

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Laura Banek, Jana Benković, Ela Dlaka, Andrijana Lončar i
Leona Milosavljević

Politička apatija ili aktivizam?
Kako Generacija Z pristupa politici u
digitalnom dobu

Zagreb, 2025.

Ovaj rad izrađen je na Odsjeku za sociologiju Fakulteta hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu pod vodstvom doc. dr. sc. Marice Marinović Golubić i dr. sc. Marije Zelić i predan je na natječaj za dodjelu Rektorove nagrade u akademskoj godini 2024./2025.

Sadržaj rada

1. UVOD	1
1.1. Specifičnost Generacije Z.....	2
1.2. Teorijski okvir: Bourdieouva teorija habitusa i politička participacija	3
2. POLITIČKA PARTICIPACIJA.....	9
2.1. Politička participacija mladih	11
2.2. Politička participacija mladih u Hrvatskoj	12
3. POLITIČKA APATIJA I ULOGA MEDIJA.....	14
3.1. Uzroci političke apatije.....	14
3.2. Uloga medija u političkoj participaciji	15
3.3. Uloga influencera u političkoj participaciji Generacija Z	17
4. RAZINA POVJERENJA U POLITIČKE INSTITUCIJE	19
5. POLITIČKI AKTIVIZAM.....	21
6. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA ANKETE.....	23
6.1. Ciljevi istraživanja.....	23
6.2. Hipoteze.....	23
6.3. Metoda	24
6.3.1. <i>Uzorak</i>	24
6.3.2. <i>Instrument</i>	24
6.4. Rezultati.....	25
6.4.1. <i>Politička informiranost</i>	27
6.4.2. <i>Online-offline aktivizam</i>	28
6.4.3. <i>Povjerenje u nezavisne influencere/aktiviste</i>	30
6.5. Dodatni nalazi.....	31
6.5.1. <i>Razlike među studentima STEM i društveno-humanističkog područja</i>	31
6.5.2. <i>Ideološka pozicija i politička participacija</i>	32
7. RASPRAVA.....	35
8. ZAKLJUČAK	39
9. ZAHVALE	40
10. LITERATURA.....	41
11. SAŽETAK.....	46
12. SUMMARY	47
13. PRILOZI.....	48
14. ŽIVOTOPISI.....	53

1. UVOD

Za ovu temu našega rada naslova *Politička apatija ili aktivizam? Kako Generacija Z pristupa politici u digitalnom dobu*, odlučile smo se jer smatramo da je Generacija Z danas u središtu političkih promjena koje izravno utječu na oblikovanje budućnosti društva. Poticaj nam je bila učestala ideja koja se distribuira putem medija i time je često prisutna u javnom diskursu, a odnosi se na to da se mladi danas sve češće opisuju kao pasivni, odnosno nezainteresirani za politiku i distancirani od političkih zbivanja. Međutim, svjedočimo primjerima mladih ljudi koji pomoću novih tehnologija pokreću društvene inicijative i izražavaju svoje političke stavove pa smo zbog toga željele istražiti je li Generacija Z doista apatična ili je pak aktivna u politici.

U ovom radu koristi se teorijski okvir Pierrea Bourdieua s fokusom na teorijski koncept sastavljen od kapitala, habitusa i polja te kako utječu na političku participaciju Generacije Z u digitalnom dobu. Rad ujedno donosi uvid u političku participaciju, političku apatiju i ulogu medija, razinu povjerenje u političke institucije, politički aktivizam, itd. Ovaj rad istražuje obrasce političke participacije Generacije Z u digitalnom dobu, a pozornost je stavljena na razlikovanje formalnih i neformalnih oblika političke participacije. Ispitivanje političke apatije Generacije Z važno je jer njihovo (ne)sudjelovanje u političkim procesima oblikuje budućnost. Tema je relevantna jer obrasci ponašanja i djelovanja Generacije Z, posebno putem digitalnih medija otkrivaju razinu povjerenja u institucije i razinu političkog angažmana, bilo da se radi o formalnim ili neformalnim oblicima političke participacije.

Planirano istraživanje bit će temeljeno na kvantitativnom pristupu. Podatci su prikupljeni pomoću anonimne i dobrovoljne ankete koja se provodi putem *online* alata Microsoft Forms. Glavni cilj istraživanja je ispitati povezanost između trendova i obrazaca ponašanja Generacije Z u odnosu na političku participaciju. Istraživanje će se također usmjeriti na način na koji pripadnici Generacije Z dolaze do političkih informacija – koriste li prvenstveno društvene mreže, kao što su primjerice Facebook, Instagram, itd. ili su usmjereni na prikupljanje političkih informacija putem tradicionalnih medija. Ispitat će se razina povjerenja u nezavisne influencere i profesionalne političare. Konačan cilj ovog istraživanja jest razumjeti oblike, motive i metode političkog i društvenog angažmana Generacije Z u suvremenog digitalnom kontekstu.

1.1. Specifičnost Generacije Z

Prema tvrdnji autorice Jayatissa (2023), općenito se pojam generacija odnosi na skupinu ljudi koji dijele slične godine rođenja, životna iskustva i kulturne utjecaje. Iako se ne može pronaći opće prihvaćen okvir o tome koje točno godine rođenja ili definicija opisuju Generaciju Z, većina izvora se slaže da obuhvaća pojedince koji su rođeni poslije 1995. godine. Neki istraživači spominju godine rođenja nakon 1996., 1997. ili 1998. Rasponi godina rođenja za Generaciju Z se prema različitim autorima kreću od ranih 1990-ih do ranih 2000-ih, sredine 1990-ih do sredine 2000-ih, te od 1995. do 2010. , 2012. i čak 2015. To je prva generacija koja je odrasla uz internet, društvene mreže, pametne telefone i druge digitalne tehnologije, a taj razvoj je znatno utjecao na njihov pogled na svijet i ponašanje. Jayatissa (2023) navodi da su upravo zbog digitalne socijalizacije mnogi znanstvenici nazvali pripadnike ove generacije raznim imenima kao što su; *iGeneracija*, *Post-milenijalci*, *Zoomeri*, *Gen Tech*, *Generacija C*, *Internetska generacija*, *App generacija*, *Facebook generacija*, *Online generacija*, *.com generacija*, *Generacija Wi-Fi* i ostalim sličnim nazivima. Generacija Z posjeduje dobre tehničke vještine i odlično se snalazi u korištenju društvenih mreža. Pripadnici Generacije Z poznati su po svojem samopouzdanju, autonomiji i naglasku na individualnosti, zbog čega im se često pridaje naziv *DIY generacija*, ona koja je kreativna, inovativna i poduzetnička. Ova generacija pokazuje ambiciju, praktičnost, prilagodljivost i sposobnost timskog rada, s posebnom pažnjom na detalje. Njihov pogled na svijet je poseban; orijentirani su na budućnost, otvoreni su raznolikim idejama i izazivanju tradicionalnih normi. Ključne vrijednosti koje dijele uključuju snažnu brigu za okoliš, borbu za socijalnu pravdu i aktivno sudjelovanje u društvenim pitanjima. Njihova motivacija dolazi iz želje da pozitivno utječu na svijet; cijene različite kulture, iskrenost, sreću, odgovornost, transparentnost, lojalnost i uzajamno poštovanje. Ističu važnost i unutarnje i vanjske motivacije. Način na koji ova generacija komunicira i druži se je u velikoj mjeri oblikovan društvenim mrežama. Iako neki tvrde da preferiraju osobne razgovore, mnogi od njih radije koriste tekstualnu komunikaciju, virtualne razgovore i *online* platforme. Često biraju neformalan način izražavanja, a tijekom društvenih interakcija ponekad se susreću s poteškoćama kao što su slabije međuljudske i komunikacijske vještine, teškoće u izražavanju emocija i sklonost nestalnoj koncentraciji.

U profesionalnom smislu, Generacija Z ima veća očekivanja u odnosu na prethodne generacije. Preferiraju rad u tehnološkom sektoru, skloni su redovnim poslovima više nego *freelance* načinu rada, ali često mijenjaju poslove. Ne podnose autoritativne vođe, stroge hijerarhije ili dosadne zadatke, već teže dinamičnom i smislenom radu. Kao potrošači, skloniji

su *online* kupovini i brzo reagiraju na promjene na tržištu. Premda su ponekad opisivani kao osobe s kratkim rasponom pažnje i sa sklonošću obavljanja više zadataka istodobno (*tkz. multitasking*), a upravo te osobine mogu biti ključne u prilagodbi na nagle društvene i političke promjene (Jayatissa, 2023).

1.2. Teorijski okvir: Bourdieouva teorija habitusa i politička participacija

U ovom radu koristi se teorijski okvir Pierrea Bourdieua kako bi se dublje objasnili obrasci ponašanja mladih i društvene okolnosti u kojima se to ponašanje formira. Fokus je na tome kako njegovi teorijski koncepti: kapital, habitus i polje, utječu na političku participaciju Generacije Z, u digitalnom dobu.

Pierre Bourdieu razvio je tri značajna teorijska koncepta: kapital, polje i habitus. Bourdieu (2010, prema Huang, 2019) habitus vidi kao skup usvojenih usmjerenja koje oblikuju način na koji pojedinac percipira, vrednuje i prakticira društveni život, uključujući i sudove o vlastitim i tuđim postupcima. Iako je habitus stabilan i dugotrajan, on se može mijenjati ovisno o različitim okolnostima i društvenim kontekstima, pri čemu ponašanje pojedinca odražava njegovu kulturnu prošlost, koja je uvijek podložna transformacijama i razvoju. Webb, Schirato i Danaher (2002, prema Huang, 2019) definiraju habitus kao koncept koji ima dvije strane, gdje prva strana označava način na koji pojedinci „postaju oni sami po sebi“ (razvijaju vlastite stavove, vrijednosti, dispozicije), dok se druga strana odnosi na načine na koji ti pojedinci sudjeluju u praksama (govor, ponašanje, ulaganje u kapital), pri čemu obitelj igra ključnu ulogu u stjecanju kulturnog kapitala i formiranju habitusa.

Bourdieuov koncept "miljea" obuhvaća ne samo društvene nego i fizičke aspekte okruženja u kojem pojedinci djeluju, čime se naglašava povezanost društvenih struktura i prostora u oblikovanju svakodnevnog života (Tolstikova, Ignatjeva, Kondratenko, Pletnev, 2021). Pritom se pojam kapitala odnosi na sve oblike resursa koje ljudi mogu koristiti kako bi ostvarili svoje ciljeve i unaprijedili svoj položaj u društvu (Morimoto i Friedland, 2013). Ova ideja kapitala ključna je u Bourdieuovoj teoriji jer zajedno s konceptima habitusa i polja omogućuje sveobuhvatno razumijevanje društvenih praksi i ponašanja. Pomoću formule ([habitus][kapital] + polje) = praksa, ilustrira se kako je ljudsko djelovanje rezultat međudjelovanja unutarnjih sklonosti, društvenog konteksta i dostupnih resursa. Dakle, ponašanje nije isključivo proizvod osobnih sklonosti (habitus) ili društvenog okruženja (polje), nego i resursa koje pojedinac ima na raspolaganju (Alexander, Petray i McDowall, 2022). Prema Bourdieuovom shvaćanju (1986, prema Alexander, Petray i McDowall, 2022), kapital

se pojavljuje u tri glavna oblika: ekonomski, kulturni i socijalni. Kulturni kapital razvija se uglavnom tijekom ranih faza odrastanja kroz svakodnevno iskustvo u obitelji i okolini, bez svjesnog nastojanja pojedinca. Drugim riječima, on se akumulira kroz obrazovanje, interakcije i norme koje pojedinac usvaja u procesu socijalizacije. Bourdieu (1986, prema Huang, 2019) dalje navodi da kulturni kapital može postojati u tri oblika. Prvi je utjelovljeno stanje, koje uključuje sve one osobine koje se stječu kroz odgoj i iskustvo, poput znanja, sposobnosti, govorničkog stila, držanja tijela i ukupnog načina izražavanja. Ovo stanje se odnosi na kulturne navike koje postaju dio osobnosti pojedinca i oblikuju njegovu percepciju i ponašanje. U velikoj mjeri, ova znanja i vještine prenose se upravo kroz obrazovne institucije i primarni društveni kontekst, posebice obitelj. Drugo je objektivizirano stanje, koje uključuje materijalne objekte koji predstavljaju kulturnu vrijednost, poput knjiga, umjetničkih djela ili rukotvorina. Takvi predmeti su fizički izrazi kulture, a posjedovanjem ili korištenjem tih objekata pojedinac može ostvariti pristup određenim društvenim vrijednostima ili pokazati kulturni status (Huang, 2019). Kulturni kapital u institucionaliziranom obliku najčešće se očituje kroz službene certifikate ili licence, a te formalnosti mogu nadomjestiti kulturni kapital i služe kao osnova za njegovo pretvaranje u ekonomski kapital. Ekonomski kapital predstavlja raspolaganjem osobnim materijalnim i financijskim sredstvima, poput novca i imovine, a ona nastaju zahvaljujući različitim proizvodnim faktorima, koji uključuju zemlju, tvornice, radna mjesta, nasljedstvo, stambene objekte i umjetnička djela. Socijalni (društveni) kapital se pak odnosi na mrežu kontakata, veze i odnose koje pojedinac može stvoriti ili njima upravljati te se u nekim slučajevima prenosi na ekonomski kapital, no odnos između socijalnog i ekonomskog kapitala nije stabilan niti izravan (Huang, 2019).

Gledajući kroz povijest, mladi su bili ključni akteri u brojnim i raznolikim činovima otpora i aktivizma. Pristup „životnog vijeka“ promatra mlade kroz razvojne aspekte dobi i životnih faza. Mladi se često smatraju nedovoljno zrelima i sposobnima da bi racionalno politički sudjelovali. Zato se mladost smatra razdobljem pripreme, osposobljavanja ili učenja za odraslu dob pa su u većini demokratskih društava mladi isključeni iz procesa političkih glasovanja do 18. godine. Od njih se očekuje da se građanski socijaliziraju kroz obrazovni sustav prije nego što postanu punopravni građani s pravom glasa. „Generacijski pristup“ mladima uzima u obzir specifična kontekstualna iskustva ljudi rođenih u određenom vremenu i prostoru, gdje se naglašava okolina (kulturni kontekst) i njihovo životno iskustvo. Ljudi rođeni u otprilike istom razdoblju, vjerojatno će proživjeti slične uvjete i događaje, što će rezultirati određenim zajedničkim habitusom koji će modelirati njihovu praksu i kolektivno sjećanje

Alexander, Petray i McDowall, 2022). Bessant i sur. (2019, prema Alexander, Petray i McDowall, 2022) govore kako je Bourdieu u jednom od svojih intervjua izjavio da je "mladost samo riječ". Time se želi dočarati da mladost nije nešto jasno određeno, već društvena oznaka. Oni ističu kako Bourdieu objašnjava da će uvijek postojati ljudi koji su mlađi ili stariji od drugih, a da se podjela ljudi po dobi često koristi kao način borbe za moć između starijih i mlađih generacija. Ono što je danas normalno mlađima, nekad je bilo predmet borbe za starije. Bourdieu smatra da je upravo zbog toga uobičajeno da stariji ne razumiju mlađe i često ne prihvaćaju njihove stavove. Ovakav pogled na mladost pokazuje kako Bourdieu uvijek naglašava odnose među ljudima, a ne fiksne osobine, što je glavna osobina njegovog načina razmišljanja

