (Zeman i Geiger Zeman, 2010: 44,47). Ipak, studije zajednice iznjedrile su neke važne spoznaje o svakodnevnom životu te dobiveni materijali omogućuju donošenje i drugačijih

pouka. Kako navode Zeman i Geiger Zeman (2010:12): "Te novije studije zajednice, dakle, ne samo da pokazuju da se njihov predmet ubrzano mijena – i da je kompleksniji i problematičniji nego što se to nekoć činilo – nego također uvjerljivo dokazuju da su sposobne sve te promjene detektirati i kvalitetno opisati."

Kao što je u tekstu prikazano, brojni autori svoju su pozornost usmjerili na različite dimenzije zajednice, no predvidjeli su važnost dimenzije vremena koje je potrebno zajednici da se formira. Zapostavljanjem dimenzije vremena, kako navode Crow i Allan (1995:147-148), proizvedene su statične kategorije zajednice, koje ne mogu obuhvatiti njenu dinamičku prirodu stvaranja i razvitka. Navedeno je dovelo do brojnih definicija i vrsta zajednica, no pitanje odnosa među njima ostalo je nejasno. Odnosno, tim pristupom onemogućena je konstrukcija tipologije zajednica koja je potrebna za komparativnu sociološku analizu. Crow i Allan navode kako je prvi pomak prema tome ostvaren spoznajom da zajednicu čine geografska dimenzija, društvena struktura te interpretativna dimenzija. Važnost četvrte dimenzije, dimenzije vremena, prepoznata je kada se veća pozornost usmjerila na proučavanje procesa formiranja i dezintegracije zajednice. Autori ističu važnost kreiranja pristupa koji obuhvaća sve navedene dimenzije i njihovu međupovezanost te koji će proučavati načine na koje se te međupovezanosti smještaju u specifičan prostorni i vremenski kontekst. Takav pristup morao bi uzeti u obzir to kako vrijeme zajednice kao posrednik utječe na povezanost zajednice u obliku mjesta, društvenih struktura i značenja (Crow i Allan, 1995:149). Prema autorima, upravo je dimenzija vremena razlog zašto fizička bliskost nije uvijek povezana a kreiranjem društvenosti – potrebno je određeno vrijeme da se stvore društvene veze ili da određene tradicije zajednice nestanu (Crow i Allan, 1995:152). Stoga, dimenzija vremena zajednice otvara mogućnosti za kreiranje nove tipologije zajednice putem koje bi se izbjegli problemi povezani s onim prethodnima. Zajednice bi se time mogle uspoređivati putem temeljnih principa i balansa među osobnim i grupnim interesima. Iako su autori i sami svjesni ambicioznosti pothvata, smatraju da bi u toj novoj tipologiji koncept vremena zajednice usmjeravao pozornost na procese kojima se stvaraju društvene veze što na individualnoj što na razini zajednice (Crow i Allan, 1995: 161).

Koračajući prema kraju moderne i početku postmodernog društva, a time i novoj nesigurnosti, brojni autori (Bauman, 2001; Delanty, 2003; Maffesoli, 1996; Rose, 1996) prepoznali su modele vraćanja prema zajednici u vremenima rasta globalne nesigurnosti. Rose (1999: 89) zagovara tezu kako je modernost više dovela u pitanje smrt društvenosti, a ne samih zajednica. Prema njemu, ideja zajednice postala je zamjena za obvezu društvenosti jer se počela promatrati kao protuotrov ili lijek za bolesti koje društvenost još nije uspjela adresirati. Čak je



i Bauman (2001:149) ostavio sa strane svoju prethodnu nesklonost prema zajednici i uvidio kako želja za zajednicom postaje razumljiva u vremenu „likvidne modernosti“.

### 2.1.2. *Zajednica u postmodernoj perspektivi*

Nakon što se nakratko smanjilo zanimanje za istraživanje zajednica, koje je nastupilo 1970-ih, zbog velikih promjena koje donosi globalizacija i kozmopolitska ekonomija, ponovo se javlja zanimanje za proučavanje zajednica (Evans, 2013: 81). Pogled na grad i život u njemu počinje se 1980-ih u literaturi urbane sociologije drastično mijenjati u skladu s promjenama koje su obilježile to razdoblje. Moderno društvo našlo se na udaru kritika jer više nije moglo braniti i adekvatno odgovoriti na takve novinske napise. Procesom deindustrijalizacije i slomom projekta moderne do kojih je doveo kapitalizam i neoliberalizam mnoga susjedstva suočila su se sa strahom, manjkom reda i povećanom stopom kriminala. U kasnoj modernosti<sup>2</sup> traže se novi oblici povezanosti te se time mijenja i sam diskurs o zajednicama; nastaju supkulturalni oblici zajednica unutar kojih pojedinci zamišljaju prostor pripadanja i koji se nalazi izvan tradicionalnih, na mjestu utemeljenih struktura (Evans 2013:80). U tome prostoru pojedinci konstruiraju nove identitete, koji nadilaze neposrednu stvarnost lokalnog iskustva. Giddens (1991:101) zajednicu vidi kao dinamičnu socijalnu strukturu koja je prošla kroz znatnu transformaciju u modernom društvu. Zajednica je za njega obilježje predmodernog društva te navodi kako se njena važnost smanjila s dolaskom moderne. Tu on pod pojmom zajednice misli na one skupine isprepletenih društvenih odnosa koji su utemeljeni na interakciji licem-u-lice te koncentrirani oko specifičnog lokalnog konteksta i koji su u tradicionalnim društvima bili osnova šire društvene organizacije. No, Giddens tvrdi kako ta vrsta odnosa u razvijenim društvima ne može više postojati. S dolaskom moderne takve odnose mijenjaju „čisti odnosi“, oni u kojima se pojedinci povezuju na temelju zajedničkog osobnog interesa i osobnih izbora, a ne na temelju tradicije ili obveze. Ti odnosi sada su reorganizirani unutar većih dijelova prostora i vremena, što Giddens ističe kao ključno obilježje kasne modernosti. Mobilnost i novi oblici komunikacija ugrozili su temelje lokalne zajednice koja je članovima bila izvor povjerenja i pomoći, svojevrsnog znanja. Giddens kao

---

<sup>2</sup> Termin kasne ili refleksivne moderne uvode Ulrich Beck i Anthony Giddens, koji smatraju kako nismo napustili modernu epohu i odbacuju pojam postmodernosti. Prema Becku, kasna moderna je zapravo novi početak moderne, a Giddens u kasnoj modernosti vidi radikaliziranije i univerzalnije posljedice moderne.

rješenje za kompenzaciju te situacije pronalazi u apstraktnim sustavima informacija i stručnosti, što povezuje mjesta i ljude koji do tada nisu bili povezani. Stoga, postmoderna je pojedincima omogućila da lakše iskažu različite interese čime je ojačao utjecaj običnih građana u kreiranju svakodnevice (Giddens, 2001: 102). I drugi autori brane sličnu tezu; odnosno tvrde kako pojedinci više ne grade svoj smisao u lokalnim zajednicama, nego ga počinju tražiti u globalnoj povezanosti (Wellman, 1979; Fisher, 1982; Rheingold 1994; Castells, 2001). Promjenu u oblicima zajednice u postmodernom društvu objašnjava i Delanty (2006:111-112) kroz prizmu pripadanja. Naime, Delanty navodi kako se u postmoderni preispituju odrednice statusa koje su određivale pripadnost zajednici u moderno doba. Tijekom postmoderne sve je fluidno i upitno te se javlja moment višestrukih pripadanja koji zajednicu ne odbacuje, nego joj dodjeljuje nov oblik. Te nove zajednice nisu ni moderne ni tradicionalne, one se održavaju vlastitom refleksivnošću, kreativnošću i putem svijesti o vlastitim granicama; odnosi u njima su fluidni i obilježava ih više atribut otvorenosti negoli zatvorenosti. O zajednicama u postmoderi piše i Bauman (2000;2001), koji ističe kako društveni uvjeti 20. stoljeća nisu kompatibilni sa zajednicom, koju je, u sociološkom smislu, teško pronaći u stvarnosti. Zajednica je, u tradicionalnom smislu riječi, u suvremeno doba oslabjela pod utjecajem likvidne modernosti. To stanje slabljenja nastalo je posredstvom globalizacije, individualizacije i konzumerizma, koji su pridonijeli fragmentaciji društvenih veza. Bauman pod pojmom likvidne modernosti ponajviše misli na društveno stanje u kojem su odnosi fluidni i kratkotrajni te u kojem nedostaje dugoročnih obveza. U tom stanju likvidne modernosti zajednice su podložne konstantnim promjenama te je time pojedincima otežan proces uspostavljanja dugotrajnih veza i razvijanja osjećaja pripadanja. No, Bauman također smatra kako je suvremeno društvo oslobodilo pojedinca svih onih pripisanih i naslijeđenih društvenih obilježja i pružilo mu priliku da donese svoje izbore (Bauman, 2001:149). U tom novom okružju pojedinac gravitira onome što mu je poznato, ljudima s kojima dijeli interese, što dovodi do takozvanih volontarnih oblika zajednica, za koje Bauman tvrdi kako ne mogu pružiti pravu zaštitu i sigurnost.

Day (2006) utjecaj postmoderne posebice vidi u njenim posljedicama na društvenu organizaciju. Fragmentirao se postojeći društveni red, a brze promjene dovele su u pitanje većinu osnova društvene strukture, pa time i važnost njihovih granica. Brisanjem prepreka i povećanjem različitosti počinju se prihvaćati drugi društveni svjetovi, perspektive i značenja. Često se u tom smislu vladajuće stanje društva opisivalo kao podijeljeno, heterogeno, pluralističko i različito. U tom pogledu Day (2006:182) izdvaja tri posebna aspekta novih promjena za koje smatra da su postali posebno bitni za zajednice: (1) razrješenje mjesta, (2)

znatno povećana mobilnost te (3) destabilizacija identiteta. (1) Zajednice su u prošlosti umnogome bile definirane teritorijalno, tražila se jasna povezanost između grupe i mjesta ne uzimajući u obzir važnost drugih socijalnih varijabli (kulturni izvori, sistem socijalne stratifikacije, oblici dominantne ekonomske aktivnosti), koje u kombinaciji s lokalitetom oblikuju zajednicu. Samo puko dijeljenje zajedničkog lokaliteta ne podrazumijeva razvijanje zajednice, što su potvrdili i mnogi neuspjeli pokušaji repliciranja karakteristika tradicionalne zajednice na umjetno stvorene zajednice. (2) Oslabjele su veze između mjesta i zajednice; Day (2006:184) navedeno prikazuje na primjeru doseljenika u suvremenim selima. Iako oni migriraju u ta sela sa željom da postanu dio te nove zajednice, istovremeno ne ulažu trud u stvaranje novih veza, nego ih održavaju izvan granice te zajednice. Navedeno je omogućila ekspanzija mobilnosti i mogućnost nadilaženja granica lokaliteta. (3) Lokalna zajednica u prošlosti je bila snažan izvor identiteta i svojevrsno konstantno okruženje koje je stvaralo osjećaj sigurnosti te odnose utemeljene na povjerenju i reciprocitetu. U (post)modernom društvu ta stabilnost okruženja slabi; pojedinci sad nadilaze granice lokalne zajednice, sami kreiraju svoju sudbinu te stvaraju nove oblike društvene organizacije i aktivnosti.

S dolaskom postmoderne mnogi autori svoju su pozornost usmjerili na te nove mogućnosti komunikacije i nadilaženja fizičkog prostora i vremena koje je omogućila globalizacija (Evans, 2013:81). Pitanje kako će ti novi procesi utjecati na lokalnu, fizičku zajednicu i hoće li ona nestati ili opstati nije zaobišlo ni ovaj novi društveni kontekst. Iz tog razloga počinju se javljati brojne studije, koje ta pitanja smještaju na razinu zajednice susjedstva u urbanom kontekstu. Suvremeni životni stil obilježen promjenama u strukturi obitelji urbanizacijom i povećanom mobilnošću omogućio je pojedincima da izađu iz granica svoje lokalne zajednice i stvaraju nove društvene veze. No, unatoč tim svim novim mogućnostima i promjenama susjedstvo i dalje predstavlja važan element u urbanom planiranju, ono se promatra kao osnova za kreiranje novih gradova i urbanih prostora (Rivlin, 1987: 8). Da je susjedstvo ostalo jedna od temeljnih razina društvenog prostora pokazuje i dalje prisutna sklonost prema stanovanju u grupi, odnosno u neposrednoj blizini drugih ljudi. Iz tog razloga Phillipson i suradnici (1999:740) smatraju: „Odnos između ljudi i mjesta od još je veće važnosti na kraju 20. stoljeća nego što je bio na njegovu početku“.

### 2.1.2.1. Zajednice susjedstva u urbanom kontekstu

Wellman i Leighton (1979:373-376) navode kako je dio autora usmjerio svoju pozornost na proučavanje zajednica susjedstva u tom novom, urbanom kontekstu te su pri tome formirane tri dominantne struje mišljenja. S jedne strane nalaze se oni koji smatraju kako takve zajednice više ne mogu opstati u novim društvenim uvjetima, a drugi tvrde kako zajednice u susjedstvima i dalje pronalaze unutar tog novog, urbanog konteksta. Pobornici teze o „*spašenoj*“ zajednici dokazuju kako je solidarnost u susjedstvima opstala zbog mogućnosti zajednice da učinkovito pruža podršku i društvenost jer i dalje postoji potreba za neformalnom društvenom kontrolom. Oni ne odbacuju argument kako suvremeni urbani miljei potiču članstvo u uže usmjerenim društvenim mrežama, nego ga promatraju iz drugačijeg kuta. Takve mreže mogu razviti i određene karakteristike solidarnosti jer: (1) mreže koje su povezane velikim brojem slabih veza pružaju više prilika za razvijanje neformalnih veza, a one mreže (2) koje su povezane manjim brojem gustih veza nalik na klastere podrazumijevaju postojanje jakih veza među članovima te mreže. Članovi takvih mreža često predstavljaju važne izvore posredničke pomoći u odnosu s formalnim birokratskim strukturama i u suočavanju s nepredvidivim situacijama. Većina argumenata onih koji se zauzimaju za spašene zajednice proizlazi iz napora da empirijskim putem dokažu kako i dalje postoji kontinuirana vitalnost urbanih primarnih veza koje su proglašene izgubljenima.

Dok se većina argumenata zagovornika teze o *izgubljenoj zajednici* temelji se na analitičkom prikazu života u urbanoj sredini kao skupa nepovezanih pojedinaca, argumenti teze o *spašenoj zajednici* proizlaze iz temeljito dokumentiranih komunalnih struktura. Primjer za to je argument zagovornika teze o *izgubljenoj zajednici* da postoji veza između komunalne dezorganizacije i siromaštva. Zagovornici teze o *spašenoj zajednici* odgovaraju na tu tvrdnju dokazima o postojanju mreža solidarnosti u siromašnijim ili tradicionalnim zajednicama te unutar zajednica etničkih manjina koje nastoje očuvati vlastite resurse nasuprot pretenzijama centralizirane države. Unutar te struje, autori smatraju kako su ljudi prirodno društveni i sposobni da samostalno organiziraju zajednice u svim uvjetima. Dokaz tome su brojne i pomno dokumentirane studije zajednica koje su se počele provoditi od Drugog svjetskog rata. Te studije nisu predstavile samo urbano stanovništvo kao skup nepovezanih pojedinaca, nego su se usredotočile na razgraničavanje društvene strukture zajednica unutar susjedstva (Wellman i Leighton, 1979:368-372). Od ranih 1960-ih godina sve više autora pridaje pozornost argumentu za spašene zajednice i nastaje sve više važnih publikacija. Jedan od primjera takvih publikacija je Gansova (1962) studija *Urban villagers* u kojoj opisuje zajednicu druge generacije

Talijana u četvrti West End u Bostonu, a tu zajednicu dijeli na pet grupa te proučava razinu povezanosti s lokalnom zajednicom. Drugi primjer predstavlja rad Jane Jacobs (1961) i njeno proučavanje uspješnosti američkih gradskih susjedstava. Jacobs (1961:112-116) ovdje polazi od teze da su urbana susjedstva „tijela“ samoupravljanja, odnosno da ona uključuju formalni i neformalni oblik samoupravljanja društva. Time ona misli da se susjedstvo ne može i ne smije odvojiti od konteksta grada, susjedstvo nije zaseban entitet. Jacobs također uočava pogrešku koja se javlja pri planiranju i kreiranju novih gradskih susjedstava – uporno se pokušava ponoviti struktura susjedstva koja postoji u malim gradovima i ruralnim sredinama. U takvim mjestima pojedinci se često susreću i počinju stvarati veze koje posljedično vode do spontanog nastanka novih, kohezivnih zajednica, što je u velikom gradu teško postići. Jacobs (1961:117-118) stoga prepoznaje tri vrste korisnih susjedstava koje pružaju osjećaj pripadnosti i širi izbor mogućnosti za kreiranje veza: (1) grad kao cjelina, (2) ulice u susjedstvu te (3) veliki okruzi sa 100 000 ili više stanovnika. Da bi susjedstvo na najnižoj razini dobro funkcioniralo i bilo učinkovito, mora biti povezano i s gradom i s okrugom – ili putem društvenih veza ili ekonomski i politički. A ono najvažnije, mora biti dobro promišljeno i prilagođeno specifičnim urbanim uvjetima, a ne replicirano.

Uz argumente o izgubljenim i spašenim zajednicama na razini susjedstva, javlja se i dokaz o *oslobođenim zajednicama*, koji djelomično spaja mišljenja tih dviju oprečnih struja. Oni prihvaćaju argument izgubljene zajednice da je industrijsko-birokratska priroda novih društvenih sistema oslabila zajednice susjedstva, no istovremeno prihvaćaju i argument spašene zajednice da su primarne veze opstale te da su korisne i važne. Slažu se da zajednice i dalje mogu postojati u urbanim sredinama, no ipak smatraju kako su rijetko organizirane na razini susjedstva. Pobornici ove teze mjesto, odnosno fizičku utemeljenost u mjestu ne smatraju relevantnom; mjesto spominju jedino u vezi s nadilaženjem prostornih ograničenja, oni zajednicu odvajaju od prostorne bliskosti (Wellman i Leighton, 1979: 378). No, glavna snaga navedenih argumenata jest ta što objašnjavaju te istovremeno predlažu društveno bliske zajednice koje se protežu kroz velike udaljenosti. Također, u svojem odvajaju zajednice od susjedstva predvidjeli su korist brze lokalne dostupnosti i prednosti solidarnog ponašanja, koje uključuje čvrsto i snažno povezane, višeslojne veze (Wellman i Leighton, 1979: 381).

Da ti novi društveni procesi Zapada nisu uništili lokalne zajednice i odnose unutar njih potvrđuje i Robert Putnam koristeći se terminom socijalni kapital. Tak termin prvi je upotrijebio Hanifan 1916. godine kako bi istaknuo važnost uključenosti građana u održavanju demokracije i razvoja. On je također prvi prepoznao i osobnu i javnu korist socijalnog kapitala uočivši kako kroz kooperaciju pojedinac ostvaruje osobnu korist uz to što se istovremeno

stvara kolektivna dobrobit za cijelu zajednicu (Putnam i Goss, 2002:4). Veliki dio literature usmjeren je upravo na tu javnu i kolektivnu dobrobit socijalnog kapitala; na primjeru susjedstva dokazano je kako stopa kriminala pada s rastom povezanosti u samom susjedstvu, pa tako korist osjećaju i članovi susjedstva koji ne sudjeluju u kolektivnim aktivnostima, a korist ostvaruju putem neformalnog socijalnog kapitala. U tom kontekstu socijalni kapital može biti shvaćen kao javno dobro. Autori nadalje tvrde kako socijalne mreže i norme reciprociteta koje proizlaze iz tih mreža također mogu biti protumačene kao socijalni kapital, jer stvaraju i osobne i kolektivne vrijednosti i jer u njih možemo ulagati (Putnam i Goss, 2002:7). No, da bi se te mreže održavale, mora postojati povjerenje pojedinaca u društvene odnose, a to povjerenje održava ono temeljno povjerenje i djelovanje koje nije usmjereno na stvaranje neposredne koristi. To povjerenje predstavlja norme i vrijednosti koje pojedinac unosi u društvene akcije i koje time oblikuju društvene institucije te usmjeravanju njihovo djelovanje i učinkovitost. Putnam je svojom studijom pokazao kako socijalni kapital određenog društva ovisi o nizu povijesnih okolnosti, no kapital istovremeno određuje mogućnosti društvenog i gospodarskog razvoja (Črpić i Zrinščak, 2005:22). S obzirom na varijacije oblika socijalnog kapitala teoretičari su postavili četiri dimenzije toga kapitala. Iako ne postoji konačan konsenzus, te dimenzije dobar su način distinkcije postojećih oblika socijalnog kapitala. Također, te dimenzije nisu isključujuće, nego se mogu promatrati kao komplementarne leće kroz koje je socijalni kapital potrebno gledati. Prva dimenzija jest *formalni* nasuprot *neformalnom* obliku socijalnog kapitala. Formalni oblik stvara se kroz organizacije koje postoje u društvu te koje imaju jasan cilj, pravila, članstvo te određenu formalnu strukturu. S druge strane, neformalni oblik može se detektirati u različitim neformalnim oblicima socijalnog umrežavanja, u kojima nema precizno propisanih pravila ni formalne strukture, no tijekom stvaranja socijalnih mreža može se razviti reciprocitet te korist na osobnoj i kolektivnoj razini. Mnogi istraživači bili su, iz metodoloških razloga, usmjereni na formalni oblik socijalnog kapitala jer je lakše mjerljiv. Ovdje je bitno istaknuti da svaka organizacija može imati jedan od oblika socijalnog kapitala, dakle, ona proizvodi ili formalni ili neformalni oblik. Druga dimenzija jest *jaki* nasuprot *slabom* socijalnom kapitalu. Ova distinkcija odnosi se na prepoznavanje veza prema njihovoj jačini i povezanosti. Slabe veze pomažu pri približavanju društva te jačaju norme generaliziranog reciprociteta, dok jače veze potiču socijalnu mobilizaciju i socijalno osiguranje. Treća dimenzija jest *unutarnje usmjeren* i *vanjski usmjeren* socijalni kapital. Prvi oblik stvara se u udruženjima i organizacijama koje su usmjerene na stvaranje koristi za svoje članove te one mogu biti osnovane na temelju sličnosti svojih članova ili određenih interesa koji prevladavaju među njima. Drugi oblik socijalnog

kapitala više je altruističan te usmjeren na stvaranje dobra i koristi koje nadilaze vlastite članove i njihove interese te prihvaćaju ideju o stvaranju dobrobiti izvan same grupe. Posljednja dimenzija predstavlja distinkciju između *premošćujućeg* i *povezujućeg* socijalnog kapitala. Prvi oblik je socijalni kapital, a nastaje kroz stvaranje mreža među ljudima koji imaju različite karakteristike. Drugi oblik kapitala predstavlja povezivanje ljudi koji dijele slična ili ista društvena obilježja poput rase, dobi i spola. Budući da je socijalni kapital multidimenzionalan, pitanje o promjenama unutar društva ne može se objasniti izjavom o postojanju manje ili više socijalnog kapitala, već se navedena promjena treba opisati u kvalitativnim terminima unutar predstavljenih dimenzija (Putnam i Goss, 2002:9-12).

Putnam je proučavao načine i intenzitet ljudskog udruživanja u SAD-u na različitim područjima svakodnevnog života – druženje s prijateljima, udruživanje u različite sportske, kulturne, političke i društvene klubove ili volontiranje. U svojoj knjizi „Propast i oživljavanje američke zajednice“ (engl. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*) (2000) Putnam iznosi podatke koji sugeriraju kako su 1950-e i 1960-e bile takozvana zlatna desetljeća američke zajednice. U tom poslijeratnom periodu građani su više nego ikad dotad osnivali lokalne organizacije i provodili vrijeme u međusobnom druženju. Tu sklonost prema zajednici Putnam djelomično pripisuje spomenutom poslijeratnom stanju i generaciji koju je obilježavala nesebičnost i domoljubno zajedništvo. Nakon dva iznimna desetljeća bogatog socijalnog kapitala dolazi do postupnog pada; od 1970-ih godina ljudi se manje druže, manje su skloni učlaniti se u različite klubove te manje djeluju u humanitarnim akcijama. Putnam navedeno prikazuje primjerom te iznosi podatke kako od 1970. do 2000. godine postotak ljudi koji su provodili večeri s nekim susjedom pao sa 60 na 50 %. Njegov drugi primjer pokazuje da se članstvo u klubovima za kuglanje od 1960. smanjilo za tri četvrtine. To je, dakako, samo primjer koji treba uzeti s rezervom jer postoje brojni parametri koji mogu utjecati na takve promjene. No, ono što je bitno zamijetiti u Putnamovoj knjizi jest da unatoč smanjenom druženju, ta društvenost nije nestala. Povezanost sa zajednicom prošla je kroz cikluse, lokalne udruge i dalje postoje, ljudi se i dalje druže sa svojim susjedima, no u nešto manjoj mjeri nego prije. Dakle, zamjetan je određeni pad društvenog angažmana, no on nije nestao, kako je dio autora to predviđao.

Da se zajednice mogu pronaći u urbanim uvjetima smatra i Morgan (2009: 18), koji se suprotstavlja argumentu kako su ljudi u gradu stranci te time usamljeni i otuđeni, odnosno ne mogu osnovati zajednicu na razini susjedstva. Morgan smatra kako ljudi koji dijele životni prostor nisu stranci, nego znanci zato što ponešto znaju jedni o drugima. Za njega je susjedstvo lokalitet koji ima određeno značenje za ljude koji na njemu žive. Taj lokalitet može varirati po

veličini i vrsti povezanosti članova; može korespondirati s administrativnim granicama, nadilaziti ih ili biti samo mali dio unutar tog prostora; može biti homogen ili heterogen – svaki član tog susjedstva može imati različito mišljenje o granicama i glavnim karakteristikama susjedstva. Susjedi su osobe koje žive blizu jedni drugih, no ukupan broj susjeda može biti manji od broja stanovnika susjedstva. Što to znači? Morgan ovime želi objasniti kako susjedstvo čine dva tipa odnosa – poznanstva i bliski odnosi. Poznanstva uključuju sve odnose koji se svode na usputne pozdrave, na osobe koje posjeduju određeno znanje jedni o drugima i time nisu potpuni stranci, a bliski odnosi obuhvaćaju iskrene, susjedske odnose. Susjedski odnosi obuhvaćaju niz često pozitivnih praksi povezanih sa susjedstvom; obuhvaćaju spremnost da se učine manje usluge ili npr. da se pazi na sigurnost susjedove kuće/stana dok je on odsutan (Morgan, 2009:19). No, osoba može susjeda smatrati dobrim i ako ove prakse izostaju – o tome je li susjed dobar ili loš određuje svaka osoba zasebno na temelju vlastitih kriterija i preferencija. Iako su dobri susjedski odnosi u prošlosti bili povezani sa snažnom normom brige i altruizma, u modernom, urbanom okružju reciprocitet čini bit susjedskih odnosa. Minimalni oblik reciprociteta predstavlja pozdravljanje u prolazu ili usputni razgovori o vremenu ili zdravlju. Takvim ponašanjem, odnosno pokazivanjem zanimanja, ljudi si međusobno daju na znanje da se prepoznaju kao pojedinci koji dijele zajednički prostor. Kako navodi Morgan (2009: 20-24), lokacija tih susreta ima važnu ulogu – susreti se često događaju na ulici ili u nekom drugom dijelu zajedničkog javnog prostora te nisu planirani. Putem tih interakcija ne samo da se definira ideja susjedstva i susjedskih odnosa, nego su oni važni u njegovu kreiranju. Susjedstvo stoga čini zbroj svih odnosa unutar njega, ali i unutar različitih lokacija i mjesta na kojima poznanstva mogu nastati i koja potiču ljude da zastanu i usput popričaju, što u konačnici razvija osjećaj susjedstva (Morgan, 2009: 30).

S druge strane, Wellman (1979) zajednicama u novom urbanom kontekstu prilazi putem teorije mreže, odnosno pomoću specifičnog niza povezanosti među članovima grupe ili većim društvenim jedinicama poput obitelji, organizacija ili korporacija. Wellman smatra kako se tim vezama može objasniti ponašanje članova određene mreže. Koristeći se tim pristupom Wellman stanovnike gradova vidi kao članove mnogih mreža, od kojih neke mogu biti jače povezane i prožete izravnim vezama među pojedincima a neke slabije povezane. Prvu vrstu mreže on smješta u kontekst zajednice te navodi kako susjedstvo kao dio te mreže obilježavaju bliske i jedinstvene veze. No, prema njegovoj teoriji, pojedinci mogu istovremeno pripadati različitim mrežama, što pruža pristup raznolikim resursima koje jedna lokalno utemeljena mreža ne može pružiti. Na tragu toga, Wellman (1979:1227) navodi tezu kako stanovnici urbanih sredina nisu izgubili pristup odnosima i izvorima iz lokalnih zajednica, no



kod stanovnika koji traže solidarnost u manjim, jednostavnim hijerarhijskim grupama moguć je gubitak osjećaja za zajednicu. Nastavak ove teze prikazuju Hampton i Wellman (2003:285) tako što smatraju da susjedstva više nisu primjerena za stvaranje novih društvenih veza te taj problem objašnjavaju na sljedeći način: novim društvenim promjenama; urbanizacijom i pojačanom migracijom ljudi dolaze u doticaj s velikom i raznolikom urbanom populacijom, koja se sastoji od niza supkultura s različitim interesima i time pojedinac ima više opcija za stvaranje novih veza, pa ostvaruje manje veza unutar susjedstva. Pristup ljudima jednako je važan kao društvena sličnost pri stvaranju vjerojatnosti da se formiraju i održavaju društvene veze. Ljudi su skloniji održavati društvene veze sa sličnima sebi; time se i više druže sa onima koji su im slični te takve upoznaju tijekom aktivnosti koje naglašavaju iste interese. Iako ljudi u susjedstvu žive blizu jedni drugima, to nužno ne znači da su si međusobno dostupni. Susjedstvima često nedostaju određeni ugrađeni mehanizmi koji bi poticali društveni kontakt i stvaranje veza na temelju zajedničkih interesa ili ciljeva. Hampton i Wellman navode kako je taj manjak institucijskih prilika za stvaranje socijalnih kontakata izraženiji u predgrađima nego u gradovima. Zbog toga smatraju kako je pojedincu lakše pronaći informacije o prikladnosti drugih za potrebe kreiranja veza u društvenim krugovima koji se nalaze izvan susjedstva. Taj pristup koji zagovaraju Hampton i Wellman, zapravo, sugerira kako većina društvenih veza nije lokalna te da ljudi nemaju nikakvu poveznicu s mjestom; odnosno povezanost s mjestom promatraju jednodimenzionalno na temelju obilježja društvenih veza.

Suprotan pogled na stanje i važnost društvenih veza unutar lokalne zajednice prikazuju Mesch i Manor (1998). Autori smatraju kako se privrženost mjestu može razviti kroz osobna iskustva prema lokalnim okružju. Naime, pojedinci evaluiraju obilježja susjedstva na temelju subjektivnih standarda; procjenjuju prednosti i nedostatke fizičkog i socijalnog okružja te određuju u kojem stupnju te odrednice susjedstva odgovaraju njihovim potrebama i očekivanjima. Mesch i Manor (1998:512-515) navode odrednice koje utječu na razinu povezanosti s mjestom. Naime, kognitivne i emocionalne poveznice koje pojedinci imaju s mjestom stanovanja utječu na razinu uključenosti u susjedstvo, volju za organizacijom kolektivne akcije te na provedbu socijalne kontrole radi smanjenja znakova nereda i nekulture, koji se percipiraju kao indikatori kriminala. Suprotno mišljenju Hamptona i Wellmana kako su društvene veze u modernom društvu individualizirane i odvojene od lokalne zajednice, rezultati istraživanja Mescha i Manora (1998:514) pokazuju da većina ispitanika zna svoje susjede, polovica ih smatra dovoljno bliskima da ih poziva na obiteljska druženja, a dvije trećine ispitanika izjasnilo se kako imaju bliske prijatelje unutar susjedstva. Njihovi nalazi stoga sugeriraju kako je većina ispitanika pokazala privrženost mjestu na koju su utjecale postojeće

lokalne društvene veze, primjerice prijatelji i bliski susjedi. No, Mesch i Manor (1998: 517) navode kako i pozitivna evaluacija može potaknuti privrženost mjestu; npr. zadovoljstvo otvorenim prostorom, razina buke i profil ljudi koji žive u neposrednoj blizini izravno su povezani s stupnjem osjećaja ponosa sa susjedstvom te će im u većoj mjeri biti žao iseliti se iz te sredine.

Zanimljive uvide o lokalnim društvenim odnosima u SAD-u donose rezultati longitudinalnog istraživanja *General social survey*, koje je provedeno na nacionalnom uzorku od 1974. do 1996. godine. Guest i Wierzbicki (1999:96-108) su analizirali dobivene rezultate te zaključili kako se smanjila učestalost druženja sa susjedima te povećala učestalosti druženja s osobama koje žive izvan granica susjedstva. No, unatoč trendu smanjenja susjedske socijalizacije, taj oblik društvene interakcije i dalje je važan velikom dijelu populacije. U prvoj analiziranoj godini 61 % ispitanika izjasnio se kako barem jedanput na mjesec provodi društvenu večer sa susjedima, a taj se broj u posljednjoj promatranoj godini smanjio na 52 %. No, to smanjenje u frekvenciji druženja sa susjedima ne odnosi se na sve društvene grupe; analizom je utvrđeno kako nije bilo značajne promjene kod starijih ljudi i onih koji nisu na tržištu rada. Također, analiza je pokazala kako su mlađi ljudi i oni bez djece skloniji družiti se sa susjedima, dok su obrazovanje i radni status ispitanika u manjoj mjeri povezani s učestalošću sudjelovanja u susjedskim društvenim aktivnostima. Tu je bitno spomenuti i saznanja dobivena u istraživanju Katherine King (2013:2421), koja je zaključila kako se društveni odnosi uspješnije održavaju i uspostavljaju u susjedstvima koja su se postupno razvila nego u onima koja su nastala kao posljedica opširnijeg i većeg planiranja. Rezultati istraživanja koje su proveli Prezza i suradnici (2001:36-47) na primjeru šest susjedstava u Italiji pokazuju kako je dinamika uspostavljanja lokalnih društvenih odnosa ovisila o određenim socio-ekonomskim i demografskim karakteristikama ispitanika, no najjači prediktor osjećaja zajednice bio je razina druženja sa susjedima. Također, rezultati su pokazali kako intenzitet društvenih odnosa varira među susjedstvima.

#### 2.1.2.2. Lokalna urbana zajednica i društveni odnosi u hrvatskom kontekstu

Promišljanje o održivosti lokalnih zajednica u novom, urbanom prostoru nije zaobišlo ni hrvatski kontekst. Prelog (1973:86) u velikom gradu vidi jedan novi oblik ljudske zajednice unutar koje se ne može primijeniti prethodna organizacija života tipična za selo. U tom smislu

ističe kako se susjedstvo u velikim gradovima pojavljuje samo u nekom arhaičnom obliku – pripadnost zajednici razvija se na temelju slabih, posrednih veza i sudjelovanjem u različitim oblicima gradskog života. Sličnog mišljenja je i Šuvar (1973:124), koji smatra kako je veliki grad potisnuo susjedstvo u tradicionalnom obliku. Kako navodi autor, tradicionalno susjedstvo je bilo važan izvor bliskih i neformalnih oblika socijalne identifikacije, a veliki grad teži tome da uništi susjedstvo. O ulozi lokalne zajednice u urbanom kontekstu pisao je i Štulhofer (1988:528-529), koji ističe distinkciju između urbanih i tradicionalnih zajednica. Kao prvo važno obilježje i razliku autor navodi način nastanka zajednice – urbane zajednice nastaju pomoću ekonomskih ili političkih strategija vrednovanja prostora, a socijalna dimenzija zajednice može se, ali i ne mora realizirati naknadno. Razlika predindustrijske i gradske zajednice vidi se u mogućnostima kreiranja zajedništva – dok se ono u ne urbanim zajednicama moglo temeljiti na prilikama za postizanje zajedničkog zadovoljstva, to se u novim, gradskim uvjetima teško može postići. Razlog tome moguće je pronaći u prevladavajućoj heterogenosti gradskoga stanovništva, manjku stabilnosti i promjenjivom karakteru interpersonalnih veza. Upravo se zato pojavljuju konstantne varijabilnosti u osjećaju pripadnosti zajednici, što znači da se interesi članova stalno mijenjaju, a zajednica i može i ne može poduprijeti te interese. Pojedinaac u urbanoj zajednici bira i procjenjuje koja razina zajednice može optimalno zadovoljiti njegove potrebe i interese. Putem afektivne identifikacije i interesne strategije pojedinac odabire susjedstvo, četvrt ili ulicu gdje će realizirati svoj osjećaj pripadnosti zajednici. Druga bitna razlika između urbanih i tradicionalnih zajednica odnosi se na tip interpersonalnih veza u zajednicama. U urbanim zajednicama veze su znatno nestabilnije nego u tradicionalnoj zajednici, što dovodi i do smanjene funkcije zaštite i neformalne socijalne kontrole. Štulhofer (1988: 530) stoga urbane zajednice vidi kao komunikacijske zajednice kojima je osnovni cilj povezati članove, a tradicionalne zajednice su shvaćene kao afektivne, odnosno kao one koje spajaju. Razlikom između urbanih i seoskih zajednica bavio se i Bjelajac (1992:19-21), koji u gradu prepoznaje specifičan način života obilježen socijalnom diferenciranošću prostora. Bjelajac tvrdi kako urbane zajednice obilježava život velikog broja različitih pojedinaca na malome prostoru, koji imaju puno razvijeniji društveni život negoli je to bilo u tradicionalnim zajednicama. Zajedno s pratećom diferenciranom podjelom rada kreira se organska povezanost među ljudima i izražena je segmentiranost društvenog života. Supek (1987: 209:210) također smatra kako se definicija susjedstva kao primarne društvene zajednice više ne može primijeniti za urbani kontekst jer broj stanovnika premašuje zadane granice. Zbog toga se u literaturi susjedstvu počinje prilaziti pomoću termina „mjesna zajednica“, koju u praksi čini između 5.000 i 8.000 stanovnika. U različitim empirijskim istraživanjima

ustanovljeno je da samo prostorna blizina nije dovoljna za formiranje susjedstva, nego treba uzeti u obzir i druge društvene i socioekonomske faktore. Supek (1987: 211:212) navodi kako se pri planiraju susjedstva treba voditi interesima stanovnika urbanih prostora te da treba imati na umu sveukupnu opremljenost stambene zajednice. Ovdje on suprotstavlja pojmove susjedstvo i mjesna zajednica – susjedstvo predstavlja dinamičan element mjesne zajednice, a vezu između njih čini neformalna komunikacija. Takav oblik komunikacije pogodan je za stvaranje osjećaja familijarnosti te ga Supek naziva *socioekološka komunikacija* ili *percepcija*. Dakle, da bi se susjedstvo realiziralo unutar mjesne zajednice, mora postojati osjećaj familijarnosti prema prostoru u kojem pojedinac živi, on mora svoju mjesnu zajednicu prihvatiti kao „svoj kvart“, mora njome biti *opijen*. Upravo je taj oblik pripadnosti susjedstvu u suprotnosti sa širom kategorijom urbaniteta. Dok smo u susjedstvu *doma*, u urbanitetu se gubimo i kako Supek navodi (1987: 212): „Više pripadamo drugima nego samima sebi!“

Iz svega navedenog postaje jasna početna misao kako grad potiskuje lokalne i bliske odnose koji čine temelj tradicionalne zajednice. Dok su neki autori tvrdili da život u gradu obilježava nova vrsta odnosa bazirana na interesima i manjku afektivnosti, drugi su ipak isticali kako se ti odnosi i osjećaj pripadnosti mogu postići unutar susjedstva. Gotovo dva desetljeća poslije rezultati Pilarova barometara hrvatskog društva iz 2016. godine pružili su uvid u stanje zadovoljstva pripadnošću zajednici. Naime, na nacionalnoj razini na uzorku od 1.000 ispitanika postavilo se pitanje koliko su zadovoljni pripadnošću zajednici u kojoj žive te je ponuđena skala od 0 do 10 za procjenu zadovoljstva. Prosječna ocjena na navedenoj skali bila je 6,89, što pokazuje da su ispitanici u većoj mjeri zadovoljni životom u vlastitoj zajednici. Ako se ti rezultati usporede s rezultatima Pilarova barometra hrvatskog društva iz 2015. godine, vidi se da je samo godinu prije prosječna ocjena zadovoljstva iznosila 7,07. Dakle, u obje promatrane godine ispitanici su iskazali poprilično zadovoljstvo pripadnošću zajednici u kojoj žive na nacionalnoj razini (Pilarov barometar hrvatskog društva, 2015.;2016).

Zanimljiv uvid u lokalne društvene odnose na razini susjedstva dali su Miletić i suradnici (2016:226-230) analizirajući rezultate Pilarova barometra hrvatskog društva provedenog 2014. godine na nacionalnom uzorku od 1.000 ispitanika. Analizom skale percepcije socijalne kohezije i dobivenih odgovora autori su predstavili rezultate prema kojima je najveći postotak (57,4 %) onih koji se slažu s tvrdnjom kako su ljudi koji žive u tom susjedstvu spremni pomoći svojim susjedima. O konstataciji da je susjedstvo čvrsto povezano, ipak se najveći postotak ispitanika (37,1 %) izjasnio kako se niti slažu niti ne slažu s izjavom, dakle, pokazali su dozu indiferentnosti. No, istovremeno se njih 32,6 % složilo s navedenom

izjavom, što nam govori o mogućim varijacijama unutar samih zajednica i potencijalnoj razlici između urbanih i ruralnih naselja. Na pitanje može li se ljudima u susjedstvu vjerovati, najveći postotak ispitanika (43,4 %) izjasnio se kako se slažu s tom izjavom. Rezultate skale percepcije socijalne kohezije Miletić i suradnici (2016:227) prikazali su tako što su ispitanike podijelili u tri kategorije prema izraženom slaganju ili neslaganju sa spomenutim tvrdnjama u navedenoj skali. Na temelju kategorizacije ispitanika autori navode kako njih 33,7 % percipira skladne susjedske odnose, njih 20,8 % uočava potpuno odsustvo skladnih odnosa u susjedstvu, a 45,5 % ispitanika te odnose opisuje kao nešto između skladnih i neskladnih.

Miletić (2015: 110-112), također, navodi kako je kao najčešći oblik društvene interakcije sa susjedima prepoznat usputni razgovor (60 %), dok su oblici koji tvore snažne veze nešto manje zastupljeni; samo 25 % ispitanika izjasnilo se da ih susjedi često posjećuju u njihovu domu ili da oni idu njima u posjet. Analiza broja susjeda koje ispitanici imaju u svojoj društvenoj mreži sugerira kako je riječ o relativno gustim oblicima društvenih interakcija. Popriličan broj susjeda koje bi mogli zamoliti da im posude neke manje stvari prijavilo je 57 % ispitanika, dok je njih 40 % navelo popriličan broj susjeda koje smatraju prijateljima. Analiza razlika u učestalosti i gustoći društvenih odnosa s obzirom na socioekonomska i demografska obilježja pokazala je da su ispitanici s višom razinom obrazovanja manje skloni družiti se sa susjedima, kao i oni koji žive u većim zgradama te kako vrijeme življenja na određenoj adresi utječe na gustoću društvenih interakcija sa susjedima. Da je pripadnost lokalnoj zajednici važna i u malim mjestima, pokazuje istraživanje koje su Miletić i suradnici (2017: 317-320) proveli na uzorku stalnih i povremenih stanovnika. I u ovom slučaju najčešći oblik interakcije sa susjedima bio je usputni razgovor na cesti, a samo manji broj ispitanika nije imao nikakve društvene odnose sa susjedima.

Uvid u zadovoljstvo susjedstvom na razini grada prikazala je Lana Slavuj (2012:188) na primjeru pet susjedstava u Rijeci. Autorica zadovoljstvo susjedstvom dovodi u vezu s kvalitetom života; smatra kako viša razina zadovoljstva susjedstvom podrazumijeva veću kvalitetu života. Podatci njenog istraživanja pokazuju kako je 64,9 % ispitanika uglavnom i potpuno zadovoljno susjedstvom u kojem žive. Autoricu je također zanimalo postoje li određene razlike u zadovoljstvu susjedstvom između ispitanika s obzirom na različite odabrane varijable. Rezultati su pokazali kako nema znatne razlike u zadovoljstvu susjedstvom s obzirom na dob, spol, prosječna mjesečna primanja kućanstva, percipiranu vrijednost nekretnina u susjedstvu, tip stambenog objekta te duljinu stanovanja u susjedstvu. Razlika je zapažena s obzirom na stambeni status ispitanika. Najveću razinu zadovoljstva pokazali su ispitanici koji su vlasnici nekretnine u kojoj žive, dok su najmanje zadovoljni

podstanari (Slavuj, 2011: 104-105). Druge dvije razlike zapažene su s obzirom na pozitivne osjećaje prema mjestu i zajednici te prema učestalosti sastajanja sa susjedima. Ispitanici koji su svoje susjedstvo percipirali kao svoj dom pokazali su veću razinu zadovoljstva od onih koji ga shvaćaju samo kao mjesto života. Također, ispitanici koji su iskazali veći osjećaj pripadnosti susjedstvu bili su zadovoljniji kvalitetom života u njemu. Posljednja promatrana razlika odnosila se na učestalost sastajanja sa susjedima radi razgovora o zajedničkim problemima. Ispitanici koji su se sastajali sa susjedima svaki mjesec pokazali su najveće zadovoljstvo svojim susjedstvom u odnosu prema onima koji su sastanke održali dva ili tri puta u posljednjih nekoliko godina. Oni koji to nikad nisu prakticirali pokazali su najmanju razinu zadovoljstva susjedstvom, što implicira da viša razina sudjelovanja u aktivnostima zajednice omogućuje pojedincima da izraze svoje mišljenje i pridonese boljoj kvaliteti života susjedstva, što ih u konačnici čini zadovoljnijima (Slavuj, 2011: 106-107).

Još jedno istraživanje koje se bavi zadovoljstvom susjedstva i susjedskih odnosa na specifičnoj društvenoj skupini stradalnika Domovinskog rata proveli su Rogić i Čaldarović (2000). Autori navode kako se 65 % ispitanika družilo s jednim do pet susjeda, svaki peti ispitanik družio se s većim brojem, a svaki sedmi uopće se nije družio sa susjedima. Polovica ispitanika sa susjedima je provodila manji dio vremena, a njih 14 % uopće se nije s njima družio, što znači da je gotovo dvoje od troje ispitanika odvajalo vrlo malo ili nimalo vremena za susjedstvo. Samo 12 % njih provodilo je veći dio slobodnog vremena sa svojim susjedima (Rogić i Čaldarović, 2000: 240). Pri određivanju granica susjedstva ispitanici su u najvećoj mjeri rekli da je to zgrada u kojoj žive, dok je nešto veći postotak onih koji dulje žive u zgradi istaknuo važnost susjeda na katu od onih koji su se u zgradu doselili prije nekoliko mjeseci. Većina ispitanika ipak je bila sklonija družiti se s drugim stradalnicima Domovinskog rata, odnosno to ratno iskustvo bilo je mjerilo odabira s kojim susjedima će se ispitanici češće biti u društvu. Navodeći razloge zašto se obraćaju susjedima, ističu se zajedničke šetnje i razgovori, različiti savjeti te pomoć u popravcima u stanu. Ipak, kod ispitanika koji u zgradi žive dulje zamijećeno je više susjedskih odnosa zasnovanih na većem stupnju povjerenja, a takvi odnosi uključivali su: čuvanje stana, zajedničke proslave, pomoć u bolesti te čuvanje djece. Takvi odnosi više liče onim obiteljskim, za što je potrebno dulje vremena pa ne začuđuje da su ispitanici skloniji tom ponašanju u zgradi živjeli više od godine dana. O preferenciji tipa susjeda koje bi voljeli imati, svaki četvrti ispitanik izjasnio se da bi to bila osoba koja živi kao on, a svaki peti ispitanik izrazio je želju da to bude osoba koja dijeli istu ili sličnu povijest iz Domovinskog rata kao on (Rogić i Čaldarović, 2000: 241-243). Autori time zaključuju kako

stambeni život ispitanika nije određen samo njihovim osobnim karakteristikama, nego i karakteristikama njihova susjedskog i prijateljskog kruga (Rogić i Čaldarović, 2000: 245).

Rezimirajući sve navedeno, može se prepoznati kako susjedstva i lokalni društveni odnosi i dalje imaju važnost za pojedince koji žive unutar njih. Osvrnuvši se na kontekst hrvatskog društva, podatci sugeriraju kako i dalje postoji trend neformalnog oblika umrežavanja, što pokazuju rezultati istraživanja i na nacionalnoj i na razini gradova i manjih mjesta, ali i unutar nekih specifičnih susjedstava. Usputni razgovori na cesti pokazali su se najčešćim oblikom susjedskih odnosa koji se prema Morganu (2009), temelje na reciprocitetu i imaju važnu ulogu u kreiranju susjedstva. Važnost njegovanja susjedskih odnosa prepoznata je i u povezanosti s participacijom; oni koji su češće kontaktirali sa susjedima više su sudjelovali u procesu lokalnog razvoja i/ili imali veću razinu zadovoljstva susjedstvom. Posljednji primjer pokazao nam je važnost vremena zajednice o kojem su pisali Crow i Allan (1995); susjedstvo, a time i povezanost s njim razvija se postupno te je potrebno dovoljno vremena kako bi se razvili bliski odnosi zasnovani na povjerenju.

Iz svega navedenog može se zaključiti da lokalna zajednica i dalje ima važnu ulogu u životu pojedinca, ali i važno mjesto unutar samog društva. Prema riječima Evans (2013: 90-91), desetljeća istraživanja zajednica dokazala su kako su one fluidne i kako se radi o dinamičkom konceptu koji se povremeno, i primjereno potrebama, ponovno kreira. Iako se ne može osporit utjecaj globalizacije na lokalnu zajednicu, očito je da ona nije nestala. No, u posljednjem desetljeću 20. stoljeća javlja se još jedno važno otkriće, koje iznova testira otpornost lokalne zajednice; u skladu s jačanjem globalizacijskog procesa razvijaju se nove informacijsko-komunikacijske tehnologije, koje otvaraju brojne nove mogućnosti. Više o tijek njihova formiranja i načinu na koji su utjecale na društvo, a time i na lokalnu zajednicu bit će prikazano u idućem potpoglavlju.

## **2.2. Transformacija društvenog prostora u digitalno doba**

Razvoj Interneta i pratećih tehnologija doveo je do ulaska u novu fazu ljudske civilizacije, koju Stokols (2018: 91) naziva *digitalno doba*. Tranzicija iz industrijskog u digitalno doba intenzivira se krajem 1980-ih godina, a posljedice toga prijelaza za čovječanstvo jednako su bitne kao one nastale prelaskom iz nomadske u agrikulturnu, kao i poslije u industrijsku civilizaciju (Stokols, 2018:91). Taj moment promjene prepoznaje i Manuel Castells u svojoj knjizi *Uspon umreženog društva*. Njegova polazišna pretpostavka jest da kraj 20. stoljeća obilježava rijedak interval velike promjene koja se pojavila naglo i pomogla uspostaviti

sljedeću društvenu etapu.<sup>3</sup> Pod tim Castells misli na pojavu *nove tehnološke paradigme*, koja pomoću informacijskih tehnologija kreira novi oblik društva – onaj informacijski, umrežen i digitalni (2010: 28-29). Sve prethodne tehnološke revolucije bile su usmjerene na proces; iako su prodrle u sva područja ljudske aktivnosti, njihov izvor utjecaja nije bio vanjski, a u ovoj revoluciji jezgru transformacije čine tehnologije čija je primarna funkcija obrada informacija i komunikacije<sup>4</sup>. Castells dalje navodi da ono što tehnološku revoluciju razlikuje od prethodnih jest usmjeravanje zanimanja na primjenu centralnog znanja radi stvaranja znanja i uređaja za obradu/komunikaciju informacija. Dakle, te nove tehnologije nisu viđene kao alati za primjenu, nego kao *proces* koji treba razvijati, one impliciraju neprekidnu inovaciju (2010:30-31). Pogledajmo samo primjer osobnog računala. Kako navodi Stolkos (2018:89), prvo računalo nije imalo funkciju kojom bi se mogla uspostaviti komunikacija, no daljnjim napretkom, 1969. godine, prvi put u povijesti postignuta je uspješna razmjena elektroničkih podataka između dva računala. Već 1983. izumljen je prvi mobilni telefon. Dakle, pojava tih novih tehnologija rezultirala je relativno brzim inovacijama; one su shvaćene kao proces, kao izvor mogućnosti koje se mogu oblikovati i kontinuirano poboljšavati. Ni nakon pola stoljeća živimo u doba nezamislivom bez pametnih telefona, osobnih i prijenosnih računala, bežičnog Interneta i aplikacija stvorenih da olakšaju svakodnevne potrebe. Upravo se u tome vidi ta brzina promjene i širina utjecaja na ljudsku civilizaciju koju je donijelo digitalno doba.

„Internet je tkivo naših života“, napisao je Manuel Castells (2001:1) u svojoj knjizi *Internet galaksija* sada već prije dvadesetak godina. Prateći njihov razvoj, Castells prepoznaje kako te nove informacijske tehnologije služe kao alat za distribuciju informacija kroz sve spektre ljudske aktivnosti. Drugim riječima, Internet je tehnološka baza, jedan organizacijski oblik informacijskog doba koju Castells naziva *mreža*. No, što je mreža? Za Castellsa ona predstavlja set međupovezanih *čvorova* koji su dugo dio ljudske prakse, no koji pojavom i korištenjem Interneta poprimaju nov informacijski oblik. S obzirom na to da su po prirodi fleksibilne, prilagodljive i održive izvrsne su za primjenu u organizaciji. U umreženom društvu mjesto je zamijenjeno *tokom*, koji nije samo jedan od elemenata društvene organizacije, nego je ekspresija procesa koji dominiraju političkim, ekonomskim i simboličkim životom. Stoga on prostor toka određuje kao: „materijalnu organizaciju društvenih praksi dijeljena vremena koja se odvija kroz *tokove*“ (2010: 442). Za njega tok podrazumijeva sve smislene, ponavljajuće nizove razmjena interakcija među prostorno udaljenim pozicijama socijalnih

---

<sup>3</sup> Ovdje se Castells referira na termin „postupnost“ S. J. Goulda, prema kojem povijest života karakterizira serija stabilnih stanja isprekidanih rijetkim intervalima velikih promjena koje na veoma brz način prebacuju život u iduću, novu etapu.

<sup>4</sup> Informacijske tehnologije su za ovu revoluciju isto što je bio izvor energije za industrijsku revoluciju.



aktera u svim važnim strukturama društva. S obzirom na to da *prostor tokova* predstavlja materijalnu podršku dominantnim procesima i funkcijama u društvu, njegovo postojanje promatra se kroz tri sloja koja ga čine: (1) *krug elektroničke razmjene* – elektronički uređaji, telekomunikacije, brzina transporta, odnosno sve što se temelji na informacijskim tehnologijama, (2) *čvorovi i čvorišta* – temeljena na elektroničkoj mreži koja povezuje mjesta s jasno definiranim karakteristikama; komunikacijska *čvorišta* koordiniraju interakciju svih elemenata koji su integrirani u mreži, a *čvorovi* predstavljaju lokacije strateški važnih funkcija koje grade niz lokalnih aktivnosti i organizacija oko ključne funkcije unutar društva, (3) *prostorna organizacija dominantne menadžerske elite* – određuje smjer direktorskih funkcija oko kojih se formulira *prostor tokova* (2010: 443-445). *Prostor tokova* ne predstavlja jedinu logiku prostora u društvu, no prema Castellsu, ona je dominantna upravo zbog svoje prostorne logike dominantnih interesa i funkcija u društvu. Utjecaj *mreža* koje su bazirane na Internetu premašuje samu kvantitetu korisnika, one su ključne za razvoj i održavanje društvenih, političkih, ekonomskih i kulturnih aktivnosti koje se strukturiraju i organiziraju preko računalnih i internetskih mreža.

Ako se udaljimo od te makroorganizacijske razine i prijedemo na onu svakodnevnu, obilježenu interakcijama među pojedincima, Internet se može promatrati i kao komunikacijski kanal koji dopušta komunikaciju na globalnoj razini među više osoba te u vrijeme koje oni sami odaberu (Castells, 2001: 2-3). U odnosu prema prethodnim oblicima komunikacijskih tehnologija, Internet sadržava dvije važne komparativne prednosti: (1) komunikacija unutar njega može biti asinkronična – ljudi ne moraju biti simultano povezani da bi učinkovito komunicirali te (2) računalno posredovana komunikacija, koja istovremeno omogućuje korisnicima uključenost u razgovore jedan na jedan kao i sudjelovanje u velikim raspravama (Hampton i Wellman, 2003:285). Tu se vraćamo onoj komponenti *procesu*; iako on potiče i znatno utječe na proces svakodnevne komunikacije, istovremeno se u tom procesu i sam mijenja u skladu s društvenom praksom te vodi prema širokom dijapazonu potencijalnih društvenih ishoda koje tek treba otkriti (Castells, 2001:5).

Pomoću i unutar njega, stvara se novi oblik stvarnosti koju čini kombinacija objektivnog i kreativnog, stvarnog i maštovitog te koju Lanier (1986) naziva *virtualna stvarnost*. Milardović (2010:79-91) navodi nekoliko viđenja ili dimenzija *virtualne stvarnosti*; ona je za njega računalna vizualizacija stvarnosti, usporedna stvarnost, umjetna sredina, hiperrealističan svijet, mjesto *kibernetičkog prostora*, mjesto na kojem se stvaraju nove slike ljudskog tijela, simulirana kultura informacijskog društva te vrsta eskapizma iz realnog svijeta. Primjereno toj raznolikosti u pogledu na virtualnu stvarnost javlja se i problem jasnog

definiranja prostora unutar nje. Kako navodi Strate (1999:383), *kiber-prostor* bolje je promatrati sa stajališta pluralizma negoli singularnosti. Kao jedan kolektivni koncept predstavlja raznolikost u iskustvu unutar prostora koji je povezan s korištenjem računalnih tehnologija. Ipak, Strate (1999: 384) tu raznolikost u konceptualizaciji dijeli na tri razine. Na prvoj razini su koncepti koji preispituju postojanje realnosti unutar kibernetičkog, odnosno virtualnog prostora i dijele se na one koji kiber-prostor vide kao *neprostor* i lažni prostor simulacije te na one koji ga vide kao dio veće cjeline unutar koje se proučavaju odnosi između računala i čovjeka, čovjeka i čovjeka putem računala i računala. Crampton (2003:83) primjerice kiber-prostor ne vidi kao odvojen, zaseban *ne prostor* koji je geografski udaljen od ovog realnog, nego kao dio prostora koji pronalazimo sami unutar ovog fizičkog. Na drugoj razini su koncepti koji ističu komponentne fizičkog, konceptualnog i perceptivnog *kiberprostora*. Dok fizički označava materijalnu bazu računala a konceptualni prostor kreiran u umu kroz interakciju s računalnom tehnologijom, perceptivni predstavlja svojevrsan most između njih. U perceptivnom *kiber-prostoru* osjećaj prostora kreira se kroz dinamiku računalo - korisnik sučelja te kroz jedno ili više naših osjetila. Jedan od pobornika ovog pristupa jest i Rheingold (1993:5), koji *kiber-prostor* vidi kao nusprodukt računalno posredovane tehnologije i samog konteksta u kojem se nalaze. Ta druga razina predstavlja bazu za treću razinu nazvanu *medijski kiber-prostor*. Na ovoj razini osjećaj prostora stvara se kroz korisnikovu komunikaciju s računalima i kroz njih i povezane tehnologije. Taj prostor može biti u kontrastu s prostorom riječi, tipografskim i drugim medijskim prostorima te može biti karakteriziran i kao elektronički prostor Srate (1999:385-386). U navedenim konceptima jasno se razaznaje važnost mjesta; postojanja i nepostojanja, granica i otvorenosti i mobilnosti te pitanja njegove konstrukcije. Benedikt (1991:122) ističe da mjesto u ovom *kiber-prostoru* više označava „prostor za igru“ predodređen za informacije. Tu se, naravno, postavljaju pitanja o tome koliko bi on velik trebao biti, kojeg oblika, kako ćemo se mi u njemu snaći? Bell (2007:21) navodi da se pri stvaranju *kiber-prostora* koristimo znanjima stečenima iz povijesnih lekcija, da pokušamo razumjeti kako smo razvili postojeće načine ponašanja u svijetu koji nas okružuje, u fenomenološkom smislu. Zato je važno spomenuti još jedan važan pojam koji uvodi Bell (2007:5), a odnosi se na *kiber-kulturu*. Tvrdi da je to način razmišljanja o načinu interakcije između ljudi i digitalne tehnologije, pogled na taj „suživot“. Također, osvrće se na način života u *kiber-prostoru* ili na život koji taj prostor oblikuje, gdje je *kiber-prostor* svojevrsna matrica usklađenih praksi i predstavljanja. Nikodem (2003:219) *kiber-prostor* vidi kao novi društveni prostor koji je tehnološki uvjetovan i posredan, prostor koji predstavlja računalnu simulaciju. Dakle, on nije samo obećanje novog prostora, nego novi prostor za osvajanje i probijanje

granica te manifestaciju ideje i koncepta napretka. Jedan od primjera takve „igre“ u *kiber-prostoru* predstavlja „*second life*“ (drugi život). Evans (2013:90) se tom računalnom igrom koristi kako bi prikazala sličnosti između fizičkog i virtualnog *prostora*. Naime, taj novi virtualni svijet, koji okuplja milijune sudionika, predstavlja veoma sličnu reprezentaciju stvarnog svijeta; kreira svoje tržište novca i valutu koja se može kupiti stvarnim novcem, omogućuje korisnicima kupnju zemlje, razmjenu usluga i dobara te kreaciju avatara u savršenom ljudskom obliku kojeg korisnici mogu odjenuti u skladu s aktualnim modnim trendovima u stvarnom svijetu. S druge strane, Evans upozorava i na drugu stranu *kiber-prostora*, onu ekonomsku. Primjećuje kako je taj prostor postao podoban za stvaranje profita; mnoga mala poduzeća, ali i velike multinacionalne kompanije na tom novom prostoru oglašavaju i promoviraju vlastitih usluge i proizvode te pri tome mogu biti čak više nametljivi nego u stvarnom, fizičkom svijetu.

Prema Bellu (2007: 132-133) ta brzina promjene, nepredvidivost te širok spektar sadržaja, aplikacija, oblika i uređaja čine okruženje *kiber-kulture* veoma kompleksnim. Proizvedeni sadržaj seli se među uređajima koji se kontinuirano mijenjaju i napreduju dok su neki dijelovi okoline i dalje stabilni. *Kiber-kultura* je stoga izrazito kreativna i prilagodljiva, smješta uređaje i aplikacije u kontekst nove primjene, selektivno prihvaćajući i prilagođavajući se pruženim oblicima i sadržajima (Bell, 2007: 132-133). U literaturi urbane sociologije, često se *kiber-prostor* smješta u svojevrsnu dihotomiju nasuprot nekim tradicionalnim idejama prostora, poput lokalne zajednice i susjedstva. Iako nije rijetkost da se termin *kiber-prostor* učestalo koristi u diskursu internetskih zajednica, on se ipak i dalje smješta u kontekst virtualnih povezanosti i premošćivanja fizičke, geografske udaljenosti među ljudima (Sá 2007: 123). Teza od koje se polazi u ovome radu temelji se na suprotnoj pretpostavci i miče postojeću dihotomiju između virtualnog i lokalnog te ističe blizinu, a ne udaljenost. Drugim riječima, ne promatra se virtualna povezanost među geografski udaljenim pojedincima, nego među onima koji dijele isto mjesto stanovanja. Iz tog razloga iduće poglavlje prikazat će kako su nove tehnologije utjecale na lokalnu zajednicu.

### 2.2.1. Utjecaj informacijsko-komunikacijskih tehnologija na društvo i lokalnu zajednicu

Tradicionalni društveni odnosi u prošlosti bili su neodvojivi od lokaliteta, zapravo, podrazumijevalo se kako će zajednica nastati sinergijom onih ljudi koji se međusobno poznaju i žive na istom geografskom prostoru. Ta deterministička uloga lokacije u nastanku zajednice počinje slabjeti paralelno s pojavom globalizacijskih procesa. Informacijsko-komunikacijske

tehnologije i razvitak prijevoza omogućili su formiranje i održavanje različitih društvenih odnosa i veza među prostorno udaljenim pojedincima. Samu globalizaciju Ritzer (2003:72) definira kao: "proces koji obuhvaća difuziju običaja širom svijeta, ekspanziju odnosa, organizaciju socijalnog života na globalnoj razini te širenje zajedničke globalne svijesti". Ona je stoga shvaćena kao proces putem kojeg sve društvene, političke, ekonomske i kulturne aktivnosti postaju međusobno povezane i integrirane u globalnom kontekstu. Upravo je proces globalizacije doveo do fragmentacije mnogih oblika lokalnih zajednica, no istovremeno je potaknuo i ponovno otkrivanje drugih, novih oblika zajednica (Delanty 2009:119). Ti novi oblici zajednica razvili su u pojedincima osjećaj povezanosti u uvjetima rizika i nesigurnosti, koji su se znatno razlikovali od onih u tradicionalnom društvu. Globalizacija je stoga otvorila mogućnosti za osnutak novih vrsta zajednica te je time na neki način smanjila svijet. Prema Zeman i Geiger Zeman (2010:69), globalizacijski procesi su prvi put u povijesti omogućili zajednici sredstva za bolje povezivanje iznutra, ali i prema van, gdje granice više nisu fizički ograničene, nego mogućnosti povezanosti dosežu globalnu, svjetsku razinu. Istovremeno s pojavom tih novih mogućnosti koje nadilaze lokalitet postavlja se pitanje važnosti *mjesta* unutar tih novih zajednica. Neizbježno je kako se u skladu s novim procesima transformirao koncept mjesta, i to ponajviše njegova proizvodnja i značenje. Kako navodi Ursić (2009:1139), *mjesto* je u uvjetima globalizacije postalo samo prostor pružanja usluga, ono je izgubilo svoje prijašnje vrijednosti. Još jedna važna promjena uočena je u samoj vezi između društvenog odnosa i *mjesta*, gdje je novi identitet prožet sukobima odnosa globalno - lokalno te kratkoročno - dugoročno. Globalizacija slabi prethodno stvorene temelje identiteta *mjesta*, koji su postavljeni na bliskim vezama, lokalitetu i zatvorenosti te svoje novo uporište gradi na homogenosti, otvorenosti i novom „*nemjestu*“ (ibid.). *Nemjesto* prema Melvinu Webberu, obilježava prevlast dostupnosti nad blizinom i bliskošću, te kao primjere posljedice transformacije *mjesta* navodi gubitak povezanosti te promjene u društvenim obvezama. *Nemjesto* obilježava postojanje dviju zbilja, svojevrsnih prostora koji proizvode različita značenja; *mjesto* proizvodi organsku društvenost, a *nemjesto* samotnjačku ugovorenost. Njihova koegzistencija je složena te je određuju fizička i kronološka povezanost. Jedna od distinktivnih razlika *mjesta* i *nemjesta* jest postojanje ili nepostojanje značenja. *Nemjesta* su lišena značenja dok *mjesto* karakterizira pripadnost. Emocionalna povezanost pojedinca s mjestom koja se provlači kroz povijest ukida se dolaskom postmodernizma te *mjesto* gubi svoju vrijednost (Ursić, 2009: 1141-1145). Rheingold (1994) kao primjer zajednice *nemjesta* navodi virtualne zajednice, o kojima će biti više riječi u sljedećem poglavlju.

U tim novim uvjetima zajednice se mogu kreirati i postojati u različitim okruženjima i neovisno o lokaciji te mogu stvarati učinkovite odnose unutar te mreže, što u prošlosti nije bilo moguće (De Meulenaere i suradnici 2021:483). No, dio autora smatra kako globalizacijske sile nisu usmjerene na uništavanje lokalne zajednice i lokalnih različitosti, nego na njihovo prepoznavanje i osnaživanje. Među njima se ističe Robertson (1995:40), koji uvodi termin „glokalizacija“, koji spaja globalni razvoj i lokalne različitosti. Kako navodi Ritzer (2003:193), *glokalizacija* se može objasniti kao interpretacija globalnog i lokalnog, ona je svojevrsna adaptacija i lokalizacija globalnih procesa te taj suodnos globalnog i lokalnog proizvodi jedinstvene ishode u različitim geografskim područjima. Ona je, kako navodi Ritzer, nastala kao svojevrsna protuteža teoriji modernizacije. Ritzer također smatra kako u *glokalizaciji* lokalni akteri samostalno reinterpetiraju i razmatraju dane globalne utjecaje tako da sačuvaju svoje jedinstvene identitete i kulturne ekspresije. Time globalizacija istovremeno može i izazvati i osnažiti lokalne zajednice u toj interakciji s globalnim silama.

Dakle, transformirao se i sam pojam zajednice, on više nije jednoznačan, nego ima mnogo oblika. Jedna od novih vrsta zajednice koja se javlja kao sredstvo globalizacije jest *kozmpolitska zajednica*, koju obilježava spoj lokalnog i globalnog te koju se ne može ograničiti vremenom i prostorom. Delanty (2009:120-132) kozmpolitske zajednice opisuje kao komunikacijske jer je povezanost unutar njih potaknuta komunikacijskim i transnacionalnim procesima. Jedan od najboljih primjera takve vrste zajednica je *transnacionalna zajednica*; prema Delantiju, ona djeluje na globalnoj razini, ali proizašla je iz lokalno utemeljenih zajednica. Njihov kozmpolitizam prepoznaje se u mobilnosti putem koje nadilaze mjesto, čime dolazi do miješanja kultura, što posljedično rezultira proizvodnjom novih identiteta koje nanovo treba definirati. Dakle, moglo bi se reći da je globalizacija putem tih novih komunikacijskih oblika omogućila tradicionalnim oblicima zajednicama da se redefiniiraju, ponovno nastanu i u konačnici održe u novim svjetskim uvjetima. Na tragu rečenog, te nove mogućnosti koje su došle istodobno s globalizacijom nametnule su neka pitanja: *Što će se dogoditi s lokalnim zajednicama? Hoće li Internet i nove komunikacijske mogućnosti potaknuti znatne promjene unutar nje?* Također, mnogi autori pitali su se što će se dogoditi zajednici u kontekstu susjedstva u doba Interneta: *Hoće li je oslabjeti ili transformirati?*

Česta nit koja se provlačila kroz rasprave o slabljenju nasuprot transformaciji zajednice jest da Internet vodi prema padu važnosti susjedstva jer ljude vuče prema online interakcijama (Hampton i Wellman, 2003: 284). Jedan od zagovornika tog mišljenja bio je Meyerowitz (2005:23), koji je smatrao kako su informacijsko-komunikacijske tehnologije utjecale na način poimanja lokalne zajednice. Naime, on tvrdi kako se promijenila percepcija mjesta; prijašnje

iskustvo bilo je utemeljeno na mjestu, unutar lokalne zajednice, a s dolaskom novih tehnologija ljudi počinju uspoređivati svoj lokalitet s drugim mjestima diljem svijeta. Driskel i Lyon (2002: 381) ističu kako je po samoj definiciji virtualna zajednica u *kiber-prostoru* oslobođena granica i ograničenja koje nosi pojam mjesta. Dakle, na neki način nudi više mogućnosti od one lokalne. Sličan pogled na budućnost fizičke zajednice izlaže Wellman (1979). On smatra kako zajednica u svom izvornom, odnosno u fizičkom obliku u kojem je utemeljena, više ne može postojati. To objašnjava strahom i svojevrsnom neizvjesnošću jer se ne zna što budućnost nosi te manjkom povjerenja (u susjedstvo i vladu) u mogućnost zajedničkog organiziranja u tako kratkom vremenu. Wellman rješenje vidi u konstrukciji novog oblika zajednice, koja se korak po korak kreira pomoću računalno posredovane komunikacije i unutar koje se pojedinci grupiraju na temelju interesa, a ne prema kriteriju geografske lokacije. Sličnu viziju budućnosti zajednice iskazuje i Anderson (1983), koji tvrdi da nova vrsta globalne i internetske povezanosti, taj novi prostor, omogućuje stvaranje istinski zamišljenih zajednica, koje su primjerene novom dobu te su u većoj mjeri izdržljive od onih nastalih u fizičkom prostoru tijekom prošlog stoljeća. I Schuler (1996) zagovara izgradnju novog tipa zajednica, koje će uspješno pratiti sve nove izazove te biti usmjerene na demokratsko rješavanje problema. Prema Schuleru (1996), stari koncept zajednice potrebno je prekrojiti kako bi odgovarao novim društvenim uvjetima.

S druge strane, brojne studije provedene od početka 21. stoljeća zagovaraju digitalni optimizam i potvrđuju tezu o pozitivnom utjecaju Interneta na lokalnu zajednicu. Autori koji ističu pozitivne strane novih tehnologija smatraju kako one imaju pozitivan utjecaj na izgradnju i održavanje društvenih odnosa u modernome svijetu (Jones, 2002:10). Kako navodi Evans (2013: 88) brojne studije pokazuju da većina korisnika digitalnih tehnologija posjeduje snažne veze i u fizičkom svijetu. Unatoč prethodnoj misli kako upotreba Interneta vodi socijalnoj izolaciji, razbijanju društvene interakcije i obiteljskog života, jer pojedinci time napuštaju lice-u-lice komunikaciju i okreću se onoj posredovanoj Internetom, pokazalo se kako Internet izravno ne utječe na model svakodnevnog života, on dodaje online oblik interakcije već postojećim društvenim vezama (Castells: 2001: 116-119). Također, David-Barrett (2014: 533) navodi kako većina društvenih interakcija na Internetu ima lokalni karakter te time one ne zamjenjuju lokalne interakcije uživo, nego ih dopunjuju. Postill (2008:413) ističe kako u skladu s rastom korisnika Interneta on postaje sve više lokalan. Pozitivan utjecaj Interneta na lokalnu zajednicu prepoznali su i Kavanaugh & Patterson (2001; 503-504) u oba vala istraživanja na jednoj od prvih „umreženih lokalnih zajednica“. Naime, dokazano je kako ljudi koji su skloniji koristiti se Internetom kako bi komunicirali s članovima različitih

neformalnih i formalnih grupa pokazuju veću razinu uključenosti u lokalnoj zajednici. Važnu ulogu u tome imalo je i trajanje korištenja mreže; oni stanovnici koji su mrežu koristili dulje u većoj su mjeri Internet koristili za aktivnosti kojima se gradi socijalni kapital, što je povećalo osjećaj privrženosti zajednici te prouzročilo veću uključenost unutar nje. Studija Krauta i suradnika (2002: 61-62) pokazala je kako su oni ispitanici koji su više koristili Internet imali veći društveni krug unutar, ali i izvan lokalne zajednice te se povećala i njihova interakcija uživo s prijateljima i članovima obitelji. Također, povećalo se i njihovo povjerenje u druge ljude te su više sudjelovali u aktivnostima lokalne zajednice.

Unatoč prikazanim različitim pristupima, vidljivo je kako obje strane prepoznaju činjenicu kako su nove informacijsko-komunikacijske tehnologije unijele promjene u lokalnu zajednicu i ne osporavaju je. Tu se ponajprije misli na *zajednice mjesta*, koje su uspostavljene na određenoj geografskoj lokaciji te koje prate ukorijenjene društvene veze, (Scannell i Gifford, 2010:4) zajedničke vrijednosti i zajednička društvena organizacija (Wellman, 2001:1). U skladu s time, pojedinac je mogao pripadati samo jednoj zajednici, što se mijenja s dolaskom informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Naime, kako su se razvijale, informacijsko-komunikacijske tehnologije stvorile su mogućnost pripadanja mnogim internacionalnim zajednicama bez mjesta (engl. *post-place*) koje, kako i sam naziv sugerira, nisu prostorno određene niti ograničene (Bradshaw, 2008:10). Budući da se tu prepoznaje odmak od zajednice prema mreži kao središnjem obliku organizacije, Castells (2001:127) uvodi termin *umreženi individualizam* kako bi opisao prevladavajući oblik društvenosti koji se u tom kontekstu pojavljuje. Kako pojedinac više nije ograničen na pripadnost samo jednoj zajednici, nego prema vlastitim interesima gradi svoj portfolio društvenosti, to može imati dva ishoda: (1) ekstremnu fleksibilnost u ekspresiji društvenosti – pojedinac je u mogućnosti stvarati i rastvarati oblike društvene interakcije ili (2) u slučaju niže razine posvećenosti tim zajednicama može doći do njezine lomljivosti (Castells, 2001: 131-132). Ključno obilježje *zajednica interesa* i ujedno glavna razlika prema *zajednici mjesta* jest da one nisu predodređene, nego su *izabrane* u skladu s vlastitim interesima. Dok se u tradicionalnoj, fizičkoj zajednici podrazumijevalo da se članovi međusobno poznaju, ovdje nije tako; članovi zajednice interesa možda se nikada nisu, ili možda čak i neće, upoznati u fizičkom svijetu. Još jedan važan moment u ovim zajednicama jest mogućnost odlaska; ako se zajednica promjeni te njeno postojanje više ne korespondira s identitetom i društvenim značenjima koje je pojedinac izgradio unutar nje, on je može napustiti. Budući da su te nove zajednice fluidne, otvorene, ne vežu svoje članove i temelje se u prvome redu na interesima, jesu li one zaista zajednice? U

svojem eseju "Uvid u dio mog života u virtualnoj zajednici" (engl. *A slice of life in my virtual community*) Rheingold (1993) uočava određene paradokse; iako su te zajednice zamišljene kao neobvezujuće, ljudi su ipak skloni žustro braniti taj termin *zajednica* u virtualnom prostoru. Iako brane te nove odnose, nerijetko su povrijeđeni putem virtualnih interakcija. Rheingold (1993:3) se pita: *Imaju li te nove zajednice potencijal da postanu prave zajednice utemeljene na iskrenim odnosima i maknu se od kategorije pseudozajednice unutar koje nedostaje osobne privrženosti?* Sljedeće poglavlje usmjereno je upravo na pronalaženje odgovora na pitanje: *Možemo li te nove zajednice interesa kreirati pomoću informacijsko-komunikacijskih tehnologija zaista promatrati kao zajednice ili su one samo oblik pseudozajednice?*

## 2.3. Uloga virtualnih zajednica u suvremenom društvu

### 2.3.1. Što su virtualne zajednice?

Kako navodi Rheingold (1993:1), ljudska povijest ispunjena je primjerima brze prilagodbe na novim komunikacijskim medijima, koji pomažu u kreiranju novih životnih stilova. Stoga ne iznenađuje kako se unutar *kiber-prostora* i posredstvom informacijsko-komunikacijske tehnologije razvila nova vrsta zajednice – ona virtualna. Ta zajednica, prema nekim autorima, konačno oslobađa ljude od geografskih i društvenih okova i omogućava im da se povežu sa svojim istomišljenicima (Rheingold 1994:10; Holmes 1997). Ta nova zajednica rješava i problem koji je stvorila povećana mobilnost – putem novih tehnologija ljudi lakše ostvaruju kontakte neovisno o mjestu na kojem se nalaze. Za razliku od fizičkih zajednica u kojima se komunicira licem-u-lice, unutar virtualnih zajednica komunicira se putem teksta, čime je omogućena anonimnost. Takve su zajednice, upravo kao i samo okružje u kojima su nastale, fluidne i otvorene. Neki ih čak uspoređuju s utopijskim kolektivitetima, vrstom realnosti koja pruža bezbroj izbora i mogućnosti.

