

DOI 10.51558/2490-3647.2024.9.1.939

UDK 316.32:004

Primljeno: 21. 01. 2024.

Izvorni naučni rad
Original scientific paper

Amina Vatreš, Selma Alispahić

REKONCEPTUALIZACIJA DRUŠTVENE SOLIDARNOSTI: UMREŽENA SEGMENTIRANOST KAO NOVI OBLIK DIGITALNOG JAZA

Mnogi autori prepoznali su unificirajući potencijal digitalnih tehnologija. McLuhan uvodi sintagmu “globalno selo”, a Castells piše o novonastajućem društvu kao “umreženom”. Međutim, iskustvo življenja u “umreženom društvu” dovelo je u pitanje pretpostavke o jednodimenzionalnom karakteru učinka digitalnih tehnologija kako na globalnu društvenu solidarnost, tako i na solidarnost na mikro nivou, pri čemu i sam Castells pravi svojevrstan iskorak razmatrajući transformaciju društva od umreženog ka segmentiranom i najavljujući kraj tradicionalnog koncepta masovne publike. Posredstvom masovnih, a posebice novih društvenih medija, publika je kao interaktivan subjekt otvorena za daljnju segmentaciju i diferencijaciju. Ovi uvidi ukazuju na nužnost ponovnog promišljanja utjecaja novomedijskih tehnologija – s jedne strane na oblike konstrukcije društvenog identiteta i društvene povezanosti, a s druge na stvaranje digitalnog jaza, podržanog i algoritmima umjetne inteligencije. Pored toga, određene kategorije je potrebno revidirati/redefinirati misleći ih ponajprije u kontekstu društvenih i političkih podjela, koje upotreba društvenih mreža generira i produbljuje, poput koncepta “digitalnog jaza” čije je izvorno značenje povezano s problemom nejednakog pristupa digitalnim resursima. Glavni cilj rada tiče se doprinosa osavremenjenju istraživačkih kategorija korištenih u analizama u okviru studija medija i društva, s namjerom da se njihova teorijska i praktična primjena učini adekvatnijom i prilagođenijom savremenoj društvenoj stvarnosti. Rad će predložiti nove formulacije ključnih pojmova pri čemu se inherentna multidimenzionalnost razmatranih kategorija nastoji učiniti razvidnom i to u kontekstu utjecaja novih medija i

tehnologija. Krajnji rezultat rada sadržan je u svojevrsnom mapiranju načina na koji novomedijski ekosistem podržava procese izgradnje društvene solidarnosti, odnosno stvaranja digitalne otuđenosti.

Ključne riječi: društvene mreže; društvena solidarnost; digitalni jaz; segmentirano društvo; umreženo društvo

UVOD

Tehnoutopističke pretpostavke o jednodimenzionalnim efektima digitalnih tehnologija na globalnu društvenu solidarnost sve su ugroženije shodno dinamičnosti društvenih promjena kako u fizičkom, tako i u virtualnom prostoru. Dovoljno se osvrnuti na online rasprave o recentnim temama poput pandemije COVID 19, prava na pobačaj, ženske solidarnosti ili pak rata u Ukrajini, izraelsko-palestinskog sukoba, za koje prije možemo reći da su podijelile nego ujedinile javno digitalno mnijenje. Svojedobno široko zastupljena pretpostavka da digitalne tehnologije vode ka stvaranju globalnog umreženog društva kao solidarnog društva temeljito je dovedena u pitanje, te se nužnom čini evaluacija potencijala društvenih mreža i digitalnih tehnologija u pogledu mogućnosti stvaranja zbiljske povezanosti nasuprot društvenoj fragmentaciji i segmentiranosti. Cilj ovoga rada ogleda se upravo u potrebi redefiniranja i osavremenjenja kategorija koje koristimo u promišljanju i analizi savremenog digitalnog društva i karaktera društvenosti koja u njemu postoji, posebno koncepta *digitalnog jaza* u horizontu odnosa digitalna tehnologija – društvo – solidarnost.

Značajno je na početku osvrnuti se na određenje samog koncepta solidarnosti iz sociološke perspektive, naglašavajući njenu kohezivnu funkciju i vrijednost, uz pregled različitih pristupa njenom razumijevanju, pri čemu se u obzir uzimaju i gledišta koja ističu da solidarnost jedne grupe često podrazumijeva i isključenje drugih grupa. Također, u prvom dijelu rada razmatra se teza o krizi savremene solidarnosti, ne gubeći iz vida postojanje gledišta koje nude oprečno shvatanje, te optimistično istrajavaju na uvjerenju o pozitivnim unificirajućim učincima informacijsko-komunikacijskih tehnologija u globaliziranom svijetu.

Nadalje će pažnja biti posvećena razmatranju koncepta *digitalne solidarnosti*, *tehnoutopizma* i *tehnoskepticizma*, te teorijskim pristupima koji zagovaraju tezu da solidarnost jača zahvaljujući korištenju digitalne tehnologije, kao i onima koji ta-

kav razvoj prokazuju kao iluziju i neutemeljeni, ideologizirani utopizam. K tome, razmatra se ideja o pomaku od *masovne* ka *fragmentiranoj publici* i umnožavanju personaliziranih i ka potrebama usmjerenih medijskih sadržaja, kao i fenomeni poput *informacijske čahure* ili *filterskog mjeħura* za koje se smatra da imaju izolirajućí učinak dok istovremeno jačaju homogenizaciju i unutarnju koheziju određenih društvenih grupa.

Teza da društvene mreže sužavaju naše vidno polje u političkom i ideološkom smislu te su usmjerene ka predimenzioniranju razlika i podjela među korisnicima naredni su segment ovog rada. U fokusu je i gledište prema kojem su društvene mreže, zapravo, *antidruštvene*, kao i fenomen *retribalizacije* i njen učinak na demokratiju, a u vezi sa tim sagledavaju se i prognoze prema kojima nastupa stanje *postdemokratije* i novih oblika društvenog otuđenja. Uz to, u ovom, centralnom dijelu rada, kategorija *digitalnog jaza* se reformulira u kontekstu odmaka od njenog tradicionalnog, ekonomsko-političkog značenja ka onom koje se usmjerava na transfer i repliciranje analognog i materijalno-postojećeg ideološkog jaza u domenu digitalnog i virtuelnog. Kategorije *anonimne javnosti* u virtuelnom prostoru i *kiberdemokratije*, te utjecaj *ekonomije pažnje*, algoritama društvenih mreža i sistema filtriranja na digitalne društvene identitete, solidarnosti, ponašanja i pripadnosti su ovdje također eksplicirani i razmotreni.¹

Najzad, analizira se i pojava tzv. *hashtag* aktivizma s obzirom na fenomen digitalne solidarnosti. Izlaže se značenje i određenje društvenih pokreta, te njihova veza sa društvenom solidarnošću. Ovaj dio naglašava važnost interneta i digitalnog povezivanja za društvene pokrete, kolektivno djelovanje i konstrukciju kolektivnih identiteta u savremenom svijetu. K tome, predstavlja se i koncept *konektivne akcije*, te se ustanovljuje nemogućnost da društveni pokreti u digitalnom prostoru u potpunosti zamijene materijalizirane pokrete ozbiljene u realnom socijalnom svijetu. Pokazuje se da je, u ovom kontekstu, značaj *hashtag* aktivizma prevashodno u vezi sa naporima za podizanje svijesti o određenim društvenim problemima, a zatim i sa poticanjem javne podrške i mobilizacije, te da, ipak, upravo zbog njegovog partikularnog, reaktivnog i performativnog karaktera on rijetko, kao *aktivizam iz fotelje*, dovodi do dubokih strukturalnih promjena.

Zaključak rada je društveni i politički potencijal korištenja digitalne tehnologije ne može biti shvaćen kao uniforman ili jednodimenzionalan, s obzirom da su po-

¹ O konceptu *ekonomije pažnje* u kontekstu digitalne proizvodnje informacija u kojima se pojam 'pažnje' mobilizira kao ekonomska kategorija vidjeti, primjerice, Terranova (2012).

sljedice upotrebe digitalnih tehnologija u odnosu na društvenu solidarnost mnogostruke i često radikalno suprotstavljene. Predlažemo termin *umrežena segmentiranost* kao adekvatnu deskriptivnu i analitičku kategoriju koja je sposobna da dohvati ambivalentni značaj digitalne tehnologije za društvenu solidarnost, označavajući i njenu tendenciju ka parcijalizaciji i segmentaciji društvenosti, te, u širem smislu, njenom podrivanju, kao i činjenicu da ipak postoje načini na koje smo u današnjem digitalnom dobu neosporivo povezani i formalno umreženi.