Generacija Z nalazi se u "figitalnoj" (digitalno – fizičkoj, eng. *phygital*) stvarnosti gdje se fizički i digitalni svijet stapaju u jedinstven prostor za komuniciranje, što postaje iznimno važno za definiranje njihovog habitusa, budući da ga je izloženost tehnologijama od najranijeg djetinjstva oblikovalo na fundamentalan način. Njihove digitalne vještine, razumijevanje internetske kulture, sposobnost navigacije virtualnim prostorima i inherentna udobnost s *online* interakcijama nisu samo vještine, već su postale duboko utjelovljene dispozicije (Bourdieu, 1986; Tolstikova, Ignatjeva, Kondratenko i Pletnev, 2021). Istraživanje koje su proveli Tolstikova i sur. (2021), uključivalo je anketu provedenu na 201 studenta i studentica prve i druge godine s četiri sveučilišta u Sankt Peterburgu koja je ukazala na to kako članovi Generacije Z radije sudjeluju u važnim raspravama i donošenju odluka u stvarnim grupama i s prijateljima, a manje kroz *online* razgovore, što pak implicira na to da socijalni kapital u stvarnom životu i dalje ima značaj, unatoč postojanju "transformiranog" kapitala (iz fizičkog u virtualni svijet). Što se tiče izravnog političkog sudjelovanja, njihovo istraživanje otkriva da je politička nezainteresiranost raširena među mladima u Rusiji iz Generacije Z, budući da gotovo 60% mladih ne pokazuje interes ili se malo zanima za politiku, pri čemu je vidljiva visoka politička apatija. Osim toga, njihovo povjerenje u nacionalne institucije vlasti (kao što su vlada, političke stranke, Duma) je praktički nepostojeće, dok su prema predsjedniku nešto povjerljiviji. Mlađi članovi Generacije Z pokazuju sposobnost samostalnog odlučivanja i nagingu analitičkom razmišljanju, otvoreni su za raspravu i "deliberativnu demokraciju" te prihvaćaju mogućnost različitih ispravnih stajališta. Pored toga, razvijaju kritičko razmišljanje i spremni su na promjene u društvenoj stvarnosti. Međutim, njihov interes za političke ideje i ekonomsku politiku često varira, ovisno o trenutnom raspoloženju, a mnogi politiku smatraju "nevažnim informacijama". Ekstremizam i radikalizam nisu im bliski. Fenomen

"samopromocije" na društvenim mrežama može uzrokovati smanjenje samokritičnosti. Članovi Generacije Z često imaju nekritički odnos prema "pametnim" uređajima i platformama, što stvara "informatijski mjehur" s informacijama koje su ograničene algoritmima i filtrirane, što naposljetku rezultira da slabom izloženošću alternativnim političkim stavovima ili njihovim dubljim analizama (Tolstikova i sur. 2021). *Online* sadržaji kao što su memovi, videozapisi, članci i podcasti, koje Generacija Z kreira i koristi u političke svrhe, predstavljaju oblik kulturnog kapitala. Njihov način korištenja digitalnih alata omogućava im da na poseban način koriste te resurse kao sredstva i strategije u političkim borbama na mreži. Iako se obrazovni sustav sve više fokusira na digitalne vještine, akademski naslovi često ne odražavaju u potpunosti digitalni kulturni kapital koji ima Generacija Z, što implicira da njihova digitalna znanja možda nisu uvijek prepoznata ili cijenjena unutar tradicionalnih političkih okvira kao što su to formalne diplome. Društvene mreže i *online* zajednice omogućuju pripadnicima Generacije Z da stvore i održavaju opsežne mreže veza, što predstavlja njihov društveni kapital. Kroz ove veze, oni mogu mobilizirati „zajednički posjedovan kapital“ u obliku podrške, informacija i resursa za političke ciljeve. Održavanje ovih *online* mreža zahtijeva stalni "napor socijalizacije", pod čime se naporom smatra utrošeno vrijeme, izrazita koncentracija i angažiranost u digitalnim interakcijama (komentiranje, dijeljenje sadržaja). Premda se to na prvi pogled može činiti kao "potpuno rasipanje" iz uskog ekonomskog aspekta, Bourdieu (1986) bi to smatrao "zdravim dugoročnim ulaganjem" koje donosi materijalne i simbolične koristi. Osobe koje imaju veliki broj pratitelja ili visoku razinu angažmana na mreži mogu djelovati kao "delegati" ili "glasnogovornici" određenih grupa, akumulirajući društveni kapital i ostvarujući utjecaj koji nije proporcionalan njihovom individualnom doprinosu, čime bi se mogao objasniti pojam *online* influencera u političkom aktivizmu. Unatoč svom potencijalu, kapital ne prelazi uvijek lako ili neposredno u vidljiv politički utjecaj unutar klasičnih struktura, kao što su glasački sustavi, lobiranje ili sudjelovanje u političkim izborima. U okviru Bourdieueove teorije (1986), kapital nikada nije u potpunosti neutralan ni univerzalno prepoznatljiv, kako Bourdieu navodi, vrijednosti digitalnog aktivizma, poput korištenja oznake „sviđa mi se“ (tkz. *lajk*), dijeljenja i viralnih *hashtag*-ova, često ostaju unutar granica digitalne sfere koja ne mora nužno biti priznata ili uvažena u institucionaliziranim političkim strukturama. Tradicionalne političke arene i dalje preferiraju stabilnije i dugoročnije oblike kapitala, koji su već priznati unutar društveno-političkog konteksta. Kulturni kapital koji je institucionaliziran, kao što su diplome iz prava, političkih znanosti ili ekonomije, kao i naslijeđeni socijalni kapital temeljen na obiteljskim vezama i elitnim mrežama, i dalje određuje tko ima pristup političkoj moći. Međutim, kada tradicionalne političke strukture gube

legitimitet ili ne uspijevaju odgovoriti na suvremene izazove, digitalni kapital može postati alternativna vrijednost društvene moći (Bourdieu, 1986).

U istraživanju političke apatije i aktivizma unutar Generacije Z, osobito u suvremenom digitalnom kontekstu, također se možemo pozvati na teorijske postavke Bourdieovih koncepata habitusa, polja i kapitala koji omogućuju dublje razumijevanje načina na koji se obrasci političkog ponašanja oblikuju, kao i načina na koji se društvene nejednakosti kroz njih nastavljaju reproducirati. Prema Bourdieu, habitus je skup stečenih dispozicija koje usmjeravaju način na koji pojedinac percipira svijet, razmišlja i djeluje. Kod pripadnika Generacije Z, habitus se uvelike oblikuje unutar digitalnog okruženja. Njihova politička socijalizacija često ne dolazi kroz obiteljske razgovore o politici, prisustvo na stranačkim skupovima ili čitanje novina, već kroz sadržaje kojima su izloženi na TikToku, Instagramu i YouTubeu, koji su filtrirani algoritamski (Loader, 2014) Primjerice, tinejdžer koji svakodnevno prati politički angažirane influencere (Jenkins i sur., 2016) na društvenim mrežama formira svoje stavove putem kratkih, vizualno privlačnih poruka često bez doticaja s formalnim političkim strukturama. Zbog toga se oblikuje politički habitus (Bourdieu, 1990) koji potiče informiranost i izražavanje stavova na internetu, no ne i nužno sudjelovanje u formalnim političkim procesima poput učlanjenja u stranke, sudjelovanja u javnim raspravama ili izlaska na izbore. Mnogi mladi smatraju da je dovoljno sudjelovati u političkom životu putem društvenih mreža: lajkati objave, dijeliti peticije ili ostaviti komentar na objave aktualna zbivanja (Bennett i Segerberg, 2012). Na primjer, učenica srednje škole može redovito dijeliti sadržaje vezane uz prava LGBTQ+ osoba, ali istovremeno ne osjeća potrebu za izlaskom na prosvjede ili glasovanjem, jer joj formalna politika djeluje udaljeno ili neučinkovito. Taj raskorak između digitalno oblikovanog habitusa i logike institucionalnog političkog sustava dodatno se može objasniti Bourdieuovim pojmom polja (Bourdieu, 1977). Polje označava društveni prostor u kojem akteri zauzimaju pozicije i bore se za utjecaj i priznanje prema vlastitim pravilima igre. Digitalni mediji, osobito društvene mreže, danas djeluju kao paralelno političko polje, u kojem dominira drugačiji sustav vrijednosti. Tu se vrednuje vidljivost, broj pratitelja, brzina reakcije i sposobnost kreiranja viralnih sadržaja. Mladi često politički djeluju putem objava koje istodobno informiraju, kritiziraju i zabavljaju. Primjerice, kratki videozapisi (*Instagram Reels*-i) koji ismijavaju izjave političara često postaju viralni i dosegnu širu publiku nego službene političke kampanje (Marwick, 2015). U tom digitalnom polju razvija se oblik angažmana poznat kao „clicktivizam” sudjelovanje koje se temelji na simboličkim radnjama poput promjene profilne slike, dijeljenja *hashtag* kampanja ili potpisivanja internetskih peticija.

Iako takve aktivnosti mogu stvoriti osjećaj uključenosti, često ne rezultiraju stvarnim političkim promjenama jer ostaju u granicama digitalnog prostora i ne prevode se u institucionalno djelovanje. Primjerice, velik broj mladih može dijeliti peticiju za borbu protiv nasilja nad ženama, no istovremeno se ne uključuje u rad udruga koje se time konkretno bave. Posebnu pozornost valja posvetiti i pitanju autoriteta i povjerenja. Generacija Z sve češće izražava nepovjerenje prema političarima i tradicionalnim medijima, dok su nezavisni influenceri i aktivisti sve prisutniji kao figure političkog autoriteta (Abidin, 2018). Primjer za to je popularnost osobe poput Nine Skočak, koja putem društvenih mreža dijeli političke sadržaje mladima razumljivim jezikom i pristupom. Studenti često ističu kako će prije povjerovati neovisnom digitalnom komentatoru nego stranačkom kandidatu na televiziji. Ovi novi akteri posjeduju simbolički kapital koji proizlazi iz njihove autentičnosti, emocionalne dostupnosti i neformalnog pristupa obilježja koja im osiguravaju legitimitet među mladima. Kroz Bourdieuvu teoriju postaje jasno da politička apatija ili angažman kod mladih nije isključivo rezultat osobnih preferencija, već je društveno uvjetovan. Obrasci ponašanja koji se često tumače kao „osoban izbor“ zapravo proizlaze iz duboko ukorijenjenih društvenih razlika. Mladi koji dolaze iz obitelji u kojima se politika doživljava kao „nešto daleko“ ili „samo za elite“, rjeđe razvijaju osjećaj da imaju pravo ili dužnost sudjelovati. Nasuprot tome, oni koji su odrasli u okruženjima gdje se poticalo društveno angažiranje, raspravljalo o aktualnim temama i promicala aktivna participacija, češće razvijaju aktivistički habitus bilo u digitalnom, bilo u fizičkom prostoru.

2. POLITIČKA PARTICIPACIJA

Početkom 1970-ih godina, Verba i Nie (1972) definirali su političku participaciju kao oblik građanskog djelovanja, kojim se u određenoj mjeri može izravno utjecati na izbor političkih predstavnika i na njihovo djelovanje, odnosno na djelovanje vlasti. Težište je stavljeno na aktivnosti čiji je cilj ostvarivanje utjecaja na proces političkog odlučivanja (Vujčić, 2000). Za ono što se naziva stvarnom političkom participacijom ili sudjelovanje, autori Amnå i Ekman (2012) predlažu definiciju Teorella i suradnika (2007) koja nalaže da politička participacija obuhvaća: „radnje ili aktivnosti običnih građana koje su na neki način usmjerene prema utjecanju na političke ishode u društvu“ (Amnå i Ekman, 2012:286). U formalno političko sudjelovanje, unutar okvira predstavničke demokracije, uključene su razne aktivnosti. Građani imaju pravo glasati na općim izborima i podržavaju kandidate i stranke na temelju vlastite odluke, kako bi spriječili, odnosno osigurali da neka druga stranka ili kandidat ne dođe na vlast. Suzdržavanje od glasanja na izborima i prosvjedi protiv vladajućih također su dio političkog čina pa tako građanin može poništiti glasački listić ili ga ostaviti praznim na izborima kako bi pokazali političko nezadovoljstvo (Amnå i Ekman, 2012). Isti autori navode četiri glavna oblika političke participacije, odnosno političkog sudjelovanja: a) glasanje; b) sudjelovanje u izbornim kampanjama stranke u kojoj je pojedinac član, odnosno donacije strankama i različitim organizacijama; c) kontaktiranje javnih dužnosnika; d) sudjelovanje u zajedničkim inicijativama i aktivnostima koje su usmjerene na lokalne probleme, odnosno one koji se nalaze unutar lokalne zajednice (Amnå i Ekman, 2012).

Postoji i opsežnija tipologija koja obuhvaća pet dimenzija političke participacije. Sudjelovanje na izborima prva je od njih. Druga je potrošačka participacija, koja obuhvaća doniranje novca u dobrotvorne svrhe, bojkotiranje i političku potrošnju, kao i potpisivanje peticija. Treća dimenzija je stranačka aktivnost: biti član, aktivnost unutar stranke volontiranje i doniranje novca političkoj stranci. Prosvjedna aktivnost je četvrta dimenzija, koja obuhvaća: sudjelovanja u demonstracijama, štrajkovima i drugim prosvjednim aktivnostima. Petu dimenziju sačinjava kontaktiranje organizacija, političara ili javnih dužnosnika, što se u ovoj tipologiji označava kao kontaktna aktivnost (Amnå i Ekman, 2012).

Razlikuju se latentni i manifestni oblici političke participacije i individualni i kolektivni oblici političke participacije i angažmana. Kao što navode Amnå i Ekman (2012), tipologija Teorella i suradnika (2007) ne uzima u obzir latentne oblike političkog sudjelovanja, angažmana koji se može smatrati predpolitičkim. Latencija se temelji na pretpostavci da građani sudjeluju u brojnim aktivnostima koje se ne mogu uvijek svrstati u kategoriju političkog

djelovanja, ali ipak mogu utjecati na buduće oblike političkog sudjelovanja. Važno je prepoznavanje ovih oblika društvenog angažmana, koji nisu izravno politički, ali imaju politički značaj. Ljudi različitih dobnih skupina aktivni su u društvenim aktivnostima izvan ustaljenih političkih okvira i te iste aktivnosti i dalje mogu imati značajan politički utjecaj. Manifestno političko ponašanje, odnosno participacija obuhvaća sve aktivnosti koje su usmjerene na neposredan utjecaj na odluke vlade i političke ishode. Ovakvo sudjelovanje, usmjereno na određeni cilj i često shvaćeno kao racionalno djelovanje, uočljivo je, može se neposredno pratiti te se povezuje s interesom građana da oblikuju politiku (Amnå i Ekman, 2012).

Tablica 1. Latentna i manifestna politička participacija

Građansko sudjelovanje (latentno političko sudjelovanje)		Manifestno političko sudjelovanje		
Uključenost (pažnja)	Građanski angažman (djelovanje)	Formalno političko sudjelovanje	Aktivizam (izvanparlamentarno sudjelovanje)	
			Legalno	Ilegalno
Individualni oblici				
Osobni interes za politiku i društvena pitanja Pažnja prema političkim pitanjima	Aktivnosti temeljene na osobnom interesu i pažnji prema politici i društvenim pitanjima	Izorno sudjelovanje i kontakt aktivnosti	Izvanparlamentarni oblici sudjelovanja: kako bi se jednom čuo glas ili kako bi se napravila razlika individualnim sredstvima (npr. potpisivanje peticija, politička potrošnja)	Politički motivirana nezakonita djela na individualnoj osnovi
Kolektivni oblici				
Osjećaj pripadnosti skupini ili zajednici s izrazitim političkim profilom ili programom Način života vezan za politiku (npr.	Volonterski rad za poboljšanje uvjeta u lokalnoj zajednici, u dobrotvorne svrhe ili za pomoć drugima (izvan vlastite	Organizirano političko sudjelovanje: članstvo u konvencionalnim političkim strankama, sindikata i organizacijama	Labavo organizirani oblici ili mrežno temeljeno političko sudjelovanje: novi društveni pokreti, demonstracije, štrajkovi i prosvjedi	Ilegalne i nasilne aktivnosti i prosvjedi: demonstracije, neredi, skvotiranje zgrada, oštećivanje imovine, sukobi s

identitet, odjeća, glazba, hrana, vrijednosti	obitelji i kruga prijatelja			policijom ili političkim protivnicima
--	-----------------------------------	--	--	---

Napomena: Tablica je preuzeta i prevedena sa engleskog jezika prema Amnå i Ekman (2012), bez izmjena u sadržaju.