No, dio autora o virtualnim zajednicama ne razmišlja na taj način; oni prihvaćaju stav da pretjerana uronjenost u virtualni svijet smanjuje uključenost u stvarne, lokalne zajednice (Day, 2009: 227). Jedna od pobornica tog mišljenja je i Turkle (2012), koja u svojoj knjizi *Sami zajedno* kritizira tu pretjeranu sklonost prema kreiranju i održavanju virtualnih odnosa, koji, po njenom mišljenju, vode do zapostavljanja odnosa u fizičkom svijetu, a također povećavaju društvenu izolaciju. Jasno je stoga da ne postoji konsenzus o potencijalnim ishodima takvih zajednica na pojedinca. No, prije nego detaljnije uronimo u sve moguće posljedice virtualnih zajednica, potrebno ih je precizno definirati.



Jedan od prvih autora koji je proučavao funkcioniranje virtualnih zajednica i čiji je teorijski doprinos i danas neosporiv zasigurno je Rheingold. Prema njemu, virtualne zajednice predstavljaju one grupe ljudi koji se mogu, a i ne moraju znati uživo te koji izmjenjuju riječi i ideje posredstvom računalne mreže (1994:1). S obzirom na to da su utemeljene na intenzivnim odnosima razvijenim putem Interneta, primjer su *potencijala* za razvijanje važnih društvenih iskustva bez potrebe da se kontakt ostvaruje uživo te ih zato Rheingold ponajprije vidi kao zajednice interesa. Leimeister i Krcmar (2004:2) tvrde da se virtualne zajednice sastoje od ljudi koji su u međusobnoj socijalnoj interakciji koja se ostvaruje na tehnološkoj platformi. I oni primjećuju kako se takva zajednica temelji na zajedničkom interesu, problemu ili zadatku, a tehnološka platforma na kojoj se nalaze omogućava i potiče interakciju u zajednici te pomaže izgraditi povjerenje i zajednički osjećaj pripadnosti grupi. Tu tehnološku platformu, odnosno Internet, Rheingold (1993: 3-4) vidi kao mjesto, a ne samo kao novi komunikacijski alat. On smatra kako unutar prostora Interneta pojedinci pronalaze prijatelje i grupe, pronalaze zajedničke identitete i tako se stvaraju mreže odnosa i privrženosti koji mogu kreirati zajednicu. No, istovremeno se pita: *Mogu ti odnosi u virtualnim zajednicama, u kojima su identiteti fluidni biti isti, ili barem slični, kao oni iskonski?* S obzirom na uočene prednosti i opasnosti *kiber-prostora* Rheingold ističe kako virtualne zajednice mogu istovremeno biti prave i pseudozajednice ili čak neki nov oblik društvenog ugovora; no on ih ponajprije vidi kao odgovor na potrebu za zajednicom koja je nastala nakon dezintegracije tradicionalnih zajednica diljem svijeta. Castells (2001: 52-55) uočava razliku između fizičkih i virtualnih zajednica, ali ne nužno na temelju utjecaja; on smatra kako one nisu nužno više ili manje učinkovite u povezivanju i mobilizaciji. Njega više zanima kako te nove zajednice funkcioniraju, odnosno koja je njihova svrha. Naime, ističe da one djeluju po principu dvaju kulturnih obilježja: (1) vrijednosti horizontalne slobodne komunikacije te (2) samousmjeravajuće povezanosti. Prvo obilježje omogućilo je slobodnu izražavanja i komunikacije, a drugo navedeno omogućila je pojedincima da sami putem Interneta pronađu svoju destinaciju ili kreiraju vlastite informacije, konstruiraju vlastiti smisao. Calhoun (1998: 382) svrhu virtualnih zajednica vidi ponajviše u ekspresiji indirektnih oblika društvenih odnosa, odnosno njemu je Internet svojevrsan alat koji služi kao dodatak za organizaciju i pokretanje aktivnosti unutar zajednice, a ne kao njezina zamjena. Za razliku od Castellsa, ne tvrdi kako Internet nužno kreira nove mreže, nego jača postojeće veze i stvara zajednice sličnosti. Stoga Calhoun smatra kako zajednicu treba promatrati unutar sistema društvenih odnosa, a ne mjesta, kako je promatra Rheingold. Da bi se pojednostavnila determinacija virtualnih zajednica, dio autora predlaže da se pri njihovu definiraju treba voditi kriterijem

granica; ako virtualna grupa posjeduje zajednička obilježja i pravila te se temelji na dobrovoljnom članstvu, ona ima granice što implicira da jest zajednica (David Hercheui 2011:6). S navedenim slaže se i Bruhn (2011:233), koji dodaje da pri njihovu određivanju treba razlikovati grupe, mreže i zajednice. Tvrdi da grupa ima jasne granice, koje određuju članstvo, a mreža može uključivati i veze koje nadilaze te granice. Još važnije, neke online mreže ili grupe ne moraju nužno postati zajednice, mogu ostati u tom obliku sve dok ispunjavaju svoju svrhu. No, da bi virtualne zajednice opstale i bile dugoročno održive, presudno je da unutar njih postoji virtualna društvenost (Angelopoulos i Merali 2015:1994-1995). Tu Wittel (2001:51) koristi pojam „mrežna društvenost“ kako bi istaknuo razliku između dviju vrsta povezanosti u kiber-prostoru te kako bi odvojio društvene odnose utemeljene na informacijama od narativnih društvenih odnosa. Prvi tip odnosa se temelji na razmjeni informacija i podataka, a drugi je temelj za izgradnju virtualnih zajednica. Narativni društveni odnosi proizvode veze koje su čvršće, stabilnije i izdržljivije te počivaju na zajedničkom iskustvu ili povijesti. Da bi se na neki način regulirali odnosi unutar virtualnih zajednica, glavno je i postojanje određenih normi. Lin (2007:120) navodi kako je u tom kontekstu bitno da su ispunjene tri ključne komponente virtualne društvenosti: svrha, ljudi i politika zajednice. Svrha predstavlja zajednički pokretački interes i razlog pripadanja grupi; ljudi su svi sudionici i članovi grupe, a politika zajednice svojevrsan je protokol koji usmjerava interakciju i pridonosi razvitku rituala, a rituali stvaraju osjećaj pripadanja, zajedničku povijest i društvene norme. Lin navodi još jedan bitan faktor održivosti virtualnih zajednica, a to je postojanje socijalnih interakcija u grupi. Na tragu Wittenove *narativne društvenosti*, on ističe kako je za održivost virtualnih zajednica presudno postojanje dinamike posjećenosti takvih stranica, poticanje socijalnih interakcija među članovima te poticanje i rad na stvaranju povjerenja u takvim zajednicama. Dakle, samo postojanje virtualne zajednice ne određuje njenu održivost, važno je pri determinaciji održivosti uvrstiti i pitanje interakcija u fizičkom i virtualnom svijetu, aktivnosti u fizičkom svijetu kao i pitanje kvalitete informacija i usluga u virtualnoj sredini.

Kako je u tekstu spomenuto, ta fluidnost i mogućnost odabira na temelju interesa glavne su prednosti virtualnih zajednica. Budući da pojedinac može pristupiti zajednici i napustiti je kada god to želi, postavlja se pitanje što ga motivira da bude član neke virtualne zajednice, odnosno koje rezultate on putem nje ostvaruje. Ridings i Gefen (2004) navode što motivira pojedinca da se pridruži virtualnoj zajednici. Jedan od najčešće spominjanih razloga u literaturi je pristup informacijama koje takve zajednice nude. Naime, za razliku od fizičkih, one virtualne zajednice obilježava veća zastupljenost slabih veza pomoću kojih se lakše dolazi do različitih i korisnih informacija. Wellman i Gulia (1999: 176-177) tvrde kako upravo slabe

veze pružaju tu raznolikost informacija za kojima pojedinci posežu kada pristupaju virtualnoj zajednici. I u fizičkoj i u virtualnoj zajednici slabe veze odnose se na ljude raznolikih društvenih karakteristika te time bolje održavaju kontakt s drugim društvenim krugovima. S obzirom na to da se virtualne zajednice temelje pretežito na interesima i da okupljaju pojedince različitih osobina ne začuđuje da unutar tih zajednica prevladavaju slabe veze. Iako je odnos reciprociteta češći za bliske veze, on može postojati i u virtualnim zajednicama. Autori ističu kako do reciprociteta može doći kada je (1) proces pružanja podrške i informacija dio identiteta pojedinca te (2) samim procesom pružanja pomoći povećava se samopouzdanje pojedinca, dobiva poštovanje drugih članova te mu status u zajednici raste. Osim navedenog, pojedinci ulaze u virtualne zajednice zbog društvene i emocionalne pomoći te osjećaja pripadnosti koje one pružaju (Hiltz i Wellman, 1997:49). Stoga ne začuđuje kako je sljedeći motiv za pristup virtualnim zajednicama upravo mogućnost sklapanja prijateljstava.

Sama struktura Interneta olakšava pojedincima mogućnost da lakše nađu one s istim interesima, pogotovo kada su ti interesi specifični ili nesvakodnevnici. Na tragu rečenog, istraživanje koje je provela Nancy Baym (2000) na forumu obožavatelja televizijskih sapunica opisuje takozvano „pleme unutar plemena“. Baym opisuje kako je takva grupa postala društveni svijet koji pruža osjećaj zajednice. Njeni članovi razvili su zajedničko razumijevanje glume te su dijelili zadovoljstvo komunikacijom. Također, određeni članovi foruma u konačnici postali su prijatelji, iako je primarni motiv za uključivanje bio pristup informacijama. Prema empirijskim pokazateljima studije koju je proveo Coon (1998), online prijateljstva predstavljala su najvažniji faktor za pojedince koji su sudjelovali u aktivnostima virtualnih zajednica. Navedeno je otkriveno i u drugim istraživanjima (Wasko i Faraj, 2000; Utz, 2000), pojedinci su pristupali zajednicama većinom radi razmjene znanja, no posljedično se javio prosocijalni motiv ostanka; oni koji su stekli nova prijateljstva provodili su više vremena unutar zajednice od onih koji nisu našli prijatelje. Na tragu rečenog, Wellman i Gulia (1999: 179) navode kako se prijateljstva, odnosno bliske veze, mogu razviti i unutar virtualnih zajednica, no taj proces traje nešto dulje od onog u fizičkom svijetu. Wellman i Gulia (ibid.) stoga ističu kako Internet podupire i slabe i jake veze, ali u različitom omjeru; većinom su veze u virtualnim zajednicama ipak su slabe. Posljednji uočeni motiv koji navode Ridings i Gefan (2004) jest razonoda. Internet je postao vrsta razonode, a takav način zabave prenio se i na virtualne zajednice. Autori daju primjer virtualnih zajednica usmjerenih na igranje igara putem Interneta, za koje članovi smatraju kako su zabavne (Wasko i Faraj, 2000:166) te u kojima je primarni interes za članstvo u grupi upravo taj element igre (Utz, 2000: 1423).

U svim virtualnim zajednicama postoji problem socijalnih mehanizama koji reguliraju interakcije među članovima. Najveći problem su poteškoće u uspostavi procedura kojima bi se potvrdila autentičnost identiteta i ugleda pojedinaca, što znatno utječe na stvaranje povjerenja u grupi. Naime, u biti Interneta jest mogućnost stvaranja nečega novog, kreiranja novog sebe. Anonimnost koju omogućuje virtualni svijet, ističe Prapotnik (2004:2), ima dvostruki učinak: s jedne strane smanjuje razinu društvenog pritiska s pojedinca dok s druge proporcionalno rastu slobode, povećava se mogućnost nelagodne pa čak i agresivne komunikacije. Utjecaj anonimnosti prepoznaje se i u samoj interakciji; za razliku od komunikacije uživo, tijekom koje lako procijenimo legitimnost osobe s kojom komuniciramo, u virtualnom razgovoru identitet sugovornika je upitan. Korisnik može osmisliti vlastiti identitet, koji ne korespondira s onim stvarnim, jer ne postoje mehanizmi kontrole (Prapotnik, 2004:3). Drugim riječima, u virtualnom svijetu individualne osobine često prikrivaju, modificiraju te čak i namjerno prikazuju lažno, odnosno stvaraju se novi lažni identiteti. Drugi važan problem koji se javlja unutar virtualnih zajednica, a veže se i za problem utvrđivanja identiteta, odnosi na povjerenje. Kako navodi Bruhn (2011:241-242), povjerenje se teško postiže kada ne znamo s kim komuniciramo, odnosno, kada tog pojedinca osobno ne poznajemo. Druga razina povjerenja odnosi se na legitimnost informacija; one se u virtualnom svijetu ne mogu izravno i na objektivan način provjeriti te se članovi vode povjerenjem da su informacije koje drugi članovi pružaju legitimne. Za razliku od fizičkog svijeta, u virtualnim zajednicama prvo komuniciramo s ljudima, a zatim odlučujemo želimo li ih upoznati uživo. Kako navodi Preece (2000: 459-460), povjerenje je dihotomno; ljudi su skloniji otkrivati pojedinosti o sebi u online svijetu dok s druge strane zbog manjka fizičkog kontakta, to je povjerenje lomljivo. Da bi se riješilo to pitanje povjerenja, Shneiderman (2000:58-59) predlaže model kojim bi se olakšalo samo uspostavljanje: (1) prvo treba osigurati jasan kontekst unutar kojeg se interakcije događaju, (2) treba kreirati jasne i istinite zajednice te (3) prepoznati činjenicu da samo povjerenje nosi sa sobom rizik, no prije svega članove treba osvijestiti kako je povjerenje veoma važno unutar same zajednice. Navedeno ilustrira Bruhn (2011:242-243) na primjeru virtualnih timova, no ono može biti primjenjivo i na druge oblike virtualnih zajednica. Bruhn tu prepoznaje važnost vođe ili moderatora grupe, koji usmjerava aktivnosti i ponašanje članova tako što filtrira poruke, sastavlja liste članova, sprječavanja *spam* poruka i međusobne napade članova. Oni su, dakle, svojevrsni *gatekeepersi* društvenosti, održavaju ravnotežu između postavljanja politike grupe i dopuštanja da se ta politika širi unutar grupe te često svoja moderatorska pravila grupe postavljaju javno na uvid svim članovima (Preece, 2000: 459-460). Unutar virtualnih zajednica pojedincima je također omogućeno da sami odaberu do koje

razine u njima žele sudjelovati; zbog te mogućnosti pojavljuju se takozvani *lurkersi*, odnosno pojedinci koji svjesno odluče ne komunicirati ni sudjelovati te je time njihovo postojanje u grupi neprimijećeno (Li, 2004:2710). Kako navodi Day (2006: 229), u online razgovorima javlja se još jedan dodatni problem; nerijetko se pojedinac fokusira na sebe u virtualnoj prisutnosti drugih, čime ima manje obveze i slabiji osjećaj odgovornosti prema grupi. Na to utječe anonimnost koju pruža virtualna zajednica – unutar nje ne postoji određena razina uključenosti koju član mora poštovati, ne postoje mehanizmi kojima bi se regulirala razina suradnje, pa se član većinski može voditi svojim interesima, a ne interesima grupe.

Kako bi se sve te funkcije i problemi virtualnih zajednica smjestile u konkretan kontekst, Maret i suradnici (2017: 186-187) predlažu tipologiju virtualnih zajednica koja se sastoji od pet kategorija opisanih u nastavku. Prva kategorija odnosi se na *virtualne zajednice orijentirane na zadatak*: unutar njih članovi zajednice dijele isti zadatak, surađuju i koriste se alatima zajednice kako bi zajednički postigli određeni rezultat. Primjer takve zajednice može se pronaći unutar online videoigrica. Druga kategorija obuhvaća *virtualne zajednice orijentirane na temu*, koje nastaju kada članovi dijele zajednički interes. U toj zajednici članovi dijele informacije o temi koja ih zanima. Primjer takvih zajednica pronalazi se u različitim forumima kojima su teme, primjerice, zdravlja, moda i slično. Treća kategorija obuhvaća *virtualne zajednice koje su orijentirane na korisnika*, čija je glavna svrha stvoriti uvjete za interakciju. Unutar te vrste zajednica uvijek postoji barem jedna osoba ili sistem čiji je zadatak nadzirati i usmjeravati interakcije među članovima. Pa tako postoje zajednice koje nadziru jedan centar ili jednog pojedinca te one koje nadziru cijelu grupu. Internetske društvene mreže mogu biti primjer za obje kategorije, jer pojedinac na internetskoj društvenoj mreži ima svoj profil, ali ujedno može pripadati i različitim grupama unutar te internetske društvene mreže. Četvrta kategorija obuhvaća *kratkotrajne virtualne zajednice*, čije je postojanje prostorno i/ili vremenski ograničeno. Interakcije u takvim zajednicama vežu se za lokaciju ili primjerice neki događaj te nestaju nakon njegova završetka. Posljednja kategorija odnosi se na *implicitne virtualne zajednice*, čiji su članovi korisnici određene internetske stranice ili platforme koje povezuje jednako ponašanje. Primjer takve zajednice su korisnici streaming platforme koji slušaju određeni glazbeni žanr. I njihovo članstvo i interakcije na platformi započinju s ciljem da imaju pristup glazbi, no kroz te interakcije i postupke drugih članova prilagođuju svoje ponašanje zajednici.

Sve navedene vrste virtualnih zajednica ipak imaju zajednički nedostatak, koji nije moguće izostaviti i koji se odnosi na manjak interakcija licem-u-lice. Često se on pokušava nadoknaditi čestom komunikacijom s brojnim članovima mreže. Drugim riječima, društveni

odnosi time postaju površni no učestaliji (Kotus i Hławka, 2010: 205-206). Jedno od prvih istraživanja o toj temi proveo je Rheingold (1994: 1-9) na primjeru „the Well“ virtualne zajednice čija je geografska lokacija bila u San Franciscu, u Kaliforniji. Pokazalo se kako su članovi te zajednice intenzivno sudjelovali, odnosno razvili prijateljske, pa čak i romantičke odnose s osobama koje nisu nikad upoznali uživo. Gustava Cordose (1998) je istražujući virtualnu zajednicu u Portugalu, dokazao blisku vezu između fizičke i virtualne društvenosti, koje svaka za sebe imaju svoja obilježja i ritam, no istovremeno neraskidiv društveni proces. Cordoso ističe kako virtualni i fizički utjecaj zajedno proizvode nov oblik socijalizacije, nov životni stil te nov oblik društvene organizacije (Castells 2001: 131-132). Rothaermael i Sugiyama (2001:302-303) navode kako upravo ta fizička komunikacija izvan Interneta može biti bitan faktor u jačanju povezanosti unutar virtualne zajednice. Putem aktivnosti u fizičkoj zajednici, članovi virtualne zajednice lakše se mogu razumjeti, jača povjerenje između njih te lakše mogu prepoznati i identificirati druge članove. Kao što se veze u zajednici koje počinju u fizičkom okružju mogu održavati online interakcijom, online veze mogu biti osnažene i proširene interakcijom lice-u-lice (Wellman i Gulia, 1999; 179). Nekoliko studija proučavalo je razloge i motive sastanka uživo članova virtualnih zajednica. Istraživanje o virtualnoj zajednici Cybercity, koja se oslanjala na susrete uživo pokazalo je korist faktora anonimnosti pri započinjanju društvenih odnosa u virtualnom svijetu. Upravo je osjećaj zajednice među članovima virtualnih grupa potaknuo želju za susretima uživo (McCully i sur. 2011: 39). Fox i Roberts (1999: 666-668) su na temelju svoje studije sugerirali da bi virtualne zajednice trebale biti ekstenzija realnih zajednica, a ne njihova zamjena. Stoga nije čudno što dio autora ulogu virtualnih zajednica vidi u jačanju slabih i jakih veza među članovima, što dovodi do stvaranja socijalnog kapitala. Istovremeno dio autora ipak nešto opreznije smatra kako online interakcije mogu ili poboljšati društvene veze unutar fizičke zajednice ili im naštetiti (Hercheui, 2011: 13).

Gaved i Mulholland (2005:1) tvrde da su virtualne zajednice produžetak fizičkog svijeta te navode kako one podupiru postojeće odnose i mreže. Isto mišljenje dijeli i Delanty (2009:149), koji zaključuje kako one osnažuju postojeće veze unutar zajednica koje su već osnovane. Evans-Cowley (2010: 409) dopunjuje rečeno te navodi kako se većina online komunikacije ostvaruje među pojedincima koji se susreću svaki dan te žive u istome mjestu. Clark (2009: 1572-1573) spominje njihov fizičko-geografski kontekst, odnosno određene mikrorazine na kojima se stvaraju takve zajednice. Kao što su i sami autori uočili, virtualne zajednice imaju važnost, no društveni odnosi i dalje se stvaraju i održavaju na lokalnoj, fizičkoj razini. Bryant i Peck (2007:464) izvrsno poentiraju i tumače zašto je lokalna zajednica opstala u suvremenom društvu: „Ljudi se i dalje pretežno naseljavaju u politički omeđenom,

geografskom teritoriju; i dalje imaju potrebu i pokušavaju uspostaviti bliske, primarne veze s drugima; nastavljaju organizirati sustav za privlačenje, proizvodnju i alokaciju resursa potrebnih za preživljavanje vrste; nastavljaju se identificirati i pridružiti društvenoj grupi.“ Unatoč širenju utjecaja i važnosti internetskih tehnologija i online odnosa, njihov tehnološki karakter ograničava razinu bliskosti u interakciji, pa zato interakcije uživo i dalje ostaju važne za formiranje i održavanje komunalnih društvenih odnosa (Bryant i Peck, 2007: 463). Prihvaćajući prednosti i nedostatke određene situacije, autori počinju uviđati kako se te nove tehnologije mogu koristiti i za osnaživanje lokalnih oblika pripadanja, štoviše one su dovele do spontanog nastanka zajednica u *kiber-prostoru* među ljudima koji dijele zajednička lokalna obilježja. Odnosno, uloga virtualnih zajednica sve se više prepoznaje u oživljavanju geografski utemeljenih zajednica jer one pružaju komunikacijske kanale za razmjenu informacija te su njihovi članovi većinom iz istoga mjesta.

Za razliku od fizičkog, geografski određenog mjesta na kojem nastaju lokalne zajednice i unutar kojih se razvija društvenost, virtualne zajednice djeluju u već spomenutom kiber-prostoru. Unutar tog prostora, kao mjesto pogodno za komunikaciju i razvijanje modela društvenosti prepoznaju se internetske društvene mreže. One, kako navodi Parks (2010:114), nasljeđuju metaforu virtualnih zajednica, koje su dvadesetak godine prije postale popularne u znanstvenom diskursu. Internetske društvene mreže, kao i prethodni oblici internetskog umrežavanja, pretpostavlja se da unutar sebe sadržavaju: društvenost, smislenu povezanost s drugima, prigodnost pa čak empatiju i podršku. Neovisno o tome hoće li se te implikacije zapravo ostvariti, sam pojam zajednice i dalje se upotrebljava u pokušajima njihova definiranja. Čak i njihova unutarnja retorika naglašava jezik i slikovit prikaz zajednice; Facebook na svojoj početnoj stranici navodi izjavu da pomaže korisniku u povezivanju s ljudima u njihovu životu. Parks (2010: 116) ipak pokazuje odmak od te pretpostavke kako su internetske društvene mreže oblik virtualnih zajednica. One su, prema njegovu viđenju, *društveno mjesto*, a kao najmoderniji i najkompletniji oblik društvenog mjesta, pružaju funkcionalnost i društvenu pristupačnost, obilježja koja omogućavaju kreiranje zajednica. I u ovome radu internetske društvene mreže promatraju se kao mjesto, kao određena mezorazina unutar šireg područja Interneta na kojoj nastaju nove zajednice. Iz tog razloga u sljedećem poglavlju pozornost će se usmjeriti na njihovo adekvatno definiranje, a u konačnici i na utjecaj koji imaju u izgradnji hibridnih oblika zajednica koje povezuju fizička i virtualna obilježja lokalnih zajednica.

### 2.3.2. Uloga internetskih društvenih mreža u formiranju novih zajednica

Kreiranje i samo spominjanje internetskih društvenih mreža često se veže za razvoj Weba 2.0, odnosno druge generacije Interneta koji je široj masi korisnika omogućio sudjelovanje u kolektivnim aktivnostima u virtualnom prostoru. Web 2.0 pružio je potrebne tehničke preduvjete za kreiranje učinkovitih oblika internetskog društvenog umrežavanja (Mustafa i Hamzah, 2011: 97). S rastom tih novih mogućnosti i same popularnosti korištenja Interneta povećava se i zanimanje akademske zajednice za proučavanje načina korištenja i samog utjecaja tih novih tehnologija i internetski kreiranih društvenih usluga (Parks, 2011: 106). Jedna od važnijih promjena koju je uočio Castellls (2001) odnosi se na *banalizaciju Interneta*, odnosno na mogućnost svakodnevnog obavljanja širokog dijapazona aktivnosti u umreženom obliku. Navedena promjena nužno prati potrebe korisnika Interneta, koji su je i oblikovali te koji od novog društvenog medija imaju visoka očekivanja, ponajviše u umrežavanju i ostvarivanju interakcija u novonastalim virtualnim zajednicama. Jedna od pratećih pojava upravo je popularizacija društvenih mreža. No, da bismo precizno definirali termin društvene mreže, potrebno je sagledati širi kontekst njihova nastanka. Kada govorimo o komunikacijskom procesu posredovanom putem računala, upotrebljavamo termin „digitalno“ – računala koriste dijelove energije za kodiranje, pohranu i prijenos informacija, podatci se pohranjuju na računalima kao brojke. Termin „mediji“ označava načine na koje se ti dijelovi podataka pohranjuju, a zatim komuniciraju s drugima. Kada se dijele putem računalnih mreža, tada se medij koji prenosi informacije naziva „digitalni medij“. Ti novi mediji u suvremenom društvu mogu biti u različitim oblicima, npr. računala, prijenosna računala, tableti, pametni telefoni pa čak i drugi pametni uređaji s ugrađenim komunikacijskim softverima. Kako navodi Chayko (2019: 379), termin mediji koristi se i za označavanje oblika platforme preko koje se komunicira (npr. digitalna, mobilna, multimedija) kao i za vremensku recentnost (tradicionalni ili novi mediji). No, mediji koji omogućuju širenje sadržaja po različitim mrežama utemeljenim na webu ili unutar aplikacija kako bi se omogućile interakcije zovu se „društveni mediji“. Ti mediji predstavljaju širu kategoriju svih dostupnih aktivnosti nastalih razvitkom Weba 2.0 te ih je bitno razlikovati od internetskih društvenih mreža, koje prema Kowertu i suradnicima (2016:6), predstavljaju samo jednu vrstu društvenih usluga dostupnih na Internetu. Internetske društvene mreže su u tom smislu platforme koje korisnici mogu primjenjivati za stvaranje mreže prijatelja i znanaca te su među najpopularnijim dostupnim internetskim uslugama. One uglavnom omogućuju korisnicima



različite načine na koje se mogu povezati s drugima – ili putem privatnih ili direktnih poruka, putem grupnih razgovora, javnih objava ili dijeljenjem različitih dokumenata (Kowert i sur., 2016:7).

Iako su društveni mediji i internetske društvene mreže dva različita pojma, oni se danas često upotrebljavaju kao istoznačnice. Razlog tome mogao bi biti njihov sve više uključiv karakter; mnoge internetske društvene mreže sada, uz umrežavanje, potiču i izmjenu medijskih sadržaja među korisnicima. Tako s jedne strane imamo internetske društvene mreže poput Facebooka i Tweetera, koji su primarno usmjereni na komunikaciju dok su video i fotosadržaji dodatni načini komunikacije; a s druge strane imamo Instagram, SnapChat i TikTok, koji su stvoreni radi izmjene video i fotosadržaja, kao primarnih načina komunikacije, uz dodanu mogućnost izmjene direktnih poruka (Chayko, 2019: 381). Dakle, moglo bi se reći da se granice između društvenih medija i mreža, gledajući njihova osnovna obilježja, lagano brišu te se djelomice preklapaju.

Kada govorimo o korištenju društvenih medija i mreža, bitno je uzeti u obzir i osnovnu distinkciju u samoj svrsi njihove primjene. Ito i suradnici (2010:15) korištenje društvenih medija dijele na ono *vođeno interesom* – koje je usmjereno na ostvarenje određenih aktivnosti i ono *vođeno prijateljstvom* – koje je posljedica zajedničkih praksi prijateljstva. Još jedan važan čimbenik koji se uočava u vezi s internetskim društvenim medijima jest stvaranje participacijske kulture, koju je omogućio razvoj različitih platformi na kojima pojedinci mogu dijeliti svoje ideje, priče, informacije, videozapise i fotografije. Na taj način članovi aktivno sudjeluju u stvaranju, konzumaciji i međusobnom dijeljenju kulturnih sadržaja (Chayko, 2019: 381). Ta participativna praksa dobro se uklopila u novi digitalni prostor te je svoj puni potencijal ostvarila u skladu s popularizacijom internetskih društvenih mreža. Neizbježno internetske društvene mreže postaju sve popularnije, što takvu vrstu komunikacije čini drugačijom od drugih, tradicionalnijih vrsta? U prvome redu ta vrsta komunikacije može biti simultana te je karakterizira bogatstvo informacija i visok stupanj sinkronizacije (Décieux i sur., 2018:20). Kako navode Peračković i suradnici (2023:242), jedinstvenost komunikacije putem društvenih mreža prepoznaje se u mogućnosti povezivanja s do tada nepoznatim ljudima uz istovremenu mogućnost održavanja postojećih odnosa unutar internetske društvene mreže. S time se slažu i Mustafa i Hamzah (2011:97), koji internetske društvene mreže vide kao mjesto povezivanja osoba sličnih interesa te kao mjesto za dijeljenje aktivnosti i informacija sa svrhom socijalizacije.

Jedno od pitanja koje se postavlja u tom novom komunikacijskom i društvenom kontekstu jest samo pitanje društvenosti – može li se korištenje društvenih medija shvatiti kao oblik socijalne interakcije, i ako da, uz koje uvjete? Kako ističe Baym (2015:1-2), neki autori predložili su nekoliko kriterija za procjenu, koji mogu biti primjenjivi za sve oblike računalno-posredovane komunikacije. Peračković i suradnici (2023:243-244) svrstavaju dane kriterije kao: (1) *sinkroniju* – količinu vremena između poruka, unutar koje direktne poruke potpuno zadovoljavaju kriterij; (2) *društvenu prisutnost* – stupanj na kojem medij prenosi društvene znakove, uključujući neverbalno ponašanje, osobne identifikacijske informacije i slike koje prenose osjećaj povezanosti i bliskosti te (3) *domet* – odnosno broj pojedinaca koji mogu primiti poslanu poruku. Da bi interakcije na društvenim mrežama bile *društvene*, Fusch (2014: 4-6) smatra kako one moraju zadovoljiti četiri glavna kriterija društvenosti: (1) moraju postojati informacije, a posljedično i kognicija, (2) mora postojati komunikacija koja uključuje recipročnu interakciju barem dvaju sudionika, (3) mora postojati zajednica te (4) suradnja i kooperacija. Razmatrajući te kriterije, Hall (2016:4) sugerira kako se internetske društvene mreže mogu klasificirati kao posredovane socijalne interakcije i to u slučaju kada su visoko prisutni elementi sinkronije i društvene prisutnosti s nižom razinom dometa, npr. kada su direktne poruke ugrađene u neke internetske društvene mreže. Hall (2016) interakcije na društvenim mrežama promatra po stupnju njihove fokusiranosti te ih dijeli na *fokusirane* i *nefokusirane*. Prve interakcije uključuju sve vrste direktne komunikacije (privatne poruke, komentiranje objava i objavljivanje fotografija na kojima su označeni drugi korisnici), a druge se odnose na projicirane radnje u obliku prihvaćanja ili potvrde (lajkanje ili dijeljenje sadržaja). Hall (2016:5) stoga kao dvije dominantne aktivnosti na društvenim mrežama navodi: (1) pretraživanje objava drugih korisnika i prijatelja te (2) emitiranje vlastitih sadržaja radi postizanja digitalne vidljivosti. No, tvrdi da one ne zadovoljavaju kriterije socijalnih interakcija jer su usmjerene na postizanje društvene pažnje i u biti su nefokusirane interakcije. Navedeno potvrđuje i svojim istraživanjem prema kojem su ispitanici procijenili kako je više od 50 % njihova vremena provedenog na društvenim mrežama bilo upravo pasivno, odnosno pregledavali su sadržaje koji su drugi korisnici objavili. Također, Hall (2016:10) zaključuje kako ne postoji povezanost između duljeg vremenskog razdoblja u korištenju mreža s mogućnostima za ostvarivanje socijalnih interakcija. Naprotiv, upravo su aktivnosti koje su vremenski bile najmanje zastupljene pokazale najveću povezanost s jačanjem osjećaja društvene prisutnosti. Čavrljanje, koje je predstavljalo 4 % od sveukupno procijenjenog vremena na društvenim mrežama, u najvećoj se mjeri percipiralo kao oblik socijalne interakcije kao i drugi oblici direktne komunikacije, poput objavljivanja na „zidovima“ drugih korisnika.

U drugoj studiji o vrstama komunikacija u odnosu prema mreži prijatelja i znanaca, Hall (2016: 11-12) otkriva kako su ispitanici za interakciju s bliskim prijateljima koristili komunikaciju licem-u-lice, dok su sa znancima ili usputnim prijateljima više komunicirali putem društvenih mreža, i to direktnim porukama, nešto manje preko objava na „zidu“ i najmanje dijeljenjem fotografija. Studija Whitinga i Williamsa (2013: 364-368) pokazala je kako su ispitanici društvenu mrežu Facebook najviše koristili za održavanje postojećih odnosa i kreiranje novih prijateljstava, što potvrđuje prethodno spomenute spoznaje. Kako navode Ellison i suradnici (2011:885-888), društvena mreža Facebook pogodna je za stvaranje povezujućeg socijalnog kapitala, koji uključuje tu dimenziju povezivanja s velikim brojem novih i nepoznatih ljudi. No, ono što su otkrili u svojem istraživanju jest važnost distinkcije između stvarnog i ukupnog broja Facebookovih prijatelja; ispitanici su prosječno smatrali  $\frac{1}{4}$  ukupnog broja prijatelja stvarnim prijateljima, a upravo se taj broj pokazao važnim u predviđanju socijalnog kapitala. I u idućem istraživanju potvrdili su postavljenu tezu te je dopunili saznanjem kako važnu ulogu u stvaranju socijalnog kapitala ima i razina uključenosti pojedinca u aktivnosti koje su usmjere na njegovanje odnosa sa svojim prijateljima na Facebooku (Ellison i sur., 2014:864). Slične rezultate pokazuju Madeira i Joshi (2013: 932), koji navode kako 33,3 % korisnika internetske društvene mreže Facebook ima od jednog do četiri bliska prijatelja, iako više od pola njih ima barem 300 prijatelja na Facebooku. Madeira i Joshi (2013: 934) razlikuju prijatelje od znanaca na sljedeći način: (1) prijatelji češće izmjenjuju poruke te komuniciraju o bitnim temama te (2) češće dijele zajedničku lokaciju i označavaju se na fotografijama, što znači da to prijateljstvo postoji i u fizičkom svijetu. Tom distinkcijom autori pokazuju kako se odnos koji je blizak u fizičkom prostoru ne može zamijeniti odnosom koji je isključivo virtualan i u kojem ne postoje ni element, ni prostorne, ni socijalne bliskosti.

Internetske društvene mreže mogu se promatrati kao demokratičnija verzija internetskih foruma jer, uz to što omogućuju komunikaciju, istovremeno potiču korisnike da kreiraju i objavljuju vlastite sadržaje. Drugim riječima, događa se pomak od pasivne konzumacije do aktivnog korištenja koji rezultira mnogim oblicima participacije te dovodi do nove digitalne podjele između aktivnih i neaktivnih korisnika. Kako navode Brandtzæg i Heim (2011:29), postojeća literatura tek je u manjoj mjeri ponudila odgovore na pitanje tko, zašto i s kojom svrhom koristi internetske društvene mreže, a to samo intenzivira potrebu za kreiranjem empirijski utemeljene tipologije korisnika društvenih mreža. Brandtzæg i Heim (2011: 30) stoga za cilj imaju kreiranje tipologije koja ne obuhvaća jedino učestalost korištenja, nego i pitanje kako pojedinci koriste internetske društvene mreže; korištenje se promatra kroz razinu participacije (intenzitet korištenja) te kroz način participacije (cilj i smjer korištenja).

Podatci online anketnog istraživanja provedenog na uzorku korisnika četiri najpopularnije internetske društvene mreže u Norveškoj sugerirali su postojanje pet tipova korisnika koji odražavaju različite razine participacije i komunikacijskih praksi. Prvi tip korisnika Brandtzæg i Heim (2011: 41-43) nazivaju „*povremenim korisnikom*“ (engl. *sporadics*) te on čini 19 % svih korisnika. Povremeni korisnik ne posjećuje internetsku društvenu mrežu učestalo, nego s vremena na vrijeme te pokazuje nisku razinu sudjelovanja. Skloniji su informativnom načinu korištenja mreže, jer većinu vremena koje provedu online provjeravaju status da bi vidjeli je li netko s njima kontaktirao. Drugi tip korisnika autori nazivaju „*vrebačima*“ (engl. *lurkers*), koji čine 27 % svih korisnika. Oni pokazuju relativno nisku razinu participacije, a kada i sudjeluju u aktivnostima, one nisu informativne, nego su rekreacijskog karaktera. Dakle, vrebači ponekad sudjeluju u nekim aktivnostima, no većinom na pasivan način ili vrlo malo te su rijetko skloni kreirati i objavljevati vlastiti sadržaj. Treća kategorija korisnika obuhvaća *društvenjake* (engl. *socialisers*), koji čine 25 % korisnika društvenih mreža. Njihovo je ponašanje rekreativnog karaktera te istovremeno pokazuju visoku razinu participacije. Četvrta kategorija korisnika obuhvaća *debatore* (engl. *debaters*), kojih je sveukupno 11 %. Oni kao i društvenjaci pokazuju visoku razinu participacije, i to najviše u visokoj uključenosti u diskusije. Istovremeno su skloniji aktivnostima informativnog, a ne rekreacijskog karaktera. Posljednja kategorija korisnika odnosi se na *aktivne korisnike* (engl. *actives*), koji čine 18 % svih korisnika. Oni su većinom uključeni u aktivnosti svih vrsta, odnosno i u informativne i u rekreacijske te pokazuju veću razinu društvenosti od društvenjaka. Učestale dnevne kontakte s prijateljima imaju aktivni korisnici, društvenjaci i sudionici debata, dok prva dva tipa s članovima obitelji komuniciraju češće, odnosno svaki dan. Aktivni i sudionici debata češće koriste internetske društvene mreže za participaciju u političkoj aktivnosti, a za navedeno najmanje su zainteresirani povremeni korisnici i vrebači. Najveća razina društvenog kapitala unutar društvenih mreža stoga je povezana s aktivnima, društvenjacima i sudionicima debata. Gledajući navedene kategorije sa stajališta participativne nejednakosti temeljene na razini doprinosa, autori predlažu pravilo 50-30-20. To znači da 50 % korisnika čine povremeni korisnici i vrebači, odnosno oni koji najmanje pridonose aktivnostima te pokazuju najvišu razinu pasivne participacije. Istovremeno 30 % čine sudionici debata i društvenjaci, koji pridonose s vremena na vrijeme, dok njih 20 % su aktivni korisnici, koji u najvećoj mjeri pridonose aktivnostima na društvenim mrežama Brandtzæg i Heim (2011: 46).

Navedena tipologija pružila nam je uvide u razlike među korisnicima društvenih mreža, no bitno je istaknuti i važnu zajedničku odrednicu koja ih razlikuje od onih koji ne

koriste internetske društvene mreže. Kako navodi Chayko (2014: 983), korisnici društvenih mreža skloniji su imati više bliskih društvenih odnosa od onih koji ih ne koriste. Navedeno se najbolje primjećuje kod korisnika internetske društvene mreže Facebook, koji su skloniji imati više bliskih veza i osoba od povjerenja od onih koji tu društvenu mrežu ne koriste. Oni te odnose često održavaju kombiniranjem interakcija koje se događaju uživo i putem društvenih mreža te često jedna dopunjuje drugu, no ponekad se ostvaruju i simultano. Do toga dolazi jer korisnici društvenih mreža svoje online prijatelje često biraju iz kruga ljudi koje poznaju uživo.

Iako su internetske društvene mreže dugo bile percipirane kao primarno globalni i virtualni fenomen, kojem je glavna svrha bila povezati prostorno udaljene pojedince, s vremenom je postalo jasno da ih koriste i osobe koji žive u istom geografskom području i koje se susreću gotovo svaki dan (Hampton i Wellman 2003:282). Tu isprepletenost života na mreži i uživo Chayko (2014: 977) naziva *tehno-društvenom povezanošću* te tvrdi kako ona jača sveukupnu društvenu povezanost. Navedenu povezanost tehnološke i fizičke dimenzije prepoznali su i Dourish i Bell (2011:132), koji su uvidjeli kako se pomoću tehnološki posredovanog svijeta može bolje razumjeti onaj fizički. Jurgenson (2012:84) također navodi kako se digitalni ili virtualni svijet više ne smiju promatrati kao neovisan entitet u odnosu prema fizičkom svijetu; digitalna aktivnost zajednice ne može se promatrati odvojeno od fizičkog, kulturalnog, društvenog i povijesnog aspekta lokalnog mjesta. Ellison i suradnici (2009:7) uočavaju kako se kod onih pojedinca koji internetske društvene mreže koriste kako bi saznali više informacija o ljudima koje znaju uživo, javlja veći osjećaj pripadnosti fizičkoj zajednici. Vidljivo je stoga kako autori počinju prepoznavati jednu novu dimenziju ili jedan novi prostor koji se smjestio između granice virtualnog i fizičkog svijeta. Unutar njega internetske društvene mreže služe kao posrednik ili prijelaz iz jednog svijeta u drugi te se njihov karakter više ne percipira kao striktno virtualan. Kakav je taj novi prostor i koja je uloga društvenih mreža u njemu, prikazuje sljedeće poglavlje.

#### **2.4. Novi prostor hibridnih zajednica**

Ako se pogleda struktura ove disertacije, vrlo lako se može uočiti kako ona kronološki prati način konceptualizacije zajednice unutar koje se javlja jedna šira distinkcija na onu prostorno utemeljenu, odnosno fizičku te na onu kreiranu u kiber-prostoru, odnosno virtualnu. U tom pogledu pokazalo se da je pitanje mjesta ključna razlika, ali i povod za preispitivanje njene održivosti; dok su jedni tražili dokaze za neodrživost fizičkog mjesta i

isticali prednosti virtualnog, drugi su pronalazili nedostatke virtualnog mjesta i vraćali se prednostima fizičkog. Novi pogled na njihov suodnos javlja se početkom ovog stoljeća te naglasak ne stavlja na njihovu isključivost, nego na koegzistenciju. Taj pristup prihvaća kako su fizičko okružje i njegova obilježja, identiteti te osjećaj povezanosti i pripadanja veoma važni i neodvojivi aspekti mjesta, no istovremeno prepoznaje kako virtualna dimenzija olakšava i pojačava interakcijske i komunikacijske kapacitete i pojedinaca i zajednice (Carroll i sur., 2017:4). Zbog tog brisanja granica između fizičkog i virtualnog svijeta i njihovog isprepletenog djelovanja, u literaturi se upotrebljava termin *hibridne zajednice*. Jedni od prvih koji su se bavili njihovim definiranjem su Cabitza i suradnici (2016:218), koji ih vide na sljedeći način: „Interakcije među njenim članovima potaknule su mrežne tehnologije i mogu postojati i u kiber-prostoru i u stvarnom okružju susreta i sastanaka“. Da hibridne zajednice nemaju samo funkciju poticanja interakcija, nego i nekih praktičnih implikacija prepoznaju Mosconi i suradnici (2017). Oni uočavaju kako digitalna rješenja koja su prethodno bila isključivo namijenjena za virtualni svijet polako postaju dio društveno-tehnološke infrastrukture, koja uzima u obzir specifičnosti zajednice utemeljene u mjestu. Smatraju nužnim da se na neki način materijaliziraju te interakcije lokalne zajednice koje su stvorene u digitalnom prostoru. Odnosno, autori prepoznaju mogućnost prenošenja nekih aktivnosti i načina angažmana zajednice stvorenog u online svijetu u prostor fizičke zajednice (Mosconi i sur., 2017: 8-9). Važnu ulogu u tom procesu za njih imaju internetske društvene mreže koje služe kao medijator i počinju poprimati lokalni karakter.

No, važno je ovdje istaknuti kako se od početka 21. stoljeća intenzivno radi na kreiranju raznih računalno-društvenih sistema kojima je cilj povezati lokalni i online prostor zajednica. Iako su svi pokušaji bili vođeni istom spomenutom idejom, oni su se na različite načine realizirali – od prvih umreženih, lokalno utemeljenih zajednica do onih utemeljenih na društvenim mrežama ili u posebnoj aplikaciji; ili pak onih samoorganiziranih ili kreiranih izvana. Upravo je to bogatstvo oblika tih novih zajednica potaknulo nastanak važnih empirijskih spoznaja o zajedničkim obilježjima, funkcijama, ali i o praktičnim implikacijama koje stvaraju. U nastavku će se stoga prvo prikazati spoznaje proizašle iz prvih istraživanja o umreženim zajednicama utemeljenim na mjestu, nakon čega slijedi prikaz empirijskih istraživanja koja su grupirana na temelju njihovih glavnih interesa i zaključaka.

#### 2.4.1. *Nekoliko primjera uspostave i djelovanja hibridnih zajednica*

Jedno od prvih istraživanja kojim se proučavalo kako Internet povezuje ljude u lokalnom kontekstu proveli su Hampton i Wellman (2003) na primjeru predgrađa Netvillea u Torontu. Posebnost Netvillea vidi se u tome što je to predgrađe među prvima u svijetu sadržavalo domove opremljene nizom naprednih komunikacijsko-informacijskih tehnologija opskrbljenih putem brze širokopojasne internetske mreže. Hampton i Wellman su među prvima koristeći upitnik i etnografske podatke iz trogodišnjeg istraživanja prikazali kako Internet utječe na lokalnu zajednicu, odnosno na susjedstvo. U istraživanju je sudjelovalo 67 obiteljskih domova od kojih je njih 46 bilo „umreženo“, odnosno povezano na širokopojasnu brzu mrežu, a 21 dom nikada nije bio spojen na mrežu. Njihova je polazišna teza bila kako će uz mogućnost interakcije i razmjene informacija na Internetu u lokalnim uvjetima pojedinci biti skloniji stvarati veze unutar susjedstva od onih koji se ne koriste Internetom. Dakle, oni Internet vide kao dodatnu mogućnost i svojevrsan prostor za razvijanje društvenih interakcija koje su zaslužne za povećanje lokalnih društvenih veza i veće participacije, koje zajedno čine uključenost u zajednicu (2003:286-291). Kako bi testirali postavljenu hipotezu, ispitanicima su dali popis imena svih stanovnika Netvillea te ih zamolili da identificiraju one koje znaju po imenu, one s kojima razgovaraju svaki dan te one koje su posjetili u posljednjih šest mjeseci. Oni „umreženi“ stanovnici prepoznali su po imenu tri puta više stanovnika, razgovarali su s dva puta više susjeda te posjetili 50 % više susjeda od onih koji ne koriste Internet. Na primjeru, oni bez pristupa brzom Internetu prosječno su dnevno razgovarali s troje susjeda, dok se broj onih koji su koristili Internet uvećao za dodatna tri. Lokalna susjedska e-mail lista NET-L automatski je instalirana pri uspostavi mreže te se pokazalo kako ona potiče komunikaciju među stanarima i to ponajviše o sljedećim pitanjima: (1) određenim zajedničkim problemima, (2) zahtjevima za pomoć ili savjetima, (3) oglašavanju lokalnih proizvoda i usluga, (4) pozivima na društvene aktivnosti i sudjelovanju u događajima zajednice te (5) povremeno o izmjenjivanju poruka radi pružanja informacija (Hampton i Wellman, 2003: 292-294). Dodatno, stanari su često putem NET-L liste uočavali susjede s kojima dijele određene interese te ih time lakše prepoznali kada bi se sreli unutar susjedstva. Hampton i Wellman (2003:298-305) navode i nalaz da su stariji pojedinci s pristupom brzom Internetu imali, geografski gledano, puno širu mrežu slabih veza od onih mlađih i bez pristupa Internetu. Korištenje NET-L e-mail liste omogućilo je da se određene aktivnosti iz virtualnog premjeste u fizički svijet; stanovnici su putem Interneta organizirali događanja i druženja, ali i proteste koji su se poslije realizirali unutar samog susjedstva. Zaključno, Internet je prema autorima

novi i dodatni komunikacijski alat čija je primarna svrha poticati interakciju među stanovnicima. Time autori potvrđuju svoju tezu jer je korištenje Interneta u Projektu Netville ojačalo i pomoglo održati društvene veze, ojačati razvoj onih slabih te potaknuti društvenu uključenost većine korisnika.

Druga poznata studija, koja je također među prvima omogućila besplatno korištenje Interneta unutar lokalne zajednice je ona o projektu Blacksburg Electronic Village (BEV) u Blacksburgu Virginiji. Taj projekt započeo je 1993. godine te je u sedam godina više od 80 % stanara imalo pristup Internetu. Kako navode Kavanaugh i Patterson (2001:500), s godinama se naglasak studije pomicao s pristupa na korištenje, što je dovelo do ideje da se istraži mogućnost utjecaja internetske mreže (BEW Web stranice) na kreiranje socijalnog kapitala. U radu su analizirani podatci prikupljeni u dva vala istraživanja, 1996. i 1999. godine, a rezultati otkrivaju veću razinu korištenja Interneta među stanarima, ali i promjenu u njegovoj svrsi. Stanari su, naime, u većoj mjeri koristili Internet za komunikaciju s članovima obitelji i članovima lokalnih neformalnih društvenih grupa, poput crkve, sportskih klubova i slično. Dakle, od 1996. do 1999. godine povećalo se korištenje Interneta za aktivnosti kojima se gradi socijalni kapital. Također, autori su detektirali znatnu povezanost između duljine korištenja internetske BEV mreže i osjećaja pripadnosti i uključenosti u lokalnu zajednicu; što su stanari dulje koristili mrežu, to su sve više bili skloniji Internet koristiti za aktivnosti kojima se gradi socijalni kapital koji povećava osjećaj pripadnosti i uključenosti u zajednicu. Taj odnos lokalnih internetskih mreža i socijalnog kapitala promatrao se na dva načina. S jedne strane Putnam (2000: 177) sugerira kako nalazi iz BEV studije slučaja mogu značiti da je zajednica i prije uvođenja Interneta imala visoku razinu socijalnog kapitala, odnosno da socijalni kapital može biti preduvjet, a ne posljedica računalno posredovane komunikacije. S druge strane, Kavanaugh i Patterson (2001:506) tvrde kako internetske mreže mogu ostvariti korist od postojećeg socijalnog kapitala te istovremeno privući više stanara u dijalog; stanarima je lakše uključiti se u raspravu na mreži nego prisustvovati susretima i događajima uživo. Dakle, BEV studija slučaja pokazala je kako se socijalni kapital ostvaren tijekom susreta uživo prenosi u virtualni svijet susjedstva. Drugo istraživanje unutar BEV lokalne zajednice proveli su Kavanaugh i suradnici (2005) kako bi ispitali povezanost uključenosti u zajednicu, građanskih aktivnosti i interesa te korištenja Interneta. Ovo istraživanje bilo je longitudinalnog tipa – prvi val istraživanja proveden je 2001., a drugi 2002. godine na uzorku od 157 stanovnika Blacksburga. Rezultati istraživanja pokazuju kako oni članovi zajednice koji su skloniji aktivizmu i korištenju Interneta u građanske svrhe, pokazuju veću uključenost u rješavanje



lokalnih problema otkako koriste Internet. Drugi rezultati pokazuju kako informiranost indirektno predviđa korištenje Interneta u civilne svrhe; oni stanovnici koji su dobro informirani i imaju aktivističke tendencije koriste Internet u civilne svrhe te je njihova uključenost u probleme i interese porasla s upotrebom Interneta. Jedna od zanimljivosti pronašla se kod ispitanika koji su procijenili kako su manje informirani, ali više uključeni otkad koriste Internet; iako umjereno prate lokalne vijesti i događaje, postali su uključeni u rješavanje lokalnih problema zajednice (Kavanaugh i sur., 2005: 22-29).

Jedna od prvih uočenih prednosti takvih grupa odnosila se na mogućnost postizanja veće informiranosti, odnosno razmjene informacija među članovima. To je omogućilo stvaranje većeg broja društvenih veza, osjećaj pripadnosti susjedstvu, a posljedično i veću uključenost u zajednicu. Istraživanja koja slijede u nastavku fokusiraju se upravo na taj element informiranosti i na osjećaj pripadnosti, no kroz prizmu online susjedskih grupa koje su oformili sami članovi susjedstva.

Afzalan i Evans-Cowley (2015) istraživali su načine na koje informacijske tehnologije utječu na kreiranje samoorganizirajućih grupa te su navedeno postigli provedbom istraživanja na uzorku tri Facebook grupe u Kaliforniji, Cambridgeshireu te u Britanskoj Kolumbiji. Autori postavljaju dva pitanja: (1) Kako online susjedski forumi utječu na samoorganizirajući kapacitet zajednica omogućavajući dijeljenje informacija? (2) Kako analiza sadržaja može objasniti samoorganizirajući kapacitet online zajednica? Autori su putem online ankete u trima grupama prikupili 145 ispitanika te su dodatno analizirali sadržaj Facebook grupa kako bi dobili uvid u interakcije i povezanost među članovima. Rezultati pokazuju kako Facebook grupe susjedstva jačaju takav kapacitet ponajviše širenjem informacija među njenim članovima. Kako njihovi nalazi pokazuju, budući da članovi grupe imaju prijatelje koji nisu u grupi, a dio su susjedstva, informacije dopiru i do njih te se informiranost širi izvan granica online susjedstva te pomiče prema onom fizičkom. Na kvalitetu dijeljenja informacija među susjedima utječu i različiti vanjski faktori, npr. povjerenje koje se pokazalo vrlo visokim među članovima grupe. No, treba uzeti u obzir kako se većina članova međusobno poznaje i u stvarnosti. Naime, mreža prijateljstva pokazala se najsnažnijom u Kaliforniji – povezanost unutar grupe jača je jer su istovremeno i prijatelji na Facebooku te su time i homogeniji od druge dvije grupe. Unutar te grupe kao najveća aktivnost detektirano je objavljivanje problema povezanih sa susjedstvom i dogovaranje sastanaka uživo. Nadalje, gustoća interakcija, temeljena na broju odgovora ili lajkova koju svaka objava posjeduje, bila je najveća u Cambridgeshireu. U svim grupama ipak su uočene dvije pojave: (1) puno članova ulazi u

interakcije uživo izvan svoje grupe te (2) većina smatra kako grupe posjeduju velik kapacitet u informiranju članova o problemima unutar susjedstva (Afzalan i Evans-Cowley, 2015: 6-7). Daljnjom analizom sadržaja samih grupa autori su prepoznali četiri kategorije objava koje redom pokrivaju teme: (1) tražnje pomoći, (2) dijeljenje informacija o aktivnostima u susjedstvu, (3) samoizražavanje te (4) prodaja, kupnja i iznajmljivanje. U prvu kategoriju koja se odnosi na traženje pomoći autori su smjestili 21 % ukupno analiziranih objava, koje su varirale od općih pitanja, pitanja o lokalnim problemima te potražnji sudionika za određenu grupnu aktivnost. Kako navode autori, u toj kategoriji prevladavala su pitanja ili zahtjevi vezani za susjedstvo. U drugoj kategoriji pronađeno je 31 % svih objava usmjerenih na sljedeće: obavještanje o aktivnostima u susjedstvu koje se odnose na lokalne probleme; različite projekte vezane za planiranje, izgubljeno, ukradeno i nađeno; okupljanje susjeda i grupne događaje; opće ideje i fotografije te ponude pomoći za probleme u susjedstvu. U ovoj kategoriji prevladavale su teme o okupljanju susjeda i grupnim događajima kao i o problemima u susjedstvu. Objave usmjerene na samoizražavanje smještene su u treću kategoriju te su obuhvatile oko 25 % svih objava. Činile su ih objave poput općenitog izražavanja mišljenja o susjedstvu, iskazivanja zahvalnosti i zadovoljstva susjedstvom te sugestija vezanih za susjedstvo. Ovdje su prevladavale objave usmjerene na izražavanje mišljenja i zadovoljstva susjedstvom. U zadnjoj kategoriji bilo je 23 % svih objava o prodaji, kupnji i iznajmljivanju. Afzalan i Evans-Cowley (2015: 8-11) stoga zaključuju kako su članovi koristili Facebook grupe primarno radi informiranja drugih članova o aktivnostima unutar susjedstva, izražavanja osobnog mišljenja i mišljenja povezanog sa susjedstvom te za potražnju pomoći u vezi s lokalnim potrebama. Također navode i uočenu razliku; susjedstvo u Kaliforniji pokazalo je primarni interes za probleme povezane sa susjedstvom, dok su u druga dva slučaja prevladavale aktivnosti usmjerene na osobni interes članova (poput kupnje, prodaje i iznajmljivanja).

De Maulenaere i suradnici (2020: 400) analizirali su sadržaj na uzorku šest Facebook grupa susjedstva u Ghentu, u Belgiji. Rezultati analize pokazuju učestalost pojedinih objava koje autori svrstavaju u nekoliko kategorija. Zahtjevi za mobilizaciju prikazani kroz traženje pomoći i postavljanje pitanja nalaze se u 46 % svih objava u grupama, dok se 34 % svih objava odnosilo se na dijeljenje vijesti i informacija o susjedstvu. Općenito gledajući, navedene kategorije obuhvaćaju čak 80 % svih objava u Facebook grupama susjedstva. Ostale teme koje su identificirane odnose se na oglašavanje i prodaju od lokalnih prodavača (12 %), raspravu o lokalnim problemima i aktivnostima (4 %), izmjenu šala i sadržaja zabavnog karaktera (1,3 %)

te informacija o samoj grupi (1.3%). Daljnjom analizom De Maulenaere i suradnici (2020: 401) identificirali su teme koje se pojavljuju u kategoriji vijesti i razmjene informacija. Najučestalije teme odnosile su se na informacije i priče o lokalnim događajima i grupama, uključujući godišnji lokalni sajam i najavu događaja koje organizira udruga stanara. Također, često su se pojavljivale i priče o infrastrukturnim radovima i prometnim problemima u susjedstvu, dijelile su se fotografije susjedstva iz prošlosti te su se prijavljivali slučajevi kriminalnih aktivnosti i vandalizma. Autori navode kako su lokalne virtualne grupe u ovom slučaju bile jedan od glavnih izvora informiranja o susjedstvu. Čak i kada članovi grupe nisu bili aktivni sudionici u kreiranju sadržaja, bili su dobro obaviješteni te rezultati pokazuju kako je razmjena informacija u grupi potaknula raspravu među članovima te u nekim slučajevima inicirala razgovore uživo (De Maulenaere i sur. 2020: 404).

U kontekstu pojave virtualnih susjedskih grupa koje stanovnici osnivaju sami kako bi razvili samoorganizirajuće susjedske mreže, De Meulenaere i suradnici (2021) predlažu i testiraju teorijski model za istraživanje mehanizama koji podupiru razmjenu lokalne društvene podrške putem društvenih mreža. Istraživanjem je obuhvaćen 561 ispitanik te je provedeno u Belgiji na uzorku korisnika društvenih mreža Facebook i Hoplr. Dobiveni rezultati pokazuju povezanost između online i susjedskog osjećaja pripadnosti zajednici, pri čemu je online susjedsko ponašanje pozitivno utjecalo na obje razine osjećaja pripadnosti. Nadalje, osjećaj pripadnosti susjedstvu pozitivno je povezan s percipiranom lokalnom društvenom podrškom, dok su osjećaj pripadnosti online zajednici i percipirana lokalna društvena podrška pozitivno povezani s online podrškom mobilizacijskih namjera. No, ona je ipak, kako tvrde autori, dominantno ovisna o osobnoj povezanosti pojedinca s društvenim mrežama, a ne toliko o susjedstvu i samim resursima unutar njega. Online susjedsko ponašanje pokazalo se indirektno povezano s percipiranom lokalnom društvenom podrškom preko osjećaja pripadnosti susjedstvu i osjećaja pripadnosti online susjedstvu.

U drugom istraživanju, De Meulenaere i sur. (2021) proučavali su povezanost korištenja lokalnih društvenih mreža s osjećajem pripadnosti susjedstvu. Navedeni koncept proučavali su razmatrajući uključenosti stanovnika u takozvano virtualno prepričavanje priča o susjedstvu. Rezultati studije pokazali su kako takve virtualne susjedske društvene mreže održavaju postojeće i stvaraju nove društvene odnose te se mogu promatrati kao lokalna javna pristupna točka (engl. *hotspot*) za razvijanje i održavanje lokalnih komunikacija i interakcija, npr. parkovi i lokalni kafići. Naime, kada su stanovnici susjedstva aktivno uključeni u virtualno susjedsko prepričavanje priča, razvija se osjećaj pripadnosti virtualnoj zajednici, ali

istovremeno su izloženi različitim informacijama u objavama i komentarima drugih korisnika. Time oni postaju svjesni tuđih interesa, mišljenja i aktivnosti pa se stvara zajednički diskurs o susjedstvu i drugim susjedima. To u konačnici pridonosi jačanju osjećaja pripadnosti zajednici unutar tog susjedstva. Dakle, svrha virtualno susjedskih društvenih mreža može se ogledati i na mikro i na mezorazini; na mikrorazini one omogućuju interakciju stanara, dok na mezorazini služe kao instrument za diseminaciju informacija o susjedstvu. Neizbježno je, kako i brojni autori navode, da su virtualne susjedske društvene mreže postale neizostavni komunikacijski i mobilizacijski alat u brojnim urbanim susjedstvima te je njihovo proučavanje postalo sve popularnije posljednjih desetak godina.

Capece i Costa (2013) na primjeru studije slučaja suburbane zajednice u Rimu, koja je koristila online platformu „M8“, dokazuju postojanje pozitivne povezanosti konstruktivnog korištenja mrežne zajednice od članova, osjećaja zajednice i uključenosti u rješavanje lokalnih problema. Sama platforma služila je kao projekt kreiranja mrežne zajednice s ciljem ostvarivanja benefita za samu teritorijalnu zajednicu – da stanovnici više cijene lokalne resurse, da se promovira promjena te da lokalno područje bude bolje mjesto za život (Capece i Costa, 2013: 442). Autori upotrebljavaju pojam mrežna zajednica kako bi ga odvojili od pojma online zajednica; mrežna zajednica podrazumijeva povezanost sa specifičnom teritorijalnom zajednicom – one su svojevrsan balans tehničkog i društvenog sistema. Capece i Costa (2013:443) svoje hipoteze postavljaju upravo u tom kontekstu – da će aktivno korištenje mrežne zajednice pozitivno utjecati na (1) osjećaj pripadnosti teritorijalnoj zajednici te na (2) razinu uključenosti unutar te zajednice. Metodom online ankete, koju su postavili na platformi M8, obuhvatili su 176 ispitanika od sveukupno 300 registriranih korisnika. Rezultati pokazuju da postoji korelacija između aktivnosti u korištenju platforme (kreiranju sadržaja) i osjećaja zajednice; oni koji su aktivno koristili platformu pokazali su veći osjećaj pripadnosti zajednici i obrnuto. Članovi su time pokazali pozitivnu percepciju o tome kako pripadnost lokalnoj zajednici može poboljšati njihovu situaciju, odnosno utjecaj koji oni mogu ostvariti. Također, konstruktivno korištenje platforme može se povezati s osjećajem vjere u budućnost lokalne zajednice. Nadalje, rezultati su potvrdili i drugu hipotezu; postoji korelacija između korištenja mrežne zajednice i participacije. Aktivno i pasivno korištenje platforme pozitivno je povezano s participacijom u udruženjima i općenito s društvenom uključenosti u pitanja lokalne zajednice, no aktivno je snažnije korelirano od pasivnog. Capece i Costa (2013) također navode kao su od svih socio-demografskih varijabli jedino dob i duljina života u lokalnoj zajednici bili pozitivno povezani s korištenjem mrežne zajednice. Autori zaključuju kako članovi lokalne

zajednice smatraju da internetske društvene mreže olakšavaju njihovo sudjelovanje u zajednici s ciljem rješavanja lokalnih problema.

Kim i suradnici (2015) u svojoj studiji proučavaju odnos između koncepata *zavisnosti o društvenosti mrežama* (engl. *SNS dependancy*) i uključenosti u lokalnu zajednicu. Unutar navedenog promatraju i u kojoj je mjeri koncept *integrirane povezanosti s mrežom prepričavanja priča u zajednici* (engl. *integrated connectedness to a community storytelling network ICSN*) povezan s uključenosti u lokalnu zajednicu. Također, promatraju i moderatorski utjecaj ICSN-a između zavisnosti o društvenim mrežama te uključenosti u lokalnu zajednicu. Istraživanje su proveli 2013. godine na uzorku od 890 korisnika društvenih mreža u Seoulu. Kako autori ističu, učinak društvenih mreža na uključenost u zajednicu ovisi o tome koliko su one dobro integrirane u postojeću mrežu prepričavanja priča na razini komunikacijske infrastrukture susjedstva. Kim i suradnici (2015:12) korištenje društvenih mreža konceptualizirali su kao zavisnost o društvenim mrežama koja predstavlja odnos u kojem kapacitet pojedinaca da ostvare svoje ciljeve ovisi o kapacitetu društvenih mreža da kreiraju, prikupljaju i šire informacije. Uključenost u zajednicu, kao drugi važan koncept, promatrali su kroz četiri ovisne varijable: pripadnost susjedstvu, dvije varijable o kolektivnoj efikasnosti (neformalna socijalna kontrola i socijalna kohezija) te kroz sudjelovanje u aktivnostima zajednice. Rezultati regresijske analize pokazali su kako je zavisnost o društvenim mrežama pozitivno povezana sa sve četiri varijable kojima se mjeri uključenost u zajednicu. Najveća povezanost pronađena je u vezi s percipiranom socijalnom kohezijom i percipiranim osjećajem povezanosti među stanovnicima na rješavanju lokalnih problema. Također, uočena je pozitivna povezanost ICSN-a i svih varijabli uključenosti u zajednicu. Promatrajući interakcijske efekte, zamijetili su kako je utjecaj ovisnosti o društvenim mrežama na uključenost u zajednicu veći kod onih s višom razinom ICSN-a samo u varijablama neformalne socijalne kontrole, dok isti nisu pronašli u varijablama pripadnosti susjedstvu i participaciji u aktivnostima zajednice (2015:19-20).

Mosconi i suradnici (2017) zanimanje usmjeravaju na hibridnu uključenost, odnosno promatraju kako je uključenost u zajednicu posredovana putem internetske društvene mreže<sup>5</sup> (engl. *Social Street*) stanara u ulici San Pio X u Trentu, Italija, koju su kreirala tri stanara 2014. godine. Kako bi došli do željenih spoznaja, autori su primijenili metodu akcijski

---

<sup>5</sup> Društvena ulica (engl. *Social Street*) predstavlja koncept koji je oformljen 2013. godine u Bolognji i čiji je glavni cilj pružanje podrške društvenim odnosima i aktivnostima zajednice u urbanom kontekstu. Društvena Ulica je zapravo samoorganizirajuća zatvorena Facebook grupa određenog dijela susjedstva te se pojavljuje diljem gradova Italije (Mosconi i sur., 2017:14)

orijentirane, digitalne etnografije, koja uključuje bilješke s terena koje su popratili s 18 intervjua licem-u-lice. Mosconi i suradnici (2017:23) identificirali su tri primjera hibridne uključenosti u zajednicu koje su inicirali i proveli članovi Društvene ulice San Pio X. Naime, interakcije članova u Facebook grupi bile su povezane, a u konačnici i dovele do konkretnih ishoda u fizičkom susjedstvu i obrnuto. Primjer inicijative koja je potaknuta putem internetske društvene mreže odnosila se na ideju članice grupe da se organizira besplatna mala knjižnica u ulici, što su članovi grupe entuzijastično prihvatili te se angažirali u raspravi. Ubrzo se online rasprava pretvorila u sastanak uživo na kojem se planirala daljnja organizacija uz istovremenu komunikaciju o lokaciji knjižnice putem Facebook grupe. Ubrzo se u raspravu uključio i predstavnik lokalne vlade te je ponudio materijalnu podršku realizaciji ideje. Taj oblik dijaloga i suradnje s lokalnim institucijama stvorio je te učvrstio odnos povjerenja između lokalne zajednice i javnih institucija, što se pokazalo važnim za postizanje budućih aktivnosti. Projekt besplatne male knjižnice potaknut je unutar Facebook grupe i realiziran nakon uzastopnih interakcija putem Interneta i licem-u-lice. te je osnovana knjižnica na određenom mjestu u susjedstvu. Ta knjižnica pokazala se važnom iz tri razloga: (1) predstavlja novo mjesto susreta za stanare, (2) to je edukacijski primjer djeci te (3) simboličko mjesto za stanare i prijatelje (Mosconi i sur., 2017: 24-26). Drugi primjer hibridne uključenosti odnosio se na organizaciju božićnog druženja. Kako ističu autori, sve je počelo objavom ideje u Facebook grupi da se prije Božića susjedstvo ukrasi lampicama. Nakon kratkog dogovora slijedio je susret uživo na kojem je odlučeno kako će ipak umjesto ukrašavanja biti organizirana božićna zabava. Odluka je zatim objavljena na Facebooku te su dodatno razrađene pojedinosti organizacije i podijeljena su zaduženja. Na zabavi se pojavilo oko 40 stanara, što pokazuje kako neke neočekivane interakcije mogu potaknuti sudjelovanje drugih članova kada se informacije šire i u Facebook grupi i uživo (Mosconi i sur., 2017: 28). Treći primjer hibridne uključenosti koji autori navode odnosi se na organiziranu akciju čišćenja i vrtlarenja vikendom u zapuštenim dijelovima susjedstva. To je predložila jedna članica grupe, a ideja je u konačnici i realizirana. Kako bi svi članovi sudjelovali u odabiru dijela susjedstva koji treba očistiti, članica je objavila nekoliko fotografija lokacija te je odabrana ona koja je imala najviše „lajkova“ i komentara. Prvog dana u akciji čišćenja i vrtlarenja sudjelovalo je 15 stanara, a drugog dana došlo je njih 20. Dakle, taj pristup Društvene ulice koji spaja online i fizičku dimenziju uspio je aktivirati različite sudionike i resurse oko zajedničkog problema koji se većinom odnosi na brigu za urbani prostor. Drugim riječima, takav hibridni pristup doveo je do nekoliko ishoda: (1) interakcija među stanarima ostvarivala se naizmjenično i u online i u fizičkom prostoru zajednice, (2) time se pružila prilika za pristup novih članova i kreiranje novih hibridnih ideja , (3) ostvarene

materijalne intervencije potaknule su uključenost u svim budućim online i fizičkim interakcijama i akcijama, (4) taj neprekidan i naizmjeničan odnos online i fizičke interakcije i akcije povećao je vidljivost susjedstva na objema razinama, (5) kao posljedica uspješne akcije, Facebook grupi pridružili su se novi članovi (Mosconi i sur., 2017: 30-38).

Voskresenskiy i suradnici (2016:303) proveli su istraživanje u St. Petesburgu na uzorku stanovnika stambenih zgrada koji su članovi otvorenih i zatvorenih grupa okupljeni zbog stanovanja na istome području. Grupe koje su zatvorenog tipa pokazuju znatno veću aktivnost članova negoli one otvorenog tipa. U grupama otvorenog tipa autori su detektirali veći broj pasivnih promatrača, takozvanih *lurkersa* nego u zatvorenim grupama, u kojima je 34 % sudionika barem jedanput nešto objavilo u grupi. *Lurkersi* kao takvi nisu novost u virtualnim grupama; njihovo postojanje Nonnecke i Preece (2000) objasnili su kao čest i važan aspekt virtualne komunikacije koji ne treba zanemariti. Nadalje, zatvorene grupe nastale su na temelju međusobnog povjerenja članova i pomoći, no bitno je spomenuti kako je većina grupa tog tipa bila upravo iz novijih zgrada, pa autori upozoravaju kako postoji mogućnost da virtualne grupe, u ovom slučaju, predstavljaju svojevrsnu zamjenu za realnu zajednicu koja još nije osnovana. S druge strane, grupe otvorenog tipa često su koristili pojedinci za javno iznošenje problema s kojima se susreću, no kako nema kontrole sudionika, česti su bili neželjeni komentari drugih sudionika te se aktivnost objava smanjila. Drugi razlog manje aktivnosti može se pronaći u činjenici da su otvorene grupe nastale radi rješavanja određenog problema i kada se pronađe rješenje, diskusija se utiša. Voskresenskiy i suradnici (2016:305) ipak navode određena ograničenja istraživanja; u uzorku se ne nalaze zatvorene grupe koje imaju veoma strog proces verifikacije sudionika i u koje nisu mogli pristupiti te nemaju informacije o trenutačnim adresama sudionika koje bi pokazale jesu li članovi grupe zaista stanovnici određene zgrade.

Witten i suradnici (2020) proveli su istraživanje o ulozi Facebook grupe utemeljene na susjedstvu na formiranje nove zajednice Waimahia Inlet u Aucklandu, Novi Zeland. Sama zajednica dio je master-plana, kojem je cilj gradnje cjenovno prihvatljivih stambenih rješenja kako bi se povećale prilike za kupnju nekretnina lokalnom stanovništvu. Time je 30 % stambenih objekata u Waimahiu u privatnom vlasništvu, dok se 70 % stanova povoljno iznajmljuje. Jedan od glavnih ciljeva graditelja stambenog naselja bio je poticanje podržavajuće zajednice te je master-plan uključivao javne prostore, osmišljene da potiču interakciju među susjedima. Uz navedeno, utemeljeno je i Udruženje stanara koji se redovito sastaju i organiziraju različite susjedske događaje. Pri dolasku u susjedstvo stanari su dobili sve važne

obavijesti o tome koga zvati ako naiđu na problem kao i poziv da se pridruže novoj Facebook grupi susjedstva koju vodi Udruženje stanara. Sama Facebook grupa susjedstva bila je privatnog tipa, što znači da je bila dostupna samo stanarima koje je prihvatio administrator grupe. Witten i suradnici proveli su dubinske intervjue s 38 stanovnika na prijelazu iz 2017. u 2018. godinu. Autori su proučavali kako stanovnici koriste digitalni prostor unutar svog lokalnog udruženja te su proučavali ključne virtualne prakse uključenosti koje nastaju unutar kreirane Facebook grupe. Rezultati istraživanja pokazuju kako je grupa potaknula diseminaciju informacija, reciprocitet i društvenu interakciju među stanarima te je doprinijela gradnji i jačanju identiteta koji je utemeljen na susjedstvu. Također, rezultati pokazuju kako su ojačane „slabe veze“ među stanarima, a bilo je i više kontakata licem-u-lice, od kojih su neki inicirani preko Facebook grupe te je navedeno posljedično ojačalo osjećaj zajedništva i povezanosti s mjestom. Bitno je spomenuti i kako je korištenje Facebook grupe olakšalo razvijanje svijesti o lokalnim vijestima, što je posljedično dovelo do realizacije akcija i događanja iniciranih preko Facebook grupe (Witten i sur. 2020: 12-13).

Kao što su prethodna istraživanja pokazala zatvorene, odnosno privatne grupe pokazale su veću aktivnost nego javne, no važno je imati na umu kako se u oba slučaja radilo o novoj zajednici koja se tek pokušava oformiti. Maknuvši se od distinkcije između javnih i privatnih grupa, pokazuje se još jedna važna funkcija online grupa susjedstva; one mogu pomoći u uspostavljanju zajednice na online razini onda kada se fizička razina još nije razvila. No, što bi se dogodilo s online razinom susjedstva u situaciji kada bi ona fizička bila nedostupna? Iako se navedeno prije samo nekoliko godina činilo nemogućim, ipak se ostvarilo s pojavom globalne pandemije bolesti COVID-19 i u razdoblju *lockdowna*.

