

# Društveni aktivizam iz perspektive volontera: sociološko istraživanje

---

**Medvidović, Nina**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Split / Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:172:455426>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-04-25**

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of humanities and social sciences](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
FILOZOFSKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI RAD**

**DRUŠTVENI AKTIVIZAM IZ PERSPEKTIVE VOLONTERA:  
SOCIOLOŠKO ISTRAŽIVANJE**

**NINA MEDVIDOVIĆ**

**Split, 2021.**

**ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU**

**POSTMODERNIZAM KAO SOCIOLOŠKA TEORIJA**

**ZAVRŠNI RAD**

**DRUŠTVENI AKTIVIZAM IZ PERSPEKTIVE VOLONTERA:  
SOCIOLOŠKO ISTRAŽIVANJE**

**Mentorica: izv. prof. dr. sc. Marija Lončar**

**Studentica: Nina Medvidović**

**Split, rujan 2021**

## Sadržaj

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| 1. Uvod .....                                      | 1  |
| 2. Stanje i razvoj civilnog društva .....          | 3  |
| 2.1. Odnos države i civilnog društva.....          | 4  |
| 2.1. Stanje civilnog društva.....                  | 6  |
| 3. Vrijednosti i motiviranost za volontiranje..... | 9  |
| 3.1. Vrijednosti u postmodernom društvu .....      | 10 |
| 3.2. Privlačenje i motivacija volontera .....      | 14 |
| 4. Uloga medija u društvenom aktivizmu .....       | 22 |
| 5. Metodološki i empirijski aspekti.....           | 25 |
| 5.1. Interpretacija rezultata.....                 | 28 |
| 5.1.1. Strukturalna obilježja.....                 | 28 |
| 5.1.2. Iskustva volontera .....                    | 28 |
| 5.1.3. Online društveni aktivizam .....            | 32 |
| 6. Zaključak .....                                 | 34 |
| 7. Literatura.....                                 | 36 |
| 8. Metodološka arhiva .....                        | 40 |
| 8.1. Upitnik.....                                  | 40 |
| 8.2. Grafički i tablični prikazi .....             | 43 |
| Sažetak .....                                      | 84 |
| Summary.....                                       | 84 |
| Bilješka o autorici .....                          | 85 |

## 1. Uvod

Empirijsko je istraživanje civilnog društva novija pojava, što znači da se ono uglavnom istraživalo na deskriptivnoj razini (Bežovan, 2004). Unatoč tome, ne postoji jednoznačno određena definicija civilnog društva u društvenim znanostima. Civilno se društvo često shvaća kao zaštita pojedinca i njegove obitelji od države. Manifestira se kroz umrežene institucije koje se bave lokalnim, regionalnim i globalnim društvenim problemima (Abercrombie i dr., 2000). Civilno je društvo osobito zanimljivo proučavati u kontekstu postmoderne – pogotovo kada se uzme u obzir da se u tome razdoblju odvija informatička revolucija i slabljenje države (Bauman, 2004; Castells, 2002). Hrvatska je prolazila kroz posebne promjene koje se tiču političke transformacije pa je razvoj i stanje civilnog društva u Hrvatskoj bio teži i gleda se u posebnom svjetlu (Kasapović, 1996).

Rad civilnog društva gotovo je nemoguć bez volonterskog angažmana. Volonterstvo je dobrovoljna aktivnost koja jača i pomaže zajednicu kroz solidarnost. Inherentno uključuje određeni set vrijednosti koje volonteri njeguju (Forčić, Ćulum, Relić, 2007). U kontekstu vrijednosti, važno je istaknuti kako se one mijenjaju s dolaskom postmodernog društva, a iako se postmoderna često gleda kroz prizmu individualizma i otuđenosti (Bauman, 2011), volonterstvo pokazuje ustrajnu prisutnost altruizma (Begović, 2006). Važnu ulogu u postmodernom društvu ima medijski prostor, a posebice društvene mreže. Omogućuju stvaranje raznih zajednica, kao i umrežavanje grupa, a važan su dio svakodnevice mladih. Kao takve, mogu biti korisne za obavješćavanje o društvenim problemima, poticanje građana na djelovanje i privlačenje volontera (Cammaerts, 2015; Krolo, Puzek, 2014).

S obzirom na interes za promjene u vrijednostima i za odnos društvenih mreža i društvenog aktivizma, glavni su ciljevi rada ispitati iskustva mladih u volontiranju te ulogu *online* aktivizma. Posebni se ciljevi odnose na istraživanje oblika volontiranja, utvrđivanje vrijednosti volontera, uočavanje zastupljenosti razloga za volontiranjem, zadovoljstvo volontera te istraživanje korištenja *online* platformi, a od posebnog je interesa i ispitivanje razlika s obzirom na spol volontera. Istraživanje je provedeno anketnim upitnikom koji je bio prilagođen Google Forms formatu te je bio poslan raznim udrugama koje djeluju na području Splita. Sudionici su upitnik mogli ispuniti u srpnju i kolovožu 2021. godine. Sakupljen je prigodni uzorak mladih volontera od 18 do 35 godina.

Završni će rad započeti teorijskim dijelom. U prvome poglavlju teorijskog okvira bi će predstavljene definicije i porijeklo koncepta civilnog društva. Zatim će se opisati odnos države

i civilnog društva s posebnim osvrtom na stanje hrvatskog civilnog društva. Drugo će se poglavlje baviti vrijednostima i motiviranošću volontera te će biti izložena neka istraživanja o vrijednostima mladih. Zatim će se opisati što motivira mlade na volontiranje te će se izložiti istraživanja o oblicima volontiranja i zadovoljstvu volontera. Treće će poglavlje predstaviti društveni aktivizam i staviti ga u kontekst suvremenog korištenja društvenih mreža te će se istaknuti poveznica *online* aktivizma i onoga u stvarnom životu. Nakon teorijskog dijela, slijedi metodološki, u kojemu će biti predstavljeni ciljevi i hipoteze rada, konceptualna i operacionalna shema, kao i elementi anketnog upitnika i interpretacija rezultata. Nakon interpretacije slijede zaključna razmatranja i korištena literatura. Također, u posebnom je poglavlju priložena metodološka arhiva koja se sastoji od korištenog upitnika i dobivenih tabličnih i grafičkih prikaza. Na samom je kraju sažetak rada na hrvatskom i engleskom jeziku, kao i bilješka o autorici.

## 2. Stanje i razvoj civilnog društva

Civilno je društvo empirijski istraživano tek u novije vrijeme. Prethodno ga se, krajem 20. stoljeća, istraživalo uglavnom deskriptivno, što označava manjak empirijske utemeljenosti prethodnih rasprava o civilnom društvu (Bežovan, 2004, 63). Društvene znanosti još nisu postigle konsenzus oko točne definicije civilnog ili građanskog društva. Poteškoće u definiranju pojma civilnog društva proizlaze iz promjenjivosti teorijskih shvaćanja odnosa između ekonomije, društva i države. Generalno govoreći, suvremene se obrade pojma približavaju durkheimovskom shvaćanju civilnog društva kao zaštitne granice između pojedinca i njegove obitelji na jednoj strani te države i društva na drugoj. Civilno je društvo oblikovano kao mreža institucija, a često se govori kako o vitalnom civilnom društvu ovisi zdravlje društva općenito. U ovom se kontekstu može govoriti i o stjecanju društvenog kapitala kroz djelovanje u akcijama civilnog društva (Abercrombie i sur., 2000, 32/33).

Zrinščak i Bežovan (2007) civilno su društvo definirali na sljedeći način: „civilno je društvo prostor između obitelji, države i tržišta gdje se ljudi udružuju radi promicanja zajedničkih interesa“ (Zrinščak, Bežovan, 2007, 2). Ta je definicija različita od ostalih po tome što obuhvaća *ad hoc* koalicije i neformalne skupine te po tome što uzima u obzir samo udruge i organizacije humanitarnog karaktera, već i skupine poput *skinheds* i agresivnih navijačkih skupina tj. ne koncentrira se samo na pozitivne akcije i vrijednosti (Zrinščak, Bežovan, 2007, 2).

Porijeklo koncepta civilnog društva moguće je pronaći u četiri izvora – u istočnoeuropskoj, zapadnoeuropskoj povijesti te u liberalnom pokretu i političkoj znanosti. U istočnoeuropskoj revoluciji civilno je društvo igralo ulogu u preuzimanju životnih prostora koje je regulirala država pod Lenjinovim vodstvom. U Zapadnoj Europi, kao i u SAD-u, civilno je društvo napore usmjerilo u kontratežu državi i tržištu kako te dvije sile ne bi imale potpunu dominaciju nad društvom. Liberali su, počevši s R. Dahrendorfom, koristili termin društva građana, a ne građanskog društva, što su koristili kao krovni pojam za aktivno sudjelovanje, socijalnopolitičke i kulturne mjere (Reese-Schafer, 2004, 66/67). Četvrti izvor bila je politička znanost koja je civilno društvo definirala kao sve nedržavne i negospodarske oblike kolektiviteta (Dubiel prema Reese-Schafer, 2004, 067).

## **2.1.Odnos države i civilnog društva**

Postmoderna velik je izazov u kojemu se suvremena država nije snašla. Nekad je država bila značajna pa čak i određujuća stavka u konstrukciji i življenju identiteta. Današnje državljanstvo gubi svoj značaj i nastaje duboko nepovjerenje u državu te su identiteti građana nesigurni i osamljeni te stalno traže zajednicu koja bi im pružila stabilnost (Bauman, 2004, 23, 42/43). Globalizacija i informacionalizam zadužne su za povećanje proizvodnog kapaciteta, kulturne kreativnosti i komunikacijskih mogućnosti, ali isto tako oduzimaju pravo glasa društvima. Sažimaju prostor i vrijeme, ubrzavaju tempo povijesti i dovode do raspada prijašnjih mehanizama društvene kontrole. Slijedom navedenog, događa se slabljenje države, ali i organizacija civilnog društva jer se temelje na kulturi, povijesti i zemljopisu (Castells, 2002, 77). Ipak, Hrvatska je imala nekoliko otegotnih okolnosti te su procesi njezine demokratske preobrazbe bili složeniji nego u ostalim europskim zemljama. Demokratska je tranzicija započela u jednoj, a nastavila se u drugoj državi. Iako je započela u miru i trajala tijekom rata, okvir te političke transformacije bilo je stanje „ni rata ni mira“. Pitanje je hoće li se država ugledati na susjedne zemlje koje su se dosad razvile u demokratska društva (Kasapović, 1996, 84).