2.1. Politička participacija mladih

Prema Ilišin (2003) mladi su definirani na sljedeći način: termin „mladeži“ obuhvaća one pojedince koji su pri kraju školovanja, koji su osposobljeni za izlazak na tržište rada ili su prvi puta zaposleni te koji još nisu zasnovali obitelj, a nalaze se u dobi između 15 i 24 godina (Ilišin, 2003). Europske zemlje koriste različite instrumente kako bi potaknule veće sudjelovanje mladih u političkom djelovanju. Kao neki od glavnih oblika političkog angažmana, ističu se vijeća mladih na lokalnim, regionalnim i nacionalnim razinama. U pojedinim zemljama postoje i parlamenti mladih. Mladi djeluju kroz razne omladinske udruge i putem civilnih udruga koje omogućuju angažman mladih u javnom prostoru (Ilišin, 2003).

Mladi u Hrvatskoj pokazuju slična obilježja i razinu političke participacije kao njihovi vršnjaci u Europi. Gledajući pojedine aspekte, bliži su mladim pojedincima skandinavskih zemalja, a njihova politička participacija je veća od prosjeka Europe, odnosno naspram mladeži mediteranskog okruženja koja se karakterizira kao politički pasivnija. U europskim politikama, mladi se promatraju kao društveni resurs. Razvijaju se odjeli i službe za mlade, koji koordiniraju aktivnosti usmjerena na ostvarenje ciljeva politika koje su namijenjene upravo mladim ljudima. Jedan od ključnih ciljeva prema mladim ljudima, od strane europskih politika, je poticanje na poboljšanje političke participacije. Nakon dugog političkog i društvenog perioda, u kojem su se mišljenja mladih stavljala po strani, izgrađuju se temelji za vođenje sveobuhvatne i promišljene politike usmjerene prema mladima, a uspješnost ovakvih politika ovisi o pojedinim čimbenicima; političkoj volji vlasti, dostupnosti financijskih sredstava, društvene svijesti, a ujedno i odlučnosti te spremnosti mladih da se povežu i da se zalažu za zajedničke interese. Ovo znači da bi mladi trebali ponajviše djelovati putem udruga, civilnog sektora, različitih kampanja i inicijativa (Ilišin, 2003).

2.2. Politička participacija mladih u Hrvatskoj

S obzirom na to da se mlade smatra nositeljima društvenih promjena, politička participacija mladih jedan je od ključnih pokazatelja stupnja demokratske konsolidacije građana. Povećanje političke pasivnosti mladih, osobito prema institucionalnoj politici, može izazvati veliku zabrinutost jer se tako mladi sve više povlače iz političkih angažmana poput glasanja na izborima i članstva u političkim strankama. Iako u relativno maloj mjeri, prisutan je interes za neformalne oblike djelovanja poput građanskih inicijativa i aktivizma na društvenim mrežama. Naime, uzroci političke pasivnosti mladih složeni su i višestruki – nepovjerenje u politički sustav, percepcija korumpiranosti političkih aktera te dojam da njihov doprinos nema stvarni učinak što dodatno pojačava njihovu apolitičnost.

Prema Vlasti Ilišin (2003) postoje dvije međusobno komplementarne tradicije pristupa mladima. Prva tradicija vidi „mlade kao resurs“ gdje se mladi promatraju kao predstavnici idealizirane budućnosti, društveni kapital kojem se moraju osigurati uvjeti za optimalni razvoj. U ovom kontekstu mlade se promatra kao sadašnju snagu. Nadalje, druga tradicija prikazuje mlade kao potencijalni problem, naglašavajući njihovu ranjivost u fazi odrastanja te mogućnost da postanu izvor društvenih prijetnji. Zanimljivo je što se mladi kao resurs vide samo u razdobljima društvene stabilnosti i ekonomskog rasta, no tretiraju se kao problem u razdobljima ekonomskih kriza i političke nestabilnosti. Također, autorica navodi kako je kod mladih u Europi, ali i u Hrvatskoj uvelike izraženiji socijalni aktivizam poput sudjelovanja u sportskim ili ekološkim udrugama, a sve manje prisutan politički aktivizam. Međutim, mladi u Hrvatskoj pokazuju nešto veći aktivistički potencijal od svojih europskih vršnjaka, što je vidljivo kroz članstva u političkim strankama i sindikatima (Ilišin, 2003).

Naime, u posttranzicijskoj Hrvatskoj potrebe mladih rijetko su u fokusu medija, institucija ili političkih stranki što nam pokazuje kako je integracija mladih u procese donošenja odluka gotovo nikakva. Budući da su njihove ideje slabije zastupljene u javnom prostoru, njihovo sudjelovanje u formalnim političkim strukturama, a posebno u tijelima vlasti, vrlo je ograničeno. Prema istraživanju Vlaste Ilišin iz 2002. godine (2008), pokazalo se kako mladi misle da su njihovi vršnjaci kritički distancirani od politike – pritom navodeći razloge kako je politika nepoštena te kako se politički akteri ne bave problemima koje mladi smatraju važnima. S druge strane, dio mladih vjeruje da su njihovi vršnjaci nekompetentni i nezainteresirani - misle da je politika dosadna, te da mladi nisu dovoljno iskusni i osposobljeni za bavljenje politikom, zbog čega je prirodno da se njome bave samo stariji. Na temelju ovih nalaza, vidljivo je kako postoji značajan jaz između mladih i politike, koji nam s jedne strane pokazuje kako

mladi ne vide politiku kao relevantnu i poštenu, a s druge strane da mladi nemaju motivaciju za uključenjem ili se osjećaju kao nedovoljno kompetentnima. Potrebno je povećati političku participaciju mladih jer se time pridonosi brzom i kvalitetnom učvršćivanju demokratskog poretka. Važno je napomenuti kako nedostatak političke participacije mladih, kao i njihova neuključenost te nedovoljna informiranost o političkim procesima (izborima, strankama i tijelima vlasti), može povećati rizik od njihove manipulacije i instrumentalizacije, ali i od skretanja prema radikalnim političkim opcijama, poput krajnje desnice ili krajnje ljevice.

Važno je napomenuti kako je najveća politička marginaliziranost mladih prisutna u tradicionalnim političkim institucijama i procesima. Nadalje, uočava se blaga promjena u političkoj participaciji mladih jer su mladi napokon postali predmet interesa najviših tijela vlasti kroz kampanje, inicijative i udruge što nam pokazuje da se politički fokus blago okrenuo prema konkretnim društvenim problemima i zanemarenim interesnim skupinama. Rezultati istraživanja, provedenog u Hrvatskoj 2002. godine (Ilišin 2008), ukazuju kako većina mladih izražava prihvaćanje temeljnih ustavnih vrijednosti, ali su prisutne i određene sumnje u pogledu demokratskog i višestranačkog pogleda te važnosti vladavine prava. Također, kao što je već spomenuto, mladi suglasno smatraju da su nedovoljno zastupljeni u političkom životu zemlje, no istodobno slabi njihov socijalni aktivizam i politička participacija, a to vodi njihovoj daljnjoj političkoj (samo)marginalizaciji.

Demokratski potencijal mlade generacije, osobito studenata prema kojima su usmjerena najveća društvena očekivanja, izrazito je važan sa stajališta razvoja demokracije – bez obzira radi li se o demokratskim ili u tranzicijskim društvima (Ilišin, 2008). Uključivanje mladih u društvene i političke procese jedan je od preduvjeta za formiranje demokratski orijentiranih i politički aktivnih građana. Važno je da se naglasak stavlja na političku kulturu, odnosno na odnos pojedinca prema političkim institucijama, procesima i simbolima koja podrazumijeva informiranog, kompetentnog, odgovornoga i aktivnog građanina (Steenberger, 1994; Almond i Verba, 2000, prema Ilišin 2008). „Demokratska politička kultura i “koncept” aktivnog građanina usko su povezani sa socijalnim kapitalom, koji je shvaćen kao mreža socijalnih odnosa zasnovanih na povjerenju, reciprocitetu, kooperativnosti i solidarnosti (Putnam, 2000; Šalaj, 2007) i koji bitno pridonosi demokratizaciji ukupnih društvenih odnosa“ (Ilišin, 2008: 312).

Istraživanje Vlaste Ilišin (2008), koje je provedeno na zagrebačkim studentima kako bi se ispitalo njihovo mišljenje o demokraciji i političkom aktivizmu, pokazalo je zanimljive nalaze koji pokazuju kako su studenti politički profiliranija i liberalnija skupina s izraženijim

političkim potencijalom, kritičnijim odnosom prema društvu te imaju veću spremnost za sudjelovanje u političkim procesima. S time da iskazuju snažniji interes za politiku, studenti češće sudjeluju u formalnim političkim akcijama te imaju jasno oblikovane stranačke preferencije. Važno je napomenuti kako je istraživanje pokazalo da imaju i liberalnije stavove prema pojavama koje se suprotstavljaju tradicionalnim vrijednostima. Nadalje, oštrije percipiraju korupciju u javnoj upravi, pravosuđu i zdravstvu, za gospodarske i društvene probleme zemlje skloniji su odgovornost pripisati političkim elitama, a kao rješenje izlaska iz krize vide jedino u stručnjacima i intelektualcima. Na temelju provedenog istraživanja, zaključuje se kako su gotovo svi ispitani studenti prihvatili tezu o društvenoj i političkoj neaktivnosti mladih, objašnjavajući tu pojavu gotovo dvostruko češće društveno uvjetovanim okolnostima (neuvažavanje mladih, nepovjerenje u politiku i/ili političare i osjećaj nemoći) koje destimuliraju angažman mladih, nego njihovom potpunom političkom nezainteresiranošću i pasivnošću.

3. POLITIČKA APATIJA I ULOGA MEDIJA

3.1. Uzroci političke apatije

Prema mišljenju Pap (2020), politička apatija (engl. *political apathy*) je još uvijek nedovoljno istražen i konceptualiziran pojam u Republici Hrvatskoj, no ona ju definira kao nezainteresiranost i ravnodušnost građana prema politici, nisku razinu sudjelovanja u političkim aktivnostima i slab odaziv na izbore. Apatične birače karakterizira pasivan stav prema politici, odnosno nedostatak političke participacije. Politička apatija može se odrediti jednostavno kao glasanje ili neglasanje (Dean, 1960). Nadalje, Thompson i Horton (1960, prema Pap, 2020) definiraju apatiju kao općenitu ravnodušnost prema politici: apatični pojedinac ima nizak stupanj svjesnosti o politici te zna dovoljno o njoj kako bi donio zaključak da nije motiviran za veći stupanj uključenja. Pojam političkog otuđenja (engl. *political alienation*) potrebno je razlikovati od političke apatije. Dok se političko otuđenje odvija kao aktivan proces, podrazumijevajući dugotrajan osjećaj odvojenosti od aspekata političkog okruženja poput političara, institucija i procesa odlučivanja, praćen skepticizmom, cinizmom i izmorenošću, politička apatija je pasivan proces u kojem pojedinac svojevolumeno ne sudjeluje u političkim aktivnostima. Važno je naglasiti da se ovaj koncept političke apatije razlikuje od onog koji mediji često promiču, a koji apatiju definira kao kombinaciju nezainteresiranosti za politiku i nedostatka političkog sudjelovanja (Pap, 2020).

Prema Pap (2020), politička apatija je glavni uzrok ugroženosti demokracije, budući da je razvijenost države kao i njezino pravno te ekonomsko funkcioniranje, određeno stupnjem političke uključenosti i svjesnosti. School Mattazz (2017, prema Pap, 2020) navodi da su uzroci političke apatije u demokratskim sustavima: loša vladavina, lažiranje izbornih rezultata, politička povijest (žrtve političkog progona), nasilne kampanje, slabe sigurnosne mjere i kaotična politička atmosfera. Sarfraz, Khalid, Ahmad i Ajmal (2012, prema Pap, 2020) ističu korupciju i nepotizam, ignoriranje javnih zahtjeva, nepošteno vodstvo i pristrane izborne procese kao glavne uzroke apatije. Rosenberg (1951, prema Dean, 1960) smatra da se u složenom društvu s velikim brojem masovnih skupina neki ljudi mogu osjećati preplavljeno i nemoćno, zbog ekonomskih, medijskih, političkih i ostalih moćnih grupa, poput ogromnih korporacija i sindikata te su uvjereni da njihova malenkost nije dovoljna za borbu protiv takvih "divova". Zbog toga mnogi osjećaju nemoć, što ih navodi da izbjegavaju „dizati glas“, jer vjeruju da su preslabi i nedovoljno sposobni da mijenjaju način na koji svijet funkcionira. Davis (2009, prema Pap, 2020) je u svojem radu osjećaj bespomoćnosti podijelio na stvarni ili imaginarni, gdje tvrdi da stvarni proizlazi iz raspodjele moći, hijerarhije ili nepremostive birokracije, dok se imaginarni odnosi na pojedinčevu percepciju samog sebe i svojih mogućnosti. Nedostatak političkih opcija u nekom političkom sustavu također može biti razlog nastanka političke apatije. Primjerice, u Republici Hrvatskoj, politička scena je dugi niz godina bila obilježena dominacijom dviju glavnih stranaka – Hrvatske demokratske zajednice i Socijaldemokratske partije Hrvatske. Sukob između ljevice i desnice često je ohrabrivao radikalne pristaše tih stranka na političko angažiranje, dok su birači koji nisu podržavali nijednu od vodećih stranaka, izgubili motivaciju za sudjelovanje u političkom procesu jer su smatrali da ostale političke opcije nemaju stvarne šanse da se ozbiljno suprotstave moćnim strankama (Pap, 2020).

3.2. Uloga medija u političkoj participaciji

Masovni mediji, kako ih definiraju Piriyasanti i Phuengpha (2024), općenito se shvaćaju kao kanali komunikacije koji omogućuju prenošenje informacija velikom broju ljudi. Ovi kanali obuhvaćaju razne vrste, uključujući i tradicionalne (televizija, radio, tisak) te novije digitalne platforme (Internet, društvene mreže). Masovni mediji djeluju kao veza između javnosti i informacija koje se odnose na društvena i politička pitanja. Oni imaju važnu ulogu u angažmanu društva po pitanju politike kroz pružanje informacija, poticanje društvenih aktivnosti, inspiriranje za zajedničko djelovanje, pomažu javnosti da razumiju aktualna

politička zbivanja te analiziraju i racionalno kritiziraju vladine politike (Piriyasanti i Phuengpha, 2024).

Digitalizacija je transformirala dosadašnji način života i imala efekte strukturiranja ponašanja koji su posljedično izazvali novi način kolektivnog ponašanja, organizaciju društvenih pokreta omogućenih digitalnim tehnologijama (Herawati, Marom, Widowati, 2024). Digitalni mediji nude pristup vijestima i praćenje njihova razvoja u stvarnom vremenu, što ljudima olakšava pristup da ostanu informirani o političkim događajima i temama, što proširuje njihovo razumijevanje i omogućuje obrazovanje sudjelovanje u političkom diskursu (Piriyasanti i Phuengpha, 2024). Platforme poput Twittera, Facebooka i Instagrama omogućuju korisnicima dijeljenje političkih stavova, brže organiziranje prosvjeda, pa čak i utjecanje na javnu politiku. To stvara nove prilike za građane da se izravno uključe u politiku bez potrebe za velikim organizacijama ili resursima koji su ranije bili prepreke političkom sudjelovanju (Rachimoellah, Lubis i Utimađini, 2024). Prema navodima Herawati, Marom, Widowati, 2024), aktivizam podrazumijeva djelovanje usmjereno na ostvarenje promjena unutar društva, gdje se ova aktivnost najčešće odvija kroz pisanje pisama, peticija, prosvjede i haktivizam. Mutsvairo i Wasserman (2016) smatraju kako digitalni aktivizam podrazumijeva korištenje internetskih tehnologija i mobilnih uređaja kao alata za organizaciju različitih kampanja usmjerenih na postizanje društvenih i političkih promjena te uključuje sve načine političkog i društvenog angažmana koji se oslanjaju na mrežnu infrastrukturu. Aktivisti često koriste platforme društvenih medija ili mreže kako bi pronašli volontere i dijelili svoje motivirajuće priče s ljudima širom svijeta (Mutsvairo, Wasserman, 2016). Digitalni aktivizam omogućuje marginaliziranim osobama da izraze svoje pritužbe putem društvenih mreža zbog čega se u usporedbi s tradicionalnim pokretima, pokazao učinkovitijim jer može premostiti lokalno i globalno (Herawati, Marom, Widowati, 2024).