S pojavom pandemije koronavirusa susreti licem-u-lice postali su sve rjeđi u skladu s propisanim preporukama o držanju socijalne distance. U tom razdoblju, internetske društvene mreže preuzele su središnju ulogu u komunikaciji pojedinaca izvan vlastitog kućanstva (Pitas i Ehmer 2020:2). S pojavom spomenute pandemije, navode Vogel i suradnici (2021:3915), virtualna susjedska komunikacija na društvenim mrežama pokazuje svoj potencijal podrške u realizaciji različitih susjedskih aktivnosti. U prilog tome idu rezultati istraživanja koje su proveli Jones i suradnika (2020) o podršci unutar susjedstva tijekom pandemije bolesti COVID-19 na uzorku stanovnika Bristola u Ujedinjenom Kraljevstvu. Rezultati njihove studije pokazuju kako su uz razgovor uživo, susjedski orijentirane društvene mreže bile jedan od najzastupljenijih alata komuniciranja među susjedima. Što se tiče pružanja potpore susjedima, ispitanici su najviše navodili kako su pomagali socijalno ugroženim susjedima nabaviti



namirnice i lijekove; pružali su informacije o koronavirusu te su organizirali kreativne akcije kojima je cilj bio oraspoložiti susjede i sveukupno poboljšati stanje unutar susjedstva. Stoga nije čudno kako je 97 % ispitanika iskazalo slaganje s izjavom da su ljudi u njihovu susjedstvu pružali podršku jedni drugima tijekom pandemije te je gotovo polovica ispitanika iskazala namjeru da postanu više uključeni u život susjedstva u budućnosti. Kao ključne uspjehe susjedske pomoći ispitanici su istaknuli: društveno povezivanje poput razgovora i pomoći, uspješno korištenje društvenih mreža za komuniciranje, kreiranje grupa potpore tijekom pandemije, pružanje praktične pomoći jednih drugima i slično. Što se tiče korištenja društvenih mreža kreiranih za potrebe susjedstva, većina ispitanika izjavila je kako im je njihovo korištenje olakšalo uključenost u susjedstvo te time i dostizanje različitih susjedskih potreba. Takve internetske društvene mreže otvorile su nove mogućnosti za komunikaciju s obzirom na upute o socijalnom distanciranju tijekom pandemije. One su također olakšale diseminaciju službenih savjeta te imale ključnu ulogu u razmjeni bitnih informacija, Jones i suradnici 2020: 11-12). Istraživanje Carlsena i suradnika (2020:10-11) daje uvid u organizaciju i distribuciju neformalno organizirane pomoći tijekom pandemije bolesti COVID-19 u Danskoj. Rezultati istraživanja pokazali su kako su internetske društvene mreže, poput Facebooka, imale važnu ulogu u mobilizaciji organizirane pomoći tijekom pandemije. To se najviše odnosilo na pružanje informacija ili ekonomske pomoći dok se konkretna pomoć izoliranoj osobi više pronalazila u volonterskim organizacijama. Kako tvrde autori, većina od svih 247 Facebook grupa imala je cilj pomagati potrebitima, osobito onima koji su u stvarnom životu rijetko održavali društvene veze ili ih uopće nisu imali

Bitno je spomenuti i još jednu novost koja se javlja kao dio trenda izučavanja hibridnih zajednica, a čiji se potencijal tek otkriva i prepoznaje. Dio istraživača potaknutih saznanjima i uočenim nedostatcima iz prethodnih istraživanja kreira posebne aplikacije, kojima je cilj olakšati postojanje hibridnih zajednica na razini susjedstva. Te aplikacije nisu spontano kreirali članovi susjedstva, npr. spomenute Facebook grupe, nego su nastale planski s ciljem da se postigne najdjelotvorniji oblik virtualne susjedske društvene mreže. S obzirom na njihovu nedavnu pojavnost, spoznaje o učincima takvih aplikacija i dalje su slabo zastupljene u literaturi te se iz tog razloga one u nastavku prikazuju putem dvaju važnih projekata – Nextdoor.com te GEITONIA.

Nešto konkretnije organizirane mjere poticanja lokalnog udruživanja korištenjem IKT-a mogu se prepoznati u projektu Nextdoor.com, koji je posebno dizajniran sustav internetske društvene mreže upravo za susjedstva. Projekt te internetske društvene mreže provodio se u

Sjedinjenim Američkim Državama i prvi je takav projekt na nacionalnoj razini. Kako navode Masden i suradnici (2014:3241), cilj projekta Nextdoor bio je kreiranje iskustava lokalne internetske društvene mreže za bilo koje susjedstvo i svakom susjedstvu zasebno omogućiti samostalnu i ograničenu stranicu unutar sistema. Ono što je Nextdoor izdvojilo od ostalih društvenih mreža jesu restrikcije u verifikacijskom procesu; u određeno virtualno susjedstvo moglo se pristupiti samo ako potencijalni član dokaže da mu je fizičko prebivalište u tom susjedstvu. Navedeno je povećalo razinu povjerenja u grupi jer se time ograničio ulazak pojedinaca koji u stvarnom svijetu nisu članovi susjedstva te se time smanjila i razina vanjske opasnosti. Također, novost u ovom projektu jest mapiranje fizičkog susjedstva i njegov prijenos u virtualno susjedstvo, čime su određene granice u virtualnom svijetu. Korisnici mreže Nextdoor istaknuli su kako je u odnosu prema drugim internetskim društvenim mrežama ova bila preglednija i informacije su bile bolje organizirane i arhivirane. Također, Nextdoor se u većoj mjeri koristio za konkretnije akcije i razmjenu informacija o problemima negoli za neformalne razgovore, koji su se ipak u većoj mjeri vodili preko drugih društvenih mreža. Masden i suradnici (2014:3247) predlažu da se poboljša upravo taj aspekt mreže, da se Nextdoor unaprijedi tako da više potiče socijalizacija i neformalne interakcije među susjedima, a time i gradnja većeg socijalnog kapitala u susjedstvu.

Prema uzoru na projekt Nextdoor i s ciljem kreiranja aplikacije za lokalno društveno umrežavanje, interdisciplinarni tim znanstvenika u Grčkoj osmislio je projekt GEITONIA (engl. *Growing and enabling information technologies for online neighborhoods: Implications and Applications*). Cilj tog projekta jest istraživanje važnih pitanja: (1) o povezanosti između zajednice i susjedstva u doba informacijsko-komunikacijskih tehnologija, (2) o prednostima i slabostima zajednice koje nastaju kroz korištenje lokalnog socijalnog medija te (3) o razini uključenosti stanara u lokalni socijalni medij koji je stvoren u suradnji s njima. Kako autori ističu, u Grčkoj se potreba za kreiranjem virtualnih susjedstava realizira uglavnom putem Facebook grupa te još nema naznake o nastanku jednog kompletnog medijem koji bi služio toj svrsi. Upravo zbog toga autori u sklopu projekta GEITONIA planiraju razviti aplikaciju koja će se koristiti kao alat umrežavanja na lokalnoj razini i slagati se s pojavom i potrebama sve prisutnijih hibridnih susjedstava u Grčkoj. Glavni cilj istraživanja jest upravo dobiti saznanja o tome zadovoljava li trenutni razvojni status IKT-a sve potrebe, očekivanja, zahtjeve i vrijednosti članova lokalne zajednice te može li se pomoću njega potaknuti socijalna interakcija i međusobna suradnja stanara jedne manje lokalne zajednice. Stoga, planirana aplikacija bi korisnicima omogućila da kreiraju virtualno susjedstvo i pružila im priliku da upoznaju svoje

susjede, da s njima komuniciraju o problemima u lokalnoj zajednici, dijele informacije te eventualno organiziraju lokalne akcije. Aplikacija bi također uključivala virtualni sustav mapiranja kojim bi sami stanari odredili granice svojeg susjedstva (Karras i sur. 2019: 75-76). Da bi se navedeno postiglo, Koletsi i suradnici (2021) proveli su uvodno istraživanje putem online upitnika na uzorku od 157 stanovnika dijela Atene Nea Smyrni. Ispitanici su se izjasnili o tome bi li koristili mobilnu aplikaciju za svoje susjedstvo te koje funkcije bi ta aplikacija trebala imati. Također, odabrali su i 31 lokalitet unutar šireg geografskog područja za koje smatraju kako čine četvrt Nea Smyrni. Većina ispitanika, njih 88 %, izjasnila se pozitivno o mogućnosti korištenja aplikacije susjedstva. Tako se 24 % ispitanika izjasnilo, da bi voljeli aplikaciju koristiti za: upoznavanje susjeda, komunikaciju s mjerodavnim vlastima, prijavljivanje i rješavanje susjedskih problema, sudjelovanje u lokalnim volonterskim akcijama, traženje informacija o sportskim i kulturnim aktivnostima u lokalnom području, dobivanje informacija o lokalnim vijestima, potrebama i ponudama. Od tehničkih obilježja koje bi voljeli da aplikacija ima ispitanici su naveli sljedeće: geografska karta područja, sistem privatne i grupne komunikacije, učitavanje slika, mogućnost pisanja objava, slanje i dobivanje obavijesti primjereno osobnim preferencijama i dobi. Također, iskazali su želju da unutar takve aplikacije ne bude anonimnih profila, pretjerano puno osobnih pitanja, političkog i poslovnog oglašavanja i čestih nebitnih obavijesti. Zanimljiv je nalaz i kako su ispitanici kojima su interesi čitanje, šetnja i različite kulturne aktivnosti na otvorenom, iskazali pozitivniji stav o korištenju aplikacije za umrežavanje u susjedstvu (Koletsi i sur., 2021:12-15). Prikazani su rezultati iz prvog vala istraživanja, nakon kojeg slijedi drugi val, koji će obuhvatiti pokusnu fazu korištenja aplikacije te treći, koji će prikazati iskustva i zadovoljstvo korisnika aplikacijom.

Neizbježno je kako su razvoj IKT-a i sveopća popularizacija društvenih mreža potaknuli promjene i na mikrorazini poput susjedstva. Kako je u tekstu prikazano, susjedstva više nisu isključivo fizička, ona sve više poprimaju i svoju virtualnu dimenziju. Upravo su virtualne susjedske društvene mreže nov oblik udruživanja i suradnje unutar susjedstva, koji ne isključuje niti ugrožava postojanje fizičke zajednice, nego joj dodaje nov oblik društvenosti. Novonastale hibridne zajednice stoga generiraju dobrobit unutar fizičkog i virtualnog prostora te svojim međudjelovanjem kreiraju i jačaju sveopću socijalnu koheziju unutar susjedstva. Da proučavanje ove teme ne gubi na važnosti, prikazali su i primjeri dodatnog angažmana dijela znanstvenika, koji su radi dobivanja što potpunijih uvida u djelovanje hibridnih zajednica, kreirali zasebne aplikacije. Može se očekivati kako će rezultati njihovih

studija dodatno doprinijeti postojećoj literaturi te pružiti informacije o eventualnim razlikama između hibridnih zajednica koje su spontano organizirali članovi susjedstva i onih planski kreiranih u suradnji zajednice i istraživača, odnosno stručnjaka.

Na temelju razmatranja nalaza prethodno spomenutih istraživanja postaje jasno kako samoorganizirane online grupe susjedstva proizvode nekoliko važnih implikacija. Interakcija članova unutar grupe uzrokuje: (1) diseminaciju informacija i veću informiranost, (2) osjećaje pripadnosti susjedstvu, što posljedično može dovesti do (3) veće uključenosti u lokalnu zajednicu. Da bi se navedeni nalazi provjerili u hrvatskim uvjetima, potrebno je prvo na primjeren način istražiti zajednice koje su spontano kreirali članovi susjedstva i koje su u sve većoj mjeri prisutne na društvenoj mreži Facebook. Prvi i mali korak prema tome čini ova doktorska disertacija, kojoj je cilj istražiti odnos virtualne i fizičke sfere susjedstva na primjeru dviju zagrebačkih četvrti.

### 3. CILJEVI ISTRAŽIVANJA

Polazeći od pretpostavke kako postoji povezanost između virtualnih oblika komunikacije i uključenosti u lokalnoj zajednici te uzevši u obzir važnost socijalnog kapitala u virtualnoj i fizičkoj sferi susjedstva, ciljevi istraživanja su sljedeći:

- 1) Dobiti uvid u strukturu objava odabranih Facebook grupa susjedstva.
- 2) Dobiti uvid u osnovna obilježja socijalnih interakcija lokalne zajednice u virtualnom i fizičkom prostoru.
- 3) Utvrditi vezu aktivnosti u korištenju Facebook grupe susjedstva s razinom uključenosti u lokalnoj zajednici.
- 4) Dobiti uvid u osnovna obilježja socijalnog kapitala i ispitati njegovu povezanost s razinom uključenosti u zajednicu.

Specifični ciljevi su sljedeći:

1.1. Dobiti uvid u strukturu i frekvenciju tema unutar svake grupe. 1.2. Usporediti strukturu tema unutar grupe prije za vrijeme pojave pandemije bolesti COVID-19 . 1.3. Analizirati strukturu tema u grupama s obzirom na specifična obilježja njihove četvrti.

2.1. Dobiti uvid u osnovna obilježja lokalnih društvenih odnosa u fizičkoj zajednici. 2.2. Dobiti uvid u osnovna obilježja lokalnih društvenih odnosa u virtualnoj zajednici.

3.1. Saznati postoji li povezanost između aktivnosti u korištenju Facebook grupe susjedstva s percipiranim osjećajem pripadnosti susjedstvu. 3.2. Saznati postoji li povezanost aktivnosti u korištenju Facebook grupe susjedstva s percepcijom kolektivne efikasnosti. 3.3. Saznati postoji li povezanost aktivnosti u korištenju Facebook grupe susjedstva s razinom sudjelovanja u aktivnostima susjedstva.

4.1. Utvrditi vezu između socijalnog kapitala i aktivnosti u korištenju Facebook grupe susjedstva.

4.2. Utvrditi vezu između socijalnog kapitala i razine uključenosti u lokalnoj zajednici.

Istraživačka pitanja koja se pojavljuju u vezi s korištenjem kvalitativne metodologije su sljedeća:

1. Koji se sadržaji i u kojoj mjeri pojavljuju unutar odabranih Facebook grupa susjedstva?

2. Postoji li razlika u strukturi objava među odabranim Facebook grupama susjedstva?

3. Postoji li razlika u strukturi objava u grupi prije pandemije bolesti COVID-19 i tijekom njezina trajanja?

### **3.1. Hipoteze**

Polazeći od pretpostavke kako se neke aktivnosti i angažmani zajednice stvoreni u online svijetu mogu prenijeti u fizičku zajednicu (Mosconi i sur., 2017), postavljena je osnovna hipoteza doktorske disertacije: *Aktivnije korištenje Facebook grupe susjedstva povezano je s većom uključenosti u lokanoj zajednici*. Sama uključenost u zajednicu promatra se kroz tri dimenzije: percipiranu pripadnost susjedstvu, percipiranu kolektivnu efikasnost te kroz sudjelovanje u aktivnostima i događajima u susjedstvu (Kim i suradnici, 2015:12).

Prethodna istraživanja (De Meulenaere i sur., 2021a; De Meulenaere i sur., 2021b; Witten i sur.,2020; Capece i Costa,2013) pokazala su kako je komunikacija putem Facebook

grupe susjedstva pozitivno utjecala na razinu osjećaja pripadnosti susjedstvu. Kako bi se taj odnos provjerio, u ovom istraživanju postavljena je prva radna hipoteza koja glasi:

H1: Aktivnije korištenje Facebook grupe susjedstva povezano je s većom razinom percipirane pripadnosti susjedstvu.

Da postoji veza između korištenja društvenih mreža i veće razine kolektivne efikasnosti pokazali su rezultati istraživanja Kima i suradnika (2015:12). Kako bi se isto provjerilo u ovom istraživanju, postavljena je iduća hipoteza koja glasi:

H2: Aktivnije korištenje Facebook grupe susjedstva povezano je s većom razinom percipirane kolektivne efikasnosti.

Posljednja dimenzija uključenosti u zajednicu odnosi se na razinu sudjelovanja u aktivnostima i događajima u susjedstvu. Mosconi i suradnici (2017:30-38) u svojem su istraživanju ustvrdili kako postoji veza između korištenja Facebook grupe susjedstva te realizacije akcija i događanja, a navedeno je potvrdilo i istraživanje Wittena i suradnika (2020). Capece i Costa (2013) zaključili su kako je aktivno i pasivno korištenje platforme pozitivno povezano s participacijom u udruženjima i općenito društvenoj uključenosti u pitanja lokalne zajednice, pri čemu aktivno ima snažniji utjecaj od pasivnog. Da bi se navedeni rezultati provjerili u ovom istraživanju, postavljena je iduća hipoteza koja glasi:

H3: Aktivnije korištenje Facebook grupe susjedstva povezano je s većom razinom sudjelovanja u aktivnostima i događajima unutar susjedstva.

Osim navedenog, u ovom istraživanju promatrao se i odnos između korištenja Facebook grupe susjedstva i socijalnog kapitala. Već su prva istraživanja o utjecaju korištenja interneta na zajednicu susjedstva pokazala kako postoji pozitivna veza između učestalosti korištenja interneta i kreiranja i/ili jačanja socijalnog kapitala (Hampton i Wellman, 2003; Kavanaugh i Patterson: 2001). Rezultati nešto recentnije studije pokazali su kako je korištenje Facebook grupe susjedstva potaknulo reciprocitet te osnažilo „slabe veze“ (Wittena i sur., 2020:12-13). Kako bi se provjerilo postojanje odnosa između korištenja Facebook grupe i kreiranja i/ili jačanja socijalnog kapitala, postavljena je iduća hipoteza koja glasi:

H4: Aktivnije korištenje Facebook grupe susjedstva povezano je sa stvaranjem i/ili jačanjem socijalnog kapitala i veza unutar susjedstva.

Putnam (2004) normu povjerenja i reciprociteta vidi kao važan preduvjet za realizaciju uspješnih kolektivnih aktivnosti. Odnosno, povjerenje unutar grupe potiče članove da zajednički rješavaju određeni problem. Halpern i suradnici (2017:2) pak tvrde kako odnos reciprociteta podupire mišljenje grupe kako mogu zajednički riješiti neki društveni problem. Rezultati drugih studija (You i Hon, 2019:7-8; Valenzuela i sur., 2009:877) pokazuju kako pojedinci koji su članovi online grupe u kojoj prevladavaju slabe veze ujedno pokazuju i veću razinu spremnosti za sudjelovanje u kolektivnim akcijama. Kako bi se ispitaio odnos između socijalnog kapitala i uključenosti u zajednicu, postavljena je posljednja hipoteza koja glasi:

H5: Socijalni kapital kreiran unutar Facebook grupe susjedstva povezan je s većom razinom uključenosti u zajednicu.

## **4. METODOLOGIJA**

### **4.1. Pristup i polazište u istraživanju**

Na samim počecima društvenih znanosti prevladavalo je mišljenje o striktnom biranju između kvalitativne i kvantitativne metodologije. Kako je znanost napredovala, tako se fokus premještao na pitanje koja će kombinacija ovih metodologija izvući njihove najbolje karakteristike te u kojem se trenutku istraživanja trebaju primijeniti (Merton i Kendall, 1946: 556). Mertens (2005:2) ipak pozornost pridaje važnosti istraživačeva teorijskog polazišta putem kojeg se uspostavlja odnos između konstrukata koji opisuju i objašnjavaju fenomen na način da nadilaze lokalni kontekst i pokušavaju ga povezati sa sličnim drugim pojavama. Navedeni teorijski okvir ili dio teorije često se naziva i paradigmom u istraživanju te utječe na način stvaranja i primjene znanja. Odabirom paradigme uspostavljaju se namjere i očekivanja samog istraživanja te ona pruža bazu za odabir metodologije, metoda, literature ili dizajna istraživanja. Mac Naughton, Rolfe and Siraj-Blatchford (2001:32) stoga paradigmu definiraju kao koegzistenciju triju elemenata: „vjerovanja o prirodi znanja, metodologije i kriterija za validnost“. U literaturi je prihvaćeno postojanje nekoliko vrsta paradigmi među kojima istraživač bira, a to su: pozitivistička i postpozitivistička, konstruktivistička, interpretativna, transformativna, emancipatorna, kritička, pragmatična te dekonstruktivistička paradigma.

Za potrebe ove doktorske disertacije odabran je pragmatizam kao osnovna paradigma. Kako navodi Creswell (2009:11), istraživači koji primjenjuju ovu paradigmu usmjereni su na

„što“ i „kako“ unutar istraživačkog problema. Već su rani pragmatisti smatrali kako nije moguće spoznati istinu o stvarnom svijetu koristeći se samo jednom znanstvenom metodom (Mertens, 2005:26) te se i danas pragmatizam često koristi kao paradigma koja pruža filozofsko uporište za istraživanja koja primjenjuju mješovitu metodologiju. Creswell (2003) mješovitu metodologiju vidi kao istraživački dizajn koji uključuje i kvalitativne i kvantitativne metode u jednoj ili više točaka mjerenja. Iako se unutar istraživanja koja se temelje na mješovitoj metodologiji mogu koristiti i druge paradigme, pragmatizam postavlja istraživački problem u fokus te primjenjuje pristupe kako bi se taj problem razumio (Creswell, 2009:11). S obzirom na to da je istraživački problem u središtu zanimanja, istraživač prema njemu bira načine prikupljanja i obrade podataka koji će najbolje pružiti spoznaje i odgovore. Kako navodi Creswell (2009:12), pragmatizam time omogućuje primjenu različitih metoda, pristupa i pretpostavki kao i oblika prikupljanja i obrade podataka unutar istraživanja mješovitog tipa.

Samu svrhu korištenja takve kombinacije metodologija, ili metodologije mješovitog tipa Malina, Nørreklit i Selto (2011:61) prepoznaju u stvaranju rezultata istraživanja koji nadilazi mogućnosti korištenja samo jedne vrste metodologije. Metodologija mješovitog tipa omogućuje istraživanje složenijih aspekata odnosa u društvu. Greene i sur. (1989) pa zatim i Bryman (2006) identificirali su glavne svrhe i prednosti provođenja istraživanja koristeći mješovite metode. Doyle i sur. (2009) saželi su ih u sljedeće: (1) triangulacija – omogućuje veću validnost spajanjem kvalitativne i kvantitativne metodologije, (2) cjelovitost – primjenom obaju pristupa stvara se potpunija slika proučavanog fenomena, (3) otklanjanje slabosti i pružanje preciznih zaključaka – mnogi autori tvrde kako ovaj pristup može umanjiti razinu ograničenja svakog pristupa tako da ih neutralizira naglašavanjem snaga, (4) odgovaranje na različita istraživačka pitanja – kombinacijom metodologija lakše je doći do odgovora na istraživačka pitanja jer se koristi više istraživačkih alata, (5) objašnjenje dobivenih nalaza – može se koristiti jedna metoda za objašnjenje nalaza dobivenih drugom; nalazi dobiveni kvantitativnim istraživanjem mogu se dodatno objasniti korištenjem metode intervjua, (6) prikaz podataka – korištenjem kvalitativnog pristupa za ilustraciju kvantitativnih nalaza može se postići bolje razumijevanje proučavanog fenomena, (7) razvijanje i testiranje hipoteza – kvalitativna faza može poslužiti za postavljanje hipoteza koje će se testirati u naknadnoj kvantitativnoj fazi te (8) razvijanje i testiranje instrumenata – kvalitativna faza može poslužiti za otkrivanje pojava koje će biti obuhvaćene upitnikom u kvantitativnoj fazi istraživanja (Doyle, Brady, Bryne, 2009: 178-179). Na tragu navedenog, Creswell i Plano Clark (2007) razvijaju tipologiju dizajna mješovitih metoda te navode četiri glavne vrste: (1) triangulacijski



dizajn – izmjenjuju se faze kvalitativne i kvantitativne metodologije te obje imaju jednaku važnost, (2) ugrađeni dizajn – karakterizira ga korištenje jedne dominantne metode, a druga ima ulogu podrške; najčešći oblik je primjena kvantitativne metodologije kao nosive u istraživačkom dizajnu, dok je kvalitativna metodologija podređena, (3) eksplanatorni (objašnjavajući) dizajn – kao sekvencijalno eksplanatorni dizajn sastoji se od dviju faza – počinje se s kvantitativnom metodologijom nakon koje slijedi faza kvalitativne metodologije te (4) istraživački dizajn – prva faza, kvalitativna metodologija, služi za razvijanje druge faze, odnosno kvantitativne metodologije.

S obzirom na postavljene ciljeve u doktorskoj disertaciji koristi se nacrt istraživanja temeljen na eksplorativno sekvencijalnom kombiniranju kvalitativne i kvantitativne metode prikupljanja podataka. Takav pristup smatra se pogodnim za ovo istraživanje koje se temelji na dvjema studijama slučaja, kojima su obuhvaćene dvije zagrebačke četvrti. Ova vrsta istraživačkog pristupa u prvoj fazi se oslanja na prikupljanje podataka kvalitativnim metodama, što u kontekstu ovog istraživanja predstavlja korištenje dviju metoda. Prva od njih odnosi se na analizu sadržaja dviju odabranih Facebook grupa unutar odabranih zagrebačkih četvrti. Druga metoda odnosi se na provođenje polustrukturiranih intervjua s administratorima i moderatorima grupa, koji služe kao popratna metoda za dobivanje konteksta i boljeg razumijevanja nalaza dobivenih analizom sadržaja. Tako dobiveni nalazi usmjeravaju istraživanje u sljedećoj fazi korištenja kvantitativnih metoda. U ovom slučaju primijenjena je metoda online upitnika na uzorku članova dviju odabranih Facebook grupa. Odabiri i obilježja tih grupa prikazuju se u nastavku teksta.

#### **4.2. Osnovna socioprostorna obilježja istraživanih naselja**

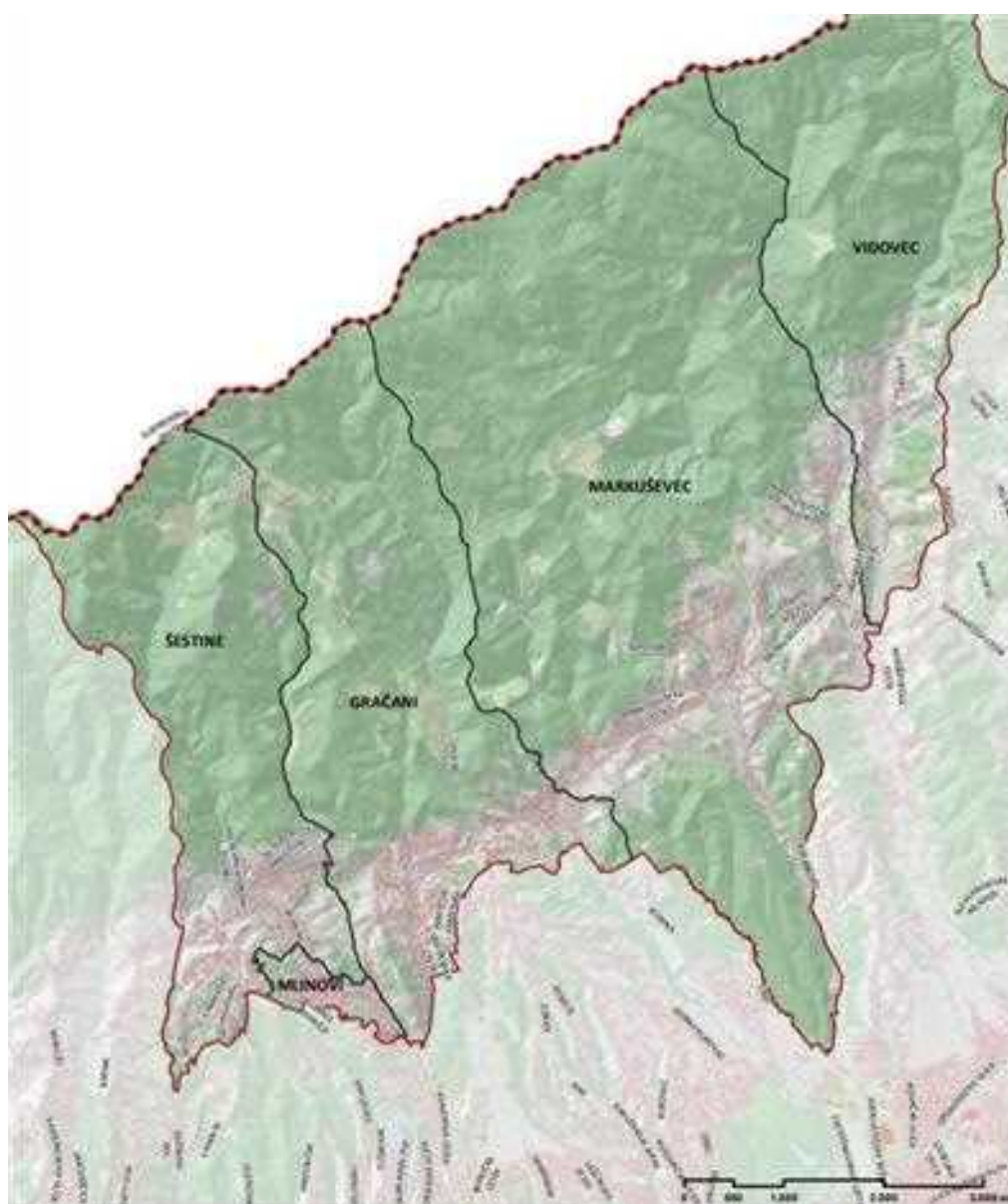
Odabrane grupe predstavljaju dvije zagrebačke četvrti koje se razlikuju po dominantnom tipu gradnje i starosti same gradske četvrti, odnosno godini formiranja. Kriteriji odabira vode se primjerom studije slučaja dvaju susjedstava u Sloveniji, u kojoj su Filipovič Hrast i Dolničar (2012.321-322) proučavale individualne karakteristike povezane s razvijanjem osjećajem zajednice unutar dvije četvrti u Ljubljani – Murgle i Fužine. Autorice su navedena susjedstva odabrale vodeći se sljedećim kriterijima: starost područja, komercijalna koncentracija, stambena stabilnost, bogatstvo zajednice, postotak došljaka te tip gradnje. Prvo odabrano susjedstvo, Murgle, izgrađeno je u tri faze u razdoblju od 1965. do 1988. godine. Gledajući tip gradnje, Murgle karakteriziraju jednokatne obiteljske kuće s vrtom. U toj četvrti nema visoke mobilnosti kao ni visoke komercijalne koncentracije (poput većeg izbora kafića,

trgovina i sličnih aktivnosti). U toj četvrti živi veći postotak stanovnika koji imaju viši dohodak pa se to smatra bogatom zajednicom, a u njoj stanuje manji postotak došljaka, odnosno onih koji nisu porijeklom iz Slovenije. S druge strane, u Fužinama prevladavaju stambene zgrade koje imaju od 3 do 12 katova. U susjedstvu je puno veća ponuda komercijalnih aktivnosti te je samo naselje veoma heterogeno. Ta heterogenost se očituje u višem postotku stanovnika koji rododom nisu iz Slovenije, kao i u većem broju kućanstava s nižim prihodima.

Prema spomenutim kriterijima, za potrebe ovog istraživanja odabrane su dvije zagrebačke četvrti: (1) jedna u kojoj prevladavaju samostojeće kuće, koje su građene početkom 20. stoljeća – Markuševac te (2) jedna u kojoj prevladavaju stambene višekatne zgrade i koja je planski izgrađena krajem prošlog stoljeća – Špansko. Kako bismo dobili uvid u osnovna obilježja četvrti, ali i stanovništva, u nastavku teksta prvo se pobliže predstavlja gradska četvrt Markuševac, a zatim i Špansko.

Na jugoistočnim obroncima Medvednice smjestilo se prvo odabrano naselje, Markuševac. Uz Šestine, Mlinove, Gračane i Vidovec dio je gradske četvrti Podsljeme. Prema podacima u Popisu stanovništva iz 2021. godine, gradska četvrt Podsljeme imala je 18. 974 stanovnika (DZS, 2021). Prema podacima na službenoj stranici Grada Zagreba, naselje Markuševac nekada se zvalo Sveti Šimun. Istoimena župna crkva jedna je od najstarijih u Zagrebačkoj nadbiskupiji, a dokaz tome pronalazi se u zaglavnom kamenu nad glavnim oltarom sadašnje crkve svetog Šimuna, gdje je uklesana 1476. godina. Također, u jednom starom popisu spominje se čak i 1276. godina. Ime Sveti Šimun promijenjeno je u Markuševac u 16. stoljeću, kada je velikaš Markusczy novačio stanovnike za kmetove u gospodarske i ratne svrhe. Te stanovnike počeli su nazivati Markusczevima, što je posljedično promijenilo ime naselja u Markuševac. Od starine su stanovnici tog podneblja, članovi siromašnog puka Župe svetog Šimuna i Jude Tadeja bili novačeni za radnu snagu i vojsku te su siromašno živjeli. Krajem 1949. Markuševac je pripojen Gradu Zagrebu, a 1952. godine postaje jedna od triju perifernih općina, uz Gračane i Šestine (Zagreb.hr). Prema podacima Gradskog ureda za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje ukupna površina na kojoj se Markuševac proteže iznosi 26,94 km<sup>2</sup>. U Markuševcu je 2021. godine zabilježeno ukupno 6.236 stanovnika, dok ih je 2011. godine bilo nešto malo više – 6.302. Od tog broja je muškog spola 2021. godine bilo 3.060, a 2011. taj broj iznosio je 3.076. U 2021. godini zabilježeno je 3.176 osoba ženskog spola, dok ih je 2011. bilo 3.226. Dakle, primjetan je nešto manji broj stanovnika u odnosu prema 2011. godini. Gledajući njihovu dobnu strukturu, primjećuje se kako su u ukupnom broju popisanog stanovništva 2021. godine bila 992 stanovnika mlađa od 15 godina,

3.927 stanovnika bilo je u dobnom rasponu od 15 do 64 godine te 1.317 starijih od 64 godine (Gradski ured za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje).



Slika 1. Prostorna jedinica Podsljeme

*Izvor: Podsljeme: Četvrti Grada Zagreba, Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj grada*

Od obrazovnih sadržaja dostupnih u četvrti izdvajaju se četiri gradska vrtića, od kojih je jedan centralni te tri područna, koja se nalaze u prenamijenjenim kućama ili stanovima. Također, ondje su i dvije osnovne škole – Osnovna škola Markuševec, u kojoj se nastava održava u dvije smjene te Područna škola Bačun, u kojoj se nastava održava u jednoj smijeni. Od obrazovnih ustanova toj se četvrti nalazi Dom zdravlja Markuševec te dva privatna Doma za starije i nemoćne osobe (ibid., 24-32). Također, ove godine otvorena je i podružnica Doma za starije osobe Dubrava, koji je u državnom vlasništvu<sup>6</sup>. Od sportskih objekata u Markuševcu se nalazi nogometno igralište Prigorac koje je otvorenog tipa. Od komunalne infrastrukture ističe se još groblje te poštanski ured. Zanimljivo je spomenuti kako u gradskoj četvrti Markuševec postoje četiri arheološka pojedinačna lokaliteta, koja spadaju u nepokretnu kulturnu baštinu te velika površina zaštićenih dijelova prirode od kojih su neki označeni kao posebni rezervati i značajni krajobrazi (ibid., 15-16). U studiji Zagreb za mene: Studij akupunktura grada prepoznata je potreba da se uredi Trg sv. Šimuna, koji je glavna točka okupljanja u Markuševcu, ali istovremeno i velik prometni problem. Građani su prepoznali

---

<sup>6</sup> [Otvorenje podružnice Markuševec | Dom za starije osobe Dubrava – Zagreb \(dom-dubrava.hr\)](http://dom-dubrava.hr)

potrebu za uređenjem javne pješačke površine, parkirnog kapaciteta te za sveobuhvatno boljim prometnim rješenjem tog križanja.



Slika 2. Potrebni sadržaji prema mišljenju stanovnika Markuševca

Izvor: ZAGREB ZA MENE: Studija akupunktura grada

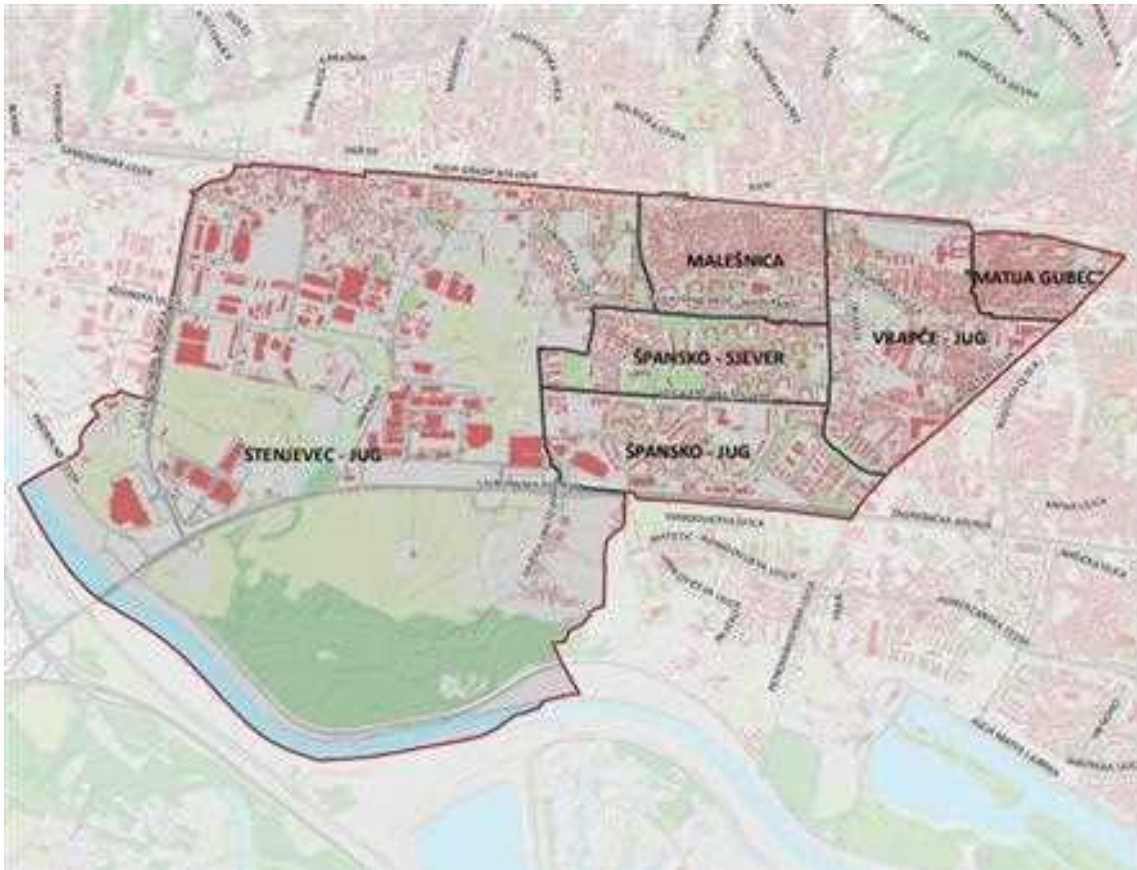
Drugo odabrano naselje, Špansko, administrativno je dio gradske četvrti Stenjevec, koja je prema Popisu stanovništva iz 2021. godine brojala 53. 862 stanovnika. Ta četvrt je 1857. godine sadržavala dva naselja - Stenjevec s 84 stanovnika i Špansko s njih 111. Izgradnjom željezničke pruge Zagreb - Zidani Most 1862. godine stvorili su se preduvjeti za intenzivnije naseljavanje tog područja. Krajem 19. stoljeća Špansko počinju naseljavati obitelji porijeklom iz Makedonije i Bugarske koje se bave vrtlarstvom te koje su svoje proizvode prodavali na tržnicama i time prehranjivali zapadni dio Zagreba. S brzim rastom industrije između Prvog i Drugog svjetskog rata, dio poljoprivrednog stanovništva počinje raditi u industriji. Zatim se stanovništvo u Španskom relativno sporo povećavalo te je prvi znatniji porast zabilježen 60-ih godina prošlog stoljeća kada se broj stanovnika utrostručuje. Izgled naselja Španskog mijenja se osamdesetih godina, kada počinje intenzivna stambena gradnja kojom ta četvrt počinje poprimati sadašnje urbane konture. Prema podacima Gradskog ureda za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje površina Španskog iznosila je 1,71

km<sup>27</sup>. Ukupan broj stanovnika 2021. godine iznosi 24.848, 2011. godine u Španskom je živio ukupno 24.241 stanovnik. Od tog broja 2021. godine bila su 11.603 muškarca, dok ih je 2011. bilo 11.484. Godine 2021. u Španskom živi 13.245 žena, a 2011. ondje je živjelo ukupno 12.757 žena. U ovom slučaju i suprotno od Markuševca, u Španskom se primjećuje nešto veći broj stanovnika 2021. nego 2011. godine. Promatrajući razdiobu po dobi u Španskom žive 4.142 osobe mlađe od 15 godina, 16.434 osobe u dobi od 15 do 64 godine te 4.272 osobe starije od 64 godine (Gradski ured za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje).

---

<sup>7</sup> Uključuje mjesne odbore Špansko – jug i Špansko – sjever





Slika 3. Prostorna jedinica Stenjevec

Izvor: Stenjevec: Četvrti Grada Zagreba, Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj grada

Od obrazovnih sadržaja u Španskom nalaze se dva centralna gradska vrtića te osam područnih koji djeluju u prenamijenim stanovima. Osim toga, unutar gradske četvrti nalaze se i dva privatna dječja vrtića. Također, u Španskom se nalaze tri osnovne škole i jedna umjetnička, u kojima se u dvije škole nastava održava u dvije smjene, a u druge dvije škole u jednoj smjeni. U naselju radi i jedan dom zdravlja te jedan privatni dom za starije i nemoćne. Od sportsko-rekreacijskih sadržaja ondje nalazimo jedan sportsko-rekreacijski centar, tri sportska igrališta otvorenog tipa te četiri zatvorenog tipa. Od kulturnih sadržaja unutar granica četvrti postoji samo gradska knjižnica. Što se tiče prometne infrastrukture, kroz glavne ulice naselja prolaze autobusne linije. Tramvaji ne voze kroz tu četvrt. Od komunalne infrastrukture ističe se gradska tržnica, dva uređena prostora za pse te poštanski ured. Od prostornih planova koji su na snazi pojavljuje se DPU stambenog naselja na lokaciji vojarne Špansko - Oranice sa mješovitom i pretežno stambenom namjenom. Od zaštićenih prostora unutar Španskog pronalazimo samo tri primjera parkovne arhitekture (ibid., 34-49). U već spomenutom istraživanju Zagreb za mene, prepoznata je potreba da se uredi zelene površine i igralište na Trgu Ivana Kukuljevića, koji je povezan s gradskom tržnicom. Možemo uočiti

kako je upravo uređenje trga istaknuto kao najveća potreba i u Španskom i u Markuševcu. Kao glavno mjesto u kvartu, trg regulira društvenu interakciju među stanovnicima te koordinira njihove odnose (Čaldarović i Šarinić, 2015: 8). Navedena potreba stanovnika ovih gradskih četvrti može se povezati s Levijevim (2010:90-94) viđenjem kvartovskih centara kao središnjih mjesta koja služe kao orijentir pojedincima unutar uniformiranoga gradskog prostora putem kojih se stvaraju sjećanja i oblikuju društveni i osobni identitet.



Slika 4. Potrebni sadržaji prema mišljenju stanovnika Španskog

Izvor: ZAGREB ZA MENE: Studija akupunktura grada

Oba odabrana naselja posjeduju i Facebook grupe, koje su kreirali stanovnici tih četvrti. Kriteriji odabira Facebook grupa za analizu bili su sljedeći: (1) što veća brojnost članova grupe, (2) frekventnost dnevnih objava te (3) javnost i otvorenost grupe. U Markuševcu su prepoznate dvije pripadajuće Facebook grupe – Markuševac u srcu s 5.374 člana te Zakaj volim Markuševac sa 725 članova. Grupa Markuševac u srcu zadovoljila je sva tri kriterija te je odabrana za analizu, a grupa Zakaj volim Markuševac nije zadovoljila kriterij brojnosti članova. U Španskom nalazimo četiri Facebook grupe – Zakaj volim Špansko s 29.728 članova, Špansko MOJ kvart s 4.900 članova, ŠPANSKO – Mali oglasnik – Oglasna ploča sa 7.300 članova te Špansko MOJ kvart – Oglasi s 1.800 članova. Situacija je u ovom slučaju nešto složenija nego u prethodnom zbog veće mogućnosti odabira. No, uvidom u strukturu grupa



dvije posljednje spomenute grupe uklonjene su iz odabira jer tematski ne odgovaraju istraživačkoj temi. Od preostalih dviju grupa za analizu je odabrana Zakaj volim Špansko prema prvom spomenutom kriteriju što veće brojnosti članova grupe i frekvencije dnevnih objava. Iz tog razloga u nastavku će biti prikazane osnovne karakteristike dviju odabranih grupa: Zakaj volim Špansko te Markuševec u srcu.

#### 4.2.1. Odabrane Facebook grupe susjedstva

##### 4.2.1.1. Zakaj volim Špansko

Pripadajuća grupa gradske četvrti Špansko na Facebooku komunicira pod imenom Zakaj volim Špansko. Grupa je osnovana 25. 4. 2014. godine te je po tipu javna s funkcijom vidljivosti. Ti podatci mogu se pronaći unutar Facebookova Centra za pomoć gdje se navodi: „Objave na stranicama Facebook ili u javnim grupama javni su prostori.“ Dakle, sav sadržaj objavljen u grupi vidljiv je svim članovima Facebooka, ali i unutar cijelog internetskog prostora. Kako navode Franz i suradnici (2019) u svom radu *Using Facebook for Qualitative Research: A Brief Primer* za potrebe aktivnih i pasivnih analiza sadržaja podatci na Facebooku mogu se prikupiti s javnih stranica i grupa te društvene mreže. Nadalje grupa bilježi 29.728 članova te formalno ima dva administratora, no drugi administrator zadužen je samo za tehničku podršku, a moderiranje sadržaja obavlja jedan administrator. Od navedenog broja članova ističe se 998 takozvanih „suradnika grupe“ (engl. *group contributors*) odnosno onih članova koji najviše pridonose stvaranju sadržaja unutar grupe. Svaki član uz ime ima i pripadajući broj bodova dobivenih na temelju aktivnosti, pa tako najveći broj bodova ima administrator: 9910 bodova, nakon kojeg slijede najaktivniji članovi grupe (8165, 7906, 7624...) dok su na posljednjem mjestu stoje članovi sa 138 bodova.

##### 4.2.1.2. Markuševec u srcu

Pripadajuća grupa promatrane gradske četvrti na Facebooku se zove „Markuševec u srcu“ te broji 5.374 članova. Grupa je kreirana 30. 11. 2010. godine te je po tipu javna s funkcijom vidljivosti, odnosno komunikacija unutar grupe dostupna je svima. Grupa ima jednog administratora te dva moderatora, od kojih jedan aktivno obavlja svoju funkciju. Od ukupnog

broja članova, ističe se 250 „suradnika grupe“, od kojih moderatorica ima najviši broj bodova 6.277. Slijede najaktivniji članovi grupe (3.822, 3.551, 2.030...) dok su na kraju tog popisa članovi koji imaju od 2 do 18 bodova. Za razliku od grupe Zakaj volim Špansko, obilježje joj je i da su tzv. „razgovori u zajednici“ (engl. *community chats*) nešto privatniji, zatim da su vidljivi svim članovima grupe te da okupljaju zainteresirane članove u Messenger grupnim razgovorima u realnom vremenu. Navedene razgovore kreiraju administratori i moderatori, koji određuju njihove teme, mogu ih izbrisati, maknuti članove te u konačnici isključiti i navedenu funkciju u grupi. Tijekom istraživanja unutar grupe postojale su tri vrste komunikacije: 1) opći razgovor, 2) informacije te 3) markuševčki cajti. Osnovna obilježja svake odabrane grupe prikazana su u nastavku u Tablici 1.

| Naziv FB grupe susjedstva | Godina osnutka grupe | Tip grupe | Vidljivost grupe    | Ukupni broj članova (ljetno 2023) | Suradnici grupe (engl. Group contributors) | Razgovori u zajednici (engl. Community chats) | Broj obrađeni h objava |
|---------------------------|----------------------|-----------|---------------------|-----------------------------------|--|---|------------------------|
| Zakaj volim Špansko       | 25.4. 2014.          | Javna     | Vidljivo / otvoreno | 29.728                            | 998  | 0   | 47<br>0                |
| Markuševac u srcu         | 30.11. 2010.         | Javna     | Vidljivo / otvoreno | 5.374                             | 250  | 3   | 42<br>7                |

Tablica 1. Prikaz osnovnih obilježja odabranih Facebook grupa

### 4.3. Prikupljanje podataka

#### 4.3.1. Prva faza: kvalitativna metodologija – analiza sadržaja i polustrukturirani intervjui

U prvoj fazi istraživanja koristile su se dvije metode iz kvalitativne metodologije: analiza sadržaja te polustrukturirani intervjui. Jarvinen i Mik-Meyer (2020:3-4) svrhu korištenja kvalitativne metodologije vide se u njejoj mogućnosti da otkrije i pruži bolje razumijevanje značenja proučavanog fenomena. To se postiže usmjeravanjem na proces unutar kojeg se postavljaju pitanja *kako* i *što* prije nego *zašto*. S obzirom na postavljene ciljeve istraživanja i pripadajuću kombinaciju metodologija, istraživačica je kvalitativnu metodologiju odabrala upravo zato da dobije dublji uvid i postigne bolje razumijevanje proučavane pojave. Kako bi se bolje pripremila kvantitativna faza istraživanja, istraživačica je

počela sa analizom sadržaja odabranih Facebook grupa, nakon čega je obavila polustrukturirane intervju sa administratorima i moderatoricom.

Analiza sadržaja predstavlja vrstu metodologije koja se primarno koristi za proučavanje prikaza vijesti (Krippendorff i Bock, 2009:3). Sama analiza uključuje razvoj i korištenje različitih okvira kodiranja s ciljem kategorizacije glavnih obilježja. Vodeći se prijedlogom procedure za provedbu analize sadržaja, koje su predstavili Krippendorff i Bock (2009), a koje je istraživačica prilagodila kontekstu istraživanja koraci u analizi sadržaja bili su sljedeći: (1) Najprije se postavilo istraživačko pitanje koje će se testirati, a kojih je u ovom slučaju bilo tri. (2) Zatim se odredilo što će se analizirati – u ovom istraživanju to su bile objave članova na stranicama odabranih Facebook grupa susjedstva. (3) Sljedeći korak odnosio se na definiranje varijabli koje su ključne za analizu i postavljanje kodnog okvira – unutar ovog koraka odabrane su ključne riječi temeljene na prethodnoj empirijskoj građi i istraživačkim ciljevima. (4) Nakon toga je slijedilo kodiranje podataka putem programa za analizu kvalitativnih podataka Nvivo 14. (5) Završno se interpretiraju podatci i piše se disertacija. Kako navode Altheide i Schneider (2012:9), analiza sadržaja može se podijeliti također na: (1) kvantitativnu te (2) kvalitativnu analizu, što ponajviše ovisi o složenosti značenja istraživanih materijala. Kvantitativna analiza sadržaja može se primijeniti za provedbu nešto dubljih analiza kada se proučava sadržaj s manifestnim značenjem, a kvalitativna se primjenjuje kada je potrebno u obzir uzeti širi kontekst zbog mogućih višeznačnosti istraživanih materijala. S obzirom na ciljeve analize sadržaja, koji su postavljeni u kontekstu ove disertacije, koristila se kombinacija kvalitativne i kvantitativne analize sadržaja. Kvantitativni pristup koristio se za prikaz i usporedbu frekvencije pojavljivanja pojedinih tema unutar grupa, a kvalitativnim pristupom objašnjeni su pojedini uvidi, koji bez detaljnijeg opisa i šireg konteksta ne bi bili dovoljno jasni.

Uz različite pristupe u analizi sadržaja, postoje i različite vrste podataka koji se prikupljaju. Jasno je iz prethodno navedenog kako se u ovoj analizi sadržaja upotrebljavaju tzv. virtualni podatci. Marotzki i suradnici (2013: 450) pod virtualnim podacima smatraju sve podatke generirane u kiber-prostoru koji su prikupljeni za istraživačke svrhe. Naime, unutar kiber-prostora prepoznaju se složeni načini društvenih interakcija kojima se ne može pristupiti tradicionalnim istraživačkim metodama, nego zahtijevaju promjenu ili razvitak novih metoda. Virtualni podatci u kiber-prostoru dijele se na dva glavna oblika: (1) statične – koji nisu proizvedeni u interakciji korisnika te ostaju nepromijenjeni i dugoročno dostupni te (2) dinamične – koji nastaju te se mijenjaju interakcijom korisnika, a obuhvaćaju upravo podatke

s društvenih mreža koji su obuhvaćeni ovom analizom sadržaja. Za statične podatke često već postoje baze podataka kojima s istraživač može koristiti te ih onda za potrebe istraživanja filtrirati i sortirati. Taj element arhiviranja dinamičkih podataka nije uvijek ostvarljiv. Naime, za dinamičke podatke u nekim se situacijama mogu upotrijebiti alati za pohranu izvora, no ponekad su ti podatci kratkoročnog karaktera, odnosno može im se pristupiti u određenom vremenu, nakon kojeg oni nestaju (ibid.). Kada se kvalitativne istraživačke metode provode na društvenim mrežama, prepoznamo tri glavna pristupa: (1) aktivnu analizu – istraživač aktivno sudjeluje u komunikaciji s članovima mreže, (2) pasivnu – istraživač proučava stvorene informacijske modele ili interakciju među članovima mreže te (3) samoidentificiranje s istraživanjem – mreža se koristi kao regrutacijski alat u svrhu provođenja intervjua, fokus grupa ili anketnog istraživanja (Franz i sur., 2019). U ovoj doktorskoj disertaciji koristio se pasivni pristup kvalitativne analize sadržaja dviju odabranih Facebook grupa – Zakaj volim Španjolsku i Markuševec u srcu. S obzirom na to da je riječ o internetskim grupama na društvenoj mreži, podatci su po vrsti bili dinamične prirode. Franz i suradnici (2019) raspoznali su tri tipa tekstualnih podataka generiranih od korisnika internetske društvene mreže Facebook: (1) objave, (2) komentari te (3) poruke. Navode kako sva tri tipa mogu biti popraćena fotografijama, videozapisima ili emotikonima. U ovom slučaju, analiza sadržaja provodila se samo na objavama unutar Facebook grupa koje su, s obzirom na GDPR regulativu i pravila Facebooka o zaštiti osobnih podataka, otvorenog tipa i javne. Budući da je riječ o dinamičnoj društvenoj mreži koja učestalo mijenja algoritme te nije moguće predvidjeti buduće promjene, svi podatci ekstrahirani su ručno tijekom 2022. godine nekoliko puta kako bi se prikupilo što više sadržaja, koji u određenom trenutku promjene algoritma nisu bili vidljivi. Istraživačica se koristila alatom pretraživanja dostupnim unutar grupe te je upotrebljavajući ključne riječi pronašla sve u tom trenutku dostupne objave, a koje su kreirane od 2019. do 2021. godine. Odabir ključnih riječi polazio je iz dvaju izvora: (1) postavljenih ciljeva za analizu sadržaja te (2) prethodno dobivenih nalaza empirijskih istraživanja provedenih na uzorcima drugih Facebook grupa susjedstva (De Maulenaera i suradnici, 2020 i Afzalan i Evans-Cowley, 2015). Na taj način pokušalo se obuhvatiti što više relevantnih ključnih riječi koje, između ostalog, povlače i više objava. Sve ključne riječi upotrijebljene u analizi prikazane su u nastavku na slici 5.

|             |           |             |
|-------------|-----------|-------------|
| 2019.       | Događaj   | Potres      |
| 2020.       | Problem   | Koronavirus |
| 2021.       | Obavijest | Izgubljeno  |
| Zahtjev     | Novost    | Nadeno      |
| Informacija | Prodaja   | Vijest      |
| Usluga      | Pomoć     | Susjedstvo  |

Slika 5. Ključne riječi upotrijebljene u analizi sadržaja

Nakon što se tekstualni sadržaj ekstrahirao iz grupe u Microsoft Word dokument, kreirane su tablice koje su uključivale tekst objave, datum i godinu. Iz Facebook grupe Zakaj volim Španisko izdvojeno je 470 objava iz razdoblja od 2019. do 2021. godine. Iz druge analizirane Facebook grupe Markuševac u srcu izvučeno je 427 objava iz vremena od 2019. do 2021. godine. A dokument nije uključivao: informacije ili osobne podatke o pojedincu koji je kreirao tu objavu te informacije o onima koji su na neki način reagirali na nju. Word dokument u tom obliku učitao se u program za analizu kvalitativnih podataka Nvivo 14, u kojem je odrađeno kodiranje kao i sva popratna analiza.

Sljedeći korak unutar prve faze istraživanja bio je obavljanje polustrukturiranih intervjua na namjernom uzorku koji su činili administratori i moderatori navedenih grupa. U ovoj fazi cilj je bio dobiti dodatni uvid u proučavanu pojavu sa stajališta pojedinaca koji upravljaju sadržajem i koji su ujedeno osnovali navedene grupe. Primjenom polustrukturiranog intervjua omogućuje se dobivanje informacija koje istraživač nije predvidio, a koje mogu biti od velike važnosti za proučavani fenomen (Creswell, 2009:10). Njime se također stvaraju očekivanja da istraživač otkrije nove teme tijekom provedbe intervjua te se pretpostavlja da su sugovornici sposobni proučavani sadržaj percipirati iz više

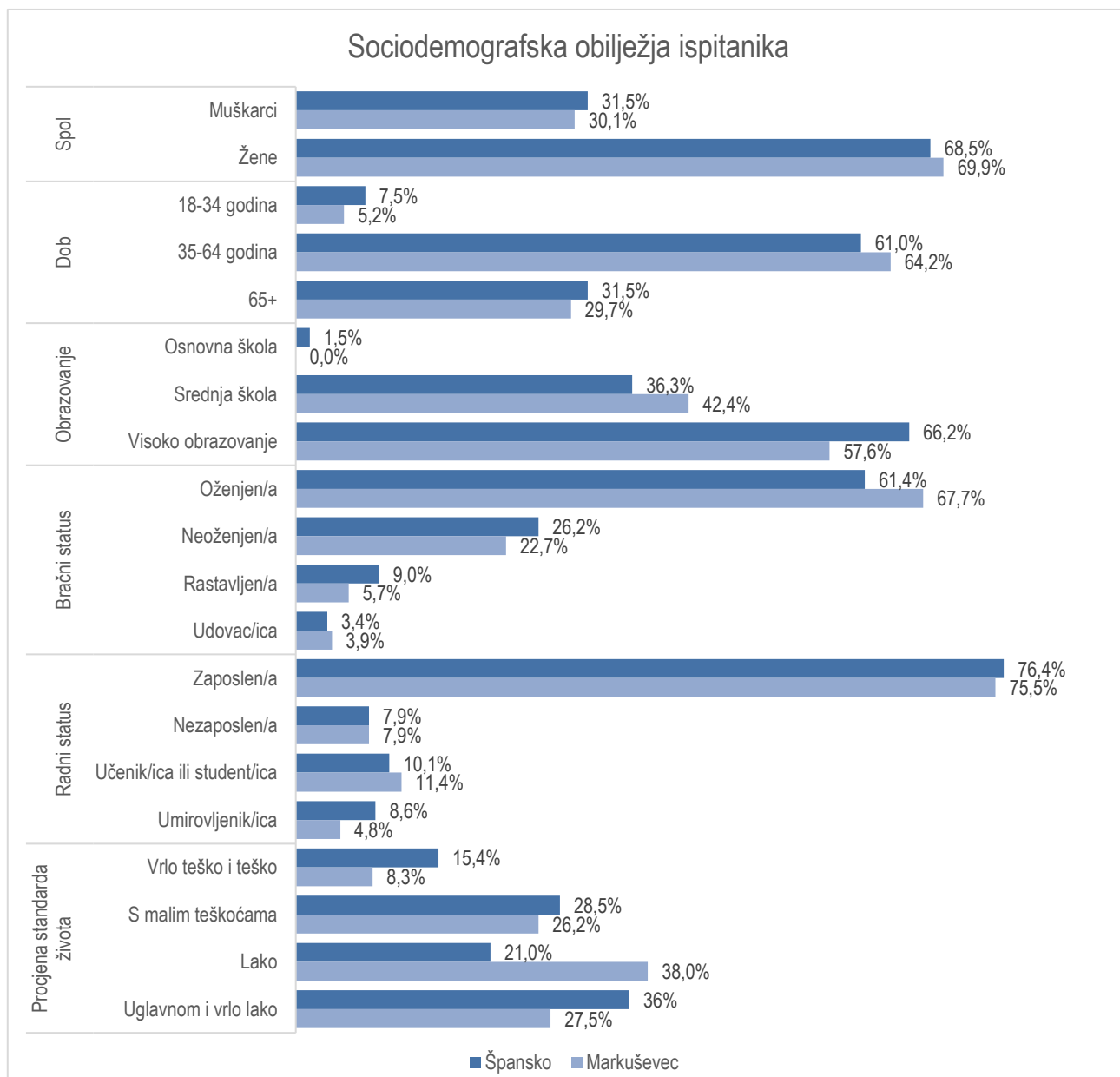
uglova (Berg, 2001: 70). S obzirom na to da se istraživanje usmjerilo na dvije Facebook grupe susjedstva, odrađena su tri intervjua u svibnju 2022. godine, od kojih su dva bila s administratorima, a treći s moderatoricom. Unutar jedne grupe aktivno surađuju administrator i moderatorica te oni vode brigu o dinamici objava u grupi, prihvaćanju zahtjeva kao i o moderiranju rasprava. Druga odabrana grupa ima samo administratora, koji samostalno obavlja sav posao u grupi te smatra kako mu pomoć moderatora nije potrebna. Svi intervjui odrađeni su licem-u-lice na javnim mjestima prema odabiru sugovornika. Prije samog početka intervjua sugovornici su obaviješteni o svrsi i cilju istraživanja te su bili zamoljeni da potpišu pristanak o sudjelovanju u istraživanju. Jedna kopija ostala je njima, a drugu kopiju arhivirala je istraživačica. Razgovori su bili zvučno snimani mobitelom, za što je istraživačica dobila usmeni pristanak sugovornika. Pitanja koja su se obrađivala kroz intervjue ticala su se: (1) iskustva ispitanika o životu u susjedstvu, (2) opisa susjedstva u kojem žive, (3) načina dolaska do informacija o događajima u susjedstvu, (4) motivacije za osnivanje grupe, (5) utjecaja pandemije bolesti COVID-19 na grupu, (6) utjecaja potresa na grupu, (7) iniciranja akcija preko grupe te (8) viđenja budućnosti grupe susjedstva koju vode. Intervjui su trajali oko 45 minuta, transkribirani su i zatim kodirani putem programa NVivo 14.

Kombinacija analize sadržaja i metode intervjua stoga se koristila kao način upoznavanja s kontekstom teme, što je istraživačica smatrala nužnim za odabir relevantnih istraživačkih instrumenata i njihovo prilagođavanje u slučaju potrebe. Taj pristup provodio se s ciljem da se anketnim upitnikom prikupe informacije relevantne za razumijevanje istraživane pojave.

#### 4.3.2. *Druga faza: kvantitativno istraživanje – metoda ankete*

Kvantitativni dio istraživanja obuhvaćao je korištenje metode online ankete. Anketno istraživanje provedeno je na ciljanoj populaciji članova dviju odabranih Facebook grupa. Takvim pristupom omogućilo se sudjelovanje u istraživanju svim članovima grupa. Poveznica na *google forms* anketni upitnik, s objašnjenjem teme i svrhe istraživanja, objavljena je u grupi uz prethodnu najavu administratorima jer sve objave u objema grupama moraju one prethodno odobriti. Poziv na sudjelovanje u istraživanju ponovio se još dva puta s vremenskim razmakom od nekoliko tjedana. Administratori su pokazali dodatni trud na način da su pri drugom pozivu istraživačice objavu stavile u istaknute obavijesti unutar grupe kako bi je vidjelo što više članova. Istraživanje je provedeno od svibnja do listopada 2022. godine te

je u njemu sudjelovalo ukupno 496 ispitanika, od kojih je 267 bilo iz gradske četvrti Špansko, a 229 iz gradske četvrti Markuševac. Sociodemografska obilježja ispitanika prikazana su u nastavku na slici 6.



Slika 6. Osnovna sociodemografska obilježja ispitanika Facebook grupa

Anketni upitnik sastojao se od 34 pitanja podijeljenih u tri glavna tematska bloka. U prvom bloku postavljeno je 11 pitanja o fizičkom susjedstvu, podijeljenih na sljedeće cjeline: zadovoljstvo susjedstvom (generalno i zasebnim elementima), osjećaj povezanosti s mjestom,

percipirana razina neformalne socijalne kontrole, percipiran osjećaj sigurnosti u susjedstvu, participacija u aktivnostima zajednice te zainteresiranost o događajima unutar susjedstva. U drugom bloku bilo je devet pitanja o virtualnoj dimenziji susjedstva, podijeljenih na sadržaje o: vremenu članstva u Facebook grupi susjedstva, svrsi korištenja Facebook grupe, usposredbi u korištenju grupe s obzirom na pojavu pandemije koronavirusa, percepciji socijalnog kapitala unutar Facebook grupe, procjeni vremena provedenog na Facebooku, procjeni ukupnog broja prijatelja na Facebooku te o svrsi korištenja Facebooka. U trećem bloku nalazilo se 14 sociomografskih pitanja, koja su obuhvaćala sljedeće elemente: spol, godinu rođenja, mjesto rođenja, vrijeme stanovanja u susjedstvu, broj generacija u susjedstvu, doživljavaju li se ispitanici kao domaći ili kao došljaci, vrsta objekta u kojem se živi, migracijske aspiracije, radni i bračni status, razina obrazovanja, broj članova kućanstva te procjena životnog standarda. Detaljniji uvid u primijenjene instrumente prikazan je u nastavku putem operacionalizacije glavnih konstrukata upotrijebljenih u istraživanju.

#### **4.4. Operacionalizacija glavnih koncepata**

Prije negoli se počnu predstavljati deskriptivni pokazatelji i rezultati regresijske analize bitno je detaljnije prikazati kako se pristupilo operacionalizaciji osnovnih koncepata koji su korišteni u provođenju kompleksnijih statističkih analiza.

##### *4.4.1. Percipirana pripadnost susjedstvu*

Razine percipirane pripadnosti susjedstvu mjerila se putem prilagođenog instrumenta preuzetog od Mišetić (2006:34), koja je u svojem istraživanju povezanost s mjestom mjerila putem četiriju dimenzija. I ona je zbog specifičnosti predmeta istraživanja, prilagodila i spojila dimenzije topološkog identiteta, koji je postavio Felonne (2004:47) i uvjetovanog odnosa, koji su primijenili Williams i Vaske (2003:835). Time Mišetić povezanost s mjestom mjeri pomoću četiri dimenzije. Prva dimenzija odnosi se na općenitu povezanost s mjestom te obuhvaća čestice: (1) Ovdje mogu živjeti kako mi najviše odgovara i (2) Siguran sam da ću ostati / zadržati se u ovom susjedstvu. Druga dimenzija odnosi se na poistovjećivanje s mjestom: (3) Mnogo toga u ovom susjedstvu dio je moje osobne prošlosti, (4) Ovo susjedstvo kao da je dio mene. Treća dimenzija obuhvaća vanjsko vrednovanje mjesta te je mjereno putem: (5) Načina života ovdašnjih ljudi, kakav se ne može naći nigdje drugdje, (6) Ovo susjedstvo smatra se prestižnim/elitnim. Zadnja dimenzija obuhvaća spremnost na vlastito ulaganje te je ono



mjereno pomoću triju čestica, a u ovome istraživanju pomoću dviju: (7) Spreman sam uložiti dio svog vremena i napora za dobrobit ovog susjedstva (volontirati u aktivnostima) te (8) Spreman sam dati i nešto novca za dobrobit ovog susjedstva. Sve čestice mjerene su Likertovom skalom od 1 do 5, na kojoj 1 označava *nimalo se ne slažem*, a 5 označava *potpuno se slažem*. Provedena je analiza glavnih komponenti uz korištenje rotacije varimaks popraćene Kaiserovom normalizacijom. Detektirana je dvofaktorska struktura, koja objašnjava ukupno 64,69 % varijance<sup>8</sup>. Prvi faktor obuhvatio je obje čestice iz dimenzije povezanosti s mjestom, obje čestice iz dimenzije poistovjećivanja s mjestom te jednu iz dimenzije vanjskog vrednovanja mjesta koja glasi: „Način života ovdašnjih ljudi ne može se naći nigdje drugdje.“ Sve čestice imale su visoku saturaciju, koja se kretala u rasponu od 0,6 do 0,8. Navedene čestice mogu se opisati pojmom emocionalne pripadnosti susjedstvu jer opisuju odnos unutar kojeg mjesto podržava osobni identitet pojedinca. Drugi faktor obuhvatio je obje čestice iz dimenzije spremnosti na ulaganje sa saturacijom višom od 0,8 te jednu česticu iz vanjskog vrednovanja mjesta: „Ovo susjedstvo smatra se prestižnim/elitnim.“ Druga varijabla nazvana je funkcionalna pripadnost susjedstvu jer obuhvaća čestice koje se odnose na zadovoljenje fizičkih i psiholoških potreba te na praćenje životnog stila (Jelić i Löw Stanić, 2014:152). U nastavku analize koristile su se središnje vrijednosti dobivenih čestica prikazanih pomoću spomenutih dviju varijabli Cronbach  $\alpha$  koeficijent za prvi faktor iznosio je .844, a za drugi .687.

#### 4.4.2. Kolektivna efikasnost

Iako je kolektivna efikasnost termin iz psihološke literature, Sampson i suradnici (1997:919) odvojili su ga od konteksta malih grupa i smjestili u kontekst zajednica i susjedstva. Za njih je kolektivna efikasnost spremnost lokalnog stanovništva da intervenira kako bi se postiglo zajedničko dobro te se ona temelji na zajedničkom povjerenju i solidarnosti. U novije vrijeme sve se više promatra efekt kolektivne efikasnosti u različitim procesima u zajednici, a jedan od njih osobito privlači pozornost – razina kriminala ili sigurnosti u susjedstvu (Hipp i Wo, 2015: 169). Raznolikost pristupa ovom konceptu primjećuje se pri njegovoj konceptualizaciji i operacionalizaciji. Iako su Sampson i suradnici (1997) kolektivnu efikasnost promatrali kroz prizmu socijalne kohezije i neformalne socijalne kontrole, u novije vrijeme pojavljuju se empirijski dokazi kako su ta dva konstrukta odvojena i nisu nužno povezana,

---

<sup>8</sup> KMO test adekvatnosti uzorkovanja iznosio je 0.80, što govori o kredibilnoj korelaciji između varijabli. Bartlettov test sfernosti pokazuje da je korelacija između varijabli statistički značajna (sig. <  $\alpha$ ).

kako su autori predvidjeli (Horne,2004; Zhang i sur., 2002; Wickes i sur.,2013). Burchfield (2009) je pri mjerenju kolektivne efikasnosti koristio koncept privrženosti mjestu i neformalnu socijalnu kontrolu te je zaključio kako među njima postoji snažna veza. Lindland i suradnici (2012:128) također su to potvrdili. Naime, zamijetili su sličnost između mjernih instrumenata socijalne kohezije i osjećaja privrženosti mjestu u smislu da mjere isti prikriveni koncept. Steenbeek i Hip (2011) kolektivnu efikasnost u longitudinalnom istraživanju mjerili su postavljajući samo jedno pitanje o spremnosti stanovnika da sudjeluju u stvaranju boljeg susjedstva. Ono što su prethodna istraživanja zanemarivala, a što se pokazuje kao sve važnije jest odnos između kolektivne efikasnosti i razine kriminala u susjedstvu. St. Jean (2007:211) zagovarao je tezu kako susjedstva s niskom razinom kriminala pokazuju višu razinu spremnosti na intervenciju, odnosno višu razinu neformalne socijalne kontrole. Na tragu rečenog, kolektivna efikasnost se u ovom istraživanju mjeri na temelju dviju dimenzija: (1) pomoću percipirane neformalne socijalne kontrole te kroz (2) percipiran osjećaj sigurnosti u susjedstvu. Polazi se od pretpostavke kako susjedstva koja pokazuju višu razinu neformalne socijalne kontrole ujedno ostvaruju i višu razinu percipirane sigurnosti. Neformalna socijalna kontrola mjerila se skalom od triju čestica preuzetom od Lindblad i suradnika (2012:128). Od ispitanika se tražilo da procijene u kojoj mjeri smatraju da bi njihovi susjedi intervenirali u sljedećim situacijama: (1) da se dogodi fizički sukob u blizini njihove zgrade/kuće, (2) da djeca/mladi iskazuju nepoštovanje prema starijima, (3) da djeca/mladi crtaju grafite na obližnjoj zgradi. Sve čestice mjerene su Likertovom skale od 1 do 5, na kojoj 1 označava *sigurno ne bi*, a 5 označava *sigurno bi*. Percipiran osjećaj sigurnosti u susjedstvu mjerio se putem čestica: (1) U ovom susjedstvu netko namjerno oštećuje tuđu imovinu (prozore, automobile, ulične svjetiljke, kante za otpad i sl.). (2) U mom susjedstvu mogu se sresti opasne osobe. (3) U ovom susjedstvu često se čuje glasna muzika, vika ili svađa. (4) U mom susjedstvu ima ljudi koji prodaju drogu. U idućem koraku provela se analiza glavnih komponenti uz korištenje rotacije varimaks. Detektirana je dvofaktorska struktura koja objašnjava 66,92 % ukupne varijance<sup>9</sup>. Prvi faktor obuhvatio je čestice vezane za neformalnu socijalnu kontrolu te su sve visoko korelirale s faktorom (0,8). Drugi faktor obuhvatio je preostale tri čestice vezane za osjećaj sigurnosti u susjedstvu te su također sve čestice pokazale korelaciju veću od 0,7 što u konačnici sugerira dobro definiranu faktorsku strukturu. U nastavku analize koristile su se središnje

---

<sup>9</sup> KMO test adekvatnosti uzorkovanja iznosio je 0,74, što govori o osrednjoj korelaciji među varijablama. Bartlettov test sfernosti pokazuje da je korelacija među varijablama statistički značajna (sig. <  $\alpha$ ).

vrijednosti dobivenih čestica prikazane kroz dvije varijable. Cronbach  $\alpha$  koeficijent za prvi faktor iznosio je .765, a za drugi .746.

#### 4.4.3. Participacija

Za mjerenje participacije u procesu planiranja razvoja susjedstva korišten je instrument preuzet od Miletića i suradnika (2017:313), koji se razvio iz instrumenta kojim su Cicognani i suradnici (2008) mjerili društvenu participaciju. U taj instrument uvršteno je i jedno pitanje o angažiranosti u aktivnostima u korist zajednice preuzeto od Miletića i suradnika (2015: 224). Stoga, participacija u ovom istraživanju mjerila se pomoću sljedećih čestica: (1) Jeste li sudjelovali u nekoj akciji kojoj je cilj bio poboljšati uvjete življenja u Vašem susjedstvu? (2) Jeste li potpisali neku peticiju (fizički ili online) kojom se htjelo potaknuti neke promjene u Vašem susjedstvu? (3) Jeste li slali pismo, poruku, dopis ili pak uputili telefonski poziv kojim ste htjeli potaknuti neke promjene u Vašem susjedstvu? (4) Jeste li komentirali ili razgovarali osobno s nekim o problemima koji utječu na kvalitetu življenja u Vašem susjedstvu? (5) Jeste li bili na javnom skupu kojim se htjelo potaknuti neke promjene u Vašem susjedstvu? Sudjelovanje u navedenim aktivnostima mjerilo se na skali od 1 do 3, gdje je 1 označavalo *nikada*, 2 *jesam jedanput*, a 3 *jesam, više puta*. Analizom glavnih komponenti određena je monofaktorska struktura kojom je objašnjeno 53,293 % ukupne varijance<sup>10</sup>. Saturacija vrijednosti kretala se između 0,69 i 0,75 što sugerira dobro definiranu faktorsku strukturu. U nastavku analize kao jedinstven pokazatelj participacije koristi se aritmetička sredina vrijednosti navedenih čestica. Cronbach  $\alpha$  koeficijent je iznosio .778 što je prihvatljiva razina pouzdanosti skale.

#### 4.4.4. Virtualna dimenzija susjedstva – korištenje Facebook grupe

Iako je upotreba internetskih društvenih mreža u sve većem porastu, i dalje nedostaje odgovor na pitanje kako i zašto pojedinci koriste internetske društvene mreže. Kao polazišna točka pri rješavanju navedenog problema sve se više upotrebljava teorija koristi i zadovoljstva (Karnik i sur., 2013:822). Navedena teorija polazi od triju pretpostavki: (1) Pojedinci koji se koriste određenom vrstom medija aktivni su korisnici. (2) Korisnici biraju vrstu medija prema vlastitom ponašanju usmjerenom na postizanje ciljeva i određenu svrhu. (3) Korisnici su svjesni vlastite motivacije za odabir određenog medija. Drugim riječima, korisnici aktivno i

---

<sup>10</sup> <sup>10</sup> KMO test adekvatnosti uzorkovanja iznosio je 0,76, što pokazuje osrednju korelaciju među varijablama. Bartlettov test sfernosti pokazuje da je korelacija među varijablama statistički značajna (sig. <  $\alpha$ ).

vlastitim odabirom biraju medijske kanale koje žele upotrijebiti te istovremeno vrednuju latentne dobrobiti i zadovoljstva koja proizlaze iz odabranog medija (Ha i sur., 2015:427). Kada se teorija koristi i zadovoljstva smjesti u kontekst društvenih mreža, pomoću nje otkriva se motivacija korisnika i dolazi do odgovora na pitanje zašto su internetske društvene mreže toliko popularne i koje potrebe korisnika one zadovoljavaju. Park i suradnici (2009:730) u svojem istraživanju motivacije članova Facebook grupa detektirali su četiri dimenzije: socijalizaciju, zabavu, traženje vlastitog statusa te potražnju za informacijama. Karnik i suradnici (2013: 823), vođeni njihovim spoznajama, otkrivaju slične dimenzije svrhe korištenja Facebook grupe: doprinos, otkrivanje, socijalna interakcija te zabava. Dholakia i suradnici (2004:252) motivaciju korisnika društvenih mreža sagledavaju putem percepcije vrijednosti, koja uključuje: svrsishodnu vrijednost, samootkrivanje, održavanje međupovezanosti, društveno poboljšanje te vrijednost razonode U ovom istraživanju i zbog specifičnosti konteksta Facebook grupa koje se istražuju, fokus se stavio na dimenziju svrsishodne vrijednosti. Navedena dimenzija u prethodnim empirijskim istraživanjima prepoznata je kao ključna u kontekstu Facebook grupa. Svrshodna dimenzija mjerila se prilagođenim skalama preuzetim od Dholakia i suradnika (2004) kao i od Karnika i suradnika (2013) te uključivala dimenzije potražnje za informacijama i/ili uslugama te doprinosa. Potražnja za informacijama i/ili uslugama mjerila se sa sljedećim česticama: (1) Da budete u toku sa zbivanjima u susjedstvu, (2) Da pronađete usluge ili proizvode dostupne unutar susjedstva. Doprinos se mjerio putem sljedeće dvije čestice: (1) Da podijelite informacije o aktualnostima i zbivanjima unutar susjedstva, (2) Da se požalite ostalim članovima grupe na određene situacije u susjedstvu. Navedene čestice uvode se u regresijsku analizu s ciljem nijansiranja razlika između grupa. Odnosno, ovim pristupom želi se prepoznati zasebni efekt tih čestica na svaku dimenziju uključenosti u zajednicu i na socijalni kapital koji je kreiran u virtualnoj dimenziji susjedstva.