1. ODREĐENJE SOLIDARNOSTI: SOCIOLOŠKI PRISTUP

Kao jedan od fundamentalnih socioloških pojmova *solidarnost* (lat. *solidare* – učiniti čvrstim ili spojiti dijelove u snažnu cjelinu) označava osjećaj zajedništva, te se razumijeva i kao ljepilo koje ljude spaja i drži zajedno, odnosno, pojedince povezuje u cjelinu, „bilo kroz uzajamnu identifikaciju i dijeljenje određenih normi ili vrijednosti, ili kroz doprinosenje nekom zajedničkom dobru, ili oboje” (Komter 2005: 1-2) Prema Baumanu (2013), solidarnost postoji onda kada se „mišljenje i djelovanje zasnivaju na principu ‘jedan za sve i svi za jednoga’”. Pored osjećaja zajedništva i pripadanja grupi, autori koji su pisali o solidarnosti su isticali i njen emocionalni sadržaj i postojanje afektivnih veza koje spajaju pojedince sa grupom, kao i činjenicu da ona podrazumijeva i određene vrste djelovanja, najčešće zasnovanih na altruizmu, povjerenju i kooperativnosti, što ukazuje na njenu intrinzično multidimenzionalnu prirodu (Smith, Sorrel 2014).

Upravo zbog toga što predstavlja oblik uzajamnosti koji nije zasnovan na pukom interesu nego na osjećaju zajedništva i povjerenju, smatra se da je solidarnost, u društvenom i političkom smislu, pretpostavka demokratije (Król 2016). Solidarnost se također određuje kao alternativa interakciji zasnovanoj na upotrebi sile i instrumentalnoj razmjeni, i stoga je jedan od temeljnih i nužnih oblika suodnošenja ljudi bez kojega bi društveni život bio nemoguć (Smith, Sorrel 2014). Osnova solidarnosti može biti zajednički identitet ili interes, poput nacionalnog ili klasnog, kao i kulturna i religijska vjerovanja (ibid. 236). Iako se najčešće tumači kroz kategoriju društvene kohezije ili veza koje pojedince spajaju i ujedinjuju, neki smatraju da se priroda solidarnosti može razumjeti i na temelju onoga čemu je suprotstavljena – poput društvenih sukoba, podjela, otuđenja, te zamjene čvrstih temelja međuljudskih odnosa fluidnim (ibid. 238).

Prema Rortyju (1989: 189), uobičajeno se smatra da ona znači prepoznavanje *zajedničke ljudskosti* kao nečega što postoji u svakome od nas. Međutim, on tvrdi da

je „naš osjećaj solidarnosti najjači onda kada one sa kojima se solidarnost izražava mislimo kao ‘jedne od nas’, pri čemu ‘mi’ obično znači nešto manje i lokalnije od čovječanstva”. U tom smislu za solidarnosti je važno koje sličnosti i razlike sa drugima držimo važnima, a pomak ka većoj solidarnosti se ne dešava kada postanemo svjesni zajedničke ljudske suštine koju dijelimo i svih ljudi kao racionalnih bića, nego kada određene sličnosti postanu važnije od razlika, što dovodi do proširenja kategorije *nas* – pri čemu su takve odluke uvijek kontingentne (ibid. 192). Slijedeći ovu perspektivu i polazeći od premise da u osnovi solidarnosti nije identifikacija sa *čovječanstvom kao takvim*, jasno je da solidarnost, koja se često vidi kao jednoznačno pozitivna stvar, može rezultirati i nepoželjnim ishodima u odnosu na etičke ideale poput saradnje, mira, altruizma i zajedničkog djelovanja koji se obično povezuju sa njom. Solidarna grupa može biti i okrutna, diskriminatorna i eksploatatorska prema drugoj/Drugima, odnosno „društvena solidarnost se obično postiže djelimično i ponekad primarno kroz diferencijaciju jedne društvene grupe od neke druge grupe (ili grupa) sa kojom je u odnosima tenzije, isključivosti i sukoba” (Smith, Sorrell 2014: 239). U ovim slučajevima ono što za jednu grupu predstavlja nešto dobro, za druge je negativno, i čak potencijalno pogubno. Zapravo, u većini slučajeva solidarnost je parohijalna i postoji sa osobama koje prepoznajemo kao one koji su slični nama, dio *nas* i *naše grupe*, a stupanj odvojenosti neke grupe od drugih je u direktnoj korelaciji sa stupnjem i jačinom njene unutarnje povezanosti i solidarnosti (ibid. 240).

U sociologiji je pojam solidarnosti ključna kategorija u teoretiziranju različitih oblika društvenosti i razlikovanja tipova ili formi ljudskih društava. Tako Malešević u svojoj sociološkoj analizi fenomena nacionalizma upravo naglašava element solidarnosti, tj. specifičnu sposobnost nacionalizma da kao *ideološki surogat*, koristeći se slikom nacije kao *proširene porodice*, penetrira u domenu odnosa mikro-solidarnosti koji su inače rezervirani za male i snažno afektivno povezane društvene jedinice, poput porodice i grupa prijatelja (Malešević 2013). On tvrdi da se nacionalizam čak može odrediti kao ideologija koja „postavlja naciju kao glavnu jedinicu ljudske solidarnosti i političke legitimnosti” (ibid. 75), te nalaže da privrženost naciji bude ispred svih drugih oblika privrženosti.

Ipak, najznačajniju sociološku teoriju društvene solidarnosti je razvio Émile Durkheim, u čijem se djelu kao glavna tema javlja problem „izvora moralnog i, prema tome, društvenog poretka” (Marshall 1994: 494). U knjizi *O podjeli društvenog rada* (1893) Durkheim je razlikovao dva oblika solidarnosti – mehaničku i organsku. Prvi tip solidarnosti je karakterističan za tradicionalna društva u kojima je postojao nizak

stupanj podjele rada i međuovisnosti pojedinaca kao međusobno sličnih, snažna kolektivna svijest i identifikacija pojedinaca sa grupom, dok organski tip solidarnosti karakterizira društva razvijene podjele rada u kojima je kolektivna svijest oslabljena i postoji visoki stupanj društvene kohezije i ovisnosti pojedinaca jednih o drugima (Durkheim 1984).

Savremeno društvo, u kojem je sve dominantnija kultura individualizma zahvaljujući promjeni modusa društvenosti, društvenih vrijednosti i odnosa u kontekstu konzumerizma, neoliberalizma i mnogosturkih oblika društvene polarizacije, identitetskih podjela i sukoba, daje za pravo tvrdnji da je danas društvena solidarnost u krizi. S obzirom na to da podstiče kompetitivnost, međusobnu sumnju, usmjerenost na vlastite živote i ciljeve, kao i izolaciju, čini se tačnim da, unatoč epizodičnim i lokaliziranim *eksplozijama solidarnosti*, „svijet u kojem danas živimo i koji kroz naše djelovanje svakodnevno – svjesno ili ne – stvaramo, nije naročito impresivan kada je u pitanju gostoljubivost prema solidarnosti” (Bauman 2013). Međutim, danas govorimo o globalnoj povezanosti te o novim oblicima solidarnosti u digitalnom dobu na temelju postojanja zajednica koje dijele mišljenja, vrijednosti i interese, što je omogućeno zahvaljujući internetu i društvenim mrežama. U skladu sa tim često se tvrdi da globalizacija, internet i nove informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT) dovode do širenja političkih, ekonomskih, društvenih i kulturnih granica, povezujući organizacije i ljude širom svijeta i stvarajući nove mogućnosti za solidarnost.

2. DIGITALNA SOLIDARNOST IZMEĐU TEHNOUTOPIZMA I TEHNOSKEPTICIZMA

Neki autori smatraju da se danas javljaju novi oblici globalne solidarnosti i da su digitalno umrežavanje i savezništva koja se sklapaju putem interneta jedan od faktora koji dovode u pitanje ideju da smo danas samo organski solidarni, objašnjavajući da „doba globalizacije i nova sredstva komunikacije otvaraju nove prilike razvijanja zajedničkih interesa, oblika zajedništva i solidarnosti u transnacionalnim društvenim pokretima” (Komter 2005: 183). Komter tvrdi da se na prelasku iz 20. u 21. stoljeće desilo uobličavanje nove vrste solidarnosti koju on naziva *segmentiranom solidarnošću* u okviru koje se, za razliku od organske solidarnosti gdje su pojedinci povezani vlastitim potrebama i interesima, „odvojeni, autonomni segmenti spajaju (ako se uopće spajaju) sa drugim segmentima, ne više iz nužnosti ili uzajamne ovisnosti, nego na temelju dobrovoljnosti” (ibid. 212).