Važna razlika između prenošenja političkih informacija putem medija ostaje u tome što tradicionalne medijske kuće i dalje djeluju kao posrednici koji filtriraju, analiziraju i tumače podatke prije nego što postanu javni, dok su digitalni mediji otvorena platforma koja potencijalno daje svakoj osobi način da izravno dopre do javnosti. Oni mogu širiti vijesti bez ikakve filtracije zbog svoje nereguliranosti (Lata, 2020). Digitalno medijsko okruženje karakterizira se kao ono s brojnim opcijama, gdje su dezinformacije u porastu, a povjerenje u profesionalne medije opada. Ovi razvojni trendovi otežavaju ljudima aktivno sudjelovanje i ističu važnost medijske pismenosti koja se smatra rješenjem za ove izazove i mogućim načinom za izlazak iz političke pasivnosti (Vozab, 2023).

3.3. Uloga influencera u političkoj participaciji Generacija Z

Biloš, Budimir i Jaška (2021) govore kako u digitalnom okruženju, koje karakterizira komunikacijski šum i obilje informacija, promotivnih poruka i nepouzdanih izvora, dolazi do manjka povjerenja u tradicionalne komunikacijske kanale među mladima, a usporedno s tim dolazi i do jačanja uloge influencera u društvu. Influenceri su utjecajne osobe kojima se javnost divi ili im vjeruje, a pojavili su se usporedno s razvojem internetskih medija i društvenih mreža koje koriste za moć nad masom. Njihova moć dolazi iz popularnosti, autoriteta, stručnosti ili odnosa s publikom, čime utječu na trendove ili stavove svojih obožavatelja. Može se reći da su influenceri širok pojam koji obuhvaća različite grupe u digitalnom svijetu, kao što su blogeri, vlogeri, ambasadori brendova, poznate ličnosti i vođe mišljenja. Sve ove osobe privlače pažnju svojim znanjem, aktivizmom, stilom, statusom ili kvalitetnim sadržajem. Glavne komunikacijske kanale čine društvene mreže poput Instagrama, Facebooka, YouTubea, Twittera, TikToka i Pinteresta (Biloš, Budimir, Jaška, 2021). Međutim, studija koju su provele Peter i Muth (2023) potvrđuje kako unatoč sve većem korištenju digitalnih platformi, pripadnici Generacije Z i dalje smatraju tradicionalne (tkz. *mainstream*) medije, poput kvalitetnih *online* portala i televizije, glavnim i pouzdanim izvorom političkih informacija, budući da smatraju informacije koje oni prenose provjerenima, uređenima i podložnima profesionalnim standardima, dok se influenceri, posebno oni koji se fokusiraju na politiku i važna društvena pitanja, sve više koriste kao dodatni izvori, kako bi pomogli mladima u razumjevanju i procjeni informacija koje dolaze iz tradicionalnih medija te da jednostavnije razumiju političke vijesti iz tradicionalnih izvora i formiraju vlastito mišljenje o njima.

Politički influenceri percipiraju se kao kompetentniji i pouzdaniji za dobivanje političkih informacija od "običnih" influencera. Njihove informacije smatraju se vjerodostojnijima i neutralnijima, (naravno pod uvjetom da se navedu i izvori istih) ako publika vjeruje da im je primarni fokus širenje političkih informacija, a ne promocija proizvoda kao kod „običnih“ influencera (Peter, Muth, 2023). Schwmmmer i Riedl (2025) navode kako politički influenceri uključuju politički sadržaj u svoje redovite objave kako bi širili sadržaj povezan s političkim temama poput klimatskih promjena i političkih događaja poput izbornih kampanja. „Obični“ influenceri se prvenstveno bave nepolitičkim temama poput mode, *lifestylea*, zdravstvenog ponašanja, prehrane itd. te samo povremeno iznose političke stavove, stoga nisu percipirani kao pouzdani izvori političkih informacija jer se smatra da im nedostaje znanja za

pouzđano prezentiranje takvih tema. Kredibilitet influencera u političkom kontekstu ovisi o nekoliko atributa, uključujući stručnost i znanje, simpatičnost, mogućnost identifikacije, slični interesi, relevantnost informacija, slična politička mišljenja, ozbiljnost, autentičnost, karizma i dosljednost.

Najveći utjecaj politički influenceri imaju na mlade koji su već politički angažirani i svojevrijedno prate političke influencere te se na njih utjecaj influencera, kako se čini, prije pojačava, nego im mijenja njihova politička mišljenja i namjere glasanja (Peter, Muth, 2023). Mogu privući znatno velik broj gledatelja zahvaljujući algoritamskoj vidljivosti i mrežnim efektima te potencijalno utjecati na veću izlaznost mladih birača (Schwemmer, Riedl, 2025). Također, politički influenceri mogu učiniti politiku "lakšom" prezentirajući je na ležeran i prizemljen način, što može potaknuti politički interes, ali i politički cinizam kod generacije Z (Peter, Muth, 2023). Politički cinizam označava negativan stav pojedinca prema politici, koji se temelji na uvjerenju da su političke institucije, akteri i cijeli politički sustav moralno upitni i neefikasni. Uvjerenje o nemoralnosti odnosi se na etičke karakteristike i procjene o tome jesu li odluke političkih aktera moralno ispravne ili pogrešne, dok se doživljaj nesposobnosti odnosi na način na koji se obavljaju zadaci unutar političkog sustava, uključujući političare, stranke, parlament i vladu (Dekker, Meijerink, 2012).

4. RAZINA POVJERENJA U POLITIČKE INSTITUCIJE

Povjerenje u političke institucije predstavlja jedan od ključnih elemenata stabilnosti i legitimnosti demokratskog sustava. Naime, ono je narušeno zbog nekoliko problema poput nedostatka transparentnosti u odlučivanju, korupcije i sporo reagirajućeg pravosudnog sustava. Uz sve to, brojne političke afere i osjećaj nekažnjivosti političke elite dodatno ukazuje na to da institucije ne djeluju u korist građana.

U političkoj znanosti, povjerenje u političke institucije, često se promatra kao dimenzija potpore političkom sustavu i (Norris, 1999, prema Bovan i Baketa, 2022) predstavlja jednu od pet razina potpore – od političke zajednice do političkih institucija. U domaćem kontekstu institucionalno povjerenje obuhvaća najvažnije državne institucije, kao što su parlament, vlada, sudovi, kao i sigurnosne ustanove poput vojske i policije (Bovan i Baketa, 2022). Istraživanja koja su proveli isti autori pokazuju da u Hrvatskoj građani tradicionalno izražavaju najviše povjerenja u vojsku i policiju, a najmanje u političke stranke, Hrvatski sabor i Vladu. U longitudinalnom istraživanju od 1999. do 2020. godine pokazalo se da je povjerenje građana u pojedine institucije najčešće ispod srednje vrijednosti na ljestvici od 1 do 5, osim u slučajevima vojske i policije. Isto istraživanje pokazuje da hrvatski građani razlikuju dva tipa institucionalnog povjerenja – povjerenje u predstavničke institucije i ono u javne institucije, odnosno institucije sigurnosti. Rezultati dokazuju relativnu stabilnost redoslijeda institucija po stupnju povjerenstva, pri čemu su vojska i policija iz godine u godinu na vrhu ljestvice, dok su političke stranke gotovo uvijek na dnu (Bovan i Baketa, 2022).

Nadalje, istraživanje Franc, Maglić i Sučić (2020) temeljeno na podacima European Values Study (EVS) iz 2018. godine potvrđuje postojanje dvodimenzionalnog pristupa povjerenstvu u institucijama. Razlikuju povjerenje u vladu i predstavničke institucije (vlada, parlament, političke stranke i političari) te povjerenje u provedbene institucije (policija, sudstvo i javne službe). Te dvije dimenzije povjerenstva međusobno su visoko povezane, no imaju različitu ulogu u objašnjenju političkog ponašanja građana. Istraživanje pokazuje kako su građani većeg političkog povjerenja i zadovoljnijeg funkcioniranja demokracije nešto skloniji glasanju, dok su građani manjega političkog povjerenja i većeg nezadovoljstva funkcioniranjem demokracije skloniji prosvjednom sudjelovanju. Multivarijatna analiza potvrđuje glasanje i prosvjede kao oblike političkog sudjelovanja u kojem je važan osjećaj političke učinkovitosti, nepravde i identifikacije s pokretima. Nisko povjerenje u institucije u Hrvatskoj povezano je s percepcijom korupcije i naslijeđem autoritarnog sustava, ali se razvojem demokracije može očekivati veće povjerenje i jasniji utjecaj njegovih dimenzija na političko ponašanje.

Posebno je zanimljiv nalaz da građani pokazuju najmanje povjerenja upravo u institucijama koje su središnje za predstavničku demokraciju. Od svih analiziranih institucija građani iskazuju najmanje povjerenja u političke stranke, Sabor, te vlast i državnu upravu (u rasponu od 0.42 do 0.63, na ljestvici 0 – 3), a odmah potom u pravosudni sustav (0.70). Rezultati potvrđuju da mladi imaju izrazito nisku razinu povjerenja u političke institucije.

5. POLITIČKI AKTIVIZAM

Mladi u Hrvatskoj, kao i drugdje u Europi, sve se češće osjećaju izgurani s političke margine. Načelno, prihvaćaju demokratske vrijednosti, interes za politiku kod većine ostaje prilično nizak, a stvarno sudjelovanje u politici još i slabije. Djelomično je to i zato što smatraju da sustav postoji samo pisano na papiru, a da u praksi stvari ne funkcioniraju kako bi baš trebale. Nije rijetkost čuti kako mladi misle da njihovo sudjelovanje u politici ništa ne može promijeniti, što dodatno potiče njihovu pasivnost. Zabrinjava i opći osjećaj nepovjerenja prema političarima i institucijama općenito. Mnogi su uvjereni da se potrebe mladih često ignoriraju, a da političari djeluju prvenstveno radi svoje vlastite koristi. Neki podaci pokazuju da su mladi i brojčano slabo zastupljeniji. Primjerice, u četiri uzastopna saborska mandata udio zastupnika mlađih od 30 godina nije nikad prešao 2,6% (Ilišin, 2003). Takve brojke jasno pokazuju zašto se često osjećaju nevidljivo.

Ipak, unutar te šire slike studenti se ističu kao politički aktivnija skupina, pogotovo oni koji studiraju društvene i humanističke znanosti. Međutim, i među njima prevladava opća skepsa prema institucijama strankama, Saboru, Vladi. Zanimljivo je da mnogi od njih imaju razrađeno mišljenje o političkim procesima, ali svejedno odlično ostaju distancirani. Umjesto toga, sve se više okreću civilnim udrugama i aktivizmu izvan klasičnih političkih okvira putem društvenih mreža, što neki istraživači (poput Ilišin, 2008) nazivaju „novim oblikom političke socijalizacije“. Slične se tendencije vide i u Europskoj uniji, mladi rjeđe ulaze u stranke i češće od starijih izjavljuju da odbijaju izaći na izbore. Povrh toga, često naglašavaju da se ne osjećaju politički relevantnima, niti vjeruju da netko istinski može zastupati njihove interese. Institucije koje bi trebale predstavljati mlade često su slabo profilirane, a predstavnici koji imaju pravi utjecaj su rijetki. Istraživanja pokazuju da dosadašnji pokušaji da se poveća angažman mladih nisu dali značajnije rezultate (Ilišin, 2003). Ipak, rješenja postoje. Primjerice, čak 60% mladih smatra da bi kvote na izbornim listama potaknule njihovo sudjelovanje (Ilišin, 2003). Unatoč tome, čini se da politički akteri još uvijek znaju zazirati od ozbiljnog suočavanja s ovim problemom. Sve dok se to ne promijeni, mladi će dugoročnije ostati pasivni promatrači političkih procesa iako imaju potencijal za biti puno više od toga i napredovati u tom segmentu.

U hrvatskom kontekstu važan aspekt političke participacije mladih predstavljaju studentski pokreti. Povijest studentskog aktivizma, iako ne tako intenzivna kao u nekim zapadnim zemljama, pokazuje da su teme i metode borbe usporedive s međunarodnim iskustvima (Kovačić, 2014). Posebno se ističe 1968. godina kao simbol studentske borbe za demokratizaciju. Zagrebački studenti tada su zahtijevali slobodu medija, egalitarnije društvo i

stvarno samoupravljanje, odbacujući političku manipulaciju (Kovačić, 2014; Ponoš, 2007). Studentski pokreti nisu zamrli ni u suvremenom kontekstu. Tako su studenti Filozofskog fakulteta u Zagrebu 2009. pokrenuli potpunu blokadu nastave s ciljem postizanja besplatnog i svima dostupnog visokog obrazovanja (Kovačić, 2014). U tim akcijama ključnu ulogu imalo je i civilno društvo, koje je okupljalo velik broj studenata i jačalo njihovu društvenu ulogu (Kovačić, 2014). Premda je studentska populacija politički aktivnija od ostatka mladih, hrvatska situacija općenito ne odstupa znatno od međunarodnih trendova. Zbog toga je potrebno temeljito analizirati mogućnosti političke participacije mladih i studenata kako bi se osnažio njihov položaj u suvremenim političkim procesima (Kovačić, 2014).

6. ISTRAŽIVANJE I ANALIZA ANKETE

6.1. Ciljevi istraživanja

Glavni cilj istraživanja bio je ispitati razinu političke angažiranost Generacije Z, posebno razliku između formalnog političkog sudjelovanja, kao što su glasanje i članstvo u političkim strankama, i neformalnog sudjelovanja, kao što je *online* aktivizam. Također, cilj je bio i analizirati način na koji mladi konzumiraju političke informacije – koriste li se društvenim mrežama, kao što su Facebook, Instagram, YouTube itd., ili informacije dobivaju putem tradicionalnih medija. Fokus istraživanja je stavljen na utjecaj influencera na političke stavove mladih te razinu povjerenja koje mladi imaju u odnosu na političare i tradicionalne medije naspram digitalnih, odnosno suvremenih medija.

6.2. Hipoteze

U istraživanju su postavljene četiri istraživačke hipoteze koje su prikazane u Tablici 1. Prva hipoteza (H1a) pretpostavlja da je veća izloženost političkom sadržaju na društvenim mrežama povezana s većim interesom za političke informacije, a druga hipoteza (H1b) sugerira da je veća izloženost političkom sadržaju na društvenim mrežama negativno povezana s formalnom političkom participacijom. Nadalje, iduća hipoteza (H2) pretpostavlja da učestalost *online*-aktivizma (“clicktivism”) nije značajan prediktor *offline* kolektivne akcije kada se kontrolira opći interes za politiku. Naposljetku, četvrta hipoteza (H3) pretpostavlja da ispitanici pokazuju više povjerenja u nezavisne influencere/aktiviste na društvenim mrežama, nego u profesionalne političare.

Tablica 1: *Istraživačke hipoteze*

Oznaka hipoteze	Hipoteza
H1a	Veća izloženost političkom sadržaju na društvenim mrežama povezana je s većim interesom za političkim informacijama.
H1b	Veća izloženost političkom sadržaju na društvenim mrežama negativno je povezana s formalnom političkom participacijom.
H2	Učestalost <i>online</i> -aktivizma (“clicktivism”) nije značajan prediktor <i>offline</i> kolektivne akcije kada se kontrolira opći interes za politiku.
H3	Ispitanici pokazuju više povjerenja u nezavisne influencere/aktiviste na društvenim mrežama nego u profesionalne političare.

Ovim istraživanjem nastojalo se razumjeti motive, dosege, metode sudjelovanja i djelovanja Generacije Z u modernom političkom i društvenom kontekstu.

6.3. Metoda

6.3.1. *Uzorak*

Uzorak istraživanja koji je korišten bio je prigodni uzorak s 329 ispitanika. S obzirom na to da se ovaj rad odnosi na političku participaciju Generacije Z koja može sudjelovati u političkim procesima poput glasanja, ispitanici u ovom istraživanju su samo punoljetni pripadnici Generacije Z, odnosno nalaze se u dobnoj skupini između 18 i 30 godina. Svaki ispitanik je imao stalno prebivalište u Hrvatskoj kako bismo osigurali relevantnost podataka za kontekst Hrvatske. Budući da Generaciju Z karakteriziraju specifična obilježja poput aktivnosti na društvenim mrežama i velika upotreba digitalnih platformi, regrutacija ispitanika se provodila primarno putem digitalnih platformi kao što su WhatsApp grupe, Facebook i Instagram.