Da bi se dobio potpuniji uvid u korištenje Facebook grupe susjedstva popratno su korištene dvije varijable. Prva se odnosila na trajanje članstva u Facebook grupi susjedstva te se ono mjerilo prema pitanju: *Od koje ste godine član/ica Facebook grupe svojeg susjedstva?* Dobivene godine koje su ispitanici upisivali posljedično su kodirane u tri kategorije: (1) Dulje od pet godina. (2) Kraće od pet godina. (3) Ne znam / ne mogu procijeniti. Druga varijabla odnosila se na procjenu učestalosti korištenja Facebooka te je preuzeta od Ellisona i suradnika (2007). Navedena varijabla odnosila se na samoprocjenu ispitanika o broju Facebook prijatelja te se navedeno mjerilo prema pitanju: *Koliko ukupno imate Facebook prijatelja (upisati procijenjeni*

broj)? Za potrebe analize dobiveni rezultati kodirali su se u tri kategorije: (1) do 200, (2) od 200 do 400 te (3) više od 400. Za potrebe regresijske analize napravila se dihotomizacija obje varijable te su kao referentne, odnosno bazne vrijednosti uzeti ispitanici koji su članovi Facebook grupe kraće od 5 godina te oni koji imaju manje od 400 Facebook prijatelja.

#### 4.4.5. Socijalni kapital u virtualnoj dimenziji susjedstva

Definiranje i konceptualizacija socijalnog kapitala u literaturi često se promatra na dva dominantna načina: (1) kao resurse te (2) kao ishode. No, kada je riječ o načinu mjerenja toga kapitala, pogotovo u kontekstu virtualnosti, i dalje ne postoji konsenzus u pristupu. Lin i Lu (2011) predložili su tri dimenzije pomoću kojih se on može mjeriti – društvene veze, povjerenje i zajedničke vrijednosti. Ellison (2007) je socijalni kapital promatrao kroz dvije dimenzije – povezujuću i premošćujuću, dok su Valenzuela, Park i Kee (2009) socijalni kapital mjerili samo sa stajališta povjerenja. Chang i Chuang (2011) proširili su dimenzije koje su predložili Lin i Lu (2011) te naveli šest konstrukata pomoću kojih se socijalni kapital može mjeriti, a odnose se na društvene veze, povjerenje, norme reciprociteta, identifikaciju, zajednički jezik i zajedničku viziju.

U ovom istraživanju socijalni kapital mjeri se kroz dvije dimenzije – strukturalnu i relacijsku. Strukturalnu dimenziju predstavljaju društvene veze koje označavaju jačinu odnosa članova grupe, količinu vremena i frekvenciju komunikacije među članovima Facebook grupe (Chiu i sur., 2006:1877). Na tragu rečenog društvene veze mjerile su se prilagođenim česticama iz instrumenta koje su primjenjivali Chi i suradnici (2006: 1879) te obuhvaćaju tvrdnje: (1) Održavam bliske odnose s nekim članovima ove Facebook grupe. (2) Neke članove ove Facebook grupe osobno poznajem. (3) Učestalo komuniciram s nekim članovima ove Facebook grupe. Relacijsku dimenziju predstavljaju povjerenje i reciprocitet. Povjerenje se u ovom slučaju odnosi na očekivanje pojedinca da će članovi virtualne zajednice pratiti određene vrijednosti, norme i principe (Chiu i sur., 2006:1877). Povjerenje se stoga mjerilo prilagođenim instrumentom koji su predstavili Lin i Lu (2011): (1) Ova Facebook grupa s entuzijazmom prepoznaje probleme članova. (2) Ova Facebook grupa pruža povjerljive informacije. (3) Generalno gledajući, vjerujem ovoj Facebook grupi. Norma reciprociteta prema Blau (1964:6) implicira kontigent radnji koje ovise o nagrađujućim reakcijama drugih, što bi u virtualnim zajednicama značilo da se međusobna razmjena informacija doživljava kao pravedna. Na tragu rečenog, instrument kojim su se služili Lin i Lu (2011) prilagođen je kontekstu te se

norma reciprociteta mjerila kroz sljedeće čestice: (1) Kada mi netko u ovoj Facebook grupi pomogne, osjećam da je pravilno da uzvratim pomoć kada je to potrebno. (2) Članovi ove Facebook grupe trebali bi vraćati usluge i pružiti pomoć zajednici kada je to potrebno. (3) Moje ponašanje potaknut će suradnju s drugim članovima u budućnosti. Sve čestice mjerene su putem Likertove skale od 1 do 5, na kojoj 1 označava *nimalo se ne slažem*, a 5 označava *potpuno se slažem*. Kako bi se odredila latentna struktura navedene skale, provedena je analiza glavnih komponenti uz korištenje rotacije varimaks i Kaiserove normalizacije. Dobiveni rezultati su pokazali postojanje dvofaktorske strukture, koja objašnjava 69,18 % ukupne varijance<sup>11</sup>. Prvi faktor činile su čestice koje se konceptualno odnose na društvene veze te su sve čestice imale saturaciju veću od 0,7 i 0,8. Drugi faktor činile su čestice koje se vežu za povjerenje i reciprocitet. Njihova saturacija kretala se u rasponu od 0,7 do 0,8. Sva faktorska opterećenja veća su od 0,7, što indicira dobro definiranu faktorsku strukturu. U nastavku analize koristile su se središnje vrijednosti navedenih čestica prikazane kroz dvije varijable – jednu koja se odnosi na društvene veze, odnosno strukturalnu dimenziju te jednu koja obuhvaća povjerenje i reciprocitet, odnosno relacijsku dimenziju socijalnog kapitala. Cronbach  $\alpha$  koeficijent prvog faktora iznosio je .880, a drugog .919 što, govori o izvrsnoj unutarnjoj pouzdanosti skale.

#### 4.4.6. Kontrolne varijable

Uz prethodno navedene varijable, u analizi su korištene i kontrolne varijable kako bi se izolirao njihov efekt na odnos između prediktorskih i kontrolne varijable. Ukupno se pojavljuje četiri kontrolne varijable; spol, dob, razina obrazovanja te percepcija sebe kao domaćim ili došljakom. Spol se mjerila putem dvije kategorije- muški i ženski spol a referentnu vrijednost u regresijskoj analizi čine osobe ženskog spola. Dob se mjerila putem otvorenog pitanja gdje su ispitanici upisali svoju godinu rođenja. Svi odgovori su potom kodirani u tri glavne kategorije: (1) 18-34, (2) 35-64, te (3) 65+. Razina obrazovanja mjerila se putem pitanja: *Molimo Vas da navedete najviši postignuti stupanj obrazovanja*. Pri tome su ponuđene tri kategorije: (1) osnovna škola, (2) srednja škola (strukovna, gimnazija, kv/vkv) te (3) visoko obrazovanje (viša škola, fakultet, sveučilišni studij, veleučilišta, visoke škole, poslijediplomski studij). Percepcija sebe kao domaćim ili došljakom mjerena je putem pitanja: *Smatrate li se domaćim ili došljakom?* Pri tome su ponuđena tri moguća odgovora: (1) Domaćim, (2) Došljakom te (3) Ne znam/ne mogu procijeniti. Pri tome je 70% ispitanika iz Markuševca i 58 % ispitanika

---

<sup>11</sup> KMO test adekvatnosti uzorkovanja iznosio je 0,88, što govori o kredibilnoj korelaciji među varijablama. Bartlettov test sfernosti pokazuje da je korelacija među varijablama statistički značajna (sig. <  $\alpha$ ).

iz Španskog iskazalo kako se smatraju domaćima. U Španskom se 31 % ispitanika izjasnilo kao došljak dok je u Markuševcu taj postotak nešto manji (22%). U obje grupe bilo je prisutnih i onih koji se nisu mogli smjestiti niti u jednu kategoriju pa je tako u Španskom neodlučnih bilo 11 % a u Markuševcu njih 8 %. Za potrebe regresijske analize napravila se dihotomizacija varijable pri čemu su oni neodlučni isključeni iz analize te došljaci postavljeni kao referentna, odnosno bazna vrijednost.

#### **4.5. Etički aspekti istraživanja**

Sve materijale korištene u provedbi istraživanja odobrilo je Etičko povjerenstvo Hrvatskog katoličkog sveučilišta. Niti u jednoj fazi istraživanja nisu se ciljano prikupljali osobni podatci ispitanika.

Istraživačica je raspolagala samo informacijama o identitetu sugovornika, koji su se u fazi provedbe intervjua, u skladu s etičkim načelima struke, zaštitili tako što su dajući odgovore pod pseudonimima bili anonimni.

Pri analizi sadržaja odabranih Facebook grupa istraživačica nije prikupljala osobne podatke o članovima grupe niti ih je na bilo koji način analizirala i interpretirala, jer to nije cilj spomenute faze istraživanja.

U fazi provedbe online ankete upitnik nije sadržavao socijalno osjetljiva pitanja te su od osobnih podataka prikupljani samo dob i spol ispitanika. Oni nisu bili promatrani niti analizirani na pojedinačnoj razini, nego su korišteni za statističke analize na razini cijelog uzorka. Istraživačica nije imala uvid u e-mail adrese niti osobne podatke ispitanika te se ni na koji način nije moglo rekonstruirati ili identificirati njihov identitet.

#### **4.6. Metodološka ograničenja**

U provedbi ovog istraživanja postoje tri metodološka ograničenja, koja je bitno istaknuti. Naime, zbog brojnih i čestih promjena unutar internetske društvene mreže Facebook nije bilo moguće koristiti alate za ekstrakciju podataka, poput NCapturea, koji se mogao primjenjivati u vrijeme pisanja nacрта ovog istraživanja i koji se planirao koristiti. Iz tog razloga

istraživačica je podatke morala ekstrahirati ručno na način koji je prethodno u tekstu objašnjen. Donedavno dostupni alati ukinuti su zato što je poduzeće Fort razvilo novi Researcher API. Navedeni API je u testnoj fazi od 2021. godine te, kako obavještavaju na službenim stranicama, bit će uskoro dostupan široj akademskoj zajednici.

Drugo metodološko ograničenje odnosi se na fazu intervjua. Naime, cilj korištenja ove metode bio je dobiti dodatni uvid od osoba koje su kreirale ili jednostavno moderiraju rasprave u grupama. Kako su za potrebe ove disertacije odabrane samo dvije grupe, time se ograničio i broj sugovornika. Iako se u jednoj grupi navodi da postoje administrator i moderator, u stvarnosti administrator radi sav posao, a moderator ne obavlja poslove vezane za grupu, nego administratoru služi samo kao osoba koja bi otklonila eventualne informatičke poteškoće. Prema obavijesti, u drugoj grupi postoje dva moderatora, a u stvarnosti radi samo jedan, koji uz administratora regulira dinamiku grupe. Kada bi se istraživanje ovog tipa provodilo na većem uzorku, moglo bi se obuhvatiti puno više administratora i moderatora te bi se detaljnije prikazala njihova ulogu u Facebook grupama pojedinih gradskih četvrti.

Treće metodološko ograničenje vezano je za kvantitativni dio istraživanja. Naime, podatci su prikupljeni putem online anketnog upitnika te su pristup imali članovi odabranih Facebook grupa. Kada bi se istraživanje proširilo na sve stanovnike određene gradske četvrti, obuhvatili bi se i oni stanovnici koji iz određenog razloga nisu članovi Facebook grupe. Time bi se dobili cjeloviti uvidi u sve navedene problematike i prednosti gradske četvrti kao i u lokalne društvene odnose. Drugo ograničenje u ovom kontekstu predstavljaju same Facebook grupe gradskih četvrti. Budući da su one organizirane pristupom odozdo (engl. bottom-up), nedostaje im formalna struktura i jasniji mehanizmi kontrole. To se ponajviše odnosi na kontrolu članova grupe, odnosno na mehanizam putem kojeg bi se potvrdilo da je član zaista stanovnik određene gradske četvrti. Često se u takvim grupama, osim stanara, nalaze i članovi koji su u prošlosti živjeli u toj četvrti ili imaju neku drugu korist od članstva, npr. oglašavanje ili pristup nekim informacijama. Da bi se na neki način iz analize uklonili ispitanici koji ne žive u odabranoj četvrti, u upitnik je uvršteno otvoreno pitanje koje je tražilo da ispitanici navedu od koje godine žive u Španskom / u Markuševcu. Svi ispitanici čiji su odgovori upućivali na to da ispitanici trenutačno ne žive u promatranom naselju izuzeti su iz daljnje analize.



## 5. REZULTATI KVALITATIVNOG DIJELA ISTRAŽIVANJA

U posljednjih desetak godina mnogi autori počinju primjećivati trend da se pojavljuju Facebook grupe koje povezuju stanare određenog lokaliteta, poput urbanih susjedstava. Te su grupe sastavljene “odozdo prema gore”, odnosno osnovali su ih stanari radi dijeljenja informacija i vijesti o susjedstvu, promoviranja događanja te radi obavještanja o aktualnim problemima unutar susjedstva (De Meulenaere i sur., 2020:399). Neka od prethodnih istraživanja o takvim susjedskim internetskim grupama pokazala su kako se one većinom koriste za 1) postavljanje pitanja i traženje usluga od drugih (zahtjevi za mobilizaciju) te za (2) dijeljenje informacija o susjedstvu (novosti). Upravo su te spoznaje iz prethodno spomenutih istraživanja bile poticaj da se postavi prvi cilj analize sadržaja; svojevrsna početna pozicija u analizi kojom se osigurava širi kontekst i koja pruža grublje konture za razumijevanje dinamike grupa. Stoga je prvi cilj bio dobiti uvid u strukturu objava odabranih Facebook grupa susjedstva. Odnosno, prvo istraživačko pitanje na koje će se u ovom poglavlju dati odgovor glasi:

*Koji se sadržaji i u kojoj mjeri pojavljuju unutar odabranih Facebook grupa susjedstva?*

S obzirom na to da je ovdje riječ o dvije grupe dviju zagrebačkih četvrti, rezultati analize sadržaja prikazivat će se za svaku grupu posebno. Autorica smatra kako takvim pristupom može puno jasnije i detaljnije odgovoriti na postavljeno istraživačko pitanje. Prvo će se prikazati rezultati za grupu Zakaj volim Špansko, a zatim za Markuševec u srcu.

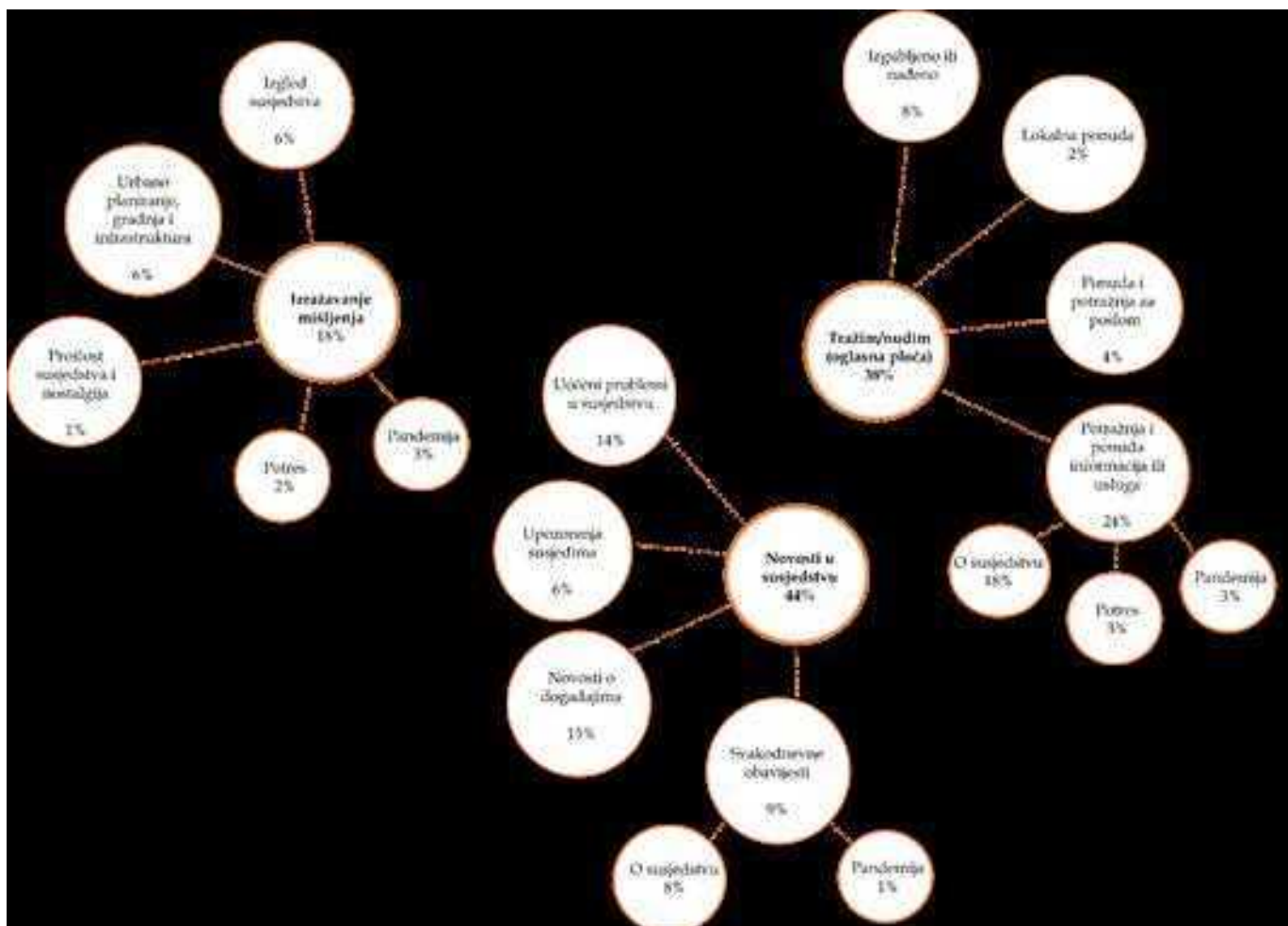
## 5.1. Analiza sadržaja grupe Zakaj volim Španско



Slika 7. Najfrekventnije riječi u analizi Facebook grupe Zakaj volim Španско

Prvi korak u analizi sadržaja Facebook grupe Zakaj volim Španско bio je kreirati tzv. „oblak riječi“ (engl. *word cloud*) u programu Nvivo 14, odnosno slikovito prikazati 100 najfrekventnijih riječi, što je vidljivo na slici 7. Uz to što prikazuje koje se riječi najčešće pojavljuju u objavama, oblak riječi u ovoj inicijalnoj fazi analize može poslužiti i za detektiranje mogućih tema. Kao što se iz slike može vidjeti, istaknute su tri godine koje su obuhvaćene analizom, uz naglasak na riječi poput „tražim“, „pomoć“, „sam“, „hvala“ i „molim“, prema čemu se može naslutiti karakter tema samih objava.

U idućem koraku tražile su se sve tema koje se provlače kroz prikupljene objave. Kao što se na slici 8 može vidjeti, identificirano je ukupno 14 tema, od kojih se neke pojavljuju češće, a neke rjeđe. S obzirom na prepoznat zajednički nazivnik pojedinih tema one su grupirane u tri glavne kategorije: (1) tražim/nudim (oglasna ploča susjedstva), (2) dnevne novosti u susjedstvu te (3) izražavanje mišljenja o susjedstvu. U nastavku teksta svaka će tema biti prikazana unutar pripadajuće kategorije, uz naznaku učestalosti pojavljivanja u analizi.



Slika 8. Prikaz tema prepoznatih u Facebook grupi Zakaj volim Španjolsko

### 5.1.1. Tražim/nudim (oglasna ploča susjedstva)

Prva kategorija analiziranih objava promatra se kao svojevrsna virtualna oglasna ploča Španjolskog. U toj kategoriji nalaze se teme mobilizacijskog karaktera, odnosno one kojima je cilj pronaći ili ponuditi određenu informaciju. Objave u ovoj kategoriji obuhvaćaju 38 % svih analiziranih objava. Unatoč zajedničkom karakteru, objave ovog tipa ipak se tematski razlikuju. Iz tog su razloga podijeljene u nekoliko tematskih cjelina: (1) ponuda i potražnja za informacijom ili uslugom o susjedstvu, potresu i pandemiji koronavirusa (2) izgubljeno ili nađeno, (3) ponuda ili potražnja za poslom te (4) lokalna ponuda.

Prva i najčešća tema unutar ove kategorije odnosi se na ponudu i potražnju za informacijom ili uslugom u susjedstvu te obuhvaća 18 % svih analiziranih objava. Ova tema

obuhvatila je sve upite koje članovi postavljaju unutar Facebook grupe susjedstva s ciljem da pronađu određenu informaciju, lokalni proizvod ili uslugu. Česti su primjerice upiti: *Gdje je najbolji frizer ili kafić u Španskom? Koji liječnik prima pacijente? Tko od susjeda zna dobrog majstora ili je možda spreman pomoći susjedu u rješavanju nekog manjeg problema?*

Dakle, moglo bi se reći kako u tu temu spadaju sva pitanja ili savjeti koje susjedi međusobno izmjenjuju, ali ne na ulici, već u online okružju. Neovisno o tome trebaju li im domaći mlinci ili možda električar, oslanjaju se na mišljenje i preporuke svojih susjeda. Time relativno brzo doznaju više odgovora na temelju kojih mogu donijeti odluku.

Taj se potencijal grupe najbolje prepoznao tijekom pandemije koronavirusa, ali i u vrijeme potresa. Objave u kojima se tražila informacija o pandemiji koronavirusa<sup>12</sup> pojavila se u 3 % svih analiziranih objava, a u istom postotku postavljaju se i pitanja vezana uz potres<sup>13</sup>. Naime, spomenuti događaji simultano su zadesili stanovnike Zagreba u vremenu od 2020. do 2021. godine. S obzirom na to izvanredno i nesigurno stanje, Facebook grupa susjedstva bila je idealno mjesto za komunikaciju i razmjenu informacija među susjedima. Pa se tako često javljaju upiti poput: *koliko je staro Špansko sigurno od potresa? Ili u koji vrtić je ušla korona?*

Dakle, u vezi s ovom temom često su se izmjenjivale informacije o različitim dostupnim uslugama u susjedstvu u vrijeme *lockdowna*. Tada je bilo i dosta objava u kojima su susjedi jedni drugima nudili pomoć, što je primijetio i administrator.

*"Pa je, vezano uz hranu, di se može kupit i kaj radi, kaj kolko dođe, di je dobar servis, ko radi. Pogotovo ono lockdown, onda je bilo dosta članova i svega, bilo je čak političara koji su nudili svoju pomoć, hrana, kom kaj treba, da se nekom odjura doma. I šetali su se pesi, svašta se radilo."*

Druga najzastupljenija tema unutar u ovoj kategoriji odnosi se na izgubljeno ili nađeno te zauzima 8 % svih analiziranih objava. Ovdje se jasno prepoznaje prednost korištenja Facebook grupe; članovi na vrlo jednostavan način objave informaciju kada su i gdje točno nešto izgubili ili možda pronašli. Dijeljenjem u grupi, te informacije dolaze do velikog broja stanovnika susjedstva, čime se povećava vjerojatnost da se pronađe izgubljeno ili pak da se

---

<sup>12</sup> Početak epidemije koronavirusa u Hrvatskoj javio se u ožujku 2020. godine a krajem ožujka iste godine Hrvatska je bila jedna od zemalja sa najstrožim restrikcijama i mjerama za smanjenje zaraze koronavirusom. Do relaksiranja mjera prvi put dolazi na ljeto 2020. godine nakon čega su uslijedile strože mjere na jesen, da bi se u proljeće 2021. godine dio mjera u potpunosti ukinuo. [Pandemija COVID-19 u Hrvatskoj - Wikiwand](#)

<sup>13</sup> Ovdje se prije svega misli na potres magnitude M= 5.5 prema Richteru koji je zadesio Zagreb i šire zagrebačko područje 22. ožujka 2020. godine. Više na: [Zagrebački potresi 2020 - Geofizički odsjek \(unizg.hr\)](#)

pronađe vlasnik. Tu prednost grupe prepoznao je i administrator: "*Isto neke objave, čovjek nađe novčanik pa ga vraća, ko zna koliko love je nutra, odmah ga vraća. Bude 2000 lajkova.*" Iz te izjave može se naslutiti kako postoji određeno povjerenje i reciprocitet unutar grupe, odnosno da članovi zaista grupu koriste kako bi si međusobno pomagali. Što se tiče sadržaja objava u toj kategoriji, najčešće su izgubljeni, odnosno pronađeni novčanici, ključevi, mobiteli, pa čak i kućni ljubimci. Uspješnost ove virtualne oglasne ploče potvrđuju i objave u kojima korisnici naknadno obavještavaju članove grupe da je izgubljen, odnosno pronađen predmet vraćen vlasniku- *Nađen je vlasnik! hvala svima* ☺.

Treća tema koja se prepoznaje u ovoj kategoriji odnosi se na ponudu i potražnju za poslom (4 %). Unutar ove kategorije pronalaze se objave koje podsjećaju na standardne oglase za posao, koji se mogu podijeliti na one u kojima se traže radnici i one u kojima članovi grupe traže priliku za rad. Često se pojavljuju objave poput: *Tražim osobu za čišćenje stana po dogovoru ili Tražim posao u kvartu, voljna sam raditi bilo što pa ako neko možda ima kakve informacije ili zna nekoga, slobodno se javite u inbox.*

Zadnja tema koja sadržava informacije unutar grupe odnosi se na lokalnu ponudu (2 %). Ona obuhvaća informacije o obrtima, uslugama i objektima koji se nalaze u susjedstvu. Ono što je specifično za ovu temu jest *recenzijska dimenzija* dostupnih usluga koju pružaju članovi grupe te time istovremeno pomažu drugim članovima da pronađu uslugu, ali i promoviraju lokalna poduzeća. Kako je naveo administrator: "*Dođeš tu studirat u Španjolsku, i ono ti ima dobre pizze, i kaj ja znam, njih 4 ti jave o jednoj pizzeriji, ti znaš da je bolja od ostalih*". Uz to što takvi upiti omogućuju da se dozna o popularnim objektima u susjedstvu, javljaju se i objave kojima je cilj promovirati do tada možda nepoznate sadržaje. Jedna od takvih, koja je vrsta recenzije, odnosi se na salon za šišanje pasa za koju član/ica navodi da *ako imate psića, toplo preporučuje salon Bimba* ☺.

### 5.1.2. *Novosti u susjedstvu*

Druga kategorija objava prepoznata u ovoj analizi odnosi se na novosti u susjedstvu. U ovu kategoriju svrstane su objave putem kojih članovi obavještavaju jedni druge o tome "što je novo" u susjedstvu ili pak upozoravaju na neke situaciju ili propuste koje su zamijetili. Ova kategorija novosti obuhvatila je 44 % svih analiziranih objava. Kako je i sam administrator grupe naveo: "*Prednost grupe je info, vijesti u kvartu, nekakve dnevne informacije.*" Ipak, te

novosti tematski variraju i mogu se podijeliti u nekoliko cjelina: (1) svakodnevne obavijesti o susjedstvu i pandemiji koronavirusa, (2) uočeni problemi u susjedstvu, (3) upozorenja susjedima te (4) događaji u susjedstvu.

Prva tema u ovoj kategoriji odnosi se na svakodnevne obavijesti ili novosti o susjedstvu koje se pojavljuju u 8 % svih analiziranih objava. Ona obuhvaća sve one novosti koje članovi grupe uoče tijekom dana, a koje mogu pomoći drugim članovima u tom trenutku. Jedan od primjera takve objave odnosi se na stanje u prometu gdje član/ica obavještava kako *policija postavlja radar sa sjeverne strane Slavonske avenije*.

Facebook grupa susjedstva služila je članovima za objavljivanje svakodnevnih novosti i tijekom pandemije koronavirusa (1 %). Jedan primjer takve dnevne novosti vezan je uz cijepljenje na Trgu Ivana Kukuljevića gdje član/ica obavještava kako je *radno vrijeme cijepljenja od 14.00 do 20.00 sati*.

Osim tih usputnih obavijesti, prepoznaju se i novosti o nekom problemu u susjedstvu. Navedena tema prepoznala se u 14 % svih analiziranih objava. Priroda objava ovog tipa prelazi granicu usputnih, dnevnih vijesti te zahvaća i probleme s infrastrukturom u susjedstvu, što može biti opasno za imovinu te može ugroziti sigurnost lokalnog stanovništva. Primjer takvih novosti predstavlja objava o rupi na kvartovskom parkiralištu uz napomenu kako *rupa samo što nije postala puno veća* ili pak o smradu u zraku koji član/ica *podsjeca na nešto biološko u kombinaciji s nečim metalnim, kiselim*.

Uz problem sa zagađenim zrakom, pojavio se i problem sa smećem. U vezi s tim problemom kritizirala se učestalost odvoza smeća, (ne) briga lokalnog stanovništva o odvajanju otpada pa sve do čistoće javnih površina. Osim navedenog, uočen je i problem ilegalnog odlaganja opasnog otpada u blizini rijeke Save, što je moguća ekološka opasnost. Kako navodi član/ica uočen je kombi koji je *bacao šutu i ostale toksične stvari na putu za Savu* te je *taj put prepun smeća*.

Budući da je naglasak u ovoj kategoriji na dijeljenju novosti, važno je napomenuti kako su one često uključivale i *ton upozorenja*. Ako bi član grupe zamijetio nešto sumnjivo ili potencijalno opasno za članove susjedstva, iskoristio bi grupu da što brže utječe na svijest što većeg broja susjeda. Odnosno, u ovom slučaju, grupa se koristila za širenje informacija kojima je cilj spriječiti opasne, pa čak i kriminalne situacije u susjedstvu. Stoga se iduća prepoznata tema odnosi na upozorenja susjedima, koja se pojavljuju u 6 % svih objava. Primjer takve

objave odnosi se na upozorenje o postavljanju otrova za štakore u parkiću za pse gdje autor/ica apelira da ostali *pripaze na svoje ljubimce*.

Unutar ove teme pojavljivale su se i obavijesti o krađi osobne imovine, npr. bicikala i automobila. Uz navedene probleme, bilo je namjernog oštećivanja automobila te pokušaja, ali i uspješnih provala u stanove. Kako navodi autori/ica jedne objave *čuvajte stanove i zaključavajte ih, te ne otvarajte nikome ulaz. Danas su u moje ulazu susjedi imali provalu u stan, policija je još uvijek tu i rade očevid*.

Zadnja tema iz kategorije novosti odnosi se na sve vrste događaja unutar susjedstva. Novosti o događajima u ovoj grupi često su uključivale obavijesti i pozive na redovite sportske turnire, spontane rekreativne i zabavne događaje, ali i na obavijesti o aktivizmu u susjedstvu. U analizi je prepoznato 15 % objava o ovoj temi. Tako se prepoznaju pozivi na *veliku proljetnu rasprodaju u OŠ Ante Kovačića* ili na *miran prosojed za ljepši život u Španskom*.

No, bitno je spomenuti kako se u novostima o događajima prepoznaje humanitarna dimenzija. Sadržajno, ovdje je riječ o humanitarnim događajima, koji spajaju sportske, kulturne ili zabavne aktivnosti s pomaganjem stanarima susjedstva ili pak građanima šireg društva u nevolji. Jedan od njih je i humanitarno-sportska manifestacija reKREATIVAN KVART. U jednoj akciji se putem objava skupljala financijsku pomoć kroz aukciju nogometnih dresova za udrugu "*Jedni za druge*" te za udrugu *Vukovarski leptirići*.

Dakle ovdje je riječ o humanitarnom događaju usmjerenog na pomaganje udrugama izvan Španskog. No, kako navodi administrator, nije neuobičajeno da se upravo preko Facebook grupe potaknu organizacije različitih događaja, od kojih su neki i humanitarnog karaktera.

*"Da, fakat imamo stalno događanja, od humanitarki, imali smo za vrijeme korone, advent smo radili u kvartu, nogometni turniri, stalno nešto. I dost' ima ovog dijeljena, 'ko poklanja stvari, kuhinje, ormare. Jesmo u gradu, ali smo si dobra sredina... Ili kad su ovak' neke akcije, za Gunju je bio jako veliki rad grupe i jako veliki odaziv, akcija kroz kvart. I za potrese sad za Petrinju". (Zakaj volim Špansko, administrator)*

### 5.1.3. Izražavanje mišljenja o susjedstvu

Zadnji blok prepoznatih tema kontekstualno se veže za izražavanje mišljenja o susjedstvu. U ovoj kategoriji nalazi se 18 % svih analiziranih objava koje se tematski mogu podijeliti na pet cjelina: (1) izražavanje mišljenja o izgledu susjedstva, (2) o urbanom planiranju, gradnji i infrastrukturi, (3) o prošlosti susjedstva, (4) o pandemiji koronavirusa te (5) o potresu. Prva tema u ovoj kategoriji odnosi se na izražavanje mišljenja o izgledu susjedstva. Ova tema obuhvaćala je osvrte članova grupe na pojedine vizualne konture Španskog te se pojavila u 6 % svih analiziranih objava. U tim su objavama komentari o zelenim površinama, postojećim i zapuštenim objektima u susjedstvu, odnosno komentira se uređenost naselja i njegove vizualne konture. Tako se pronašla i objava fotografije uređenog cvjetnjaka jedne stanarke za koji autor/ica navodi *da se ne brine za kaznu, ako bude trebalo, skupit će na grupi.* 🌻🌻🌻🌻🌻🌻🌻🌻🌻🌻🌻

Druga tema u ovoj kategoriji odnosi se na iskazivanje mišljenja o urbanom planiranju, gradnji i infrastrukturi. Unutar ove teme pronađene su objave usmjerene na komentiranje planirane gradnje, ali i postojećeg urbanističkog rješenja. Ova tema prepoznala se u 6 % svih analiziranih objava. U jednoj od objava član/ica komentira kako *stariji dijelovi Španskog iz 1980-ih izgledaju nadrealno, gotovo utopijski naspram ove novogradnje.* U drugoj objavi član/ica kritizira omjer zelene površine namjenjene za park i za vjerski sadržaj te navodi kako *izostanak javnog parka u dijelu grada koji je dobio na stotine novih stambenih jedinica, a grade se i na stotine novih, utječe na kvalitetu života u kvartu.* U prvoj objavi autor/ica spominje utopijski izgled starijeg dijela Španskog, u kojem se prepoznaje nezadovoljstvo trenutačnim urbanističkim rješenjem u susjedstvu. U drugoj objavi prepoznaje se naglasak na nezadovoljstvu omjerima zelenih površina i stambenih objekata, što se dovodi u korelaciju s kvalitetom života. Povećana gradnja koja nije praćena adekvatnom infrastrukturom predstavlja problem lokalnom stanovništvu, što je kao najveći problem u Španskom prepoznao i administrator grupe:

*“Znaš to sad postaje problem, to natrpavanje zgrada dolazi na naplatu. Svega ima više, naprave 4 zgrade bez parkića, bez parkirališta bez ičega, znaš, samo beton. Kaj ono mali ti se nemre igrat kod zgrade, mora otić’ par zgrada dalje negdje gdje toga ima. Mislim za sve, i za pesa isto tak, kaj god. To je problem, mislim, trenutno najveći.”* (Zakaj volim Špansko, administrator)

Treća tema u ovoj kategoriji odnosi se na izražavanje misli o prošlosti susjedstva te se pojavljuje u samo 1 % svih objava. Autor/ica objave je u ovom slučaju objavio/la videozapis potoka te se nostalgичno prisjetio/la kakav je potok bio u prošlosti. Pri tome navodi kako je

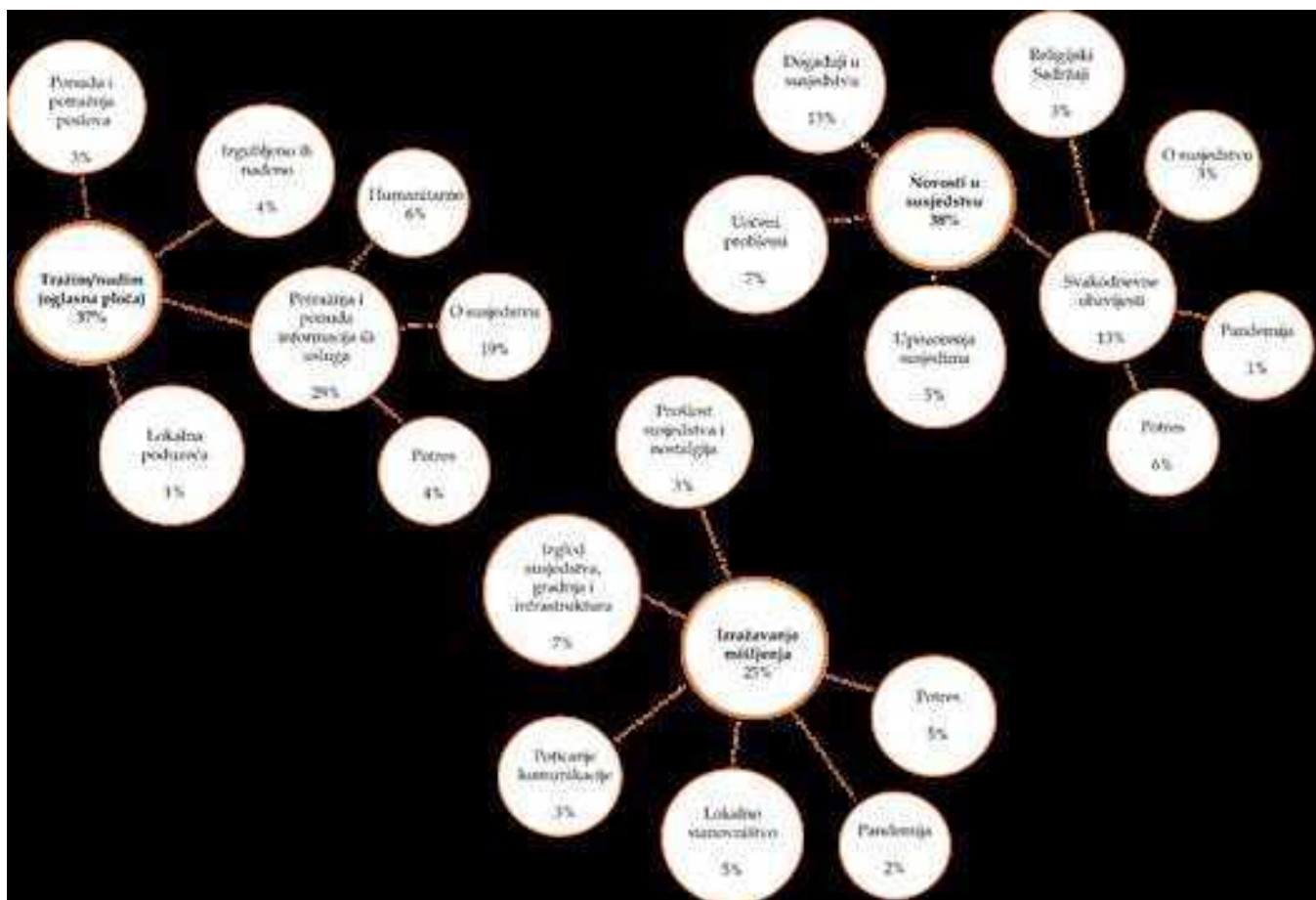


*teško novim doseljenicima dočarati i opisati kakva je flora i fauna potoka Vrapčaka bila prije sramotnog betonirana i pretvaranja potoka u kanal.*

Četvrta prepoznata tema u ovoj kategoriji odnosi se na izražavanje mišljenja članova o razdoblju pandemije koronavirusa (3 %). Unutar ove teme pojavljivale su se objave u kojima članovi komentiraju aktualne mjere, novosti te zbivanja u Španjolskoj. Dok su neki članovi kritizirali kršenje epidemioloških mjera, bilo je onih koji su te mjere smatrali nepotrebnim te su iskazivali nezadovoljstvo trenutačnom situacijom. Pa se tako u jednoj objavi navodi kako *bez obzira na zabrane i igrališta oblijepljena trakom, neki roditelji i dalje puštaju djecu da se okupljaju.* S druge strane u jednoj objavi član/ica se žali na poziv policije pri mirnom okupljanju na javnoj površini te sarkastično zahvaljuje susjedima *na tankim živcima i nerazumijevanju.*

Zadnja tema prepoznata u ovoj kategoriji obuhvaća objave u kojima su članovi grupe izražavali mišljenje vezano za potres (2 %). U ovoj temi nalaze su objave nastale neposredno nakon zagrebačkog potresa, u kojima su članovi jedni druge pozivali na obzirnije ponašanje u tim stresnim vremenima i da *ne rade nepotrebno buku u svojim stanovima.* Ili su pak komentirali kvalitetu gradnje s obzirom na primijećenu materijalnu štetu uzorkovanu potresom navodeći da zidovi i pločice izgledaju *kao da su u Sisku ili Petrinji.*





Slika 10. Prikaz tema prepoznatih u Facebook grupi Markuševac u srcu

### 5.2.1. Tražim/nudim (oglasna ploča)

Kao i u prethodnoj grupi, prva kategorija analiziranih objava obuhvaća teme mobilizacijskog karaktera, odnosno one kojima je cilj pronaći ili ponuditi određenu informaciju. U ovoj kategoriji nalazi se 37 % svih analiziranih objava, koje su podijeljene u nekoliko tematskih cjelina: (1) ponuda i potražnja za informacijom ili uslugom u susjedstvu – o susjedstvu, potresu te obavijesti kojima se nudi humanitarna pomoć, (2) izgubljeno ili nađeno, (3) ponuda ili potražnja za poslom te (4) lokalna ponuda.

Prva tematska cjelina većinom obuhvaća objave u kojima stanovnici traže ili nude informaciju o lokalnoj infrastrukturi ili lokalnu uslugu. Navedena tema nalazi se u 19 % svih analiziranih objava. Česti se pojavljuju upiti poput: *radi li poštanski ured u Markuševcu?* Ili pak objave poput *Tražim majstora za postavljanje laminata.*

Facebook grupa susjedstva u ovom kontekstu služi kao efikasan alat za diseminaciju, odnosno širenje informacija, ali također podatke o tome gdje se mogu pronaći lokalne usluge i proizvodi. Da se grupa Markuševac u srcu često koristi u tu svrhu, prepoznala je i moderatorica, koja je napisala:

*" I na kraju ti je to onda ostao kao izvor informacija, znaš, (...) najčešća su ta neka pitanja o doktoru, pošti, nikak' ne mogu zapamtiti radno vrijeme pošte pa malo malo neko pita, pa ovi dole komentiraju – pa to je nedavno bilo i tak." ( Markuševac u srcu, moderatorica)*

No, u sklopu ove teme pojavljuje se i jedna specifičnost; uz klasične upite o informacijama i uslugama dostupnim u susjedstvu ovdje se javljaju i upiti vezani za potres, koji se pronalaze u 4 % svih objava. Kako su spomenuli administrator i moderatorica u razgovorima, grupa je neposredno nakon potresa dobila puno novih članova i time je podignuta aktivnost grupe. Riječima administratora:

*"Tad je eksplozija nastala u grupi. Ja sam pitao: Jeste mi svi dobro? Krenuli su komentari, počeli su ulaziti u grupu iz Čučerja, po 50-ak komentara, 200 – 300 objava. Onda sam pustio slobodne objave jer to nisam mogao ispratiti. I onda su me zvali iz tog stožera kao iz Mjesnog odbora da im je to jedini kanal komunikacije, da spriječim jednoga da širi paniku, on je pisal' da bude opet potres..." (Markuševac u srcu, administrator)*

Kako je administrator objasnio, u tom periodu nije bilo ograničenja oko objava jer jednostavno nije mogao ispratiti sve zahtjeve. Tek je nakon nekog vremena angažirao moderatoricu, koja je zajedno s njim pregledavala i odobravala objave. To bi upravo mogao biti jedan od razloga zašto se potražnja za informacijom ili uslugom vezanom za potres javlja u 4 % svih objava – analizirani dio objava nastao je u periodu bez ograničenja. Točnije, pronalaze se upiti: (1) nastali u trenutku potresa, (2) oni koji se tiču dolaska staričara i procjene štete, (3) oni vezani za obnovu te (4) oni koji se tiču pružanja međusobne pomoći. Neki od primjera takvih objava su: *Jeste li i vi osjetili opet lagani potres ili je to samo moja paranoja? Najave li se staričari prije dolaska? Da li je neko izrađivao elaborat vezan uz zahtjev za obnovu? Tražim nekog da mi sruši bor i nešto otpelja od krova otpad.*

Unutar ove teme prepoznaje se još jedna podvrsta, i to ona koja obuhvaća objave o ponudi i pružanju pomoći drugim članovima grupe. Taj humanitarni element prepoznat je u 6 % svih objava. Tako jedan od članova *nudi uslugu stolarskih radova i popravaka bez naknade svima kojima je potres oštetio kuće.*

Iduća tema svrstana u ovu kategoriju naziva se izgubljeno i nađeno te obuhvaća 4 % svih analiziranih objava. Kao i prethodnoj grupi, i ovdje je riječ o objavama u kojima članovi javljaju što su izgubili ili možda pronašli u Markuševcu. Potraga za vlasnikom/com je često uspješna što potvrđuje i primjer uređene objave gdje autor/ica navodi kako je ljubimac-pronađen! 😊 *hvala svima na dijeljenju* ❤️.

Sljedeća tema prepoznata u ovoj kategoriji odnosi se na ponudu i potražnju za poslom (3 %). Unutar ove teme nalaze se objave u kojima se traže radnici ili posao. Primjer jedne ponude posla pronalazi se u objavi gdje član/ica *nudi usluge čuvanja djece*.

Zadnja tema u ovoj kategoriji odnosi se na ponudu i predstavljanje lokalnih usluga (1 %). Unutar ove teme članovi su davali informacije o uslugama, ali i ocjene o tome koliko su korisnici zadovoljni ponudom lokalnih objekata. Na taj način predstavili su usluge u svojem susjedstvu i poticali na konzumaciju lokalne ponude. Član/ica jedne objave pri tome poziva ostale članove grupe da *podrže lokalno da im svima bude bolje!*

#### 5.2.2. *Novosti u susjedstvu*

Iduća kategorija obuhvatila je sve objave usmjerene na dijeljenje novosti o događajima u susjedstvu. Unutar nje izdvojene su četiri tematske cjeline, koje zajedno obuhvaćaju 38 % svih objava, a to su: (1) svakodnevne obavijesti – o susjedstvu, potresu, pandemiji i religiji, (2) događaji u susjedstvu, (3) uočeni problemi, te (4) upozorenja susjedima.

Tema svakodневnih obavijesti o susjedstvu pronalazi se u 3 % svih analiziranih objava te obuhvaća dijeljenje informacija o svim aktualnim zbivanjima koje članovi primijete tijekom određenog dana. Primjer jedne dnevne novosti u Markuševcu odnosi se na informaciju o *otvoorenju gradilišta staračkog u 9.00*.

No, osim novosti u zbivanjima u susjedstvu ovdje se pronalaze i svakodnevne novosti o potresu ali, i one vezane za pandemiju koronavirusa. Novosti o potresu pojavljuju se u 6 % svih analiziranih objava, a one vezane za pandemiju pojavljuju se u 1 % svih objava. U oba slučaja cilj takvih svakodnevni novosti jest diseminacija važnih dnevnih informacija koje bi bez Facebook grupe bilo teško prenijeti mnoštvu stanovnika naselja. Ovdje je također bitno imati na umu period u kojem su te novosti nastale i koji je obilježen osjećajima nesigurnosti, straha i smanjene socijalne interakcije. Time je Facebook grupa susjedstva poslužila kao idealno mjesto za dijeljenje novosti s najmanjim mogućim rizikom. Jedan od primjera takve

objave odnose se na informaciju o dolasku snimatelja koji bi *došao danas oko 12.00 snimiti sve što treba i stigne u Markuševcu, kuće izvana i iznutra kako bi imali materijale za medije, kampanju, prijavu šteta.* Ili pak dnevnu informaciju o obvezi nošenja maske pri ulasku u tobako od ponedjeljka.

Uz spomenute, nalazimo i svakodnevne obavijesti s vjerskom tematikom. Takve novosti pojavile su se u 3 % svih analiziranih objava. Navedeno ne iznenađuje uzme li se u obzir povijest Markuševca i uloga crkve svetog Šimuna u životu lokalne zajednice. Ta važnost prepoznaje se i u opisu grupe Markuševac u srcu, u kojem stoji: *“Za sve Šimunčice i Šimunčane i one koji se tak' osjećaju.”* Dakle, može se zaključiti kako crkva svetog Šimuna predstavlja važan dio identiteta stanovnika Markuševca. U tim svakodnevnim vjerskim novostima članovi su jedni drugima čestitali blagdane, imendane ili su čak pozivali jedni druge na dnevne molitve. U jednoj objavi tog tipa član/ica grupe želi svim Svetošimunčanima *balagoslovljen dan Tijelova.*

🙏🙏🙏.

Unutar teme događaji u susjedstvu (13 %) nalaze se objave u kojima stanovnici pozivaju ili obavještavaju jedni druge o aktualnim događajima u Markuševcu. Takve objave pronađene su i u prethodnoj grupi te u prethodnim istraživanjima, na temelju čega se može zaključiti kako je to tema neovisna o specifičnom, grupnom kontekstu. Objave o događajima tematski su različite, pa se tako mogu pronaći obavijesti o akcijama čišćenja i sadnji drveća u kojima često sudjeluju upravo učenici lokalne škole. Jedan od tih primjera je izvannastavna aktivnost zvana „Škola u šumi“ u sklopu koje su učenici *zasadili deset sadnica malina.* Drugi primjer objave uključuje pozive na lokalne sportske turnire gdje autor/ica poručuje *dođite, prijavite ekipu, podržite dečke s kvarta.*

Iduća prepoznata tema u ovoj kategoriji odnosi se na novosti vezane za uočene probleme u susjedstvu te se pojavljuje u 7 % svih analiziranih objava. Ovdje se prepoznaju dva ista problema kao i u prethodnoj grupi – ekološki problem te onaj vezan za prometnu infrastrukturu. Prva vrsta novosti često se odnosila na ilegalna odlagališta otpada u šumi u Markuševcu, što je velik ekološki problem. Pri tome autor/ica jedne objave navodi kako *ljudi koji su to napravili ne znaju da postoje reciklažna dvorišta, da se smeće odvaja i redovito odvozi.*

Osim objava o zagađenju prirode, često se obavještava o stanju nove prometne infrastrukture. Jedan od problema o kojem su se često vodile polemike odnosi se na postavljanje ili micanje uspornika u prometu. No, u jednoj od objava prepoznaju se i drugi prometni problemi poput *rupa na cesti, izvaljenih šahтова i zakrpa na zakrpi.*

No, u Markuševcu se prepoznaje još jedan specifičan problem vezan za neposrednu blizinu šume, onaj o pojavi divljih svinja u susjedstvu. Da je to problem s kojim se stanovnici često susreću, pokazuje i objava u kojoj autor/ica navodi kako *samo kaj nisu ušle u dvorište te se pita mora li netko nastradati da bi se nešto poduzelo?*

Iduća tema koja se pojavljuje u kategoriji novosti odnosi se na upozorenja susjedima te zauzima 5 % svih analiziranih objava. Ovdje je kao i u prethodnoj grupi, riječ o novostima u kojima se članovi međusobno obavještavaju o primijećenim opasnim situacijama u susjedstvu. To su uglavnom upozorenja o provalama i uočenim opasnim pojedincima, gdje članovi apeliraju na ostale da *pripaze na svoje kuće i sujedove jer je upravo bio pokušaj provale ili da zaključavaju kuće jer je Rom bez kucanja i korištenja zvona lagano ušetao u kuću i tražio novce.*

### 5.2.3. Izražavanje mišljenja

Zadnja kategorija prepoznata u ovoj analizi odnosi se na izražavanje mišljenja te obuhvaća 25 % svih analiziranih objava. Prepoznate teme u ovoj kategoriji odnose se na izražavanje mišljenja o: (1) potresu, (2) pandemiji koronavirusa, (3) lokalnom stanovništvu, (4) prošlosti susjedstva, (5) izgledu susjedstva, gradnji i infrastrukturi te (5) one kojima je cilj potaknuti komunikaciju s drugim članovima grupe.

Prva tema koja se prepoznaje u kategoriji iznošenje mišljenja odnosi se na potres te zauzima 5 % svih analiziranih objava. Unutar ove teme članovi grupe zahvaljivali su lokalnom stanovništvu na pomoći, iznosili svoja mišljenja o tom stresnom periodu te pružali riječi utjehe jedni drugima onda kada im je to bilo najpotrebnije. Kako se navodi u jednoj objavi- *još jedan težak dan je iza nas... još teža noć ispred nas... Kao što smo i očekivali, nitko nas ne ferma ni pet posto... Mi nismo grad Zagreb... Mi smo i više od grada Zagreba... Mi imamo jedni druge... Srca velika ko kuća... I borit ćemo se do zadnjeg atoma snage.*

Druga tema o kojoj su članovi grupe iznosili mišljenje, ali rjeđe, odnosi se na pandemiju koronavirusa. Ta tema pojavila se u 2 % svih analiziranih objava te je često uključivala izražavanje nezadovoljstva ponašanjem lokalnih stanovnika i ne pridržavanjem preporučenog i primjerenog načina ponašanja. Tako u jednoj objavi član/ica moli ostale da *kad idu u kupovinu naprave popis stvari koje trebaju kupiti da ne gube vrijeme razgledavajući i da se ne ponašaju kao da su sami na svijetu jer i drugi bi kupili stvari koje trebaju.*

Objave u kojima se iznosi mišljenje o izgledu susjedstva, gradnji i infrastrukturi zauzelo je 7 % svih analiziranih objava. U takvim objavama članovi su komentirali trenutačan izgled susjedstva, izražavali svoje zadovoljstvo i/ili nezadovoljstvo postojećim stanjem, ali i planiranim razvojem. S jedne strane prepoznalo se pozitivno viđenje susjedstva i njegove budućnosti, što se vidi kroz objavu u kojoj se navodi kako je *Markuševac vrlo lijepi dio grada Zagreba te kako su svi svjedoci života i napretka u markuševačkoj sredini*. U istoj objavi član/ica navodi kako *mogu biti zahvalni svima koji brinu o Markuševcu*.

S druge strane izražava se i nezadovoljstvo izgledom susjedstva, najčešće u vezi s prometnom infrastrukturom. Uzrok nezadovoljstva u takvim objavama opet su bili uspornici prometa, o kojima dio članova grupe smatra da ih je previše.

Iduća tema prepoznata u ovoj kategoriji odnosi se na izražavanje mišljenja o lokalnom stanovništvu. Ova tema javila se u 5 % svih analiziranih objava. Zanimljivo je spomenuti kako su sve objave o ovoj temi bile pozitivne – putem njih javno se zahvaljivalo lokalnim stanovnicima ili su se isticali njihovi osobni uspjesi. U jednoj objavi navodi se: *iako nije uobičajeno i ova stranica nije predviđena za ovakve objave, ja moram čestitati našem humanitarcu (po meni najviše napravio i pomogao radom svojim potrebitim ljudima) M\*\*\*\*\* !! Sretan rodjendan M\*\*\*\*!*

Tema koja je povezana s lokalnim stanovništvom odnosi se na poticanje komunikacije među članovima grupe te zauzima 3 % svih analiziranih objava. Unutar ove teme pronađene su objave u kojima lokalni stanovnici postavljaju jedni drugima pitanja o svakodnevnom životu s namjerom da se o tome raspravlja. Te objave izgledaju kao pitanja koje bi susjedi postavili jedni drugima da se sretnu na cesti: *Kuj ste denes delali? Kuj sme danas jeli pri nami? Su oblizeki ostali za zutra?*

Zadnja tema prepoznata u kategoriji izražavanje mišljenja odnosi se na prošlost, koje se članovi prisjećaju s nostalgijom te uključuje 4 % svih analiziranih objava. Uz objave ovog tipa često se nalaze crno-bijele fotografije mjesta ili pak lokalnog stanovništva. Pojavljivale su se i fotografije iz školskih dana putem kojih se članovi prisjećaju umrlih znanaca ili pokušavaju uspostaviti davno izgubljen kontakt. Osim fotografija, objavljivale su se i anegdote iz prošlosti koje prikazuju životni stil tadašnjeg stanovništva. Također su se tražili i bivši školski kolege-ovo je 8a razred prije 40 godina... tko se prepozna, neka se javi tko želi da se sretnemo nakon toliko godina sa našom razrednicom.

Prvi dio ove analize sadržaja dao je odgovor na prvo postavljeno istraživačko pitanje koje glasi: *„Koji se sadržaji i u kojoj mjeri pojavljuju unutar odabranih Facebook grupa susjedstva?“*



Drugi cilj prve faze istraživanja odnosio se na analizu strukture tema u grupama, pri čemu su u obzir uzete njihove specifičnosti. Time je i samo istraživačko pitanje na koje će se odgovoriti u idućem potpoglavlju glasilo:

" Postoji li razlika u strukturi objava između odabranih Facebook grupa susjedstva?"

### 5.3. Usporedba analiziranih grupa: Špančani i Šimunčani - prepoznate sličnosti i specifičnosti

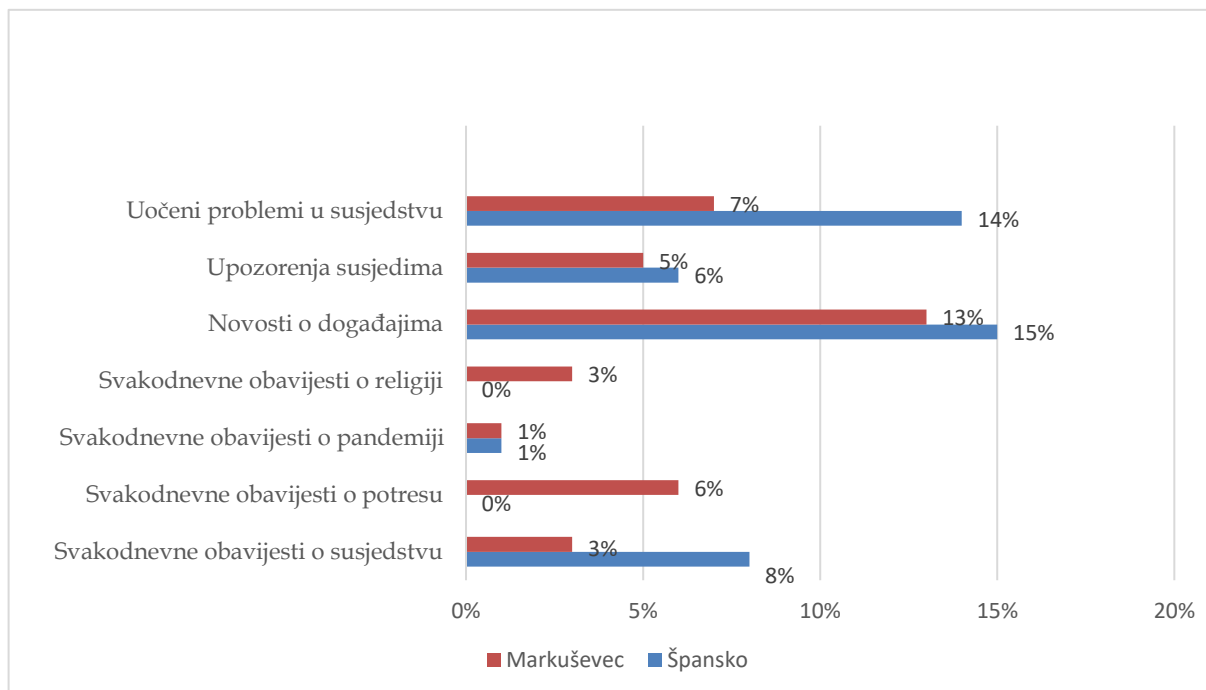
Pogledamo li strukturu objava prikazanih u glavne tri kategorije, možemo primijetiti određenu sličnost, ali i razlike. Kao što je vidljivo u tablici 2, objave vezane za novosti u susjedstvu nalaze se na prvome mjestu u obje grupe. No, u Španskom se ipak one pojavljuju u većem omjeru (44 %) nego u Markuševcu (38 %). Zanimljivo je kako se tema *tražim/nudim (oglasna ploča)* javlja gotovo u istom intenzitetu u obje promatrane grupe. S druge strane u grupi Markuševac u srcu pronalazi se veći postotak (25 %) objava usmjerenih na izražavanje mišljenja negoli u Španskom (18 %). Unatoč razlici u intenzitetu pojave objava u danim kategorijama primjećuje se kako su u obje grupe one distribuirane na jednak način – na prvome mjestu su *novosti u susjedstvu*, na drugome *tražim/nudim (oglasna ploča)* te na trećem mjestu kategorija *izražavanje mišljenja*.

Tablica 2. Distribucija objava u glavne kategorije

|                              | Špansko | Markuševac |
|------------------------------|---------|------------|
| Novosti u susjedstvu         | 44 %    | 38 %       |
| Tražim/nudim (oglasna ploča) | 38 %    | 37 %       |
| Izražavanje mišljenja        | 18 %    | 25 %       |

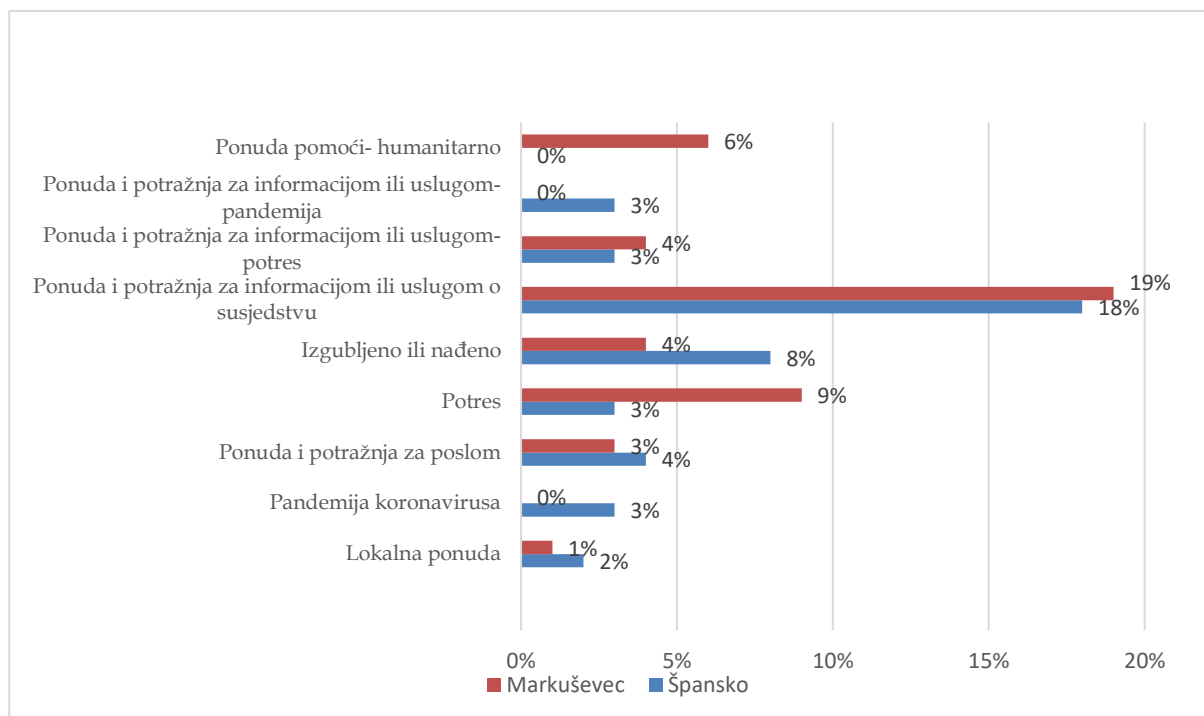
No, dani podatci pokazuju samo grube sličnosti i razlike u širim tematskim kategorijama, ali ne i kad je riječ o specifičnim temama. Iz tog razloga u nastavku će se prikazati detaljni uvidi u svaku kategoriju, počevši s prvom najzastupljenijom u obje grupe – *novosti u susjedstvu*. Kao što se na slici 11 može vidjeti, tema koja se odnosi na novosti o događajima u susjedstvu u obje grupe nalazi se na prvom mjestu i u sličnom intenzitetu. U vezi s drugom najčešćom temom opet nalazimo sličnost – u obje grupe na drugom mjestu

nalazi se tema novosti o uočenim problemima u susjedstvu, no ona se u Španskom (14 %) pojavljuje u većem postotku nego u Markuševcu (7 %). Razliku uočavamo i u trećoj najčešćoj temi - u Španskom su to svakodnevne novosti o susjedstvu (8 %), a u Markuševcu svakodnevne obavijesti o potresu (6 %). Još jedna razlika između grupa uočava se u temi svakodnevne obavijesti o religiji, koja u Španskom nije prepoznata. Sličnosti se pronalaze i u idućim temama - upozorenja susjedima i novosti o pandemiji koronavirusa, koje se u malom postotku javljaju u obje grupe.



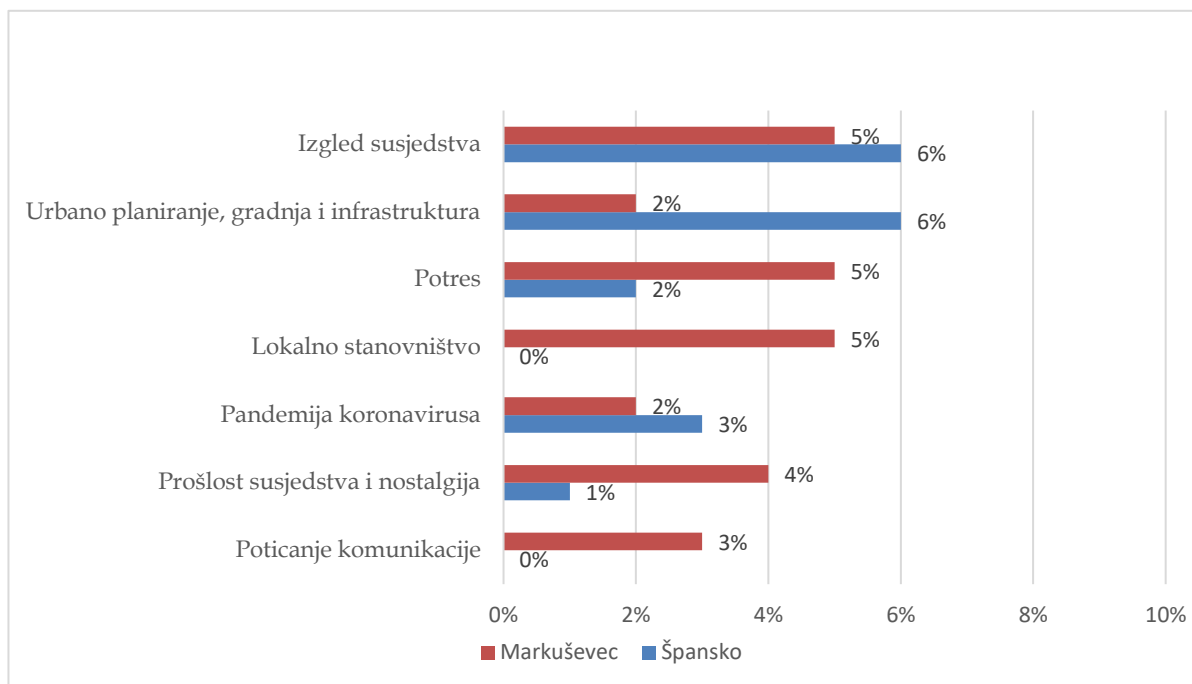
Slika 11. Distribucija tema unutar kategorije novosti u susjedstvu

Uvid u distribuciju tema unutar kategorije tražim/nudim (oglasna ploča) prikazuje slika 12. U obje grupe na prvom mjestu i u sličnom broju pojavljuje se tema ponuda i potražnja za informacijom ili uslugom u susjedstvu. Na drugom mjestu u Španskom pronalazimo temu izgubljeno ili nađeno (8 %), dok je u Markuševcu to ponuda i potražnja za informacijom ili uslugom vezanom za potres (9 %). Ponuda i potražnja za poslom te ponuda i potražnja za informacijom ili uslugom vezanom za potres u obje se grupe pojavljuje u sličnom postotku. Zanimljivo je i da se potražnja za informacijom ili uslugom vezanom za pandemiju koronavirusa javlja u Španskom (3 %), ali ne i u Markuševcu. S druge strane u Markuševcu primjećujemo temu ponuda pomoći humanitarnog karaktera (6 %), koja se ne pojavljuje u Španskom. Lokalna ponuda se u sličnom postotku objavljuje i u Španskom (2 %) i u Markuševcu (1 %).



Slika 12. Distribucija tema unutar kategorije tražim/nudim (oglasna ploča)

Unutar zadnje kategorije koja se odnosi na izražavanje mišljenja, pronalazimo najveće razlike. Kako se na slici 13 može vidjeti, u Špancu su na prvom mjestu dvije teme u istom postotku – izgled susjedstva i urbano planiranje, gradnja i infrastruktura, koje zajedno zauzimaju 12 % svih analiziranih objava. U Markuševcu te dvije teme u analizi su prikazane zajedno, jer su tematski obuhvaćale isti koncept te one zauzimaju 7 % svih objava. S druge strane u Markuševcu se najčešće izražavalo mišljenje o potresu (5%) te o prošlosti susjedstva (5%), dok se u sličnom postotku u obje grupe pojavljuju objave o temi pandemije koronavirusa. Također, u Markuševcu uočavamo teme o lokalnom stanovništvu (5%) te teme vezane za poticanje komunikacije (5%). Te teme nisu uočene u Špancu.



Slika 13. Distribucija tema unutar kategorije Izražavanje mišljenja

Na temelju svih prikazanih uvida možemo zaključiti kako postoji razlika u strukturi objava između analiziranih grupa. Ta razlika uočena je u prvome redu u omjerima triju glavnih kategorija, ali i u učestalosti pojave pojedinih tema.

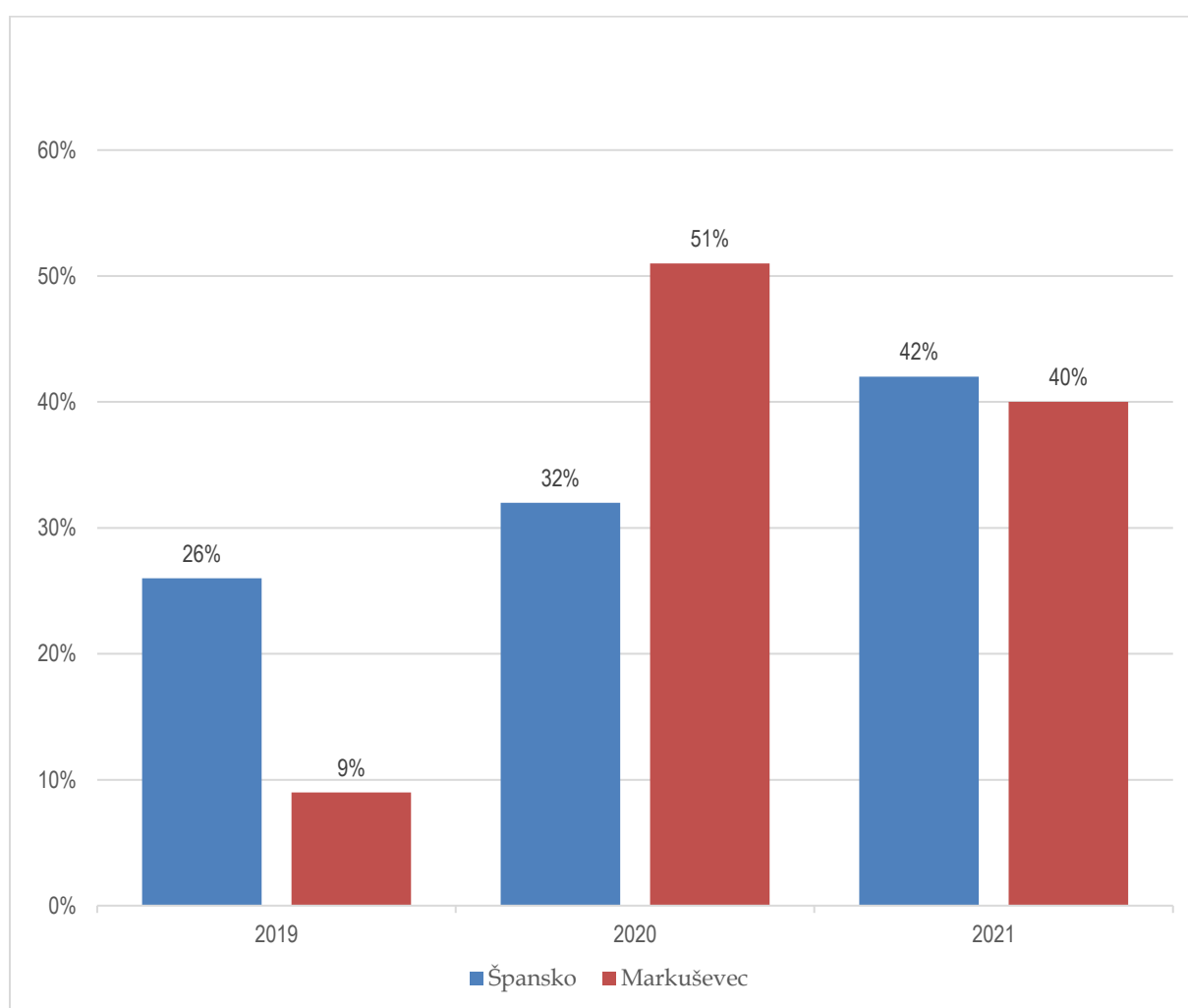
Kako je spomenuto u poglavlju o metodologiji, za potrebe ove analize odabrane su objave iz specifičnog vremena – od 2019. do 2021. godine. Upravo su te tri godine odabrane kako bi se mogla proučiti struktura objava unutar grupa: prije nego što je započela pandemija koronavirusa, u vrijeme najstrožih epidemioloških mjera te kada se život počeo vraćati u normalu. Stoga iduće istraživačko pitanje na koje se traži odgovor glasi:

*Postoji li razlika u strukturi objava u grupi prije pandemije koronavirusa i u vrijeme njezine pojave?*

#### 5.4. Analiza objava u Facebook grupama zagrebačkih četvrti po godinama

Prvi korak u pronalaženju odgovora na postavljeno istraživačko pitanje započinje sa smještanjem analiziranih objava u vremenske okvire u kojima su nastali. U ovom slučaju analiza je započela s kreiranjem grafičkog prikaza raspodjele objava nastalih 2019., 2020. te 2021. godine u obje analizirane grupe.

Na slici 14 može se vidjeti kako ti omjeri objava izgledaju u grupama Španskog i Markuševca. U grupi Zakaj volim Špansko najveći postotak objava, njih 42 %, nastalo je u 2021. godini. Nešto manje, njih 32 %, kreirano je u 2020. godini, koja je uzeta kao primjer *pandemijske godine* i unutar koje je bio prisutan najstroži *lockdown*. Preostalih 26 % objava nastalo je 2019. godine. U drugoj odabranoj Facebook grupi, Markuševac u srcu, polovica analiziranih objava, odnosno njih 51 % nastalo je 2020. godine, koja je određena kao *pandemijska godina*. Nakon njih slijede objave iz 2021. godine, kojih je bilo 40 % te one nastale 2019. godine, kojih je bilo 9 %. U ovom slučaju razlikuje se i izdvaja godina s najvećim postotkom objava. Za grupu Zakaj volim Špansko to je 2021. godina, dok je za grupu Markuševac u srcu to 2020. godina. Sličnost se pak pronalazi za godinu s najmanjim brojem objava u obje grupe – 2019. godina.



Slika 14. Postotak objava po godinama

Što nam ti podatci sada pokazuju? Ponajprije pružaju širi okvir i daju naslutiti kako je nešto potaknulo veći angažman članova grupe Markuševac u srcu u 2020. godini, dok je u grupi Zakaj volim Špansko ipak zabilježena veća aktivnost u 2021. godini. Navedeno nam svakako nije dovoljno za donošenje čvrstih zaključaka, ali dobar je orijentir za sljedeći korak u analizi iz kojeg ćemo saznati koje se teme prepoznaju kao najfrekventnije u 2019., 2020. i 2021. godini.

Pogledom u tablicu 3 možemo vidjeti kako se u grupi Zakaj volim Špansko 2019. godine prepoznaju tri teme, koje zajedno pokrivaju 62 % cijelog sadržaja, a odnose se na: *događaje u susjedstvu* (24 %), ponudu i potražnju za informacijom ili uslugom (19 %) te na uočene probleme u susjedstvu (19 %). Dodatnih 20 % zauzele su teme o svakodnevnim obavijestima te o izgledu susjedstva, planiranju, gradnji i infrastrukturi. U 2020. godini 70 % tema u Facebook grupi odnosilo se na: *uočene probleme u susjedstvu* (17 %), izgled susjedstva, planiranje, gradnju i infrastrukturu (16 %), na ponudu i potražnju za uslugom (13 %), pandemiju koronavirusa (13 %) na potres (12 %). U 2021. godini gotovo 70 % tema odnosilo se na: *ponudu i potražnju za informacijom ili uslugom* (20 %), *događaje u susjedstvu* (16 %), izgubljeno ili nađeno (12 %), uočene probleme u susjedstvu (10 %) te na izgled susjedstva, planiranje, gradnju i infrastrukturu.