Slično, postoje gledišta da se digitalna tehnologija i društvene mreže mogu posmatrati kao sredstvo koje nas vraća u stanje mehaničke solidarnosti utoliko što omogućavaju da kolektivna svijest ojača i vrši utjecaj na ponašanje pojedinaca, kao u slučaju utjecaja na *panic hoarding* ponašanja za vrijeme COVID-19 pandemije (Anderson 2020). Drugi pak smatraju da savremene informacijsko-komunikacijske tehnologije mogu biti moćan instrument izgradnje društvene solidarnosti, osnaživanja i demokratizacije. Analizirajući digitalnu solidarnost na primjeru migrantske krize u Europi, Marino zaključuje da „korištenjem moći digitalnih inovacija kao kolaborativnog, umreženog i problemski orijentisanog resursa, na čovjeka usmjerenija upotreba tehnologija može učinkovito ohrabiti cirkuliranje društvene pravde, održivosti i inkluzivne demokratije” (2021: 176). Također, Stalder piše o *digitalnoj solidarnosti* kao novom, reformuliranom vidu solidarnosti kojem odgovara novi oblik subjektiviteta, za razliku od introspektivnog tipa subjektiviteta koji je dominirao u *Gutenbergovoj galaksiji* (2013: 10). Nasuprot liberalnom konceptu izoliranog, privatnog pojedinca, danas je *biti povezan* i interaktivan egzistencijalni zahtjev, primarno iskustvo subjektiviteta u kojem pojedinci grade svoju individualnost (ibid. 18-19). Prema Stalderu, u novoj, postajućoj galaksiji ljudski identitet se pomjera od *esencijalističkog in-individualiteta* ka *relacijskom singularitetu*, a „digitalne mreže predstavljaju suštinski element u savremenoj rekonstituciji autonomije i solidarnosti” (ibid. 52-53).

Ipak, uzimajući u obzir da su u savremenom svijetu fenomeni poput ksenofobije, nacionalizma, rasizma, seksizma, društvenih sukoba, krize povjerenja i krize demokratije sveprisutni, može se reći da se teza o digitalnoj solidarnosti ne potvrđuje u analognim društvenim i političkim konjunkturama. Iako društvene mreže obećavaju zajedništvo, demokratizaciju i uključenost, one često ne generiraju solidarnost nego podstiču frikciju, isključivost i polarizaciju. Štaviše, može se tvrditi da suprotno očekivanjima koja je u svojim počecima obećavala ideja nove, digitalnim tehnologijama posredovane, društvene solidarnosti, danas se, upravo zahvaljujući njima, paralelno sa procesom jačanja solidarnosti i pripadnosti grupi istomišljenika, dešavaju procesi produbljivanja (digitalnog) jaza između neistomišljenika i distance između pojedinaca i grupa.

Prema Renduelesu, upotreba interneta nije povećala kritičko mišljenje i nerealno je smatrati da internet predstavlja „privilegovanu platformu za razvoj demokratije, participacije i kooperacije” (2017: 37). *Tehnoutopistička* ideologija posmatra informacijsku tehnologiju kao sredstvo koje će omogućiti regeneraciju i jačanje slabe društvene povezanosti, unatoč činjenici da je historija proteklih nekoliko stoljeća

pokazala da je, kao posljedica tehnološkog napretka, nastupilo slabljenje tradicionalnih čvrstih veza u svim sferama života (ibid. 69-70). Prema Renduelesu, društvenost na mrežama ili *cyber-društvenost*, koja se smatra vezivnim tkivom današnjeg društva, je površna, diskontinuirana, i ne odgovara autentičnoj društvenosti, solidarnosti i stvarnoj i opipljivoj povezanosti među ljudima, te ih je dodatno *osiromašila* (ibid. 72-73). Drugim riječima, on smatra da „informacijska i komunikacijska tehnologija stvaraju fikciju nove vrste zajednice”, (ibid. 96) a internet “iluziju intersubjektiviteta” (ibid. 157).

Sve umreženiji svijet u svakoj dimenziji ljudskog iskustva, kakvim ga vidi Castells, potvrdio je neprikosnovenost u svojoj tehnološko-komunikacijskoj dimenziji, dok se iskustvo življenja u umreženom dobu, globalnom selu i informacijskom društvu u savremenom kontekstu pokazuje znatno drukčijim od one slike kakvu su prognozirali *tehnoutopisti*. Sveopća umreženost istovremeno je rezultirala preciznijim usmjeravanjem interesa i selektivnih pristupa sadržaju na koji će korisnici reagirati. Interaktivnost, personalizacija i sudjelovanje u proizvodnji sadržaja postaju determinirajući činioci digitalnog diskursa, dok korisnici aktivno oblikuju svoje online prisustvo i s tim u vezi svoje digitalne identitete. U tom kontekstu promišljajući, kao reperkusiju rastuće segmentacije, diferencijacije i društvene stratifikacije i Castells (2000) najavljuje svojevrsni kraj *masovne publike* i pravi teorijski zaokret ka konceptu *segmentirane*, odnosno *fragmentirane publike*. Umjesto usmjeravanja na opću, hetegorenu publiku, obilježenu zajedničkim općim interesima, akcentat se prebacuje na publiku klasificiranu shodno specifičnim potrebama, što rezultira prilagodbom informacija prema relevantnosti određenom segmentu. Međutim, istodobno se postavljaju pitanja izloženosti raznovrsnim informacijama, filtriranju suprotnih perspektiva i dugoročnim učincima digitalnih tehnologija na formiranje stvarnih društvenih zajednica.

Načini na koje nove napredne tehnologije, posebno tehnologije umjetne inteligencije, podržavaju proces segmentacije publike i personalizacije sadržaja vode iznimno značajnom fenomenu u teorijama medijskog utjecaja označenom kao *informacijska čahura* ili *filterski mjehur*. Pod pojmom personalizacije podrazumijeva se proces prilagođavanja digitalnog sadržaja korisnicima posredstvom AI tehnologije i tehnika analize podataka.² Ona je bazirana na prethodno prepoznatim obrascima

² Potrebno je istaći kako dominiraju komercijalizirana, tržišno orijentirana apogiranja digitalne personalizacije. Komercijalno orijentirana digitalna personalizacija pritom podrazumijeva pristup u okviru digitalnog marketinga i e-trgovine s ciljem prilagođavanja iskustava korisnika na temelju njihovih osobnih preferencija, ponašanja i karakteristika kako bi se stvorila individualizirana interakcija između kompanije i potrošača. S druge strane, autori poput Parisera (2011), zagovaraju nužnost holističkog pristupa interpretiranju personalizacije.

ponašanja korisnika i usklađena sa individualnim preferencijama, poviješću ponašanja, demografskim i drugim relevantnim karakteristikama prepoznatljivim pri svakodnevnom korištenju digitalnih platformi i web-pretraživača.

Komparirajući iskustveno polje upotrebe društvenih mreža s tunelom Eli Pariser (2011) *filterski mjehur* vidi kao svojevrsni produkt procesa algoritamske klasifikacije ljudi i personalizacije sadržaja što konsekvntno dovodi do sužavanja vidnog polja korisnika. Povezujući nas isključivo s individuama koje dijele iste ili slične ideološko-političke pozicije, te sortirajući sadržaj prema specifičnim obrascima koji odražavaju naše prethodne reakcije, pozadina funkcioniranja društvenih mreža zarobljava nas u uske okvire informacijskih čahura. Drugim riječima, digitalni otisci koje ostavljamo u virtuelnom prostoru koloniziraju nas unutar granica *metaverzuma* personaliziranog sadržaja čime se suštinski transformira način recepcije ideja i informacija. Uvodeći sintagmu *prijateljski svijet* Pariser naglašava kako online algoritmi stvaraju digitalno okruženje koje se korisnicima čini ugodnim i poznatim, istovremeno ih latentno izolirajući od raznorodnih gledišta redukcionističkim pristupom stvarnosti.

Nadalje se kao neposredna implikacija ističe ograničavanje kritičkog razmišljanja i izloženosti različitim perspektivama. No, valja istaći da je u potpunosti pogrešno zanemariti činjenicu da procesu filtriranja stvarnosti neposredno i, nerijetko nesvjesno, doprinosimo sami praveći određene izbore poput onih koga ćemo imati za prijatelje na društvenim mrežama, na čijim ćemo se objavama duže zadržavati te na šta ćemo pozitivno reagirati. Imperativ je na ovom mjestu uzeti u obzir činjenicu kako korisnici društvenih mreža nisu tek pasivni recipijenti ili konzumenti, već, suprotno tome, svoju aktivnost realiziraju kroz proizvodnju njihovog sadržaja. Ovaj fenomen dodatno je obilježen inherentnom angažiranošću korisnika koji djeluju kao esencijalna radna snaga u digitalnom okruženju. Riječju, sami bivamo kreatorima zidova vlastitog zatvora.