Osim sociodemografskih obilježja ispitanika, u istraživanju su ispitane i psihosocijalne varijable koje su smatrane relevantnim za njihovu političku participaciju – ideološka orijentacija ispitanika, povjerenje u političke aktere, razina interesa za politiku i drugo. Ovim pristupom dobivena je višedimenzionalna analiza odnosa Generacije Z i njihovog političkog interesa.

6.3.2. *Instrument*

U istraživanju se koristio kvantitativni pristup koji je omogućio prikupljanje podataka te primjenu statističkih analiza. Metoda kojom su prikupljeni podatci bila je *online* anketa putem platforme Microsoft Forms, što je omogućilo brzo dopiranje do velikog broja ispitanika. U okviru istraživanja koristio se strukturirani anketni upitnik koji je izrađen isključivo za potrebe ovog istraživanja. Anketni upitnik sadrži 32 pitanja raspoređenih u sedam tematskih cjelina. Pitanja i varijable korištene u svrhu istraživanja preuzete su iz European Social Survey (ESS), European Values Study (EVS), Youth Survey i Pew Research Center, ali dio instrumenata su razvile i prilagodile same istraživačice kako bi se obuhvatile specifičnosti istraživačkog problema.

Prvi dio upitnika ispituje sociodemografske podatke te se sastoji od šest pitanja. Drugi dio sadrži četiri pitanja i ispituje političku angažiranost. Treći dio sastoji se od jednog pitanja

te ispituje izvaninstitucionalnu političku participaciju, dok se četvrti dio bavi institucionalnom političkom participacijom i sadrži sedam pitanja. Peti dio s pomoću četiri pitanja istražuje političko povjerenje i orijentaciju. Šesti dio sadrži sedam pitanja baziranih na izvorima i cirkulaciji političkih informacija. Posljednji dio sastoji se od tri pitanja te istražuje ulogu influencera u oblikovanju stavova.

6.4. Rezultati

Dobiveni rezultati obrađeni su putem statističkog programa za obradu podataka *JASP* (verzija 0.19.3). Budući da nijedna od varijabli ne zadovoljava pretpostavku normalnosti, za ispitivanje povezanosti i razlika među varijablama korišteni su neparametrijski testovi. Kako bi se ispitali odnosi među varijablama korištena je Spearmanova korelacija koja je omogućila ispitivanje odnosa između interesa za političke informacije te informiranja putem društvenih mreža i/ili tradicionalnih medija. Nadalje, Wilcoxonov test primijenjen je u ispitivanju povjerenja u političare i političke influencere, a razlike između studenata različitih znanstvenih područja (STEM i društveno-humanističke znanosti) analizirane su Mann-Whitney U testom. Također, korišten je i Kruskal-Wallis test uz Dunnov post hoc test za ispitivanje razlika u politički ideološkom spektru (lijevo, centar, desno).

Za potrebe rada, konstruirano je šest skala koje mjere izvaninstitucionalne i institucionalne oblike političke participacije, političko informiranje putem društvenih mreža, tradicionalan način političkog informiranja, važnost društvenih mreža te *online* aktivizam. Pouzdanost svake skale izmjerena je Cronbachovim koeficijentom α . Tablica 2 prikazuje skale, varijable od kojih se skale sastoje te iznos Cronbachove α .

Tablica 2: Pregled skala i njihovih mjera pouzdanosti

Naziv skale	Izvaninstitucionalan oblik političke participacije	Institucionalan oblik političke participacije	Tradicionalan način političkog informiranja	Političko informiranje putem društvenih mreža	Važnost društvenih mreža	Online aktivizam
<i>Varijable koje čine skalu</i>	Sudjelovanje na zakonski odobrenim demonstracijama	Glasovanje na izborima predsjednika	Praćenje preko novina ili časopisa	Dobivanje informacija preko Facebooka	Značajnost za izlaganje novim gledištima	Učestalost korištenja društvenih mreža putem korištenja hashtag-ova

	Potpisivanje peticija	Glasovanje na lokalnim izborima	Praćenje preko radija	Dobivanje informacija preko Instagrama	Značajnost za dobivanje prostora za izražavanje političkih stajališta	Objavljivanje u svrhu pokazivanja podrške za političke ili društvene probleme
	Sudjelovanje u bojkotima	Glasovanje na parlamentarnim izborima	Praćenje preko televizije	Dobivanje informacija preko Reddita	Značajnost za uključivanje u rješavanje političkih ili društvenih problema	Poticanje drugih na političku participaciju
	Sudjelovanje u neslužbenim štrajkovima		Praćenje preko internetskih portala	Dobivanje informacija preko TikToka	Značajnost za pomaganje pronalaženja vlastitih stavova o političkim ili društvenim problemima	
			Praćenje preko škole ili fakulteta	Dobivanje informacija preko X		
			Praćenje prijatelja ili obitelji	Dobivanje informacija preko YouTubea		
			Praćenje političkih reklama	Dobivanje informacija preko drugih društvenih mreža		
			Praćenje nekih izvora	Praćenje preko drugih izvora		
<i>Cronbachov α</i>	0.725	0.902	0.787	0.620	0.902	0.635

6.4.1. Politička informiranost

Prva hipoteza analizirana je s pomoću Spearmanove korelacije. Analizirana je korelacija između zainteresiranosti za političke informacije i političkog informiranja putem društvenih mreža.

Tablica 3: *Spearman's Correlations*

Variable		Političko_informiranje _putem_društvenih_m reža		Izvori_i_cirku_pol_info_ Zainteresiranost_za_infor macije		Tradicionalno_po litičko_informira nje
1. Političko_informiranje_putem _društvenih_mreža	Spear man's rho	—				
	p- value	—				
2. Izvori_i_cirku_pol_info_Zaint eresiranost_za_informacije	Spear man's rho	0.498	***	—		
	p- value	< .001		—		
3. Tradicionalno_političko_infor miranje	Spear man's rho	0.682	***	0.594	***	—
	p- value	< .001		< .001		—

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Tablica 3 prikazuje rezultate koji su pokazali da ispitanici koji iskazuju veću razinu zainteresiranosti za političke informacije, ujedno se i više informiraju putem društvenih mreža, odnosno ukazali su na umjereno pozitivnu korelaciju ($\rho = 0.498$, $p < .001$). Dobiveni rezultati podržavaju hipotezu koja navodi da je veća izloženost političkom sadržaju putem društvenih mreža povezana s višom zainteresiranosti za političke informacije. Usporedbe radi, analizirana je i korelacija između zainteresiranosti za političke informacije i tradicionalnog načina političkog informiranja. Dobivena korelacija ($\rho = 0.594$, $p < .001$) ukazuje na snažniju korelaciju između varijable zainteresiranosti za političke informacije i varijable tradicionalnog načina informiranja, nego između varijabla zainteresiranosti za političke informacije i informiranja putem društvenih mreža. Ovom analizom dobivena je i jaka korelacija između političkog informiranja putem društvenih mreža i tradicionalnog načina političkog informiranja ($\rho = 0.682$, $p < .001$). Ovi rezultati ukazuju na to da ispitanici koji iskazuju veću razinu zainteresiranosti za političke informacije, ujedno se i više informiraju o politici tradicionalnim putem. Također, ispitanici koji se više informiraju o politici putem tradicionalnog načina, skloniji su informiranju o politici putem društvenih mreža i obrnuto.

Druga hipoteza predviđa negativnu korelaciju između izloženosti političkom sadržaju na društvenim mrežama i formalnog oblika političke participacije. U svrhu istraživanja formalnih oblika političke participacije korištene su skale izvaninstitucionalne i institucionalne političke participacije. Dobiveni rezultati su prikazani u Tablici 4.

Tablica 4: *Spearman's Correlations*

Variable		Političko_informiranje_putem_društvenih_mreža		Izvaninstitucionalna_politička_participacija		Institucionalna_politička_participacija_glasanje_izbori
1. Političko_informiranje_putem_društvenih_mreža	Spearman's rho	—				
	p-value	—				
2. Izvaninstitucionalna_politička_participacija	Spearman's rho	0.362	***	—		
	p-value	< .001		—		
3. Institucionalna_politička_participacija_glasanje_izbori	Spearman's rho	0.209	***	0.278	***	—
	p-value	< .001		< .001		—

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Analizom varijable političko informiranje putem društvenih mreža i izvaninstitucionalna politička participacija, dobiven je $\rho = 0.362$, a $p < .001$. Nadalje, rezultati dobiveni analizom varijable političko informiranje putem društvenih mreža i institucionalna politička participacija, iznose: $\rho = 0.209$, a $p < .001$. Analizirane su i varijable izvaninstitucionalne i institucionalne političke participacije ($\rho = 0.278$, a $p < .001$) koje ukazuju na pozitivnu korelaciju. Uz pomoć ovih nalaza zaključuje se da ispitanici koji iskazuju veću razinu izloženosti političkom sadržaju na društvenim mrežama, ujedno iskazuju i veću razinu formalne političke participacije. Dobivenim nalazima, opovrgnuta je druga hipoteza.

6.4.2. Online-offline aktivizam

Treća hipoteza nalaže da učestalost *online*-aktivizma (“clicktivism”) nije značajan prediktor *offline* kolektivne akcije kada se kontrolira opći interes za politiku. Korištena je parcijalna korelacija kako bi se navedena hipoteza provjerila. *Offline* kolektivna akcija istraživana je varijablama izvaninstitucionalne i institucionalne političke participacije.

Tablica 5.1: *Spearman's Partial Correlations*

Variable		Online_aktivizam	Izvaninstitucionalna_politička_participacija	Institucionalna_politička_participacija_glasanje_izbori
1. Online_aktivizam	Spearman's rho	—		
	p-value	—		
2. Izvaninstitucionalna_politička_participacija	Spearman's rho	0.307 **	—	
	p-value	< .001	—	
3. Institucionalna_politička_participacija_glasanje_izbori	Spearman's rho	0.131 *	0.088	—
	p-value	0.017	0.112	—

Note. Conditioned on variables: Pol_ang_Zainteresiranost_za_politiku.

Note. Standard error of effect size (Fisher's z) is currently unavailable for non-parametric partial correlations.

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Prvi dobiveni rezultat ($\rho = 0.307$, $p < .001$), ukazuje na relativno slabu do umjerenu pozitivnu korelaciju između varijable *online* aktivizma i izvaninstitucionalne političke participacije. Drugi rezultat ($\rho = 0.131$, $p < .001$), također pokazuje pozitivnu korelaciju, no ta je korelacija vrlo slaba. Dobiveni rezultati ukazuju da postoji veza između *online* aktivizma i *offline* kolektivne akcije što opovrgava treću hipotezu.

Tablica 5.2 prikazuje rezultate kada se opći interes za politiku ne kontrolira. Dobiveni rezultat korelacije *online* aktivizma i izvaninstitucionalne političke participacije ($\rho = 0.492$, $p < .001$) veći je od rezultata kada se opći interes za politiku kontrolira ($\rho = 0.307$, $p < .001$). Značajan pad koeficijenta ukazuje na to da varijabla zainteresiranost za politiku, utječe na odnos između *online* aktivizma i izvaninstitucionalne političke participacije. Usporedba dobivenog koeficijenta korelacije kod varijable *online* aktivizma i institucionalne političke participacije ($\rho = 0.316$, $p < .001$) i kod istih varijabla, ali kada se kontrolira opći interes za politiku ($\rho = 0.131$, $p = 0.017$), ukazuje na iste rezultate. Značajno smanjenje koeficijenta korelacije (s $\rho = 0.492$ na $\rho = 0.307$ i s $\rho = 0.316$ na $\rho = 0.131$) potvrđuje da varijabla zainteresiranost za politiku značajno utječe na odnos između *online* aktivizma i *offline* akcije.

Tablica 5.2: *Spearman's Correlations*

Variable		Online_aktivizam	Izvaninstitucionalna_politička_participacija	Institucionalna_politička_participacija_glasanje_izbori
1. Online_aktivizam	Spearman's rho	—		
	p-value	—		
2. Izvaninstitucionalna_politička_participacija	Spearman's rho	0.492 ***	—	
	p-value	< .001	—	
3. Institucionalna_politička_participacija_glasanje_izbori	Spearman's rho	0.316 ***	0.278 ***	—
	p-value	< .001	< .001	—

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

6.4.3. Povjerenje u nezavisne influencere/aktiviste

Četvrta hipoteza analizirana je s pomoću neparametrijskog statističkog testa, Wilcoxonov test, zbog nedostatka normalne distribucije. Hipoteza pretpostavlja da ispitanici imaju više povjerenja u nezavisne influencere/aktiviste na društvenim mrežama nego u profesionalne političare.

Tablica 6.1: *Paired Samples T-Test*

Measure 1	Measure 2	W	z	df	p	Rank-Biserial Correlation	SE Rank-Biserial Correlation	95% CI for Rank-Biserial Correlation	
								Lower	Upper
Pol_pov_i_orijent_Koliko_vjerujete_političarima	Politički_Influence_ri_povjerenje	14583.500	1.288	192	0.192	0.098	0.076	-0.051	0.242

Note. Wilcoxon signed-rank test.

Rezultati Wilcoxonova testa ($w = 14583.500$, $z = 1.288$, $p = 0.192$), prikazani u Tablici 6.1, ukazuju da nema statistički značajne razlike između povjerenja u influencere i povjerenja u političare. Time je četvrta hipoteza opovrgnuta i može se zaključiti da ispitanici iznimno nisku

razinu povjerenja i kod političara i influencera. Isto se moglo i zaključiti iz deskriptivne statistike, uspoređujući aritmetičke sredine i standardne devijacije.

Tablica 6.2: *Descriptives*

	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Pol_pov_i_orijent_Koliko_vjerujete_političarima	329	2.842	2.000	0.110	0.704
Politički_Influenceri_povjerenje	329	2.745	2.274	0.125	0.829

Dobivena aritmetička sredina za varijablu povjerenja političarima iznosi $M = 2.842$, a $SD = 2.000$. Rezultati dobiveni za varijablu povjerenje u influencere iznose $M = 2.745$, a $SD = 2.274$. Razlika između dobivenih rezultata je zanemariva što opovrgava hipotezu.

6.5. Dodatni nalazi

6.5.1. Razlike među studentima STEM i društveno-humanističkog područja

Korištenjem Mann-Whitney U testa, analizirana je razlika između studenata STEM područja i društveno-humanističkog područja znanosti. Analizirano je razlikovanje između dvije obrazovne grupe (STEM i društveno-humanističko područje) kod varijabli: izvaninstitucionalna politička participacija, institucionalna politička participacija, tradicionalan način političkog informiranja, političko informiranje putem društvenih mreža, važnost društvenih mreža i *online* aktivizam. Značajni podatci, vidljivi u Tablici 7, gdje je $p < 0.05$, pronađeni su kod varijabla tradicionalnog političkog informiranja, političkog informiranja putem društvenih mreža i *online* aktivizma.

Tablica 7: *Independent Samples T-Test*

	U	df	p
Izvaninstitucionalna_politička_participacija	6966.000		0.475
Institucionalna_politička_participacija_glasanje_izbori	6797.000		0.664
Tradicionalno_političko_informiranje	7885.000		0.013
Političko_informiranje_putem_društvenih_mreža	7971.500		0.008
Važnost_društvenih_mreža	7489.500		0.086
Online_aktivizam	7680.000		0.029

Note. Mann-Whitney U test.

Kod tradicionalnog načina političkog informiranja p vrijednost iznosi $p = 0.013$. Dobiveni podatci ukazuju na to da se studenti društveno-humanističkih područja više tradicionalno informiraju nego studenti STEM područja, na što nam ukazuje viši prosječni rang studenata društveno-humanističkih područja (Mean Rank = 184.263) od studenata STEM područja (Mean Rank = 152.070). Veličina efekta ($r = 0.14$) ukazuje na niski efekt. Isti zaključak utvrđen je za varijablu političko informiranje putem društvenih mreža, gdje je otkrivena značajna razlika ($p = 0.008$) koja ukazuje na više informiranje studenata društveno-humanističkih područja (Mean Rank = 185.865) nego studenata STEM područja (Mean Rank = 152.690). Veličina efekta ($r = 0.15$) ukazuje na niski efekt. Posljednja statistička značajnost ($p = 0.029$) otkrivena je u razlici razine *online* aktivizma studenata, gdje je veličina efekta ($r = 0.12$), također niska. Studenti društveno-humanističkih područja angažiraniji su (Mean Rank = 179.491) nego studenti STEM područja (Mean Rank = 153.614). Ovi podatci ukazuju na veću razinu političkog informiranja i *online* aktivizma kod studenata društveno-humanističkih područja nego kod studenata STEM područja. Međutim, kada se analizira formalna politička participacija i važnost društvenih mreža, nema značajnih razlika između ove dvije grupe studenata.