Sabotirani od strane vlastite države, građani osnivaju civilno društvo koje bi trebalo posredovati između snažnih državnih sila i potreba građana. Civilno društvo tu djeluje kao zaštitna granica između pojedinca i njegove obitelji na jednoj strani i države i društva na drugoj (Abercrombie i dr., 2008, 32). Rad civilnog društva, iako prijeko potreban za posredovanje između države i građana, često je otežan i pun prepreka. Jedna od tih prepreka je svakako nespremnost države da financira organizacije civilnog društva. Porezni okvir postaje povoljnim uvjetom za razvoj tek od 2000-ih godina. Dakle, Republika Hrvatska je dala smanjila neke poreze na dohodak, kao što su to nadoknade troškova službenih putova nekih volontera, olakšanje pri plaćanju carinskih poreza i sl. Važno je napomenuti kako se to dogodilo kao rezultat vanjskih pritisaka, a ne domaćih očekivanja (Zrinščak, Bežovan, 2007, 13). To bi svakako išlo u prilog Baumanovoj (2009) tezi kako država gubi svoju samostalnost te pada pod nadzor većih udruženja, kao što je Europska unija. U ovom je slučaju to korisno za organizacije civilnog društva. Međutim, 2004. godine, Republika Hrvatska dokida pravo dijelu organizacija civilnog društva na oslobođanje od plaćanja PDV-a na usluge i dobra plaćenim iz inozemnih novčanih donacija. Bez tih povlastica ostale su udruge za zaštitu okoliša, ljudskih prava i udruge koje se bave demokratizacijom (NN 3/04).

Odnos organizacija civilnog društva i države s vremenom postao je prividno bolji. Na razini Vlade ustanovila su se savjetodavna tijela s medijskom ulogom. Ta se tijela bave



pravima osoba sa invaliditetom, djece i manjina, zaštitom okoliša, potrošača, itd. Također, osniva se Savjet za razvoj civilnog društva Vlade Republike Hrvatske te je tako, prema nekim kritičarima, država izvela pokušaj bijega od rješavanja bitnih pitanja s ciljem prezentiranja lažne slike demokratičnosti. Sudionici CIVICUS-vog istraživanja<sup>1</sup> koje se bavi procjenom stanja civilnog društva, proširivanjem znanja i podizanjem svijesti o toj temi, upozorili su na ograničenu suradnju države s civilnim društvom. Lokalne vlasti iniciraju dijalog samo u određenim hrvatskim regijama – u naprednijim i gospodarski razvijenijim sredinama kao što je Istra, Hrvatsko primorje i sjeverozapadna Hrvatska (Zrinščak, Bežovan, 2007, 14/15).

Zanimljivo je kako postoji nedostatak koordinacije državnih tijela koja su u ulozi potpore razvoja civilnog društva, kao i sakupljenih informacija o iznosima sredstava koje dijele različita ministarstva i Vladini uredi. Iznosi tih sredstava s godinama su opadali te je često država ta sredstva usmjeravala u druge svrhe. Kako bi se civilno društvo razvijalo na održiv način, osnovala se Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva koja novčana sredstva iz državnog proračuna i lutrijska sredstva povećava dodavanjem sredstava inozemnih donatora. Financijska sredstva najveća su za sportske i kulturne organizacije te se usmjeruju u veće gradove poput Zagreba te u Slavoniju i Dalmaciju, ali općenito govoreći, nije potpuno jasna preraspodjela potpore udrugama civilnog društva. (Zrinščak, Bežovan, 2007, 15-17).

Nezainteresiranost vlasti za potrebe građana pokazuje slučaj splitskog gradskog kotara Trstenik – građani se s jedinicama lokalne vlasti, ali i raznim poduzetnicima, bore oko obnavljanja jednog od igrališta u kotaru. Dok stanari udruženi u civilno društvo smatraju kako bi se igralište trebalo obnoviti ili prenamijeniti u sportski centar, gradske vlasti taj dio zemljišta žele pretvoriti u *shopping* centar. Iako su stanari više puta pozvali predstavnike vlasti na dijalog i prezentiranje ideja, odaziva nije bilo. Organizirani su i prosvjedi, ali bez ikakvih rezultata. To nije samo ignoriranje želja, već i potreba stanara koji svakodnevno koriste sporni prostor. Građani se tako osjećaju ignoriranima kad je riječ o donošenju odluka o njihovoj neposrednoj okolini.<sup>2</sup> Zaključak je kako, iako bismo trebali živjeti u demokratskijem društvu nego što je to bio slučaj prije tri desetljeća, malo se toga mijenja u odnosu vlasti i civilnog društva.

Prostor za razvoj civilnog društva može se podijeliti na nekoliko okvira: zakonski, porezni, politički i socio-kulturni, a od posebne su važnosti politička klima i socio-kulturni okvir. Politička klima definira se kao mjera u kojoj političke prilike čine potporu ili prepreku za rad organizacija civilnog društva te koliko su politička tijela spremna na suradnju. Socio-

---

<sup>1</sup> Istraživanje koje je za Hrvatsku proveo CERANEO (Centar za razvoj neprofitnih organizacija) tijekom 2004./2005., a čiji je cilj bio procijeniti stanje civilnog društva u više od pedeset zemalja

<sup>2</sup> Betonski spavači: Split, između plana i kaosa (2019) pod režijom S. Bana

kulturni okvir odnosi se na aktivnost građana u rješavanju problema lokalne zajednice, ali i društva u širem smislu. Važno je napomenuti kako se navedeno može proučavati na mikro, makro i mezo razini pa se tako makro razina odnosi na analizu indikatora koji pokazuju razvijenost civilnog društva na nacionalnoj razini, mezo razina na aktivnosti skupine organizacija, a mikro na aktivnosti pojedinih udruga ili zasebnih događaja važnih za razvoj civilnog društva (Bežovan, 2004, 143).

Politički okvir u prošlosti nije bio plodno tlo za razvoj civilnog društva. Povezan je s nasljeđem jednopartijskog sustava koji prelazi u višestranački (Pokrovac prema Bežovan, 2004, 160). Situacija je bila toliko izazovna za civilno društvo da su neke udruge koje su se bavile promicanjem demokracije i ljudskih prava, a bile financirane iz inozemnih izvora, proglašavane sumnjivima i neprijateljskima. Takvi su stavovi Hrvatsku stavili u jako nepovoljan položaj, pogotovo uzimajući u obzir kako je cilj bio približavanje europskim integracijskim procesima. Nepogodnosti su rezultirale zatvaranjem organizacija civilnog društva u primarne socijalne skupine, srodničke i prijateljske zajednice te političke istomišljenike. Ipak, od jednopartijskog sustava prošla su tri desetljeća te bi se od vlade očekivalo da osuvremeni odnos prema civilnom društvu. Konkretno, trebalo bi ostvariti suradnju na raznim projektima i programima s vladom, a pogotovo s lokalnim vlastima (Bežovan, 2004, 160-162).

## **2.1. Stanje civilnog društva**

Stanje civilnog društva<sup>3</sup> procjenjuje se kroz četiri glavne dimenzije: 1) strukturu – članove unutar organizacije, darivanje i volontiranje, financijske resurse te karakteristike i broj glavnih infrastruktura, 2) vanjsku okolinu u kojoj postoji i djeluje – politički, zakonodavni, ekonomski i kulturni okvir te odnos civilnog društva, države i privatnog sektora, 3) vrijednosti koje civilno društvo promiče i prakticira – demokratičnost, zaštita okoliša, tolerantnost i sl., 4) utjecaj aktivnosti civilnog društva – na neke javne politike, ljude i socijalne potrebe. Rezultati će biti prikazani pomoću tzv. dijamanta civilnog društva koji vizualno sumira nedostatke i pozitivne aspekte civilnog društva. Najveća je mana ovog prikaza opis civilnog društva unutar jedne točke vremena. Ipak, problematizira odnose moći unutar organizacija civilnog društva, kao i između drugih sektora i civilnog društva (Zrinščak, Bežovan, 2007, 2/3).

---

<sup>3</sup> Komparativno istraživanje CIVICUS-a koje u Hrvatskoj provodi CERANEO tijekom 2004./2005., a čije rezultate izlaži u komentiraju Zrinščak i Bežovan (2007)

Nekoliko je metoda kojima su podaci prikupljeni, a to su sekundarni izvori, anketa i konzultacije regionalnih dionika kao što su vlada, predstavnici organizacija civilnog društva i mediji, anketa hrvatskih građana Civilno društvo 2004, analiza medija tj. šest dnevnih novina tijekom šest mjeseci, strukturirani intervjui sa stručnjacima. O prikupljenim podacima raspravljao je Savjet sastavljen od različitih dionika, a organizirana je i Nacionalna radionica 2005. godine s ciljem definiranja mana i prednosti djelovanja te utvrđivanjem smjernica za daljnji razvoj aktivnosti civilnog društva (Zrinščak, Bežovan, 2007, 3/4).

Dijamant koji prikazuje stanje civilnog društva u Hrvatskoj relativno je pravilnog oblika i umjerene veličine. Slabosti koje dijagram ističe su struktura i utjecaj civilnog društva. Govoreći o strukturi, aktivno sudjelovanje u programima civilnog društva najveći je problem. Osim slabog odaziva građana, i same akcije su relativno rijetke u lokalnim zajednicama. Također, civilno se društvo nije uspjelo nametnuti kod uglednih sugrađana koji bi omogućili veću prepoznatljivost i utjecaj. Fokus djelovanja civilnog društva ostaje na gradskim naseljima, a velik je i problem slabe umreženosti čime se umanjuje razvojni potencijal. Ipak, glavni problem predstavlja nedostatak financijskih sredstava. Volontiranje se razvija nešto sporije, no zato davanja u humanitarne svrhe i transparentnost nekih projekata omogućuje razvoj povjerenja kod bitnih dionika. Što se tiče druge dimenzije kojom se procjenjuje stanje civilnog društva – vanjske okoline u kojoj ono djeluje i postoji, probleme predstavljaju gospodarska kriza i slaba koordinacija rada državnih tijela koje financiraju djelovanje civilnog društva. Iako je porezni okvir poticajan, podložen je utjecaju promjene vlasti te time postaje nestabilan faktor u razvoju. Dimenzija vrijednosti na dijamantu prikaz je civilnih vrijednosti koje javnost osporava, a udruge civilnog društva zagovaraju. U tom kontekstu, civilno društvo treba poraditi na promicanju tolerancije i nenasilja, djelovati proaktivno, a ne reaktivno, smanjiti korupciju u svojim redovima i poraditi na suzbijanju siromaštva kroz razne akcije. Iako nije razvijeno u navedenim segmentima, civilno društvo dosta je profilirano i aktivno u području zaštite okoliša. Što se tiče četvrte dimenzije, primjećuje se manjak suradnje među različitim dijelovima civilnog društva te „sindrom utemeljitelja“ – pojava koja se događa kada utemeljitelji neke udruge imaju gotovo neograničen mandat vladanja te svojim očekivanjem povlastica kočice daljnji napredak udruge koju su osnovali. Nadalje, utjecaj civilnog društva nije dovoljno jak da vladu i gospodarstvo drži odgovornima. Civilno se društvo također ne identificira kao „proizvođač“ društvenog kapitala, ali djeluje kao podmirenje potreba marginalnih skupina te ima snažnu ulogu u informiranju i obrazovanju građana, unatoč nerijetko zatvorenim medijima (Zrinščak, Bežovan, 2007, 6-8).