U tom kontekstu iznimno je značajno akcentirati kako je sasvim očito i eksplicitno ono što se u našem filterskom mjehuri nudi, dok istovremeno biva potisnuta složenost svega što je implicitno izostavljeno. S osloncem na navedenu tezu Bucher (2018) zaključuje kako algoritmi kontroliraju granice (ne)vidljivosti sadržaja i doprinose neutemeljenom simplificiranju kompleksnih narativa. Tu se nedvojbeno otvara prostor za duboke sociološke i politološke implikacije. Primjerice, društveni će

cije digitalnog sadržaja ističući kako bi krajnje redukcionistički bilo promišljati taj koncept isključivo unutar dimenzije ciljnog oglašavanja poput ponude proizvoda i usluga prilagođenih prethodnim pretragama korisnika. Svoju tezu argumentira na primjeru Facebooka čije personalizirane vijesti postaju primarnim izvorom informacija za sve veći broj njegovih korisnika. Zaključuje kako „... algoritmi koji upravljaju našim oglasima počeli upravljati i našim životima“ (Pariser 2011: 8).

aktivizam ili angažman na mrežama, često hvaljen s početka XXI stoljeća (kao što su *Occupy Wall Street* ili *Arapsko proljeće*), olako zapasti u takav redukcionizam, često bez svjesnosti aktera uključenih u proces. Na tom tragu i Pariser akcentira kako u virtuelnom prostoru ne samo da u potpunosti iščezavaju određena društveno relevantna pitanja, već su potisnuti i cijeli politički procesi. Zaključuje kako: "Filterski mjehur često blokira stvari u našem društvu koje su važne, ali su kompleksne ili neugodne. Čini ih nevidljivim. I nije riječ samo o pitanjima koja nestaju. Sve više, nestaje cijeli politički proces" (2011: 46).

3. SUPERPOVEZANI ILI IZOLIRANI?

Profesor medijskih studija Siva Vajdijanatan zastupa tezu da *Facebook* i druge društvene mreže sužavaju naše vidno polje ne proširujući naše znanje već držeći ga u istom političko-ideološkom kontekstualnom okviru. Prema njemu, „rasprave među korisnicima čija se mišljenja mimoilaze neretko se svode na sporenja o tome šta je istina, a šta laž. U okviru fejsbukovske platforme razgovor obično ostaje na nivou rafala protivrečnosti" (2018: 20).³ Indikativan primjer je situacija od prije nekoliko godina kada je bivša zaposlenica i zviždačica *Facebooka* Frances Haugen iznijela svoje spoznaje u vezi s poslovanjem *Facebooka* i potvrdila da se platforma prije oslanja na uređivačku politiku prevashodno usmjerenu ka polarizaciji i predimenzioniranju distinkcija među korisnicima, nego na konstruktivan razgovor i suštinsko povezivanje ogromne baze njegovih korisnika.

Apostrofirajući kako se u pozadini takve politike nalaze predominantno profitni motivi, a ne promicanje javnog dobra, Haugen je kao potkrijepu svojim tvrdnjama prezentirala internu dokumentaciju koja ilustrira navedene aspekte. S tim u vezi, navedeni se fenomen može razumjeti i kao *stanje* svojevrzne *intelektualne izolacije* koje nastaje usljed filtriranja i reduciranja stvarnosti. Označavajući društvene mreže zapravo *antidruštvenim* Vajdijanatan problematizira dalekosežnost utjecaja filterskog mjehura postavljajući pitanje da li je njegova posljedica tek ograničavanje vidnog polja korisnika ili nas on čak „plemenski određuje čak i više nego što to sami činimo" (ibid. 98). Tom stavu se pridružuje i Jamie Bartlett (2018) označavajući ovakvo društveno stanje terminom *retribalizacija*. Ona se javlja kao rezultat fragmentacije jednog stabilnog identiteta i njegove zamjene nizom parcijalnih identitetskih

³ Dokazi su uključivali i studije koje nedvosmisleno pokazuju da je *Facebook* imao podatke koji ukazuju na to da *Instagram* u značajnoj mjeri doprinosi mentalnim problemima tinejdžerki. Također, predstavljeni su i dokazi koji sugeriraju da je *Facebook* javnim izjavama, koje nisu korespondirale internim radnjama kompanije, intencionalno obmanjivao ulagače (Paul i Milmo 2021).

određenja potpomognutih tendencijom povezivanja sa sličnima i to ne na razini temeljitog kritičkog promišljanja, već afektivnog umrežavanja bez razrađene ideje i orijentacije društvenog djelovanja. Jasno je kako je na ovakav način onemogućena konstruktivna debata, a nerazumijevanje između pripadnika različitih grupa se produbljuje. „Tribalizam je razumljiv, ali u konačnici štetan za demokratiju, jer ima efekt pre naglašavanja malih razlika među nama i njihovog pretvaranja u ogromne, nepremostive provalije” (ibid. 49).

Na tom tragu tumačeći recentno doba kao doba *postdemokratije* Benasayag najvećim izazovom budućnosti vidi stanje u kojem „mašine eliminiraju Drugog” te postavlja pitanje „na koji način bismo se trebali boriti protiv potpunog poništavanja drugosti” (2019: 84). Nerijetko nesvjesno i uglavnom ne svojom voljom bivamo zarobljeni u algoritamske čahure istomišljenika, što neminovno rezultira stvaranjem otuđujućeg iskustva – iskustva društvene alijenacije. Turkle (prema McChesney 2015: 14) tako zaključuje da ljude „sve više privlače tehnologije koje stvaraju iluziju zajedništva bez zahteva stvarnog odnosa”⁴.

Upravo se u ovoj dimenziji ukazuje prostor za ponovno promišljanje, odnosno redefiniranje koncepta *digitalnog jaza* odmakavši se od njegovog promatranja isključivo s akcentom na ekonomsko-političku dimenziju i distinkcije koje proizlaze iz (ne)mogućnosti pristupa internetu i naprednim digitalnim tehnologijama. Digitalni se jaz više ne formira oko pitanja posjedovanje i pristupa tehnologiji, kako ga se u tradicionalnom smislu razumijeva (cf. Lessig 1999; Castells 2000; Van Dijk 2019), već se pozicionira u domenu antagonizama koji postoje u fizičkom prostoru te se kao takvi transferiraju u virtuelni. Drugim riječima, analogni jaz, shvaćen kao ideološko i vrijednosno proturječje, diseminira se u digitalno polje te biva dodatno podstaknut formiranjem algoritamskih informacijskih čahura. Kao svojevrsna posljedica iskustva življenja u umreženom društvu sugerira se da postojeće razumijevanje koncepta digitalnog jaza treba biti prošireno. U takvoj, novoj interpretaciji, digitalni jaz kao problemski motiv ima se razumjeti višeslojno. Naime, pored njegovog konvencionalno prihvaćenog, raširenog i specifičnog značenja, on nastaje i manifestira se kao višeslojni rezultat pripadnosti polariziranim društvenim grupama okupljenim oko fragmentiranih interesa i zajedničkih ideoloških i drugih pozicija koje su nerijetko izrazito fluidnog karaktera.

Ukoliko bismo pitanje subjektiviteta i identiteta razumjeli kao društveno konstruirane kategorije, u recentnom se kontekstu interakcija na društvenim mrežama

⁴ Više o navedenom fenomenu vidjeti u Terkl (2011).

javlja kao važan segment konstrukcije višeslojnih identiteta u komunikacijskoj praksi. Zgodić (2009) u tom kontekstu primjećuje kako je jedna od implikacija onoga što imenuje fenomenom *anonimne javnosti* upravo postojanje pluralnih, višedimenzionalnih, segmentiranih identiteta koji se, putem anonimnosti omogućene u virtuelnom prostoru, uspijevaju simultano manifestirati. Odbacujući teoriju o predeterminiranom, apriorno datom subjektivitetu, a referirajući se na Marka Postera i njegov teorijski koncept *kiberdemokracije*, Zgodić ističe kako pojedinac u digitalnom prostoru profilira vlastite fluidne i višestruke identitete u odnosu prema trenutnoj interakciji, što ne predstavlja uvijek u potpunosti svjestan čin. Moglo bi se zaključiti kako nije samo riječ o segmentiranim i pluralnim identitetima, već i o njihovoj međusobnoj isprepletenosti i koegzistenciji: „Internet omogućuje postmoderne konstrukcije identiteta. Tu se identiteti mogu izmisliti i mijenjati; odigravaju se razrađeni opisi sebe. (Poster prema Zgodić 2009: 478).⁵

I gore spomenuta personalizacija digitalnog sadržaja pretpostavlja identifikaciju neke vrste identiteta korisnika, na čijem se temelju zapravo i vrši individualno filtriranje i prilagodba velike baze internetski dostupnih informacija. U dubinskom intervjuu iz 2019. godine, objavljenom u knjizi *Tiranija algoritama: Sloboda, demokratija i izazovi umjetne inteligencije* Miguel Benasayag potcrtava kako „algoritmi funkcioniraju na osnovu mikroinformacija koje se *en masse* prikupljaju u digitalnom prostoru i koje, povezane i dovedene u korelaciju, određuju profile” (2019: 80). Identificirajući mikroponašanja pojedinaca u virtuelnom okruženju kao trenutne reakcije i tek „set fragmentiranih digitalnih otisaka”, Benasayag iznosi stajalište prema kojem ne postoje čvrste poveznice između algoritamski figuriranih identiteta i stvarnih motiva i suštinskih interpretacija korisničkih pretraga.