6.5.2. Ideološka pozicija i politička participacija

Korištenjem Kruskal-Wallis testa analizirana je razlika u varijabli izvaninstitucionalne političke participacije u tri grupe definirane skalom ideološkog uvjerenja (lijevo, centar, desno).

Tablica 8.1: *Kruskal-Wallis Test*

Factor	Statisti c	df	p	Rank η^2	95% CI for Rank η^2	
					Lower	Upper
Pol_pov_i_orient_Skala_ideološkog_uvjerenja	14.702	2	< .001	0.039	0.009	0.106

Dobiveni podatci, prikazani u Tablici 8.1, pokazali su da postoji značajna razlika između grupa ($p < .001$). Veličina efekta (Rank $\eta^2 = 0.039$) ukazuje na mali efekt, odnosno na to da ideološka orijentacija objašnjava samo mali dio razlike u izvaninstitucionalnoj participaciji. S obzirom na to da je Kruskal-Wallis test pokazao značajne rezultate, proveden je Dunnov post-hoc test koji je utvrdio točne razlike između grupa.

Tablica 8.2: *Dunn's Post Hoc Comparisons*

Comparison	Z	W_i	W_j	r_{rb}	p	p_{bonf}	p_{holm}
1 (lijevo) - 2 (centar)	3.765	188.018	144.115	0.265	< .001	< .001	< .001
1 (lijevo) - 3 (desno)	2.165	188.018	157.552	0.188	0.030	0.091	0.061
2 (centar) - 3 (desno)	-0.942	144.115	157.552	0.085	0.346	1.000	0.346

Note. Rank-biserial correlation based on individual Mann-Whitney tests.

Tablica 8.2 prikazuje statističku značajnost između grupe 1 (lijevo) i grupe 2 (centar) te grupe 1 (lijevo) i grupe 3 (desno) koja pokazuje veću izvaninstitucionalnu političku participaciju grupe 1 ($z = 3.765$, $p < .001$) naspram grupe 2 i veću participaciju grupe 1 ($z = 2.165$, $p = 0.030$) u usporedbi s grupom 3. Veličina efekta ($r_{rb} = 0.265$) kada se uspoređuju grupa 1 i grupa 2 ukazuje na umjereni efekt, dok veličina efekta ($r_{rb} = 0.188$) ukazuje na mali efekt. Statistička značajnost nije pronađena između grupe 2 i grupe 3 ($p = 0.346$). Na temelju ove analize može se zaključiti kako ideološki lijevo orijentirane osobe više izvaninstitucionalno politički participiraju u usporedbi s onima desne ili centrističke ideološke orijentacije. Međutim, nije pronađena značajna razlika između ideološki desno orijentiranih osoba i onih centristički orijentiranih.

Istim testom analizirane su razine *online* aktivizma u grupama ideološkog uvjerenja. Tablica 9.1 prikazuje Kruskal-Wallis test koji je ukazao značajne razlike ($p < .001$) i umjerenu veličinu efekta (Rank $\eta^2 = 0.072$). Što znači da ideološka orijentacija ima umjeren značaj objašnjenja različitosti u *online* aktivizmu.

Tablica 9.1: *Kruskal-Wallis Test*

Factor	Statistic	df	p	Rank η^2	95% CI for Rank η^2	
					Lower	Upper
Pol_pov_i_orijent_Skala_ideo loškog_uvjerenja	25.377	2	< .001	0.072	0.02 5	0.14 1

Tablica 9.2: *Dunn's Post Hoc Comparisons*

Comparison	z	W_i	W_j	r_{rb}	p	p_{bonf}	p_{holm}
1 (lijevo) - 2 (centar)	5.036	191.4 19	135.770	0.335	< .001	< .001	< .001
1 (lijevo) - 3 (desno)	1.880	191.4 19	166.343	0.158	0.060	0.180	0.060

Tablica 9.1: *Kruskal-Wallis Test*

Factor		Statistic	df	p	Rank η^2	95% CI for Rank η^2	
						Lower	Upper
2 (centar) - 3 (desno)	- 2.262	135.7 70	166.343	0.192	0.024	0.071	0.047

Note. Rank-biserial correlation based on individual Mann-Whitney tests.

Tablica 9.2 Dunnova post-hoc testa ukazuje na značajnu razliku ($z = 5.036$, $p < .001$) između grupe 1 ($W_i = 191.419$) i grupe 2 ($W_j = 135.770$). Veličina efekta ($r_{rb} = 0.335$) između grupa je umjerena. Između grupe 1 i grupe 3 nema značajne razlike ($z = 1.880$, $p = 0.060$), a veličina efekta ($r_{rb} = 0.158$) je slaba. Razlika između grupe 2 i grupe 3 je značajna ($z = -2.262$, $p = 0.047$). Veličina efekta ($r_{rb} = 0.192$) ukazuje na slab efekt. Rezultati ukazuju na veću razinu *online* aktivizma pripadnika lijeve naspram pripadnika centrističke ideološke orijentacije. Također, ukazuju i veću razinu *online* aktivizma pripadnika centrističke ideološke orijentacije u usporedbi s pripadnicima desne ideološke orijentacije. Između pripadnika lijeve i pripadnika desne ideološke orijentacije nema značajnih razlika.

7. RASPRAVA

Glavni cilj istraživanja "*Politička apatija ili aktivizam? Kako Generacija Z pristupa politici u digitalnom dobu*" bio je ispitati razinu političke apatije Generacije Z u Hrvatskoj, s naglaskom na razliku između formalnog sudjelovanja (poput glasanja i članstva u strankama) te neformalnih oblika (primjerice *online* aktivizma). Posebna pažnja posvećena je analizi izvora koje mladi najčešće koriste za informiranje o politici, kao i ulozi influencera u strukturiranju njihovih političkih stavova i povjerenja u političare. Prema navodima prve hipoteze (H1a), očekivalo se da će veća izloženost političkom sadržaju na društvenim mrežama korelirati s većim interesom za političke informacije. Rezultati su potvrdili ovu pretpostavku, pokazavši umjereno pozitivnu korelaciju između zanimanja za političke informacije i informiranja putem društvenih mreža ($\rho = 0.498$, $p < .001$). Iznenađujući rezultat uočljiv je pojavom korelacije između zainteresiranosti za političke informacije i tradicionalnih izvora informacija koja je ispala čak snažnija ($\rho = 0.594$, $p < .001$), što implicira da mladi ispitanici koji pokazuju jači interes za politiku, istodobno upotrebljavaju i tradicionalne kanale informiranja. Nadalje, uočena je snažna povezanost između političkog informiranja putem društvenih mreža i tradicionalnih izvora ($\rho = 0.682$, $p < .001$), koja upućuje na komplementarnu upotrebu oba izvora informiranja među ispitanicima. Ovim nalazima, hipoteza H1a je podržana. Prema Piriyasanti i Phuengpha (2024), masovni mediji i digitalne platforme ključni su komunikacijski kanali koji građanima pružaju političke informacije, šire njihovo razumijevanje te potiču informiranje i sudjelovanje u političkom diskursu. Dok se studijom koju su provele Peter i Muth (2023) potvrđuje da pripadnici Generacije Z tradicionalne (tkz. *mainstream*) medije, poput kvalitetnih *online* portala i televizije, i dalje smatraju glavnim i pouzdanim izvorom političkih informacija. Uzrok tome je što se političke informacije koje prenose tradicionalni mediji smatraju provjerenima i uređenima prema profesionalnim novinarskim standardima. Istraživanje Tolstikove i sur. (2021) pokazuje da većina ruskih studenata Generacije Z zanemaruje politiku, dok mladi u Hrvatskoj, suprotno H1a, aktivno prate političke informacije kroz tradicionalne i *online* izvore. Nadalje, unatoč suprotnim predviđanjima, hipoteza (H1b) koja je sadržavala tvrdnju o negativnoj povezanosti između izloženosti političkom sadržaju na društvenim mrežama i formalnoj političkoj participaciji nije bila potvrđena. Istraživanje je, upravo suprotno, dokazalo pozitivnu korelaciju između te dvije varijable, tijekom čega su mladi ispitanici s većom izloženosti političkom sadržaju na društvenim mrežama izražavali i veću razinu formalne političke participacije, kako izvaninstitucionalne ($\rho = 0.362$, $p < .001$), tako i institucionalne ($\rho = 0.209$, $p < .001$). Ovaj rezultat ukazuje na to da društvene mreže ne

funkcioniraju neophodno kao zamjena, već kao dodatni poticaj za pridruživanje mladih formalnim političkim aktivnostima poput izlaženja na izbore, prosvjedima ili učlanjivanja u političke stranke. Ovaj rezultat osporava često prisutnu zabrinutost, prisutnu i u radu Abidin (2018), prema kojoj političko djelovanje na društvenim mrežama poznato kao „clicktivizam“ obuhvaća aktivnosti poput korištenje oznake „sviđa mi se“, objava, dijeljenja peticija, korištenja hashtagova ili ostavljanja komentara. Takav oblik angažmana, smatra autorica, može stvoriti samo privid stvarnih političkih promjena te, u većini slučajeva, dovesti do povlačenja iz formalnih oblika sudjelovanja poput izlaska na izbore ili učlanjenja u političke stranke, ostavljajući angažman isključivo u digitalnoj sferi. Glede odnosa između *online* aktivizma i *offline* kolektivne akcije, druga hipoteza (H2) o odsustvu značajne veze opovrgnuta je. Premda opći interes za politiku ima važan utjecaj na jačinu ove povezanosti, rezultati su pokazali umjerenu pozitivnu korelaciju između *online* aktivizma i izvaninstitucionalne (npr. protesti, bojkoti, građanske inicijative) političke participacije ($\rho = 0.307$, $p < .001$) te slabiju, no ipak pozitivnu korelaciju s institucionalnom participacijom (npr. glasanje, članstvo u stranci) ($\rho = 0.131$, $p = 0.017$). Ovi ishodi označavaju kako *online* aktivizam može biti vjerodostojan prediktor *offline* političke aktivnosti, posebno u kontekstu većeg interesa za politiku. Herawati, Marom i Widowati (2024) potvrđuju povezanost digitalnog aktivizma s djelovanjem usmjerenim na stvarne društvene promjene, naglašavajući da je digitalizacija transformirala život i formirala nove oblike kolektivnog ponašanja. Digitalni aktivizam, koji se često provodi kroz inicijative, peticije, prosvjede i haktivizam, omogućuje marginaliziranim osobama da iznesu pritužbe na društvenim mrežama te se pokazao učinkovitijim od tradicionalnih pokreta jer povezuje lokalno i globalno. Također, to se može prikazati kroz Bourdieuov koncept habitusa. Pojedinčev habitus, odnosno skup usvojenih usmjerenja i dispozicija, uključujući njegovu inherentnu zainteresiranost za politiku, značajno utječe na to hoće li se *online* angažman prevesti u konkretne *offline* akcije (Protorka, 2006). Iako digitalni kapital (poput lajkova i dijeljenja) ne prelazi uvijek lako ili neposredno u vidljiv politički utjecaj unutar klasičnih struktura, on može postati alternativna vrijednost društvene moći kada tradicionalne političke strukture gube legitimitet. Do gubljenja političkog legitimiteta dolazi, prema istraživanju autorice Pap na populaciji mladih u Hrvatskoj (2020), zato što građani percipiraju domaću politiku kao nepoštenu i korumpiranu te joj zamjeraju nedostatak transparentnosti, sporo pravosuđe, mnogo političkih afera i osjećaja nekažnjivosti elite, što dodatno potvrđuje percepciju da institucije ne djeluju u korist građana. Naposljetku mladi imaju više povjerenja u vojsku i policiju, nego političare tvrde Baketa i Bovan (2022). Zamjeraju hrvatskoj politici premali broj relevantnih političkih opcija te izraženo dvostranačje. Mnogi tvrde da je veliki

problem i osjećaj bespomoćnosti, bilo da je on stvaran, to jest uzrokovan raspodjelom moći i birokracijom, ili je imaginaran pa se temelji na vlastitoj percepciji. Mladi vjeruju da njihov doprinos ne može donijeti korijenite promjene, zbog premalo zastupljenih mladih političara/ki u Hrvatskom Saboru te spominju problem generalno nedovoljne zainteresiranosti i političke kompetencije (Pap, 2020). Hipoteza (H3), koja je pretpostavljala veće povjerenje ispitanika u nezavisne influencere i političke aktiviste na društvenim mrežama naspram profesionalnih političara, nije bila poduprijeta. Wilcoxonov test nije ukazao na statistički bitne razlike u razinama povjerenja između ove dvije skupine ($w = 14583.500$, $z = 1.288$, $p = 0.192$). Naprotiv, ispitanici su generalno iskazali nisku razinu povjerenja i u političare i u influencere (aritmetičke sredine: $M_{\text{polit_povjerenje}} = 2.842$, $M_{\text{influenceri_povjerenje}} = 2.745$), što reflektira sumnjičav stav prema oba izvora. Ovaj je nalaz u suprotnosti s općenitim očekivanjima, među kojima su i ona autorice Abidin (2018) koja sugerira da Generacija Z sve više izražava nepovjerenje prema političarima i tradicionalnim medijima, dok nezavisni influenceri i politički aktivisti postaju vodeće figure političkog autoriteta s većim simboličkim kapitalom, nematerijalnim vrijednostima koje ističe u svojoj teoriji Pierre Bordieu (1986), a koji će nezavisnim influencerima poput Nine Škočak, omogućiti da se kroz autentičnost, emocionalnu dostupnost i neformalni pristup približe mladima. Međutim, studija koju su provele Peter i Muth (2023), koja se bavi ulogom influencera na političku misao mladih, potvrđuje kako unatoč sve češćem korištenju digitalnih platformi, pripadnici Generacije Z i dalje su vjerni tradicionalnim medijima, poput kvalitetnih *online* portala i televizije, -glavnim i pouzdanim izvorom političkih informacija. Influencere, posebno one fokusirane na politiku, koriste ponajviše kao dodatne izvore za razumijevanje i procjenu informacija iz tradicionalnih medija. Također, politički influenceri mogu mladima politiku prezentirati na jednostavan i ležeran način, u obliku memova, videozapisa, članaka i podcasta, što predstavlja oblik kulturnog kapitala koji Generaciji Z može potaknuti politički interes, ali i politički cinizam (Dekker i Meijerink 2012; Peter i Muth, 2023; Bordieu 1986). Digitalni mediji, osobito društvene mreže, danas djeluju kao paralelno političko polje. U tom digitalnom polju dominira drugačiji sustav vrijednosti, gdje se više cijeni oznaka „sviđa mi se“ (tkz. *lajk*) i broj pratitelja, u odnosu na tradicionalne političke arene, gdje je od velike važnosti glas građana ili simpatizerstvo prema nekoj stranci. Dodatna anketna analiza među studentima različitih znanstvenih područja pokazala je zanimljive rezultate. Studenti društveno-humanističkih područja značajno se više informiraju tradicionalnim putem ($p = 0.013$) i putem društvenih mreža ($p = 0.008$), u odnosu na studente STEM područja. Sukladno s tim, iskazali su višu razinu *online* aktivizma ($p = 0.029$), no nije bilo većih razlika u formalnoj političkoj participaciji, ni u bitnosti društvenih mreža kao izvora

informacija između ove dvije skupine. Ovi nalazi podržavaju istraživanja Vlaste Ilišin (2008), koja pokazuju da su studenti općenito politički aktivni i kritični prema društvu. Bourdieuova teorija objašnjava kako obrazovni sustav i specifičnosti studija oblikuju kulturni kapital studenata, pri čemu studenti društveno-humanističkih smjerova razvijaju aktivistički habitus kroz izlaganje društvenim temama, kritičko razmišljanje i rasprave (Bourdieu, 2010). Procjena participacije prema ideološkoj orijentaciji pokazala je značajne razlike u izvaninstitucionalnoj političkoj participaciji ($p < .001$). Konkretno, lijevo orijentirani ispitanici pokazali su veću razinu takve participacije u odnosu na desno i centristički orijentirane, mada između desno i centristički orijentiranih nije zabilježena neka značajna razlika. Sličan tip političkog ponašanja uočen je i prilikom ispitivanja *online* aktivizma, gdje su lijevo orijentirani mladi pokazali višu razinu aktivnosti u odnosu na mlade koji se svrstavaju u centar na političkom kompasu, dok se pak centristički ispitanici više politički angažiraju, nego oni desno orijentirani. Nije bilo većih razlika u *online* aktivizmu između lijevo i desno orijentiranih. Vjerojatno je uzrok većem angažmanu ideološki lijevo orijentiranih mladih, što stranke kojima pripadaju iskazuju snažnu brigu za okoliš, ljudska prava i intenzivnu želju za promjenom nepravde pa će nastojati i aktivnije izvaninstitucionalno djelovati. Primjer su recimo prosvjedi poput „School Strike for Climate“, poznat još i kao „Fridays For Future“, iz 2018. koji je pokrenula mlada liberalna politička aktivistica Greta Thunberg ili protesti poznati pod nazivom „Black Lives Matter“, pokrenuti 2013. i prošireni iz SAD-a diljem svijeta, s ciljem borbe protiv rasne diskriminacije i rasnog nasilja (Fopp i sur. 2020). Pri interpretaciji dobivenih rezultata potrebno je uzeti u obzir nekoliko ograničenja. Uzorak ispitanika prikupljen je prigodnim uzorkom, ponajprije preko društvenih mreža. To znači da su sudionici bili oni kojima je istraživanje bilo dostupno i koji možda već imaju veći interes za *online* sadržaje. Takav način prikupljanja podataka nosi rizik pristranosti i ograničava mogućnost generalizacije nalaza na cijelu populaciju Generacije Z u Hrvatskoj. Dodatno, podaci su dobiveni putem samoanketiranja pa se ne može isključiti utjecaj socijalno poželjnog odgovaranja ili različitih tumačenja pojedinih pitanja. Budući da je riječ o presječnom istraživanju, rezultati pokazuju povezanosti među varijablama, ali ne i uzročno-posljedične odnose, a specifičan fokus na hrvatski kontekst znači da generalizacija na druge populacije zahtijeva oprez.