Ključan pokazatelj razvijenosti je i razmjer građanske participacije u aktivnostima civilnog društva, a operacionaliziran je kroz pet indikatora: sudjelovanje u nestranačkim političkim akcijama, davanja u humanitarne svrhe, članstvo u organizacijama civilnog društva, dobrovoljni rad i akcije u zajednici. Što se tiče sudjelovanja u nestranačkim političkim akcijama, najčešće se radi o potpisivanju peticija, sudjelovanju u bojkotima ili štrajkovima te sudjelovanje u zaposjedanju zgrada ili tvornica (Baloban prema Zrinščak i Bežovan, 2007, 9). Bilježi se i visoka stopa davanja novca, odjeće ili hrane u humanitarne svrhe. Nešto više o trećine hrvatskih građana učlanjeno je u najmanje jednu organizaciju civilnog društva te je sličan postotak tijekom protekle godine dobrovoljno radio izvan kruga vlastite obitelji, članova šire zajednice ili neke organizacije. Isto tako, u nekoj akciji u lokalnoj zajednici tijekom 2003. godine, sudjelovalo je manje od četvrtine mladih, iako se većina ne sjeća organizacije akcija u zajednici, a polovica smatra kako ih nije ni bilo. Zanimljivo je kako su organizacije civilnog društva većinom smještene u gradovima, ali članovi Savjeta primjećuju kako interes za proširivanje udruga u manjim mjestima raste. Porezni okvir za razvoj civilnog društva postaje povoljnim uvjetom za razvoj tek od 2000-ih godina. Organizacijama su dane određene olakšice poreza na dohodak, ali kao posljedica stranih pritisaka, a ne domaćih očekivanja (Zrinščak, Bežovan, 2007, 9-12).

### 3. Vrijednosti i motiviranost za volontiranje

Volontiranje se definira kao dobrovoljno ulaganje vremena, truda i vještina kako bi se obavljale usluge ili aktivnosti u svrhu poboljšavanja zajedničke dobrobiti ili dobrobiti druge osobe, i to besplatno. Postoji dugotrajno, kratkotrajno i volontiranje u kriznim situacijama. Dugotrajnim se volontiranjem određuje obavljanje dobrovoljnih usluga na tjednoj bazi ili najmanje tri mjeseca kontinuiranog rada. Kratkotrajno volontiranje se odvija jednokratno ili povremeno u ograničenom trajanju. Volontiranje u kriznim situacijama organizira se u slučaju hitnosti i u izvanrednim društvenim okolnostima (NN 22/13). Volonterstvo je dobrovoljna aktivnost kojom se potencijalno gradi solidarnost, kako bi svi oni koji imaju teške životne situacije mogli postati ravnopravnim dijelom zajednice. Tom aktivnošću ostvaruje se mogućnost pomaganja drugima i ukazivanje na probleme i potrebe u okolini u kojoj volonteri djeluju. Tijekom povijesti, volontiranje se manifestiralo u različitim oblicima – od neposredne međusobne pomoći do većeg stupnja organiziranosti putem humanitarnih organizacija. Građani još uvijek imaju opcije djelovanja samoinicijativno ili posredstvom organizacije civilnog društva, javne ustanove ili institucije (Forčić, Čulum, Relić, 2007, 10).

Ujedinjeni su narodi 2001. godinu proglasili godinom volontera te su volontiranje definirali kao aktivnost koja zadovoljava tri kriterija: 1. ne poduzima se zbog financijskog dobitka; 2. poduzima se slobodno i 3. donosi korist onome za koga se volontira, ali i samome volonteru. Iako je takvo određenje volontiranja u čestoj upotrebi, postoje dileme (Musick i Wilson prema Zrinščak i sur., 2012, 27). Važno je istaknuti kako je prvo sustavno istraživanje volonterstva provedeno 2001. te 2006. u Primorsko-goranskoj županiji te se pokazalo kako je popriličan dio sudionika potvrdio da su sudjelovali u nekom obliku volontiranja – najčešće preko aktivnosti u udrugama, a razlike po spolu i dobi nisu bile velike. Generalno govoreći, u oba se istraživanja iskazao pozitivan stav prema volontiranju. Kada je istraživanje 2006. prošireno na širi opseg Hrvatske, opći su stavovi o volontiranju bili pozitivni, osim kod mlađih ispitanika (Ledić; Ferić, prema Zrinščak i sur., 2012, 30). Slijedeće je pokazalo kako je u godini koja je prethodila istraživanju volontirao jako mali broj građana te da se većinom radilo o obrazovanijim, desno orijentiranim muškarcima koji su najčešće volontirali neformalno (Franc i sur. prema Zrinščak i sur., 2012, 30).

Zrinščak i dr. (2012) u analizi CIVICUS-ovog istraživanja o volontiranju studenata za potrebe komparativne analize koriste podatke prikupljene u četrnaest zemalja – Belgija, Australija, Finska, Engleska, Indija, Hrvatska, Japan, Izrael, Kina, Kanada, Južna Koreja, Novi

Zeland, Nizozemska i Sjedinjene Američke Države. Kako je riječ o prvom komparativnom istraživanju volontiranja studenata na razini svijeta, važno je istaknuti kako navedene zemlje imaju različitu povijest i političke sustave pa i tradicije civilnog društva, a to komparaciju čini posebno zanimljivom. Najmanje 600 studenata iz svake zemlje prikupljeno je prigodnim uzorkom te su ti studenti pripadali društvenim, prirodnim, humanističkim i tehničkim znanostima. U upitniku su bila zahvaćena tri tematska područja; iskustvo, motivacija i koristi volontiranja, uz vrijednosti volontera i socio-demografska obilježja. U Hrvatskoj je sudjelovalo 600 studenata Edukacijsko-rehabilitacijskog fakulteta, Ekonomskog fakulteta, Fakulteta strojarstva i brodogradnje, Fakulteta kemijskog inženjerstva i tehnologije, Filozofskog fakulteta, Geodetskog fakulteta, Katoličko-bogoslovnog fakulteta te Pravnog fakulteta i Prirodoslovno-matematičkog fakulteta (Zrinščak i dr., 2012, 31/32).

Uz uključivanje u volonterske aktivnosti, ali i stavove o volontiranju, često se vežu određene vrijednosti. Upravo su vrijednosti tijekom posljednjih desetljeća posebno zanimljive za istraživanje brojnim istraživačima u raznim poljima društvenih znanosti, ali prvi ih definira Rokeach. Tvrdi kako su to trajna vjerovanja o osobnoj/društvenoj ispravnosti ili poželjnosti određenih ponašanja ili krajnjih stanja postojanja u odnosu na suprotna ponašanja ili stanja. Čovjek posjeduje relativno malo vrijednosti te postoje razlike među pojedincima oko pridavanja veće važnosti određenim vrijednostima naspram drugih. Razlike se javljaju zbog činjenice da vrijednosti imaju dva izvora – osobnost pojedinca te kultura i socijalizacijske institucije društva, a njihovim međudjelovanjem nastaju „hijerarhijske vrijednosti prioriteta“ koje su trajne i stabilne te se kreću unutar kontinuuma relativne važnosti (Rokeach prema Ferić, 2005, 4). Prema drugoj su definiciji, koju nudi Schwartz, vrijednosti poželjni ciljevi različite važnosti te u čovjekovom životu djeluju usmjeravajuće. Postoji deset motivacijskih tipova: moć, hedonizam, dostignuće, nezavisnot, poticaj, dobrohotnost, univerzalizam, konformizam, sigurnost i tradicija (Schwartz prema Ferić, 2005, 6/7).

### **3.1.Vrijednosti u postmodernom društvu**

Društvo tekuće modernosti može se opisati kao nestabilno i ispunjeno željom da se konzumiraju potrošivi predmeti sada i odmah, jer budućnost je ionako neizvjesna. Ta je nesigurnost sveprisutna, ali osobito je istaknuta na radnim mjestima gdje riječ fleksibilnost uljepšava nedostatak stabilnih zaposlenja i ugovora koji radniku daju određena prava te se nesigurnost radnih mjesta pretapa se u upitnu egzistenciju u raljama nezaposlenosti. Tako radnici ne znaju hoće li im se današnji trud isplatiti sutra ili uopće pa se okreću trenutnim zadovoljenjima. Takvo stanje ne vlada samo na tržištu rada, već se može predložiti na osobne

vrijednosti i međuljudske odnose u postmodernom društvu. Upitno je hoće li se trud oko međuljudskih odnosa i gradnje zajednica isplatiti u budućnosti te se na ljude gleda kao na potrošive predmete. Odnosi se konzumiraju umjesto da se grade, a odreći se osobnog interesa u korist grupnog postaje nerazumno. Smisao postaje potrošnja – predmeta, iskustava i odnosa, a to je, za razliku od proizvodnje, samačka aktivnost. Stav da su međuljudski odnosi potrošna roba otežava gradnju zajednica (Bauman, 2011, 156-160). One postmoderne iskaz su nestabilnosti i nesigurnosti svijeta. U njih se pojedinci okupljaju kako bi se od turbulencija vanjskog svijeta skrili u zajednički identitet. To su „garderobne zajednice“; identiteti koji u njih stupaju oblače se ili skidaju po potrebi, a imaju patentni zatvarač koji olakšava njihovo navlačenje tj. omogućava izlazak (Bauman, 2011, 192).

Ipak, unatoč mišljenju kako vlada individualizam jer se na ljude gleda kao na potrošive predmete, drugi autori smatraju kako se ponovno rađa altruizam koji potiče na mobilizaciju oko važnih društvenih problema. Iako Touraine nije postmodernist, tvrdi ono s čime se neki drugi postmodernisti slažu, a to je povratak subjekta. Povratak se odvija unutar faze razvoja novog društva u kojemu se materijalne industrije zamjenjuju kulturnima. Moralna je svijest snažniji motivator od političkih strategija što se primjećuje na zaokretu s kolektivnog djelovanja i tema vezanih uz ekonomiju na osobne i etičke teme nevezane nužno za organizirane oblike mobilizacije (Touraine, 2007, 184-186). Touraine (2007) društvene pokrete koji pune javni prostor vrijednostima poput obrane ljudskih prava, slobode govora i načina života vidi kao internacionalne. Oni nastaju u razvijenijim, ali i u nerazvijenim društvima gdje vlada siromaštvo i deprivilegiranost. Solidarnost s iskorištavanima, siromašnima i žrtvama diskriminacije pokret je, kako kaže, snažniji i od onog radničkog iz 1914 (Touraine, 2007, 199/200).