Analizirajući proces digitalne personalizacije na webu Pariser (2011) ističe posve divergentne pristupe različitih sudionika u identifikaciji korisničkog identiteta. Primjerice, korporacija *Google* se u velikoj mjeri oslanja na povijest pretraživanja i na korisničke interakcije putem “klikanja”, na temelju čega se izvode zaključci o korisnikovom području interesovanja. Pod pretpostavkom anonimnosti *Google* korisnici često pretražuju sadržaj bez straha da će njihove aktivnosti biti uočene ili

⁵ Teza o mogućnosti manifestacije pluralnih, segmentiranih i fluidnih identiteta unutar digitalne sfere, naročito u kontekstualnom okviru gore obrazloženog fenomena anonimnosti, može se prepoznati i u novom obavještenju korporacije *Meta* objavljenom krajem septembra 2023. godine. Naime, *Meta* je objavila da će korisnicima *Facebooka* omogućiti kreiranje višestrukih profila koji će služiti kao refleksija isključivo odabranih aspekata njihove ličnosti. To treba tumačiti kao svojevrsnu promjenu paradigme shvaćanja digitalnih identiteta čime se *implicitno* priznaju njihove odrednice poput višeslojnosti, fluidnosti i mogućnosti samoodređenja te se samim tim zvanično ohrabruje izrada lažnih korisničkih naloga (vidjeti više u Peters 2023).

evidentirane od drugih korisnika. Koncept anonimnosti pruža korisnicima slobodu da istraže različite teme ili izraze svoje interese bez straha jer vjeruju da su njihove pretrage privatne i izuzete iz općeg uvida drugim korisnicima.⁶ Sadržaj personaliziranih vijesti i *Google* oglasa umnogome je uvjetovan korisničkim ponašanjem u tom kontekstu.

Nasuprot tome, *Facebook* svoj sistem filtriranja temelji na potpuno različitom pristupu personalizaciji. Iako i Facebook nedvojbeno prati lajkove, ključni element za određivanje korisničkog identiteta na toj platformi ogleđa se u dijeljenju sadržaja i komunikaciji s drugim korisnicima. U tom kontekstu nastaje značajan disparitet čak i u algoritamskoj identifikaciji identiteta istog subjekta između *Facebooka* i *Googla*. Na *Facebooku* korisnici konstruiraju svoj identitet onakvim kakvim žele da ih drugi vide, dok *Google* pruža svojevrсни privid privatnosti shodno kojem se korisnici osjećaju slobodnima tražiti afirmaciju za specifičan aspekt svog identiteta koji nisu spremni podijeliti s drugima. Stoga se može zaključiti kako personalizacija, odnosno sadržaj dostupan u našem filterskom balonu, ne predstavlja nužno refleksiju korisničkog identiteta, već se prije može tumačiti kao partikularni odraz višedimenzionalnih, fragmentiranih identiteta situiranih u različitim kontekstima ili kao refleksija trenutnih odabira i preferencija. Značajno je u tom smislu istaći i kako se unutar predominantno profitno orijentiranog digitalnog diskursa komercijalni identiteti nerijetko nastoje uskladiti ili se čak u potpunosti poistovjetiti sa stvarnim, umnogome usložnjenijim, identitetima korisnika. Ovaj proces dovodi do promjene paradigme i prebacivanja fokusa s aktivnog korisnika prema pasivnom konzumentu digitalnih sadržaja pri čemu se algoritamski anticipira korisničko ponašanje koje odgovara njegovoj afektivnoj dimenziji i trenutnim promjenjivim potrebama u potrošačkom smislu. U skladu s navedenom tvrdnjom razvidno je kako se u savremenom digitalnom okruženju stvaraju parcijalne društvene solidarnosti, usmjerene prema konkretnim pitanjima i problemima te su kao takve često fokusirane na algoritme, odnosno *ekonomiju pažnje*. Ovo je posebno uočljivo na primjeru digitalnog oblika društvenog aktivizma.

Rekonceptualizacija digitalnog jaza kroz prizmu identiteta, a ne isključivo kroz materijalni aspekt posjedovanja tehnologije, naglašava značaj socijalnih dinamika i društvenih dimenzija u oblikovanju općeg pojma digitalnog jaza. Ovaj pristup nadilazi isključivo tehničke ili ekonomske dimenzije problema, stavljajući naglasak

⁶ Taj subjektivni osjećaj sigurnosti potiče otvorenost korisnika u istraživanju raznolikih tema, odražavajući se u njegovim pretragama koje, s obzirom na ovu pretpostavljenu privatnost, možda ne bi bile istražene u manje privatnom okruženju (kakav je, primjerice, prostor društvenih mreža). Svakako je nužno uzeti u obzir kako percepcija anonimnosti može imati duboke implikacije na ponašanje korisnika, pridonoseći dinamici individualne manifestacije identiteta unutar virtualnog okvira.

na šire društvene kontekste koji doprinose oblikovanju digitalnih segmentiranosti. Tako se ovim svojevrsnim zaokretom u poimanju digitalnog jaza omogućava njegovo prošireno, holističko razumijevanje kao sociološke kategorije koja ide dalje od puke tehničke umreženosti te se prevashodno tiče pitanja *digitalne pripadnosti* i načina na koji napredne digitalne tehnologije pogoduju produbljivanju međusobnog nerazumijevanja. Govori se o tome kako „umreženi svijet favorizira način razmišljanja krhkog fundamentalizma”, što čini tzv. sukob filtera (engl. *filter clash*) neizbježnim sukobom „paralelnih javnih sfera i samopotvrđujućih miljea” (Poerksen 2022).

Bez namjere ulaska u dublju analizu, kao jedan od vidova parcijalne društvene solidarnosti mogu se interpretirati različiti oblici solidarnosti koje se obrazuju spram ekspanzija različitih oblika *alternativnih činjenica*, *post-istine* i drugih fenomena koji pogoduju razvoju *teorija zavjere*. Pristalice ovih teorija, okupljene u digitalnom okruženju, pronalaze afirmaciju za svoje stavove i uvjerenja što dodatno podstiče njihovu aktivnost koja se također može promatrati kao izraz digitalne solidarnosti. Na taj se način digitalni jaz, shvaćen u gore obrazloženom smislu, formira i u međuprostoru *mainstream* nauke i teorija zavjere.

Dijalektično, bivajući *superpovezani* (cf. Chayko 2018) zapravo smo isključeni iz stvarnog i empirijskog povezivanja, a posebice od onog što je na izvjestan način suprotno od ranije formiranih gledišta, uvjerenja, kao i onoga što odstupa od usaglašenosti s našom ideološkom pozicijom. Slijepa uronjenost u vlastite *ehokomore* sprečava nas da saznamo ono što bi na određeni način moglo utjecati na promjenu naše predodžbe stvarnosti, kao i suočavanje s argumentima koji bi u pitanje doveli naše stavove i uvjerenja: „Izbor sadržaja koji vam se nudi s vremenom se sužava u perspektivi, zbog toga što su objave prijatelja i sajtova obično politički dosledne. Budući da je čitanje izbora vesti naših prijatelja sve češće način na koji saznajemo šta se zbiva u svetu i kakvi ga problemi muče, sve su slabiji izgledi da pronađemo informacije potekle izvan svoje grupe i tako ostajemo gluvi i slepi za protivargumente i drugačije tvrdnje” (Vajdijanatan 2018: 20).

4. HASHTAG AKTIVIZAM – DRUŠTVENA SOLIDARNOST ILI NJEN PRIVID?

Doba digitalizacije je nesumnjivo utjecalo ne samo na način na koji živimo, subjektiviziramo, socijaliziramo i povezujemo se jedni s drugima, već i na naše društveno i političko djelovanje. Uprkos činjenici da su mediji, bilo da se radi o novinama, ili pak radiju ili televiziji, oduvijek bili iznimno značajan element za

društvene pokrete i njihovu mobilizaciju, digitalizacija i individualizacija transformirala je savremene forme aktivizma i društvenog djelovanja.