8. ZAKLJUČAK

Rezultati provedenog istraživanja pokazali su kako mladi ispitanici koji koriste tradicionalne kanale informiranja iskazuju jači interes za politiku. Uočena je povezanost između informiranja putem društvenih mreža i tradicionalnih izvora, pri čemu se oba izvora koriste na način da se međusobno nadopunjuju. Također, ispitanici izloženi političkom sadržaju na društvenim mrežama izražavaju veću razinu formalne, izvaninstitucionalne (npr. protesti, građanske inicijative) i institucionalne političke participacije (npr. glasanje, članstvo u političkoj stranci). Primijećena je umjerena pozitivna povezanost između *online* aktivizma i izvaninstitucionalne političke participacije, dok je povezanost s institucionalnom političkom participacijom slabija, ali i dalje pozitivna.

Ispitanici su iskazali nisku razinu povjerenja u profesionalne političare, kao i u nezavisne influencere. Studenti društveno-humanističkih područja više se informiraju putem tradicionalnih izvora, ali i putem društvenih mreža, u odnosu na studente STEM područja. Nadalje, ideološka orijentacija ispitanika pokazala je značajne razlike u izvaninstitucionalnoj političkoj participaciji, ispitanici s lijevom ideološkom orijentacijom pokazali su veću razinu navedene participacije u usporedbi s ispitanicima orijentiranim ideološki desno ili centar.

Kako Generacija Z razmišlja i djeluje u politici uvelike će utjecati na društvo Hrvatske u budućnosti. Zato je važno ulagati u razvoj političke pismenosti mladih, ponajprije u srednjim školama i na fakultetima. Posebnu pozornost treba usmjeriti na poticanje izvannastavnih aktivnosti i unapređenje nastave iz predmeta *Politika i gospodarstvo*, otvaranje dodatnih politoloških studija te unaprjeđivanja postojećih, s naglaskom na interaktivne metode poučavanja. Kroz rasprave, radionice i praktične primjere važno je razvijati kritičko mišljenje i osposobiti mlade za razlikovanje vjerodostojnih informacija od manipulacija. Na taj način mladi ne bi bili samo pasivni promatrači političkih procesa, već aktivni i odgovorni građani koji svjesno sudjeluju u oblikovanju hrvatskog društva.

9. ZAHVALE

Zahvaljujemo se našim mentoricama, doc. dr. sc. Marici Marinović Golubić i dr. sc. Mariji Zelić, na cjelovitom i predanom zalaganju, stručnim uputama i cjelokupnom uloženom trudu tijekom provedbe istraživanja. Njihova jasnoća i spremnost na iznošenje konstruktivnih povratnih informacija bile su nam od iznimne važnosti za uspješnu i kvalitetnu realizaciju ovoga rada. Također, zahvaljujemo svim sudionicima koji su ispunjavanjem anketnog upitnika, omogućili prikupljanje podataka i time doprinijeli uspješnoj provedbi istraživanja.

10. LITERATURA

- Vujčić, V. (2000), Politička Participacija, *Politička misao*, Vol XXXVII, br. 1, str. 115—140, <https://hrcak.srce.hr/file/43382>
- Ekman, J., Amnå, E. (2012), Political participation and civic engagement: Towards a new typology, *Human Affairs*, 22(3), 283–300. <https://doi.org/10.2478/s13374-012-0024-1>
- Ilišin, V. (2003), Politička participacija mladih i politika prema mladima: Hrvatska u europskom kontekstu, *Politička misao*, 40 (3), 37-57., <https://hrcak.srce.hr/file/36360>
- Ilišin, V. (2008). Zagrebački studenti o demokraciji i političkom aktivizmu mladih. *Sociologija i prostor*, 46 (3/4 (181/182)), 311-340., <https://hrcak.srce.hr/31810>
- Jayatissa, K. A. D. U. (2023), Generation Z – A New Lifeline: A Systematic Literature Review, *Sri Lanka Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2), 179-186., <https://doi.org/10.4038/sljssh.v3i2.110>
- Pap, A. (2020), Istraživanje političke apatije u Republici Hrvatskoj – smjernice za politički marketing, Pregledni rad, *Ekonomski pregled*, 71 (2), 109-151, <https://hrcak.srce.hr/file/344725>
- Dean, D. G. (1960), Alienation and political apathy. *Social Forces*, 38(3), 185–189., <https://www.jstor.org/stable/2574080>
- Rachimoellah, M.; Lubis, P. H.; Utimadini, N. J. (2024), "Digital Activism and Political Change: Challenges of Social Media's Impact on Political Development," *Journal Of Middle East and Islamic Studies*, Vol. 11: No. 2, Article 2, <https://scholarhub.ui.ac.id/meis/vol11/iss2/>
- Piriyasanti, S., Phuengpha N., (2024), Mass media in social and political participation. Faculty of Political Science and Law, Burapha University, Thailand, <https://pssh.umsida.ac.id/index.php/pssh/article/view/650/528>
- Herawati, A. R., Marom, A., Widowati, N. (2024), Digital activism: A new way of social movement in the digitalization era, *A. Rahman et al. (Ed.), Proceedings of the ICAS*

- 2022, ASSEHR, Vol. 776, 458–470,
<file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/125991822.pdf>
- Lata, K. (2020), Political value of social versus traditional media: A survey, *International Journal of Multidisciplinary Educational Research*, 9(9), 67-74.,
<file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/volume9-issue91-2020kusum-75-82-2.pdf>
- Vozab, D. (2023), Tracking the relationship between media literacy and political participation across different generations, *Revija za sociologiju*, 53(2), 271–298.,
<https://doi.org/10.5613/rzs.53.2.4>
- Schwemmer C, Riedl M (2025), From hashtags to ballots: Conceptualizing political influencers and evaluating their impact on election outcomes, *PLoS One*, 20(5),
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.032159>
- Bovan K. i Baketa M. (2022), Stabilnost i/ili promjene? Povjerenje u institucije u Hrvatskoj od 1999. do 2020., *Revija za sociologiju*, 52 (1), 31-60
<https://doi.org/10.5613/rzs.52.1.0315>
- Franc R., Maglić M., Sučić I. (2020), Političko (ne)povjerenje kao odrednica sklonosti glasanju na izborima i sklonosti prosvjednom sudjelovanju. *Revija za sociologiju*, 50 (3), 381-406.,
<https://doi.org/10.5613/rzs.50.3.3>
- Kovačić, M. (2014), Studenti kao društveni i politički subjekt, *Političke perspektive*, 4 (2), 43-60.,
<https://hrcak.srce.hr/145793>
- Abidin, C. (2018), Internet Celebrity: Understanding Fame Online. *European Journal of Communication*, 33(6), 696-697.
- Bennett, W. L., Segerberg, A. (2012), THE LOGIC OF CONNECTIVE ACTION, *Information, Communication & Society*, 15:5, 739-768,
<file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/2012iCS-LCA-BennettSegerberg-LogicofConnectiveAction.pdf>
- Bourdieu, P. (1977), *Outline of a Theory of Practice* Cambridge University Press.

- Bourdieu, P. (1990), *The Logic of Practice*. Stanford University Press.
- Jenkins H., Ito M., Boyd D. (2016), Participatory Culture in a Networked Era, *European Journal of Communication*, 31(4), <https://doi.org/10.1177/0267323116659010g>
- Loader, B. D., Vromen, A., Xenos, M. A. (2014), The Networked Young Citizen: Social Media, Political Participation and Civic Engagement, *Information, Communication & Society*, 17(2), 143–150., <file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/loaderetalics2014-1.pdf>
- Marwick, A. E. (2015), You may know me from YouTube: (Micro-) Celebrity in social media, Marshall U. P. D., Redmond, S. (Ed.), *A companion to celebrity*, 331–350, Wiley-Blackwell, <https://doi.org/10.1002/9781118475089.ch18>
- Huang, X. (2019), Understanding Bourdieu - Cultural Capital and Habitus, *Review of European Studies*, Canadian Center of Science and Education, 11(3), 45-53., <https://doi.org/10.5539/res.v11n3p45>
- Bourdieu, P. (1986), “The Forms of Capital.”, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, ed: J. G. Richardson, New York: Greenwood Press, 241-258
- Morimoto, S. A., Friedland, L. A. (2013), Cultivating success: Youth achievement, capital and civic engagement in the contemporary United States, *Sociological Perspectives*, 56(4), 523–546, <https://doi.org/10.1525/sop.2013.56.4.523>
- Bessant, J., Pickard, S., Watts, R. (2019), Translating Bourdieu into youth studies, *Journal of Youth Studies*, <https://doi.org/10.1080/13676261.2019.1702633>
- Tolstikova, I., Ignatjeva, O., Kondratenko, K., Pletnev, A. (2021), Generation Z Social Capital as a Result of Digital Socialization, *CEUR Workshop Proceedings*, Vol. 3090, 179-188
- Alexander, N., Petray, T., & McDowall, A. (2022), Conscientisation and Radical Habitus: Expanding Bourdieu's Theory of Practice in Youth Activism Studies, *Youth*, 2, 295–308, <https://doi.org/10.3390/youth2030022>
- Mutsvairo, B., Wasserman, H. (2016), Digital activism in the social media era: Critical reflections on emerging trends in Sub-Saharan Africa, *Springer* <https://www.researchgate.net/publication/320064709>

- Protrka, M. (2006), Tijelo-habitus-hexis. Pierre Bourdieu i mogućnost intervencije u strukturu polja. *Filozofska istraživanja*, 26 (4), 941-951., <https://hrcak.srce.hr/12028>
- Mavee, S. E. A. (2015), A Conceptual Analysis of Civic Apathy in Democratic Governance. *Administratio Publica*, 23(2), <https://journals.co.za/doi/pdf/10.10520/ejc-adminpub-v23-n2-a8>
- Fopp, D., Axelsson, I., Tille, L. (2024), Corona, #BlackLivesMatter and the Climate Justice Movement: January – September 2020: The crisis and the intersectional, sustainable, global democratic project, *The Youth Climate Uprising: From the School Strike Movement to an Ecophilosophy of Democracy* (1st ed., pp. 215–230). transcript Verlag. <http://www.jstor.org/stable/jj.15944970.17>
- European Values Study – Master Questionnaire, May 2018, <https://access.gesis.org/dbk/69554>
- European Social Survey – Round 8, Question Design Template - New Core Items, https://www.europeansocialsurvey.org/sites/default/files/2023-06/ESS8_emotional_attachment_final_te.pdf
- Youth Survey 2021, <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2574>
- Pew Research Center – Teens and Social Media, 2022 https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2022/11/PI_2022.11.16_Teens-and-Social-Media_TOPLINE.pdf
- Zeib, F., Shahzad, S. (2025), Social media influencers as a catalyst for political activism in Pakistan: An analysis of trust and opinion building functions. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 13(1), 100–121. <https://doi.org/10.15206/ajpor.2025.13.1.100>
- Institute for Social Research and Analysis, (2004), EUYOUNGPART – Master questionnaire for main survey in 8 countries: Political participation of young people in Europe – *Development of indicators for comparative research in the European Union*, Vienna, Austria.
- Biloš, A., Budimir, B. i Jaška, S. (2021). POZICIJA I ZNAČAJ INFLUENCERA U HRVATSKOJ. *CroDiM*, 4 (1), 57-68. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/254845>

Dekker, H., Meijerink, F. (2012), Political cynicism: Conceptualization, operationalization, and explanation. Politics, Culture and Society, 3(1/2), 33–48., https://www.researchgate.net/publication/233951066_Political_Cynicism_Conceptualization_Operationalization_and_Explanation

11. SAŽETAK

Laura Banek, Jana Benković, Ela Dlaka, Andrijana Lončar i Leona Milosavljević

Politička apatija ili aktivizam? Kako Generacija Z pristupa politici u digitalnom dobu

Ovo istraživanje analiziralo je političku participaciju Generacije Z u Hrvatskoj u digitalnom dobu, a naglasak je stavljen na razliku između formalnog i neformalnog političkog sudjelovanja. Teorijski okvir čini Bourdieuova teorija, koja obuhvaća tri teorijska koncepta: kapital, polje i habitus. Provedeno istraživanje je kvantitativno s prigodnim uzorkom od 329 punoljetnih pripadnika Generacije Z (18-30 godina) s prebivalištem u Hrvatskoj. Neke od varijabli koje su ispitivane putem *online* ankete izrađene u alatu Google Forms bile su: učestalost konzumacije političkog sadržaja putem različitih društvenih mreža, razina povjerenja u političare, nezavisne influencere i tradicionalne medije i druge relevantne varijable. Po završetku obrade podataka sakupljenih putem ankete, rezultati su pokazali da sudionici istraživanja koji su više izloženi političkom sadržaju putem društvenih mreža imaju veći interes za političke informacije, ali negativna posljedica je da formalno političko sudjelovanje, kao što su članstvo u strankama i glasanje opada. Učestalost *online* aktivizma („clicktivism“) nije se pokazala kao ključni indikator *offline* kolektivne akcije kada se kontrolira opći interes za politiku. Istraživanje je pokazalo da ispitanici generalno pokazuju nisku razinu povjerenja i prema influencerima i prema profesionalnim političarima. Preporučuje se nastavak istraživanja korelacija između političkog angažmana putem društvenih mreža i formalnog političkog sudjelovanja te izrada programa i strategija koji će povećati informiranost mladih o važnosti političkog sudjelovanja i time ih potaknuti na uključivanje u formalnu politiku.

Ključne riječi: politička participacija, Generacija Z, formalno i neformalno političko sudjelovanje, društvene mreže, digitalno doba.