Također, Lipovetsky (2008) tvrdi kako postoje tri doba potrošačkog kapitalizma, a suvremeni čovjek nalazi se u trećem kojeg karakterizira emocionalna potrošnja, težnja potpunom zdravlju i tržište usluga. U tom se trećem razdoblju internet i virtualne zajednice krive za postupno udaljšavanje ljudi, ohladnjivanje međuljudskih odnosa i nestanak altruizma (Lipovetsky, 2008, 15-20). Međutim, Lipovetsky tvrdi kako svijet prolazi kroz sentimentalizaciju u kojoj je kultura ljubavi oprečna tržišnim snagama (Lipovetsky, 2008, 93). Referira se i na istraživanje po kojemu Europljanima sreću čine djeca, brak, ljubav, obitelj i ljubav (Lipovetsky, 2008, 117). Također, tvrdi kako potrošnja prolazi kroz transformaciju: troši se kako bi se zadovoljilo svoje želje i postiglo komfort, a ne nužno s ciljem impresioniranja okoline (Lipovetsky, 2008, 138-140). Ta je transformacija, koja naglašava vlastite potrebe i želje, u skladu s podacima koje prezentiraju Ilišin i dr. (2013), a radi se o vrijednostima koje

mladi smatraju najbitnijima. U tom se istraživanju ispostavilo kako se većina odlučuje za osobno dostojanstvo i borbenost, a zatim za tolerantnost, korektnost i altruizam. Dakle, i dalje su najbitnije vrijednosti prema pojedincu, ali vrijednosti prema okolini su odmah iza po zastupljenosti (Ilišin i dr., 2013, 95).

Volontiranje se opisuje kao „način i stil života, usko vezan uz čovjekov sustav vrijednosti“ (Begović, 2006, 7) te naglašava kako se kroz tu aktivnost razvija osjećaj odgovornosti i poboljšava život zajednice. Također, volonteri dolaze u dodir s nizom vrijednosti poput tolerancije, solidarnosti, razumijevanja, zajedništva, osobnog i društvenog razvoja, itd... Potiče se altruizam te se usredotočuje na zajedničko dobro uz aktivno učenje novih vještina. Kako nije u većoj mjeri uvjetovano ekstrinzičnim faktorima poput plaće ili društvenog statusa, uglavnom se radi o intrinzičnoj motivaciji. Ta naglašena intrinzična motivacija donosi novu vrstu odgovornosti jer volonter sam bira posao u skladu s afinitetima. S obzirom na slobodnu prirodu volontiranja, tri su razine: osobni razvoj, rješavanje konkretnih problema i društveni razvoj. Osobni razvoj označava mogućnost učenja novih i usavršavanje postojećih vještina, razvoj samokontrole, odgovornosti i tolerancije. Također, otkriva se unutarnja motivacija te stjecanje zadovoljstva kroz rad koji nije nužno nagrađen. Druga je razina rješavanje konkretnih problema i odnosi se na aktivnosti poput pružanja pomoći pogođenima od prirodnih katastrofa, rad na očuvanju okoliša ili uređenju javnih prostora te pomoć marginaliziranim skupinama. Svim je tim djelatnostima zajedničko nastojanje da se doprinese općoj dobrobiti zajednice kroz vidljive pomake. Treća razina je društveni razvoj što znači da volontiranje u širem smislu doprinosi samoinicijativnosti građana, razvijanju pozitivnog udruživanja, demokratizaciji društva i osnaživanju civilnog društva. Kroz volontiranje se razvija aktivizam i društvena odgovornost (Begović, 2006, 7/10). Također, volontiranje doprinosi razvitku psihičkog zdravlja i povećava razinu sreće. Volonteri su sretniji i zdraviji od onih koji se ne bave dobrovoljnim radom (Ali i dr., 2016, 126).

Kroz posljednje se desetljeće u Hrvatskoj znatno promijenila socioekonomska klima. Ekonomska kriza iz 2008. godine, mogla je na jednak način utjecati na vrijednosti svih građana, ili različito utjecati s obzirom na pripadnost određenom društvenom sloju. Postavlja se pitanje o promjenama u hijerarhiji vrijednosti pojedinaca i promjenama u skali zastupljenosti (post)materijalističkih vrijednosti unutar jednog društva (Dević i dr., 2020, 266). U periodu od 2008./2009. i 2011. došlo je do promjene u poželjnosti četiri skupine vrijednosti: vlastito odricanje, zadržavanje tradicije, vlastiti probitak i otvorenost prema promjenama. Hrvatski su građani u razdoblju 2008./2009. i 2011. iskazali veći afinitet prema vlastitom odricanju i zadržavanju tradicije, a tek onda prema vlastitom probitku i otvorenosti prema promjenama.



Zadržavanje tradicije i vlastito odricanje pod utjecajem su spola – gdje su žene tim vrijednostima sklonije, kao i pod utjecajem obrazovanja – visokoobrazovani bili su skloniji zadržavanju tradicije. Postmaterijalističke vrijednosti u znatnom su padu 2008./2009. nego 1999. i 2017./2018. Važno je univerzalnost te promjene tj. kako je promjena karakteristična za sve građane (Dević i dr., 2020, 273/274).

Sudionici istraživanja koje analiziraju i komentiraju Ilišin i dr. (2013) trebali su se odlučiti za neke od ponuđenih vrijednosti koje smatraju najvažnijima. Većina se odlučuje za kombinaciju odnosa drugih prema pojedincu samom; dostojanstvo, i odnosa pojedinca prema drugima; tolerantnost i korektnost. Kada su se vrijednosti rangirale, ispostavilo se kako je većini najbitnije osobno dostojanstvo, zatim borbenost pa tolerantnost, korektnost, altruizam, društveni prestiž, inovativnost duha te bogaćenje. Iako su na prvom i drugom mjestu dostojanstvo i borbenost, dakle, vrijednosti orijentirane na pojedinca, vrijednosti orijentirane na širu zajednicu jako su zastupljene. Važnost tolerancije uvidjelo je 41,1%, korektnosti 40% te altruizma 38,1%. Ipak, u istom je istraživanju prethodno navedeno kako je u godini koja je prethodila istraživanju volontiralo samo 13% sudionika (Ilišin i dr., 2013, 94/95).

Ilišin i Gvozdanović (2017) vrijednosti mladih ispituju korištenjem varijabli koje predstavljaju određene poželjne ili nepoželjne okolnosti i situacije u društvenom i osobnom životu, interese te okolnosti koje drže značajnim za postizanje uspjeha u društvu u Hrvatskoj. Uspoređuju se podaci prikupljeni 1990., 2004. i 2013. godine te autorice ustanovljuju kako je hijerarhija iskazanih vrijednosti kod mladih relativno stabilna kroz godine. Na vrhu se ljestvice nalaze vrijednosti iz područja privatnosti, na dnu one koje se odnose na područje javnosti pa se tako na vrhuncu poželjnosti može naći privatnost, a zatim samosvojnost, profesionalni uspjeh, materijalni položaj, dokoličarenje i vjera. U sredini ljestvice poželjnosti pa prema dnu nalaze se društveni položaj, vlast, nacionalnost te medijski uspjeh i političko potvrđivanje (Ilišin i Gvozdanović, 2017, 351-355).

U navedenom istraživanju o vrijednostima mladih, kao glavne interese mladi na prvome mjestu ističu poznanstva i prijateljstva, na drugom seks i ljubav, na trećem obiteljski život, brak i djecu, zatim rad i posao, putovanja, školovanje i obrazovanje, zabavu i razonodu, sport i sportska zbivanja, znanost, tehniku pa umjetnost, nacionalnu prošlost i sudbinu nacije te su na zadnja tri mjesta redom vjera i vjerski život, vojska i vojne stvari te politika i politička zbivanja. Nadalje, mladi, uz manje oscilacije kroz godine, najbitnijima smatraju obiteljske veze i poznanstva, lukavost i snalažljivost, sreću, bogatstvo, korupciju, političku podobnost, a u drugoj polovici ljestvice profesionalnu odgovornost i zalaganje na poslu, poštenje i pravednost, znanja i sposobnosti, poslušnost i pokornost pretpostavljenima te na zadnja četiri mjesta

spremnost na preuzimanje rizika, fakultetsko obrazovanje, nacionalnu pripadnost i pripadnost većinskoj religijskoj zajednici (Ilišin i Gvozdanović, 2017, 356-363).

U nešto kasnijem istraživanju mladi su važnim i vrlo važnim najčešće vrednovali neovisnost (86%), vjernost prijateljima (86%) i vjernost partneru (83%). Također, važnim i vrlo važnim smatrali su preuzimanje odgovornosti (79%), djecu (76%), dobar izgled (76%), uspješnu karijeru (76%) i biti u braku (70%). Nešto više od polovice vrednovalo je zdravo hranjenje (66%), bogatstvo (64%), vjernost poslodavcu (61%) i završavanje fakulteta (58%). Manje od polovice bitnim je smatralo bavljenje sportom (47%), a trećina nošenje markirane odjeće (32%). Najmanji je dio mladih važnim i vrlo važnim smatrao sudjelovanje u građanskim aktivnostima/inicijativama (25%) i aktivnosti u politici (15%) (Gvozdanović i sur., 2019, 35).

### **3.2.Privlačenje i motivacija volontera**

Postmoderni naraštaj publike koja konzumira medije bitno se razlikuje od svojih prethodnika. Prijašnje generacije bile pasivni primatelji informacija, dok *homo zappiens* generacija aktivno kreira nove sadržaje (Veen i Vrakking prema Mučalo i Šop, 2008, 51). To se očekuje s obzirom na svakodnevicu obilježenu okruženošću tehnologijom, a *homo zappiens*-i odrastaju konzumirajući, ali i stvarajući nove sadržaje. „Amateri“, pomoću tehnološki sve naprednije opreme, sami proizvode različite forme: od fotografija i videozapisa, do sudjelovanja u prenošenju vijesti pomoću dnevnih novina (Mučalo i Šop 2008, 52-54). Društveni je aktivizam potrebno proširiti i na virtualni svijet – jer tamo *homo zappiens*-i borave. Primjeri toga su brojni; udruge svoje službene stranice sele na društvene mreže gdje svakodnevno informiraju „pratitelje“ o problemima u zajednici i pozivaju na aktivno djelovanje. Pomoću društvenih mreža organiziraju se prosvjedi i prikupljanja donacija te se podiže svijest o potlačenima u zajednici.

Unutar ovog konteksta se postavlja pitanje kako mladi provode svoje slobodno vrijeme. Jedno od ranijih istraživanja ukazuje kako se mladi najčešće druže s prijateljima (83,1%) i rodbinom (58,0%), konzumirajući medije – od čega najviše televiziju (80,9%) i radio (64,0%), zatim izlazeći u kafiće, kavane i sl. (64,4%), slušajući glazbu; rock (51,1%), narodnu (25,1%) i klasičnu (11,0%). Također, odlaze u kupovinu (50,7%), obavljaju kućanske i obiteljske poslove (48,4%), odlaze na plesnjake u disco-klubove (37,5%), na tulum (36,7%) ili koncerte (18,7%). Manji broj njih svoje slobodno vrijeme koristi za računalne igre (24,0%). Dakle, može se zaključiti kako su većinu svog slobodnog vremena posvetili druženju. S druge strane, društveno korisnim aktivnostima bavi se tek nekolicina. Javne tribine posjećuje 4,2%, a volontira tek 3,3% mladih (Ilišin, 2007, 184).