U nedostatku jedinstvenog određenja Pavlović daje sveobuhvatnu definiciju društvenog pokreta kao „kolektivne, javne, dobrovoljne, masovne, manje ili više spontane akcije ljudi koja izrasta iz nezadovoljenih potreba”, koja “pokreće rešavanje značajnih društvenih pitanja i stremi manjim ili većim društvenim promenama” (2009: 101). Shvaćen kao oblik društvene akcije, društveni pokret predstavlja jedan od središnjih fenomena savremenog demokratskog društva. Klasična sociološka i politološka literatura također pravi distinkciju između klasičnih ili tradicionalnih društvenih pokreta 19. i 20. vijeka kao što su radnički, feministički, etnički ili religijski pokreti i novih društvenih pokreta od sredine 20. stoljeća. Povezani sa turbulentnim i šarolikim društvenim protestima i pokretima tokom 60-ih godina prošlog stoljeća, inspirisani poststrukturalizmom i postmodernizmom u intelektualnom smislu, kao središnju odrednicu imaju pojavljivanje u kontekstu postindustrijskog društva pri čemu nisu fokusirani na obezbjeđivanje prava esencijalno shvaćenim kolektivnim identitetima, već su okrenuti ka pojedincu, individui čiji je identitet hibridnije, fluidno i društveno konstruiran. No, u oba slučaja, individualni osjećaj predanosti i odanosti kolektivu sa kojim se pojedinac identificira s obzirom na svoja iskustva i emocije, ili drugim riječima – solidarnost, jedan je od ključnih motivacijskih faktora mobilizacije i kolektivnog djelovanja.

Važnost interneta za društvene pokrete posebno je došla do izražaja sredinom 2000-ih i početkom 2010-ih godina sa pokretima poput *Occupy Wall Street* i *Arapskog proljeća*. Internet je, kako konstatira Castells, predstavljao važan javni prostor umrežen između digitalnog i urbanog, kao prostor autonomne komunikacije „jer upravo ona omogućava da se pokret formira i da bude u interakciji s društvom u celini, izvan kontrole nosilaca moći uspostavljene posredstvom komunikacijske moći” (2008: 29). Stoga se unutar takvog okruženja moglo potaknuti oblikovanje solidarnosti i rađanje pokreta u emocijama pojedinaca i njihovom umrežavanju na osnovu kognitivne empatije, zahtjeva i prepoznavanja sličnosti, novih kolektivnih sebstava koja se oblikuju u digitalno percipiranoj istosti članova i njihovoj koherentnosti (Stewart, Schultze 2019).

Masovni pristup internetu omogućio je ne samo umrežavanje različitih skupina s ciljem kolektivnog djelovanja, već je, kroz platforme društvenih mreža, postao prostorom slobodne i otvorene diskusije u čijim je obrisima fokus na slobodi izražavanja bez straha od cenzure, kao i na mogućnosti povezivanja u realnom vremenu i reduciranja ogromnih geografskih udaljenosti. No, s druge strane, ta je

istovremena, virtuelna prisutnost geografski heterogeno rasprostranjenih pojedinaca na Mreži otvorila ozbiljne rasprave o mogućnostima klasično pojmljenog društvenog i političkog angažmana. Time su u pitanje dovedena njegova ranija, klasično-shvaćena, središnja načela. Tako će, primjerice, Habermas konstatirati da aktivizam na društvenim mrežama otežava konstrukciju klasično shvaćenog kolektivnog identiteta koji bi omogućio članovima da dijele solidarnost u vidu zajedničkih iskustava ili da zajednički i aktivno učestvuju u, kako ga naziva, „intersubjektivno podijeljenom svijetu” (1992: 120 prema Stewart, Schultze 2019). Na tom tragu, promišljajući odsustvo kolektivnih fizičkih tijela, Bennett i Segerberg (2012) govore o *konektivnoj* umjesto kolektivnoj akciji.

Iskustva poput onih sa *Occupy Wall Streetom* ili *Arapskim proljećem* u globalnom, ili pak *bebolucijom* u bosanskohercegovačkom kontekstu, pokazuju da digitalni aktivizam kroz društvene mreže ne zamjenjuje fizičku agoru, već služi da mobilizira i koordinira prosvjednike i kolektivnu akciju uopće. Tako, primjerice, autori poput Sarah J. Jackson, Moyae Bailey i Brooke Foucault Welles potcrtavaju društvene mreže, konkretno nekadašnji Twitter, kao značajan mehanizam za aktiviste uz pomoć kojeg ne samo da komuniciraju, nego i mobiliziraju te zagovaraju promjene (Jackson et al. 2020)

Upravo se fokusiranošću na vidljivost i način algoritamskog funkcioniranja kao ekonomije pažnje aktivizam na društvenim mrežama u brojnim slučajevima reducirao tek na kampanje vidljivosti. U tom se smislu sveo na mehanizam kampanja za dizanje svijesti o specifičnim društvenim i političkim pitanjima, što često stvara iluziju društvenog angažmana u čemu i leži najveća opasnost.

Unutar ovako shvaćenih filterskih balona, povezanih i premreženih sa filterskim balonima istomišljenika, digitalni vid solidarnosti i mobilizacije često se povezuje sa novim oblikom društvenog i političkog aktivizma koji se zasniva, a nerijetko i ostaje u obrisima digitalnog prostora. Riječ je o fenomenu koji autori nazivaju *hashtag* aktivizmom, *clicktivizmom* ili *slacktivizmom*⁷, referirajući se na *hashtag* (#) kao znak ili oznaku, metaoznaku podatka koji se u prvom redu veže za *Twitter*, ali i druge društvene mreže, a piše se na početku određene riječi s ciljem da se njom kategorizira sadržaj. Shodno upotrebi za klasifikaciju onog sadržaja koji se htio učiniti vidljivim, on postaje neizostavna komponenta *online* aktivizma, koja u *mainstream* medijima

⁷ Dok se *kliktivizam* (eng. *clicktivism*) odnosi na oblik digitalnog aktivizma koji uključuje jednostavnu i brzu mehaničku radnju klikanja mišem ili pritiskanja tipke na tastaturi kako bi se podržala određena društvena ili politička inicijativa na internetu, *slektivizam* (eng. *slacktivism*) označava minimalne digitalne aktivnosti kao što su dijeljenje objava na društvenim mrežama, potpisivanje online peticija ili promjenu profilne fotografije kako bi se izrazila solidarnost s određenim društvenim problemom.

nije bila prisutna, ili ne tako brzo prisutna u realnom vremenu. Tako je online aktivizam prema pojedinim autorima (cf. Schlogl 2022; Frost 2020; Jackson et al. 2020) gotovo pa reduciran na *hashtag aktivizam*.⁸ Njegovu ulogu je potrebno promišljati dvojako. Kao prvo, on podrazumijeva objavu sadržaja na društvenim mrežama poput *Twittera*, *Facebooka* ili *Instagrama* s ciljem da se skrene pažnja ili ojača svijest o određenom fenomenu ili raznolikim fenomenima i slučajevima kao što su kršenja ljudskih prava, oponiranje vladajućim politikama preko opozicionih i političkih kampanja uopće, pa sve do komercijalnih interesa. S druge strane, klasifikacijom navedenih kategorija pod jasno određen i definiran *hashtag*, on postaje oznakom pod koju se sada nastoje podvesti različiti kontranarativi i kontrahegemonistički diskursi te izgraditi različite mreže kao platforme za poticanje javne podrške, angažmana i mobilizacije. Konsekventno, *hashtag* postaje svojevrsni mehanizam koji korisnike društvenih mreža ujedinjuje u *mrežu virtualne solidarnosti*. Tokom posljednjih nekoliko godina pokreti hashtagova su bili široko rasprostranjeni kako globalno poput #OccupyWallStreet, #MeToo ili #BlackLivesMatter, tako i lokalno #JMBG ili #NisamTrazila.

Iako nesumnjivo predstavljaju važnu platformu za angažman, ipak se ukazuje na njihove manjkavosti, ambivalencije i ograničenja. Ovaj se tip aktivizma, premda može privući pažnju šire publike i generirati kratkotrajnu aktivnost, često ne uspijeva suočiti sa kompleksnim društvenim problemima ili ostvariti dugoročnu promjenu. Ilustrativan primjer kako virtualni prostor transformira vidove društvene solidarnosti i provođenja aktivističkih kampanja može se iščitati iz nastojanja aktivista da svoje djelovanje podrede i usklade sa zahtjevima algoritamske klasifikacije sadržaja. Ovo uključuje strategije poput pravilnog i optimiziranog korištenja ključnih riječi, naslova i *hashtagova* kako bi se osiguralo bolje pozicioniranje i veća vidljivost ciljanoj publici. Umjesto sveobuhvatnih masovnih protesta protiv opresivnih odnosa u društvu, digitalni se aktivizam često svede na serije izolovanih akcija koje, iako značajne za podizanje svijesti, ne dovode do dubljih strukturalnih promjena. Tako se izrazi solidarnosti na mrežama mogu definirati kao performativni angažman, pri čemu koncepti poput *hashtaga* i *retweeta* utječu na to da se digitalna solidarnost neodvojivo povezuje s vidljivošću, identitetom, pa čak i aspektima samopromocije (v. Tolentino 2019).