12. SUMMARY

Laura Banek, Jana Benković, Ela Dlaka, Andrijana Lončar i Leona Milosavljević

Political apathy or activism? How Generation Z approaches politics in the digital age

This research analyzed the political participation of Generation Z in Croatia in the digital age, with an emphasis on the difference between formal and informal political participation. The theoretical framework is Bourdieu's theory, which includes three theoretical concepts: capital, field, and habitus. The research was conducted quantitatively with a convenient sample of 329 adult members of Generation Z (18-30 years old) residing in Croatia. Some of the variables examined through an online survey created in the Google Forms tool were: frequency of consumption of political content via various social networks, level of trust in politicians, independent influencers, and traditional media, and other relevant variables. Upon completion of the processing of the data collected through the survey, the results showed that research participants who are more exposed to political content via social networks have a greater interest in political information, but the negative consequence is that formal political participation, such as party membership and voting, decreases. The frequency of online activism ("clicktivism") did not appear to be a key indicator of offline collective action when controlling for general interest in politics. The research showed that respondents generally show low levels of trust in both influencers and professional politicians. It is recommended to continue researching the correlations between political engagement via social networks and formal political participation, and to develop programs and strategies that will increase young people's awareness of the importance of political participation and thus encourage them to get involved in formal politics.

Keywords: political participation, Generation Z, formal and informal political participation, social networks, digital age.

13. PRILOZI

Prilog 1. Potvrda Etičkog povjerenstva Fakulteta hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
STUDIA CROATICA

Etičko povjerenstvo Fakulteta hrvatskih studija
Sveučilište u Zagrebu
Sveučilišni kampus Borongaj
Borongajska 83 d
10 000 Zagreb

KLASA: 053-01/25-2/0001
URBROJ: 380-58/405-25-0021
Zagreb, 8.7. 2025.

Izv. prof. dr. sc. Tomislav Krističević

o. d. dekana Fakulteta hrvatskih studija
Sveučilište u Zagrebu
Sveučilišni kampus Borongaj
Borongajska 83 d
10 000 Zagreb

Predmet: Mišljenje Etičkoga povjerenstva traži se u svrhu prijave rada za Rektorovu nagradu (2024./2025.) studentica **Laure Banek, Jane Benković, Ele Dlaka, Andrijane Lončar i Leone Milosavljević** pod nazivom: “ **Politička apatija ili aktivizam? Kako Generacija Z pristupa politici u digitalnom dobu,** pod mentorstvom **doc. dr.sc Marice Marinović Golubić i dr.sc. Marije Zelić.**

Poštovani,

Etičko povjerenstvo Fakulteta hrvatskih studija zaprimilo je zamolbu studentica **Laure Banek, Jane Benković, Ele Dlaka, Andrijane Lončar i Leone Milosavljević** s Odsjeka za sociologiju za mišljenjem o etičkim komponentama istraživanja koje planira provesti u sklopu prijave na natječaj za dodjelu Rektorove nagrade.

Cilj istraživanja:

Cilj istraživanja je ispitati razinu političke angažiranost Generacije Z, posebno razliku između formalnog političkog sudjelovanja kao što su glasanje i članstvo u političkim strankama i neformalnog sudjelovanja kao što je online aktivizam. Istraživanje također ima u cilju analizirati način na koji mladi konzumiraju političke informacije – koriste li se društvenim mrežama kao što su Facebook, Instagram, YouTube itd. , ili informacije dobivaju putem tradicionalnih medija. Fokus je ujedno stavljen na utjecaj influencera na političke stavove mladih te razinu povjerenja koje mladi imaju u odnosu na političare i tradicionalne medije naspram digitalnih, odnosno suvremenih medija. Predloženo istraživanje nastoji razumjeti motive, dosege, metode sudjelovanja i djelovanja Generacije Z u modernom političkom i društvenom kontekstu.

Uzorak i postupci:

Uzorak koji će biti korišten je prigodni uzorak s ciljem prikupljanja podataka od približno 400 ispitanika. Rekrutacija ispitanika provodit će se primarno putem digitalnih platformi, poput WhatsApp grupa, Facebooka i ostalih kanala bliskih Generaciji Z. Poruka u kojoj će se dijeliti izravan link za anketni upitnik sadržavat će sažeti opis ciljeva i svrhe istraživanja te će pružiti informacije o dobrovoljnom i anonimnom ispunjavanju samog upitnika. Također, biti će naglašena povjerljivost sakupljenih informacija, ali i mogućnost odustajanja od ispunjavanja u bilo kojem trenutku. Kako bi se ostvarila kvaliteta prikupljenih podataka, fokus je sljedećim kriterijima odabira ispitanika: dobna skupina, mjesto stanovanja te dobrovoljno sudjelovanje. Pošto se rad odnosi na političku participaciju Generacije Z koja može sudjelovati u političkim procesima poput glasanja, ključno je da se ispitanici nalaze u dobnoj skupini između 18 i 30 godina. Ispitanici moraju imati stalno prebivalište u Republici Hrvatskoj kako bi se osigurala relevantnost podataka za kontekst Hrvatske. Također, prije početka ankete sudionici će biti jasno obaviješteni o svrsi i ciljevima istraživanja, o anonimnosti i povjerljivosti podataka te o dobrovoljnom sudjelovanju.

Metoda:

Istraživanje koje će se provesti koristit će kvantitativni pristup. Ovaj pristup će omogućiti prikupljanje podataka od velikog broja ispitanika te primjenu statističkih analiza. Cilj je utvrditi povezanost između trendova i korelacije ponašanja Generacije Z i političke participacije kako bi se formulirao zaključak. Metoda kojom će se prikupljati podatci bit će online anketa putem platforme Microsoft Forms, što će omogućiti brzo dopiranje do velikog broja ispitanika te je to ujedno financijski isplativa metoda. U okviru istraživanja koristi se strukturirani anketni upitnik

koji je izrađen isključivo za potrebe ovog istraživanja. Navedeni instrument razvijen je na temelju relevantne znanstvene literature i prethodnih istraživanja o političkoj participaciji mladih. Naime, anketa je podijeljena u sedam sekcija. U prvoj sekciji obuhvaćena su sociodemografska pitanja (spol, dob, stupanj obrazovanja, smjer studiranja, radni status i veličina mjesta stanovanja). U drugoj sekciji ispituje se političku angažiranost, odnosno politička zainteresiranost, članstvo u političkoj stranci i sudjelovanje u političkim kampanjama. Nadalje, u idućoj sekciji ispituje se kakva je izvaninstitucionalna politička participacija ispitanika, odnosno koliko često su potpisali peticiju te koliko su sudjelovali u bojkotima, na zakonski odobrenim demonstracijama i u neslužbenim štrajkovima. Četvrta sekcija se sastoji od pitanja usmjerenih na učestalost glasanja na političkim izborima u republici Hrvatskoj (izbori za predsjednika, parlamentarni izbori i lokalni izbori) te za koju stranku glasaju oni, a za koju njihovi otac i majka. U idućoj sekciji ispituje se koliko je političko povjerenje ispitanika te koja im je orijentacija na skali političkog spektra. Šesta sekcija sadrži pitanja kojima se istražuje koje izvore informacija Generacija Z koristi te kako među njima cirkuliraju političke informacije. U posljednjoj sekciji ispituje se uloga influencera u oblikovanju stavova Generacije Z. Anketni upitnik sadrži kombinaciju zatvorenih i poluotvorenih pitanja te je korištena Likertova skala za mjerenje stavova i mišljenja. Anketa se provodi putem online alata Microsoft Forms čime se osigurava široka dostupnost ciljanoj skupini, dodatna zaštita privatnosti ispitanika te jednostavno prikupljanje podataka.

Zaštita sudionika, anonimnost i analiza podataka:

U istraživanju se neće prikupljati osobni podaci koji bi na bilo koji način identificirali ispitanika, anketa je u potpunosti anonimna, a pristup podacima imaju isključivo istraživačice. Analiza odgovora će se provoditi u zbirnom obliku te se neće bilježiti IP adresa ispitanika. Svi odgovori koristit će se isključivo u znanstvene svrhe, u okviru istraživanja prijavljenog za Rektorovu nagradu.

Napomena:

Istraživanje se fokusira na stavove, razinu interesa i političko sudjelovanje pripadnika generacije Z u digitalnom okruženju. Iako uključuje političku temu, ne dotiče se osjetljivih ili rizičnih sadržaja. Sudionici neće biti izloženi neugodnim pitanjima niti će njihovi identiteti biti otkriveni. Anketa je anonimna i dobrovoljna. Sudionici će prije sudjelovanja biti informirani o svrsi istraživanja te o mogućnosti povlačenja u bilo kojem trenutku.

Prijava sadrži Tekst informiranog pristanka i Anketni upitnik.

Temeljem uvida u plan provedbe istraživanja i opisane metode zaključujemo kako **istraživanje u cijelosti udovoljava etičkim načelima** propisanim Etičkim kodeksom Sveučilišta u Zagrebu, Etičkim kodeksom Odbora za etiku u znanosti i visokom obrazovanju, strukovnim etičkim kodeksima te drugim važećim zakonima i propisima Republike Hrvatske.

Članovi Etičkoga povjerenstva Fakulteta hrvatskih studija:

Izv. prof. dr. sc. Vlatka Vukelić, predsjednica

Izv. prof. dr. sc. Lovorka Brajković, članica

Ružica Grbešić, prof., članica

Dostaviti:

1. Laura Banek, Jana Benković, Ela Dlaka, Andrijana Lončar, Leona Milosavljević, Marica Marinović Golubić i Marija Zelić

2. Pismohrana Fakulteta hrvatskih studija



Etičko povjerenstvo

Odsjeka za sociologiju Fakulteta hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu

Zagreb, 18. lipnja 2025.

POTVRDA

Uvidom u dokumentaciju predloženog istraživanja pod naslovom: „**Politička apatija ili aktivizam? Kako Generacija Z pristupa politici u digitalnom dobu**“, autorica Laure Banek, Jane Benković, Ele Dlaka, Andrijane Lončar i Leone Milosavljević pod mentorstvom doc. dr. sc. Marice Marinović Golubić i dr.sc. Marije Zelić, Povjerenstvo zaključuje kako su predviđeni istraživački postupci i procedure u skladu s važećim strukovnim etičkim kodeksom.

Članovi Etičkog povjerenstva:

izv. prof. dr. sc. Dario Pavić,

doc. dr. sc. Erik Brezovec

14. ŽIVOTOPISI

Laura Banek rođena je 25. travnja 2004. godine. Završila je Osnovnu školu „Ljubo Babić“ te Srednju školu Jastrebarsko, program opće gimnazije. Tijekom školovanja pohađala je Glazbenu školu Jastrebarsko te Glazbenu školu Karlovac. Nakon završetka srednje škole, upisuje Fakultet hrvatskih studija smjer komunikologije i sociologije. Laura je aktivna članica Dobrovoljnog vatrogasnog društva Petrovina i Puhačkog orkestra DVD-a Petrovina. U sklopu DVD-a Petrovina sudjeluje u vatrogasnim natjecanjima te volontira u raznim akcijama i događanjima. Tijekom srednje škole amaterski se bavila odbojkom te je akademske godine 2023./2024. bila članica odbojkaškog tima Fakulteta hrvatskih studija. Od 2023. godine, redovito se odaziva akcijama darivanja krvi. U sklopu fakultativnog predmeta „Prva pomoć“ u srednjoj školi, volontirala je u Gradskom društvu crvenog križa Jastrebarsko. Trenutno studira treću godinu preddiplomskog studija komunikologije i sociologije na Fakultetu hrvatskih studija.

Jana Benković rođena je 5. travnja 2004. u Varaždinu. Nakon završene II. Osnovne škole u Varaždinu i Prve gimnazije Varaždin, 2023. upisala je prijediplomski dvopredmetni studij komunikologije i sociologije na Fakultetu hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu. Kroz srednjoškolsko obrazovanje bavila se volontiranjem, a u 4. razredu sudjelovala je kao mlada zastupnica na Simuliranoj sjednici Hrvatskog sabora za učenike srednjih škola te joj iste školske godine dodijeljena diploma Mlade ambasadorice Europskog parlamenta. U slobodno vrijeme obavlja studentski posao u udruzi Ana iz Varaždina, pomažući djeci slabijeg imovinskog statusa u savladavanju školskog gradiva te sudjeluje u organizaciji kreativnih radionica za djecu - članove udruge. U 2024./2025. akademskoj godini odabrana je za demonstratoricu na dvama kolegijima: Uvod u sociologiju i Sociološke teme i perspektive 1. Prima stipendiju za izvrsnost Grada Varaždina i među 10% je najuspješnijih studenata generacije. Trenutno je na trećoj godini preddiplomskog studija komunikologije i sociologije na Fakultetu hrvatskih studija.

Ela Dlaka rođena je 3. siječnja 2005. godine u Splitu. Srednjoškolsko obrazovanje stekla je u II. gimnaziji Split, gdje je aktivno sudjelovala u brojnim školskim projektima, uključujući i ulogu voditeljice. Također, bila je članica školskog volonterskog kluba, nakon kojeg započinje rad u *Udruzi Dar Dugopolje*. Dugogodišnja je članica pjevačkog zbora *Vis Dei*, s aktivnim sudjelovanjem u pripremi i izvedbi liturgijskog repertoara. Redovito prima studentsku

stipendiju koju dodjeljuje Općina Dugopolje. Akademске godine 2023./2024. upisuje dvopredmetni prijediplomski studij sociologije i filozofije i kulturologije na Fakultetu hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu. Tijekom studija odabrana je za demonstratoricu na kolegiju *Sociološke teme i perspektive 1*. Predsjednica je udruge studenata filozofije *Scopus*, koja djeluje pri Fakultetu hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu. U okviru udruge *Scopus* organizira i provodi različite projekte namijenjene studentskoj zajednici, među kojima se ističe projekt *FHS-art*, izložba umjetničkih radova studenata Sveučilišta u Zagrebu. Posvećuje se *tutorstvu* na Fakultetu hrvatskih studija, pružajući podršku studentima nižih godina u prilagodbi na studij. Trenutno je studentica treće godine prijediplomskog studija sociologije, filozofije i kulturologije na Fakultetu hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu.

Andrijana Lončar rođena je 18. ožujka 2005. u Splitu. Pohađala je Turističko-ugostiteljsku školu Split, smjer hotelijersko-turistički tehničar. Tijekom školovanja sudjelovala je u projektima razmjene učenika u okviru programa Erasmus+: KA1 projekt Praksa za život u Irskoj i KA2 projekt U.N.E.S.C.O. u Grčkoj. Nakon srednje škole upisala je dvopredmetni studij komunikologije i sociologije na Fakultetu hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu. Nakon višegodišnjeg amaterskog bavljenja odbojkom, u akademskoj godini 2023./2024. bila je aktivna članica odbojkaške ekipe Fakulteta hrvatskih studija. U ljetnom semestru akademske godine 2024./2025. dodijeljena joj je demonstratura iz dvaju kolegija: Sociološke teme i perspektive 1 te Sociologija prehrane. Dobitnica je stipendije za izvrsnost koju dodjeljuje Grad Split, a nalazi se među 10 % najuspješnijih studenata svoje generacije. Tijekom studija volontira u udruzi Marijini obroci i u Zagrebačkom Caritasu. Trenutačno je studentica treće godine preddiplomskog studija komunikologije i sociologije na Fakultetu hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu.

Leona Milosavljević rođena je 12. travnja 2005. godine u Varaždinu. Školovanje je započela u Osnovnoj školi Sračinec. Nakon osnovnoškolskog obrazovanja, 2019. godine upisuje opći smjer u Prvoj gimnaziji Varaždin koji završava 2023. godine. Tijekom srednjoškolskog obrazovanja, 2023. godine, sudjelovala je na Simuliranoj sjednici Hrvatskog sabora za učenike srednjih škola. Također, u sklopu srednje škole pohađala je izbornu nastavu Politike i gospodarstva gdje je bila uključena u program Škole ambasadori Europskog parlamenta. Volontirala je u Socijalnoj samoposluzi „Kruh sv. Antuna“ u Varaždinu. Nakon

srednje škole, 2023. godine, upisuje prijediplomski dvopredmetni studij sociologije i komunikologije na Fakultetu hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu. Izabrana je za demonstratoricu na kolegiju Uvod u Sociologiju u akademskoj godini 2024./2025 i ponovno je izabrana za demonstratoricu na kolegiju Makrosociološke teorije u akademskoj godini 2025./2026. Prima stipendiju Općine Sračinec. Trenutno je studentica treće godine prijediplomskog dvopredmetnog studija sociologije i komunikologije.