Mladi koriste računala i mobitele češće od starijih te brže uče koristiti nove tehnologije, posebice ako se radi o potrebama vezanim za školske obaveze (Potočnik, 2007, 110). U tom je kontekstu važno razmotriti kako se volonterstvo promovira putem interneta općenito, s naglaskom na promociju putem društvenih mreža. Mladi su u provođenju slobodnog vremena orijentirani na masovne medije. Sve se više mladih odlučuje na korištenje interneta kao izvor zabave u slobodnom vremenu te internet skida s trona čak i televiziju. Ispred televizijskog ekrana, mladi provode tri sata dnevno, a skoro četiri koristeći internet. Rast popularnosti bila je očekivana uzimajući u obzir to da je internet interaktivni medij, a koristi se za razne aktivnosti. Najčešće se koristi za pristup društvenim mrežama (76,9%) i za gledanje videa i slušanje glazbe (66,3%), ali također za traženje informacija (62,4%) i čitanje vijesti (61,9%) (Ilišin i sur., 2013, 70-74).

U istraživanju, provedenom desetak godina kasnije, rezultati pokazuju kako su se mladi držali sličnih obrazaca provođenja svoga slobodnog vremena. Povećao se broj onih koji slobodno vrijeme provode uz računalne igre ili uz računalo (53,5%), dok su se druženja s prijateljima (75,7%) i rodbinom (40,7), kao i odlasci u kafiće (55,1%) znatno smanjili. S druge strane, donekle se povećao broj onih koji su volontirali i bavili se humanitarnim radom (7,8%), dok je broj mladih koji su sudjelovali na javnim tribinama ostao nepromijenjen (Ilišin, 2017, 300).

Zanimljivo je kako se u narednim godinama smanjuje postotak onih koji slobodno vrijeme često provode uz računala i računalne igre (29%). Postotak onih koji se druže s obitelji se povećao (78%), a broj mladih koji se druže s prijateljima se smanjio (57%). S druge strane, dosta ih slobodno vrijeme često provodi ne radeći ništa (69%) ili gledajući filmove (63%). Često volontira tek 5% mladih, a povremeno njih 22% (Gvozdanović i sur., 2019, 60). Može se zaključiti kako je volontiranje doživjelo rast u protekla dva desetljeća – sve je više mladih zainteresirano za dobrovoljan rad, neki često, a većina povremeno. Slobodno vrijeme povezano je s vrijednostima koje se smatraju više ili manje poželjnim. Lako se može zaključiti da će osobe koje poželjnima smatraju altruistične vrijednosti volontirati češće te tako provoditi svoje slobodno vrijeme.

Ilišin i dr. (2013) bave se, između ostalog, načinom života mladih pa tako izrađuju rang ljestvicu pojava koje su u modi. Mladi, očekivano, teže onome što i sami smatraju modernijim. Na prva su dva mjesta dobar izgled (81,2%) i karijera (80,3%), a zatim završavanje fakulteta, neovisnost, bavljenje sportom, nošenje markirane odjeće, vjernost partneru/ici, prijateljima i poslodavcu, zdrava prehrana, preuzimanje odgovornosti, brak, aktivnost u politici te, na predzadnjem mjestu, sudjelovanje u građanskim akcijama/inicijativama i konzumiranje

marihuane na zadnjem. Dakle, mladi sudjelovanje u građanskim akcijama ne smatraju važnijim od političke angažiranosti, a opet, politička je angažiranost važna za njih 34,8%, dok je na preuzimanje odgovornosti spremna samo polovina. U skladu sa širim postmodernim načinom života, izgled, karijera, sport (63%) i zdrava prehrana (52,9%) bitniji su od aktivizma, ali pokazuju i činjenicu da su mladi pod pritiskom koji su im nametnuli mediji, promovirajući određene poznate osobe, i korporacijski savjeti da ostave što bolji vanjski dojam u profesionalnom okruženju (Ilišin i dr., 2013, 77).

U dobrovoljan se rad uključuje tek 13% mladih. Najviše su nezainteresirani mladi koji žive u gradu, nasuprot onih koji žive na selu, kao i onih čiji su očevi završili četverogodišnju srednju školu. Najviše se volontiralo pomaganjem osobama s invaliditetom i starijima (30,2%), pomaganjem kolegama u savladavanju gradiva (26,9%) i u organiziranju kulturnih događanja (25,2%). Zatim slijede organiziranje sportskih događanja, sudjelovanje u javnim radovima u zajednici, vjerske aktivnosti i u radu poslovnog sektora. Na predzadnjem mjestu, prije kategorije „ostalo“, stoji dobrovoljan rad u aktivnostima nevladine organizacije, u što uključuje tek 6,9% mladih. Zaključuje se kako volontiranje nije u trendu među mladima koji su sudjelovali u istraživanju, ali kada volontiraju, to je većinom neformalni tip (Ilišin i dr., 2013, 94). Novija istraživanja pokazuju kako je volontiranje u društvenim projektima, inicijativama ili udrugama tek 5% mladih često koristilo kao način provođenja slobodnog vremena. Volontiranjem se rijetko i ponekad bavi 22% mladih, a nikad njih 73% (Gvozdanović i sur., 2019, 60).

Zrinščak i dr. (2012) u analizi CIVICUS-ovog istraživanja o volontiranju studenata za potrebe komparativne analize koriste podatke prikupljene u četrnaest zemalja – Belgija, Australija, Finska, Engleska, Indija, Hrvatska, Japan, Izrael, Kina, Kanada, Južna Koreja, Novi Zeland, Nizozemska i Sjedinjene Američke Države.. S obzirom na to da se radi o prvom komparativnom istraživanju volontiranja studenata na razini svijeta, važno je istaknuti kako navedene zemlje imaju različitu povijest i političke sustave pa i tradicije civilnog društva, što komparaciju čini posebno zanimljivom. Najmanje 600 studenata iz svake zemlje prikupljeno je prigodnim uzorkom te su ti studenti pripadali društvenim, prirodnim, humanističkim i tehničkim znanostima. U upitniku su bila zahvaćena tri tematska područja; iskustvo, motivacija i koristi volontiranja, uz vrijednosti volontera i socio-demografska obilježja. U Hrvatskoj je sudjelovalo 600 studenata koji su pohađali Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet, Ekonomski fakultet, Fakultet strojarstva i brodogradnje, Fakultet kemijskog inženjerstva i tehnologije, Filozofski fakultet, Geodetski fakultet, Katoličko-bogoslovni fakultet te Pravni fakultet i Prirodoslovno-matematički fakultet. (Zrinščak i dr., 2012, 31/32).

U CIVICUS-ovom se istraživanju pokazalo kako su mladi kroz period 2005. godine najviše volontirali u sklopu lokalne aktivističke organizacije ili organizacije gradske četvrti (28,8%), u domovima za starije i nemoćne, bolnicama, javnim kuhinjama i sl. (16,3%), kroz pomaganje mladima kao učitelji, mentori, treneri, savjetnici za mlade i sl. (16,3%), preko interneta (13,3%) ili za neku drugu svrhu ili organizaciju (11,3%). Najmanje su volontirali za vjerske (10,2%) i sportske aktivnosti (9,5%), kao i za studentski klub (5,7%) i za svoju zajednicu tj. muzej, kazalište, udrugu za zaštitu okoliša i sl. (4,0%). Prema tipu organizacije, studenti su volontirali neformalno (29,5%), za neprofitne organizacije (22,2%), druge organizacije (11,5%), vjerske (9,8%), vladine (5,8%) i profitne (4,5%), a najmanji broj je volontirao za međunarodne organizacije (3,0%). Više od polovine studenata volontiralo je kroz davanje novca za neku svrhu ili organizaciju. Ipak, treba napomenuti kako je više od polovice reklo da ne volontira uopće, a 32% volontira povremeno, 2,5 % mjesečno i 7% tjedno (Zrinščak i dr., 2012, 33).

U usporedbi s 14 zemalja analiziranih u sklopu CIVICUS-ovog komparativnog istraživanja volonterstva studenata, hrvatski studenti, kao i japanski, volontiraju najmanje. Tek 42,3% hrvatskih studenata volontira tjedno, mjesečno ili povremeno, što je iznimno malo u usporedbi sa 78,8% studenata iz SAD-a, 79,7% iz Kanade, 86,2% iz Indije te 84,5% iz Kine i 71,4% iz Belgije. Na razini Hrvatske, redovito volontira 9,5% studenata, dok na razini uzorka to čini 19,8% studenata – što je dvostruko više od prosjeka Hrvatske. Studenti su, na razini uzorka, najmanje volontirali za profitne/poslovne organizacije, a za njih su najčešće volontirali studenti iz Kine, SAD-a i Kanade. Zatim, nešto se češće volontira za vjerske organizacije, u čemu prednjače studenti iz Južne Koreje, Indije, SAD-a i Kanade, a najviše se volontira za neprofitne organizacije, i to pogotovo u Kini, SAD-u i Kanadi. Volontiralo se i za vladine/javne i međunarodne organizacije te neformalno. Hrvatski su studenti najčešće volontirali neformalno, a najmanje za međunarodne organizacije. Pokazalo se i kako su hrvatski studenti u volontiranje ulagali 3,45 sati mjesečno te se time našli po sredini ljestvice broja volonterskih sati (Zrinščak i dr., 2012, 42/43).

Mladi su volonteri zainteresirani za dobrovoljan rad, ali često nisu dostatno upućeni u volonterske akcije ili im nedostaje motivacije. U početku se na volonterske akcije prijavljuje velik broj mladih ljudi te taj broj otpadne s vremenom tj. kada shvate da se radi o ozbiljnim poslovima ili da na sebe preuzimaju veliku odgovornost koja neće biti materijalno kompenzirana (Leburić i dr., 2008, 53). Zato je potrebno volontere pomno odabrati i kvalitetno uključiti kako bi osigurali njihov što duži angažman. Ključno je precizno opisati specifičnu volontersku poziciju jer neki nisu sigurni čime se žele baviti, a pri tome je od iznimne važnosti

otkriti interese i vještine volontera. Također, važan faktor je i vrsta volontiranja – različiti su kriteriji kod odabira volontera za jednodnevnu akciju ili za dužu suradnju s udrugom (Forčić i dr. 2007, 55).