Uzimajući u obzir navedene kritike da se društvena solidarnost u digitalnom prostoru nerijetko svodi tek na virtualnu reakciju ili privid stvarnog društvenog

⁸ Relevantnost fenomena hashtag aktivizma u bitnome se očituje i kroz činjenicu da se čak i same digitalne zajednice, okupljene oko specifičnih interesa u digitalnom diskursu, prepoznaju i opisuju terminom *hashtag publika*. Za temeljitiju analizu, uputno je konsultirati Rambukkana (2015).

angažmana u akademskim se krugovima o digitalnom aktivizmu sve češće govori kao o *aktivizmu iz fotelje*. Tako, primjerice, Mary Chayko (2018) traženje podrške putem društvenih mreža vidi tek kao svojevrsni *aktivizam iz fotelje* pri čemu zaključuje kako se dijeljenjem sadržaja ne ispunjavaju uslovi participatorne kulture, kao što ni svaka komunikacija ne potakne razgovor. Za razliku od ranijih pokreta koji su organizirani mjesecima ranije, sa jasnim programima i strategijama, zaključuje Chayko, društveni pokreti na internetu više su *ad hoc*, reaktivni, afektivni pokreti koji djeluju respozivno, a ne proaktivno. Ukazuje se stoga na njihovu kratkotrajnost i fluidnost.

Amber A'Lee Frost (2020) primjećuje kako brzina horizontalizma podstiče određenu vrstu društvene formacije: nediferenciranu masu čiji se pokreti šire u nestalne i nestabilne, dinamične gromade. Na taj način oni predstavljaju pokrete koji se ne mogu kretati, već su prije pokreti čiji će se revolucionarni potencijal rastvoriti, oslabiti i na koncu nestati. Na tom tragu sociologinja Zeynep Tüfekçi (2017) zaključuje kako su društvene mreže, sasvim paradoksalno, mobilizirale i osnažile brojne društvene pokrete istovremeno ih slabeći u smislu uspješnosti i dugoročnosti konačnih ishoda. Naime, uprkos brzom rastu i širenju ovih oblika online pokreta, brzina i fluidna priroda njihovog labavog organiziranja dugoročno gledano nerijetko predstavlja i njihovu najveću slabost. Kao savremeni oblici parcijalnih društvenih solidarnosti, oblikovani oko fragmentirano konstruiranih digitalnih identiteta te algoritamski potaknuti parcijalnim, a nerijetko i izrazito promjenjivim interesima, ne zasnivaju se na precizno definiranoj ideologiji niti imaju jasno razrađenu strategiju djelovanja u pravcu društvenih promjena.

Kao još jedan od problema *hashtag* aktivizma nameće se i prostor unutar kojeg je potaknut, a nerijetko i realiziran – prostor Interneta. Koristeći Internet i društvene mreže kao medij manje pažnje se poklanja materijalnosti samog Interneta, odnosno politikama koje su u pozadini njegovog funkcioniranja kao što su pristup sadržaju, imovinska prava, sigurnost ili privatnost. Upravo iz tog razloga Tüfekçi je skeptična spram transformativnog potencijala društvenih mreža, pri čemu naglašava materijalnost rada koji stoji iza digitalne proizvodnje sadržaja.⁹ Akcentira se pritom važnost postojanja svojevrsne umrežene javne sfere, koju oblikuju društvene platforme poput *Googlea*, *Facebooka* ili *Twittera*, zajedno s njihovim korisničkim

⁹ U knjizi *Marx u digitalnom dobu* (2016) Katarina Peović Vuković detaljno analizira dimenziju materijalne strane nematerijalnog rada i digitalnih medija. Ona primjećuje da su promjene u savremenom kapitalizmu, između ostalog, rezultat redefiniranja svakodnevnog života. Navedene se promjene manifestiraju u stapanju društvene dinamike s tehnološkom sferom, te se stoga tehnološka materijalnost ne može apstrahirati od materijalne stvarnosti. O odnosu digitalnog i materijalnog konsultirati i Hasanović (2021).

politikama koje u suštini nisu ništa drugo do poslovni modeli i algoritmi. U tom kontekstu Tüfekçi iznosi zanimljivu tezu: „Kada su tehnologije nove, mnoge rane teorije o njima pretpostavljaju da će one stvoriti neke nove vrste ljudi” (Tufekci 2017: 130).

Iz prethodno ekspliciranog, a posebice na primjeru disparitetnih društvenih pokreta, sasvim razvidnim postaje kako društvene mreže i napredne digitalne tehnologije u općem smislu predimenzioniraju već postojeće nejednakosti i distinkcije. Od krucijalnog je značaja u tom kontekstu uočiti da ove tehnologije ne samo reflektiraju i produbljuju već postojeće razlike, već kontinuirano doprinose generiranju njihovih novih oblika. Ukupno gledano, uprkos činjenici da digitalne tehnologije pružaju nove i višedimenzionalne mogućnosti za društveno djelovanje, važno je istražiti kako njihova implementacija može reproducirati ili čak produbiti socijalne nejednakosti primarno sadržane u onome što u okviru ovog rada definiramo konceptom *novog digitalnog jaza*.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Digitalne tehnologije u općem smislu, a ponajprije algoritmi umjetne inteligencije, proizvode nove monolitnosti, jednodimenzionalna reduciranja kompleksnosti društvenih pojava i fenomena, umreženih u usko tehnološkom, a izuzetno fragmentiranih i izoliranih u općedruštvenom, integrirajućem aspektu. Otuda proizlazi centralna teza rada sadržana u oksimoronski određenom fenomenu *umrežene segmentiranosti* i zaokretu sadržanom u rekonceptualizaciji kategorije *digitalnog jaza*.

Nasuprot pristupima koji optimistično prognoziraju postojanje novog, digitalnom tehnologijom približenog, povezanog i umreženog svijeta u kojem su sukobi, isključive pripadnosti i podjele prevladane, u radu smo izložili gledište koje, premda ne poriče činjenicu da mreže i *bivanje umreženim* konstituiraju i neizbježno predstavljaju sastavni dio iskustva egzistencije i svakodnevnog života danas, jasno demonstrira da je kritički pristup koji u obzir uzima stvarne društvene konsekvence neophodan za jasno viđenje i evaluiranje značaja digitalnih tehnologija i društvenih mreža za društvenu koheziju i autentičnu solidarnost u realnom društveno-političkom smislu. Ishodište ove perspektive je da tvrdnjama o navodnom demokratizirajućem i unificirajućem kapacitetu društvenih mreža i digitalne tehnologije treba pristupiti *cum grano salis*, i to prije svega na temelju uvida u empirijska svjedočanstva o postojanju značajnog pomaka u smjeru povećanja društvene solidarnosti preko granica partikularnih i homogenih grupa. Ono je u skladu sa postojećom teorijskom

dijagnozom postojanja krize društvenosti i erozije društvene solidarnosti u savremenom dobu usljed povijesnog zaokreta koji je povezan s imperativnom odanošću vrijednostima individualizma, konzumerizma i kompetitivnosti kao principima društvenosti.

No, sasvim bi redukcionistički i neutemeljeno bilo digitalnu tehnologiju stigmatizirati kao primarni ili jedini uzrok ovakvog stanja te upasti u zamku *tehnodeterminizma* propitujući je kao izolovanu kategoriju, uprkos činjenici da ona reflektira postojeću analognu stvarnost, kao manifestaciju naše inherentne različitosti i odvojenosti, i u značajnoj mjeri predimenzionira postojeće distinkcije nerijetko ih čineći prividno nepremostivima. Oblikovana po uzusima korporativnih interesa platformskog kapitalizma, ona nastaje i djeluje u društveno-političko-kulturalnom kontekstu i kao takva teško da može biti u funkciji svojevrsnog korektiva *statusa quo*. Prije, čini se kako na taj način ona samo učvršćuje postojeću nejednakost i nerazumijevanje. Stoga je pogrešno tehnologiji pridavati antropomorfne karakteristike, a ljudsko djelovanje koje stoji iza korporativne konstrukcije platformskih algoritama marginalizirati. Unatoč primjedbama koje ističu dehumanizirajuće aspekte digitalno posredovane komunikacije i međuljudske interakcije, recentni medijski ekosistem u značajnoj mjeri podržava i odgovara na ljudsku potrebu za afirmacijom, druženjem i komunikacijom s istomišljenicima. Utoliko se može reći da dok digitalna tehnologija i društvene mreže jačaju društvenu solidarnost i koheziju *unutar*, to nužno ne čine i *između* grupa.