U grupi Markuševac u srcu u 2019. godini više od pola tema zauzimaju: *događaji u susjedstvu* (35 %), uočeni problemi u susjedstvu (10 %) te ponuda i potražnja za informacijom ili uslugom (9 %). U 2020. godini više od pola tema odnosi se na sljedeće teme: *potres* (25%), ponuda i potražnja za informacijom ili uslugom (15 %), svakodnevne obavijesti (7 %) te nudim pomoć, humanitarno (7 %). U zadnjoj promatranoj godini više od pola tema u grupi o kojima se pisalo odnosilo se na: *potražnju za informacijom ili uslugom* (25 %), *događaje u susjedstvu* (10 %), uočene probleme u susjedstvu (10 %) te na svakodnevne obavijesti (9 %).

Na temelju postavljenog istraživačkog pitanja može se zaključiti da postoji razlika u strukturi tema u vremenu prije pandemije koronavirusa i nakon njenog početka. Ponajprije, 2019. godinu obilježio je najveći postotak objava o temi *događaji u susjedstvu* u obje promatrane Facebook grupe. S početkom pandemije koronavirusa, ali i potresa ta se tema utišava u grupama da bi se 2021. godine opet pojavila, ali rjeđe nego u „pretpandemijskoj godini“. Navedeno ne iznenađuje s obzirom na to da je 2020. godina obilježena strogim mjerama i zabranama grupnih okupljanja i manifestacija. Podatci nam tu ipak sugeriraju kako se život susjedstva „polako počeo vraćati u normalno stanje“ nakon što su najstrože mjere popustile. U 2020. godini uočavamo razilaženje između grupa; dok su članovi grupe Zakaj

volim Špansko 2020. godinu iskoristili da bi komentirali izgled susjedstva, gradnju, infrastrukturu i uočene probleme, stanovnici Markuševca više su bili usmjereni na teme vezane za potres. U obje grupe se ipak prepoznaje prisutnost ponude i potražnje za informacijom ili uslugom dok su temi potresa i pandemije pristupili na drugačiji način. Kako je spomenuto, u grupi Markuševca više se pisalo o potresu te u maloj mjeri o pandemiji koronavirusa. U Španskom se obje teme pojavljuju gotovo jednako učestalo, no te dvije teme zajedno u Španskom imaju isti postotak kao tema potresa u Markuševcu. Dakle, iako su se stanovnici i Španskog i Markuševca susreli s pandemijom i potresom, učestalost reakcija na njih zabilježena je u drugačijem omjeru. Kako su u razgovorima i administrator i moderatorica grupe Markuševac u srcu prepoznali, potres je jednostavno "zagušio" temu pandemije te je upravo u tom trenutku grupa dobila najviše članova te bila najaktivnija. U 2021. godini opet uočavamo razliku u odnosu prema prethodne dvije godine – u obje grupe najviše se provlačila tema ponuda i potražnja za informacijom ili uslugom. Kako je već spomenuto, u Španskom se opet počinje pisati o događajima u susjedstvu, ali uočavamo i veći postotak teme izgubljeno ili nađeno. U Markuševcu primjećujemo kako se tema događaji u susjedstvu povećala u odnosu prema 2020., no i dalje je zastupljena puno rjeđe negoli u 2019. godini. Pojavljuje se i tema uočenih problema u susjedstvu koja je tijekom 2020. godine bila nešto rjeđe spominjana u grupi.

Tablica 3. Usporedba distribucije tema u 2019., 2020. i 2021. godini

| <i>Teme</i>   |            | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|------------|------|------|------|
| <i>Ponuda i potražnja za informacijom ili uslugom</i> | Špansko    | 19%  | 13%  | 20%  |
|   | Markuševac | 9%   | 15%  | 25%  |
| <i>Svakodneve obavijesti</i>                          | Špansko    | 10%  | 7%   | 9%   |
|   | Markuševac | 1%   | 3%   | 3%   |
| <i>Događaji u susjedstvu</i>                          | Špansko    | 24%  | 6%   | 16%  |
|   | Markuševac | 35%  | 6%   | 10%  |
| <i>Uočeni problemi u susjedstvu</i>                   | Špansko    | 19%  | 17%  | 10%  |
|   | Markuševac | 10%  | 5%   | 10%  |
| <i>Izgubljeno ili nađeno</i>                          | Špansko    | 6%   | 3%   | 12%  |

|  |            |     |     |     |
|--|------------|-----|-----|-----|
| <i>Izgleđ susjedstva, planiranje, gradnja i infrastruktura</i> | Markuševec | 5%  | 2%  | 7%  |
|  | Špansko    | 10% | 16% | 10% |
|  | Markuševec | 4%  | 6%  | 8%  |
| <i>Upozorenja susjedima</i>                                    | Špansko    | 7%  | 5%  | 5%  |
|  | Markuševec | 6%  | 4%  | 6%  |
|  | Špansko    | 0%  | 0%  | 0%  |
| <i>Nudim pomoć, humanitarno</i>                                | Markuševec | 1%  | 7%  | 5%  |
|  | Špansko    | 4%  | 5%  | 4%  |
|  | Markuševec | 4%  | 3%  | 3%  |
| <i>Ponuda i potražnja za poslom</i>                            | Špansko    | 1%  | 1%  | 1%  |
|  | Markuševec | 4%  | 3%  | 3%  |
|  | Špansko    | 4%  | 3%  | 3%  |
| <i>Prošlost susjedstva i nostalgija</i>                        | Markuševec | 4%  | 3%  | 3%  |
|  | Špansko    | 0%  | 13% | 7%  |
|  | Markuševec | 0   | 4%  | 1%  |
| <i>Pandemija koronavirusa</i>                                  | Špansko    | 0%  | 12% | 4%  |
|  | Markuševec | 0   | 25% | 6%  |
|  | Špansko    | 0%  | 1%  | 1%  |
| <i>Potres</i>  | Markuševec | 6%  | 5%  | 4%  |
|  | Špansko    | 0%  | 1%  | 1%  |
|  | Markuševec | 0%  | 2%  | 1%  |
| <i>Lokalno stanovništvo</i>                                    | Špansko    | 0%  | 0%  | 0%  |
|  | Markuševec | 6%  | 3%  | 2%  |
|  | Špansko    | 0%  | 0%  | 0%  |
| <i>Lokalna ponuda</i>  | Markuševec | 6%  | 3%  | 2%  |
|  | Špansko    | 0%  | 0%  | 0%  |
|  | Markuševec | 0%  | 0%  | 0%  |
| <i>Religijski sadržaji</i>                                     | Markuševec | 6%  | 3%  | 2%  |
|  | Špansko    | 0%  | 0%  | 0%  |
|  | Markuševec | 1%  | 5%  | 1%  |
| <i>Poticanje komunikacije</i>                                  | Markuševec | 1%  | 5%  | 1%  |

## 5.5. Kratak osvrt na rezultate kvalitativnog istraživanja

Ako pođemo od toga što je zajedničko grupama, odnosno koje teme se provlače kroz obje grupe, primjećujemo kako se u obje promatrane grupe oko 40 % objava odnosi na novosti u susjedstvu i sličan postotak na temu tražim/nudim (oglasna ploča). Sadržajno te kategorije korespondiraju s onima De Maulenaera i suradnika (2020: 400), koji su analizom sadržaja Facebook grupa došli do sličnih nalaza. Naime, u njihovu istraživanju 80 % objava odnosilo se na postavljanje pitanja i traženje pomoći te na dijeljenje vijesti i informacija o susjedstvu. Tako dobiveni nalazi mogu se povezati s prethodnim saznanjima kako se Facebook grupe u najvećoj



mjeri koriste za postavljanje pitanja i traženje usluga od drugih, te za dijeljenje informacija o susjedstvu (Ellison i sur., 2014; López i Farzan, 2015; Williams i sur., 2015). Kategorija novosti u susjedstvu prepoznata je kao najzastupljenija u istraživanju koje su proveli Afzalan i Evans-Cowley (2015: 8-11). Autorice navode kako su u toj kategoriji prevladavale teme o susjedskim okupljanjima i grupnim događajima te teme o problemima u susjedstvu, što se prepoznalo i u ovom istraživanju. Slične nalaze pokazuju i Steinmetz i suradnici (2020:8), koji analizom Facebook stranice lokalne zajednice u Australiji uočavaju kako objave o događajima i novosti o gradnji u mjestu najviše zanimaju stanare.

Problemi u susjedstvu vezani za prometnu infrastrukturu i smeće javljaju i u starijoj četvrti pod Sljemenom, u kojoj prevladavaju samostojeće kuće kao i u novijoj, urbaniziranijoj zagrebačkoj četvrti u kojoj prevladavaju višestambene zgrade. Proučavajući gradske sklonosti stanovnika Zagreba, Mišetić i Miletić (2004: 131-133), između ostalog, promatrali su i kako Zagrepčani ocjenjuju gradski okoliš. Iako su najveće zadovoljstvo iskazali prema izgrađenom okolišu, što se ne bi moglo reći za ovaj slučaj, najslabije su ocijenili zadovoljstvo prirodnim okolišem i socijalnom infrastrukturom. Zanimljivo je kako se problem s prometnom infrastrukturom i izgledom kvarta sa zapuštenim zgradama i neodržanim zelenim površinama prepoznao i u Rijeci, i to u dva istraživanja s vremenskim odmakom od 16 godina (Slavuj, 2012: 189-191; Rogić i sur., 1996). To bi mogao biti pokazatelj kako ovdje nije riječ o problemima specifičnima za odabrane gradske četvrti, nego da se s takvim problemima susreću stanovnici u većim gradovima, odnosno da su to „urbani problemi“.

Iako su uočene neke sličnosti, bitno je istaknuti kako su između grupa uočene i razlike u učestalosti pojavljivanja pojedinih tema. U grupi "Zakaj volim Španjolsku" uočena je veća učestalost tema vezanih za novosti u susjedstvu. Ta je razlika najviše vidljiva u temama svakodnevne obavijesti o susjedstvu i uočeni problemi. Kao što i sam naziv teme sugerira, riječ je o svakodnevnim novostima ili objavama o tome što su novo primijetili u susjedstvu. Nerijetko jse nalaze obavijesti o gužvi, policiji ili pak upaljenim svjetlima na automobilu. To je prepoznao i administrator grupe, koji je prethodno kao prednost grupe istaknuo "dnevne novosti". Puno se više pisalo i o problemima unutar susjedstva koji se odnose na prometnu infrastrukturu, zagađen zrak te vandalizam. Iduća tema s koja se češće pojavljivala u ovoj grupi jesz izgubljeno ili nađeno. To je jedna od tema koja je identificirana u obje grupe, ali s različitom učestalošću; dok se u drugoj grupi pojavljuje u 4 % objava, u ovoj grupi ima 8 % objava. Također, ta tema nije prepoznata u prethodnim studijama koje su poslužile kao polazište, pa o njoj možemo govoriti kao o svojevrsnoj specifičnosti ovog istraživanja. Riječ je,

zapravo, da je prepoznata funkcija grupe kao svojevrsne oglasne ploče na kojoj članovi pišu objave s primarnim ciljem da pronađu osobni predmet ili imovinu ili pak da se takve stvari vrate vlasnicima. Iako se tema pandemija koronavirusa pojavljuje u 9 % objava u grupi Zakaj volim Špansko, ista se u manjem postotku uočava u drugoj grupi. Članovi grupe Zakaj volim Špansko u većoj su mjeri pokazivali zanimanje za urbani izgled kvarta, izmjenjivali informacije o planiranoj gradnji, cjelokupnoj infrastrukturi i susjedskim potrebama. Humanitarno djelovanje u ovoj se grupi prepoznalo unutar teme događaji u susjedstvu, a u grupi Markuševac u srcu to djelovanje je prepoznato kroz temu ponuda pomoći drugim članovima. Također, obilježje objava u grupi Zakaj volim Špansko jest puno više kritika i nezadovoljstva infrastrukturom susjedstva, ali i više sarkazma nego u drugoj grupi.

S druge strane, objava o potres u grupi Markuševac u srcu ima 15 %, što je slabije prepoznato u grupi Zakaj volim Špansko. Dakle, iako su se stanovnici i Španskog i Markuševca susreli s pandemijom i potresom, intenzitet reakcija na njih zamijećen je u drugačijem omjeru. Navedeno, zapravo, ne iznenađuje kada se uzme u obzir da je epicentar potresa bio upravo u Markuševcu i da su stanovnici ove gradske četvrti pretrpjeli najveće posljedice. U grupi Markuševac u srcu vidljive su i teme koje više odgovaraju nekom manjem, tradicionalnijem susjedstvu. Članovi ove grupe u većoj su mjeri iznosili svoja mišljenja o temi lokalno stanovništvo, gdje su drugi članovi javno hvalili, čestitali na uspjesima ili se prisjećali pokojnih susjeda. Uočena je i veća sklonost izražavanju mišljenja o prošlosti susjedstva i nostalgija za tim vremenima. U tim objavama često su se dijelile fotografije iz prošlosti vezane za lokalno stanovništvo, narodne nošnje i običaje. Nerijetko su pojedini članovi tražili kolege iz razreda ili prijatelje iz djetinjstva. Mogle su se pronaći i objave anegdota ili priča iz osobne prošlosti stanovnika Markuševca. Članovi su često postavljali pitanja drugima članovima u grupi o tome što rade, kako su, dijelili su recepte i savjete, iznosili informacije o svojim aktivnostima ili se pohvalili nekim svojim postignućem. Osim navedenog, izmjenjivali su obavijesti vjerskog karaktera, a tijekom potresa i pandemije pozivali su na zajedničku molitvu u objavama. Dakle, narativ u grupama vidljivo je drugačiji te se primjećuje i veća sklonost korištenju dijalekta u objavama grupe Markuševac u srcu. Na samome kraju i uzevši u obzir sve rečeno, može se zaključiti kako postoje razlike u strukturi objava između odabranih Facebook grupa susjedstva.

Ovo poglavlje pokazalo nam je stoga nekoliko ključnih spoznaja: (1) koje su se vrste objava pojavljivale unutar odabranih grupa, (2) koje su bile najčešće teme, (3) kako su one raspoređene unutar samih grupa te (4) kako su te teme raspoređene po godinama gledajući

pretpandemijski, pandemijski i postpandemijski period. Upravo je primjena metoda kvalitativne metodologije omogućila kreiranje novih spoznaja nužnih za razumijevanje predmeta istraživanja. Provedenom analizom sadržaja i uvidima dobivenim u intervjuima obuhvaćene su dvije, od tri ključne stavke – što se objavljuje i kako na napisano tumače oni koji donose odluke o tome što će i tko nešto objaviti. Treći ključni element odnosi se na tko piše, odnosno na stavove i mišljenja korisnika, odnosno članova odabranih grupa. Odgovor na to pitanje donosi iduće poglavlje unutar kojeg se predstavljaju rezultati prikupljeni metodom anketnog upitnika.

## 6. REZULTATI KVANTITATIVNOG DIJELA ISTRAŽIVANJA

Analiza kvantitativnih podataka provedena je u dva koraka. U prvom koraku podatci se predstavljaju na deskriptivnoj razini kako bi se dobio detaljniji uvid u obilježja fizičke i virtualne dimenzije susjedstva. Da se odredi postoje li razlike između odabranih zagrebačkih gradskih četvrti, popratno se koristi i Welchov t-test nejednake varijance te  $\chi^2$  test.

U drugom koraku provodi se hijerarhijska linearna regresijska analiza u dva dijela. U prvom dijelu provode se hijerarhijske regresijske analize za sve tri dimenzije uključenosti u zajednicu i zasebno za svaki uzorak. S obzirom na to da se dimenzija osjećaja pripadnosti susjedstvu i kolektivna efikasnost dijele na dvije poddimenzije za svaki se uzorak provodi pet hijerarhijskih regresijskih analiza. U svakoj analizi korištena su dva prediktorska bloka. U prvom bloku nalazile su se kontrolne varijable koje su uključivale spol, razinu obrazovanja, dob te percepciju sebe kao domaće osobe ili kao došljaka. U drugom bloku uvedene su varijable koje se odnose na virtualnu dimenziju susjedstva. Pri tome se pojavljuju četiri glavna prediktora, koja se odnose na korištenje Facebook grupe susjedstva u sljedeće svrhe: (1) da budu u toku sa zbivanjima u susjedstvu, (2) da pronađu usluge ili proizvode dostupne unutar susjedstva, (3) da podijele informacije o aktualnostima i zbivanjima unutar susjedstva te (4) da se požale ostalim članovima grupe na određene situacije u susjedstvu. Uz navedene varijable, u ovom bloku nalazile su se i varijable vezane za procijenjen ukupan broj Facebook prijatelja te trajanje članstva u Facebook grupi.

U drugom dijelu provode se hijerarhijske regresijske analize u dva koraka. U prvom koraku kriterijsku varijablu predstavlja socijalni kapital, koji se promatra kroz tri elementa te se u skladu s time provode tri hijerarhijske linearne regresijske analize za svaki uzorak. I ovdje

je svaka analiza provedena korištenjem dvaju prediktorskih blokova. U prvom bloku nalazile su se kontrolne varijable koje su uključivale spol, razinu obrazovanja, dob te percepciju sebe kao domaće osobe ili došljaka. U drugom bloku uvedene su varijable koje se odnose na virtualnu dimenziju susjedstva. Pri tome se pojavljuju četiri glavna prediktora, koja se odnose na korištenje Facebook grupe susjedstva u sljedeće svrhe: (1) da budu u toku sa zbivanjima u susjedstvu, (2) da pronađu usluge ili proizvode dostupne unutar susjedstva, (3) da podijele informacije o aktualnostima i zbivanjima unutar susjedstva te (4) da se požale ostalim članovima grupe na određene situacije u susjedstvu. Uz navedene varijable, u ovom bloku bile su i varijable vezane za procijenjen ukupan broj Facebook prijatelja te na trajanje članstva u Facebook grupi. U drugom koraku kriterij predstavljaju tri dimenzije uključenosti u zajednicu. Budući da se dimenzija osjećaja pripadnosti susjedstvu i kolektivna efikasnost dijele na dvije poddimenzije, za svaki se uzorak provodi pet hijerarhijskih regresijskih analiza. Kao i u prethodnim slučajevima, svaka analiza provedena je korištenjem dvaju prediktorskih blokova. U prvom bloku bile su kontrolne varijable koje su uključivale spol, razinu obrazovanja, dob te percepciju sebe kao domaćeg stanovnika ili došljaka. U drugom bloku uvedene su varijable koje se odnose na socijalni kapital te se pri tome pojavljuju tri prediktora: društvene veze, povjerenje i reciprocitet. Cijeli istraživački model i odnosi među konstruktima prikazani su na slici 15.



Slika 15. Prikaz istraživačkog modela

### 6.1. Fizička dimenzija susjedstva

U nastavku su prikazani rezultati prve dimenzije uključenosti u zajednicu, koja se odnosi na percipiranu pripadnost susjedstvu. Da u svom susjedstvu mogu živjeti kako im najviše odgovara, u najvećoj mjeri i u sličnom postotku smatraju ispitanici i Španskog (70 %) i Markuševca (74,7 %). Onih koji se s tim niti slažu niti ne slažu u Španskom ima 22,8 %, a u Markuševcu 18,3 %. Oni koji se s tim nimalo i uglavnom ne slažu u oba susjedstva ima 7 %. Drugu najveću razinu slaganja ispitanici obiju grupa iskazali su o pitanju sigurnosti da će ostati živjeti u svom susjedstvu, no ovdje je ipak uočena statistički značajna razlika između grupa<sup>14</sup>. U obje grupe više od dvije trećine ispitanika sigurno je da će ondje ostati živjeti – u Španskom je 66,3 % ispitanika kazalo da se potpuno i uglavnom slaže s izjavom, dok je u Markuševcu to izjavilo njih nešto više, odnosno 71,6 %. Onih koji se s time niti slaže niti ne slaže u Španskom ima 19,1 %, a u Markuševcu 15,7 %. Najmanje je onih koji se nimalo i uglavnom ne slažu s time da će sigurno ostati svojem susjedstvu – u Španskom 14,6 %, a u Markuševcu 12,7 %. Da je promatrano susjedstvo dio njih, smatra malo više od polovice ispitanika i iz Španskog (51,1 %) i iz Markuševca (58,5 %). S time se niti slaže niti ne slaže 24 % ispitanika iz Španskog i 20,1 % ispitanika iz Markuševca, dok je neslaganje iskazalo 24,7 %

<sup>14</sup>  $F(1,467,477)=4,082, p<0.5$

onih iz Španskog i 21,4 % ispitanika iz Markuševca. Statistički značajna razlika između grupa uočena je u vezi s izjavom kako je mnogo toga u susjedstvu dio njihove osobne prošlosti<sup>15</sup>. Detaljnijim uvidom u distribuciju frekvencija u tablici 4 može se vidjeti kako je 62 % ispitanika iz Markuševca iskazalo potpuno i većinsko slaganje s izjavom, dok je u Španskom taj broj nešto manji (46,8 %). Također, u Španskom je više onih koji se niti slažu niti ne slažu (15,7 %) s navedenim u odnosu prema ispitanicima iz Markuševca (8,3 %). Zanimljivo je primijetiti kako je u Markuševcu 29,7 % ispitanika kazalo kako se nimalo i uglavnom slažu s tom izjavom, a isto je izjavilo 37,5 % ispitanika iz Španskog. Statistički značajna razlika uočena je i u mišljenju da se način života ovdašnjih ljudi ne može naći nigdje drugdje<sup>16</sup>. Polovica ispitanika iz Markuševca iskazala je da se potpuno i uglavnom slaže s tom izjavom, dok je u Španskom takvih samo 15,4 %. Najveći postotak ispitanika iz Španskog ipak ističe suprotno – njih 47,6 % nimalo se i uglavnom nije složilo da postoji specifičnost načina života u njihovu susjedstvu, a isto misli 24,5 % ispitanika iz Markuševca. Onih koji se niti slažu niti ne slažu s navedenim u Španskom (37,1 %) bilo je nešto više nego u Markuševcu (24,5 %). Sve navedene izjave odnose se na emocionalnu pripadnost susjedstvu, odnosno na kreiranje i održavanje veze sa susjedstvom koja posljedično pruža potporu identitetu pojedinca. Kao što je iz rezultata vidljivo, polovica ispitanika iz obje grupe iskazala je visoku razinu slaganja sa svim česticama, osim sa zadnjom. Tu je pak vidljiva i najizraženija razlika između grupa – ispitanici iz Markuševca skloniji su prepoznati specifičnosti načina života u svojem susjedstvu.

Drugi element pripadnosti susjedstvu odnosi se na onu funkcionalnu razliku, odnosno na svojevrsno vanjsko vrednovanje susjedstva i spremnost na ulaganje u njega. Najveća razina slaganja u obje grupe prepoznaje se u spremnosti da volontiraju za dobrobit susjedstva, koju je iskazalo više od polovice svih ispitanika (Špansko 54,3 % te Markuševac 53,3 %). Onih koji niti jesu niti nisu u Španskom ima 25,5 %, dok je onih koji nisu na to spremni 20,2 %. U Markuševcu je gotovo isti broj onih koji niti jesu niti nisu (23,1 %) spremni te onih koji nimalo i uglavnom nisu spremni volontirati u aktivnostima (23,6 %). Kada je riječ o odvajanju financijskih sredstava za dobrobit susjedstva, razina spremnosti je nešto manja, no i dalje prevladavajuća. Nešto manje ispitanika u oboje grupe, 46,5 % u Španskom te 42,3% u Markuševcu, iskazalo je da se potpuno i uglavnom slažu s navedenim. Malo više od 24 % ispitanika u obje grupe niti se slaže niti ne slaže s izjavom, ali ipak je u Markuševcu (32,8 %) nešto više onih koji nimalo i uglavnom nisu spremni odvojiti novac nego što je slučaj u

---

<sup>15</sup> F (1, 475,096)= 10,634, p<0.5

<sup>16</sup> F (1, 496,480)= 76,447, p<0.5

Španskom (28,8 %). Najmanja razina slaganja u obje grupe pronalazi se u percepciji svojeg susjedstva kao prestižnog ili elitnog. Nimalo i uglavnom s time se ne slaže 45,3 % ispitanika Španskog i 39,3 % ispitanika Markuševca. Niti se slaže niti se ne slaže sličan postotak ispitanika Španskog (31,1 %) i Markuševca (30,6 %). Da se njihovo susjedstvo smatra elitnim, ipak smatra nešto više ispitanika iz Markuševca (30,1 %) nego onih iz Španskog (23,6 %).

Tablica 4. Percipiran osjećaj pripadnosti susjedstvu

|   |            | Nimalo i uglavnom se ne slažem | Niti se slažem niti se ne slažem | Potpuno i uglavnom se slažem | M    | SD    | <i>p</i> |
|---|------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|------|-------|----------|
| Ovdje mogu živjeti kako mi najviše odgovara.  | Špansko    | 7,1%                           | 22,8%                            | 70%                          | 3,81 | 0,881 |          |
|   | Markuševac | 7%                             | 18,3%                            | 74,7%                        | 3,92 | 0,899 |          |
| Mnogo toga u ovom susjedstvu dio je moje osobne prošlosti.  | Špansko    | 37,5%                          | 15,7%                            | 46,8%                        | 3,12 | 1,443 | **       |
|   | Markuševac | 29,7%                          | 8,3%                             | 62%                          | 3,55 | 1,511 |          |
| Način života ovdašnjih ljudi ne može se naći nigdje drugdje.  | Špansko    | 47,6%                          | 37,1%                            | 15,4%                        | 2,51 | 1,098 | **       |
|   | Markuševac | 24,5%                          | 24,5%                            | 51,1%                        | 3,41 | 1,183 |          |
| Ovo susjedstvo kao da je dio mene.  | Špansko    | 24,7%                          | 24%                              | 51,3%                        | 3,34 | 1,186 |          |
|   | Markuševac | 21,4%                          | 20,1%                            | 58,5%                        | 3,54 | 1,19  |          |
| Siguran sam da ću ostati/zadržati se u ovom susjedstvu.   | Špansko    | 14,6%                          | 19,1%                            | 66,3%                        | 3,72 | 1,118 | *        |
|   | Markuševac | 12,7%                          | 15,7%                            | 71,6%                        | 3,93 | 1,162 |          |
| Ovo susjedstvo smatra se prestižnim/elitnim.  | Špansko    | 45,3%                          | 31,1%                            | 23,6%                        | 2,68 | 1,132 |          |
|   | Markuševac | 39,3%                          | 30,6%                            | 30,1%                        | 2,84 | 1,214 |          |
| Spreman sam uložiti dio svog vremena i napora za dobrobit ovog susjedstva (volontirati u aktivnostima). | Špansko    | 20,2%                          | 25,5%                            | 54,3%                        | 3,47 | 1,101 |          |
|   | Markuševac | 23,6%                          | 23,1%                            | 53,3%                        | 3,39 | 1,207 |          |
| Spreman sam dati i dio financijskih sredstava za dobrobit ovog susjedstva.                              | Špansko    | 28,8%                          | 24,7%                            | 46,5%                        | 3,21 | 1,192 |          |
|   | Markuševac | 32,8%                          | 24,9%                            | 42,3%                        | 3,07 | 1,312 |          |

*p* < 0.05\*

*p* < 0.01\*\*

Druga dimenzija uključenosti u zajednicu koju ćemo detaljnije razmotriti odnosi se na kolektivnu efikasnost susjedstva promatranu kroz element percipirane neformalne socijalne kontrole i percipiranog osjećaja sigurnosti u susjedstvu. Počevši od percipirane neformalne socijalne kontrole, ispitanike smo zamolili da procijene koliko je vjerojatno da bi njihovi susjedi poduzeli nešto u tri različita scenarija: (1) da se dogodi fizički sukob u blizini, (2) da djeca/mladi iskazuju nepoštovanje prema starijima te (3) da djeca/mladi crtaju grafite na obližnjoj zgradi. Svoj stav ispitanici su iskazali putem skale od 1 do 5, na kojoj 1 predstavlja sigurno ne bih, a 5 sigurno bih te su rezultati prikazani na slici 16. Statistički značajna razlika između grupa uočila se na sve tri promatrane razine. Počevši redom, ispitanici iz Markuševca (62,1 %) u nešto većem broju smatraju kako bi njihovi susjedi sigurno i vjerojatno nešto poduzeli da se dogodi fizički sukob u blizini njihove kuće ili zgrade negoli ispitanici iz Španskog (51,3 %). Istovremeno ispitanici iz Španskog u većem broju (29,5 %) smatraju kako njihovi susjedi sigurno i vjerojatno ne bi poduzeli nešto u tom slučaju, dok je u Markuševcu tog mišljenja njih 17 %<sup>17</sup>. U sličnom omjeru ispitanici obiju grupa smatraju kako njihovi susjedi niti bi niti ne bi učinili nešto u toj situaciji – u Španskom 19,1 %, a u Markuševcu 21 % ispitanika. Gotovo polovica ispitanika Markuševca (48,8 %) smatra kako bi njihovi susjedi sigurno i vjerojatno poduzeli nešto da djeca/mladi iskazuju nepoštovanje prema starijima, dok je tog mišljenja u Španskom 38,9 % ispitanika. Vrlo sličan postotak ispitanika iz Španskom ima upravo suprotno mišljenje – njih 36 % smatra kako njihovi susjedi sigurno i vjerojatno ne bi reagirali u toj situaciji, dok je onih neodlučnih ¼, odnosno 25,1 %. U Markuševcu s druge strane ima sličan broj neodlučnih (21,4 %) kao i u Španskom, dok je onih koji smatraju da susjedi sigurno i vjerojatno ne bi reagirali (28,9 %) nešto manje<sup>18</sup>. U trećem scenariju koji obuhvaća crtanje grafita na obližnjoj zgradi/kući također je zamijećena statistički značajna razlika između grupa<sup>19</sup>. I u ovom su slučaju ispitanici iz Markuševca nešto pozitivniji nego ispitanici iz Španskog, iako u obje grupe više od polovice ispitanika smatra kako njihovi susjedi sigurno i vjerojatno bi nešto učinili u toj situaciji – u Markuševcu 58,1 %, a u Španskom 51,4 %. Da susjedi niti bi niti ne bi učinili nešto, smatra 20,2 % ispitanika Španskog te 18,8 % stanovnika Markuševca, dok nešto veći postotak njih iz Španskog (28 %) smatra kako sigurno i vjerojatno ne bi poduzeli nešto u usporedbi s ispitanicima Markuševca (23,2 %). Mogli bismo zaključiti kako su ispitanici iz Markuševca u sve tri promatrane dimenzije iskazali nešto veću percepciju neformalne socijalne kontrole od ispitanika iz Španskog. No, u vezi s fizičkim

---

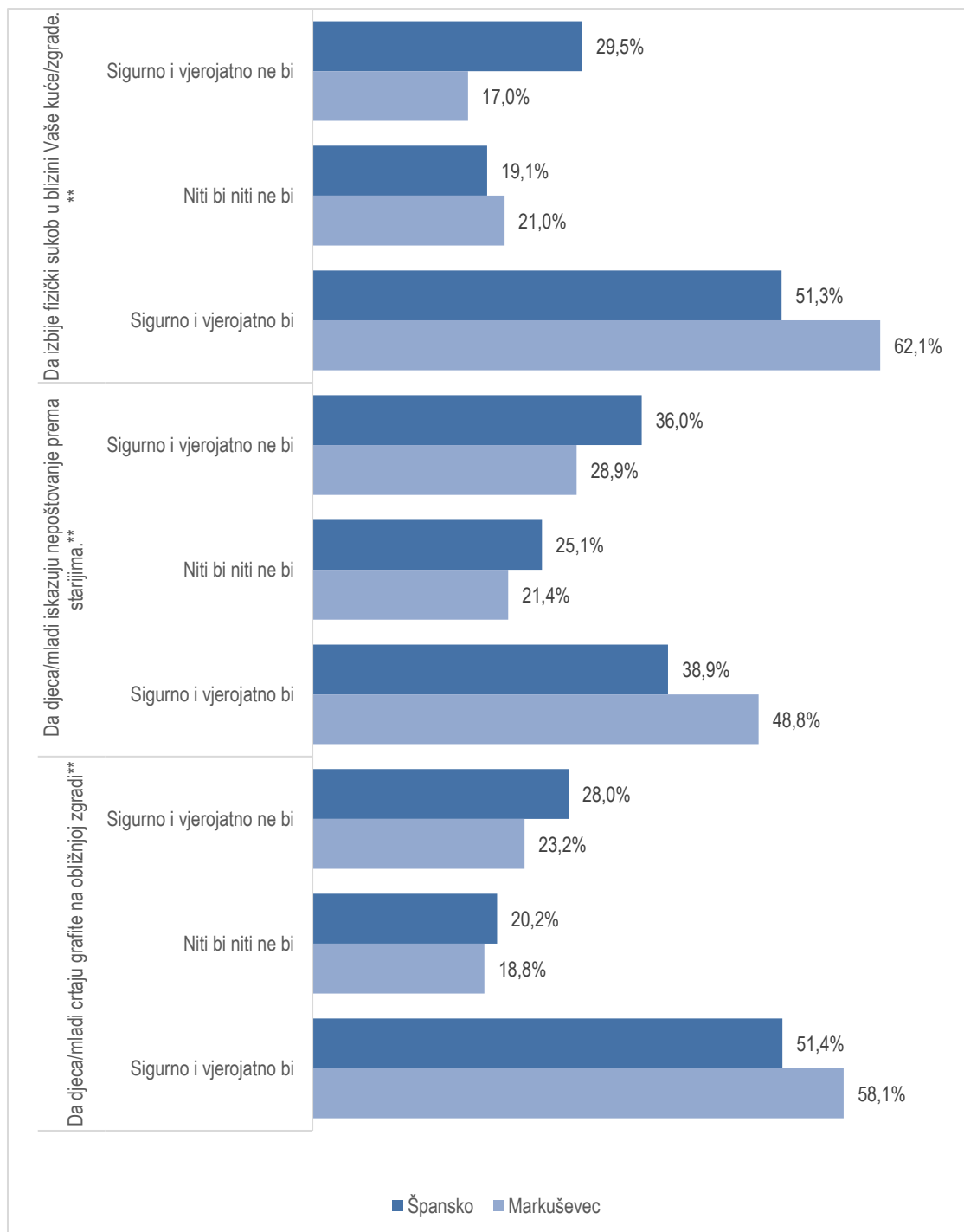
<sup>17</sup>  $F(1, 488,941)=19,281, p<0.01$

<sup>18</sup>  $F(1, 468,963)=7,549, p<0.01$

<sup>19</sup>  $F(1, 477,746)=5,948, p<0.001$



sukobom i crtanjem grafita više od polovice svih ispitanika prepoznalo je spremnost susjeda da interveniraju i pomognu u rješavanju takvih situacija.



Slika 16. Percipirana razina neformalne socijalne kontrole

Druga dimenzija kolektivne efikasnosti odnosi se na percipiran osjećaj sigurnosti u susjedstvu. Ispitanike smo zamolili da sagledaju određene opasne situacije i koristeći skalu odgovore postoje li navedene pojave u njihovu susjedstvu. Navedene situacije uključivale su: (1) namjerno oštećivanje imovine, (2) susretanje opasnih ljudi, (3) čestu buku i galamu te (4) postojanje osoba koje prodaju drogu. Statistički značajna razlika između grupa uočena je u svim promatranim dimenzijama.

Pogledom na sliku 17 možemo zamijetiti kako se 38,9 % ispitanika iz Španskog potpuno i uglavnom složilo s izjavom kako u njihovu susjedstvu netko namjerno oštećuje imovinu, dok je u Markuševcu njihovih istomišljenika samo 18,3 %<sup>20</sup>. Tako se 63,3 % ispitanika iz Markuševca potpuno i uglavnom nije složilo s tom izjavom, dok je istog mišljenja 41,2 % ispitanika iz Španskog. Također, 18,3 % ispitanika iz Markuševca i njih 19,9 % iz Španskog niti se slaže niti ne slaže s navedenom izjavom. Statistički značajna razlika između grupa prepoznala se i u idućoj izjavi<sup>21</sup>. Da se opasni ljudi ne mogu sresti u njihovu susjedstvu većinski smatraju i ispitanici iz Španskog (49 %) i Markuševca (62 %). Ispitanici iz Španskog u nešto su većem broju indiferentniji (27,3 %) nego ispitanici iz Markuševca (21 %) te iskazuju veće slaganje s izjavom (23,6 %) nego ispitanici iz Markuševca (17 %). Polovica ispitanika iz obje grupe smatra kako u njihovu susjedstvu nema problema s bukom. No, i u ovoj dimenziji ispitanici iz Markuševca iskazuju nešto veću razinu neslaganja (60,7 %) od ispitanika iz Španskog (47,6 %)<sup>22</sup>. Nešto više ispitanika iz Španskog (29,2 %) ipak smatra kako se učestalo može čuti galama, glasna muzika i svađa u odnosu prema ispitanicima iz Markuševca (19,7 %). Onih indiferentnih u Španskom ima 23,2 %, a u Markuševcu 19,7 %. Da u njihovu susjedstvu ne postoje ljudi koji prodaju drogu smatra više ispitanika iz Markuševca (45,5 %) nego ispitanika iz Španskog (28,5 %)<sup>23</sup>. Najveći postotak ispitanika iz Španskog (37,1 %) niti se slaže niti ne slaže s time, dok nešto manje, njih 34,5 %, smatra kako takvih pojedinaca ima u njihovu susjedstvu. S druge strane, u Markuševcu 31,4 % ispitanika nije sigurno, a njih 23,1 % smatra kako u njihovu susjedstvu postoje osobe koje prodaju drogu.

Promatrajući sve dimenzije, možemo vidjeti kako više od trećine ispitanika iz Španskog prepoznaje problem s namjernim oštećivanjem tuđe imovine kao i problem prodaje droge. Malo manje od jedne trećine ispitanika prepoznaje kao problem glasnu muziku, viku i svađu, dok njih manje od ¼ smatra kako je moguće sresti opasne osobe u susjedstvu. U Markuševcu

---

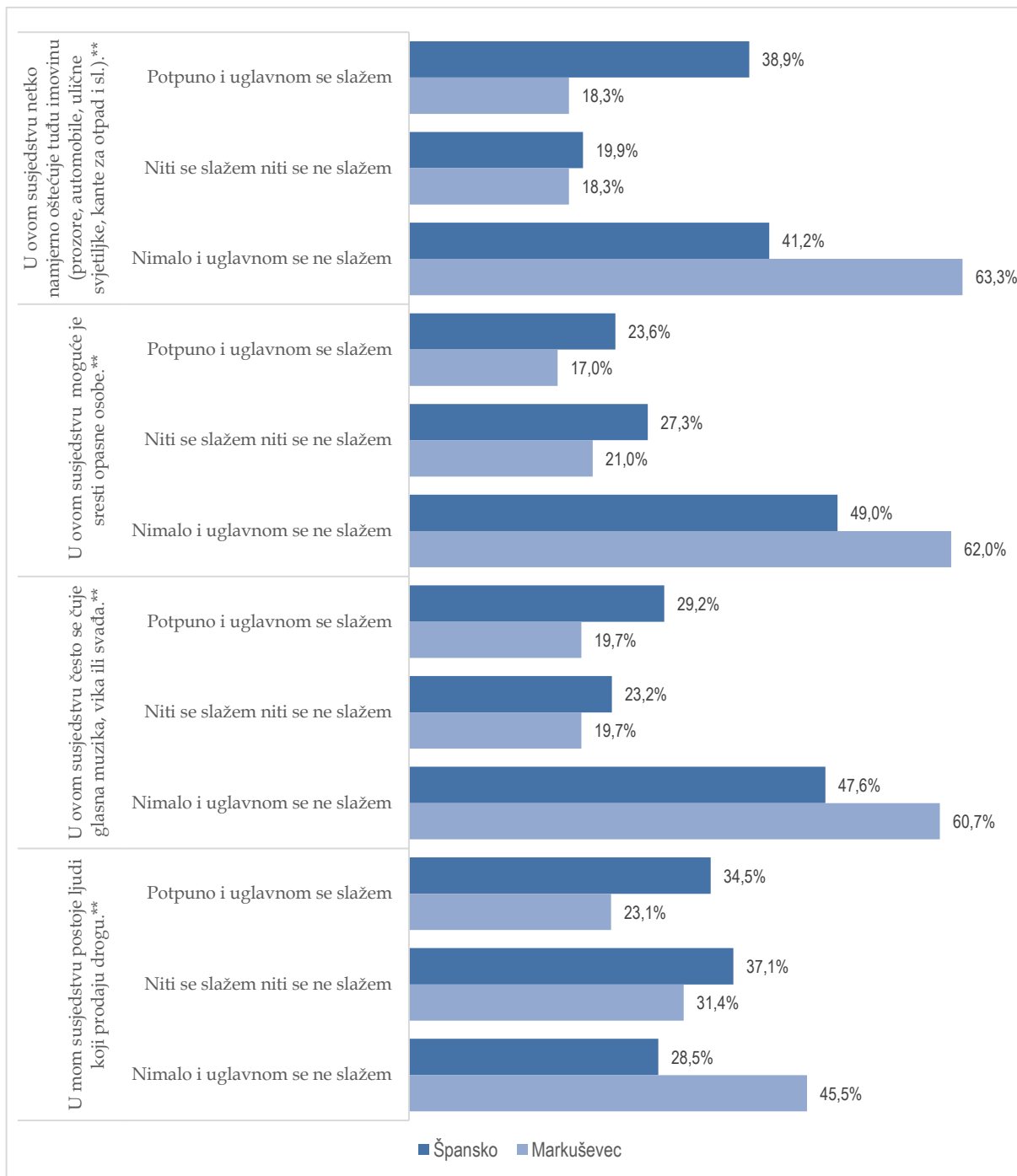
<sup>20</sup> F (1, 485,173)= 35,473, p<0.5

<sup>21</sup> F(1, 481,015)= 11,980, p<0.01

<sup>22</sup> F(1, 474,575)=12,772, p<0.01

<sup>23</sup> F (1, 472,657)=15,311, p<0.01

malo manje od ¼ ispitanika kaže kako u njihovu susjedstvu postoje osobe koje prodaju drogu, dok u ostalim izjavama njih manje od 1/5 iskazuje slaganje s ostalim navedenim sigurnosnim problemima u susjedstvu. Na temelju dobivenih podataka može se zaključiti kako ispitanici iz Markuševca u većem broju svoje susjedstvo percipiraju kao sigurno nego ispitanici iz Španskog.



Slika 17. Percipiran osjećaj sigurnosti u susjedstvu

Zadnja dimenzija uključenosti u zajednicu odnosi se na razinu participacije u susjedstvu. Ispitanike smo zatražili da iskažu jesu li ili nisu sudjelovali u javnim akcijama, javnim skupovima, potpisivanju peticija, slanju dopisa ili pisma te komentiranju o lokalnim problemima. Navedeno su procjenjivali na skali od 1 do 3, na kojoj 1 označava nisam, 2 jesam jedanput, a 3 jesam, više puta. Pogledom u tablicu 5 može se vidjeti kako je jedan od najčešćih oblika participacije upravo komentiranje lokalnih problema u čemu je više puta sudjelovalo 52,4 % ispitanika iz Španskog i 48,9 % ispitanika iz Markuševca. Drugi najčešći oblik participacije odnosi se na potpisivanje peticija, gdje je primijećena statistički značajna razlika između grupa<sup>24</sup>. Nešto veći postotak ispitanika iz Španskog (38,2 %) peticiju je potpisao više puta u odnosu prema ispitanicima iz Markuševca (26,2%). U sličnom su omjeru peticiju jedanput potpisali ispitanici iz Španskog (32,2 %) i Markuševca (31,9 %). Manja aktivnost prepoznaje se u preostale tri dimenzije participacije, u kojima najveći postotak ispitanika iz obje grupe nikada nije sudjelovao. Tako 60 % ispitanika iz obje grupe nikada nije sudjelovao u akciji kojoj je cilj bio poboljšati uvjete življenja u njihovu susjedstvu. Tako 69,7 % ispitanika iz Španskog i 68,1 % ispitanika iz Markuševca nikada nije slalo pismo, dopis ili uputilo telefonski poziv kojim bi se potaknule promjene u njihovu susjedstvu. Statistički značajna razlika između grupa primjećuje se u vezi s dolaskom na javni skup kojim se htjela potaknuti neka promjena u susjedstvu<sup>25</sup>. Iako je i dalje taj oblik sudjelovanja slabo zastupljen, ispitanici iz Španskog ipak su u tome iskazali nešto veću aktivnost od ispitanika iz Markuševca. Tako je 19,1 % ispitanika iz Španskog prisustvovalo javnom skupu više puta, a njih 63,3 % njeđanput. Istodobno je samo 8,7 % ispitanika iz Markuševca bilo na javnom skupu više puta, a njih 74,7 % nikada.

Tablica 5. Razina participacije u aktivnostima i događajima

|  |            | Nisam | Jesam<br>jedanput | Jesam,<br>više puta | M    | SD   | <i>p</i> |
|--|------------|-------|-------------------|---------------------|------|------|----------|
| Sudjelovali u nekoj akciji kojoj je cilj bio poboljšati uvjete življenja u Vašem susjedstvu?             | Špansko    | 61%   | 21,7%             | 17,2%               | 1,56 | ,770 |          |
|  | Markuševac | 60,3% | 22,3%             | 17,5%               | 1,57 | ,772 |          |
| Potpisali neku peticiju (fizički ili online) kojom se htjelo potaknuti neke promjene u Vašem susjedstvu? | Špansko    | 29,6% | 32,2%             | 38,2%               | 2,08 | ,820 | **       |
|  | Markuševac | 41,9% | 31,9%             | 26,2%               | 1,84 | ,812 |          |

<sup>24</sup>  $F(1,483,992) = 10,966$ ,  $p < 0.01$

<sup>25</sup>  $F(1, 491,447) = 11,491$ ,  $p < 0.01$

|  |            |       |       |       |      |      |    |
|--|------------|-------|-------|-------|------|------|----|
| Slali pismo, poruku, dopis ili pak uputili telefonski poziv kojim ste htjeli potaknuti neke promjene u Vašem susjedstvu? | Špansko    | 69.7% | 13.1% | 17.2% | 1,47 | ,772 |    |
|  | Markuševac | 68.1% | 14%   | 17.9% | 1,49 | ,781 |    |
| Komentirali ili razgovarali osobno s nekim o problemima koji utječu na kvalitetu življenja u Vašem susjedstvu?           | Špansko    | 27%   | 20.6% | 52.4% | 2,25 | ,855 |    |
|  | Markuševac | 32.8% | 18.3% | 48.9% | 2,16 | ,891 |    |
| Prisustvovali javnom skupu kojim se htjelo potaknuti neke promjene u Vašem susjedstvu?                                   | Špansko    | 63.3% | 17.6% | 19.1% | 1,55 | ,794 | ** |
|  | Markuševac | 74.7% | 16.6% | 8.7%  | 1,34 | ,633 |    |

*p* < 0.05\*

*p* < 0.01\*\*

## 6.2. Virtualna dimenzija susjedstva

Kako bismo saznali koja je najčešća svrha korištenja Facebook grupe susjedstva, ispitanike smo zamolili da procijene koliko često koriste grupu za niz navedenih aktivnosti. Navedeno su ocjenjivali pomoću skale od 1 do 4, na kojoj 1 označava nikada, a 4 često. U tablici 6 može se vidjeti kako ispitanici i Španskog (44,2 %) i Markuševca (43,2 %) najčešće koriste Facebook grupe susjedstva kako bi bili u toku sa zbivanjima. Također, povremeno u tu svrhu grupu koristi 42,3 % ispitanika Španskog i 39,3 % ispitanika Markuševca. Druga najčešća aktivnost ispitanika obaju promatranih Facebook grupa odnosi se na prolaženje usluga ili proizvoda dostupnih u susjedstvu. Naime, 20,2 % ispitanika iz Španskog i 23,1 % ispitanika iz Markuševca često grupu koristi za navedenu svrhu. Naime, 39,7 % ispitanika iz Markuševca i 39,3 % ispitanika iz Španskog povremeno koristi Facebook grupu kako bi pronašli usluge ili proizvode unutar susjedstva. Obje opisane svrhe korištenja Facebook grupe odnose se na potražnju za informacijama ili uslugama te ih možemo promatrati kao svojevrsne pasivne aktivnosti. S druge strane, čestice u nastavku odnose se na primjenu Facebook grupe za doprinos te ih možemo promatrati kao aktivne oblike korištenja grupe. One su pak nešto rjeđe zastupljene u obje grupe, pa tako i u Španskom (10,1 %) i u Markuševcu (14,8 %) ispitanici često putem grupe dijele obavijesti o aktivnostima i zbivanjima u susjedstvu. Iz tog razloga grupu povremeno koristi 29,2 % ispitanika iz Španskog i 28,8 % ispitanika iz Markuševca. Ipak, statistički značajna razlika između grupa pokazala se u drugom obliku korištenja Facebook

grupe susjedstva. Ispitanici iz Markuševca malo češće (8,3 %) koriste grupu kako bi se požalili ostalim članovima na određene situacije u susjedstvu negoli stanovnici Španskog (4,9 %). Također, u nešto većem broju grupu u tu svrhu koriste povremeno (25,8 %) nego ispitanici iz Španskog (20,2 %) <sup>26</sup>.

Dakle, mogli bismo zaključiti kako 80 % ispitanika iz obje grupe često i povremeno Facebook grupu koristi kako bi bili obaviješteni o aktualnim zbivanjima u susjedstvu. Oko 60 % ispitanika često i povremeno putem grupe doznaje kako pronaći proizvode ili usluge dostupne u susjedstvu. Oko 40 % ispitanika iz obje grupe često i povremeno dijeli informacije o događajima u susjedstvu. No, ispitanici iz Markuševca ipak su iskazali malo veću sklonosti korištenju grupe da se požale na određenu situaciju. U tu svrhu često i povremeno grupu je koristilo nešto manje od 35 % ispitanika iz Markuševca te oko 25 % ispitanika iz Španskog. Ukratko, prepoznaje se pasivnije korištenje Facebook grupe u oba promatrana susjedstva.

Tablica 6. Svrha korištenja Facebook grupe susjedstva

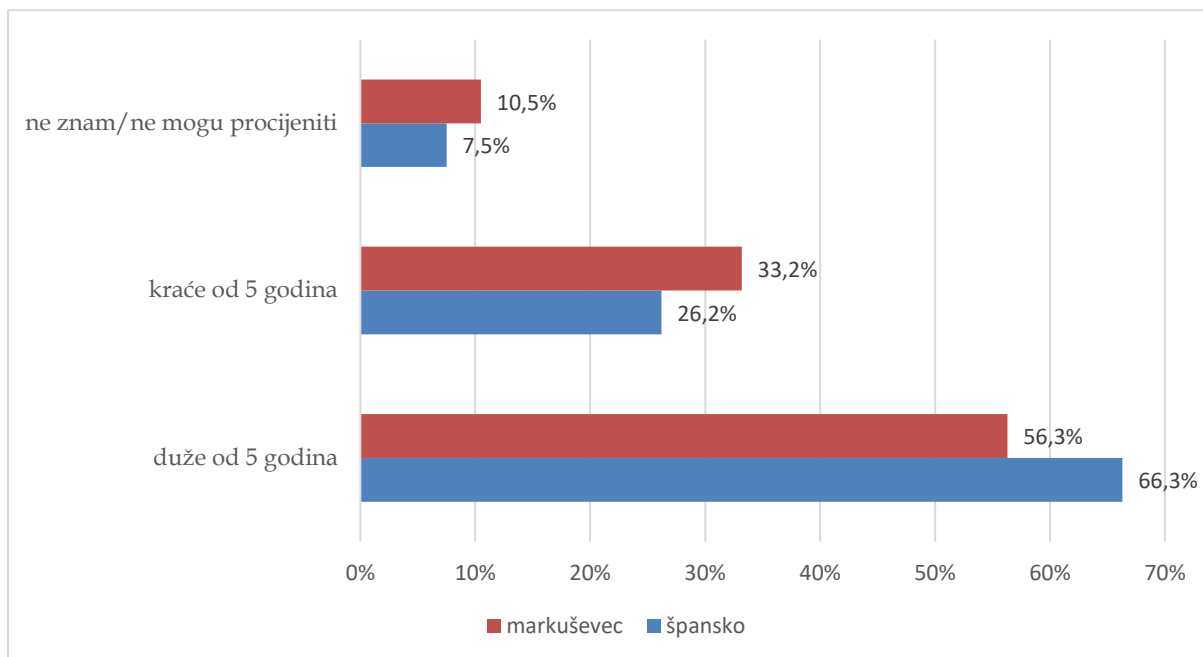
|  |            | Nikada | Rijetko | Povremeno | Često | M    | SD    | <i>p</i> |
|--|------------|--------|---------|-----------|-------|------|-------|----------|
| Da budete u toku sa zbivanjima u susjedstvu.                               | Špansko    | 0,7%   | 12,7%   | 42,3%     | 44,2% | 3,30 | 1,151 |          |
|  | Markuševac | 1,7%   | 15,7%   | 39,3%     | 43,2% | 3,24 | ,777  |          |
| Da pronađete usluge ili proizvode dostupne unutar susjedstva.              | Špansko    | 9,0%   | 31,5%   | 39,3%     | 20,2% | 2,70 | ,891  |          |
|  | Markuševac | 7,0%   | 30,1%   | 39,7%     | 23,1% | 2,79 | ,878  |          |
| Da podijelite informacije o aktualnostima i zbivanjima unutar susjedstva.  | Špansko    | 31,8%  | 28,8%   | 29,2%     | 10,1% | 2,17 | ,993  |          |
|  | Markuševac | 27,9%  | 28,4%   | 28,8%     | 14,8% | 2,30 | 1,035 |          |
|  | Markuševac | 51,5%  | 21,8%   | 19,2%     | 7,4%  | 1,83 | ,989  |          |
| Da se požalite ostalim članovima grupe na određene situacije u susjedstvu. | Špansko    | 46,1%  | 28,8%   | 20,2%     | 4,9%  | 1,83 | ,913  | **       |
|  | Markuševac | 32,3%  | 33,6%   | 25,8%     | 8,3%  | 2,10 | ,952  |          |

*p* < 0.05\*

*p* < 0.01\*\*

<sup>26</sup> F (1,465,922)=9,650, *p*<0.01

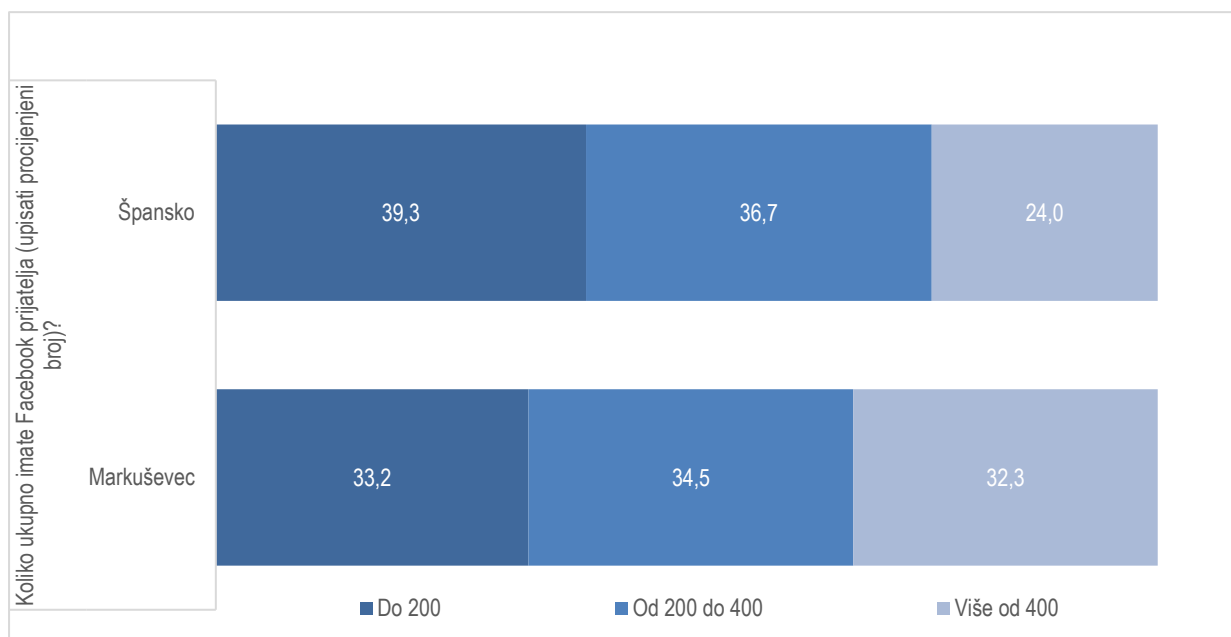
Ispitanike smo također zamolili da procijene od koje su godine članovi Facebook grupe svojeg susjedstva. Upisane godine podijeljene su u tri kategorije: (1) dulje od 5 godina, (2) kraće od 5 godina te (3) ne znam / ne mogu procijeniti. Slika 18 prikazuje kako je dulje od 5 godina u svojoj grupi 66,3 % ispitanika iz Španskog te 56,3 % iz Markuševca. Kraće od 5 godina nešto je više ispitanika iz Markuševca (33,2 %) negoli iz Španskog (26,2 %). Onih koji ne znaju ili ne mogu to procijeniti u Markuševcu ima 10,5 %, a u Španskom 7,5 %. Provedenim  $X^2$  testom nije utvrđeno postojanje statistički značajne razlike između grupa.



Slika 18. Trajanje članstva u Facebook grupi susjedstva

Uz podatak o trajanju članstva u Facebook grupi, zanimalo nas je i koliko ukupno prijatelja imaju na društvenoj mreži Facebook. Kako bismo to saznali, tražili smo ih da unesu procijenjen broj Facebook prijatelja te su njihovi odgovori naknadno razvrstani u tri kategorije prikazane na slici 19. Proveden  $\chi^2$  test pokazao je kako ne postoji statistički značajna razlika između dviju grupa. Na slici 23 možemo vidjeti kako najveći postotak ispitanika iz Španskog (39,3 %) ima do 200 Facebook prijatelja, dok najveći postotak ispitanika iz Markuševca (34,5 %) ima između 200 i 400 prijatelja. Detaljnijim uvidom u raspodjelu odgovora možemo primjetiti gotovo podjednak postotak u sve tri kategorije u Markuševcu, dok je u Španskom razlika ipak nešto primjetnija. Više od 400 Facebook prijatelja u Španskom ima 24 % ispitanika, dok jednako toliko prijatelja u Markuševcu ima 32,3 % ispitanika. Rezultati time sugeriraju

kako su ispitanici iz Markuševca u malo većem postotku skloniji imati više Facebook prijatelja nego ispitanici iz Španskog.



Slika 19. Samo procijenjen broj Facebook prijatelja

### 6.3. Socijalni kapital u virtualnoj dimenziji susjedstva

Do sada smo detaljnije sagledali sve dimenzije uključenosti u lokalnu zajednicu kao i sve elemente virtualne društvenosti od kojih je, za naše istraživanje, najvažniji bio usmjeren na korištenje Facebook grupe susjedstva. Kako bismo saznali postoji li uopće akumulacija socijalnog kapitala unutar takvih grupa, ispitanicima smo dali da procijene u kojoj mjeri se slažu ili ne slažu s izjavama navedenima u tablici 7. Pri tome je korištena Likertova skala od 1 do 5, na kojoj 1 označava nimalo se ne slažem, a 5 u potpunosti se slažem.

Kako podatci iz tablice 7 sugeriraju, i ispitanici iz Španskog (73,4 %) i ispitanici iz Markuševca (72,9 %) u najvećem broju smatraju kako bi članovi njihove Facebook grupe trebali vraćati usluge i pružati pomoć zajednici kada je to potrebno. Čak se 71,2 % ispitanika iz obje grupe uglavnom i potpuno slaže s izjavom da kada im netko u njihovoj grupi pomogne, osjećaju da trebaju uzvratiti pomoć u slučaju potrebe. Ipak, u nešto manjem postotku i ispitanici iz Španskog (51,3 %) i ispitanici iz Markuševca (43,7 %) smatraju kako će njihovo ponašanje potaknuti suradnju s drugim članovima u budućnosti. I sama konstrukcija izjava



upućuje na to da je riječ o reciprocitetu koji obje grupe relativno visoko vrednuju. Treća, najviša razina slaganja prepoznaje se u izjavi koja pretpostavlja kako ispitanici neke članove grupe osobno poznaju. No, u vezi s time uočena je i statistički značajna razlika između grupa<sup>27</sup>. Naime, čini se kako ispitanici iz Markuševca (77,7 %) u malo većem postotku osobno poznaju druge članove nego u Španskom (66,3 %). Statistički značajna razlika između grupa zamijećena je u vezi s održavanjem bliskih odnosa s nekim članovima grupe<sup>28</sup> i po učestalosti komunikacije s nekim članovima grupe<sup>29</sup>. Iako se sličan postotak ispitanika iz Markuševca (35,4 %) i Španskog (30,7 %), uglavnom i potpuno složio s izjavom da održavaju bliske odnose s nekim članovima grupe, razlika se primjećuje između onih koji su indiferentni i koji se s time ne slažu. Ispitanika koji se s izjavom niti slažu niti ne slažu u Španskom ima nešto manje (14,2 %) nego u Markuševcu (30,6 %). S druge strane, u Španskom pronalazimo veći postotak (55,1 %) onih koji se s izjavom uglavnom i potpuno ne slažu nego u Markuševcu (34,1 %). Veći broj ispitanika iz Markuševca (36,2 %) nego iz Španskog (27 %) uglavnom se i potpuno složilo s izjavom da učestalo komuniciraju s nekim članovima iz svoje Facebook grupe. Istodobno, malo više od polovice ispitanika iz Španskog uglavnom se i potpuno nije složilo s tom izjavom, dok je postotak o toj pojavi u Markuševcu nešto manji (38,9 %). Indiferentnih je u Španskom bilo 19,1 % ispitanika, a u Markuševcu njih 24,9 %. Sve tri izjave odnose se na stvaranje i održavanje društvenih veza unutar virtualne dimenzije susjedstva te rezultati sugeriraju kako su društvene veze u Markuševcu nešto jače nego u Španskom. Da njihova Facebook grupa s entuzijazmom adresira probleme članova misli 47,2 % ispitanika iz Španskog i njih 48,9 % iz Markuševca. Onih koji se s time niti slažu niti ne slažu u Španskom je bilo 37,8 %, a u Markuševcu 34,9 %. Samo 15 % ispitanika iz Španskog i njih 16,2 % iz Markuševca uglavnom se i potpuno nije složilo s navedenom izjavom. Statistički značajna razlika između grupa postoji i u mišljenju o tome da grupa pruža povjerljive informacije<sup>30</sup> te o općem povjerenju u grupu<sup>31</sup>. Dok polovica ispitanika iz Markuševca smatra kako njihova Facebook grupa pruža povjerljive informacije, u Španskom je taj postotak nešto manji (36 %). U Španskom nalazimo i veći postotak ispitanika koji su indiferentni (44,2 %) za razliku od Markuševca (33,2 %). Ispitanika koji tvrde kako njihova grupa ne pruža povjerljive informacije u Španskom ima 19,9 %, a u Markuševcu 16,2 %. Ispitanici iz Markuševca (58,1 %) iskazali su veću razinu općeg povjerenja u svoju grupu u usporedbi s ispitanicima iz Španskog (44,9 %). U Španskom je pak

---

<sup>27</sup> F (1, 490,001)= 10,780, p<0.01

<sup>28</sup> F (1, 489,928)= 14,275, p<0.01

<sup>29</sup> F (1, 491,886)= 17,504, p<0.01

<sup>30</sup> F (1, 483,999)= 6,901, p<0.01

<sup>31</sup> F (1, 486,914)= 5,476, p<0.01

bilo više onih koji se niti slažu niti ne slažu s izjavom (37,5 %) za razliku od Markuševca (28,4 %). Ispitanika koji ne vjeruju svojoj grupi u Španskom ima 19,9 %, a u Markuševcu 16,2 %. Ipak, promatrajući zadnja tri pitanja, koja se tematski odnose na razinu povjerenja u (i prema) Facebook grupi susjedstva, može se zamijetiti kako su ispitanici u svim dimenzijama povjerenja iskazali srednje visoku ocjenu.

Promatrajući sve rezultate, vidljivo je kako su ispitanici obaju grupa najveću razinu slaganja iskazali s izjavama o reciprocitetu. Oko polovice ispitanika iz obje grupe iskazalo je visoku razinu slaganja i s izjavama o povjerenju, no o tom su pitanju ispitanici iz Markuševca ipak pokazali nešto veću razinu slaganja od ispitanika iz Markuševca. O pitanju društvenih veza polovica ispitanika iz obje grupe složila se s izjavom da osobno poznaju neke članove grupe, dok je oko trećine ispitanika iz Markuševca iskazalo visoku razinu slaganja s izjavama o održavanju bliskih odnosa i učestale komunikacije.

Tablica 7. Socijalni kapital u Facebook grupama susjedstva

|  |            | Nimalo i uglavnom se ne slažem | Niti se slažem niti se ne slažem | Potpuno i uglavnom se slažem | M    | SD    | <i>p</i> |
|--|------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|------|-------|----------|
| Održavam bliske odnose s nekim članovima ove Facebook grupe. | Špansko    | 55,1%                          | 14,2%                            | 30,7%                        | 2,53 | 1,398 | **       |
|  | Markuševac | 34,1%                          | 30,6%                            | 35,4%                        | 2,98 | 1,213 |          |
| Neke članove ove Facebook grupe osobno poznajem.             | Špansko    | 21,7%                          | 12%                              | 66,3%                        | 3,68 | 1,347 | **       |
|  | Markuševac | 9,6%                           | 12,7%                            | 77,7%                        | 4,04 | 1,054 |          |
| Učestalo komuniciram s nekim članovima ove Facebook grupe.   | Špansko    | 53,9%                          | 19,1%                            | 27%                          | 2,45 | 1,435 | **       |
|  | Markuševac | 38,9%                          | 24,9%                            | 36,2%                        | 2,97 | 1,314 |          |
| Ova Facebook grupa s entuzijazmom adresira probleme članova. | Špansko    | 15%                            | 37,8%                            | 47,2%                        | 3,41 | 1,049 |          |
|  | Markuševac | 16,2%                          | 34,9%                            | 48,9%                        | 3,48 | 1,078 |          |
| Ova Facebook grupa pruža povjerljive informacije.            | Špansko    | 19,9%                          | 44,2%                            | 36%                          | 3,21 | 1,059 | **       |
|  | Markuševac | 16,2%                          | 33,2%                            | 50,7%                        | 3,46 | 1,049 |          |
| Općenito gledajući, vjerujem ovoj Facebook grupi.            | Špansko    | 17,6%                          | 37,5%                            | 44,9%                        | 3,36 | 1,029 | **       |
|  | Markuševac | 13,5%                          | 28,4%                            | 58,1%                        | 3,57 | ,995  |          |
|  | Špansko    | 6%                             | 22,8%                            | 71,2%                        | 3,96 | ,963  |          |

|  |            |       |       |       |      |       |
|--|------------|-------|-------|-------|------|-------|
| Kada mi netko u ovoj Facebook grupi pomogne, osjećam da je pravilno da uzvratim pomoć kada je to potrebno. | Markuševac | 5,2%  | 23,6% | 71,2% | 3,94 | ,930  |
| Članovi ove Facebook grupe trebali bi vraćati usluge i pružiti pomoć zajednici kada je to potrebno.        | Špansko    | 7,5%  | 19,1% | 73,4% | 3,97 | ,980  |
|  | Markuševac | 4,4%  | 22,7% | 72,9% | 4,03 | ,938  |
| Moje ponašanje će dovesti do suradnje s drugim članovima u budućnosti.                                     | Špansko    | 16,1% | 32,6% | 51,3% | 3,52 | 1,189 |
|  | Markuševac | 21%   | 35,4% | 43,7% | 3,32 | 1,159 |

$p < 0.05^*$

$p < 0.01^{**}$

#### 6.4. Rezultati regresijske analize

Prije same regresijske analize provjerila se analiza korelacije između korištenih prediktorskih varijabli. U tablicama 8 i 9 prikazani su Pearsonovi koeficijenti korelacije između svih varijabli koje su uključene u regresijsku analizu, i to zasebno za Špansko i zasebno za Markuševac. Promatrajući tablicu 8, može se primijetiti kako u Španskom između prediktorskih varijabli većinom pronalazimo nisku razinu povezanosti ( $r \leq 0,39$ ) uz dvije povezanosti koje klasificiramo kao umjerene ( $0,40 \leq r \leq 0,59$ ) i jednu kao visoku ( $0,60 \geq r \leq 0,79$ ).

Umjerena povezanost ( $0,40 \leq r \leq 0,59$ ) pronalazi se između varijable domaći/došljak i trajanja članstva u Facebook grupi susjedstva ( $r=0,42$ ). Ovaj odnos pokazuje kako su ispitanici koji se smatraju domaćima ujedno i dulje članovi svoje Facebook grupe. Druga umjerena i pozitivna povezanost prepoznaje se između varijable korištenja Facebook grupe radi dijeljenja informacija i trajanja članstva u grupi ( $r=0,40$ ). Navedeno nam sugerira kako su ispitanici koji su skloniji češće koristiti Facebook grupu susjedstva kako bi podijelili informacije o događajima u susjedstvu ujedno i članovi grupe dulje od 5 godina. Osim umjerenih povezanosti, uočava se i jedna visoka povezanost, i to između varijabli korištenje Facebook grupe susjedstva radi dijeljenja informacija o događajima i aktivnostima u susjedstvu te varijable korištenje Facebook grupe susjedstva kako bi se požalili na određene događaje ( $r=0,67$ ). Dakle, oni ispitanici koji su skloniji dijeliti informacije o događajima u susjedstvu ujedno su skloniji koristiti grupu da se požale na određenu situaciju ili problem koji su uočili.

Tablica 8. Pearsonov koeficijent korelacije između varijabli korištenih u analizi – Špansko

|     | 1. Emocionalna pripadnost | 2. Funkcionalna pripadnost | 3. Neformalna socijalna kontrola | 4. Sigurnost u susjedstvu | 5. Participacija | 6. Spol | 7. Razina obrazovanja | 8. Dob | 9. Domaći/došljak | 10. Korištenje FB grupi u toku sa zbičvanjima | 11. Korištenje FB grupi pronažanje usluga | 12. Korištenje FB grupi dijeljenje informacija | 13. Korištenje FB grupi požaliti se na događaje | 14. Broj FB prijatelja | 15. Trajanje članstva u FB grupi |
|-----|---------------------------|----------------------------|----------------------------------|---------------------------|------------------|---------|-----------------------|--------|-------------------|---|---|--|---|------------------------|----------------------------------|
| 1.  | 1                         |                            |                                  |                           |                  |         |                       |        |                   |   |   |  |   |                        |                                  |
| 2.  | ,50**                     | 1                          |                                  |                           |                  |         |                       |        |                   |   |   |  |   |                        |                                  |
| 3.  | ,42**                     | ,43**                      | 1                                |                           |                  |         |                       |        |                   |   |   |  |   |                        |                                  |
| 4.  | ,13*                      | ,23**                      | ,34**                            | 1                         |                  |         |                       |        |                   |   |   |  |   |                        |                                  |
| 5.  | ,21**                     | ,17**                      | ,14*                             | -,14*                     | 1                |         |                       |        |                   |   |   |  |   |                        |                                  |
| 6.  | -,12                      | -,11                       | -,01                             | -,03                      | -,06             | 1       |                       |        |                   |   |   |  |   |                        |                                  |
| 7.  | -,09                      | -,09                       | ,04                              | -,11                      | ,16**            | ,20**   | 1                     |        |                   |   |   |  |   |                        |                                  |
| 8.  | -,16**                    | -,05                       | -,07                             | ,02                       | -,27**           | ,03     | -,01                  | 1      |                   |   |   |  |   |                        |                                  |
| 9.  | ,49**                     | ,15*                       | ,21**                            | ,01                       | ,41**            | -,16*   | -,09                  | -,24** | 1                 |   |   |  |   |                        |                                  |
| 10. | ,18**                     | ,11                        | ,15*                             | ,01                       | ,23**            | ,15*    | ,10                   | -,17** | ,17**             | 1   |   |  |   |                        |                                  |
| 11. | -,08                      | ,06                        | ,02                              | ,13*                      | -,11             | ,22**   | -,02                  | -,04   | -,20**            | ,30**   | 1   |  |   |                        |                                  |
| 12. | ,27**                     | ,32**                      | ,19**                            | ,03                       | ,45**            | -,12*   | -,05                  | -,35** | ,34**             | ,38**   | ,14*                                      | 1  |   |                        |                                  |
| 13. | ,17**                     | ,24**                      | ,10                              | -,05                      | ,29**            | -,10    | -,08                  | -,29** | ,18**             | ,22**   | ,13*                                      | ,67**  | 1   |                        |                                  |
| 14. | ,09                       | ,14*                       | ,12                              | ,17**                     | ,05              | -,09    | -,05                  | ,13*   | -,02              | ,07   | ,12                                       | ,15*   | ,13*  | 1                      |                                  |
| 15. | ,38**                     | ,36**                      | ,25**                            | ,05                       | ,39**            | -,13*   | -,06                  | -,19** | ,42**             | ,13*  | -,13*                                     | ,40**  | ,31**   | ,03                    | 1                                |

$p < 0.05^*$

$p < 0.01^{**}$

U korelacijskoj tablici za Markuševac nalazimo nešto veći broj umjerenih razina povezanosti ( $0,40 \geq r \leq 0,59$ ) nego u Španskom. Pogledom u tablicu 9 može se primijetiti kako između prediktorskih varijabli većinom pronalazimo nisku razinu povezanosti ( $r \leq 0,39$ ) uz nešto veći broj povezanosti koje klasificiramo kao umjerene ( $0,40 \geq r \leq 0,59$ ) i jednu visoku razinu povezanosti ( $0,60 \geq r \leq 0,79$ ).

Varijabla korištenja Facebook grupe radi dijeljenja informacija umjereno je i pozitivno povezana s korištenjem grupe kako bi se pratila aktualna zbivanja u susjedstvu ( $r=0,54$ ). Dakle, ispitanici koji su skloniji češće koristiti grupu da doznaju što se trenutačno zbiva ujedno češće dijele informacije o događajima u susjedstvu. Visoka razina pozitivne povezanosti pronalazi se između varijable korištenje Facebook grupe da bi se požalili na određeni događaj i varijable korištenje Facebook grupe radi dijeljenja informacija o događajima u susjedstvu ( $r=0,67$ ). Navedeno otkriva kako ispitanici koji su skloniji dijeliti informacije o događajima u susjedstvu ujedno češće koriste grupu da se požale na određenu situaciju ili problem koji su uočili. Korištenje Facebook grupe sa svrhom da se požale na određenu situaciju umjereno je i pozitivno povezana s korištenjem Facebook grupe radi pronalaženja proizvoda i usluga dostupnih u susjedstvu ( $r=0,45$ ). Dakle, oni koji češće traže usluge i proizvode dostupne u susjedstvu ujedno češće koriste grupu da bi se požalili na određenu situaciju ili problem. Trajanje članstva u grupi umjereno je i pozitivno povezana s varijablom domaći stanovnik / došljak ( $r=0,44$ ), što sugerira kako su oni ispitanici koji su članovi grupe dulje od 5 godina skloniji sebe smatrati domaćim stanovnikom. Umjerene i pozitivne povezanosti pronalaze se s još tri varijable – korištenje grupe da se bude u toku sa zbivanjima ( $r=0,42$ ), radi dijeljenja informacija ( $r=0,53$ ) te da se požale na događaje u susjedstvu ( $r=0,43$ ). Navedeno sugerira kako je članstvo u grupi dulje od 5 godina povezano s korištenjem te grupe u sve navedene svrhe. Budući da se u nekoliko slučajeva pojavila relativno snažna povezanost između prediktorskih varijabli, dodatno je u analizi za svaki regresijski model analizirana inflacija varijance, a dobiveni faktori nisu upućivali na problem multikolinearnosti. Stoga se u nastavku pristupilo izradi regresijskih modela<sup>32</sup>.

---

<sup>32</sup> VIF faktori za oba modela bili su manji od 2,5, Cookova distanca  $<0,1$  – to ne upućuje na postojanje problema kolinearnosti.