Marketinške su aktivnosti neprofitnog sektora jako važne za privlačenje volontera. Sudionici istraživanja koje provode Glavinić i Najev Čačija (2018) smatraju kako je bitno marketinške aktivnosti posvetiti društvenoj problematici kojom se organizacija bavi te su iskazali osjetljivost na neke od najvećih aktualnih društvenih problema. Isto tako, važnom vide politiku organizacije usmjerenu na promociju volontiranja te drže kako je politiku promocije potrebno prilagoditi kanalima i jeziku koje mladi koriste kako bi im se što efikasnije prenijela poruka. Također, volontere je potrebno kontinuirano pratiti u radu i njihov trud nagrađivati kako bi se gradili dugoročni odnosi. Oni volonteri koji su marketinške aktivnosti organizacije smatrali važnima, iskazali su veću motiviranost za dobrovoljan rad. Kako bi se lakše približile volonterima, organizacije bi se trebale koristiti i emocionalnim apelima. Naime, volonteri često volontiraju zbog zaštite ega ili kako se ne bi osjećali krivima za životne okolnosti koje su bile povoljnije u odnosu na one kojima je njihova pomoć potrebna. Isto tako, nekad bježe od vlastitih problema te bi im organizacija trebala ukazati kako volonterstvo istovremeno rješava tuđe, ali i vlastite probleme. Osim toga, preporučljivo je da u marketinškim aktivnostima organizacije istaknu mogućnost profesionalnog napredovanja kroz suradnju s njima. Ukazivanje na pozitivne primjere zaposlenja pomoću nekadašnjeg volontiranja posebice bi privuklo mlade volontere koji tek započinju graditi profesionalnu karijeru, a važno je napomenuti i porast broja zaposlenih u neprofitnom sektoru (Glavinić, Najev Čačija, 2018, 14).

Ipak, naglašava se kako je riječ o obostranom interesu; isto kao što volonteri profitiraju od dobrovoljnog rada (Ali i dr., 2016, Begović, 2006, Ferreira i dr., 2012, Miljković i Jurčec, 2015, Leburić i dr., 2008; Pološki i dr., 2013.), tako i organizacije profitiraju. Naime, volonteri za organizacije obavljaju uredske i logističke poslove, edukacije i regrutacije ostalih volontera, šire informacije o akcijama i organizaciji i slično. Volonteri često obavljaju ono što ne stignu zaposlenici te su zbog toga važni organizacija i udruga za koje volontiraju (Edwards i dr., 2001, 451-455).

U istraživanju koje je proveo CIVICUS tijekom 2006. studenti ih Hrvatske rekli su kako ih na volontiranje uglavnom potiču intrinzični i socijalni motivi – vlastito zadovoljstvo, stvaranje poznanstava, mogućnost učenja novih stvari i ostvarenje povjerenja među ljudima. Najmanje korisnim ocijenili su ispunjavanje zakonskog zahtijeva za obavljanje društveno-korisnog rada i odrađivanje školskih obveza te odobravanje kolega i prijatelja. Razlozi volontiranja variraju prema učestalosti volontiranja. Tako su oni studenti koji se u volonterske

aktivnosti uključuju tek povremeno skloniji volontirati jer ih na to potiču bliske osobe, jer im prijatelji volontiraju te ih na to upućuje obitelj ili posrednik za zapošljavanje. S druge strane, oni koji se ne uključuju u volonterske aktivnosti ističu razloge poput oslobođenja od krivnje zbog vlastitih boljih životnih okolnosti i bijega od osobnih problema (Zrinščak i dr. 2012, 38/39).

Istraživanje Miljković i Jurčec (2015) svodi se na dva cilja: 1) provjera povezanosti motiva za volontiranje i pristupa sreći te 2) ispitivanje povezanosti između motiva i ishoda volontiranja i subjektivne dobrobiti volontera. Pomoću više upitnika i skala, ispitana su 134 volontera, 44 muškarca i 90 žena. Sudionici su imali između 16 i 56 godina te su volontirali preko volonterskih centara. U rezultatima se bilježe intrinzični i ekstrinzični motivi za volontiranje. Intrinzični motivi uključivali su vrijednosti, učenje i samorazvoj, a ekstrinzični napredak u karijeri i prilagodbu društvu. Sudionici su veću važnost pridavali intrinzičnim motivima. Također, pokazalo se kako su sudionici imali veću usmjerenost na smislen nego na angažiran život te je smislen život bio prediktor intrinzičnih i ekstrinzičnih motiva, dok je ugodan život bio prediktor isključivo intrinzičnih motiva. Dakle, sudionici su za ugodan život podrazumijevali vrijednosti, učenje i samorazvoj. Isto tako, osjećaju sreće kod sudionika pridonose jedino intrinzični motivi. Najсреtniji volonteri su oni usmjereni na smislen život i oni uglavnom zadovoljavaju svoje motive za volontiranje (Miljković, Jurčec, 2015, 121-124).

Pološki Vidović i dr. (2013) anketnim su istraživanjem ispitala povezanost motivacije za volontiranjem sa spolom, osobnošću i područjem studiranja. Uzorak se sastojao od 255 studenata koji su bili upisani u diplomatske studije Sveučilišta u Zagrebu. Ispitane su tri postavljene hipoteze, koje su obrazložile opširnom teorijskom podlogom; 1) motivacija za volontiranje statistički se značajno razlikuje s obzirom na spol sudionika, 2) motivacija za volontiranje statistički se značajno razlikuje s obzirom na tip osobnosti sudionika i 3) motivacija za volontiranje statistički se značajno razlikuje s obzirom na područje studiranja sudionika. Ukupno govoreći, najveći su broj sudionika (33%) na volontiranje potaknuli altruistični razlozi. Ostali su razlozi bolje razumijevanje (29%), karijera (21%), osobni razvoj (13%), društveni odnosi (3%) i samozaštita (1%). Govoreći o razlikama u motiviranosti studenata za volontiranje s obzirom na spol, i žene i muškarci najčešće odabiru vrijednosti i bolje razumijevanje te među ostalim motivima nema statistički značajne razlike, osim kada se radi o društvenim odnosima te boljem razumijevanju i osobnom razvoju. Nijedna studentica društvene odnose ne navodi kao primaran razlog volontiranja, dok se 6% studenata odlučuje za njih, čime se potvrđuje izrečeno u teorijskom okviru rada; muškarci su više orijentirani na izgradnju karijere u čemu im pomaže društveno umrežavanje. Također, iako ne statistički

značajna, zabilježena su manja odstupanja između sudionika i sudionica u motivima koje navode oba spola. Ukupno gledano, altruistični razlozi prisutniji su kod žena, ali su i svi motivi za volontiranje također prisutniji kod žena. Autorice rezultat objašnjavaju navodeći veliku ulogu povijesnog konteksta koji žene karakterizira kao brižne za potrebite. Zaključno, prva je hipoteza odbačena jer sveukupno nema dovoljno statistički značajnih razlika kako bi se potvrdila povezanost motivacije za volontiranje i spola sudionika (Pološki Vidović i dr., 2013, 235-240).

Ferreira i dr. (2012) provode istraživanje s 304 sudionika volontera kako bi ispitali što utječe na njihovo zadovoljstvo. Sudionici su volontirali u bolnici s pacijentima i njihovim obiteljima. Uglavnom se radilo o ženama (84%) u dobi od 52 do 68 godina, s fakultetskim diplomama i plaćom ispod dvije tisuće eura. Sudionici su bili učlanjeni u istu neprofitnu udrugu preko sedam godina te su tjedno volontirali oko šest sati, a pomagali su i donacijama za posebne ciljeve. Istraživana je njihova ekstrinzična, na koju utječu osjećaj pripadnosti i sigurnosti te profesionalno napredovanje, i intrinzična motivacija, povezana s altruizmom i učenjem. Rezultati su pokazali kako na intrinzično zadovoljstvo utječe mogućnost udruge ili organizacije da volonterima pruži proširenje vještina i znanja. Ovu vrstu zadovoljstva povećavaju altruistični ciljevi, kao i razvoj osobnih kompetencija. Ekstrinzično se zadovoljstvo nije nametnulo kao značajan razlog za volontiranje, ali povezano je s napredovanjem u karijeri, stjecanjem kontakata i vještina. Osim toga, važan je osjećaj pripadanja kolektivu i zaštite. Volonteri su prednost dali pripadanju i zaštiti te izrazili nezadovoljstvo mogućnošću napredovanja u karijeri kroz iskustvo volontiranja. Intrinzično je zadovoljstvo povezano s ulogom koju volonter ima, a ekstrinzično s djelovanjem volontera (Ferreira i dr., 2012, 9-16).

U periodu koji je prethodio 2007. godini zabilježen je negativan stav mladih prema volontiranju koji postupno prelazi u sve pozitivniji. Unatoč tome, participacija u volonterskim aktivnostima do tada se nije povećala (Forčić, 2007, 5). Stoga je napravljen kratki pregled znanstvenih radova, odnosno istraživanja koja su dostupna na portalu Hrčak. Radovi su se pretraživali po ključnim rječima „volontiranje“ i „volontiranje mladih“. Tablica u nastavku daje prikaz autora, godine objave rada, naslova, sažetka i korištene metode u odabranim istraživanjima koja su provedena u Hrvatskoj u periodu od 2007. do 2018. godine.



| AUTORI                                             | GODINA | NASLOV                                                                                                           | SAŽETAK                                                                                                                                 | METODA                |
|----------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Franc, R.;<br>Šakić, V.;<br>Maričić, J.            | 2007   | Građanski aktivizam u Hrvatskoj                                                                                  | rad o mogućnosti razlikovanja dimenzija građanskog aktivizma                                                                            | usmena anketa         |
| Leburić, A.;<br>Reić, A.;<br>Bandalović, G.        | 2008   | Volonterstvo mladih kao bijeg u stvarnost.                                                                       | prikaz mladih u postmodernom društvu u kontekstu volontiranja                                                                           | akcijsko istraživanje |
| Skočić Mihić, S.;<br>Lončarić, D.;<br>Rudelić, A.  | 2011   | Volontiranje studenata s djecom i mladima s posebnim odgojno-obrazovnim potrebama                                | ispitivanje iskustava i motivaciju mladih volonterki u radu s djecom i mladima s posebnim odgojno-obrazovnim potrebama                  | anketa                |
| Zrinščak, S. i dr.                                 | 2012   | Volontiranje studenata u Zagrebu u komparativnom kontekstu                                                       | komparacija volontiranja mladih u različitim zemljama svijeta                                                                           | anketa                |
| Pološki<br>Vidović, N.;<br>Marić, I.;<br>Horvat G. | 2013   | Motivacija za volontiranje – jesu li motivi za volontiranje povezani sa spolom, ličnosti i područjem studiranja. | teži definirati što motivira volontere na započinjanje i ustrajanje u dobrovoljnom radu                                                 | anketa                |
| Krolo, K.;<br>Puzek, I.                            | 2014   | Upotreba društvenih veza i participacijske dimenzije društvenoga kapitala mladih na primjeru facebooka.          | analizira se veza između upotrebe društvenih mreža i participacijskih dimenzija društvenog kapitala                                     | online anketa         |
| Miljković, D.;<br>Jurčec, L.                       | 2015   | Povezanost pristupa sreći, motiva za volontiranje i subjektivne dobrobiti volontera                              | utvrđuje se veza između pristupa sreći, motiva za volontiranje i subjektivne dobrobiti volontera                                        | online anketa         |
| Kozina, M.;<br>Mimica, N.                          | 2016   | Stavovi učenika škole za medicinske sestre o volontiranju                                                        | istražuju se stavovi učenika o volontiranju, kao i njihova spremnost da se uključe u volonterske aktivnosti                             | anketa                |
| Kozina, M.;<br>Mimica, N.                          | 2016   | Razlike po spolu u stavovima o volontiranju učenika medicinske škole                                             | provjeravaju se razlike po spolu u stavovima o volontiranju, izboru volonterskih aktivnosti i prethodnom iskustvu o volontiranju mladih | anketa                |
| Glavinić, J.;<br>Najev Čačija, Lj.                 | 2018   | Marketinške aktivnosti neprofitnih organizacija u funkciji motivacije mladih na volontiranje                     | ispituje se utjecaj marketinških aktivnosti neprofitnih organizacija na motivacijske funkcije za volontiranje                           | online anketa         |

Tablica 1: Odabrani pregled istraživanja volonterstva u periodu od 2007. do 2018.