Prema tome, pogrešno bi bilo smatrati da je i politički potencijal digitalne aktivnosti jednosmjernan. U tom smislu možemo govoriti o procesu umreženog segmentiranja unutar informacijskih čahura kroz, paradoksalno, jačanje društvene solidarnosti omogućeno razvojem i primjenom digitalnih tehnologija. Riječ je o parcijalnim solidarnostima koje zapravo stoje na putu oblikovanja realne, globalne i političke solidarnosti koju društvene mreže obećavaju. Segmentiranost, koja je zapravo uvijek i postojala u fizičkom ili realnom, na novi se način manifestira u digitalnom prostoru, dok napredne digitalne tehnologije predstavljaju pogodno tlo za njenu ekspanziju i to posredstvom znatno bržeg i jednostavnijeg načina umrežavanja istomišljenika. Parcijalne društvene solidarnosti nas na taj način svrstavaju u digitalno fragmentirane identitetske kolibe, a prvi korak ka makar djelimičnom otvaranju naših informacijskih čahura svakako pretpostavlja svijest o njihovom postojanju i potencijalnim učincima.

LITERATURA:

1. Anderson, Patricia (2020), "A Return to Mechanical Solidarity: Panic Hoarding and Social Media in the Time of Pandemic", *Crossing Borders*, 2(1), 1-4.
2. Bartlett, Jamie (2018), *The People Vs Tech: How the internet is killing democracy (and how we save it)*, Ebury Press, London
3. Bauman, Zygmunt (2013), *Solidarity: A word in search of flesh*; <https://neweasterneurope.eu/2013/04/02/solidarity-a-word-in-search-of-flesh/>, 20. 09. 2023.
4. Benasayag, Mihuel (2021), *The Tyranny of Algorithms*, Europa Editions, New York
5. Bennett, W. Lance, Alexandra Segerberg (2012), "The Logic of Connective action: Digital media and the Personalization of Contentious Politics", *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
6. Castells, Manuel (2000), *Uspon umreženog društva. Svezak I. Informacijsko doba: Ekonomija, društvo i kultura*, Golden marketing, Zagreb
7. Čejko, Meri (2018), *Superpovezani*, Clio, Beograd
8. Durkheim, Emile (1984), *The Division of Labour in Society*, Theoretical traditions in the social sciences, 1, The Macmillan Press, London
9. Frost, Amber A'Lee (2020), "The Problem with Hashtag Activism", *Jacobin*; <https://jacobin.com/2020/12/hashtag-activism-review-twitter-social-justice/>, 28. 09. 2023.
10. Hasanović, Jasmin (2021), "Izlazak političkog iz mraka: Pandemija pozitivizma i resocijalizacija znanja", Stanojević, Ivan (ur.), *Političke posledice pandemije*, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Beogradu, Beograd, 181-200.
11. Jackson, Sarah, Moya Bailey, Brooke Foucault Welles (2020), *#HashtagActivism: Networks of Race and Gender Justice*, The MIT Press, Cambridge
12. Kastels, Manuel (2018), *Mreže revolta i nade. Društveni pokreti u doba interneta*, JP Službeni glasnik, Beograd
13. Komter, Aafke E. (2005), *Social Solidarity and the Gift*, Cambridge University Press, Cambridge
14. Król, Marcin (2016), "Introductory Remarks", Kołtan Jacek (ur.), *Solidarity And The Crisis Of Trust*, Idea of Solidarity, 1, European Solidarity Centre, Gdańsk
15. Lessig, Lawrence (1999), *Code and Other Laws of Cyberspace*, Basic Books, New York

16. Malešević, Siniša (2013), *Nation-States and Nationalisms: Organization, Ideology and Solidarity*, Political Sociology series, Polity Press, Cambridge
17. Marino, Sara (2021), *Mediating the Refugee Crisis Digital Solidarity, Humanitarian Technologies and Border Regimes*, Palgrave Macmillan, Cham.
18. Marshall, Gordon (ur.) (1994), *The Concise Oxford Dictionary Of Sociology*, Oxford University Press, Oxford
19. Mekčejnsni, Robert V. (2015), *Digitalna isključenost: Kako kapitalizam okreće internet protiv demokratije*, Univerzitet Singidunum - Fakultet za medije i komunikacije, Beograd
20. Pariser, Eli (2011), *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, Penguin, New York
21. Paul, Kari, Dan Milmo (2021), "Facebook putting profit before public good, says whistleblower Frances Haugen", *The Guardian*;
<https://www.theguardian.com/technology/2021/oct/03/former-facebook-employee-frances-haugen-identifies-herself-as-whistleblower>, 23. 09. 2023.
22. Pavlović, Vukašin (2009), *Društveni pokreti i promene*, JP Službeni glasnik i JP Zavod za udžbenike, Beograd
23. Peović Vuković, Katarina (2016), *Marx u digitalnom dobu: Dijalektički materijalizam na vratima tehnologije*, Durieux, Zagreb
24. Peters, Jay (2023), "Facebook officially embraces fake profiles", *The Verge*;
<https://www.theverge.com/2023/9/21/23883843/facebook-fake-profiles-finsta-meta>, 03. 10. 2023.
25. Poerksen, Bernhard (2022), *Digital Fever: Taming the Big Business of Disinformation*, Palgrave Macmillan, London
26. Rambukkana, Nathan (ur.) (2015), *Hashtag Publics: The Power and Politics of Discursive Networks*, Peter Lang Publishing Inc., New York
27. Rendueles, César (2017), *Sociophobia: Political Change In The Digital Utopia*, Insurrections: critical studies in religion, politics, and culture, 2, Columbia University Press, New York
28. Rorty, Richard (1989), *Contingency, irony, and solidarity*, Cambridge University Press, Cambridge
29. Schlogl, Lucas (2022), *Digital Activism and the Global Middle Class*, Routledge, London i New York.
30. Smith, Christian, Katherine Sorrell (2014), "On Social Solidarity", Jeffries, V. (ur.), *The Palgrave Handbook of Altruism, Morality, and Social Solidarity: Formulating a Field of Study*, Palgrave Macmillan, New York

31. Stalder, Felix (2013), *Digital Solidarity*, The PML Books, Post-Media Lab i Mute Books, eBook 978-1-906496-93-7.
32. Stewart, Maya, Ulrike Schultze (2019), "Producing solidarity in social media activism: The case of My Stealthy Freedom", *Information and Organization*, 29(3), 100251.
33. Terkl, Šeri (2011), *Sami zajedno: Zašto očekujemo više od tehnologije nego jedni od drugih?*, Clio, Beograd
34. Terranova, Tiziana (2012), "Attention, Economy and the Brain", *Culture Machine*, 13, 1-19.
35. Tolentino, Jia (2019), *Trick Mirror: Reflections on Self-Delusion*, Penguin Random House, New York
36. Tufekci, Zeynep (2017), *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*, Yale University Press, New Haven i London
37. Vajdijanatan, Siva (2018), *Antidruštvene mreže*, Clio, Beograd
38. Van Dijk, Jan (2019), *The Digital Divide*, Polity Press, Cambridge
40. Zgodić, Esad (2009), *Multiverzum vlasti*, Fakultet političkih nauka, Sarajevo

RECONCEPTUALISATION OF SOCIAL SOLIDARITY: NETWORKED SEGMENTATION AS A NEW DIGITAL DI- VIDE

Summary:

Many authors have recognized the unifying potential of digital technologies. McLuhan introduces the phrase "global village," while Castells writes about the emerging society as "networked." However, the experience of living in a "networked society" has questioned assumptions about the one-dimensional nature of the impact of digital technologies both on global social solidarity and solidarity at the micro level. Castells himself makes a sort of leap by considering the transformation of society from networked to segmented, heralding the end of the traditional concept of mass audience. Through mass and especially new social media, the audience as an interactive subject is open to further segmentation and differentiation. These insights indicate the necessity of reconsidering the impact of new media technologies – on the one hand, on forms of constructing social identity and social connectivity, and on the other hand, on the creation of a digital divide, supported by algorithms and artificial intelligence. Furthermore, certain categories need to be revised/redefined, primarily considering them in the context of social and political divisions that the use of social networks generates and deepens, such as the concept

of the "digital divide," originally associated with the problem of unequal access to digital resources. The main aim of the paper concerns contributing to the modernization of research categories used in media and society studies, to make their theoretical and practical application more adequate and tailored to contemporary social reality. The paper will propose new formulations of key concepts, aiming to make the inherent multidimensionality of the discussed categories evident, within the context of the impact of new media and technologies. The ultimate result of the paper is contained in a sort of mapping of how the new media ecosystem supports processes of building social solidarity and creating digital alienation.

Keywords: social media; digital solidarity; digital divide; segmented society; networked society

Adrese autorica
Author's address

Amina Vatreš
Univerzitet u Sarajevu
Fakultet političkih nauka
amina.vatres@fpn.unsa.ba

Selma Alispahić
Univerzitet u Sarajevu
Fakultet političkih nauka
selma.alispahic@fpn.unsa.ba