Tablica 9. Pearsonov koeficijent korelacije između varijabli korištenih u analizi – Markuševac

|     | 1. Emocionalna pripadnost | 2. Funkcionalna pripadnost | 3. Neformalna socijalna kontrola | 4. Sigurnost u susjedstvu | 5. Participacija | 6. Spol | 7. Razina obrazovanja | 8. Dob | 9. Domaći/došljak | 10. Korištenje FB grupe- biti u toku sa zbičanjima | 11. Korištenje FB grupe- pronalazenje usluga | 12. Korištenje FB grupe- dijeljenje informacija | 13. Korištenje FB grupe- požaliti se na događaje | 14. Broj FB prijatelja | 15. Trajanje članstva u FB grupi |
|-----|---------------------------|----------------------------|----------------------------------|---------------------------|------------------|---------|-----------------------|--------|-------------------|--|--|---|--|------------------------|----------------------------------|
| 1.  | 1                         |                            |                                  |                           |                  |         |                       |        |                   |  |  |   |  |                        |                                  |
| 2.  | ,48**                     | 1                          |                                  |                           |                  |         |                       |        |                   |  |  |   |  |                        |                                  |
| 3.  | ,52**                     | ,46**                      | 1                                |                           |                  |         |                       |        |                   |  |  |   |  |                        |                                  |
| 4.  | ,28**                     | ,24**                      | ,26**                            | 1                         |                  |         |                       |        |                   |  |  |   |  |                        |                                  |
| 5.  | ,30**                     | ,32**                      | ,28**                            | .01                       | 1                |         |                       |        |                   |  |  |   |  |                        |                                  |
| 6.  | .04                       | .05                        | .03                              | -.05                      | -.15*            | 1       |                       |        |                   |  |  |   |  |                        |                                  |
| 7.  | -.28**                    | -.07                       | -.20**                           | -.06                      | -.09             | .07     | 1                     |        |                   |  |  |   |  |                        |                                  |
| 8.  | -.18**                    | -.09                       | -.18**                           | .02                       | -.17*            | -.02    | .12                   | 1      |                   |  |  |   |  |                        |                                  |
| 9.  | ,66**                     | ,26**                      | ,36**                            | .07                       | ,32**            | -.03    | -.23**                | -.02   | 1                 |  |  |   |  |                        |                                  |
| 10. | ,49**                     | ,36**                      | ,42**                            | ,15*                      | ,31**            | .09     | -.10                  | -.27** | ,30**             | 1  |  |   |  |                        |                                  |
| 11. | .04                       | ,24**                      | .10                              | ,18**                     | .08              | ,17*    | .01                   | .04    | -.07              | ,30**  | 1  |   |  |                        |                                  |
| 12. | ,47**                     | ,45**                      | ,42**                            | ,14*                      | ,47**            | -.04    | -.16*                 | -.23** | ,31**             | ,54**  | ,31**  | 1   |  |                        |                                  |
| 13. | ,36**                     | ,20**                      | ,25**                            | .02                       | ,39**            | -.05    | -.06                  | -.30** | ,21**             | ,45**  | ,19**  | ,67**   | 1  |                        |                                  |
| 14. | ,31**                     | ,30**                      | ,26**                            | .07                       | ,24**            | -.01    | -.03                  | .04    | ,16*              | ,23**  | ,16*   | ,32**   | ,22**  | 1                      |                                  |
| 15. | ,47**                     | ,33**                      | ,31**                            | .08                       | ,29**            | .02     | -.21**                | -.28** | ,44**             | ,42**  | .03  | ,53**   | ,43**  | ,32**                  | 1                                |

$p < 0.05^*$

$p < 0.01^{**}$

U nastavku analize provedena je hijerarhijska linearna regresijska analiza kako bi se provjerilo u kojoj mjeri odabrane prediktorske varijable imaju učinak na razinu uključenosti u lokalnu zajednicu, ali i na socijalni kapital u virtualnoj dimenziji susjedstva. Razina

uključenosti u zajednicu sadržavala je tri dimenzije: (1) razinu percipirane pripadnosti susjedstvu, (2) kolektivnu efikasnost te (3) participaciju u aktivnostima zajednice. No, nakon provedene analize glavnih komponenti percipirana pripadnost susjedstvu mjeri se dvjema varijablama. To su: (1.1) emocionalna pripadnosti te (1.2) funkcionalna pripadnosti. Također, kolektivna efikasnost mjeri se putem dvije varijable dobivene faktorskim rješenjem; (2.1) neformalne socijalne kontrole te putem (2.2) percipiranog osjećaja sigurnosti u susjedstvu. S obzirom na to da je potvrđena monofaktorska struktura u dimenziji participacije ona se i dalje mjeri jednom varijablom. Navedeno pokazuje da se mora provesti pet regresijskih modela kako bi se adekvatno zahvatila i objasnila svaka dimenzija koncepta uključenosti u zajednicu. No, kako je u ovom istraživanju riječ o studiji slučaja na primjeru dviju gradskih četvrti i kako su se razlike između grupa prepoznale u prethodno provedenoj bivarijantnoj analizi, odlučeno je kako će se analiza provesti za svaku grupu zasebno radi preglednosti dobivenih rezultata. Time dolazimo ukupno do deset regresijskih modela; pet modela za svaku grupu i za svaku dimenziju uključenosti u zajednicu. Svaka regresijska analiza provedena je primjenom dvaju prediktorskih blokova. U prvome bloku bile su kontrolne varijable koje su uključivale spol, razinu obrazovanja, dob te percepciju sebe kao domaćeg stanovnika ili kao došljaka. U drugom bloku uvedene su varijable koje se odnose na virtualnu dimenziju susjedstva. Pri tome se pojavljuju četiri glavna prediktora koja se odnose na korištenje Facebook grupe susjedstva u sljedeće svrhe: (1) da budu u toku sa zbivanjima u susjedstvu, (2) da pronađu usluge ili proizvode dostupne unutar susjedstva, (3) da podijele informacije o aktualnostima i zbivanjima u susjedstvu te (4) da se požale ostalim članovima grupe na određene situacije u susjedstvu. Uz navedene varijable, u ovom bloku nalazile su se i varijable vezane za procijenjen ukupan broj Facebook prijatelja te za trajanje članstva u Facebook grupi.

Nakon pregleda rezultata o uključenosti u zajednicu slijedi pregled rezultata regresijske analize koji se odnose na socijalni kapital u virtualnoj dimenziji susjedstva. Analiza je u ovom slučaju provedena u dva koraka; u prvom koraku kriterijsku varijablu predstavlja socijalni kapital, a kako se on promatra pomoću triju elemenata provode se tri hijerarhijske linearne regresijske analize za svaki uzorak. I ovdje je svaka analiza provedena korištenjem dvaju prediktorskih blokova. U prvom bloku nalazile su se kontrolne varijable, koje su uključivale spol, razinu obrazovanja, dob te percepciju sebe kao domaćeg stanovnika ili kao došljaka. U drugom bloku uvedene su varijable koje se odnose na virtualnu dimenziju susjedstva. Pri tome se pojavljuju četiri glavna prediktora, koja se odnose na korištenje Facebook grupe susjedstva u sljedeće svrhe: (1) da budu u toku sa zbivanjima u susjedstvu, (2)

da pronađu usluge ili proizvode dostupne u susjedstvu, (3) da podijele informacije o aktualnostima i zbivanjima u susjedstvu te (4) da se požale ostalim članovima grupe na određene situacije u susjedstvu. Uz navedene varijable, u ovom bloku nalazile su se i varijable vezane za procijenjen ukupan broj Facebook prijatelja te za trajanje članstva u grupi. U drugom koraku kriterij su tri dimenzije uključenosti u zajednicu. Budući da se dimenzija osjećaj pripadnosti susjedstvu i kolektivna efikasnost dijele na dvije poddimenzije, za svaki se uzorak provodi pet hijerarhijskih regresijskih analiza. Kao i u prethodnim slučajevima, svaka analiza provedena je pomoću dva prediktorska bloka. U prvom bloku bile su kontrolne varijable koje su uključivale spol, razinu obrazovanja, dob te percepciju sebe kao domaćeg stanovnika ili kao došljaka. U drugom bloku uvedene su varijable koje se odnose na socijalni kapital te se pri tome pojavljuju tri prediktora – društvene veze, povjerenje i reciprocitet.

Rezultati hijerarhijske regresijske analize koji se u nastavku prikazuju prate postavljene hipoteze. Unutar svakog potpoglavlja prvo se prikazuju rezultati dobiveni na uzorku ispitanika iz Markuševca, a zatim oni dobiveni na uzorku ispitanika iz Španskog.

#### 6.4.1. Percipirana pripadnost susjedstvu

Prva hipoteza vezana za uključenost u zajednicu i na koju se u ovom poglavlju daje odgovor odnosi se na dimenziju percipirana pripadnost susjedstvu te glasi:

*H1: Aktivnije korištenje Facebook grupe susjedstva povezano je s većom razinom percipirane pripadnosti susjedstvu.*

Kao što se može vidjeti u tablici 10, prva dimenzija percipirana pripadnost susjedstvu odnosi se na *emocionalnu pripadnost*. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Prvi prediktorski blok objasnio je 48,1 % emocionalne pripadnosti, a drugim blokom objašnjeno je dodatnih 9,4 %, što u konačnici čini 57,5 % ukupno objašnjene varijance. Pri tome su u prvom bloku statistički značajni prediktori bili stupanj obrazovanja ( $\beta=-0,132$ ;  $p<0,05$ ), dob ( $\beta=-0,148$ ;  $p<0,01$ ) te varijabla domaći stanovnik/došljak ( $\beta=0,628$ ;  $p<0,01$ ). Uključivanjem drugog bloka prediktora samo su varijable stupanj obrazovanja ( $\beta=-0,109$ ;  $p<0,05$ ) i domaći stanovnik/došljak ( $\beta=0,484$ ;  $p<0,01$ ) ostali statistički značajni prediktori. U drugom bloku prediktora statistički se značajnim pokazuju varijabla korištenje Facebook grupe susjedstva radi ostajanja u toku sa zbivanjima u susjedstvu ( $\beta=0,207$ ;  $p<0,01$ ),



korištenje grupe radi dijeljenja informacija o susjedstvu ( $\beta=0,157$ ;  $p<0,05$ ) te broj Facebook prijatelja - manje od 400 ( $\beta=0,103$ ;  $p<0,05$ ). Navedeno sugerira kako niži stupanj obrazovanja i identifikacija kao domaći stanovnik vode prema većoj razini emocionalne pripadnosti susjedstvu. Također češće korištenje grupe kako bi se doznalo o aktualnim zbivanjima i da se podijele informacije o događajima u susjedstvu, kao i veći broj Facebook prijatelja vode prema većoj razini emocionalne pripadnosti susjedstvu.

Druga dimenzija percipirani osjećaj pripadnosti susjedstvu odnosi se na *funkcionalnu pripadnost*. U ANOVA tablici uočavamo kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Prediktorske varijable u prvom bloku objasnile su 5,2 % ukupne varijance, dok je drugi prediktorski blok objasnio dodatnih 18,5 %, što u konačnici čini 23,7 % ukupno objašnjene varijance. Pri tome je u prvom bloku statistički značajan prediktor bila samo varijabla domaći stanovnik/došljak ( $\beta=0,251$ ;  $p<0,01$ ), koja je uvođenjem drugog bloka izgubila na značajnosti. U drugom bloku pronalaze se dva statistički značajna prediktora - korištenje Facebook grupe radi dijeljenja informacija o događajima u susjedstvu ( $\beta=0,403$ ;  $p<0,01$ ) te korištenje Facebook grupe kako bi se požalili na određeni događaj u susjedstvu ( $\beta=-0,233$ ;  $p<0,01$ ). Dakle, češće korištenje grupe za objavljivanje informacija o događajima vodi do veće razine funkcionalne pripadnosti susjedstvu. S druge strane, ispitanici koji češće koriste Facebook grupu susjedstva da bi se požalili na određeni problem ili događaj pokazuju nižu razinu funkcionalne pripadnosti susjedstvu.

Tablica 10. Regresijski model percipiranog osjećaja pripadnost susjedstvu - Markuševac

| Markuševac                                      | Emocionalna pripadnost |                   | Funkcionalna pripadnost |                   |
|---|------------------------|-------------------|-------------------------|-------------------|
|   | Blok 1<br>$\beta$      | Blok 2<br>$\beta$ | Blok 1<br>$\beta$       | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>               |                        |                   |                         |                   |
| Spol- žene                                      | ,062                   | ,053              | ,060                    | ,08               |
| Stupanj obrazovanja                             | -,132*                 | -,109*            | -,009                   | ,061              |
| Dob   | -,148**                | -,056             | -,053                   | -,007             |
| Domaći/došljak - došljak                        | ,628**                 | ,484**            | ,251**                  | ,104              |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i> |                        |                   |                         |                   |

|  |          |          |         |         |
|--|----------|----------|---------|---------|
| Korištenje Facebook grupe - biti u toku sa zbivanjima.                             |          | ,207**   |         | ,100    |
| Korištenje Facebook grupe - pronalazak usluga ili proizvoda unutar susjedstva.     |          | -,053    |         | ,086    |
| Korištenje Facebook grupe - dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. |          | ,157*    |         | ,403**  |
| Korištenje Facebook grupe - požaliti se na određene situacije unutar susjedstva.   |          | ,013     |         | -,233** |
| Broj Facebook prijatelja - manje od 400.   |          | ,103*    |         | ,126    |
| Članstvo u Facebook grupi - kraće od 5 godina.                                     |          | ,014     |         | ,089    |
| <b>OBJAŠNJENA VARIJANCA</b>  |          |          |         |         |
| Korigirani R <sup>2</sup>  | ,481     | ,575     | ,052    | ,237    |
| F  | 47,789** | 28,383** | 3,786** | 7,259** |
| Δ Korigirani R <sup>2</sup>  |          | ,094     |         | ,185    |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

Nešto drugačije rezultate pronalazimo na uzorku ispitanika iz Španskog. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Prvi prediktorski blok objasnio je 26,7 % *emocionalne pripadnosti*, a drugim blokom taj je udjel povećan za 3,4 % te sada čini 30,1 % ukupno objašnjene varijance. Kao što se može vidjeti u tablici 11 u prvom bloku samo je varijabla *domaći/došljak* ( $\beta=0,476$ ;  $p<0,01$ ) predstavljala statistički značajan prediktor. Uvođenjem drugog bloka njen efekt se smanjuje te se pojavljuju dva nova statistički značajna prediktora - broj Facebook prijatelja - manje od 400 ( $\beta=0,116$ ;  $p<0,05$ ) te članstvo u Facebook grupi - kraće od 5 godina ( $\beta=0,174$ ;  $p<0,01$ ). Navedeno sugerira kako poimanje sebe kao domaćeg stanovnika i članstvo u grupi susjedstva dulje od 5 godina te veći broj Facebook prijatelja dovode do veće razine emocionalne pripadnosti susjedstvu.

Razina značajnosti u tablici ANOVA u vezi s funkcionalnom pripadnosti susjedstvu sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Pri tome su prediktorske varijable u prvom bloku objasnile 2 % ukupne varijance dok je s uvođenjem drugog bloka taj udjel povećan na 16,4 %. Pri tome je u prvom bloku statistički značajan prediktor bila samo varijabla domaći/došljak ( $\beta=0,138$ ;  $p<0,05$ ), koja uvođenjem drugog bloka gubi na značajnosti. Od prediktora iz drugog bloka, njih dva se pokazuju statistički značajnima - korištenje Facebook grupe radi dijeljenja informacija o događajima unutar susjedstva ( $\beta=0,222$ ;  $p<0,05$ ) te članstvo u Facebook grupi susjedstva - kraće od 5 godina ( $\beta=0,295$ ;  $p<0,01$ ). Navedeno pokazuje kako veću funkcionalnu pripadnost iskazuju oni ispitanici koji češće grupu koriste kako bi podijelili informacije o novostima u susjedstvu te koji su članovi svoje Facebook grupe susjedstva dulje od 5 godina.

Tablica 11. Regresijski model percipiranog osjećaja pripadnost susjedstvu – Špansko

| Špansko  | Emocionalna pripadnost |                   | Funkcionalna pripadnost |                   |
|--|------------------------|-------------------|-------------------------|-------------------|
|  | Blok 1<br>$\beta$      | Blok 2<br>$\beta$ | Blok 1<br>$\beta$       | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>  |                        |                   |                         |                   |
| Spol- žene   | -,055                  | -,051             | -,067                   | -,047             |
| Stupanj obrazovanja  | -,036                  | -,031             | -,062                   | -,040             |
| Dob  | -,109                  | -,100             | -,021                   | ,048              |
| Domaći/došljak – došljak   | ,476**                 | ,394**            | ,138*                   | -,018             |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i>                                    |                        |                   |                         |                   |
| Korištenje Facebook grupe - biti u toku sa zbivanjima.                             |                        | ,068              |                         | -,012             |
| Korištenje Facebook grupe - pronalazak usluga ili proizvoda unutar susjedstva.     |                        | ,022              |                         | ,091              |
| Korištenje Facebook grupe - dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. |                        | ,033              |                         | ,222*             |

|  |          |          |       |         |
|--|----------|----------|-------|---------|
| Korištenje Facebook grupe -<br>požaliti se na određene situacije<br>unutar susjedstva. |          | -,031    |       | -,019   |
| Broj Facebook prijatelja -<br>manje od 400.  |          | ,116*    |       | ,097    |
| Članstvo u Facebook grupi -<br>kraće od 5 godina.                                      |          | ,174**   |       | ,295**  |
| <b>OBJAŠNJENA VARIJANCA</b>  |          |          |       |         |
| Korigirani R <sup>2</sup>  | ,267     | ,301     | ,020  | ,164    |
| F  | 23,429** | 11,571** | 2,239 | 5,819** |
| Δ Korigirani R <sup>2</sup>  |          | ,034     |       | ,144    |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

Na temelju rezultata obiju grupa postaje jasno da prvu postavljenu *hipotezu (H1)* možemo *djelomično prihvatiti*. Na uzorku ispitanika iz obiju grupa korištenje Facebook grupe susjedstva dovelo je do veće razine funkcionalne pripadnosti susjedstvu. U obje grupe je pri tome efekt imalo korištenje Facebook grupe radi dijeljenja informacija o događajima u susjedstvu. U Markuševcu je prepoznat i negativan efekt korištenja grupe da se požale na određenu situaciju - oni koji grupu koriste češće iz tog razloga pokazali su nižu razinu emocionalne pripadnosti susjedstvu. U Španskom je prepoznat i efekt trajanja članstva u grupi - oni ispitanici koji su bili članovi Facebook grupe dulje od 5 godina pokazali su veću razinu emocionalne pripadnosti susjedstvu. No, kad je riječ o emocionalnoj pripadnosti susjedstvu, samo se u Markuševcu prepoznaje efekt korištenja Facebook grupe i da bi se ostalo u toku sa zbivanjima u susjedstvu. U Španskom je jedino trajanje članstva u Facebook grupi susjedstva utjecalo na emocionalnu pripadnost susjedstvu.

#### 6.4.2. Kolektivna efikasnost

Drugi element uključenosti u zajednicu promatrao se kroz koncept kolektivne efikasnosti koju čine percipirana neformalna socijalna kontrola i percipirana sigurnost u susjedstvu. Hipoteza koja se veže za navedeno i na koju se u nastavku odgovara glasi:

*H2: Aktivnije korištenje Facebook grupe susjedstva povezano je s većom razinom percipirane kolektivne efikasnosti.*

U tablici 12 prikazani su rezultati za obje dimenzije kolektivne efikasnosti na uzorku ispitanika iz Markuševca. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Prvi prediktorski blok objasnio je 18 % *percipirane neformalne socijalne kontrole*, dok je drugim blokom objašnjeno dodatnih 11,7 %, što u konačnici čini 29,7 % ukupno objašnjene varijance. U prvom bloku statistički značajni prediktori bili su stupanj obrazovanja ( $\beta=-0,155$ ;  $p<0,05$ ), dob ( $\beta=-0,132$ ;  $p<0,05$ ) te varijabla domaći/došljak ( $\beta=0,340$ ;  $p<0,01$ ). Efekt varijabli domaći/došljak i stupnja obrazovanja smanjio se s uvođenjem drugog bloka prediktora, a dob prestaje biti statistički značajan prediktor. U drugom bloku nalazimo tri statistički značajna prediktora – korištenje Facebook grupe radi ostajanja u toku sa zbivanjima ( $\beta=0,249$ ;  $p<0,01$ ), sa svrhom dijeljenja informacija o događajima unutar susjedstva ( $\beta=0,220$ ;  $p<0,05$ ), te broj Facebook prijatelja –manje od 400 ( $\beta=0,173$ ;  $p<0,01$ ). Dakle, mogli bismo reći kako veću razinu percipirane neformalne socijalne kontrole pokazuju ispitanici (1) nižeg stupnja obrazovanja, (2) koji se smatraju domaćim stanovnicima, (3) koji imaju više od 400 Facebook prijatelja te koji (4) češće koriste svoju grupu susjedstva kako bi ostali u toku sa zbivanjima i (5) kako bi podijelili informacije o događajima unutar susjedstva.

U slučaju *percipiranog osjećaja sigurnost u susjedstvu* razina značajnosti u tablici ANOVA pokazuje kako kombinacija prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno ne predviđa ishod kriterijske varijable.

Tablica 12. Regresijski model kolektivne efikasnosti – Markuševac

| Markuševac   | Neformalna socijalna kontrola |                   | Sigurnost u susjedstvu |                   |
|--|-------------------------------|-------------------|------------------------|-------------------|
|  | Blok 1<br>$\beta$             | Blok 2<br>$\beta$ | Blok 1<br>$\beta$      | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>  |                               |                   |                        |                   |
| Spol- žene   | ,073                          | ,063              | -,038                  | -,090             |
| Stupanj obrazovanja  | -,155*                        | -,129*            | -,043                  | -,001             |
| Dob  | -,132*                        | -,070             | ,032                   | ,037              |
| Domaći/došljak – došljak   | ,340**                        | ,215**            | ,048                   | ,017              |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i>                                    |                               |                   |                        |                   |
| Korištenje Facebook grupe - biti u toku sa zbivanjima.                             |                               | ,249**            |                        | ,107              |
| Korištenje Facebook grupe - pronalazak usluga ili proizvoda unutar susjedstva.     |                               | -,071             |                        | ,172*             |
| Korištenje Facebook grupe - dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. |                               | ,220*             |                        | ,142              |
| Korištenje Facebook grupe - požaliti se na određene situacije unutar susjedstva.   |                               | -,089             |                        | -,170             |
| Broj Facebook prijatelja - manje od 400.   |                               | ,173**            |                        | -,031             |
| Članstvo u Facebook grupi - kraće od 5 godina.                                     |                               | -,079             |                        | ,047              |
| <b>OBJAŠNJENA VARIJANCA</b>  |                               |                   |                        |                   |
| Korigirani R <sup>2</sup>  | ,180                          | ,297              | -,012                  | ,029              |
| F  | 12,072**                      | 9,540**           | ,386                   | 1,612             |
| $\Delta$ Korigirani R <sup>2</sup>   |                               | ,117              |                        | ,041              |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

Promatrajući isti element na uzorku ispitanika iz Španskog u tablici 13 opet pronalazimo drugačije nalaze. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Prediktorske varijable u prvom bloku objasnile su 3,9 % *percipirane neformalne socijalne kontrole*, dok se u drugom bloku taj udjel povećao na 8,9 %. Pri tome je u prvom bloku statistički značajan prediktor bila samo varijabla *domaći/došljak* ( $\beta=-0,216$ ;  $p<0,01$ ), koja uvođenjem drugog bloka gubi na važnosti. Od prediktora iz drugog bloka pojavljuju se dva statistički značajna prediktora – broj Facebook prijatelja – manje od 400 ( $\beta=0,134$ ;  $p<0,05$ ) te članstvo u grupi – kraće od 5 godina ( $\beta=0,178$ ;  $p<0,05$ ). To pokazuje kako je percipirana neformalna socijalna kontrola u susjedstvu veća kod ispitanika koji imaju više od 400 prijatelja te kod onih koji su članovi svoje Facebook grupe susjedstva dulje od 5 godina.

O drugoj dimenziji, a to je *percipirani osjećaj sigurnost u susjedstvu* nalazimo nizak udjel objašnjene varijance. Razina značajnosti u tablici ANOVA pokazuje kako kombinacija prediktorskih varijabli u prvom bloku statistički značajno ne predviđa ishod kriterijske varijable. Uvođenjem drugog bloka nastaju promjene – ova kombinacija prediktorskih varijabli statistički značajno predviđa ishod kriterijske varijable. Drugi prediktorski blok objasnio je 5,3 % ukupne varijance. Pri tome se uočavaju tri statistički značajna prediktora – korištenje Facebook grupe kako bi se pronašle usluge ili proizvodi u susjedstvu ( $\beta=0,186$ ;  $p<0,01$ ), kako bi se požalili na određene situacije u susjedstvu ( $\beta=-0,178$ ;  $p<0,05$ ) te broj Facebook prijatelja – manje od 400 ( $\beta=0,175$ ;  $p<0,01$ ). Navedeno sugerira kako su češće korištenje grupe za pronalazak usluga ili proizvoda u susjedstvu kao i veći broj Facebook prijatelja povezani s višom razinom percipirane sigurnosti u susjedstvu. S druge strane, ispitanici koji češće koriste grupu kako bi se požalili na određenu situaciju iskazuju nižu razinu percipirane sigurnosti u susjedstvu.

Tablica 13. Regresijski model kolektivne efikasnosti – Špansko

| Špansko                           | Neformalna socijalna kontrola |                   | Sigurnost u susjedstvu |                   |
|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------|------------------------|-------------------|
|                                   | Blok 1<br>$\beta$             | Blok 2<br>$\beta$ | Blok 1<br>$\beta$      | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i> |                               |                   |                        |                   |
| Spol- žene                        | ,027                          | ,025              | -,001                  | -,027             |
| Stupanj obrazovanja               | ,058                          | ,067              | -,109                  | -,084             |

|  |         |         |       |        |
|--|---------|---------|-------|--------|
| Dob  | -,048   | -,035   | ,025  | -,005  |
| Domaći/došljak - došljak   | ,216**  | ,123    | -,017 | -,019  |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i>                                    |         |         |       |        |
| Korištenje Facebook grupe - biti u toku sa zbivanjima.                             |         | ,075    |       | -,027  |
| Korištenje Facebook grupe - pronalazak usluga ili proizvoda unutar susjedstva.     |         | ,052    |       | ,186** |
| Korištenje Facebook grupe - dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. |         | ,104    |       | ,121   |
| Korištenje Facebook grupe - požaliti se na određene situacije unutar susjedstva.   |         | -,086   |       | -,178* |
| Broj Facebook prijatelja - manje od 400.   |         | ,134*   |       | ,175** |
| Članstvo u Facebook grupi - kraće od 5 godina.                                     |         | ,178*   |       | ,075   |
| <b>OBJAŠNJENA VARIJANCA</b>  |         |         |       |        |
| Korigirani R <sup>2</sup>  | ,039    | ,089    | -,004 | ,053   |
| F  | 3,503** | 2,947** | ,780  | 2,380* |
| Δ Korigirani R <sup>2</sup>  |         | ,050    |       | ,057   |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

Druga postavljena hipoteza opet se djelomično prihvaća. Naime, u Markuševcu je uočena povezanost između percipirane neformalne socijalne kontrole i korištenja Facebook grupe susjedstva u dvije svrhe - ostati u toku sa zbivanjima i dijeljenje informacija o događajima u susjedstvu. Na percipiranu sigurnost u susjedstvu samo je u Španskom prepoznat efekt korištenja grupe radi pronalaska usluge ili proizvoda dostupnih u susjedstvu i korištenja Facebook grupe susjedstva da se članovi požale na određene situacije. Pri tome je češće korištenje grupe radi pronalaska usluga ili proizvoda povezano s većom razinom percipirane sigurnosti, a češće korištenje grupe kako bi se požalili na određenu situaciju povezano je s nižom razinom percipirane sigurnosti u susjedstvu. Na uzorku ispitanika iz



Španskog nije se pronašla povezanost između korištenja Facebook grupe susjedstva i percipirane neformalne socijalne kontrole. Jedino je trajanje članstva u Facebook grupi, kao rubni indikator povezanosti bio statistički značajan prediktor. Time postavljenu *H2 djelomično prihvaćamo*.

#### 6.4.3. Participacija u susjedstvu

Zadnji element uključenosti u zajednicu odnosi se na razinu participacije unutar susjedstva. Hipoteza koje se veže za prikazane rezultate i na koju se u nastavku daje odgovor glasi:

*H3: Aktivnije korištenje Facebook grupe susjedstva povezano je s većom razinom sudjelovanja u aktivnostima i događajima u susjedstvu.*

Tablica 14 pokazuje regresijske modele kreirane na uzorku ispitanika iz Markuševca. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Prvi prediktorski blok objasnio je 17 % ukupne varijance, dok se uvođenjem drugog bloka taj udjel povećao na 32 %. U prvom bloku nalazimo tri prediktora koji su ostali statistički značajni i nakon uvođenja drugog bloka, a odnose se na: spol ( $\beta = -0,187$ ;  $p < 0,01$ ), dob ( $\beta = -0,153$ ;  $p < 0,01$ ) te na varijablu domaći/došljak ( $\beta = 0,365$ ;  $p < 0,01$ ). Uvođenjem drugog bloka gubi se značaj varijable dobi, efekt spola blago se povećao, a efekt varijable domaći/došljak se smanjio. U drugom bloku javlja se novi statistički značajan prediktor – korištenje Facebook grupe radi dijeljenja informacija o događajima u susjedstvu ( $\beta = 0,324$ ;  $p < 0,01$ ). Time se može zaključiti kako su participaciji sklonije žene, ispitanici koji se smatraju domaćim stanovnicima, te koji češće koriste grupu kako bi podijelili informacije o aktualnostima unutar susjedstva.

Tablica 44. Regresijski model razine participacije – Markuševac

| Prediktori                        | Markuševac        |                   |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
|                                   | Blok 1<br>$\beta$ | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i> |                   |                   |
| Spol- žene                        | -,187**           | -,190**           |
| Stupanj obrazovanja               | ,070              | ,102              |

|  |          |          |
|--|----------|----------|
| Dob  | -,153*   | -,068    |
| Domaći/došljak – došljak   | ,365**   | ,235**   |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i>                                    |          |          |
| Korištenje Facebook grupe – biti u toku sa zbivanjima.                             |          | ,083     |
| Korištenje Facebook grupe – pronalazak usluga ili proizvoda unutar susjedstva.     |          | ,006     |
| Korištenje Facebook grupe – dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. |          | ,324**   |
| Korištenje Facebook grupe – požaliti se na određene situacije unutar susjedstva.   |          | ,086     |
| Broj Facebook prijatelja – manje od 400.   |          | ,106     |
| Članstvo u Facebook grupi – kraće od 5 godina.                                     |          | -,086    |
| <i>OBJAŠNJENA VARIJANCA</i>  |          |          |
| Korigirani R <sup>2</sup>  | ,170     | ,320     |
| F  | 11,368** | 10,502** |
| Δ Korigirani R <sup>2</sup>  |          | ,180     |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

Razina značajnosti u tablici ANOVA vezanoj za uzorak ispitanika iz Španskog sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. U ovom slučaju je putem prediktora iz prvog bloka objašnjeno 25,2 % ukupne varijance, dok je drugim blokom objašnjeno dodatnih 10,7 % te je u konačnici 35,9 % participacije objašnjeno pomoću prediktorskih varijabli. U prvom bloku uočena su tri statistički značajna prediktora: stupanj obrazovanja ( $\beta=0,182$ ;  $p<0,01$ ), dob ( $\beta=-0,165$ ;  $p<0,01$ ) te varijabla domaći/ došljak ( $\beta=0,425$ ;  $p<0,01$ ). Uvođenjem drugog bloka gubi se značenje dobi, efekt obrazovanja ostaje isti te se smanjuje efekt varijable domaći/ došljak. Od prediktora iz drugog bloka varijabla korištenje Facebook grupe radi dijeljenja informacija o događajima u susjedstvu ( $\beta=0,309$ ;  $p<0,01$ ) te trajanje članstva u grupi – kraće od 5 godina ( $\beta=0,151$ ;  $p<0,01$ ) statistički značajno pridonose objašnjenju promjena u kriterijskoj varijabli. Navedeno sugerira kako veću sklonost participaciji pokazuju: (1) ispitanici višeg stupnja obrazovanja, (2) ispitanici koji se smatraju domaćima, (3) koji češće koriste Facebook grupu kako bi podijelili informacije o događajima u susjedstvu te (4) koji su članovi svoje grupe dulje od 5 godina.

Tablica 15. Regresijski model razine participacije – Špansko

| Prediktori   | Špansko           |                   |
|--|-------------------|-------------------|
|  | Blok 1<br>$\beta$ | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>  |                   |                   |
| Spol- žene   | -,024             | ,023              |
| Stupanj obrazovanja  | ,182**            | ,183**            |
| Dob  | -,165**           | -,087             |
| Domaći/došljak – došljak   | ,425**            | ,262**            |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i>                                    |                   |                   |
| Korištenje Facebook grupe – biti u toku sa zbivanjima.                             |                   | ,029              |
| Korištenje Facebook grupe –pronalazak usluga ili proizvoda unutar susjedstva.      |                   | -,087             |
| Korištenje Facebook grupe – dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. |                   | ,309**            |
| Korištenje Facebook grupe – požaliti se na određene situacije unutar susjedstva.   |                   | -,027             |
| Broj Facebook prijatelja – manje od 400.   |                   | ,066              |
| Članstvo u Facebook grupi – kraće od 5 godina.                                     |                   | ,151**            |
| <b>OBJAŠNJENA VARIJANCA</b>  |                   |                   |
| Korigirani R <sup>2</sup>  | ,252              | ,359              |
| F  | 21,688**          | 14,772**          |
| $\Delta$ Korigirani R <sup>2</sup>   |                   | ,107              |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

Kao što je iz rezultata istraživanja vidljivo, u obje grupe uočen je efekt korištenja Facebook grupe radi dijeljenja informacija o događajima u susjedstvu na razini participacije u susjedstvu. S obzirom na snagu tog efekta smatramo opravdanim *potpuno prihvatiti H3*.

#### 6.4.4. Socijalni kapital u virtualnoj dimenziji susjedstva

Istraživanje odnosa između socijalnog kapitala, korištenja Facebook grupe i razine uključenosti u zajednicu proveden je u nekoliko koraka vodeći se prethodno opisanim teorijskim polazištem.

Tablica 16 prikazuje rezultate Pearsonova koeficijenta korelacije između prediktorskih varijabli na uzorku ispitanika iz Španskog. Može se primijetiti kako između prediktorskih varijabli većinom nalazimo nisku razinu povezanosti ( $r \leq 0,39$ ) uz dvije povezanosti koje klasificiramo kao umjerene ( $0,40 \geq r \leq 0,59$ ) i jednu visoku ( $0,60 \geq r \leq 0,79$ ). Umjerenu i pozitivnu povezanost uočavamo između trajanja članstva u Facebook grupi susjedstva te varijable domaći/došljak ( $r=0,42$ ). Navedeno sugerira kako su ispitanici koji se smatraju domaćima ujedno i članovi grupe dulje od 5 godina. Varijabla trajanja članstva u Facebook grupi umjereno je i pozitivno povezana i s korištenjem Facebook grupe radi dijeljenja informacija o događajima u susjedstvu ( $r=0,40$ ). Dakle, ispitanici koji su članovi grupe dulje od 5 godina češće dijele informacije o događajima u susjedstvu. Visoku razinu pozitivne povezanosti nalazimo između varijabli koje se odnose na korištenje Facebook grupe – radi dijeljena informacija o događajima i da bi se članovi požalili na određenu situaciju ili problem u susjedstvu ( $r=0,67$ ). To pokazuje kako ispitanici koji češće koriste grupu za dijeljenje informacija ujedno je češće koriste da bi se požalili na određenu situaciju ili problem u susjedstvu.

Tablica 16. Pearsonov koeficijent korelacije – socijalni kapital i korištenje Facebook grupe susjedstva – Španko

|    | 1. Društvene veze | 2. Poojerenje | 3. Reciprocitet | 4. Spol | 5. Obrazovanje | 6. Dob | 7. Domaći/došljak | 8. Korištenje Facebook grupe - tok zivanja | 9. Korištenje Facebook grupe - pronalaženje informacija i usluga | 10. Korištenje Facebook grupe - dijeljene informacija | 11. Korištenje Facebook grupe - požaliti se | 12. Broj Facebook prijatelja | 13. Trajanje članstva u grupi |
|----|-------------------|---------------|-----------------|---------|----------------|--------|-------------------|--|--|---|---|------------------------------|-------------------------------|
| 1. | 1                 |               |                 |         |                |        |                   |  |  |   |   |                              |                               |
| 2. | ,56**             | 1             |                 |         |                |        |                   |  |  |   |   |                              |                               |
| 3. | ,50**             | ,64**         | 1               |         |                |        |                   |  |  |   |   |                              |                               |
| 4. | -.09              | -.11          | -.04            | 1       |                |        |                   |  |  |   |   |                              |                               |

|     |        |        |       |       |      |        |        |       |       |       |       |     |   |
|-----|--------|--------|-------|-------|------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-----|---|
| 5.  | -.06   | -.17** | -.14* | .20** | 1    |        |        |       |       |       |       |     |   |
| 6.  | -.24** | -.07   | -.03  | .03   | -.01 | 1      |        |       |       |       |       |     |   |
| 7.  | .40**  | .21**  | .12   | -.16* | -.09 | -.24** | 1      |       |       |       |       |     |   |
| 8.  | .27**  | .26**  | .27** | .15*  | .10  | -.17** | .17**  | 1     |       |       |       |     |   |
| 9.  | .03    | .17**  | .17** | .22** | -.02 | -.04   | -.20** | .30** | 1     |       |       |     |   |
| 10. | .51**  | .42**  | .40** | -.12* | -.05 | -.35** | .34**  | .38** | .14*  | 1     |       |     |   |
| 11. | .44**  | .40**  | .41** | -.12  | -.08 | -.29** | .18**  | .22** | .13*  | .67** | 1     |     |   |
| 12. | .07    | .17**  | .12*  | -.09  | -.05 | .13*   | -.02   | .07   | .12   | .15*  | .13*  | 1   |   |
| 13. | .45**  | .27**  | .19** | -.13* | -.06 | -.19** | .42**  | .13*  | -.13* | .40** | .31** | .03 | 1 |

$p < 0.05^*$

$p < 0.01^{**}$

Tablica 17 prikazuje rezultate Pearsonova koeficijenta korelacije između prediktorskih varijabli na uzorku ispitanika iz Markuševca. Može se primijetiti kako između prediktorskih varijabli većinom zamjećujemo nisku razinu povezanosti ( $r \leq 0,39$ ) uz šest povezanosti koje klasificiramo kao umjerene ( $0,40 \leq r \leq 0,59$ ) i jednu visoku ( $0,60 \geq r \leq 0,79$ ). Prvu umjerenu i pozitivnu povezanost nalazimo između varijable domaći/došljak i trajanja članstva u Facebook grupi ( $r=0,44$ ), što pokazuje kako su ispitanici koji se smatraju domaćim stanovnicima ujedno članovi Facebook grupe susjedstva dulje od 5 godina. Korištenje grupe susjedstva radi uvida u aktualna zbivanja umjereno je i pozitivno povezano s tri varijable. Prva povezanost uočava se u korištenju grupe radi dijeljenja informacija ( $r=0,54$ ), što sugerira kako ispitanici koji grupu češće koriste da ostanu u toku sa zbivanjima ujedno je češće koriste da bi dijelili informacije o događajima u susjedstvu. Druga povezanost uočava se u korištenju Facebook grupe da bi se njeni članovi požalili na određenu situaciju ( $r=0,45$ ). To pokazuje kako ispitanici koji grupu češće koriste da ostanu u toku sa zbivanjima ujedno je češće koriste da bi se požalili na određenu situaciju koju su uočili. Treća povezanost pronalazi se u trajanju članstva u grupi ( $r=0,42$ ). Dakle, veća sklonost korištenju Facebook grupe radi uvida u aktualna zbivanja u susjedstvu uočava se kod ispitanika koji se smatraju domaćima. Umjerena i pozitivna povezanost uočena je i između trajanja korištenja grupe te korištenja grupe u dvije svrhe – za dijeljenje informacija o događajima u susjedstvu ( $r=0,53$ ) te da bi se požalili na uočene situacije u susjedstvu ( $r=0,43$ ). Dakle, ispitanici koji su članovi grupe dulje od 5 godina skloniji su dijeliti informacije i žaliti se na određene situacije u susjedstvu. Visoka razina pozitivne povezanosti uočena je između dvije varijable koje se odnose na korištenje Facebook

grupe - one koja ima svrhu dijeljenja informacija i one kojoj je svrha požaliti se na određenu situaciju ( $r=0,67$ ). To pokazuje kako ispitanici koji češće koriste grupu za dijeljenje informacija ujedno je češće koriste da bi se požalili na određenu situaciju ili problem uočen u susjedstvu.

Tablica 17. Pearsonov koeficijent korelacije – socijalni kapital i korištenje Facebook grupe susjedstva – Markuševac

|     | 1. Društvene veze | 2. Povjerenje | 3. Reciprocitet | 4. Spol | 5. Obrazovanje | 6. Dob | 7. Domaći/dobijak | 8. Korištenje Facebook grupe- tok zbrivanja | 9. Korištenje Facebook grupe - pronalazanje informacija i usluga | 10. Korištenje Facebook grupe - dijeljene informacija | 11. Korištenje Facebook grupe - požaliti se | 12. Broj Facebook prijatelja | 13. Trajanje članstva u grupi |
|-----|-------------------|---------------|-----------------|---------|----------------|--------|-------------------|---|--|---|---|------------------------------|-------------------------------|
| 1.  | 1                 |               |                 |         |                |        |                   |   |  |   |   |                              |                               |
| 2.  | ,58**             | 1             |                 |         |                |        |                   |   |  |   |   |                              |                               |
| 3.  | ,60**             | ,70**         | 1               |         |                |        |                   |   |  |   |   |                              |                               |
| 4.  | .00               | .11           | .09             | 1       |                |        |                   |   |  |   |   |                              |                               |
| 5.  | -.21**            | -.12          | -.16*           | .07     | 1              |        |                   |   |  |   |   |                              |                               |
| 6.  | -.24**            | -.08          | -.07            | -.02    | .12            | 1      |                   |   |  |   |   |                              |                               |
| 7.  | ,46**             | ,29**         | ,35**           | -.03    | -.23**         | -.02   | 1                 |   |  |   |   |                              |                               |
| 8.  | ,47**             | ,39**         | ,38**           | .09     | -.10           | -.27** | ,30**             | 1   |  |   |   |                              |                               |
| 9.  | .05               | ,24**         | ,18**           | ,17*    | .01            | .04    | -.07              | ,30**                                       | 1  |   |   |                              |                               |
| 10. | ,51**             | ,34**         | ,38**           | -.04    | -.16*          | -.23** | ,31**             | ,54**                                       | ,31**  | 1   |   |                              |                               |
| 11. | ,41**             | ,32**         | ,33**           | -.05    | -.06           | -.30** | ,21**             | ,45**                                       | ,19**  | ,67**   | 1   |                              |                               |
| 12. | ,22**             | ,32**         | ,31**           | -.01    | -.03           | .04    | ,16*              | ,23**                                       | ,16*   | ,32**   | ,22**                                       | 1                            |                               |
| 13. | ,46**             | ,39**         | ,44**           | .02     | -.21**         | -.28** | ,44**             | ,42**                                       | .03  | ,53**   | ,46**                                       | ,32**                        | 1                             |

$p < 0.05^*$

$p < 0.01^{**}$

Budući da se u nekoliko slučajeva pojavila relativno snažna povezanost između prediktorskih varijabli, dodatno je u analizi za svaki regresijski model analizirana inflacija varijance, a dobiveni faktori nisu upućivali na problem multikolinearnosti. U nastavku se pristupilo izradi regresijskih modela<sup>33</sup> kako bi se saznalo u kojoj se mjeri socijalni kapital može

<sup>33</sup> VIF faktori za oba modela bili su manji od 2,5, Cookova distanca  $< 0,1$ , što ne upućuje na postojanje problema kolinearnosti.

objasniti pomoću varijable korištenje Facebook grupe susjedstva u obliku doprinosa. Time se rezultati prikazani u nastavku referiraju na iduću postavljenu hipotezu koja glasi:

*H4: Aktivnije korištenje Facebook grupe susjedstva povezano je sa stvaranjem i/ili jačanjem socijalnog kapitala i veza unutar susjedstva.*

#### 6.4.4.1. Efekt korištenja Facebook grupe susjedstva na stvaranje i/ili jačanje socijalnog kapitala

Za oba uzorka kao i za sve tri dimenzije socijalnog kapitala zasebno je provedena hijerarhijska regresijska analiza. U prvom bloku nalazile su se kontrolne varijable, koje su uključivale spol, razinu obrazovanja, dob te percepciju sebe kao domaćeg stanovnika ili kao došljaka. U drugom bloku uvedene su varijable koje se odnose na virtualnu dimenziju susjedstva. Pri tome se pojavljuju četiri glavna prediktora, koji se odnose na korištenje Facebook grupe susjedstva u sljedeće svrhe: (1) da budu u toku sa zbivanjima u susjedstvu, (2) da ondje pronađu dostupne usluge ili proizvode, (3) da podijele informacije o aktualnostima i zbivanjima u susjedstvu te (4) da se požale ostalim članovima grupe na određene situacije u susjedstvu. Uz navedene varijable, u ovom bloku nalazile su se i varijable vezane za procijenjen ukupan broj Facebook prijatelja te trajanje članstva u grupi. U nastavku se prvo prikazuju rezultati za Markuševac, a onda za Špansko – najprije za društvene veze, a zatim za povjerenje i na kraju za reciprocitet.

Rezultati regresijske analize provedene na uzorku obaju grupa, a koji se tiču društvenih veza prikazani su u tablici 18. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Rezultati nam otkrivaju kako je prvi prediktorski blok u Markuševcu objasnio 29,4 % ukupne varijance, dok se uvođenjem drugog bloka taj udjel povećao na 44,1 %. U prvom bloku statistički značajni prediktori bili su dob ( $\beta=-0,219$ ;  $p<0,01$ ) i varijabla domaći/došljak ( $\beta=0,454$ ;  $p<0,01$ ). Uvođenjem drugog bloka gubi se statistička značajnost varijable dobi dok se efekt varijable domaći/došljak smanjuje ( $\beta=0,263$ ;  $p<0,01$ ). U drugom bloku javljaju se dva nova statistički značajna prediktora – korištenje Facebook grupe radi ostajanja u toku sa zbivanjima ( $\beta=0,192$ ;  $p<0,01$ ) te korištenje grupe radi dijeljenja informacija o događajima u

susjedstvu ( $\beta=0,295$ ;  $p<0,01$ ). Sve navedeno pokazuje kako su kreiranju i/ili jačanju društvenih veza skloniji ispitanici koji (1) se smatraju domaćima te koji (2) svoju Facebook grupu susjedstva češće koriste da bi bili u toku sa zbivanjima i (3) da bi podijelili informacije o događajima u susjedstvu. Pri tome druga navedena svrha ima nešto veći efekt od prve.

Tablica 18. Regresijski model – efekt korištenja Facebook grupe na društvene veze – Markuševac

| Prediktori   | Markuševac        |                   |
|--|-------------------|-------------------|
|  | Blok 1<br>$\beta$ | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>  |                   |                   |
| Spol- žene   | -,002             | -,004             |
| Stupanj obrazovanja  | -,107             | -,072             |
| Dob  | -,219**           | -,089             |
| Domaći/došljak – došljak   | ,454**            | ,263**            |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i>                                    |                   |                   |
| Korištenje Facebook grupe – biti u toku sa zbivanjima.                             |                   | ,192**            |
| Korištenje Facebook grupe –pronalazak usluga ili proizvoda unutar susjedstva.      |                   | -,099             |
| Korištenje Facebook grupe – dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. |                   | ,295**            |
| Korištenje Facebook grupe – požaliti se na određene situacije unutar susjedstva.   |                   | ,042              |
| Broj Facebook prijatelja – manje od 400.   |                   | ,033              |
| Članstvo u Facebook grupi – kraće od 5 godina.                                     |                   | ,030              |
| <b>OBJAŠNJENA VARIJANCA</b>  |                   |                   |
| Korigirani R <sup>2</sup>  | ,294              | ,441              |
| F  | 22,025**          | 16,953**          |
| $\Delta$ Korigirani R <sup>2</sup>   |                   | ,147              |

\* $p<0,05$

\*\* $p<0,01$



Razina značajnosti u tablici ANOVA koja se odnosi na uzorak ispitanika iz Španskog sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. U Španskom je prvi prediktorski blok objasnio 20,5 % varijance, dok se drugim blokom taj udjel povećao na 38,6 % ukupno objašnjene varijance. Od prediktora iz prvog bloka pojavljuju se iste varijable kao i u Markuševcu – dob ( $\beta=-0,183$ ;  $p<0,01$ ) te varijabla domaći/ došljak ( $\beta=0,217$ ;  $p<0,01$ ). I ovdje se uvođenjem drugog bloka gubi značaj varijable dobi te se pojavljuju tri nova statistički značajna prediktora; korištenje Facebook grupe u svrhu dijeljenja informacija ( $\beta=0,191$ ;  $p<0,05$ ), korištenje Facebook grupe kako bi se požalili na određenu situaciju ( $\beta=0,182$ ;  $p<0,01$ ) te duljina članstva u Facebook grupi – kraće od 5 godina ( $\beta=0,211$ ;  $p<0,01$ ). Navedeno sugerira kako su kreiranju i/ili jačanju društvenih veza skloniji ispitanici koji (1) se smatraju domaćima, koji (2) svoju Facebook grupu susjedstva češće koriste da bi podijelili informacije o događajima u susjedstvu i (3) požalili se na određene situacije te oni koji (4) su članovi grupe dulje od 5 godina. U obje je grupe, dakle, *utvrđena veza između korištenja Facebook grupe susjedstva i društvenih veza*, no u nešto drugačijem obliku.

Tablica 19. Regresijski model – efekt korištenja Facebook grupe na društvene veze – Špansko

| Prediktori   | Špansko           |                   |
|--|-------------------|-------------------|
|  | Blok 1<br>$\beta$ | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>  |                   |                   |
| Spol- žene   | -,014             | ,006              |
| Stupanj obrazovanja  | -,046             | -,030             |
| Dob  | -,183**           | -,063             |
| Domaći/ došljak – došljak  | ,381**            | ,217**            |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i>                                    |                   |                   |
| Korištenje Facebook grupe – biti u toku sa zbivanjima.                             |                   | ,063              |
| Korištenje Facebook grupe –pronalazak usluga ili proizvoda unutar susjedstva.      |                   | ,053              |
| Korištenje Facebook grupe – dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. |                   | ,191*             |
| Korištenje Facebook grupe – požaliti se na određene situacije unutar susjedstva.   |                   | ,182**            |
| Broj Facebook prijatelja – manje od 400.   |                   | ,015              |

|  |          |          |
|--|----------|----------|
| Članstvo u Facebook grupi – kraće od 5 godina. |          | ,211**   |
| <i>OBJAŠNJENA VARIJANCA</i>                    |          |          |
| Korigirani R <sup>2</sup>                      | ,205     | ,386     |
| F  | 16,859** | 16,473** |
| Δ Korigirani R <sup>2</sup>                    |          | ,181     |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

Rezultati regresijske analize provedene na uzorku ispitanika iz Markuševca vezane za povjerenje prikazani su u tablici 20. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Oni nam otkrivaju kako je prvi prediktorski blok u Markuševcu objasnio 10,5 % ukupne varijance, a uvođenjem drugog bloka taj udjel povećao se na 26,4 %. U prvom bloku statistički značajni prediktor bila je samo varijabla domaći/ došljak ( $\beta=0,306$ ;  $p<0,01$ ), čiji se značaj smanjuje uvođenjem drugog bloka. U drugom bloku javljaju se dva nova statistički značajna prediktora – korištenje Facebook grupe da njeni članovi ostanu obaviješteni o zbivanjima ( $\beta=0,200$ ;  $p<0,01$ ) te broj Facebook prijatelja –manje od 400 ( $\beta=0,173$ ;  $p<0,05$ ). Sve navedeno pokazuje kako veću razinu povjerenja iskazuju ispitanici koji svoju Facebook grupu susjedstva češće koriste da bi bili u toku sa zbivanjima i koji imaju više od 400 Facebook prijatelja.

Tablica 20. Regresijski model – efekt korištenja Facebook grupe na povjerenje – Markuševac

| Prediktori   | Markuševac        |                   |
|--|-------------------|-------------------|
|  | Blok 1<br>$\beta$ | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>                      |                   |                   |
| Spol- žene   | ,111              | ,076              |
| Stupanj obrazovanja                                    | -,071             | -,045             |
| Dob  | -,047             | ,059              |
| Domaći/ došljak – došljak                              | ,306**            | ,149*             |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i>        |                   |                   |
| Korištenje Facebook grupe – biti u toku sa zbivanjima. |                   | ,200**            |

|  |         |         |
|--|---------|---------|
| Korištenje Facebook grupe –pronalazak usluga ili proizvoda unutar susjedstva.      |         | ,114    |
| Korištenje Facebook grupe – dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. |         | -,019   |
| Korištenje Facebook grupe – požaliti se na određene situacije unutar susjedstva.   |         | ,113    |
| Broj Facebook prijatelja – manje od 400.   |         | ,172*   |
| Članstvo u Facebook grupi – kraće od 5 godina.                                     |         | ,142    |
| <i>OBJAŠNJENA VARIJANCA</i>  |         |         |
| Korigirani R <sup>2</sup>  | ,105    | ,264    |
| F  | 6,940** | 8,253** |
| Δ Korigirani R <sup>2</sup>  |         | ,159    |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

Razina značajnosti u tablici ANOVA koja se odnosi na uzorak ispitanika iz Španskog sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Ovdje je prvi prediktorski blok objasnio 5,9 % varijance, dok se drugim blokom taj udjel ukupno objašnjene varijance povećao na 26,9 %. U prvom bloku statistički značajni prediktori bili su stupanj obrazovanja ( $\beta=-0,145$ ;  $p<0,05$ ) varijabla domaći/došljak ( $\beta=0,187$ ;  $p<0,01$ ). Uvođenjem drugog bloka smanjuje se efekt prediktora obrazovanja ( $\beta=-0,116$ ;  $p<0,05$ ), a varijabla domaći/došljak više nije statistički značajan prediktor. Uvođenjem drugog bloka javljaju se tri nova statistički značajna prediktora: korištenje Facebook grupe za pronalazak usluga ili proizvoda ( $\beta=0,169$ ;  $p<0,01$ ), radi dijeljenja informacija ( $\beta=0,201$ ;  $p<0,05$ ) te kako bi se požalili na određenu situaciju ( $\beta=0,173$ ;  $p<0,05$ ). Navedeno sugerira kako veću razinu povjerenja iskazuju ispitanici koji su (1) nižeg stupnja obrazovanja, koji svoju Facebook grupu susjedstva češće koriste da bi (2) pronašli uslugu ili proizvod unutar susjedstva, da bi (3) podijelili informacije o događajima u susjedstvu i (4) požalili se na određene pojave u susjedstvu. I ovdje je, kao u slučaju društvenih veza, u obje grupe utvrđena veza između korištenja Facebook grupe susjedstva i razine povjerenja.

Tablica 21. Regresijski model – efekt korištenja Facebook grupe na povjerenje

| Prediktori  | Špansko           |                   |
|---|-------------------|-------------------|
|   | Blok 1<br>$\beta$ | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>   |                   |                   |
| Spol- žene  | -,055             | -,065             |
| Stupanj obrazovanja   | -,145*            | -,116*            |
| Dob   | -,036             | ,070              |
| Domaći/došljak – došljak  | ,187**            | ,072              |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i>                                       |                   |                   |
| Korištenje Facebook grupe – biti u toku sa<br>zbivanjima.                             |                   | ,089              |
| Korištenje Facebook grupe –pronalazak usluga ili<br>proizvoda unutar susjedstva.      |                   | ,169**            |
| Korištenje Facebook grupe – dijeljenje informacija o<br>događajima unutar susjedstva. |                   | ,201*             |
| Korištenje Facebook grupe – požaliti se na određene<br>situacije unutar susjedstva.   |                   | ,173*             |
| Broj Facebook prijatelja – manje od 400.  |                   | ,082              |
| Članstvo u Facebook grupi – kraće od 5 godina.  |                   | ,114              |
| <i>OBJAŠNJENA VARIJANCA</i>   |                   |                   |
| Korigirani R <sup>2</sup>   | ,059              | ,269              |
| F   | 4,889**           | 10,057**          |
| $\Delta$ Korigirani R <sup>2</sup>  |                   | ,210              |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

Rezultati provedene regresijske analize o reciprocitetu provedene na uzorku ispitanika iz Markuševca prikazani su u tablici 22. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Oni pokazuju kako je prvi prediktorski blok u Markuševcu objasnio 14,6 % ukupne varijance, dok se uvođenjem drugog bloka taj udjel povećao na 29,2 %. U prvom bloku statistički značajni prediktori bila je samo varijabla domaći/došljak ( $\beta=0,369$ ;  $p<0,01$ ),

čiji se efekt smanjuje u drugom bloku. U drugom bloku javljaju se dva nova statistički značajna prediktora – trajanje članstva u Facebook grupi susjedstva – kraće od 5 godina ( $\beta=0,197$ ;  $p<0,01$ ) te broj Facebook prijatelja – manje od 400 ( $\beta=0,138$ ;  $p<0,05$ ). Podaci pokazuju kako veću razinu reciprociteta iskazuju ispitanici koji se smatraju domaćima, koji su članovi svoje grupe susjedstva dulje od 5 godina te koji imaju više od 400 Facebook prijatelja.

Tablica 22. Regresijski model – efekt korištenja Facebook grupe na reciprocitet – Markuševac

| Prediktori   | Markuševac        |                   |
|--|-------------------|-------------------|
|  | Blok 1<br>$\beta$ | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>  |                   |                   |
| Spol- žene   | ,077              | ,055              |
| Stupanj obrazovanja  | -,084             | -,054             |
| Dob  | -,012             | ,106              |
| Domaći/došljak – došljak   | ,369**            | ,190**            |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i>                                    |                   |                   |
| Korištenje Facebook grupe – biti u toku sa zbivanjima.                             |                   | ,115              |
| Korištenje Facebook grupe –pronalazak usluga ili proizvoda unutar susjedstva.      |                   | ,065              |
| Korištenje Facebook grupe – dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. |                   | ,052              |
| Korištenje Facebook grupe – požaliti se na određene situacije unutar susjedstva.   |                   | ,120              |
| Broj Facebook prijatelja – manje od 400.   |                   | ,138*             |
| Članstvo u Facebook grupi – kraće od 5 godina.                                     |                   | ,197**            |
| <i>OBJAŠNJENA VARIJANCA</i>  |                   |                   |
| Korigirani R <sup>2</sup>  | ,146              | ,292              |
| F  | 9,612**           | 9,323**           |
| $\Delta$ Korigirani R <sup>2</sup>   |                   | ,146              |

\* $p<0,05$

\*\* $p<0,01$

U vezi s ispitanicima iz Španskog, razina značajnosti u tablici ANOVA pokazuje kako kombinacija prediktorskih varijabli u prvom bloku statistički značajno ne predviđa ishod kriterijske varijablu. Uvođenjem drugog bloka dolazi do promjene – ova kombinacija prediktorskih varijabli statistički značajno predviđa ishod kriterijske varijable. Prediktori iz drugog bloka objasnili su 21,2 % ukupne varijance. Uvođenjem drugog bloka javljaju se tri nova statistički značajna prediktora; korištenje Facebook grupe radi ostajanja u toku sa zbivanjima ( $\beta=0,138$ ;  $p<0,05$ ), dijeljenja informacija ( $\beta=0,189$ ;  $p<0,05$ ) te kako bi se požalili na određenu situaciju unutar susjedstva ( $\beta=0,233$ ;  $p<0,05$ ). Navedeno sugerira kako veću razinu reciprociteta iskazuju oni koji svoju Facebook grupu češće koriste da bi ostali u toku sa zbivanjima u susjedstvu, kako bi podijelili informacije o tamošnjim događajima i da se požale na određene situacije unutar susjedstva. U ovom slučaju poveznica između korištenja Facebook grupe susjedstva i razine reciprociteta *utvrdila se samo na uzorku ispitanika iz Španskog*. U Markuševcu su jedino duljina članstva u grupi i veći broj Facebook prijatelja značajno pridonijeli objašnjenju reciprociteta.

Tablica 23. Regresijski model – efekt korištenja Facebook grupe na reciprocitet – Špansko

| Prediktori   | Špansko           |                   |
|--|-------------------|-------------------|
|  | Blok 1<br>$\beta$ | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>  |                   |                   |
| Spol- žene   | -,004             | -,006             |
| Stupanj obrazovanja  | -,126             | -,110             |
| Dob  | -,011             | ,110              |
| Domaći/došljak – došljak   | ,134*             | ,015              |
| <i>Obilježja virtualne dimenzije susjedstva</i>                                    |                   |                   |
| Korištenje Facebook grupe – biti u toku sa zbivanjima.                             |                   | ,138*             |
| Korištenje Facebook grupe –pronalazak usluga ili proizvoda unutar susjedstva.      |                   | ,080              |
| Korištenje Facebook grupe – dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. |                   | ,189*             |
| Korištenje Facebook grupe – požaliti se na određene situacije unutar susjedstva.   |                   | ,233*             |
| Broj Facebook prijatelja – manje od 400.   |                   | ,028              |

|  |       |         |
|--|-------|---------|
| Članstvo u Facebook grupi – kraće od 5 godina. |       | ,045    |
| <i>OBJAŠNJENA VARIJANCA</i>                    |       |         |
| Korigirani R <sup>2</sup>                      | ,022  | ,212    |
| F  | 2,360 | 7,559** |
| Δ Korigirani R <sup>2</sup>                    |       | ,190    |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

Na kreiranje i/ili jačanje društvenih veza u obje grupe prepoznat je efekt korištenja Facebook grupe susjedstva radi dijeljena informacija o događajima u susjedstvu. U Španskom je također prepoznat efekt korištenja grupe da se njezini članovi požale na određene situacije unutar susjedstva, dok je u Markuševcu očit efekt korištenja grupe kako bi članovi imali saznanja o aktualnim zbivanjima. U obje grupe, također, prepoznat je efekt Facebook grupe susjedstva na razinu povjerenja, no svrha korištenja grupe ovdje se razlikuje. U Markuševcu je na razinu povjerenja efekt imalo korištenje grupe kako bi se bilo u toku sa zbivanjima te veći broj Facebook prijatelja. S druge strane, u Španskom je uočen efekt korištenja grupe radi pronalaženja usluga ili proizvoda, dijeljenja informacija o zbivanjima u susjedstvu te da se članovi požale na određene situacije u susjedstvu. Na razinu reciprociteta u Markuševcu efekt je imalo trajanje članstva u Facebook grupi uz veći broj Facebook prijatelja, no nije utvrđen izravni efekt korištenja grupe na razinu reciprociteta. U Španskom je taj učinak na reciprocitet vidljiv kada se grupa koristi radi pronalaženja proizvoda ili usluga, dijeljenja informacija i da se požale na određene situacije u susjedstvu. Dakle, u obje je grupe zamijećen je efekt korištenja Facebook grupe susjedstva na dva od tri elementa socijalnog kapitala – društvene veze i povjerenje. Na treći element, a to je reciprocitet, taj je učinak potvrđen u jednoj, ali ne i drugoj grupi. Time *postavljenu H4 djelomično prihvaćamo*.

U idućem koraku ispitalo se postoji li povezanost između socijalnog kapitala kreiranog unutar Facebook grupe s razinom uključenosti u zajednicu. Rezultati koji se u nastavku prikazuju vežu se za zadnju postavljenu hipotezu koja glasi:

*H5: Socijalni kapital kreiran unutar Facebook grupe susjedstva povezan je s višom razinom uključenosti u zajednicu.*

#### 6.4.4.2. Efekt socijalnog kapitala na uključenost u zajednicu

Tablica 24 daje uvid u rezultate provedene bivarijantne korelacije između prediktorskih varijabli na uzorku ispitanika iz Španskog. Može se primijetiti kako između prediktorskih varijabli većinom nalazimo nisku razinu povezanosti ( $r \leq 0,39$ ), uz dvije povezanosti koje klasificiramo kao umjerene ( $0,40 \leq r \leq 0,59$ ) i jednu visoku ( $0,60 \geq r \leq 0,79$ ). Društvene veze pozitivno su i umjereno povezane s povjerenjem ( $r=0,56$ ) i reciprocitetom ( $r=0,50$ ). To nam pokazuje kako ispitanici koji su skloniji kreiranju i/ili jačanju društvenih veza ujedno pokazuju i veću razinu povjerenja i reciprociteta. Visoka i pozitivna razina povezanosti uočena je između povjerenja i reciprociteta ( $r=0,64$ ). Navedeno sugerira kako ispitanici koji pokazuju visoku razinu povjerenja ujedno pokazuju i visoku razinu reciprociteta.

Tablica 24. Perasonov koeficijent korelacije - uključenost u zajednicu i socijalni kapital - Špansko

|     | 1. Društvene veze | 2. Povjerenje | 3. Reciprocitet | 4. Spol | 5. Obrazovanje | 6. Dob | 7. Domaći/ došljak | 8. Emocionalna pripadnost | 9. Funkcionalna pripadnost | 10. Socijalna kontrola | 11. Sigurnost u susjedstvu | 12. Participacija |
|-----|-------------------|---------------|-----------------|---------|----------------|--------|--------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------|----------------------------|-------------------|
| 1.  | 1                 |               |                 |         |                |        |                    |                           |                            |                        |                            |                   |
| 2.  | ,56**             | 1             |                 |         |                |        |                    |                           |                            |                        |                            |                   |
| 3.  | ,50**             | ,64**         | 1               |         |                |        |                    |                           |                            |                        |                            |                   |
| 4.  | -.09              | -.11          | -.04            | 1       |                |        |                    |                           |                            |                        |                            |                   |
| 5.  | -.06              | -.17**        | -.14*           | ,20**   | 1              |        |                    |                           |                            |                        |                            |                   |
| 6.  | -.24**            | -.07          | -.03            | .03     | -.01           | 1      |                    |                           |                            |                        |                            |                   |
| 7.  | ,40**             | ,21**         | .12             | -.16*   | -.09           | -.24** | 1                  |                           |                            |                        |                            |                   |
| 8.  | ,49**             | ,33**         | ,31**           | -.12    | -.09           | -.16** | ,49**              | 1                         |                            |                        |                            |                   |
| 9.  | ,43**             | ,46**         | ,37**           | -.11    | -.09           | -.05   | ,15*               | ,50**                     | 1                          |                        |                            |                   |
| 10. | ,27**             | ,32**         | ,25**           | -.01    | .04            | -.08   | ,21**              | ,42**                     | ,43**                      | 1                      |                            |                   |
| 11. | .06               | ,29**         | .12             | -.03    | -.11           | .02    | .01                | ,13*                      | ,23**                      | ,34**                  | 1                          |                   |
| 12. | ,38**             | .07           | .06             | -.06    | ,16**          | -.27** | ,41**              | ,21**                     | ,17**                      | ,14*                   | -.14*                      | 1                 |

$p < 0.05^*$



$p < 0.01^{**}$

Tablica 25 prikazuje iste korelacijske odnose između prediktorskih varijabli, no na uzorku ispitanika iz Markuševca. Može se primijetiti kako između prediktorskih varijabli većinom nalazimo nisku razinu povezanosti ( $r \leq 0,39$ ) uz dvije povezanosti koje klasificiramo kao umjerene ( $0,40 \leq r \leq 0,59$ ) i dvije visoke ( $0,60 \geq r \leq 0,79$ ). U ovom slučaju društvene veze pozitivno su i umjereno povezane sa povjerenjem ( $r=0,58$ ) te sa varijablom domaći/došljak ( $r=0,460$ ). To nam pokazuje kako ispitanici koji su imaju veću sklonost kreiranju i/ili jačanju društvenih veza ujedno pokazuju veću razinu povjerenja te su skloniji smatrati se domaćima. Reciprocitet je visoko i pozitivno povezan sa povjerenjem ( $r=0,70$ ) te sa društvenim vezama ( $r=0,60$ ). Dakle, ispitanici koji pokazuju visoku razinu reciprociteta ujedno pokazuju više povjerenja i veću sklonost kreiranju i/ili jačanju društvenih veza. Budući da se u nekoliko slučajeva pojavila relativno snažna povezanost između prediktorskih varijabli, dodatno je u analizi za svaki regresijski model analizirana inflacija varijanica, a dobiveni faktori nisu upućivali na problem multikolinearnosti. U nastavku se pristupilo izradi regresijskih modela<sup>34</sup> kako bi se saznalo u kojoj se mjeri socijalni kapital može objasniti pomoću varijabli vezanih za korištenje Facebook grupe susjedstva.

Tablica 25. Pearsonov koeficijent korelacije – uključenost u zajednicu i socijalni kapital (Markuševac)

|    | 1. Društvene veze | 2. Povjerenje | 3. Reciprocitet | 4. Spol | 5. Obrazovanje | 6. Dob | 7. Domaći/<br>došljak | 8. Emocionalna<br>pripadnost | 9. Funkcionalna<br>pripadnost | 10. Socijalna kontrola | 11. Sigurnost u<br>susjedstvu | 12. Participacija |
|----|-------------------|---------------|-----------------|---------|----------------|--------|-----------------------|------------------------------|-------------------------------|------------------------|-------------------------------|-------------------|
| 1. | 1                 |               |                 |         |                |        |                       |                              |                               |                        |                               |                   |
| 2. | ,58**             | 1             |                 |         |                |        |                       |                              |                               |                        |                               |                   |
| 3. | ,60**             | ,70**         | 1               |         |                |        |                       |                              |                               |                        |                               |                   |
| 4. | .00               | .11           | .09             | 1       |                |        |                       |                              |                               |                        |                               |                   |
| 5. | -.21**            | -.12          | -.16*           | .07     | 1              |        |                       |                              |                               |                        |                               |                   |

<sup>34</sup> VIF faktori za oba modela bili su manji od 2,5, Cookova distanca  $< 0,1$ , što ne upućuje na postojanje problema kolinearne.

|     |        |       |       |       |        |        |       |       |       |       |     |   |
|-----|--------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-----|---|
| 6.  | -,24** | -.08  | -.07  | -.02  | .12    | 1      |       |       |       |       |     |   |
| 7.  | ,46**  | ,29** | ,35** | -.03  | -,23** | -.02   | 1     |       |       |       |     |   |
| 8.  | ,66**  | ,47** | ,52** | .04   | -,28** | -,18** | ,66** | 1     |       |       |     |   |
| 9.  | ,41**  | ,42** | ,43** | .05   | -.07   | -.09   | ,26** | ,48** | 1     |       |     |   |
| 10. | ,44**  | ,38** | ,32** | .03   | -,20** | -,18** | ,36** | ,52** | ,46** | 1     |     |   |
| 11. | ,15*   | ,24** | ,24** | -.05  | -.06   | .02    | .07   | ,28** | ,24** | ,26** | 1   |   |
| 12. | ,39**  | ,14*  | ,18** | -,15* | -.09   | -,17*  | ,32** | ,30** | ,32** | ,28** | .01 | 1 |

$p < 0.05^*$

$p < 0.01^{**}$

Za svaki uzorak zasebno se provelo pet hijerarhijskih linearnih regresijskih analiza, koje odgovaraju svim dimenzijama uključenosti u zajednicu. Prvo se prikazuju rezultati analiza provedenih na uzorku ispitanika iz Markuševca, a zatim i Španskog za prvu dimenziju uključenosti u zajednicu.

Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. U prvom modelu, koji se tiče emocionalne pripadnosti, prvi prediktorski blok objasnio je 46,9 % ukupne varijance. Statistički značajni prediktori bili su stupanj obrazovanja ( $\beta = -0,124$ ;  $p < 0,05$ ), dob ( $\beta = -0,150$ ;  $p < 0,01$ ) i varijabla domaći/došljak ( $\beta = 0,629$ ;  $p < 0,01$ ). Uvođenjem drugog prediktorskog bloka omjer objašnjene varijance povećao se na 61,4 % te samo varijabla domaći/došljak ostaje statistički značajan prediktor iz prvog bloka ( $\beta = 0,422$ ;  $p < 0,01$ ). Od prediktora iz drugog bloka statistički značajnima se pokazuju društvene veze ( $\beta = 0,337$ ;  $p < 0,01$ ). Dakle, veću razinu emocionalne pripadnosti susjedstvu pokazuju ispitanici koji se smatraju domaćima i koji pokazuju veću sklonost kreiranju i/ili jačanju društvenih veza.

U drugom modelu kriterijsku varijablu predstavljala je funkcionalna pripadnost susjedstvu. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Prediktorske varijable u prvom bloku objasnile su samo 6,1% ukupne varijance. U ovom koraku jedino je varijabla domaći/došljak ( $\beta = -0,257$ ;  $p < 0,01$ ) bila statistički značajan prediktor. Drugi prediktorski blok objasnio je dodatnih 15 % te udjel objašnjene varijance sada iznosi 21,1 %. U ovom bloku varijabla domaći/došljak više ne pridonosi objašnjenju kriterijske varijable, ali javljaju se tri nova statistički značajna prediktora – društvene veze ( $\beta = 0,160$ ;  $p < 0,05$ ),

povjerenje ( $\beta=0,172$ ;  $p<0,05$ ) te reciprocitet ( $\beta=0,189$ ;  $p<0,01$ ). Ono što se iz oba modela može zaključiti jest da svi elementi socijalnog kapitala dovode do veće razine funkcionalne pripadnosti susjedstvu.

Tablica 26. Regresijski model – efekt socijalnog kapitala na pripadnost susjedstvu – Markuševac

| Markuševac                         | Emocionalna pripadnost |          | Funkcionalna pripadnost |         |
|------------------------------------|------------------------|----------|-------------------------|---------|
|                                    | Blok 1                 | Blok 2   | Blok 1                  | Blok 2  |
| Prediktori                         | $\beta$                | $\beta$  | $\beta$                 | $\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>  |                        |          |                         |         |
| Spol- žene                         | ,067                   | ,040     | ,061                    | ,015    |
| Stupanj obrazovanja                | -,124*                 | -,076    | -,008                   | ,039    |
| Dob                                | -,150**                | -,069    | -,082                   | -,028   |
| Domaći/ došljak-domaći             | ,629**                 | ,422**   | ,257**                  | ,072    |
| <i>Socijalni kapital</i>           |                        |          |                         |         |
| Društvene veze                     |                        | ,337**   |                         | ,160*   |
| Povjerenje                         |                        | ,059     |                         | ,172*   |
| Reciprocitet                       |                        | ,111     |                         | ,189**  |
| <b>OBJAŠNJENA VARIJANCA</b>        |                        |          |                         |         |
| Korigirani R <sup>2</sup>          | ,469                   | ,614     | ,061                    | ,211    |
| F                                  | 50,857**               | 52,304** | 4,691**                 | 9,625** |
| $\Delta$ Korigirani R <sup>2</sup> |                        | ,145     |                         | ,150    |

\* $p<0,05$

\*\* $p<0,01$

U tablici 27 prikazani su regresijski modeli provedeni na uzorku ispitanika iz Španjolskog. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. U prvom modelu, vezanom za emocionalnu pripadnost, prvi prediktorski blok objasnio je 23,5 % ukupne varijance. Pri tome je samo varijabla domaći/ došljak ( $\beta=0,469$ ;  $p<0,01$ ) predstavljala statistički značajan prediktor. Navedeno sugerira kako poimanje sebe kao domaćeg stanovnika povećava razinu emocionalne pripadnosti susjedstvu. Uvođenjem drugog bloka prediktora udjel objašnjene varijance porastao je na 34,1 % te je samo prediktor društvenih veza ( $\beta=0,2880$ ;  $p<0,01$ ) statistički značajno pridonio objašnjenju kriterijske varijable.

Navedeno sugerira kako veća sklonost kreiranju i/ili jačanju društvenih veza vodi do veće razine emocionalne pripadnosti susjedstvu.

U drugom modelu prikazani su rezultati vezani za funkcionalnu pripadnost susjedstvu. Razina značajnosti u tablici ANOVA pokazuje kako kombinacija prediktorskih varijabli u prvom bloku statistički značajno ne predviđa ishod kriterijske varijable. Uvođenjem drugog bloka dolazi do promjene – ova kombinacija prediktorskih varijabli statistički značajno predviđa ishod kriterijske varijable. Uvođenjem drugog bloka objašnjeno je 23,9 % ukupne varijance. Od prediktora iz drugog bloka statistički značajnima su se pokazale društvene veze ( $\beta=0,249$ ;  $p<0,01$ ) te povjerenje ( $\beta=0,265$ ;  $p<0,01$ ). Dakle, u ovom slučaju malo veći efekt na funkcionalnu pripadnost susjedstvu imala je varijabla povjerenje, iako se prepoznaje i sklonost kreiranju i/ili jačanju društvenih veza.

Tablica 27. Regresijski model – efekt socijalnog kapitala na pripadnost susjedstvu – Špansko

| Špansko                            | Emocionalna pripadnost |          | Funkcionalna pripadnost |          |
|------------------------------------|------------------------|----------|-------------------------|----------|
|                                    | Blok 1                 | Blok 2   | Blok 1                  | Blok 2   |
| Prediktori                         | $\beta$                | $\beta$  | $\beta$                 | $\beta$  |
| <i>Sociodemografska obilježja</i>  |                        |          |                         |          |
| Spol- žene                         | -,037                  | -,028    | -,080                   | -,059    |
| Stupanj obrazovanja                | -,037                  | -,013    | -,064                   | ,011     |
| Dob                                | -,052                  | -,006    | -,015                   | ,032     |
| Domaći/došljak-domaći              | ,469**                 | ,355**   | ,125*                   | -,018    |
| <i>Socijalni kapital</i>           |                        |          |                         |          |
| Društvene veze                     |                        | ,280**   |                         | ,249**   |
| Povjerenje                         |                        | ,031     |                         | ,265**   |
| Reciprocitet                       |                        | ,101     |                         | ,077     |
| <b>OBJAŠNJENA VARIJANCA</b>        |                        |          |                         |          |
| Korigirani R <sup>2</sup>          | ,235                   | ,341     | ,019                    | ,239     |
| F                                  | 21,459**               | 20,690** | 2,302                   | 12,936** |
| $\Delta$ Korigirani R <sup>2</sup> |                        | ,106     |                         | ,220     |

\* $p<0,05$

\*\* $p<0,01$

U tablici 28. prikazani su rezultati hijerarhijskih regresijskih analiza provedenih na uzorku ispitanika iz Markuševca. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. U prvom modelu, vezanom za percipiranu neformalnu socijalnu kontrolu, prediktorske varijable u prvom bloku objasnile su 15,9 % ukupne varijance. Pri tome su statistički značajne prediktore predstavljale varijable dobi ( $\beta=-0,135$ ;  $p<0,05$ ) i domaći/došljak ( $\beta=0,337$ ;  $p<0,01$ ). Uvođenjem drugog bloka udjel objašnjene varijance povećao se na 24,1 %. Samo je varijabla domaći/došljak ( $\beta=0,198$ ;  $p<0,01$ ) iz prvog bloka ostala statistički značajna, no njen efekt se smanjio. Od prediktora iz drugog bloka statistički značajnima se pokazuju društvene veze ( $\beta=0,212$ ;  $p<0,01$ ) te povjerenje ( $\beta=0,213$ ;  $p<0,01$ ). U ovom slučaju i društvene veze i povjerenje imaju sličan efekt na percipiranu razinu neformalne socijalne kontrole.