## 4. Uloga medija u društvenom aktivizmu

Društveni aktivizam može se definirati kao djelovanje kroz formalne ili neformalne grupe s ciljem rješavanja aktualnih problema u zajednici (Briscoe, Gupta, 2016, 5). Oblici aktivizma dijelili su se na konvencionalne i nekonvencionalne. Pod konvencionalnim su se oblicima podrazumijevale akcije vezane uz političke stranke ili izbore, npr. poticanje građana na glasovanje, sudjelovanje u političkim kampanjama, davanje priloga strankama i slično. S druge strane, nekonvencionalni oblici odnosili su se na ponašanja vezana za demonstracije, bojkotiranja, zauzimanje zgrada... (Klanderman prema Franc i dr., 2006, 112). Suvremeni autori odbacuju takvu podjelu – iako smatrana nekonvencionalnim, i ponašanja poput djelovanja u civilnim udrugama, zaustavljanja prometa i organiziranja demonstracija vezuju se uz političke aktivnosti (Franc i dr., 2016, 112).

### 4.1. Korištenje društvenih mreža u svrhu društvenog aktivizma

Zajednica se premješta na „mrežu“. Shvaćena kao izvor podrške pojedincu i obiteljima, zajednica doživljava promjenu tj. premještanje te potpore s prostornih na umrežena mjesta. Takvo redefiniranje prati promjene u obitelji i prijateljskim odnosima. Iako su te veze „slabije“, nisu manje važne, a internet im uvelike daje podršku kreirajući *online* prostor za „specijalizirane zajednice“ u koje se okuplja po kriteriju interesa. Nisu ovisne o fizičkoj bliskosti, ali svejedno služe za prijenos informacija, komunikaciju, zabavu, radne odnose – i društvenu angažiranost. Postojale su rasprave kako *online* zajednice služe za bijeg od stvarnosti i ostvarivanje fantazija. Tri su ograničenja takvom razmišljanju: za početak, debata je prethodila globalnom širenju interneta, zaključujući na iskustvima ograničenog broja korisnika koji su bili socijalno distancirani. Nadalje, nije postojala dovoljna količina empirijskih istraživanja o primjeni interneta. Konačno, kao okosnicu imala je ograničena ideološka pitanja; suprotstavljenost prijašnjeg društva i individualiziranog, stereotipiziranog *nerd*-a (Castells, 2003, 131/132). Ispostavilo se kako ljudi u „Mreži“ proširuju postojeće identitete i interese te društvenim odnosima dodaju i *online* dimenziju (Castells, 2003, 134/135). Tako društveni aktivisti internet mogu koristiti kao dodatnu platformu za promicanje svojih ciljeva i vrijednosti. Kreiraju profile na raznim društvenim mrežama, a gotovo svaka udruga ima i svoju službenu *online* stranicu.

Komunikacija i medijacija oduvijek su bile ključne komponente mobilizacije. Kanali koji to omogućuju vidno su prošireni dolaskom interneta i društvenih mreža. Pojava i široko

korištenje interneta utjecali su na ekonomiju i politiku te se tvrdi kako svijet ulazi u eru obilježenu informacijama, mrežama i znanjima. Iako se vode rasprave o utjecaju društvenih mreža i interneta općenito, čak i najveći skeptici ne mogu osporiti nove mogućnosti koje internet daje deprivilegiranim, koji sada mogu komunicirati, ali i organizirati se, slobodno i transnacionalno. Uz istraživanja koja su još uvijek u tijeku, brzina komunikacije drastično se povećala te se svakodnevno radi na novim poboljšanjima. Stvaraju se novi alati koji omogućuju neposrednost komunikacije te odabir konzumiranja sadržaja u realnom ili odgođenom vremenu. Također, postoje i različiti oblici komunikacije; jedan na jedan, jedan prema mnogima, mnogi prema mnogima i nekoliko prema nekoliko. Posljednji je oblik karakterističan za aktiviste (Cammaerts, 2015, 2-4).

Društvene se mreže u kontekstu aktivizma koriste na dva različita načina. Prvo, za unutarnju organizaciju, koordinaciju ili rasprave te drugo, za vanjsku mobilizaciju, regrutaciju i informiranje građana, kao i za stvaranje nezavisnih kanala komunikacije s javnošću. Tako se olakšava transnacionalno organiziranje i umrežavanje s drugim udrugama. Razni su se filipinski aktivisti 2001. angažirali oko svrgavanja s vlasti tadašnjeg predsjednika J. Estrade koristeći nove tehnologije za organizaciju i mobilizaciju. Važnost društvenih mreža leži upravo u toj neposrednoj komunikaciji među volonterima i aktivistima te omogućuje postizanje ciljeva u kraćem vremenskom roku. Osim toga, društvene mreže omogućuju *sousveillance* tj. nadzor odozdo prema gore. Nadzor vladajućih obavljaju građani i aktivisti te tako većina promatra manjinu. Društvene mreže služe i kao arhiva, trajni repozitorij sadržaja vezanog za ideje, organizacije, pokrete i taktike. Na taj se način prenose znanja i prakse te može doći do *movement spillover*-a tj. utjecaj prošlih znanja na buduće akcije (Cammaerts, 2015, 4-6).<sup>4</sup>

Koristeći internet kao sredstvo umrežavanja, stvaraju se veze. Slabe veze među aktivistima pretvaraju se u jake ukoliko dođe do kolektivne akcije. Svrha su regrutacija i mobilizacija, a tehnologija je sredstvo za postizanje tih ciljeva pomoću prijenosa informacija i podizanja svijesti o društvenim problemima. Brojni su skeptični prema korištenju društvenih mreža u svrhu aktivizma te taj proces nazivaju *clicktivism* i *slacktivism*. Tvrdi se i kako veze stvorene *online* ne mogu biti jake kao ili jače od *offline* veza te da je *online* aktivizam za one koji ne žele stvoriti vrijeme za *offline* aktivizam. Svakako je važno naglasiti tendenciju tehn optimističkog pogleda na situaciju, ali mnogi ističu kako bi aktivisti trebali širiti ideje i onima

---

<sup>4</sup> Spomenuti se *sousveillance* može vidjeti kada građani snimaju policajce na prosvjedima i trajno zabilježavaju čino ve nasilja, kao što je viđeno kada su borci za ljudska prava 2020. diljem Sjedinjenih Američkih Država odlučili prosvjedovati protiv rasizma vladajućih.

koji nisu aktivni na društvenim mrežama te informirati javnost van ograničenog kruga ljudi koji prati zbivanja u okolini i svijetu pomoću interneta (Cammaerts, 2015, 7/8).

Kontrola na društvenim mrežama ne služi samo kako bi građani nadzirali vladajuće, već i obrnuto. Država i tržište vlast prenose i u sfere koje bi trebale biti emancipirajuće. Tržište brine za vlastite interese, a država nadgleda potencijalne prijetnje. Brojne se rasprave vode oko slobode korištenja društvenih mreža, kao i interneta općenito. Iz tih je razloga upitno treba li se regulirati korištenje interneta, ali i koliko su vladajući transparentni u svojim aktivnostima. U ovome segmentu dolazi do određenog licemjerstva; dok se od vlade i tržišta očekuje potpuna transparentnost, građani zahtijevaju što veću privatnost i što manju kontrolu. Građani su tom problemu doskočili posebnim programima koji skrivaju IP adresu uređaja ili ju prebacuju na drugu geografsku lokaciju. Dakle, država i tržište, kao i običan puk, zahtijevaju vlastitu privatnost istovremeno tražeći potpunu otvorenost onih na drugoj strani. Isto tako, aktualno je pitanje slobodnog prenošenja informacija – brojni su zviždači preko posebnih stranica otkrivali dobro čuvane tajne vlade ili korporacija za koje su radili (Cammaerts, 2015, 8-10).

Krolo i Puzek (2014) pomoću online ankete istražuju vezu između upotrebe društvenih mreža i participacije mladih u aktivnostima vezanim za društveni aktivizam. Sudionici, koji su trebali biti aktivni na društvenoj mreži *Facebook*, su pripadali dobnoj skupini do 15 do 35 godina te ih je od listopada 2011. do veljače 2012. u istraživanju sudjelovalo 577 (Krolo, Puzek, 2014, 388). Rezultati su statističku značajnost s obzirom na članstvo u *Facebook* grupama i članstvo u udrugama i aktivističko-participacijskim praksama izvan udruge civilnog društva. Također, s povećanjem raznovrsnosti online i *Facebook* grupa, raste i participacija mladih u civilnom društvu, kao i u općenitim aktivističkim praksama. Komentiranje, objavljivanje informacija ili otvaranje i vođenje novih rasprava, isto je tako pozitivno povezano s aktivizmom mladih. Važno, je spomenuti i religijsku pripadnost, koja znatno utječe na participaciju u aktivističkim praksama; što su učestaliji odlasci na vjerske obrede, to je učestalija pripadnost nekoj udruzi, ali ne i indeks aktivizma. Krolo i Puzek zaključuju kako je takav rezultat posljedica tendencije vjerskih udruga i zajednica da okupljaju mlade, ali oko specifičnih ciljeva koji ne odskaču od vjerskih učenja te su ti mladi lojalniji matičnoj udruzi, dok ostale aktivističke inicijative ne zahtijevaju veliku privrženost. Zanimljivo je za istaknuti kako ne postoje razlike s obzirom na dobne skupine; sudionici su imali između 15 i 35 godina, što je velika razlika među generacijama ali je u obzir uzet fenomen produžene mladosti (Krolo, Puzek, 2014, 394-397).

## 5. Metodološki i empirijski aspekti

Teorijski aspekt ovoga rada ističe ulogu postmodernih promjena u kontekstu stanja civilnog društva, odnosa civilnog društva i države, vrijednosti stanovništva te komunikacije koja se u suvremenom društvu sve više odvija na društvenim mrežama. Od posebnog su interesa iskustva volontera – koji su bitni akteri u funkcioniranju civilnog društva, a njeguju i promiču određene vrijednosti orijentirane na boljitak zajednice. Također, postmoderna je razdoblje u kojemu volonteri za svoj rad mogu koristiti medije i društvene mreže, kako za unutarnju organizaciju, tako i za informiranje javnosti o svojim aktivnostima. Zbog interesa za navedeno, ovaj se rad bavi društvenim aktivizmom iz perspektive mladih volontera. Ciljevi su rada istražiti iskustva volontera i ulogu *online* aktivizma. Posebni se ciljevi odnose na istraživanje oblika volontiranja, vrijednosti volontera, uočavanje zastupljenosti razloga za volontiranje, istraživanje zadovoljstva volontiranjem, istraživanje korištenja online platformi te ispitivanje razlika s obzirom na spol.