Razina značajnosti u tablici ANOVA vezanoj za percipiranu sigurnost u susjedstvu pokazuje kako kombinacija prediktorskih varijabli u prvom bloku statistički značajno ne predviđa ishod kriterijske varijable. Uvođenjem drugog bloka nastaje promjena - ova kombinacija prediktorskih varijabli statistički značajno predviđa ishod kriterijske varijable. Uvođenjem drugog bloka objasnilo se 4,4 % ukupne varijance, no i u ovom slučaju nijedan prediktor nije se pokazao statistički značajnim.

Tablica 28. Regresijski model- efekt socijalnog kapitala na kolektivnu efikasnost -Markuševac

| Markuševac                        | Neformalna socijalna kontrola |                   | Sigurnost u susjedstvu |                   |
|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------|------------------------|-------------------|
|                                   | Blok 1<br>$\beta$             | Blok 2<br>$\beta$ | Blok 1<br>$\beta$      | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i> |                               |                   |                        |                   |
| Spol- žene                        | ,042                          | ,015              | -,030                  | -,067             |
| Stupanj obrazovanja               | -,112                         | -,080             | -,049                  | -,025             |
| Dob                               | -,135*                        | -,097             | ,027                   | ,038              |
| Domaći/došljak-domaći             | ,337**                        | ,198**            | ,059                   | -,028             |
| <i>Socijalni kapital</i>          |                               |                   |                        |                   |
| Društvene veze                    |                               | ,212**            |                        | -,027             |
| Povjerenje                        |                               | ,213**            |                        | ,146              |

|                             |          |          |       |        |
|-----------------------------|----------|----------|-------|--------|
| Reciprocitet                |          | -,049    |       | ,169   |
| <i>OBJAŠNJENA VARIJANCA</i> |          |          |       |        |
| Korigirani R <sup>2</sup>   | ,159     | ,241     | -,009 | ,044   |
| F                           | 11,661** | 11,236** | ,497  | 2,480* |
| Δ Korigirani R <sup>2</sup> |          | ,082     |       | ,065   |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

U tablici 29 prikazani su rezultati hijerarhijskih regresijskih analiza provedenih na uzorku ispitanika iz Španskog. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. U prvom modelu vezanom za percipiranu neformalnu socijalnu kontrolu prediktorske varijable u prvom bloku objasnile su samo 3,3 % ukupne varijance. Pri tome je statistički značajan prediktor bila samo varijabla domaći/došljak ( $\beta=0,208$ ;  $p<0,01$ ). Uvođenjem drugog bloka udjel objašnjene varijance povećao se na 11,6 %. Od prediktora iz drugog bloka samo se povjerenje pokazalo statistički značajnim ( $\beta=0,225$ ;  $p<0,01$ ). Navedeno otkriva kako je veća razina percipirane neformalne socijalne kontrole uočena kod ispitanika koji se smatraju domaćim stanovnicima te koji pokazuju veću razinu povjerenja.

Razina značajnosti u tablici ANOVA vezanoj za percipiranu sigurnost u susjedstvu pokazuje kako kombinacija prediktorskih varijabli u prvom bloku statistički značajno ne predviđa ishod kriterijske varijable. Uvođenjem drugog bloka događa se promjena - ova kombinacija prediktorskih varijabli statistički značajno predviđa ishod kriterijske varijable. Uvođenjem drugog prediktorskog bloka udjel objašnjene varijance porastao je na 8,4 %. Od prediktora iz drugog bloka samo se varijabla povjerenja ( $\beta=0,411$ ;  $p<0,01$ ) pokazala statistički značajnom. Dakle, u ovom slučaju, veću razinu percipirane sigurnosti u susjedstvu pokazuju ispitanici koji ujedno pokazuju i veću razinu povjerenja.

Tablica 29. Regresijski model - efekt socijalnog kapitala na kolektivnu efikasnost - Špansko

| Špansko                           | Neformalna socijalna kontrola |         | Sigurnost u susjedstvu |         |
|-----------------------------------|-------------------------------|---------|------------------------|---------|
|                                   | Blok 1                        | Blok 2  | Blok 1                 | Blok 2  |
| Prediktori                        | $\beta$                       | $\beta$ | $\beta$                | $\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i> |                               |         |                        |         |

|                             |        |         |       |         |
|-----------------------------|--------|---------|-------|---------|
| Spol- žene                  | ,013   | ,026    | -,012 | ,008    |
| Stupanj obrazovanja         | ,057   | ,100    | -,105 | -,062   |
| Dob                         | -,026  | -,011   | ,022  | ,014    |
| Domaći/došljak-domaći       | ,208** | ,141*   | ,000  | -,025   |
| <i>Socijalni kapital</i>    |        |         |       |         |
| Društvene veze              |        | ,052    |       | -,106   |
| Povjerenje                  |        | ,225**  |       | ,411**  |
| Reciprocitet                |        | ,081    |       | -,101   |
| <i>OBJAŠNJENA VARIJANCA</i> |        |         |       |         |
| Korigirani R <sup>2</sup>   | ,033   | ,116    | -,003 | ,084    |
| F                           | 3,234* | 6,000** | ,806  | 4,473** |
| Δ Korigirani R <sup>2</sup> |        | ,083    |       | ,113    |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

U tablici 30 prikazani su rezultati hijerarhijskih regresijskih analiza provedenih na uzorku ispitanika iz Markuševca, a koji se tiču razine participacije u aktivnostima i događajima u susjedstvu. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Prediktorske varijable u prvom bloku objasnile su 13,7 % ukupne varijance. Pri tome se prepoznaju tri statistički značajna prediktora - spol ( $\beta=-0,152$ ;  $p<0,05$ ), dob ( $\beta=-0,166$ ;  $p<0,01$ ) te domaći/došljak ( $\beta=0,316$ ;  $p<0,01$ ). Uvođenjem drugog bloka udjel objašnjene varijance povećao se na 19,2 %. Od prediktora iz drugog bloka samo su se društvene veze pokazale statistički značajnima ( $\beta=0,346$ ;  $p<0,01$ ). Navedeno pokazuje kako se veća sklonost participaciji pronalazi kod ispitanika koji su ženskog spola, koji se smatraju domaćima te koji pokazuju veću sklonost kreiranju i/ili jačanju društvenih veza.

Tablica 30. Regresijski model – efekt socijalnog kapitala na razinu participacije- Markuševac

| Prediktori                        | Markuševac |         |
|-----------------------------------|------------|---------|
|                                   | Blok 1     | Blok 2  |
|                                   | $\beta$    | $\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i> |            |         |
| Spol- žene                        | -,152*     | -,147*  |

|                             |         |         |
|-----------------------------|---------|---------|
| Stupanj obrazovanja         | ,012    | ,037    |
| Dob                         | -,166** | -,097   |
| Domaći/došljak-domaći       | ,316**  | ,193**  |
| <i>Socijalni kapital</i>    |         |         |
| Društvene veze              |         | ,346**  |
| Povjerenje                  |         | -,073   |
| Reciprocitet                |         | -,033   |
| <b>OBJAŠNJENA VARIJANCA</b> |         |         |
| Korigirani R <sup>2</sup>   | ,137    | ,192    |
| F                           | 9,949** | 8,655** |
| Δ Korigirani R <sup>2</sup> |         | ,055    |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

U tablici 31 prikazani su rezultati hijerarhijskih regresijskih analiza provedenih na uzorku ispitanika iz Španskog. Razina značajnosti u tablici ANOVA sugerira kako kombinacije prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno predviđaju ishod kriterijske varijable. Prediktorske varijable u prvom bloku objasnile su 22,5 % ukupne varijance. Pri tome se prepoznaju tri statistički značajna prediktora – stupanj obrazovanja ( $\beta=0,202$ ;  $p<0,01$ ), dob ( $\beta=-0,176$ ;  $p<0,01$ ) te domaći/došljak ( $\beta=0,378$ ;  $p<0,01$ ). Uvođenjem drugog bloka udjel objašnjene varijance povećao se na 28,2 %. Od prediktora iz drugog bloka samo su se društvene veze pokazale statistički značajnima ( $\beta=0,338$ ;  $p<0,01$ ). Navedeno pokazuje kako su participaciji više skloni ispitanici s višim stupnjem obrazovanja, mlađe životne dobi, koji se smatraju domaćim stanovnicima te koji pokazuju veću sklonost kreiranju i/ili jačanju društvenih veza. Dakle, i u Markuševcu i u Španskom utvrđena je veza između društvenih veza i sklonosti participaciji.

Tablica 31. Regresijski model – efekt socijalnog kapitala na razinu participacije – Špansko

| Prediktori                        | Špansko           |                   |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
|                                   | Blok 1<br>$\beta$ | Blok 2<br>$\beta$ |
| <i>Sociodemografska obilježja</i> |                   |                   |
| Spol- žene                        | -,038             | -,036             |



|                             |          |          |
|-----------------------------|----------|----------|
| Stupanj obrazovanja         | ,202**   | ,186**   |
| Dob                         | -,176**  | -,126*   |
| Domaći/ došljak-domaći      | ,378**   | ,288**   |
| <i>Socijalni kapital</i>    |          |          |
| Društvene veze              |          | ,338**   |
| Povjerenje                  |          | -,140    |
| Reciprocitet                |          | -,034    |
| <b>OBJAŠNJENA VARIJANCA</b> |          |          |
| Korigirani R <sup>2</sup>   | ,225     | ,282     |
| F                           | 20,311** | 15,904** |
| Δ Korigirani R <sup>2</sup> |          | ,057     |

\*p<0.05

\*\*p<0.01

Rezultati provedenih analiza pokazali su kako se u svakoj dimenziji uključenosti u zajednicu i unutar svake grupe uočava efekt jednog ili sva tri elemenata socijalnog kapitala. Društvene veze su u obje grupe utjecale i na emocionalnu i na funkcionalnu pripadnost te na razinu participacije, s time da se u Španskom prepoznaje i učinak povjerenja na funkcionalnu pripadnost. Kad je riječ o kolektivnoj efikasnosti, u Markuševcu nalazimo efekt društvenih veza i povjerenja na percipiranu neformalnu socijalnu kontrolu, ali ne i na percipiranu sigurnost u susjedstvu. U Španskom je pak primijećen efekt povjerenja na obje dimenzije kolektivne efikasnosti. Rezultati su pokazali kako na uzorku ispitanika iz Španskog u svakoj dimenziji uključenosti u zajednicu postoji efekt jednog od elemenata socijalnog kapitala. Na uzorku ispitanika iz Markuševca taj efekt ipak nije prepoznat kada je riječ o percipiranoj sigurnosti susjedstva. Time postavljenu hipotezu (H5) *djelomično prihvaćamo*.

## 7. INTERPRETACIJA KVANTITATIVNIH PODATAKA

Istraživanje provedeno u sklopu izrade ove doktorske disertacije proizašlo je iz pretpostavke kako postoji povezanost između virtualnih oblika komunikacije i uključenosti u lokalnoj zajednici, uzimajući u obzir važnost socijalnog kapitala u sferi susjedstva. Kako bi se ta pretpostavka adekvatno ispitala, postavljeno je pet radnih hipoteza na koje se odgovorilo u prethodnom poglavlju te jedna osnovna hipoteza na koju se oslanjaju osvrta prikazani u nastavku te koja glasi:

*Aktivnije korištenje Facebook grupe susjedstva povezano je s većom razinom uključenosti u lokanoj zajednici.*

Ovo poglavlje stoga će biti podijeljeno na četiri potpoglavlja, koja se odnose na glavne koncepte proučavane u ovom istraživanju, a to su: (1) percipirana pripadnost susjedstvu, (2) kolektivna efikasnost, (3) participacija te (4) socijalni kapital. Unutar svakog potpoglavlja interpretirat će se glavni nalazi proizašli iz empirijskog istraživanja u kojem se promatralo kako je korištenje Facebook grupe susjedstva povezano sa svakim od navedenih elemenata.

### 7.1. Percipirana pripadnost susjedstvu

Prvi element uključenosti u zajednicu odnosio se na razinu percipirane pripadnosti susjedstvu. Pripadnost, privrženost, povezanost ili ukorijenjenost u mjestu često se koristi kako bi se opisao dinamični odnos među pojedincima ili između grupe i fizičkog okoliša koji se ostvaruje kroz procese teritorijalizacije (Mišetić, 2006:32). Kako navode Jelić i Löw Stanić (2014:152) privrženost životnoj okolini (a time i susjedstvu) odnosi se na emocionalnu vezu koju pojedinac ostvaruje s mjestom u kojem živi te se ona može manifestirati kroz funkcionalnu i emocionalnu dimenziju. Funkcionalna privrženost se time odnosi na kreiranje veze s mjestom koje zadovoljava sve fizičke i psihološke potrebe te prati životni stil pojedinca, a emocionalna privrženost kreira se kada mjesto podržava osobni identitet pojedinca. Kako navode Jelić i Löw Stanić, dio autora smatra kako su funkcionalna i emocionalna privrženost povezane putem samoefikasnosti, koja se može ostvariti jedino kada je mjesto poznato i predvidljivo. Upravo susjedstva trebaju predstavljati takvu okolinu te iz tog razloga većina istraživača privrženost mjestu proučava u kontekstu susjedstva ili kvartova.

Rezultati regresijske analize pokazali su zanimljive rezultate i razlike između grupa. U Markuševcu prediktorski blokovi objasnili su ukupno 57,5 % emocionalne pripadnosti, dok je taj udjel u Španskom iznosio 30,1 %. Osim razlike u omjeru objašnjene varijance, uočene su i razlike u značajnim prediktorima. Naime, tablica  $\beta$  koeficijenata pokazala je kako veću emocionalnu pripadnost u Markuševcu osjećaju stanovnici koji se smatraju domaćima te oni koji imaju niži stupanj obrazovanja. Od značajnih prediktora iz drugog bloka prepoznate su varijable korištenja grupe susjedstva da bi njezini članovi bili obaviješteni o zbivanjima i radi dijeljenja informacija o zbivanjima u susjedstvu. U tom smislu prepoznaje se *povezanost virtualne i fizičke dimenzije susjedstva*; ispitanici koji su skloniji koristiti svoju grupu susjedstva da bi bili obaviješteni o zbivanjima u susjedstvu ili kako bi podijelili informacije pokazuju veću razinu percipirane emocionalne pripadnosti susjedstvu.

S druge strane, u Španskom nije uočen efekt korištenja Facebook grupe susjedstva na emocionalnu pripadnost susjedstvu. U toj grupi značajan prediktor u prvom bloku bila je samo percepcija sebe kao domaćeg stanovnika. U drugom bloku prepoznat je efekt trajanja članstva u grupi kao i broja Facebook prijatelja (više od 400). Haythornthwaite (2005:125-137) u internetskim društvenim mrežama uočava latentne oblike povezanosti među članovima grupe koji se mogu pretvoriti u slabe veze. Prema Ellisonu i suradnicima (2007:1148), Facebook ima potencijal pretvarati latentne veze u one slabe jer nudi informacije o pojedincima, daje na uvid sadržaj njihove mreže te time omogućuje lakše prepoznavanje korisnih kontakata. Autori intenzitet korištenja Facebooka gledaju i kroz prizmu brojnosti mreže Facebook prijatelja, za koju tvrde da je mogućnost za kreiranje povezujućeg socijalnog kapitala koji se u literaturi često stavlja u kontekst sa slabim vezama. Studija Oha i suradnika (2014) pokazala je povezanost između broja Facebook prijatelja i zadovoljstva životom. Na temelju ovih uvida moglo bi se reći kako brojnost Facebook prijatelja donosi određene benefite pojedincu koji nadilaze samu internetsku društvenu mrežu na kojoj postoje. U ovom istraživanju, ta brojnost mreže zajedno s duljim članstvom u Facebook grupi susjedstva dovela je do veće emocionalne pripadnosti susjedstvu. U prethodnoj literaturi prepoznate su neke odrednice privrženosti mjestu, koje navode Jelić i Löw Stanić (2014:153), a odnose se na: duljinu života u mjestu, dob, vlasništvo nekretnine, razinu obrazovanja te broj bliskih veza u susjedstvu. U ovom istraživanju samo je stupanj obrazovanja bio značajan prediktor, i to samo u Markuševcu. Kako navode Mech i Manor (1998: 507), duljina života u susjedstvu ključna je odrednica pripadnosti toj sredini jer je riječ o dugotrajnom procesu; što osoba dulje živi u određenom mjestu, to postaje sklonija uspostaviti društvene veze koje potiču privrženost. Odnosno, kako

navodi Gieryn (2000), što osoba dulje boravi u određenom mjestu, ostvaruje to čvršću vezu s njime. Nalazi dobiveni ovim istraživanjem mogli bi pridonijeti razumijevanju emocionalne povezanosti sa susjedstvom u novim uvjetima virtualnosti. Naime, ispitanici koji su kazali da su članovi svoje Facebook grupe susjedstva dulje od 5 godina, ujedno su pokazali i veću razinu emocionalne pripadnosti. Dakle, možemo reći da je ta duljina članstva u grupi virtualni ekvivalent duljini života u fizičkom susjedstvu. Odnosno, određene odrednice virtualne dimenzije susjedstva mogu utjecati na osjećaj povezanosti s fizičkom dimenzijom susjedstva. Promatrajući udjel objašnjene varijance između grupa postaje jasno kako je on znatno veći u Markuševcu nego u Španskom. Navedeno može poslužiti za objašnjenje razlika između grupa uočenih u deskriptivnom prikazu distribucije rezultata vezanih za percipiranu pripadnost susjedstvu. Ispitanici iz Markuševca u većem su broju smatrali kako je mnogo toga u susjedstvu dio njihove osobne prošlosti te kako se takav način života ne može pronaći nigdje drugdje. Također, bili su i u nešto većem broju sigurniji kako će se zadržati u Markuševcu u odnosu prema ispitanicima iz Španskog. Ova razlika može biti posljedica uspostavljene socijalne gustoće u odabranim kvartovima. Kao što je u poglavlju metodologije spomenuto, Markuševac je rjeđe naseljen i socijalno homogeniji prigradski kvart, dok je Špansko gušće naseljen i socijalno heterogeni gradski kvart. Ovdje se možemo osloniti na Durkheimovu (1983) teoriju zajednice i dva tipa solidarnosti. Po njegovu mišljenju, ljudi iz manjih mjesta pokazuju veću razinu povezanosti te posjeduju mehaničku solidarnost, a ljude iz većih, gradskih mjesta karakterizira različitost i specijalizacija rada te posjeduju organsku solidarnost. Razlike između Markuševca i Španskog mogu se promatrati i kroz dihotomiju zajednice i društva koju je predložio Tönnies (1957) ili pak kroz razliku urbanih i seoskih zajednica o kojima je pisao Bjelajac (1992). Markuševac bi pri tome predstavljao zajednicu koja je lokalna, organska, prožeta bliskim vezama i povezana s tradicionalnim životnim stilom. Špansko je s druge strane bliže društvu koje je više racionalno, koje obilježava život velikog broja različitih pojedinaca na malom prostoru, koji imaju puno razvijeniji društveni život te se asocijativno oslanja na urbani stil života. Dio veće emocionalne povezanosti sa susjedstvom u slučaju Markuševca može se i objasniti teorijom vremena koju su predložili Crow i Allan (1995:152). S obzirom na to da je Markuševac „stariji“ kvart s duljom i izgrađenom tradicijom, lakše se uspostavlja ta emocionalna povezanost s prostorom nego u Španskom. Ili kako navodi Supek (1987:212), postoji veći osjećaj familijarnosti prostora u kojem žive i time su oni svojim kvartom u većoj mjeri „opijeni“.

Zanimljivo je kako je shvaćanje sebe kao domaćeg stanovnika bio značajan prediktor u objašnjenju emocionalne pripadnosti u oba susjedstva. Domaćim stanovnicima u Španskom se smatralo 58 % ispitanika te 70 % u Markuševcu. Navedeno potkrjepljuje tvrdnju o postojanju snažne vrijednosti zavičajnog pripadanja „svome“ gradu, koju su prepoznali Rogić i suradnici (2004:13-14) u istraživanju o urbanim aspiracijama grada Zagreba. Naime, autori tvrde kako se 86,8 % ispitanika izjasnilo da su domaći iako je samo njih 49,6 % rođeno u Zagrebu. Dakle, gotovo tri četvrtine (74 %) onih koji nisu rođeni u Zagrebu osjeća da je domaće stanovništvo. Rogić i suradnici nadalje navode kako je 89 % ispitanika iskazalo namjeru da trajno ostanu živjeti u Zagrebu. Mišetić i Miletić (2004: 133:134) u svojem su radu o urbanim aspiracijama stanovnika Zagreba predstavili rezultate koji pokazuju kako ispitanici koji se smatraju domaćima pokazuju veću razinu zadovoljstva općim uvjetima života u dijelu grada u kojem žive u usporedbi s onima koje se smatraju došljacima. Navedeno bi se moglo staviti u kontekst s rezultatima ovog istraživanja – prethodno je utvrđeno kako domaći iskazuju veću razinu zadovoljstva općim uvjetima života u dijelu grada u kojem žive, a ovim je istraživanjem zaključeno kako domaći iskazuju veću razinu emocionalne povezanosti sa susjedstvom. U tome smislu ne začuđuje kako je jedna od glavnih odrednica života u Zagrebu bila upravo privrženost Zagrepčana svom gradu, a rezultati ovog istraživanja pokazuju kako zavičajno pripadanje svom susjedstvu znatno oblikuje emocionalnu povezanost, koja je dio osjećaja pripadnosti susjedstvu.

Druga dimenzija percipirane pripadnosti susjedstvu odnosila se na funkcionalnu pripadnost te je uključivala spremnost na volontiranje i financijsko ulaganje te shvaćanje svojeg susjedstva kao prestižnog ili elitnog. Na temelju deskriptivnih pokazatelja uočeno je kako je više od polovice ispitanika iz obje grupe spremno volontirati za dobrobit susjedstva, dok je malo manje od polovice ispitanika spremno odvojiti novac. Slične rezultate na uzorku vlasnika kuća za odmor na hrvatskoj obali predstavila je i Mišetić (2006:35-36). Ispitanici su u tom slučaju iskazali najveći stupanj slaganja s izjavama vezanima za spremnost na ulaganje; 62,5 % ispitanika uglavnom se i potpuno slagalo s izjavom o spremnosti na volontiranje te njih 48,6 % s izjavom o odvajanju novca. Studija koju su proveli Kalkbrenner i Roosen (2016:7) pokazuje slične rezultate; ispitanici su u većem broju bili spremni volontirati na projektu vezanom za uvođenje obnovljivih izvora energije u zajednicu negoli su bili spremni uložiti vlastita financijska sredstva. Dakle, u oba slučaja ispitanici su ipak bili nešto skloniji odvojiti svoje vrijeme nego svoj novac za dobrobit susjedstva.

Rezultati regresijskih analiza pokazali su razlike između grupa kao i u prethodnom slučaju. U Markuševcu prediktorski blokovi objasnili su ukupno 23,7 % funkcionalne pripadnosti, dok je u Španskom objašnjeno 16,4 %. U Markuševcu su veću funkcionalnu pripadnost pokazali ispitanici koji češće svoju Facebook grupu susjedstva koriste kako bi dijelili informacije, dok su nižu razinu pripadnosti pokazali ispitanici koji češće u grupi kritiziraju određenu situaciju u susjedstvu. Odnosno, veću funkcionalnu pripadnost pokazali su ispitanici koji iskazuju sklonost aktivnom korištenju grupe radi informiranja drugih članova o događajima u susjedstvu. Taj moment aktivnog korištenja Facebook grupe prepoznat je i u Španskom –ispitanici koji su češće grupu koristili da bi podijelili informacije pokazali su veću razinu funkcionalne pripadnosti. Takav oblik aktivnosti De Meulenaere i suradnici (2021) nazivaju *virtualno-susjedsko prepričavanje priča* unutar virtualno-susjedskih društvenih mreža. Takve mreže mogu se promatrati kao dio javne infrastrukture susjedstva te poput parkova ili trgova one postaju mjesta *virtualnih* susreta i usputnih razgovora. U interakcijama s drugim članovima te putem virtualno-susjedske društvene mreže oni stvaraju zajednički diskurs o susjedstvu. Tako se razvija osjećaj pripadnosti susjedstvu, kao što je slučaj i u ovom istraživanju. Poveznicu između korištenja specifično susjedske internetske platforme i osjećaja pripadnosti zajednici prepoznali su i Capece i Costa (2013:443), koji zaključuju kako aktivno korištenje internetske platforme M8 jača osjećaj pripadnosti zajednici. Kim i suradnici (2015:12) također su prepoznali povezanost između korištenja internetskih platformi i veće pripadnosti zajednici, no u ovom slučaju na primjeru korištenja društvenih mreža. Rezultati dobiveni ovim istraživanjem time potvrđuju dosadašnje postavljene spoznaje i pokazuju kako nove tehnologije utječu i na specifičnu internetsku društvenu mrežu, na Facebook. Tako se prepoznaje *povezanost virtualne i fizičke dimenzije susjedstva*; ispitanici koji su skloniji koristiti Facebook grupu susjedstva da podijele informacije pokazuju veću razinu percipirane funkcionalne pripadnosti susjedstvu.

## 7.2. Kolektivna efikasnost

Sampson i suradnici (1997:919) među prvima definiraju kolektivnu efikasnost unutar granica susjedstva kao spremnost lokalnog stanovništva da intervenira s ciljem zajedničkog dobra. Taj praktični, primjenjivi element kolektivne efikasnosti u literaturi se naziva *neformalna socijalna kontrola*. Lindblad i suradnici (2012:125) navode kako se ta kontrola odnosi na razinu spremnosti članova susjedstva da organiziraju i provode pozitivne društvene akcije. Te akcije

odnose se na određene probleme u susjedstvu i služe kako bi se održala razina društvenog reda u susjedstvu. Dakle, uloga neformalne socijalne kontrole promatra se u kontekstu smanjenja društvene dezorganizacije i razine kriminala.

Rezultati regresijske analize pokazali su kako i slučaju kolektivne efikasnosti postoje razlike između oba promatrana naselja. U slučaju Markuševca, prediktorski blokovi objasnili su ukupno 29,7 % neformalne socijalne kontrole, a za Špansko objasnili samo 8,9 %. Uvidom u tablicu  $\beta$  koeficijentata nalazimo zanimljive podatke; u Markuševcu su u prvom bloku značajni prediktori bili stupanj obrazovanja, dob i varijabla domaći stanovnik/došljak, s time da je stupanj obrazovanja upućivao na to kako ispitanici nižeg stupnja obrazovanja pokazuju višu razinu neformalne socijalne kontrole. Dobiveni nalazi suprotni su onima koji su dobiveni u prethodnim istraživanjima; kako navode Wickes i suradnici (2016:106) utvrđeno je da su pojedinci s višim stupnjem obrazovanja, većim prihodima i oni koji dulje žive u zajednici skloniji reagirati na civilne probleme koji se pojavljuju. Zanimljivo je spomenuti kako je u ovom istraživanju dob bila značajan prediktor samo u prvom bloku, dok se uvođenjem drugog prediktorskog bloka gubi njen efekt. Duncan i suradnici (2003:250) prepoznaju dob kao važan sociodemografski prediktor; stariji pojedinci pokazivali su veći stupanj kolektivne efikasnosti. Uvođenjem drugog prediktorskog bloka, prepoznaje se značaj korištenja Facebook grupe u dvije svrhe- kako bi ostali u toku sa zbivanjima i sa svrhom dijeljenja informacija o događajima unutar susjedstva, a važan je i broj Facebook prijatelja (više od 400). Dakle oni ispitanici koji pokazuju interes o zbivanjima u susjedstvu i koji su skloniji diseminirati informacije unutar Facebook grupe susjedstva ujedno pokazuju i veću razinu percipirane neformalne socijalne kontrole. U Španskom nije prepoznat direktan efekt korištenja Facebook grupe na razinu percipirane neformalne socijalne kontrole. No, kao i u Markuševcu, ispitanici koji su imali veći broj Facebook prijatelja pokazali su veću razinu percipirane neformalne socijalne kontrole. Dakle, ta brojnost slabih veza u online svijetu i šira mreža poznanstava ne utječu jedino na spremnost na ulaganje u susjedstvu, nego također na spremnost susjeda da interveniraju kada se pojavi neki problem. Navedeno korespondira s rezultatima koje su predstavili Kavanaugh i suradnici (2005:127), prema kojima pojedinci s većim brojem slabih veza u većem broju smatraju kako članovi zajednice zajedničkim djelovanjem mogu riješiti neki problem te ujedno pokazuju višu razinu kolektivne efikasnosti.

Kad je riječ o percipiranom osjećaju sigurnosti u susjedstvu, naišli smo na poprilično oskudne omjere objašnjene varijance. U Markuševcu razina značajnosti u tablici ANOVA pokazala je kako kombinacija prediktorskih varijabli u oba bloka statistički značajno ne

predviđa ishod kriterijske varijable. U Španskom je objašnjeno samo 5,3 % ukupne varijance, i to samo preko prediktora iz drugog bloka. Ovdje se prepoznaje efekt korištenja Facebook grupe radi pronalaženja usluga ili proizvoda unutar susjedstva. No, uočava se i efekt korištenja Facebook grupe kako bi se njezini članovi požalili na određene situacije unutar susjedstva te broj Facebook prijatelja (više od 400). Ovaj prediktor označava aktivan oblik korištenja Facebook grupe, no bitno je istaknuti kako on u ovom slučaju sugerira negativan odnos. Odnosno, ispitanici koji su skloniji koristiti Facebook grupu u svrhu da se požale na određene situacije unutar susjedstva pokazuju nižu razinu percipirane sigurnosti u susjedstvu. S druge strane, korištenje grupe radi pronalaženja usluga ili proizvoda unutar susjedstva te korištenje grupe da se bude obaviješten o zbivanjima moglo bi se protumačiti kao pasivno. Naime, sama svrha korištenja grupe prestaje biti doprinos i više je orijentirana na potražnju za informacijama ili uslugama. Ako se osvrnemo na tipologiju korisnika internetskih društvenih mreža koju su predložili Brandtzæg i Heim (2011: 41), možemo prepoznati određene sličnosti s tipom korisnika kojeg autori nazivaju "povremeni korisnik" (engl. *sporadics*). Taj tip korisnika ne posjećuje internetsku društvenu mrežu učestalo, nego s vremena na vrijeme te pokazuje nisku razinu participacije i skloniji je informativnom načinu korištenja mrežom. Kako navode Pit i suradnici (2022:120), prethodna istraživanja pokazala su postojanje korelacije između vrste korištenja Facebookom i osjećaja društvene povezanosti; oni koji su skloniji Facebook koristiti pasivno pokazuju nižu razinu društvene povezanosti te veći osjećaj usamljenosti. U vlastitom istraživanju Pit i suradnici (2022:124) otkrili su kako pasivno korištenje Facebooka dovodi do suprotnog, odnosno do više razine društvene povezanosti, ali samo u situacijama kada je riječ o susretima između bliskih veza. Rezultati dobiveni u ovom istraživanju mogli bi se interpretirati upravo na tragu spomenutog; ispitanici iz Španskog koji svoju Facebook grupu susjedstva koriste na pasivan način, odnosno kako bi pronašli neki proizvod ili uslugu pokazuju veću razinu percipirane sigurnosti u susjedstvu. Glavni razlog takvom nalazu mogao bi se pronaći upravo u samoj srži grupe – njezini članovi dijele isti lokalitet, više od 60 % ispitanika osobno se poznaje, a njih 30 % održava i bliske odnose. Pasivno korištenje grupe time se ne promatra u negativnom kontekstu, nego upravo suprotno – ispitanici učestalo traže lokalne usluge i proizvode, što isto podrazumijeva određenu razinu povjerenja i povezanosti prema susjedstvu i susjedima. Ako se vratimo na deskriptivne pokazatelje percipirane sigurnosti u susjedstvu i rezultate dobivene Welchovim testom, primjećujemo kako ispitanici iz Španskog u manjem postotku smatraju svoje susjedstvo sigurnim nego ispitanici iz Markuševca. Ispitanici iz Španskog su kao najveći sigurnosni problem istaknuli namjerno uništavanje imovine, s čime se uglavnom potpuno



složilo njih 38,9 % te je to ujedno bilo najzastupljenije mišljenje o toj temi. Drugi najveći problem bili pojedinci koji prodaju drogu, s čime se uglavnom i potpuno složilo 34,5 % ispitanika, a indiferentno je bilo njih 37,1 %. Dakle, iz podataka je vidljivo kako malo više od 1/3 ispitanika u Španskom prepoznaje određene sigurnosne probleme u susjedstvu. Moguće je kako su upravo oni skloniji koristiti grupu da bi se požalili na određene situacije koje su zamijetili te time i samo susjedstvo smatraju manje sigurnim. S druge strane, oni koji Facebook grupu koriste na pasivan način te koji imaju više od 400 Facebook prijatelja, odnosno širu mrežu poznanstava, susjedstvo smatraju sigurnijem.

I u slučaju Markuševca i Španskog nije utvrđena povezanost između sociodemografskih varijabli i percipirane sigurnosti u susjedstvu. Gerçek i Güven (2021:557) u svojem su istraživanju također uočili vrlo nisku razinu korelacije između socio-demografskih obilježja ispitanika i percipirane sigurnosti u susjedstvu. Provedbom ANOVA testa ipak su pronašli neke razlike; žene su bile manje sklone mišljenju o sigurnosti šetnje susjedstvom tijekom noći te je percepcija sigurnosti susjedstva rasla zajedno s visinom prihoda. Bitno je spomenuti i mišljenje St. Jean (2007:211), koji je zagovarao tezu kako susjedstva s niskom razinom kriminala pokazuju veću razinu neformalne socijalne kontrole. Iako u ovom istraživanju nije direktno mjerena razina kriminala, nego percepcija sigurnosti, skala je ipak uključivala različite vrste manjih kriminalnih ili delinkventnih radnji. Gledajući tablicu korelacija može se primijetiti kako između sigurnosti i neformalne socijalne kontrole u Španskom ( $r=0,34$ ) i Markuševcu ( $r=0,26$ ) postoji određena razina pozitivne povezanosti, što bi moglo ići u prilog navedenoj tezi. No, pri toj interpretaciji treba biti oprezan jer nalazi ovog istraživanja pokazuju samo razinu percepcije sigurnosti te nisu potkrijepljeni konkretnim podacima o razini kriminala u susjedstvu. Oni samo pokazuju kako postoji određena veza između ta dva koncepta.

Na temelju svih rezultata vezanih za kolektivnu efikasnost primjećujemo kako u Markuševcu pasivno i aktivno korištenje Facebook grupe i veći broj slabih veza na Facebooku dovode do veće razine percipirane kolektivne efikasnosti. U Španskom pasivno korištenje, veći broj slabih veza na Facebooku i dulje članstvo u Facebook grupi pridonose objašnjenju razine percipirane kolektivne efikasnosti. Također, manju razinu percipirane sigurnosti u susjedstvu pokazuju oni koji su skloniji grupu koristiti da se požale na određene situacije. Ipak, uzimajući sve u obzir može se zaključiti kako je i u ovom elementu uključenosti u zajednicu djelomično došlo do spajanja virtualne i fizičke dimenzije susjedstva.

### 7.3. Participacija

Treći element uključenosti u zajednicu koji se predstavlja u ovom pregledu odnosi se na razinu participacije u aktivnostima i događajima unutar susjedstva. Swart i suradnici (2022:320-321) smatraju kako pojam participacije unutar zajednice pretpostavlja dva povezana oblika – društvene i individualne participacije. Društvena se u tom pogledu odnosi na kolektivne akcije u kojima pojedinci mogu sudjelovati kao stanari određene zajednice, a individualna se odnosi na odluke i akcije pojedinca koje su vođene idejom ili zamisli zajednice u kojoj on želi živjeti. Na tragu rečenog, Mirazchiyski i suradnici (2014: 1034) participaciju unutar zajednice određuju kao svaku aktivnost bilo kojeg pojedinca koju on sam ili u suradnji s drugima, ostvaruje izvan obitelji i kućanstva te koja direktno ili indirektno pokušava poboljšati kvalitetu života drugih i učiniti zajednicu boljim mjestom za život. Iako je u hrvatskom kontekstu prepoznata važnost participacijskog procesa, posebice u lokalnom razvoju, ona se na praktičnoj razini još uvijek nije u potpunosti realizirala (Ursić, Mišetić i Mišetić, 2015:85). Rezultati istraživanja Miletića i suradnika (2017:315) pokazali su relativno nisku razinu participacije povremenih i stalnih stanovnika u svim fazama planiranja lokalnog razvoja, od kojih je ipak najčešći oblik participacije bio neformalni razgovor o problemima koji utječu na kvalitetu života u mjestu Okrug Gornji. Rezultati ovog istraživanja pokazuju sličnu praksu sudjelovanja u najčešćim situacijama, ali drugačijim intenzitetom – najčešći oblik participacije bilo je komentiranje lokalnih problema u kojima je jedanput ili više puta sudjelovalo 73 % stanovnika Španskog i 67,2 % stanovnika Markuševca. Drugi najčešći oblik participacije, koji prepoznaju Miletić i suradnici (2017:316) odnosi se na potpisivanje peticija, što je drugi najčešći oblik sudjelovanja u ovom istraživanju; 70,4 % stanovnika Španskog peticiju je potpisalo jedanput ili više puta, dok je isto učinilo 58,1 % stanovnika Markuševca. Manja aktivnost ipak je uočena u preostale tri dimenzije participacije, u kojima više od dvije trećine ispitanika iz obje grupe nikada nije sudjelovao. Vidljiv je ipak visoki postotak određenih participativnih praksi koji ne korespondiraju s prethodnim nalazima o niskoj razini građanskog aktivizma.

U svojem istraživanju na nacionalnom uzorku građana Hrvatske, Franc i suradnici (2007:119) ustanovili su kako je manje od jedne trećine ispitanika barem jedanput potpisalo neku peticiju. No, treba imati na umu vremenski odmak između istraživanja i same uzorke na kojima su ta istraživanja provedena. U posljednje vrijeme sve se više primjećuje volja stanovnika da sudjeluju u procesima u urbanim kontekstima. Jedan od primjera je istraživanje participativnog potencijala građana u planiranju javnog prostora grada Zagreba „Zagreb za mene: Studija akupunkture grada“, koje je provedeno 2015. godine. Rezultati ove studije

pokazali su kako čak 70 % ispitanika ima *vrlo pozitivan i pozitivan* stav o sudjelovanju u odlučivanju o javnom prostoru. Isti postotak njih smatralo je kako se participacija treba odnositi na sve velike projekte, dok je više od 90 % ispitanika odgovorilo kako im je drago što ih se pita za mišljenje (Careva i suradnici, 2018: 14-15). Drugi primjer odnosi se na „Sociološku studiju: Prostor središta Trešnjevke“ koju je provela Vukić a čiji je nakladnik bio Grad Zagreb: Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj grada. U toj studiji prepoznati su neki strukturalni problemi i potrebe četvrti Trešnjevka koje su kroz fokus grupe, intervjue i anketni upitnik istaknuli njeni stanovnici, a tiču se očuvanja identiteta tržnice, rješenja prometnog problema, formiranja kvartovskog središta te očuvanja javnih zelenih površina. Ono što je još važnije u ovom slučaju jest želja stanovnika da sudjeluju u daljnjem procesu. Vukić navodi (2020: 52) kako je 65 % ispitanika izrazilo želju da izravno sudjeluje u odlučivanju, a nešto manje od polovice ispitanih voljelo bi sudjelovati u odlučivanju o prostornim promjenama na Trešnjevki. Time se da naslutiti kako se događaju promjene u participativnom procesu na razini lokalne zajednice, ponajviše kada je riječ o zagrebačkim gradskim četvrtima.

Afazalan i Evans-Cowley (2015:4) navode nekoliko karakteristika koje čine internetske društvene mreže važnim i korisnim posrednicima u planiranju razvoja susjedstva u obliku samoorganizirajućih grupa. Takve grupe prema autorima potiču: (1) razvijanje društvenih veza i uključenost u zajednicu putem pristupa od dolje (engl. *bottom-up*), (2) interakcije uživo te (3) razvijanje povjerenja. Da internetske društvene mreže postaju oblik infrastrukture u lokalnim zajednicama smatraju i Mosconi i suradnici (2017:960), koji prepoznaju njihov kapacitet za povezivanje članova susjedstva, kreiranje novih veza i povećanja civilnog djelovanja. Rezultati regresijske analize pokazali su kako se gotovo sličan postotak razine participacije može objasniti preko prediktorskih varijabli u obje grupe.

U Markuševcu je 17 % ukupne varijance objašnjeno preko prvog prediktorskog bloka, a uvođenjem drugog bloka taj je udjel porastao na 32 %. Zanimljivo je da su participaciji bile sklonije žene te ispitanici koji se smatraju domaćim stanovnicima. Kako navode Ziersch i suradnici (2011:383-384), neke studije sugeriraju da žene pokazuju veću sklonost participaciji u grupnim aktivnostima zajednice. Ipak, Swart i suradnici (2022:322) smatraju kako muškarci i žene pokazuju podjednaku razinu participacije ali u različitim organizacijama; muškarci su skloniji participirati u civilnim, religijskim i sportskim aktivnostima dok su žene sklonije participirati u aktivnostima zajednice, raznim obrazovnim aktivnostima i aktivnostima usmjerenima na emocionalnu skrb. O virtualnoj dimenziji pronalazimo jedan značajan prediktor – korištenje Facebook grupe radi dijeljenja informacija o događajima u susjedstvu.

Tu povezanost između učestalosti korištenja virtualnih komunikacijskih alata i uključenosti u zajednicu prepoznali su među prvima Hampton i Wellman (2003:298-305) te Kavanaugh i Patterson (2001:501-504). „Netville“ projekt dokazao je kako korištenje Interneta pripomaže jačanju i stvaranju društvenih veza te potiče društvenu uključenost većine korisnika. Projekt naziva Blacksburg Electronic Village (BEV) dokazao je znatnu povezanost između duljine korištenja internetske BEV mreže i uključenosti u lokalnu zajednicu; što su stanari dulje koristili mrežu to su sve više bili skloniji Internet koristiti za aktivnosti kojima se gradi socijalni kapital koji dovodi do uključenosti u zajednicu. Dakle, jasno je kako se i u ovom slučaju prepoznaje ta veza između virtualnog i lokalnog, koja je prepoznata u prvim istraživanjima; rezultati istraživanja sugeriraju kako postoji *snažna poveznica između korištenja Facebook grupe susjedstva i razine participacije* u aktivnostima i događajima u susjedstvu.

U slučaju Španskog, prvi prediktorski blok objasnio je 25,2 % ukupne varijance, a taj se omjer povećao na 35,9 % nakon uvođenja drugog prediktorskog bloka. U prvom bloku bili su značajni prediktori stupnja obrazovanja, dob i varijabla domaći/došljak, dok se uvođenjem drugog bloka gubi efekt varijable dobi. Time su participaciji skloniji ispitanici s višim stupnjem obrazovanja te oni koji se smatraju domaćima. Ziersch i suradnici (2011: 394) u svojoj studiji također potvrđuju kako ispitanici s višim stupnjem obrazovanja imaju veću sklonost participaciji, što je u skladu sa spoznajama ovog istraživanja. Od prediktora iz drugog bloka pojavljuje se isti prediktor kao i u Markuševcu – korištenje Facebook grupe u svrhu dijeljenja informacija o događajima unutar susjedstva. Dakle, i u Španskom nalazimo čvrstu vezu između aktivnog korištenja Facebook grupe i razine participacije u aktivnostima i događajima u susjedstvu. Ovi nalazi sadržavaju takozvani *pull efekt društvenih mreža* na uključenost u zajednicu, o kojem su pisali Kim i suradnici (2015:9). One, dakle, mogu pospješiti lokalnost stvarajući prilike za razgovor među susjedima uz istovremeno smanjenje troškova takvih interakcija. Navedeno su pokrijepili nalazi recentnih istraživanja o ulozi društvenih mreža kao facilitatora lokalnog angažmana unutar zajednice. Istraživanje Kima i suradnika pokazalo je kako ispitanici koji pokazuju višu razinu zavisnosti o društvenim mrežama istovremeno pokazuju veću spremnost da sudjeluju u aktivnostima zajednice. Kang (2018:7) je u svojoj studiji otkrio kako društvena mreža Facebook može biti posrednik u participacijskim praksama koje se odnose na civilno sudjelovanje dok su Nah i suradnici (2021:13) pronašli jasnu vezu između društvenih medija orijentiranih na komunikaciju i civilne participacije. Capece i Costa (2013:443) utvrdili su kako je aktivno i pasivno korištenje internetske mrežne platforme pozitivno povezano sa participacijom u udruženjima i općenito društvenoj uključenosti u pitanja lokalne zajednice, no aktivno je ipak bilo snažnije korelirano od

pasivnog. Upravo se taj način aktivnog korištenja, što Facebooka što same grupe susjedstva, prepoznaje u ovom istraživanju. Takva povećana aktivnost jasno je i snažno povezana s većim sudjelovanjem u aktivnostima i događajima zajednice. Time se da naslutiti kako bi se većim ulaganjem u ovakve oblike susjedske umreženosti mogao unaprijediti participacijski proces i potaknuti aktivnije sudjelovanje stanovnika u kreiranju javnih prostora u njihovu susjedstvu. Taj oblik participacije Mosconi i suradnici (2017: 30-38) nazvali su *hibridna uključenost* te ona označava upravo isprepletenost online i licem-u-lice interakcije među stanarima jednog susjedstva. Opet, da bi takva interakcija bila moguća, potrebno je postojanje *narativne društvenosti*, koju Wittel (2001:51) drži ključnom za izgradnju i održivost virtualnih zajednica. Veze u takvim narativnim zajednicama temelje se na zajedničkom iskustvu ili povijesti, što zapravo i čini temelj Facebook grupa susjedstva. One se u samom početku formiraju oko određenog, zajedničkog lokaliteta, interesa ili problema koji usmjerava daljnju interakciju među članovima grupe.

#### 7.4. Socijalni kapital u virtualnoj dimenziji susjedstva

Socijalni kapital je složen i multidimenzionalan koncept koji je moguće definirati promatrano iz više perspektiva. Ipak, definiciju koja odgovara kontekstu ovog rada predložio je Putnam (1995:67), koji socijalni kapital vidi kao: "obilježja društvene organizacije poput mreža, normi i društvenog povjerenja koje omogućuju koordinaciju i kooperaciju radi obostrane dobrobiti". Ako se socijalnom kapitalu pristupa kao javnom dobru, može se zaključiti kako internetske društvene mreže i *norme reciprociteta* koje iz njih proizlaze također mogu biti gledane kao izvor jačanja socijalnog kapitala, jer stvaraju i osobne i kolektivne vrijednosti i jer se u njih može ulagati (Putnam i Goss, 2002:7). Da bi te mreže opstale, ipak mora postojati *povjerenje* koje pojedinci unose u društvene odnose, a to povjerenje održava ono temeljno povjerenje i djelovanje koje nije usmjereno na stvaranje određene neposredne koristi. Dakle, upravo su povjerenje i reciprocitet dvije dimenzije socijalnog kapitala koje je Putnam prepoznao. Još jedna bitna dimenzija socijalnog kapitala, koju navode Putnam i Goss (2002: 9-12), odnosi se na dva tipa socijalnog kapitala – jaki i slabi. Ova distinkcija odnosi se na prepoznavanje *veza* u smislu njihove jačine i povezanosti. Chiu i suradnici (2006:1873) socijalni kapital u virtualnom prostoru promatraju zapravo na isti način, ali koristeći drugačiju terminologiju. Naime, ono što Putnam naziva reciprocitetom i povjerenjem Chiu i suradnici

nazivaju *relacijska dimenzija*, ono što za Putnama znači pojam veza Chiu i suradnici vide kao *strukturalnu dimenziju* socijalnog kapitala.

Rezultati ovog istraživanja pokazali su kako je dimenzija reciprociteta u obje grupe vrednovana najvišom prosječnom ocjenom. Obje grupe su iskazale najveće slaganja s izjavom kako bi članovi njihove Facebook grupe trebali vraćati usluge i pružati pomoć zajednici kada je to potrebno. Wellman i Gulia (1999: 176-177) prepoznali su postojanje odnosa reciprociteta i u kontekstu virtualnih zajednica u situaciji: (1) kada je proces pružanja podrške i informacija dio identiteta pojedinca te (2) kada se procesom pružanja pomoći povećava samopouzdanje pojedinca, dobiva poštovanje drugih članova te mu status u zajednici raste. Dimenzija povjerenja ipak je u obje grupe bila niže vrednovana od reciprociteta, no i tu se prepoznala razlika između grupa. Stanovnici Markuševca iskazali su veću razinu povjerenja prema grupi i informacijama koje se unutar nje nalaze. Objašnjenje tog nalaza moglo bi se pronaći u rezultatima studije koju su proveli Ma i suradnici (2019:67); jedan od najznačajnijih prediktora povjerenja u online grupi bila je sama veličina grupe. Odnosno, članovi manjih grupa pokazali su višu razinu povjerenja od članova velikih grupa. U ovom istraživanju razlika u brojnosti članova između dviju grupa poprilično je velika te postoji mogućnost da upravo ta razlika, zajedno s većom razinom poznavanja drugih članova Facebook grupe utječe na razinu povjerenja unutar nje. O društvenim vezama opet uočavamo zanimljive nalaze; stanovnici Markuševca iskazali su veću sklonost učestaloj komunikaciji s drugim članovima i održavanju bliskih veza. Istovremeno, kazali su da u većoj mjeri osobno poznaju druge članove Facebook grupe susjedstva negoli je to slučaj u Španjolskoj. Upravo bi to mogao biti razlog te intenzivnije komunikacije i sklonosti *narrativnim odnosima* za koje Wittel (2001:51) tvrdi da proizvode čvršće i izdržljivije veze. Sličnu misao potvrđuju Burke i Kraut (2016:267), koji navode kako učestala komunikacija na društvenim mrežama jača odnose među pojedincima te pomaže pri održavanju postojećih veza.

Prethodne studije također su pokazale još jednu zanimljivu dinamiku, a odnosi se na vezu između korištenja društvenih mreža i socijalnog kapitala. Ellison i suradnici su (2007:1160) među prvima proučavali odnos između korištenja Facebooka i kreiranja i/ili jačanja socijalnog kapitala. Rezultati njihove studije pokazali su kako aktivno korištenje Facebooka utječe i na povezujući socijalni kapital, koji se u literaturi veže za jake veze i na premošćujući, koji karakteriziraju slabe veze. Burke i suradnici (2010:3) također su u svom istraživanju pronašli pozitivnu povezanost između aktivnosti u korištenju društvenih mreža i socijalnog kapitala. Na nešto konkretnijoj razini, Hampton i Wellman (2003:298-305) te

Kavanaugh i Patterson (2001:506) potvrdili su povezanost između korištenja Interneta i jačanja te održavanja društvenih veza unutar jednog susjedstva. Rezultati ovog istraživanja potvrđuju te proširuju postojeće nalaze. Naime, korištenje Facebook grupe susjedstva objasnilo je oko 44,1 % ukupne varijance u kreiranju i/ili jačanju društvenih veza u Markuševcu te 38,6 % u Španjolskoj. Pri tome su u Markuševcu kreiranju i/ili jačanju društvenih veza bili skloniji ispitanici koji se smatraju domaćima te koji svoju Facebook grupu češće koriste da bi bili u toku sa zbivanjima i da bi podijelili informacije o događajima u susjedstvu. U Španjolskoj su kreiranju i/ili jačanju društvenih veza bili skloniji ispitanici koji se smatraju domaćima, koji svoju Facebook grupu susjedstva češće koriste da bi podijelili informacije o događajima u susjedstvu i požalili se na određene situacije te oni koji su članovi grupe dulje od 5 godina. Dakle, u oba slučaja efekt na kreiranje i/ili jačanje društvenih veza imalo je poimanje sebe kao domaćeg stanovnika te aktivno korištenje Facebook grupe susjedstva, odnosno ono usmjereno na dijeljenje informacija o događajima u susjedstvu.

Kad je riječ o drugoj dimenziji socijalnog kapitala – o povjerenju, korištenje Facebook grupe susjedstva objasnilo je 26,4 % ukupne varijance u slučaju Markuševca te 26,9 % u slučaju Španjolske. Pri tome su u Markuševcu veću razinu povjerenja iskazali ispitanici koji se smatraju domaćima te koji svoju Facebook grupu susjedstva češće koriste da bi bili u toku sa zbivanjima i koji imaju više od 400 Facebook prijatelja. U Španjolskoj su pak veću razinu povjerenja iskazali ispitanici koji su (1) nižeg stupnja obrazovanja, koji svoju grupu češće koriste da bi (2) pronašli uslugu ili proizvod u susjedstvu, da bi (3) podijelili informacije o događajima u susjedstvu i (4) požalili se na određene situacije u susjedstvu. Iako je udjel objašnjene varijance sličan u obje grupe, nalazimo razlike između grupa. Dok se u Markuševcu prepoznaje efekt tog jednog oblika pasivnog korištenja Facebook grupe na povjerenje, u Španjolskoj se uočava efekt i pasivnog i aktivnog.

Kad je riječ o reciprocitetu, korištenje Facebook grupe susjedstva objasnilo je 29,2 % ukupne varijance u slučaju Markuševca te 21,2 % u slučaju Španjolske. U Markuševcu veću razinu reciprociteta iskazuju ispitanici koji se smatraju domaćima, koji imaju više od 400 Facebook prijatelja te koji su članovi svoje Facebook grupe susjedstva dulje od 5 godina. Iz navedenog postaje jasno kako korištenje te grupe ipak izravno ne utječe na razinu reciprociteta. U Španjolskoj veću razinu reciprociteta iskazuju ispitanici koji svoju Facebook grupu češće koriste da bi pronašli proizvod ili uslugu dostupnu unutar susjedstva, podijelili informacije o događajima i požalili se na određene situacije u susjedstvu. Pri tome je efekt korištenja grupe kako bi se požalili na određenu situaciju najjači. Iz navedenog se da

naslutiti kako korištenje Facebook grupe susjedstva u Španskom ipak ima veći efekt na reciprocitet nego u Markuševcu. Razlog tome opet bi mogla biti veličina grupe i razlika u intenzitetu i jačini društvenih mreža unutar nje. Sjetimo se kako je Putnam (2004) naveo da ulaganje u društvenu mrežu povećava mogućnost za kreiranje normi povjerenja i reciprociteta. U ovom istraživanju ta društvena mreža uključuje i virtualnu i fizičku dimenziju – više od 2/3 svih ispitanika navelo je kako neke članove grupe poznaje i osobno. Također, ta društvena mreža uključuje pojedince koji su članovi iste zajednice, u ovom slučaju susjedstva. Ipak, ispitanici iz Markuševca pokazali su veću razinu održavanja učestale komunikacije i bliskih odnosa s drugim članovima grupe te su u većem broju iskazali da poznaju druge članove grupe. To omogućuje da oni ulažu u društvenu mrežu više kroz neke druge aktivnosti u susjedstvu, a ne nužno putem Facebook grupe. S druge strane, Facebook grupa Španskog ima puno više članova, a i samo susjedstvo ima puno više stanovnika. Time Facebook grupa služi kao pogodniji alat za kreiranje i/ili jačanje povjerenja i reciprociteta među članovima. Tablica korelacija pokazuje da su sve povezanosti pozitivne i umjerene ( $0,40 \geq r \leq 0,59$ ), što potvrđuje tezu *da je korištenje Facebook grupe susjedstva povezano sa stvaranjem i/ili jačanjem socijalnog kapitala*.

Putnam (2004) je također zamijetio kako norma povjerenja i reciprociteta predstavlja važan preduvjet za realizaciju uspješnih kolektivnih aktivnosti. Odnosno, povjerenje unutar grupe potiče njezine članove da zajednički rješavaju određeni problem. Halpern i suradnici (2017:2) pak ističu kako odnos reciprociteta pomaže pri stvaranju zajedničkih vrijednosti i jača mišljenje grupe kako njezini članovi mogu zajednički riješiti neki društveni problem. Rezultati ovog istraživanja pokazali su ipak nešto drugačije nalaze. Kad je riječ o sklonosti prema participaciji, povjerenje i reciprocitet nisu se pokazali značajnim prediktorima u obje grupe. S druge strane, društvene veze imale su pozitivan i snažniji efekt na sklonost participaciji u obje grupe. Iako je riječ isključivo o online kontekstu, rezultati studije Youa i Hona (2019:7-8) prikazuju kako pojedinci koji su članovi grupe u kojoj prevladavaju slabe veze ujedno pokazuju veću razinu spremnosti za sudjelovanje u kolektivnim akcijama. Valenzuela i suradnici (2009:877) također su uočili kako Facebook jača slabe veze i potiče kolektivnu akciju.

Ovo istraživanje pak pokazuje jednu novu perspektivu; *same društvene veze nisu striktno određene u virtualnom ili fizičkom kontekstu susjedstva – one mogu biti stvorene i mogu se održavati unutar obje dimenzije susjedstva*. Razgovor među članovima Facebook grupe susjedstva može započeti jutarnjim susretom u trgovini i nastaviti se u popodnevrim satima u nekoj grupnoj diskusiji ili putem privatnih Facebook poruka. Članovi grupe mogu biti dobri prijatelji ili znanci, o čemu je pisao Morgan (2009: 18). Čak i da se međusobno ne poznaju, oni i dalje dijele



isti lokalitet i raspravljaju o istim problemima, pa se ne može smatrati da su potpuni stranci. Ovo istraživanje pokazuje da takve *hibridne* veze snažno utječu na sklonost participaciji unutar granica fizičkog susjedstva. Upravo je i tu uočena ta dimenzija *hibridna uključenost* o kojoj je bilo riječi prethodno u tekstu. Osim na participaciju, društvene veze snažno su utjecale na jačanje emocionalne pripadnosti u obje grupe, što su i Jelić i Löw Stanić (2014:153) i Mesch i Manor (1998: 517) istaknuli kao važnu odrednicu privrženosti mjestu. Navedeno bi se moglo objasniti terminom *društveno ulaganje*, o kojemu su pisali Mesch i Manor (1998:512-515). Naime, njihovo istraživanje je pokazalo kako veći broj nerodbinskih veza unutar susjedstva jača osjećaj ponosa prema susjedstvu. Također, privrženost zajednici rasla je proporcionalno sa brojem bliskih prijatelja unutar susjedstva i brojem susjeda koje pojedinac smatra dovoljno bliskim da bi ih pozvao na obiteljsko događanje. No, bitno je spomenuti kako je u obje grupe poimanje sebe kao domaćim stanovnikom ipak imalo snažniji efekt na emocionalnu pripadnost od socijalnog kapitala kreiranog u virtualnoj dimenziji susjedstva što potvrđuje važnost već spomenute, „zavičajne pripadnosti“. Efekt društvenih veza prepoznat je i u dimenziji funkcionalna povezanost, no u Markuševcu je ipak snažniji učinak imao reciprocitet, a u Španskom povjerenje. Dakle, kod ispitanika iz Markuševca prepoznata je važnost reciprociteta, za koji Halpern i suradnici (2017:2) smatraju kako pomaže pri stvaranju zajedničkih vrijednosti i jača mišljenje grupe da mogu zajednički riješiti neki društveni problem. U ovom slučaju veća razina reciprociteta utjecala je na spremnost ispitanika da ulažu u svoje susjedstvo i učine ga boljim za život. U Španskom je pak povjerenje imalo snažniji učinak na tu spremnost na ulaganje u susjedstvo, za koje Putnam (2004) tvrdi da potiče članove da zajednički djeluju na rješavanju određenog problema. Također, pronalazi se snažan efekt povjerenja na percipiranu razinu neformalne socijalne kontrole u Španskom, dok se u Markuševcu uočava efekt i povjerenja i društvenih veza. Dakle, povjerenje nastalo unutar Facebook grupe susjedstva ima pozitivan efekt na percepciju ispitanika o spremnosti njihovih susjeda da interveniraju pri pojavi problema u susjedstvu. Kako navodi Warner (2014: 422) upravo se povjerenje smatra ključnim u teoriji društvene dezorganizacije- stanovnici susjedstva sa niskom razinom povjerenja u manjoj mjeri osjećaju dužnost pokazati trud kada je riječ o neformalnoj socijalnoj kontroli. Jason i suradnici (2019:14) tvrde kako društvene veze (i slabe i jake) imaju snažan efekt na kolektivnu efikasnost susjedstva, kao što je prepoznato u slučaju Markuševca. U obje grupe prepoznaje se efekt povjerenja na funkcionalnu pripadnost, dok se samo u Španskom uočava snažan efekt na percipiranu sigurnost u susjedstvu. Dakle, oni koji pokazuju veću razinu povjerenja više su spremni ulagati u susjedstvo te pokazuju veću razinu percepcije kako je njihovo susjedstvo sigurno. Na tragu rečenog, Moore i Recker

(2009:743) doveli su u vezu prisutnost socijalnog kapitala s manjom razinom kriminala u zajednici. U Španskom upravo je povjerenje jedini prediktor koji se pokazao značajnim, a to sugerira da ispitanici koji više vjeruju svojoj Facebook grupi susjedstva te pokazuju veću sklonost kooperativnom ponašanju unutar nje pokazuju veću razinu percipirane sigurnosti u susjedstvu. Može se zaključiti kako su i povjerenje i reciprocitet kao druge dvije dimenzije socijalnog kapitala pozitivno utjecale na neke elemente uključenosti u zajednicu, što u analiziranim primjerima pokazuje da *postoji veza između virtualne i fizičke dimenzije susjedstva*.

## 8. ZAKLJUČAK

Da život u *stvarnoj virtualnosti* (Castells:1996) ili u *tehno-društvenom svijetu* (Chayko:2019) nije samo indicija, nego i realnost pokazali su statistički podatci prema kojima 60 % svjetske populacije koristi društvene mreže. Pojava pandemije bolesti COVID-19 samo je ubrzala navedeni proces te pokazala kako (gotovo sve) aktivnosti možemo obavljati u virtualnom svijetu. U Hrvatskoj je u tom razdoblju zabilježen porast korisnika Interneta za 4.6 % i porast korisnika internetskih društvenih mreža za 4.8 %. Da se dogodila promjena u svrsi korištenja internetskih društvenih mreža zapazili su Mosconi i suradnici (2017), koji primjećuju kako se one sve više koriste za interakcije među fizički bliskim, a ne udaljenim osobama. Posljednjih desetak godina intenzivnije se počinju primjećivati posljedice spontanog spajanja virtualnog i fizičkog svijeta, gdje se komunikacija iz jednog prenosi u drugi svijet. Navedeno nije zaobišlo ni lokalnu zajednicu te je upravo cilj ove doktorske disertacije bio istražiti efekt korištenja društvenih mreža na razinu uključenosti u lokalnu zajednicu na primjeru dviju zagrebačkih četvrti.

Budući da govorimo o *lokalnoj zajednici*, bilo je nužno adekvatno definirati pojam zajednice i sagledati kako se na nju gledalo kroz povijest. Pristup zajednici u ovoj disertaciji oslanjao se na definiciji *zajednice utemeljene na mjestu*, koju su predložili Mulligan i suradnici (2006). Ta vrsta zajednice vezana je za mjesto i određen lokalni teritorij koji članovi dijele. U navedenu definiciju smještaju se gradske četvrti koje su bile u središtu zanimanja ove disertacije – imaju jasno određen lokalni teritorij i granice. Da su lokalne zajednice relevantan koncept, pokazalo je poglavlje o ideji zajednice – od grčkih pojmova *cosmos* i *polis*, moderne i postmoderne provlačila se misao, pa čak i bojazan da će lokalne zajednice nestati tijekom novih društvenih promjena. No, empirijska istraživanja provedena na lokalnim zajednicama u

urbanom kontekstu pokazala su suprotno – one i dalje postoje te imaju važnu ulogu u životu pojedinca (Gans, 1962; Jacobs, 1961; Morgan, 2009; Mesh i Manor, 1998). Da društvenost u lokalnoj zajednici u doba globalizacije nije nestala, pokazala su brojna empirijska istraživanja na svjetskoj razini (Putnam, 2000; Guest i Wierzbicki, 1996; King, 2013), ali i ona lokalna (Miletić i suradnici, 2016; Miletić, 2015; Miletić i suradnici, 2017; Rogić i Čaldarović, 2000). Zajednice stoga treba promatrati kao dinamičan koncept, one su, kako je pokazala Evans (2013), fluidne i posjeduju kapacitet promjene.

Upravo je taj element *otpornosti zajednice* prepoznat krajem prošlog i početkom ovog stoljeća, kada su nove informacijsko-komunikacijske tehnologije unijele promjene u funkcioniranje ljudske svakodnevnice, a time i lokalne zajednice. U tom periodu nastaju nove, virtualne zajednice za koje neki autori ističu da su idealan tip ljudske povezanosti (Wellman, 1979; Anderson, 1983), koji bolje odgovara novim društvenim uvjetima i konačno oslobađa ljude od geografskih i društvenih okova (Rheingold, 1994; Holmes, 1997). No, kako je vrijeme odmicalo, sve više autora počinje uočavati da takvim zajednicama ipak nedostaje element interakcije uživo te da ih interakcija može osnažiti (Cordoso, 1998; Wellman i Gulia, 1999; Fox i Roberts, 1999). Time dolazimo do spoznaja na kojima se temelji i ova doktorska disertacija – fizički i virtualni svijet ne smijemo promatrati kao međusobno isključive; oni u koegzistenciji te interakcije u jednom svijetu dopunjuju one u drugom (Cabitza i sur., 2016). Riječ je ovdje o *hibridnim zajednicama*, koje karakterizira upravo to brisanje granica i isprepletano djelovanje. Da takve zajednice nemaju samo funkciju poticanja interakcija, nego imaju i neke praktične implikacije prepoznali su Mosconi i suradnici (2017), koji uvode termin *hibrida uključenost* kako bi opisali prenošenje aktivnosti i angažmana iz virtualnog svijeta u onaj fizički.

Da bi se provjerilo postojanje veze između virtualne i fizičke dimenzije susjedstva, odabrane su dvije zagrebačke gradske četvrti – Špansko i Markuševec. Kao što je u poglavlju metodologije prikazano, te četvrti razlikuju se po nastanku, odnosno po starosti četvrti i prevladavajućem tipu gradnje. Virtualnu dimenziju susjedstva predstavljale su njihove pripadajuće Facebook grupe – Zakaj volim Špansko te Markuševec u srcu. Istraživanje je provedeno u dvije faze; u prvoj fazi su analizirani sadržaji Facebook grupa na uzorku 470 objava iz prve grupe i 427 objava iz druge grupe. Kako bi ti nalazi bili posve jasni, popratno su obavljani intervjui u svibnju 2022. godine s administratorima i moderatoricom tih Facebook grupa. U idućoj fazi koristila se metoda online ankete na ciljanoj populaciji članova dviju odabranih grupa. Istraživanje je provedeno u periodu od svibnja do listopada 2022. godine te

se na istraživanje odazvalo ukupno 496 ispitanika, od kojih je 267 bilo iz gradske četvrti Špansko, a njih 229 iz Markuševca.

Korištenjem kvalitativne metodologije odgovorili smo na *tri istraživačka pitanja* postavljena u ovoj disertaciji. *Prvo* je bilo pitanje o tome kakve se objave pojavljuju u odabranim grupama. Analiza sadržaja i popratni intervjui pokazali su kako se u obje grupe pojavljuju tri dominantne kategorije objava: (1) tražim/nudim (oglasna ploča), (2) novosti u susjedstvu te (3) izražavanje mišljenja. Unutar tih kategorija razvrstano je 14 tema iz grupe Zakaj volim Špansko i 16 iz grupe Markuševac u srcu. Prva kategorija obuhvaćala je mobilizacijske objave; one putem kojih se traži ili pak nudi određena informacija ili usluga – primjer su pitanja zna li netko dobrog majstora za perilicu rublja ili ima li informaciju kada radi liječnik. U toj je kategoriji također uočeno postojanje virtualne oglasne ploče na kojoj su objave o izgubljenim ili nađenim predmetima (ali i o kućnim ljubimcima) te se objavljuju oglasi za posao. Druga kategorija je u obje grupe sadržavala novosti o susjedstvu, npr. o lokalnim događajima, svakodnevne obavijesti i upozorenja susjedima ili pak o uočenih problema. U trećoj kategoriji bile su objave usmjerene na izražavanje mišljenja – unutar nje članovi grupa iznosili su svoj stav o izgledu susjedstva, gradnji i infrastrukturi, povijesti susjedstva, lokalnom stanovništvu pa čak i o potresu i pandemiji koronavirusa. Iako su u obje grupe prepoznate iste kategorije objava, primijećene su i određene razlike između njih. Time dolazimo do *drugog istraživačkog pitanja*, na koje je odgovoreno u poglavlju o rezultatima kvalitativne metodologije. Prikazano je kako se u Facebook grupi Španskog otkrilo nešto više objava u kategoriji novosti u susjedstvu, dok se u Facebook grupi Markuševca otkrilo više objava u kategoriji izražavanje mišljenja. Kategorija usmjerena na potražnju i ponudu informacija ili usluga u obje je grupe bila slično distribuirana. Detaljnijim uvidom u teme koje se nalaze u tim kategorijama utvrđeno je kako se u Španskom više pisalo o uočenim problemima u susjedstvu i više su se dijelile svakodnevne novosti. S druge strane, u Markuševcu se pojavilo više svakodnevnih obavijesti o potresu i religiji. Uz svakodnevne novosti, u Markuševcu se postavljalo i više pitanja te se u većem postotku izražavalo mišljenje o potresu, što je pratila i ponuda humanitarne pomoći. U Španskom se pak više koristila virtualna oglasna ploča, više se komentirao izgled i urbano planiranje susjedstva te se u većem postotku provlačila tema pandemije koronavirusa. Time dolazimo i do *trećeg istraživačkog pitanja*, na koje je odgovoreno u spomenutom poglavlju, a koje se odnosi na efekt pandemije na strukturu tema unutar promatranih grupa. Rezultati su ovdje pokazali kako postoji razlika u strukturi tema u periodu prije pandemije koronavirusa i u periodu nakon njenog početka. U

obje grupe u 2019. godini najviše se piše o događajima i problemima u susjedstvu. Godine 2020. događa se promjena; u Markuševcu tema potresa te ponude i potražnje za informacijom ili uslugom postaje dominantna, dok se u Španskom najviše pisalo o izgledu susjedstva, gradnji i uočenim problemima. Osim toga, provlačila se i tema o pandemiji koronavirusa, i to u većem postotku nego u Markuševcu, koji je ipak osjetio veće posljedice potresa. U 2021. godini u obje grupe uočavamo najveću zastupljenost teme o ponudi i potražnji informacija ili usluga, ali i povratak temi o događajima u susjedstvu koji su se, posredstvom popuštanja epidemioloških mjera opet počeli realizirati.

U idućem poglavlju predstavljani su rezultati kvantitativnog dijela istraživanja pomoću kojih se provjeravalo *pet* postavljenih hipoteza. U prvom koraku analize predstavili su se deskriptivni pokazatelji te su se utvrđivale razlike između grupa putem Welchova t-testa nejednake varijance i  $\chi^2$  testa. U drugom koraku provedena je regresijska analiza, kojom se ispitala povezanost korištenja Facebook grupe susjedstva i uključenosti u zajednicu, koja je promatrana kroz: osjećaj pripadnosti susjedstvu, kolektivnu efikasnost te razinu participacije u susjedstvu. Promatrao se i efekt korištenja Facebook grupe susjedstva na socijalni kapital kreiran unutar virtualne dimenzije susjedstva kao i efekt tog socijalnog kapitala na uključenost u zajednicu. *Prva* postavljena hipoteza djelomično je prihvaćena. Na uzorku ispitanika iz obje Facebook grupe pokazalo se da je njihovo korištenje povećalo funkcionalnu pripadnost susjedstvu. U obje grupe je pri tome efekt imalo korištenje Facebook grupe radi dijeljenja informacija o događajima u susjedstvu. U Markuševcu je prepoznat i negativan efekt korištenja grupe u svrhu da se požale na određenu situaciju – oni koji grupu koriste češće u tu svrhu pokazali su nižu razinu emocionalne pripadnosti susjedstvu. U Španskom je pak uočen i efekt duljine članstva u Facebook grupi – ispitanici koji su bili članovi Facebook grupe dulje od 5 godina pokazali su veću razinu emocionalne pripadnosti susjedstvu. No, o emocionalnoj pripadnosti susjedstvu samo je u Markuševcu prepoznat efekt korištenja Facebook grupe i to radi ostajanja u toku sa zbivanjima u susjedstvu. U Španskom je jedino duljina članstva u Facebook grupi utjecala na emocionalnu pripadnost susjedstvu. *Druga* postavljena hipoteza također je djelomično prihvaćena. Naime, u Markuševcu je uočena povezanost između percipirane neformalne socijalne kontrole i korištenja Facebook grupe susjedstva u dvije svrhe – ostajanje u toku sa zbivanjima i dijeljenje informacija o događajima unutar susjedstva. Na percipiranu sigurnost u susjedstvu samo je u Španskom prepoznat efekt korištenja Facebook grupe sa svrhom da se pronađu usluge ili proizvodi dostupni u susjedstvu te da se članovi grupe požale na određene situacije u susjedstvu. Pri tome se češće grupa koristi sa svrhom

pronaska usluga ili proizvoda, što je povezano s većom razinom percipirane sigurnosti, dok se grupa češće koristi kako bi njeni članovi kritizirali određenu situaciju, što je povezano s nižom razinom percipirane sigurnosti u susjedstvu. Na uzorku ispitanika iz Španskog nije utvrđena povezanost između korištenja Facebook grupe susjedstva i percipirane neformalne socijalne kontrole. Jedino je duljina članstva u grupi, kao rubni indikator povezanosti bio statistički značajan prediktor. *Treća* postavljena hipoteza je pak potpuno prihvaćena. U obje grupe utvrđena je snažna veza između korištenja Facebook grupe susjedstva sa svrhom dijeljenja informacija o događajima unutar susjedstva i razine participacije u aktivnostima zajednice. *Četvrti* postavljena hipoteza djelomično je prihvaćena. Na kreiranje i/ili jačanje društvenih veza u obje grupe efekt je imalo korištenje grupe radi dijeljenja informacija o događajima u susjedstvu. U Španskom je također prepoznat efekt korištenja grupe sa svrhom da se kritiziraju određene situacije unutar susjedstva, dok se u Markuševcu prepoznaje efekt korištenja grupe da se bude u toku sa zbivanjima. U obje grupe, također, uočen je efekt korištenja Facebook grupe na razinu povjerenja, no svrha korištenja grupe ovdje se razlikuje. U Markuševcu je na razinu povjerenja efekt imalo korištenje grupe da bi se ostalo u toku sa zbivanjima te veći broj Facebook prijatelja. S druge strane, u Španskom je prepoznat efekt korištenja Facebook grupe radi pronalaženja usluga ili proizvoda, dijeljenja informacija o zbivanjima u susjedstvu te da se njezini članovi požale na određene situacije u susjedstvu. Na razinu reciprociteta u Markuševcu je efekt imala samo duljina članstva u grupi uz veći broj Facebook prijatelja, no nije utvrđen direktan efekt korištenja Facebook grupe na razinu reciprociteta. U Španskom je taj efekt na reciprocitet vidljiv u korištenju grupe radi pronalaženja proizvoda ili usluga, dijeljenja informacija i da se požale na određene situacije u susjedstvu. Dakle, u obje je grupe utvrđen efekt njihova korištenja na dva, od tri elementa socijalnog kapitala – društvene veze i povjerenje. Na treći element, odnosno na reciprocitet, taj se efekt potvrdio u jednoj, ali ne i drugoj grupi. U obje grupe uočena je veza između korištenja Facebook grupe susjedstva i dvije od tri dimenzije socijalnog kapitala. *Peta* postavljena hipoteza također je djelomično prihvaćena – rezultati su pokazali kako na uzorku ispitanika iz Španskog u svakoj dimenziji uključenosti u zajednicu postoji efekt jednog od elemenata socijalnog kapitala. Na uzorku ispitanika iz Markuševca taj efekt ipak nije prepoznat kada je riječ o percipiranoj sigurnosti susjedstva.

Ako se osvrnemo na osnovnu hipotezu koja je vodila ovo istraživanje, možemo zaključiti kako je korištenje Facebook grupe susjedstva u određenoj mjeri povezano s razinom uključenosti pojedinaca u život lokalne zajednice, no i to treba interpretirati s oprezom.

Navedena veza nije potvrđena na svim razinama unutar dimenzija promatranog koncepta i nije realizirana na isti način u obje Facebook grupe susjedstva. Ipak, snažna povezanost u istom obliku i u obje grupe odnosi se na participaciju u aktivnostima susjedstva. S druge strane, u Španskom nije zamijećen efekt korištenja grupe na razinu percipirane neformalne socijalne kontrole i emocionalne pripadnosti, dok u Markuševcu taj efekt nije prepoznat u percipiranoj sigurnosti susjedstva. Time glavnu hipotezu ovog istraživanja *djelomično prihvaćamo*. Povezanost, ali i snagu virtualne i fizičke dimenzije susjedstva ipak ne smijemo umanjiti. Neovisno o strukturalnim razlikama u ove dvije zagrebačke četvrti uočena je sličnost u načinu i intenzitetu korištenja Facebook grupa. One su, dakle, prisutne i na sličan se način koriste i u većem, gradskom susjedstvu, koje obilježava život u višestambenim zgradama, i u manjem, prigradskom susjedstvu, gdje se živi u samostojećim kućama. U obje vrste susjedstva Facebook grupa postala je dio komunikacijske infrastrukture, o čemu su pisali De Meulenaere i suradnici (2021), ali grupa postaje i *mjesto susreta* unutar susjedstva. Ona nije samo dio jedne internetske društvene mreže, ne postoji „tamo negdje“ u virtualnom prostoru, nego je bliska i opipljiva unutar fizičkog prostora. Razlog tome nalazimo upravo u toj fizičkoj utemeljenosti koja se kroz disertaciju spominjala i čija se važnost uzastopno isticala. Sve članove grupe veže i okuplja *zajednički lokalitet*. Da u grupama postoji doza i povjerenja i reciprociteta, koja se u teoriji ističe kao ključna za održivost odnosa, pokazali su i rezultati ovog istraživanja. Naime, i ispitanici iz Markuševca i ispitanici iz Španskog najvišim su ocjenama vrednovali izjave o povjerenju i reciprocitetu. Pokazalo se kako upravo ti elementi povjerenja i reciprociteta, koji su kreirani unutar Facebook grupe, utječu na percipiranu kolektivnu efikasnost i funkcionalnu pripadnost susjedstvu. Dakle, uočeni su benefiti prenošenja socijalnog kapitala iz virtualne u fizičku dimenziju susjedstva. Kao najbanalniji primjer navedenog može se uzeti postojanje virtualnih oglasnih ploča, koje su se pokazale uspješnima u obje grupe. Članovi grupe, a time i susjedstva aktivno su koristili Facebook grupu susjedstva kako bi pronađene predmete vratili vlasnicima ili bi sudjelovali u pronalaženju izgubljenog. Taj model ponašanja ipak je u većoj mjeri prepoznat u Španskom, a u Markuševcu je u većoj mjeri zamijećeno pružanje podrške u stresnim vremenima prouzrokovanim zagrebačkim potresom. Tu se, zapravo, prepoznaju razlike između dviju promatranih zagrebačkih četvrti – manji broj stanovnika u četvrti i dulje stanovanje u određenoj četvrti povećavaju broj veza unutar susjedstva. Veći broj stanovnika poznaje se osobno, pa time imaju i više bliskih veza nego u većoj, novijoj četvrti koja pokazuje veći stupanj urbanizacije i koja se neprekidno stambeno širi. Ta razlika prepoznata je i po emocionalnoj pripadnosti susjedstvu, koju su u malo većoj mjeri iskazivali ispitanici iz Markuševca. Oni su ipak u većoj mjeri isticali kako njihovo susjedstvo obilježava specifičan

način života, koji se ne može tako lako pronaći negdje drugdje. Također, u većoj su mjeri iskazali kako je mnogo toga u susjedstvu dio njihove osobne prošlosti te malo veću sigurnost da će se u njemu i zadržati. Upravo su to snažni indikatori njihove emocionalne povezanosti s mjestom. Pogledamo li virtualnu dimenziju Markuševca, primjećujemo nešto veći postotak objava usmjerenih na lokalno stanovništvo, samo susjedstvo i neke nostalgичne elemente. Mogli bismo reći da se ona spomenuta „bliskost“ među članovima i emocionalna povezanost sa susjedstvom prepoznaje upravo u tim objavama. No, ovdje valja spomenuti i istaknuti kako je u obje Facebook grupe prepoznata *hibridna uključenost*, koju su uočili Mosconi i suradnici (2017). Diskusija u Facebook grupi o problemima, potrebama ili zajedničkom interesu dovela je do realizacije različitih vrsta angažmana u fizičkom susjedstvu. U Španjolskom se to odnosi na organizaciju različitih humanitarnih i sportskih događaja i manifestacija, a u Markuševcu na razdoblje neposredno nakon potresa kada su članovi u kratkom vremenu organizirali akcije pružanja međusobne pomoći. Facebook grupa susjedstva u oba je slučaja služila kao idealno mjesto za početak, ali i nastavak organizacije takvih aktivnosti. Upravo se u tome prepoznaje prednost, ali i važnost te isprepletenosti virtualnih i fizičkih interakcija u susjedstvu – i u Markuševcu i u Španjolskom vode poboljšanju kvalitete života u susjedstvu.

Na temelju svega rečenog, doprinos ove doktorske disertacije vidljiv je upravo u otkrivanju poveznice između virtualne i fizičke dimenzije susjedstva. Samoorganizirane Facebook grupe susjedstva, uz to što postoje u hrvatskom društvu, one imaju praktične implikacije na fizička susjedstva. Iz tog razloga (p)ostaje važno da se nastavi njihovo proučavanje u sljedećim istraživanjima. Osim navedenog, valjalo bi uzeti u obzir otkrivenu vezu između korištenja Facebook grupa susjedstva i spremnosti na participaciju – to bi ponajviše moglo koristiti lokalnoj vlasti pri planiranju razvoja pojedinih gradskih četvrti. Upravo Facebook grupe susjedstva mogu poslužiti kao nov, efikasan i pristupačan komunikacijski alat putem kojeg stanovnici određene četvrti mogu izraziti svoje želje, stavove i infrastrukturne potrebe. Ova disertacija može poslužiti i kao poticaj za kreiranje probne verzije virtualno-susjedske aplikacije, koja bi imala jasnije definirane granice susjedstva i nešto formalniju strukturu. Ulaganjem u taj oblik umreženosti unutar lokalne zajednice mogla bi se potaknuti suradnja s lokalnom vlasti i unaprijediti postojeća infrastruktura koja bi korespondirala s idejom „pametnoga grada“.

Treba ipak imati na umu kako je ovo istraživanje studija slučaja dviju zagrebačkih četvrti te da se rezultati dobiveni ovim istraživanjem ipak ne mogu primijeniti na sve četvrti u Zagrebu. No, oni mogu poslužiti kao početna nit vodilja u budućim istraživanjima. Prije svega, javlja se potreba za potpunijim empirijskim istraživanjem, kojim bi se provjerile sve



postavljene teze iz ove disertacije u nekoliko konteksta: (1) na uzorku svih zagrebačkih četvrti, (2) na nacionalnom uzorku svih urbanih središta, ali i na (3) uzorku manjih, ruralnih mjesta. Svakako bi bilo zanimljivo vidjeti jesu li rezultati dobiveni ovim istraživanjem sklop specifičnosti odabranih zagrebačkih četvrti ili indikator jednog novog, zajedničkog obilježja suvremenih zajednica susjedstva. Ipak je zajednica, kako je spomenula Evans (2013:90), *fluidan* koncept koji se povremeno, i prema potrebama, nanovo kreira. Možda spoznaje iz ove doktorske disertacije odvedu buduću znanstvenu misao upravo u tom smjeru.

## 9. POPIS PRILOGA

|  |     |
|--|-----|
| Slika 1. Prostorna jedinica Podsljeme .....  | 79  |
| Slika 2. Potrebni sadržaji prema mišljenju stanovnika Markuševca .....                               | 81  |
| Slika 3. Prostorna jedinica Stenjevec .....  | 83  |
| Slika 4. Potrebni sadržaji prema mišljenju stanovnika Španskog .....                                 | 84  |
| Slika 5. Ključne riječi korištene u analizi sadržaja .....   | 89  |
| Slika 6. Osnovna sociodemografska obilježja ispitanika Facebook grupa .....                          | 91  |
| Slika 7. Najfrekventnije riječi u analizi Facebook grupe Zakaj volim Španko .....                    | 102 |
| Slika 8. Prikaz tema prepoznatih u Facebook grupi Zakaj volim Španko .....                           | 103 |
| Slika 9. Najfrekventnije riječi u analizi Facebook grupe Markuševac u srcu .....                     | 110 |
| Slika 10. Prikaz tema prepoznatih u Facebook grupi Markuševac u srcu .....                           | 111 |
| Slika 11. Distribucija tema unutar kategorije Novosti u susjedstvu .....                             | 118 |
| Slika 12. Distribucija tema unutar kategorije Tražim/nudim (oglasna ploča) .....                     | 119 |
| Slika 13. Distribucija tema unutar kategorije izražavanje mišljenja .....                            | 120 |
| Slika 14. Postotak objava po godinama .....  | 121 |
| Slika 15. Prikaz istraživačkog modela .....  | 129 |
| Slika 16. Percipirana razina neformalne socijalne kontrole .....                                     | 133 |
| Slika 17. Percipiran osjećaj sigurnosti u susjedstvu .....   | 135 |
| Slika 18. Trajanje članstva u Facebook grupi susjedstva .....  | 140 |
| Slika 19. Samoprocjenjeni broj Facebook prijatelja .....   | 140 |
| Tablica 1. Prikaz osnovnih obilježja odabranih Facebook grupa .....                                  | 86  |
| Tablica 2. Distribucija objava u glavne kategorije .....   | 117 |
| Tablica 3. Usporedba distribucije tema u 2019., 2020. i 2021. godini .....                           | 123 |
| Tablica 4. Percipiran osjećaj pripadnosti susjedstvu .....   | 131 |
| Tablica 5. Razina participacije u aktivnostima i događajima .....                                    | 136 |
| Tablica 6. Svrha korištenja Facebook grupe susjedstva .....  | 138 |
| Tablica 7. Socijalni kapital u Facebook grupama susjedstva .....                                     | 142 |
| Tablica 8. Pearsonov koeficijent korelacije između varijabli korištenih u analizi – Španko .....     | 144 |
| Tablica 9. Pearsonov koeficijent korelacije između varijabli korištenih u analizi – Markuševac ..... | 146 |
| Tablica 10. Regresijski model percipiranog osjećaja pripadnosti susjedstvu – Markuševac .....        | 149 |
| Tablica 11. Regresijski model percipiranog osjećaja pripadnosti susjedstvu – Španko .....            | 151 |

|  |     |
|--|-----|
| Tablica 12. Regresijski model kolektivne efikasnosti – Markuševac.....   | 154 |
| Tablica 13. Regresijski model kolektivne efikasnosti – Špansko .....   | 155 |
| Tablica 14. Regresijski model razine participacije – Markuševac.....   | 157 |
| Tablica 15. Regresijski model razine participacije –Špansko.....   | 157 |
| Tablica 16. Pearsonov koeficijent korelacije –socijalni kapital- Špansko.....                                  | 160 |
| Tablica 17. Pearsonov koeficijent korelacije – socijalni kapital-Markuševac .....                              | 162 |
| Tablica 18. Regresijski model – efekt korištenja FB grupe na društvene veze-Markuševac..                       | 164 |
| Tablica 19. Regresijski model – efekt korištenja FB grupe na društvene veze-Špansko .....                      | 165 |
| Tablica 20. Regresijski model – efekt korištenja FB grupe na povjerenje-Markuševac .....                       | 166 |
| Tablica 21. Regresijski model – efekt korištenja FB grupe na povjerenje-Špansko .....                          | 168 |
| Tablica 22. Regresijski model – efekt korištenja FB grupe na reciprocitet-Markuševac.....                      | 169 |
| Tablica 23. Regresijski model – efekt korištenja FB grupe na reciprocitet-Špansko .....                        | 170 |
| Tablica 24. Pearsonov koeficijent korelacije –uključenost u zajednicu i socijalni kapital-<br>Špansko.....     | 172 |
| Tablica 25. Pearsonov koeficijent korelacije –uključenost u zajednicu i socijalni kapital-<br>Markuševac ..... | 173 |
| Tablica 26. Regresijski model – efekt socijalnog kapitala na pripadnost susjedstvu-<br>Markuševac .....        | 175 |
| Tablica 27. Regresijski model – efekt socijalnog kapitala na pripadnost susjedstvu-Špansko<br>.....            | 176 |
| Tablica 28. Regresijski model – efekt socijalnog kapitala na kolektivnu efikasnost-<br>Markuševac .....        | 177 |
| Tablica 29. Regresijski model – efekt socijalnog kapitala na kolektivnu efikasnost-Špansko                     | 178 |
| Tablica 30. Regresijski model – efekt socijalnog kapitala na razinu participacije-Markuševac<br>.....          | 179 |
| Tablica 31. Regresijski model – efekt socijalnog kapitala na razinu participacije-Špansko...                   | 180 |

## 10. LITERATURA

Afzalan, Nader; Evans-Cowley, Jennifer. (2015). "Planning and Social Media: Facebook for Planning at the Neighbourhood Scale". *Planning Practice & Research* 30/3: 270-285. doi:10.1080/02697459.2015.1052943

Altheide, David; Schneider, Christopher. (2012). *Qualitative media analysis*. Thousand Oaks: Sage publications.

Anderson, Benedict. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Sage.

Angelopoulos, Spyros; Merali, Yasmin. (2015). "Bridging the divide between virtual and embodied spaces: Exploring the effect of offline interactions on the sociability of participants of topic-specific online communities." 48th Hawaii International Conference on System Sciences.

- Bauman, Zygmunt. (2000). *Liquid Modernity*. Polity Press.
- Bauman, Zygmunt. (2001). *Community: Seeking safety in an insecure world*. New Jersey: Wiley.
- Baym, Nancy K. (2000). *Tune in, log on: Soaps, fandom, and online community*. California: SAGE Publications.
- Baym, Nancy K.. (2015). *Personal Connections in the Digital Age*. Malden, MA: Polity Press.
- Bell, Colin; Newby, Howard. (1971). *Community Studies*. London: Allen & Unwin.
- Bell, Daniel. (2007). *CYBERCULTURE THEORISTS: Manuel Castells and Donna Haraway*. Abingdon: Routledge.
- Benedikt, Mickael. (1991). "Introduction", u: Mickael, Benedikt (ur.). *Cyberspace: First Steps*. Cambridge MA: MIT Press.
- Boyd, Danah; Ellison, Nicole. (2007). "Social network sites: definition, history, and scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13/1: 210-230
- Bradshaw, Ted K. (2008). "The post-place community: Contributions to the debate about the definition of community". *Community Development*, 39/1: 5-16.
- Brandtzaeg, Petter Bae; Heim, Jan. (2011). "A typology of social networking sites users". *International Journal of Web Based Communities*, 7/1: 28-51.
- Bruhn, John G. (2011). *The Sociology of Community Connections*. New York:Springer.
- Bryman, Alan. (2006). "Integrating quantitative and qualitative research: how is it done?." *Qualitative research* 6/1: 97-113.
- Burchfield, Keri B. (2009). "Attachment as a source of informal social control in urban neighborhoods." *Journal of Criminal Justice*, 37/1 : 45-54.
- Burke, Moira; Kraut, Robert; Marlow, Cameron. (2011). "Social capital on facebook: differentiating uses and users". *CHI '11: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 571-580.
- Burke, Moira; Marlow, Cameron; Lento, Thomas. (2010). "Social network activity and social well-being". *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, n. str.
- Cabitza, Federico; Scramaglia, Rosantonietta; Cornetta, Denise; Simone, Carla. (2016). "When the web supports communities of place: the 'Social Street' case in Italy". *International Journal of Web Based Communities*, 12/3: 216-237.

- Calrk, George E. (2009). "Environmental Twitter". *Environmental Magazine*, 51/5: 5-6
- Capece, Guendalina; Costa, Roberta. (2013). „The new neighbourhood in the internet era: network communities serving local communities“. *Behaviour & Information Technology*. 25/3: 438-448
- Carbone, Jason T.; McMillin, Stephen Edward. (2019). "Reconsidering Collective Efficacy: The Roles of Perceptions of Community and Strong Social Ties". *City & Community*, 18/3: 1068-1085.
- Careva, Kristina; Lisac, Rene; Pletenac, Tomislav; Vukić, Jana. (2018). "Istraživanje participativnog potencijala građana u planiranju javnog prostora grada Zagreba". *ZAGREB ZA MENE: Studija akupunkture grada*.
- Castells, Manuel. (1996). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture* Volume I. New Jersey: Blackwell Publishers.
- Castells, Manuel. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Chang, Hsin Hsin; Chuang, Shuang-Shii. (2011). "Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator". *Information & Management*, 48/1: 9-18.
- Chayko, Marry. (2014). "Techno-social life: The internet, digital technology, and social connectedness". *Sociology Compass*, 8/7: 976-991.
- Chayko, Mary. (2019). *Superconnected: The Internet, Digital Media, and Techno-Social Life* (Third Edition). California: Sage Publications.
- Cicognani, Elvira; Pirini, Claudia; Keyes, Corey; Joshanloo, Mohsen; Rostami, Reza; Nosratabadi, Masoud. (2008). "Social participation, sense of community and social well being: A study on American, Italian and Iranian University Students". *Social Indicators Research*, 89, 97-119.
- Cohen, Anthony. (1985). *The Symbolic Construction of Community*. London:Tavistock.
- Crampton, Jeremy. (2003). *The Political Mapping of Cyberspace*. Chicago: Chicago University Press.
- Creswell, John. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). Thousands Oaks: Sage Publications
- Creswell, John; Clark, Vicki. (2007). "Designing and conducting mixed methods research". *Australian and New Zeland Journal of public health*, 31/4: 388-388.

Crow, Graham Paul; Allan, Graham. (1995). "Community types, community typologies and community time". *Time & Society*, 4/2: 147-166.

Čaldarović, Ognjen; Šarinić, Jana. (2017). *Suvremeni grad. Javni prostori i kultura življenja. Primjer Zagreba*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Čaldarović, Ognjen. (2012.). *Čikaška škola urbane sociologije. Utemeljenje profesionalne sociologije*. Zagreb: Jesenski i Turk.

Črpić, Gordan; Zrinščak, Siniša. (2005). "Civilno društvo u nastajanju: Komparativna studija vrednota: Hrvatska i Europa", u: Josip, Baloban (ur.) *U potrazi za identitetom*, 19-43. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.

David Hercheui, Magda. (2011). „A LITERATURE REVIEW OF VIRTUAL COMMUNITIES“. *Information, Communication & Society*.14/1:1-23.

David-Barrett, Tamas. (2014). „How to Create Mixed Offline-Online Community Spaces? A Behavioural Science Position Paper“. OTM 2014: On the Move to Meaningful Internet Systems. 8842: 531-536. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-45550-0\\_54](https://doi.org/10.1007/978-3-662-45550-0_54)

Day, Graham. (2006). *COMMUNITY AND EVERYDAY LIFE*. London and New York: Routledge.

De Meulenaere, Jonas; Baccarne, Bastiaan; Courtois, Cédric; Ponnet, Koen. (2021). "Neighborhood hotspot and community awareness: The double role of social network sites in local communities". *Communications*, 46/4: 492-515.

De Meulenaere, Jonas; Courtois, Cédric; Ponnet, Koen. (2020). „Bottom- up hyperlocal media in Belgium: Facebook groups as collaborative neighborhood awareness systems“, u: Agnes, Gulyas; David, Baines (ur.). *THE ROUTLEDGE COMPANION TO LOCAL MEDIA AND JOURNALISM*, 398-407. New York: Routledge.

De Meulenaere, Jonas; Courtois, Cédric; Ponnet, Koen. (2021). „Disentangling social support mobilization via online neighborhood networks“. *Community Psychology* 49: 481-498. DOI: 10.1002/jcop.22474

Décieux, Jean Philippe; Heinen, Andreas; Willems, Helmut. (2019). "Social media and its role in friendship-driven interactions among young people: a mixed methods study", *Young* 27/1: 18-31. .

Delanty, Gerald. (2009). *Community. Second edition*. London and New York: Routledge.

Dourish, Paul; Bell, Genevieve. (2011). *Divining a digital future: Mess and mythology in ubiquitous computing*. Cambridge: MIT Press.

Doyle, Louise; Brady, Anne-Marie; Byrne, Gobnait. (2009). "An overview of mixed methods research". *Journal of research in nursing*, 14/2: 175-185.

Driskell, Robin; Lyon, Larry. (2002). "Are virtual communities true communities? Examining the environments and elements of community". *City & Community*, 1/4: 373-390.

Duncan, Terry E.; Duncan, Susan; Okut, Hayrettin; Strycker, Lisa; Hix-Small, Hollie. (2003). "A Multilevel Contextual Model of Neighborhood Collective Efficacy". *American Journal of Community Psychology*, 32: 3-4: 245-252.

Durkheim, Emile. (1964). *The Division of Labour in Society*. Glencoe, IL: The Free Press. First published 1893.

Ellison, Nicole; Gray, Rebecca; Lampe, Cliff; Fiore, Andrew. (2014). "Social capital and resource requests on Facebook". *New Media & Society*, 16/7: 1104-1121. <https://doi.org/10.1177/1461444814543998>

Ellison, Nicole; Lampe, Cliff; Steinfield, Charles. (2009). "Social Network Sites and Society: Current Trends and Future Possibilities". *Interactions* 16/1: 6-9.

Ellison, Nicole; Steinfield, Charles; Lampe, Cliff. (2007). "The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12/4: 1143-1168.

Ellison, Nicole; Steinfield, Charles; Lampe, Cliff. (2011). "Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices". *New Media & Society* 13/6: 873-892,

Evans, Karen. (2013). „Re-Thinking Community in the Digital Age?." u: Orton-Johnson, Kate; Prior, Nick. *Digital Sociology*, 79-94, London: Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9781137297792\\_6](https://doi.org/10.1057/9781137297792_6)

Evans-Cowley, Jennifer. (2010). „Planning in the age of Facebook: the role of social networking in planning processes". *GeoJournal* 75: 407-420. <https://doi.org/10.1007/s10708-010-9388-0>

Felonneau, Marie-Line. (2004). "Love and loathing of the city: Urbanophilia and urbanophobia, topological identity and perceived incivilities", *Journal of Environmental Psychology*, 24: 43-52.

Filipovič Hrast, Maša; Dolničar, Vesna. (2012). "Sense of community and the importance of values: comparison of two neighborhoods in Slovenia". *Journal of Urban Affairs*, 34/3: 317-336.

Fischer, Claude. (1982) *To Dwell Among Friends: Personal Networks in Town and City*. Chicago, IL: Chicago University Press.

Fox, Nick; Roberts, Chris. (1999). "Gps in Cyberspace: The Sociology of a Virtual Community". *The Sociological Review*, 47/4: 643-671. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.00190>

Franc, Renata; Šakić, Vlado; Maričić, Jelena. (2006). "Građanski aktivizam u Hrvatskoj". *Društvena istraživanja*, 16/1-2: 111-132.

Fuchs, Christian. (2014). *Social media. A critical introduction*. London: Sage.

Gans, Herbert. (1962). *The Urban Villagers: Group and Class in the Life of Italian-Americans*. New York: The Free Press.

Gaved, Mark; Mulholland, Paul. (2005). „Grassroots Initiated Networked Communities: A Study of Hybrid Physical/ Virtual Communities“. *Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences* 1-10.

Geiger Zeman, Marija; Zeman, Zdenko. (2010). *Uvod u sociologiju (održivih) zajednica*. Zagreb: Centar za istraživanje integralne održivosti i održivog razvoja; Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.

Giddens, Anthony. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford: Stanford university press.

Giddens, Anthony. (2001). *Runaway world: How globalisation is shaping our lives*. London: Taylor and Frances.

Gieryn, Thomas F.(2000). "A space for place in sociology." *Annual review of sociology*, 26/1: 463-496.

Goe, Richard; Noonan, Sean. (2007). "The sociology of community", u: Bryant, Clifton; Peck. Dennis (ur.). *21st century sociology: A reference handbook*, 455-465. California: Sage Publication.

Grad Zagreb, Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj grada. (2019). *Stenjevec: Gradske četvrti Grada Zagreba, Prostorna i statistička analiza*, 1-54. Zagreb.

Grad Zagreb, Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj grada. (2019). *Podsljeme: Gradske četvrti Grada Zagreba, Prostorna i statistička analiza*,1-58. Zagreb.

Greene, Jennifer; Caracelli, Valerie; Graham, Vendi. (1989). "Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs." *Educational evaluation and policy analysis* 11/1: 255-271.

Guest, Avery; Wierzbicki, Susan. (1999). "Social Ties at the Neighborhood Level: Two Decades of GSS Evidence". *Urban Affairs Review*, 35/1: 92-111.

Ha, Young Wook; Kim, Jimin; Libaque-Saenz, Fernando Christian; Chang, Younghoon; Park, Myeong-Cheol. (2015). "Use and gratifications of mobile SNSs: Facebook and KakaoTalk in Korea". *Telematics and informatics*, 32/3: 425-438.

Hafner, Lara. (2023). Global Digital Report 2023: We spend a little less time on the internet. <https://ecco-network.com/blog/global-digital-report-2023#:~:text=At%20the%20beginning%20of%202023%2C%20the%20mark%20of,presents%20the%20latest%20figures%20on%20global%20digital%20development>. (posjet 10.06.2023.)

Hall, Jeffrey. (2016). "When is social media use social interaction? Defining mediated social interaction". *New Media & Society*, 20/1: 162-179.

Halpern, Daniel; Valenzuela, Sebastián; Katz, James. (2017). "We face, I tweet: How different social media influence political participation through collective and internal efficacy." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22/6 : 320-336.

Hampton, Keith; Wellman, Barry. (2003). "Neighboring in Netville: How the Internet Supports Community and Social Capital in a Wired Suburb". *City & Community*, 2/4: 277-311.

Haythornthwaite, Caroline. (2005). "Social networks and Internet connectivity effects." *Information, Community & Society*, 8/2: 125-147.

Helliwell, John; Putnam, Robert. (2004). "The social context of well-being". *The royal society*, 1435-1446.

Hiltz, Roxanne; Wellman, Barry. (1997). "Asynchronous learning networks as a virtual classroom". *Communications of the ACM*, 40/9: 44-49.

Hipp, John; Wo, James. (2015). "Collective Efficacy and Crime.", u: Wright, James (ur.), *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, 73-129. Oxford, UK: Elsevier.

Hjorth, Larissa; Kim, Kyoung-hwa. (2011). "The Mourning After: A Case Study of Social Media in the 3.11 Earthquake Disaster in Japan". *Television New Media*, 12/6: 552-559.

Holmes, David. (1997). *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace*. California: Sage Publications.

Hrast, Maša; Dolničar, Vesna. (2012). "Sense of community and the importance of values: Comparison of two neighborhoods in Slovenia". *Journal of Urban Affairs*, 34/3: 317-336.

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot> ( posjet 10. 09. 2023).



[https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Digital\\_economy\\_and\\_society\\_statistics\\_-\\_households\\_and\\_individuals#Purpose\\_of\\_the\\_use\\_of\\_internet](https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals#Purpose_of_the_use_of_internet) (posjet 10. 09. 2023).

[https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Digital\\_society\\_statistics\\_at\\_regional\\_level#Internet\\_activities](https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=Digital_society_statistics_at_regional_level#Internet_activities) (posjet 10. 09. 2023).

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20220629-1> (posjet 10. 09. 2023).

<https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (posjet 03. 01. 2023).

Ito, Mizuko; Baumer, Sonja; Bittanti, Matteo; Boyd, Dannah; Cody, Rachel; Herr-Stephenson, Becky; Horst, Heather; Lange, Patricia; Mahendran, Dilan; Martínez, Katynka Z.; Pascoe, C.J.; Perkel, Dan; Robinson, Laura; Sims, Christo; Tripp, Lisa. (2010). *Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media*. Cambridge, MA and London: MIT Press.

Jacobs, Jane. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.

Järvinen, Margaretha; Mik-Meyer, Nanna. (2020). "Analysing qualitative data in social science." *Qualitative Analysis: Eight approaches for the social sciences*, 1-28.

Jelić, Margareta; Löw Stanić, Ajana. (2014). "Utjecaj socio-ekonomske strukture susjedstva na privrženost susjedstvu". *Socijalna ekologija*, 23/2: 151-174.

Jones, Mat; Beardmore, Amy; Biddle, Michele; Gibson, Andy; Umar, Ismail; Sandra, McClean; Stuart, White, Jo. (2020). „Apart but not Alone? A cross-sectional study of neighbour support in a major UK urban area during the COVID-19 lockdown“. *Emerald Open Research* 2/37: 1-18. <https://doi.org/10.35241/emeraldopenres.13731.1>

Jones, Steven G. (2002). "The Internet and its Social Landscape", u: Jones, Steven (ur.), *Virtual Culture. Identity and Communication in Cybersociety*. London: SAGE Publication.

Jurgenson, Nathan. (2012). "When atoms meet bits: Social media, the mobile web and augmented revolution". *Future internet*, 4/1: 83-91.

Kalkbrenner, Bernhard; Roosen, Jutta. (2016). "Citizens' willingness to participate in local renewable energy projects: The role of community and trust in Germany." *Energy Research & Social Science*, 13: 60-70.

Kang, Juhee.(2018). "Effective marketing outcomes of hotel Facebook pages: The role of active participation and satisfaction." *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. ½: 106-120.

Karras, Demetrius.; Koletsi, Maria; Vagias, Georgios. (2020).“ Hybrid neighborhoods: From sandlots to social media“. *Homo Virtualis* 3/1:71-81. doi:<https://doi.org/10.12681/homvir.23458>

Kavanaugh, Andrea.; Carroll, John; Rosson, Mary Beth; Zin, Than Than; Reese, Debbie Denise. (2005). “Participating in civil society: the case of networked communities”. *Interacting with Computers*, 17/1: 9-33.

Kavanaugh, Andrea; Patterson, Scott. (2001). “The impact of community computer networks on social capital and community involvement”. *American Behavioral Scientist*, 45/3: 496-509.

Kim, Yong-Chan; Shin, Euikyung; Cho, Ahra; Jung, Eunjean; Shon, Kyungeun; Shim, Hongjin. (2015). “SNS Dependency and Community Engagement in Urban Neighborhoods: The Moderating Role of Integrated Connectedness to a Community Storytelling Network”. *Communication Research*, 46/1: 7-32. <https://doi.org/10.1177/0093650215588786>

King, Katherine. (2013). “Jane Jacobs and “The Need for Aged Buildings”: Neighborhood Historical Development Pace and Community Social Relations”. *Urban Studies*, 50/12: 2407-2424.

Koletsi, Maria; Sfakianos, Nikolaos; Papadopoulou, Athina; Karras, Dimitris; Vagias, Geogrios; Koskinas, Konstantinos. (2021). “Virtually Together: Developing a Local Social Network for Neighborhoods”. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 41/1: 10-19.

Kotus, Jacek; Hławka, Bartosz. (2010). “Urban neighbourhood communities organised on-line—A new form of self-organisation in the Polish city?”. *Cities*, 27/4: 204-214.

Kowert, Rachel; Domahidi, Emese; Quandt, Thorsten. (2016). “Networking and Other Social Aspects of Technology Use: Past, Present, and Future Considerations”, u: *Oxford Handbook of Digital Technologies and Mental Health*. Oxford University Press: Oxford.

Kraut, Robert; Patterson, Michael; Lundmark, Vicki; Scherlis, William. (1998). “Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-being?”. *American Psychologist*, 53/9: 1017-1031.

Krippendorff, Klaus. (2009). *The content analysis reader*. California: Sage Publishing.

Kumar, Krishan. (1987). *Utopia and Anti-Utopia in Modern Times*. Oxford: Blackwell.

Lanier, Jaron. (1986). *Virtual Reality*. New York: Vintage.

Leimeister, Jan Marko; Krcmar, Helmut. (2004). "Revisiting the virtual community business model". 10th Americas Conference on Information Systems, AMCIS 2004, New York, 1-11.

Levi, Bertrand. (2010). "Gradski trg u Evropi kao idealno mesto", u: Gervais, Stella; Rosset, Francois (ur.), *Mesta Evrope: Mitovi i granice*, 89-109. Beograd: XX vek.

Li, Honglei. (2004). "Virtual community studies: A literature review, synthesis and research agenda." AMCIS 2004 Proceedings. 324.

Li, Ning. (2004). "The lurking variable: Exploring lurkers' behavior in online communities". In Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences.

Lin, Hsiu-Fen. (2007). "The role of online and offline features in sustaining virtual communities: an empirical study." *Internet Research* 17/2: 119-138.

Lin, Hsiu-Fen. (2007). "Virtual Community Engagement: Engagement Motivations and Engagement Behaviors", u: Landry, T.K.; Zeng, K.S. (ur.), *Community Development through Tourism*, 119-133. Channel View Publications.

Lin, Kuan-Yu; Lu, Hsi-Peng. (2011). "Intention to Continue Using Facebook Fan Pages from the Perspective of Social Capital Theory". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14/10: 565-570

Lindland, Mark; Manturuk, Kim; Quercia, Roberto. (2012). "Sense of Community and Informal Social Control Among Lower Income Households: The Role of Homeownership and Collective Efficacy in Reducing Subjective Neighborhood Crime and Disorder". *American Journal Community Psychol.* 51:123-139.

Ma, Xiao; Cheng, Justin; Iyer, Shankar; Naaman, Mor. (2019). "When Do People Trust Their Social Groups?". Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '19 - , 1-12. doi:10.1145/3290605.3300297 .

Mac Naughton, Glenda; Rolfe, Sharne; Siraj-Blatchford, Iram. (2001). *Doing early childhood research: International perspectives on theory and practice*. Open University Press.

Madeira, Morgan; Joshi, Anupam. (2013). "Analyzing Close Friend Interactions in Social Media". 2013 International Conference on Social Computing. doi:10.1109/socialcom.2013.145

Maffesoli, Michael. (1996). *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. California: Sage.

Malina, Marry; Nørreklit, Hanne; Selto, Frank. (2011). "Lessons learned: advantages and disadvantages of mixed method research". *Qualitative Research in Accounting & Management*, 8/1: 59-71

Marotzki, Winfried; Holze, Jens; Verständig, Dan. (2013). "Analysing Virtual Dana", u: Flick, Uwe. (ur.). *The SAGE handbook of qualitative data analysis*. California: Sage.

Masden, Christina; Grevet, Catherine; Grinter, Rebecca; Gilbert, Eric; Edwards, Keith. (2014). "Tensions in Scaling-up Community Social Media: A Multi-Neighborhood Study of Nextdoor". One of a CHIInd 3239-3248. <http://dx.doi.org/10.1145/2556288.2557319>

Mayur, Karnik; Oakley, Ian; Venkatanathan, Jayant; Spiliotopoulos, Tasos; Nisi, Valentina. (2013). "Uses & Gratifications of a Facebook Media Sharing Group". *Understanding People's Practices in Social Networks*. 821-826.

McCully, Wyl; Lampe, Cliff; Sarkar, Chandan; Velasquez, Alcides; Sreevinasan, Akshaya. (2011). "Online and offline interactions in online communities". *Proceedings of the 7th International Symposium on Wikis and Open Collaboration (WikiSym '11)* 39-48. DOI:<https://doi.org/10.1145/2038558.2038566>

Mertens, Donna. (2005). *Research and evaluation in education and psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative and mixed methods (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Merton, Robert; Kendall, Patricia. (1946). "The focused intervju". *American journal of Sociology*, 51/6: 541-557.

Mesch, Gustavo; Manor, Orit. (1998). "Social Ties, Environmental Perception, And Local Attachment". *Environment and Behavior*, 30/4: 504-519. <https://doi.org/10.1177/001391659803000405>

Mew, Lionel. (2009). *Online social networking: a task-person-technology fit perspective*. Washington: The George Washington University.

Meyrowitz, Joshua. (2005) "The Rise of Glocality. New Senses of Place and Identity in the Global Village", u: Nyiri, Kristóf (ur.) *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*. Vienna: Passagen. 21-30.

Milardović, Anđelko. 2010. *Globalno selo – sociologija informacijskog društva i cyber culture*. Zagreb: Centar za politološka istraživanja.

Miletić, Geran-Marko. (2015). "Who is (Still) Socializing with Neighbors? A Contribution to the Analysis of Local Social Relations". *Sociologija i prostor*, 53/2: 97-115.

Miletić, Geran-Marko; Krnić, Rašeljka; Majetić, Filip. (2016). "Susjedstvo i socijalna integracija: utjecaj lokalnih društvenih odnosa na percepciju socijalne kohezije u susjedstvu na primjeru Hrvatske". *Revija za socijalnu politiku*, 23/2: 215-239.

Miletić, Geran-Marko; Ursić, Sara; Krnić, Rašeljka. (2017). „Sekundarno stanovanje i upravljanje lokalnim razvojem: Lokalni društveni odnosi kao odrednica participacije stalnih i povremenih stanovnika u procesu planiranja razvoja“. *Revija Za Sociologiju*, 47/3: 303–334. <https://doi.org/10.5613/rzs.47.3.3>

Mirazchiyski, Plemen; Caro, Daniel; Sandoval-Hernandez, Andrés. (2014). “Youth future civic participation in Europe: Differences between the East and the rest”. *Social Indicators Research*, 115/3: 1031–1055.

Mišetić, Anka. (2006). "Koncept povezanosti s mjestom i sekundarno stanovanje." *Društvena istraživanja-Časopis za opća društvena pitanja* 15/81+82 : 27-42.

Mišetić, Anka; Miletić, Geran-Marko. (2004). “Privrženost Zagrebu: “domaći” i “došljaci”, u: Mišetić, Anka; Štambuk, Maja; Rogić, Ivan (ur.), *Živjeti u Zagrebu. Prinosi sociološkoj analizi* 123-141. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.

Moran, Peter. (2005). "Structural vs. relational embeddedness: Social capital and managerial performance." *Strategic management journal* 26/12: 1129-1151.

Morgan, David. (2009). *Acquaintances: The Space Between Intimates And Strangers: The Space Between Intimates and Strangers*. London: McGraw-Hill Education (UK).

Mosconi, Gaia; Korn, Matthias; Reuter, Christian; Tolmie, Peter; Teli, Maurizio; Pipek, Volkmar. (2017). “From facebook to the neighbourhood: Infrastructuring of hybrid community engagement”. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 26: 959-1003.

Mulligan, Martin; Humphery, Kim; James, Paul; Scanlon, Christopher; Smith, Pia; Welch, Nicky. (2006). *Creating Community Celebrations, Arts and Wellbeing Within and Across Local Communities*. Melbourne: RMIT University Press.

Mustafa, Siti Ezaleila; Hamzah, Azizah. (2011). “Online Social Networking: A New Form of Social Interaction”. *International Journal of Social Science and Humanity*. 1/2: 96-104.

Nah. Seungahn; Kwon, Hazel; Liu, Wenlin; McNealy, Jasmine. (2021). “Communication Infrastructure, Social Media, and Civic Participation across Geographically Diverse Communities in the United States”. *Communication Studies*, 1-19. DOI: 10.1080/10510974.2021.1876129.

Neuwirth, Gertrud. (1969). "A Weberian outline of a theory of community: its application to the 'Dark Ghetto'." *The British Journal of Sociology* 20/2: 148-163.

Nie, Norman; Erbring, Lutz. (2002). “Internet and Society: A Preliminary Report”. Stanford Institute for the Quantitative Study of Society.

Nikodem, Krunoslav. (2003). “Čiji su to svjetovi iza nas? Virtualna stvarnost i ljudski identiteti.” *Socijalna ekologija*, 12/3–4: 211–230.

Nip, Joyce Yee-man. (2004). 'The relationship between online and offline communities: the case of the Queer Sisters'. *Media, Culture & Society*, 26/3: 409-428.

Nisbet, Robert. (1953). *The Quest for Community*. San Francisco: The Institute for Contemporary Studies Press.

Nisbet, Robert. (2010). *The Quest for Community: A Study in the Ethics of Order and Freedom*. Wilmington: ISI Books.

Nonnecke, Blair; Preece, Jennifer. (2000). "Lurker demographics: Counting the silent". Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems, 73-80

Oh, Hyun Jung; Ozkaya, Elif; LaRose, Robert. (2014). "How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction." *Computers in Human Behavior*, 30: 69-78.

Park, Namsu; Kerk, Kee F.; Valenzuela, Sebastia'n. (2009). "Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes". *Cyber psychology & behavior*, 12/6: 729-733.

Park, Robert. (1974). "The City as a Social Laboratory", u: *Collected Papers*, 1. sv., 73-87.

Park, Robert; Burgess, Ernest; McKenzie, Roderick. (1925). *The city: Suggestions for the study of human nature in the urban environment*. Chicago: University of Chicago Press

Parks, Malcolm R. (2010). "Social Network Sites as Virtual Communities", u: Papacharissi, Zizi (ur.), *A Networked Self Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, 113-131. Oxfordshire: Routledge.

Parks, Malcolm; Floyd, Kory. (1996). "Making friends in cyberspace". *Journal of Communication*, 46/1: 80-97.

Parsons, Talcott. (1951). *The Social System*. New York: The Free Press.

Parsons, Talcott. (1961). *Societies: Evolutionary and Comparative Perspectives*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Peračković, Krešimir; Milak, Matea; Strmotić Kuhar; Luka. (2023). „Značajke društvenih interakcija u doba stvarne virtualnosti iz sociološke perspektive“. *Filozofska istraživanja*, 43/2: 235-251.

Pilarov barometar hrvatskog društva (2016), Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar. Dostupno na <http://barometar.pilar.hr>

Pit, Ilse L.; Veling, Harm; Karremans, Johan. (2022). "Does Passive Facebook Use Promote Feelings of Social Connectedness?" *Media and Communication*, n. str.

Pitas, Nicholas; Ehmer, Colin. (2020). „Social capital in the response to COVID-19“. *Americal Journal of Health Promotion* 34/8: 942-944.

Pilarov barometar hrvatskog društva (2015), Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar. Dostupno na <http://barometar.pilar.hr>

Prapotnik, Tadej. (2004). "Kako razumjeti identitet u anonimnoj kompjuterski posredovanoj komunikaciji." *Revija za sociologiju*, 35/1-2: 1-11.

Preece, Jenny. (2000). "Online communities: Designing usability, supporting sociability". *Industrial Management & Data Systems*, 100/9: 459-460. <https://doi.org/10.1108/imds.2000.100.9.459.3>

Prelog, Milan. (1973.) *Prostor- Vrijeme*. Zagreb: Društvo historičara umjetnosti Hrvatske.

Prezza, Miretta; Amici, Matilde; Roberti, Tiziana; Tedeschi, Gloria. (2001). "Sense of Community Referred to the Whole Town: Its Relations with Neighboring, Loneliness, Life Satisfaction, and Area of Residence". *Journal of Community Psychology*, 29/1:29-52.

Proshansky, Harold. (1978). "The city and self-identity". *Environment and Behavior*, 10/2: 147-169. <https://doi.org/10.1177/0013916578102002>.

Putnam, Robert. (1995). "Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America". *PS: Political science & politics*, 28/4: 664-683.

Putnam, Robert. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.

Putnam, Robert; Goss, Kristin. (2002). "Introduction". u: Putnam, Robert (ur.), *Democracies in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society* 1-18. Oxford: Oxford University Press.

Razumović, Iva. (2014). Stanovništvo, kućanstva i stanovi. Popis 2011. Grad Zagreb, Gradski ured za gospodarstvo, ekološku održivost i strategijsko planiranje. <https://www.zagreb.hr/popis-stanovnistva-kucanstava-i-stanova/1043> (posjet 05.07.2023).

Rheingold, Howard. (1993). "A slice of life in my virtual community". *Global Networks-a Journal of Transnational Affairs* 57-80.

Rheingold, Howard. (1994). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Boston: Addison-Wesley.

Ridings, Catherine; Gefen, David. (2004). "Virtual community attraction: Why people hang out online". *Journal of Computer-mediated communication*, 10/1.

Ritzer, George. (2003). "Rethinking Globalization: Glocalization/Globalization and Something/Nothing". *Sociological Theory*, 21/3: 193-209. <https://doi.org/10.1111/1467-9558.00185>

Ritzer, George. (2003). *The Globalization of Nothing*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.

Rivlin, Leanne G. (1987). "The neighborhood, personal identity, and group affiliations", u: *Neighborhood and community environments*, 1-34. Boston, MA: Springer US.

Robertson, Roland. (1995). "Glocalization: Time-space and Homogeneity-Heterogeneity", u: *Global Modernities*, 25-44. London: Sage Publications.

Rogić, Ivan; Čaldarović, Ognjen. (2000). "Urbane aspiracije i stambeno susjedstvo u programu višestambene izgradnje stradalnika Domovinskog rata." *Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam* 8/2: 239-258.

Rogić, Ivan; Mišetić, Anka; Štambuk, Maja. (2004). "Urbane aspiracije Zagrepčana", u: Mišetić, Anka; Štambuk, Maja; Rogić, Ivan (ur.), *Živjeti u Zagrebu. Prinosi sociološkoj analizi* 11-45. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.

Rose, Nicolas. (1999). *Powers of Freedom: Reframing Political Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.

Rothaermel, Frank; Sugiyama, Stephen. (2001). "Virtual Internet communities and commercial success: Individual and community-level theory grounded in the atypical case of TimeZone.com". *Journal of Management*, 27/3: 297-312.

Sampson, Robert; Raudenbush, Stephen; Earls, Felton. (1997). "Neighborhoods and Violent Crime: A Multilevel Study of Collective Efficacy." *Science* 277/5328: 918-924.

Sanz-Blas, Silvia; Buzova, Daniela; Pérez-Ruiz, Pilar. (2021). "Building relational worth in an online social community through virtual structural embeddedness and relational embeddedness". *Technological Forecasting & Social Change*, 162: 1-10.

Scannell, Leila; Gifford, Robert. (2010). "Defining place attachment: A tripartite organizing framework". *Journal of environmental psychology*, 30/1, 1-10.

Schuler, Douglas. (1996). *New community networks*. New York: ACM Press.

Shen, Cuihua; Williams, Dmitri. (2011). "Unpacking Time Online: Connecting Internet and Massively Multiplayer Online Game Use with Psychosocial Well-being". *Communication Research*, 38/1: 123-149.

Shneiderman, Ben. (2000). "Designing trust into online experiences". *Communications of the ACM*, 43/12: 57-59..



- Simmel, Georg. (1950). *The Sociology of Georg Simmel*. Glencoe, IL: Free Press.
- Slavuj, Lana. (2012). "Evaluacija kvalitete urbanoga susjedstva – prednosti i nedostaci neposrednoga životnog prostora". *Sociologija i prostor*, 50/2: 183–201.
- Slobodan, Bjelajac. (1992). *Rezidencijalna segregacija u urbanoj sredini* : doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet.
- St. Jean, Peter. (2007). *Pockets of crime: broken windows, collective efficacy, and the criminal point of view*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Steenbeek, Wouter; Hipp, John. (2011). "A longitudinal test of social disorganization theory: Feedback effects among cohesion, social control, and disorder." *Criminology* 49/3: 833-871.
- Steinmetz, Christine; Homa, Rahmat; Marshall, Nancy; Bishop, Kate; Thompson, Susan; Park, Miles; Corkery, Linda; Tietz, Christian. (2021). "Liking, tweeting and posting: An analysis of community engagement through social media platforms". *Urban Policy and Research*, 39/1: 85-105.
- Stokols, Daniel. (2018). *Social Ecology in the Digital Age: Solving Complex Problems in a Globalized World*. Irvine: Academic Press.
- Strate, Lance. (1999). "The varieties of cyberspace: Problems in definition and delimitation". *Western Journal of Communication*, 63:3, 382-412, DOI: 10.1080/1057031990937464
- Supek, Rudi. (1987). *Grad po mjeri čovjeka*. Zagreb: Naprijed.
- Swart, Lu-Anne; Ismail, Ghouwa; Seedat, Mohamed. (2022). "Community participation in a low-income neighborhood: The salience of sociodemographic characteristics, perceptions and experience of violence, and neighborhood attachment". *Journal of Community Psychology*, 51/1: 319-333.
- Šuvar, Stipe. (1973.) *Između zaseoka i megalopolisa*. Zagreb: Zadružna štampa.
- Tönnies, Ferdinand. (1957). *Community and Society (Gemeinschaft und Gesellschaft)*. Translated by Charles P. Loomis. Michigan: Michigan State University Press.
- Štulhofer, Aleksandar. (1988). "Lokalna urbana zajednica u akciji". *Revija za sociologiju*. 4, 527-536.
- Tönnies, Ferdinand. (1963). "" Community and Society", u: Loomis, CP. (ur.), *The urban sociology reader*, 16-22. Oxfordshire: Routledge.
- Tönnies, Ferdinand. (1963). *Community and Society*. New York: Harper and Row.
- Turkle, Sherry. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.

Turner, Victor. (1969). *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. London:Routledge & Kegan Paul.

Ursić, Sara. (2009). "Mjesta i nemjesta u suvremenim konceptualizacijama prostora". *Društvena istraživanja-Časopis za opća društvena pitanja*, 18/104: 1131-1151.

Ursić, Sara; Mišetić, Roko; Mišetić, Anka. (2016). "New Perspectives on Sustainable Development of Second Homes in Croatia: Strategic Planning or Proliferation of Building?". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 216: 80-86.

Utz, Sonja. (2000). "Social information processing in MUDs: The development of friendships in virtual worlds". *Journal of online behavior*, 1/1: 2002.

Valenzuela; Sebastián; Park, Namsu; Kee, Kerk. (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. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x .

Veil, Shari; Buehner, Tara; Palenchar, Michael. (2011). "A Work-In-Progress Literature Review: Incorporating Social Media in Risk and Crisis Communication". *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 19/2: 110-122

Vogel, Pascal; Grotherr, Christian; von Mandelsloh, Franziska; Gaidys, Uta; Böhmman, Tilo. (2021). „Older Adults' Use of Online Neighborhood Social Networks: Perceptions, Challenges and Effects“. *Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences* 3913-3922. URI: <https://hdl.handle.net/10125/71090>

Voskresenskiy, Vadim; Ilya, Musabirov; Daniel, Alexandrov. (2016). "Private and public online groups in apartment buildings of St. Petersburg." *Proceedings of the 8th ACM Conference on Web Science*, 301-306.

Vukić, Jana. (2020). *Gradski prostor Trešnjevke. Sociološka studija*. Zagreb: Gradski ured za strategijsko planiranje i razvoj Grada

Walmsley, Jim. (2006). "Putting community in place (The nature of community)". *Dialogue (Academy of the social sciences in Australia)*, 25/1: 5-12.

Warner, Barbara D. (2014). „Neighborhood factors related to the likelihood of successful informal social control efforts“. *Journal of Criminal Justice*, 42/5: 421-430. doi:10.1016/j.jcrimjus.2014.07.001

Wasko, Molly; Faraj, Samer. (2000). "It is what one does": why people participate and help others in electronic communities of practice". *The journal of strategic information systems*, 9/2-3: 155-173.

Weber, Max. (1978). *Max Weber: selections in translation*. Cambridge: Cambridge University Press.

Wellman, Barry. (1979). "The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers". *American Journal of Sociology*, 84/5: 1201-1231.

Wellman, Barry. (2001). 'Physical Place and Cyberplace: The Rise of Networked Individualism'. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25/2: 227-52.

Wellman, Barry; Gulia, Milena. (1999). "Net surfers don't ride alone: Virtual communities as communities", u: Wellman, Barry (ur.). *Networks in the Global Village*, 331-366. Boulder: Westview Press.

Wellman, Barry; Haythornthwaite, Caroline. (2002). "An Introduction". u: Wellman, Barry; Haythornthwaite, Caroline (ur.), *The Internet in Everyday Life*, 3-41. New York: Wiley-Blackwell.

Wellman, Barry; Leighton, Barry. (1979). "Networks, Neighborhoods, and Communities: Approaches to the Study of the Community Question". *Urban Affairs Quarterly*, 14/3: 363-390. doi:10.1177/004208167901400305

Whiting, Anita; Williams, David. (2013). "Why people use social media: a uses and gratifications approach". *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16/4: 362-369. doi:10.1108/qmr-06-2013-0041

Wickes, Rebecca; Hipp, John; Sargeant, Elise; Mazerolle, Lorraine. (2017). "Neighborhood Social Ties and Shared Expectations for Informal Social Control: Do They Influence Informal Social Control Actions?". *J Quant Criminol*, 33:101-129.

Williams, Daneil; Vaske, Jerry. (2003). "The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach", *Forest Science*, 49/6: 830-840.

Wilson, Jennifer. (2012). "Responding to natural disasters with social media: a case study of the 2011 earthquake and tsunami in Japan".

Wirth, Louis. (1938). "Urbanism as a Way of Life", *American Journal of Sociology*, 4/1: 1-24.

Wittel, Andreas. (2001). "Toward a Network Sociality". *Theory, Culture & Society*, 18/6: 51-76.

Witten, Karen; Kearns, Robin; Opit, Simon; Fergusson, Emma. (2020). "Facebook as soft infrastructure: producing and performing community in a mixed tenure housing development". *Housing Studies*, 1-19.

You, Leping; Hon, Linda (2019). "How social ties contribute to collective actions on social media: A social capital approach". *Public Relations Review*, S0363811118302650-. doi:10.1016/j.pubrev.2019.04.005.

Zagreb. hr. Iz povijesti. <https://aktivnosti.zagreb.hr/gradske-cetvrti-19/podsljeme/iz-povijesti-13289/13289> (posjet 05. 07. 2023).

Zagreb. hr. Iz povijesti. <https://aktivnosti.zagreb.hr/gradske-cetvrti-19/stenjevec/iz-povijesti-13412/13412> (posjet 05. 07. 2023).

Ziersch, Anna; Osborne, Katy; Baum, France. (2011). "Local community group participation: who participates and what aspects of neighbourhood matter?". *Urban Policy and Research*, 29/4: 381–399.

Poštovana/poštovani,

U svrhu izrade doktorske disertacije provodi se istraživanje „Susjedstvo između virtualnosti i realnosti: utjecaj korištenja društvenih mreža na razinu uključenosti u lokalnu zajednicu na primjeru dviju zagrebačkih četvrti“. Cilj je ovog istraživanja dobiti uvid u odnos između korištenja društvene mreže Facebook i uključenosti u lokalnu zajednicu članova Facebook grupa susjedstva. Anketa koju ispunjavate je anonimna, a podatci dobiveni u ovom istraživanju bit će povjerljivi i primjereno zaštićeni te će biti korišteni isključivo u znanstvene svrhe i u svrhu izrade doktorske disertacije. Vaše sudjelovanje nam je osobito važno, pa Vas molim da nam izađete u susret i odgovorite na sljedeća pitanja.

Za sve dodatne upite i nejasnoće možete se obratiti na e-mail adresu: [matea.milak@pilar.hr](mailto:matea.milak@pilar.hr)

**1. Molimo Vas procijenite u kojoj ste mjeri zadovoljni navedenim pojedinostima u Vašem susjedstvu?**

|   | U potpunosti nezadovoljan | Prilično nezadovoljan | Niti nezadovoljan niti zadovoljan | Prilično zadovoljan | U potpunosti zadovoljan |
|---|---------------------------|-----------------------|-----------------------------------|---------------------|-------------------------|
| 1. Izgledom kuća i zgrada   | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 2. Uređenošću centra naselja  | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 3. Dostupnošću parkirnih mjesta   | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 4. Održavanjem čistoće i odvoza smeća   | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 5. Ukupnom komunalnom infrastrukturom (vodovod, kanalizacija, struja)           | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 6. Zelenilom i parkovima  | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 7. Čistoćom okoliša (zrak, voda)  | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 8. Ukupnom opremljenošću naselja odgojno-obrazovnim ustanovama (vrtići i škole) | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 9. Ukupnom opremljenošću naselja zdravstvenim ustanovama                        | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 10. Ukupnom opremljenošću naselja sportsko-rekreacijskim sadržajima             | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 11. Održavanjem cesta   | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 12. Javnim prijevozom (frekvencija i povezanost s ostalim dijelovima grada)     | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 13. Opskrbljenošću trgovinama   | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 14. Ponudom ugostiteljskih objekata   | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 15. Ponudom aktivnosti zabavnog karaktera (radionice, igraonice, turniri i sl.) | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |
| 16. Razinom buke u naselju  | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |

|                                   | U potpunosti nezadovoljan | Prilično nezadovoljan | Niti nezadovoljan niti zadovoljan | Prilično zadovoljan | U potpunosti zadovoljan |
|-----------------------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------------------|---------------------|-------------------------|
| 17. Sigurnošću za život u naselju | 1                         | 2                     | 3                                 | 4                   | 5                       |

2. Koji je po Vašem mišljenju, najveći problem u Vašem susjedstvu (navesti samo jedan)?

\_\_\_\_\_

3. Koji sadržaj najviše nedostaje u Vašem susjedstvu (navesti samo jedan)? \_\_\_\_\_

4. Koliko ste zadovoljni svojim susjedstvom?

1. Izrazito sam nezadovoljan
2. Uglavnom sam nezadovoljan
3. Niti sam zadovoljan, niti sam nezadovoljan
4. Uglavnom sam zadovoljan
5. Izrazito sam zadovoljan

5. Koliko se slažete s dolje iznesenim tvrdnjama koje se odnose na život u Vašem susjedstvu?

|   | Nimalo se ne slažem | Uglavnom se ne slažem | Niti se slažem niti se ne slažem | Uglavnom se slažem | Potpuno se slažem |
|---|---------------------|-----------------------|----------------------------------|--------------------|-------------------|
| 1. Ovdje mogu živjeti kako mi najviše odgovara.   | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |
| 2. Mnoge toga u naselju dio je moje osobne prošlosti.   | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |
| 3. Način života ovdašnjih ljudi ne može se naći nigdje drugdje.   | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |
| 4. Ovo naselje kao da je dio mene.  | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |
| 5. Siguran sam da ću ostati/zadržati se u ovom naselju.   | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |
| 6. Ovo naselje smatra se prestižnim/elitnim.  | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |
| 7. Spreman sam uložiti dio svog vremena i napora za dobrobit ovog naselja (volontirati u aktivnostima). | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |
| 8. Spreman sam dati i dio financijskih sredstava za dobrobit ovog naselja.                              | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |

6. U nastavku su dani opisi situacija koje bi se mogle dogoditi u Vašem susjedstvu. Molimo Vas ocijenite koliko je vjerojatno da bi Vaši susjedi u navedenim situacijama poduzeli nešto kako bi se problem riješio.

| Koliko je vjerojatno da bi Vaši susjedi poduzeli nešto... | Sigurno ne bi | Vjerojatno o ne bi | Niti bi niti ne bi | Vjerojatno o ne bi | Sigurno bi |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------|
|   |               |                    |                    |                    |            |

|  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. Da izbije fizički sukob u blizini Vaše kuće/zgrade.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Da djeca/mladi iskazuju nepoštovanje prema starijima. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Da djeca/mladi crtaju grafite na obližnjoj zgradi.    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**7. U kojoj mjeri se slažete sa sljedećim tvrdnjama koje se odnose na sigurnost u Vašem susjedstvu?**

|   | Nimalo se ne slažem | Uglavnom se ne slažem | Niti se slažem niti se ne slažem | Uglavnom se slažem | Potpuno se slažem |
|---|---------------------|-----------------------|----------------------------------|--------------------|-------------------|
| 1. U ovom susjedstvu netko namjerno oštećuje tuđu imovinu (prozore, automobile, ulične svjetiljke, kante za otpad i sl.). | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |
| 2. U ovom susjedstvu moguće je sresti opasne osobe.   | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |
| 3. U ovom susjedstvu često se čuje glasna muzika, vika ili svađa.   | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |
| 4. U mom susjedstvu ima ljudi koji prodaju drogu.   | 1                   | 2                     | 3                                | 4                  | 5                 |

**8. Zanima nas nekoliko informacija o uključenosti pojedinaca u život lokalne zajednice. Jeste li u posljednjih 5 godina ...**

|  | Nisam | Jesam, jednom | Jesam, više puta |
|--|-------|---------------|------------------|
| 1. sudjelovali u nekoj akciji koja je imala za cilj poboljšati uvjete življenja u Vašem susjedstvu?                                    | 1     | 2             | 3                |
| 2. potpisali neku peticiju (fizički ili online) kojom se htjelo potaknuti neke promjene u Vašem susjedstvu?                            | 1     | 2             | 3                |
| 3. slali pismo ili dopis ili pak uputili telefonski poziv kojim ste htjeli potaknuti neke promjene u Vašem susjedstvu?                 | 1     | 2             | 3                |
| 4. komentirali ili razgovarali osobno s nekim o problemima koji utječu na kvalitetu življenja u Vašem susjedstvu?                      | 1     | 2             | 3                |
| 5. prisustvovali javnom skupu kojim se htjelo potaknuti neke promjene u Vašem susjedstvu (npr. javna rasprava o prostornim planovima)? | 1     | 2             | 3                |

**9. Jeste li članovi i ako jeste, koliko često sudjelujete u aktivnostima nekih od sljedećih tipova udruga, klubova, društava ili grupa UNUTAR VAŠEG KVARTA?**

|   | Nisam član | Član sam ali ne sudjelujem u aktivnostima | Član sam i ponekad sudjelujem u aktivnostima | Član sam i često sudjelujem u aktivnostima |
|---|------------|---|--|--|
| 1. sportske (klubovi, udruge i sl.)   | 0          | 1   | 2  | 3  |
| 2. vjerske (vjerničke zajednice ili bratstva, crkveni zbor, župsne grupe i sl.)                           | 0          | 1   | 2  | 3  |
| 3. kulturnih, umjetničkih ili glazbenih (KUD, zbor, dramska, likovna i sl.)                               | 0          | 1   | 2  | 3  |
| 4. dragovoljne organizacije (udruge mladih, pomladak DVD, pomladak Crvenog križa, izviđači, skauti i sl.) | 0          | 1   | 2  | 3  |

**10. Koliko ste zainteresirani/ koliko Vas zanima što se događa u Vašem susjedstvu? (1= nimalo, 5= veoma)?**

1    2    3    4    5

**11. Od koje godine ste član Facebook grupe svog susjedstva/kvarta? (upisati godinu)?**

\_\_\_\_\_

**12. Koliko često koristite Facebook grupu svog kvarta u sljedeće svrhe?**

|  | Nikada | Rijetko | Povremeno | Često |
|--|--------|---------|-----------|-------|
| 1. Da budete u toku sa zbivanjima u susjedstvu.  | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 2. Da pronađete usluge ili proizvode dostupne unutar susjedstva.                                 | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 3. Da komunicirate s drugim članovima susjedstva.  | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 4. Da podijelite informacije o aktualnostima i zbivanjima unutar susjedstva.                     | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 5. Da podijelite usluge ili proizvode dostupne unutar susjedstva s ostalim članovima susjedstva. | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 6. Da se požalite ostalim članovima grupe na određene situacije u susjedstvu.                    | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 7. Da objavljujete fotografije ili informacije o prošlosti susjedstva.                           | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 8. Da podijelite ili pronađete sadržaj zabavnog karaktera.                                       | 1      | 2       | 3         | 4     |



**13. Molim Vas da procijenite intenzitet korištenja Facebook grupe svojeg susjedstva/kvarta prije i s pojavom pandemije bolesti COVID-19 (pod korištenjem misli se na komunikaciju, objavu ili čitanje sadržaja, komentiranje, pružanje ili traženje usluga i slično):**

1. Koristim je rjeđe nego prije početka pandemije
2. Koristim je podjednako kao i prije početka pandemije
3. Koristim je češće nego prije početka pandemije
4. Ne znam/ne mogu procijeniti

**14. U kojoj mjeri se slažete sa sljedećim izjavama vezanima za Facebook grupu Vašeg kvarta?**

|   | Nimalo se ne<br>slažem | Uglavnom se<br>ne<br>slažem | Niti se slažem<br>niti se ne slažem | Uglavnom se<br>slažem | Popuno se<br>slažem |
|---|------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|-----------------------|---------------------|
| 1. Volim čitati komentare drugih članova Facebook grupe.  | 1                      | 2                           | 3                                   | 4                     | 5                   |
| 2. Dobivam korisne i/ili vrijedne informacije zahvaljujući komentarima objavljenima unutar grupe.         | 1                      | 2                           | 3                                   | 4                     | 5                   |
| 3. Osjećam da ova Facebook grupa predstavlja dio mene.  | 1                      | 2                           | 3                                   | 4                     | 5                   |
| 4. Osjećam osobnu povezanost s ovom Facebook grupom.  | 1                      | 2                           | 3                                   | 4                     | 5                   |
| 5. Pokušavam nagovoriti svoje prijatelje i obitelj da se učlane u ovu Facebook grupu.                     | 1                      | 2                           | 3                                   | 4                     | 5                   |
| 6. Ne propuštam priliku da drugima govorim o dobrobitima ove Facebook grupe.                              | 1                      | 2                           | 3                                   | 4                     | 5                   |
| 7. Branio/la bih ovu Facebook grupu da netko govori loše o njoj.  | 1                      | 2                           | 3                                   | 4                     | 5                   |
| 8. Ako pomislim da ova grupa treba nešto poboljšati, osjećao/la bih se slobodno reći to administratorima. | 1                      | 2                           | 3                                   | 4                     | 5                   |
| 9. Ako primijetim problem predložio/la bih promjene administratorima grupe.                               | 1                      | 2                           | 3                                   | 4                     | 5                   |
| 10. Spreman/na sam pružiti informacije koje će pomoći ovoj Facebook grupi.                                | 1                      | 2                           | 3                                   | 4                     | 5                   |

**15. Po Vašoj procjeni, koliko ste jučer u prosjeku minuta proveli na Facebooku?**

\_\_\_\_\_

**16. Koliko ukupno imate Facebook prijatelja (upisati procijenjeni broj)?**

\_\_\_\_\_

**17. Koliko ljudi od tog ukupnog broja Facebook prijatelja smatrate pravim prijateljima (upisati procijenjeni broj)?**

**18. Koliko često radite sljedeće aktivnosti kada ste na Facebooku?**

|   | Nikada | Rijetko | Povremeno | Često |
|---|--------|---------|-----------|-------|
| 1. Igrate igrice (Farmville, MafiaWars itd.).   | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 2. Objavljujete statuse.  | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 3. Dijelite poveznice.  | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 4. Komentirate (statuse, objave na vremenskoj crti, fotografije itd.).  | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 5. Dopisujete se preko Messengera.  | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 6. Kreirate ili potvrđujete događaje.   | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 7. Gledate fotografije ili video sadržaje.  | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 8. Objavljujete fotografije ili videosadržaje.  | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 9. Označujete druge na fotografijama ili videosadržajima.   | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 10. Pregledavate novosti na vremenskoj crti pasivno (bez reakcija na sadržaj, komentiranja ili nešto slično). | 1      | 2       | 3         | 4     |
| 11. Pregledavate novosti na vremenskoj crti aktivno (reagirate na sadržaj, komentirate ili slično).           | 1      | 2       | 3         | 4     |

**19. Za sljedeći blok pitanja razmislite o Facebook grupi svojeg susjedstva koja uključuje sve članove. Molim Vas da označite u kojoj mjeri se slažete ili ne slažete sa sljedećim izjavama:**

|   | Nimalo se ne slažem | Uglavnom se ne slažem | Niti se slažem niti se ne | Uglavnom se slažem | Potpuno se slažem |
|---|---------------------|-----------------------|---------------------------|--------------------|-------------------|
| 1. Održavam bliske odnose s nekim članovima ove Facebook grupe.               | 1                   | 2                     | 3                         | 4                  | 5                 |
| 2. Provodim dosta vremena u interakciji s nekim članovima ove Facebook grupe. | 1                   | 2                     | 3                         | 4                  | 5                 |
| 3. Neke članove ove Facebook grupe osobno poznajem.                           | 1                   | 2                     | 3                         | 4                  | 5                 |
| 4. Učestalo komuniciram s nekim članovima ove Facebook grupe.                 | 1                   | 2                     | 3                         | 4                  | 5                 |

|  |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|
| 5. Ova Facebook grupa s entuzijazmom adresira probleme članova.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Ova Facebook grupa pruža povjerljive informacije.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Generalno gledajući, vjerujem ovoj Facebook grupi.  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Smatram da ova Facebook grupa pruža informacije koje su u skladu s mojim vrijednostima.                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. Slažem se sa stvarima koje ova Facebook grupa smatra važnima.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. Aktivnosti ove Facebook grupe podudaraju sa mojim vrijednostima.   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Kada mi netko u ovoj Facebook grupi pomogne, osjećam da je pravilno da uzvratim pomoć kada je to potrebno. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. Članovi ove Facebook grupe trebali bi vraćati usluge i pružiti pomoć zajednici kada je to potrebno.        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. Moje ponašanje će dovesti do suradnje s drugim članovima u budućnosti.                                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**20. Spol:**

- Muški
- Ženski

**21. Godina rođenja:** \_\_\_\_\_

**22. Mjesto rođenja?**

1. Zagreb
2. Mjesto u okolici Zagreba
3. U Hrvatskoj
4. U susjednoj državi: \_\_\_\_\_
5. Drugdje: \_\_\_\_\_

**23. Od koje godine živite u ovom naselju/kvartu?**

\_\_\_\_\_

**24. Koliko generacija u Vašoj obitelji živi ili je živjelo u ovom naselju/kvartu?**

1. Samo ja (uključuje i Vašeg partnera/icu i djecu).
2. U ovom naselju žive ili živjeli su i moji roditelji.
3. U ovom naselju žive ili živjeli su i moji baka i djed.

**25. Smatrate li se domaćim ili došljakom?**

1. Domaćim

2. Došljakom
3. Ne znam/ne mogu procijeniti

**26. U kojoj vrsti stambenog objekta živite?**

1. zgrada s 1 stanom (samostojeća kuća)
2. zgrada s 2 stana (samostojeća kuća)
3. zgrada s 3 do 9 stanova
4. zgrada s 10 i više stanova

**27. Planirate li u skorijoj budućnosti odseliti se iz Markuševca (bez obzira na to selite li se u drugi dio Zagreba ili negdje drugdje)?**

1. Uopće ne planiram.
2. Ponekad razmišljam o tome.
3. Često razmišljam o tome.
4. Planiram, svako se namjeravam odseliti.

**28. Ako ste na prethodno pitanje odgovorili sa da, kamo se namjeravate preseliti?**

1. Uopće ne namjeravam, želim ostati živjeti u svojem naselju.
2. Namjeravam se preseliti, ali još ne znam kamo.
3. Namjeravam se preseliti u isti dio grada u kojemu i sada živim.
4. Namjeravam se preseliti u drugi dio Zagreba.
5. Namjeravam se preseliti u drugo naselje na području Zagrebačke županije.
6. Namjeravam se preseliti u neki drugi dio Hrvatske.
7. Namjeravam se preseliti u inozemstvo.

**29. Radni status:**

1. Zaposlen/a
2. Samozaposlen/a
3. Učenik/ica ili student/ica
4. Umirovljenik/ica
5. Nezaposlen/a
6. Ostalo. Što? \_\_\_\_\_

**30. Molimo Vas da navedete najviši postignuti stupanj obrazovanja.**

1. osnovna škola
2. srednja škola (strukovna, gimnazija, kv/vkv)
3. visoko obrazovanje (viša škola, fakultet, sveučilišni studij, veleučilišta, visoke škole, poslijediplomski studij)

**31. Kakav je Vaš sadašnji bračni status?**

1. neoženjen/neudana
2. oženjen/udana/izvanbračna zajednica
3. rastavljen/rastavljena
4. udovac/udovica

**32. Koliko članova, uključujući i Vas, ima Vaše kućanstvo?**

1. u dobi do 13 godina: \_\_\_\_\_
2. u dobi između 14 i 17 godina: \_\_\_\_\_
3. u dobi od 18 godina i više: \_\_\_\_\_

**33. Ako uzmete u obzir ukupan mjesečni dohodak svih članova Vašega kućanstva i njihove uobičajene ukupne troškove, Vaše kućanstvo spaja kraj s krajem:**

1. vrlo teško
2. teško
3. s malim poteškoćama
3. uglavnom lako
4. lako
4. vrlo lako

**HVALA NA SUDJELOVANJU U ISTRAŽIVANJU!**

## **VODIČ ZA INTERVJU**

**1. Koliko dugo živite u svojem susjedstvu?**

- Koliko ste aktivni u susjedskim aktivnostima (organizacija i sudjelovanje u društvenim, kulturnim, sportskim, političkim događajima i akcijama)?
- Koliko znanaca i prijatelja imate u svom susjedstvu? Koliko često se družite sa svojim susjedima?
- Kako ste upoznali svoje susjede i kako s njima komunicirate?

**2. Kako biste opisali svoje susjedstvo?**

- Kakvi su odnosi među susjedima?
- Kakva je, po Vašem mišljenju, cjelokupna infrastruktura susjedstva?
- Koji bi, po Vašem mišljenju, bili glavni problemi s kojima se vaše susjedstvo susreće?
- Je li se Vaše susjedstvo susrelo s nekim većim problemom i ako jest, kako se on riješio?
- Organiziraju li se kakva događanja i akcije (npr. dani susjedstva)?
- Kakvi su odnosi s političkim akterima u susjedstvu?

**3. Na koji način dolazite do informacija o tome što se događa u Vašem susjedstvu?**

- Koju ulogu u tome ima Facebook grupa susjedstva?

**4. Što Vas je potaknulo da kreirate Facebook grupu svog susjedstva?**

- Kako je grupa funkcionirala na samim počecima? Kakva je bila dinamika članstva?
- Kako ste odredili pravila grupe i što vas je na to potaknulo?
- Zašto ste odabrali otvoren i javni tip grupe?
- Budući da odobravate objave, koji zahtjevi su najčešći?
- Koje se teme, po Vašem mišljenju, najčešće provlače kroz sadržaj grupe?
- Jeste li se susreli s nekim neugodnim situacijama u Facebook grupi susjedstva? Kako ste ih riješili?

**5. Kakav je utjecaj imala pojava pandemije bolesti COVID-19 na grupu Vašeg susjedstva?**

- Jeste li primijetili promjenu u broju članova grupe?
- Jeste li primijetili promjenu u intenzitetu objava i komunikacije?

**6. Kakav su utjecaj imali potresi na širem zagrebačkom području na grupu?**

- Jeste li primijetili promjenu u broju članova grupe?
- Jeste li primijetili promjenu u intenzitetu objava i komunikacije?

**7. Jeste li ikada inicirali neku akciju preko Facebook grupe susjedstva?**

- O kojoj akciji je bila riječ?
- Kakva je bila reakcija članova grupe, jesu li se odazvali?
- Je li se ona realizirala u granicama Vašeg fizičkog susjedstva?

**8. Kako vidite budućnost Vaše Facebook grupe susjedstva?**

- S kojim problemima biste se mogli susretati? Koje ste nedostatke do sada uočili?
- Kako bi se Vaša grupa mogla unaprijediti? Koji potencijali bi se mogli iskoristiti?
- Ako bi se u budućnosti ponudio alat u obliku aplikacije koji bi zamijenio Facebook grupu Vašeg susjedstva, biste li ga koristili?

**9. Postoji li još neka tema koje se nismo dotaknuli, a o kojoj biste voljeli reći nešto više?**

**Hvala Vam na razgovoru i sudjelovanju u istraživanju!**

## INFORMATIVNI OBRAZAC

### **ISTRAŽIVANJE: „Susjedstvo između virtualnosti i realnosti: utjecaj korištenja društvenih mreža na razinu uključenosti u lokalnu zajednicu na primjeru dviju zagrebačkih četvrti “**

Ovaj informativni obrazac namijenjen je svim sudionicima istraživanja, a sadržava informacije o istraživačkom projektu i njegovim ciljevima.

#### *Informacije o istraživanju*

U svrhu izrade doktorske disertacije provodi se istraživanje „Susjedstvo između virtualnosti i realnosti: utjecaj korištenja društvenih mreža na razinu uključenosti u lokalnu zajednicu na primjeru dviju zagrebačkih četvrti“. Cilj je ovog istraživanja dobiti uvid u odnos između korištenja društvene mreže Facebook i uključenosti u lokalnu zajednicu članova Facebook grupa susjedstva. Samo istraživanje provodi se na uzorku dviju zagrebačkih četvrti koje uz svoju fizičku dimenziju, posjeduju i onu virtualnu u obliku Facebook grupe četvrti. Odabrane grupe zadovoljavaju kriterije brojnosti članova te intenziteta i aktivnosti u dnevnim objavama.

#### *Tko će provoditi istraživanje?*

Istraživanje provodi istraživačica s Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar u Zagrebu koja je ujedno i doktorandica na Hrvatskom katoličkom sveučilištu.

#### *Koja je svrha istraživanja?*

Istraživanje koje se provodi ima sljedeće ciljeve:

- Dobiti uvid u strukturu objava odabranih Facebook grupa susjedstva.
- Dobiti uvid u osnovna obilježja socijalnih interakcija članova Facebook grupa susjedstva u virtualnom i fizičkom prostoru.
- Utvrditi vezu između aktivnosti u korištenju Facebook grupe susjedstva s razinom uključenosti u lokalnoj zajednici.
- Dobiti uvid u osnovna obilježja socijalnog kapitala i ispitati njegovu povezanost s razinom uključenosti u zajednicu.

#### *Što istraživanje uključuje?*

Istraživanje uključuje kratak upitnik o osnovnim informacijama o sugovorniku te snimani razgovor. Svi osobni podatci kao i snimani razgovor bit će anonimizirani i dostupni na uvid samo istraživačici.

#### *Što će se dogoditi s prikupljenim podacima?*

Koristit će se u svrhu pisanja doktorske disertacije. Moguće je da, nakon njihove anonimizacije, neki dijelovi intervjua ili drugi podatci s terena budu citirani u doktorskoj disertaciji ili znanstvenom radu.

#### *Što s mojom privatnosti?*

Jedino će istraživačica biti upoznata s Vašim identitetom. Pri publikaciji rezultata istraživanja bit će korišteni pseudonimi (zamjenska imena čija je svrha zaštita Vaše privatnosti) kako nitko ne bi mogao prepoznati identitet bilo kojeg sudionika istraživanja. Izvorne materijale koristit

će samo istraživačica, a bilo koja informacija na temelju koje bi se mogao odati Vaš identitet, bit će anonimizirana.

***Što ako ne želim sudjelovati ili se predomislim?***

Sudjelovanje u ovom istraživanju je isključivo dobrovoljno i provest će se samo uz Vaš pristanak. Sudionici istraživanja su slobodni prekinuti sudjelovanje u bilo kojem trenutku bez negativnih posljedica te bez potrebe da svoju odluku objašnjavaju. Također, slobodni ste postavljati pitanja, iznijeti svoje komentare ili zatražiti dodatna objašnjenja. Ovo istraživanje nije test; nema „točnih“ i „netočnih“ odgovora. Zanimaju nas Vaši stavovi/ mišljenja/ iskustva, a u njih možemo steći uvid samo u razgovoru s Vama, zbog čega su nam ovi intervjui vrlo vrijedni.

***Hoću li dobiti naknadu za sudjelovanje?***

U ovom istraživanju nema naknade za sudjelovanje.

***Hoće li rezultati istraživanja biti objavljeni?***

Da, rezultati istraživanja bit će objavljeni u doktorskoj disertaciji te potencijalno u akademskim časopisima i knjigama.

***Izlažem li se ikakvom riziku sudjelovanjem u istraživanju?***

Sudjelovanje ne podrazumijeva nikakve rizike. Istraživačica je upoznata i pridržavat će se profesionalnih i etičkih načela, te posjeduje iskustvo rada na ovakvoj vrsti istraživanja. Sudjelovanje je u potpunosti dobrovoljno, te sudionici mogu odabrati vrijeme i mjesto svakog susreta koji ovo istraživanje obuhvaća. Ako ćete se osjećati nelagodno razgovarati o pojedinim temama, možete odlučiti da ne želite odgovoriti na pojedina pitanja.

***Tko je odobrio ovo istraživanje?***

Ovo istraživanje odobrilo je Etičko povjerenstvo Hrvatskog katoličkog sveučilišta.

**Kontakt:**

Za daljnje informacije kontaktirajte:  
Matea Milak, mag. soc. (istraživačica)  
tel: 091 8900 599  
[matea.milak@pilar.hr](mailto:matea.milak@pilar.hr)

*Ovim potpisom dajem svoj pristanak na sudjelovanje u istraživanju:*

---

(sudionik istraživanja)

---

(istraživačica Matea Milak)