Postavljene su sljedeće hipoteze:

H1: oblici volontiranja razlikovat će se s obzirom na spol

H2: vrijednosti volontera razlikovat će se s obzirom na spol

H3: razlozi za volontiranje razlikovat će se s obzirom na spol

H4: zadovoljstvo volontiranjem razlikovat će se s obzirom na spol

H5: načini korištenja platformi razlikovat će se s obzirom na spol

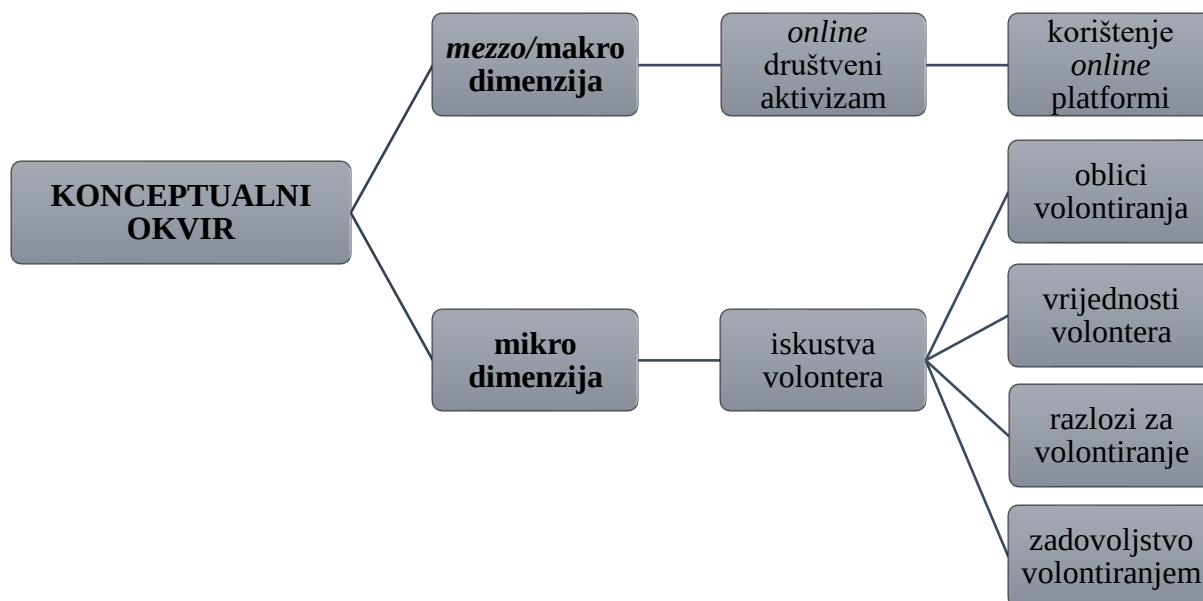
Navedeno se istražilo metodom *online* anketiranja. Prigodni se uzorak sastojao od volontera od 18 do 35 godina starosti<sup>5</sup>. Anketni je upitnik prilagođen Google Forms formatu te je sadržavao 17 pitanja. Udrugama je upitnik bio poslan mailom te je bio otvoren za ispunjavanje unutar srpnja i kolovoza 2021. godine. Prema podacima iz Nacionalne evidencije volontera i volonterskih sati, koju vodi Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike, u 2020. je zabilježeno približno četiri i pol tisuće volontera.<sup>6</sup> U istraživanju je sudjelovalo 50 mladih splitskih volontera, što čini otprilike 1% populacije. Nedostatak ovog istraživanja slab je odaziv, što je važno napomenuti radi slabije reprezentativnosti rezultata i nemogućnosti generaliziranja. U nastavku slijede konceptualna i operacionalna shema.

---

<sup>5</sup> Krolo i Puzek (2014) u svom radu uzimaju mlade od 15 do 35 godina, ali se u ovom istraživanju u obzir uzimaju samo punoljetni volonteri

<sup>6</sup> POPIS ORGANIZATORA VOLONTIRANJA U 2020. GODINI.pdf (gov.hr)

**Grafički prikaz 1:** konceptualna shema



Pitanja su se u upitniku podijelila na tri kategorije: 1) strukturalna obilježja tj. spol, dob, mjesto rođenja i boravka, trenutna aktivnost i razina obrazovanja, 2) iskustva volontera tj. učestalost volontiranja, oblik volontiranja, razlozi volontiranja, načini informiranja o volonterskim aktivnostima, zadovoljstvo aktivnostima udruge/organizacije, vrijednosti, 3) online društveni aktivizam tj. prisutnost i aktivnost udruge/organizacije na društvenim mrežama, aktivnost volontera na društvenim mrežama – objavljivanje/dijeljenje sadržaja o aktualnim društvenim problemima, stavovi o važnosti društvenih mreža za udrugu/organizaciju. Dobiveni su podaci uneseni i obrađeni u programu IBM SPSS Statistics dok se za testiranje zadanih hipoteza koristio Mann-Whitney U test. Važno je napomenuti kako su neki oblici volontiranja, poput volontiranja za vjerske organizacije i političke stranke, preuzeti iz Bežovan (2001). Indikatori korišteni za mjerenje vrijednosti volontera, poput privatnosti, vjere, materijalnog statusa i medijskog uspjeha, preuzeti su iz Ilišin (2017). Također, skala poželjnosti definirana je pomoću određenja vrijednosti pronađenog u Ferić (2005).

**Tablični prikaz 1:** operacionalna shema varijabli i indikatora

| VARIJABLE                         | METODOLOŠKA RAZINA | PITANJA U UPITNIKU | INDIKATORI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>STRUKTURALNA OBILJEŽJA</b>     | individualna       | 1,2,3,4,5,6        | spol, dob, mjesto rođenja/boravaka, trenutna aktivnost, razina obrazovanja                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>ONLINE DRUŠTVENI AKTIVIZAM</b> | grupna i društvena | 12,13,14,15,16     | prisutnost i aktivnost udruge/organizacije na društvenim mrežama, aktivnost volontera na društvenim mrežama – objavljivanje/dijeljenje sadržaja o aktualnim društvenim problemima, stavovi o važnosti društvenih mreža za udruhu/organizaciju                                                                                                                                                                        |
| <b>ISKUSTVA VOLONTERA</b>         | individualna       | 7,8,9,10,11        | učestalost volontiranja, oblik volontiranja, razlozi volontiranja (provođenje slobodnog vremena, stjecanje prijateljstava, osjećaj korisnosti, stjecanje vještina, pronalazak posla...), načini informiranja o volonterskim aktivnostima, zadovoljstvo aktivnostima udruge/organizacije, vrijednosti (emancipiranost, položaj u društvu i na radnom mjestu, ravnopravnost svih društvenih skupina i zaštita okoliša) |

## **5.1. Interpretacija rezultata**

### **5.1.1. Strukturalna obilježja**

Kada se radi o strukturalnim obilježjima mladih splitskih volontera, pokazalo se kako je u istraživanju sudjelovalo 66% žena i 34% muškaraca (Vidi Tablica 1 u prilogu). Za potrebe interpretacije rezultata, dobne su skupine sudionika podijeljene u tri skupine: od 18 do 24 godine, od 25 do 30 i od 30 do 35 godina. Prvoj skupini pripada najveća distribucija rezultata: 66% sudionika imalo je od 18 do 24 godine. U nešto manjem postotku bili su volonteri u dobi od 25 do 30 godina (22%) te od 30 do 35 godina (12%) (Vidi Tablica 2 u prilogu). Sudionici su uglavnom rođeni u gradu (94%). Tek je manji dio rođen u selu (4%) ili na otoku (2%) (Vidi Tablica 3 u prilogu). Također, u najvećoj mjeri borave u gradu (92%). Najmanji dio boravi na selu (8%), dok na otoku ne boravi niti jedan od sudionika (Vidi Tablica 4 u prilogu). Više od polovine ih ima status studenta (66%). Nešto je više od četvrtine zaposleno (32%), a tek „% njih je nezaposleno (Vidi Tablica 5 u prilogu). Manje od polovine postiglo je srednjoškolsko obrazovanje (40%), preddiplomski studij više od trećine (38%) i diplomski studij oko četvrtine (22%) (Vidi Tablica 4 u prilogu).

### **5. 1.2. Iskustva volontera**

Ispitani su i oblici volontiranja te učestalost. Sudionici istraživanja u najvećoj mjeri volontiraju za neprofitnu organizaciju civilnog društva i neformalno. Za neprofitnu organizaciju civilnog društva, 24% ih volontira jednom tjedno, 18% nekoliko puta godišnje (18%), dok više puta tjedno volontira njih 16%. U manjoj mjeri volontiraju jednom (14%) ili više puta mjesečno (8%). U neformalnom volontiranju sudjeluju nekoliko puta godišnje (24%) i jednom mjesečno (16%). U manjoj mjeri volontiraju jednom tjedno (12%), više puta mjesečno (12%) ili više puta tjedno (6%). S druge strane, većina njih ne volontira za političke stranke (92%), poslovne organizacije (90%) kao ni za vjerske organizacije (80%). Među onima koji volontiraju za političke stranke i poslovne organizacije je 8% njih i to više puta godišnje. Za vjerske organizacije volontiraju više puta tjedno (6%) ili nekoliko puta godišnje (6%), jednom tjedno (4%) te jednom (2%) ili više puta mjesečno (2%). (Vidi Tablica 7 u prilogu).

Prva se postavljena hipoteza odnosila na razlike između oblika volontiranja s obzirom na spol. S obzirom na distribuciju koja nije normalna, korišten je neparametrijski Mann-Whitney U test. Analiza je pokazala kako među spolovima postoji statistički značajna razlika kada se radi o volontiranju za neprofitnu organizaciju civilnog društva ( $p < 0,05$ ). Dakle, za neprofitne organizacije civilnog društva češće volontiraju žene nego muškarci. S druge strane,



statistički značajna razlika između volontera muškog i ženskog spola ne postoji u slučaju neformalnog volontiranja, volontiranja za vjerske i poslovne organizacije i političke stranke ( $p > 0,05$ ).

**Tablični prikaz 2:** razlike u oblicima volontiranja s obzirom na spol (Mann-Whitney U test; N= 50)

|                                                    | <b>spol</b>   | <b>srednji rang</b> | <b>MW U</b>    | <b>p</b>     |
|----------------------------------------------------|---------------|---------------------|----------------|--------------|
| neformalno                                         | muški         | 20,65               | 198,000        | 0,83         |
|                                                    | ženski        | 28,00               |                |              |
| <b>za neprofitnu organizaciju civilnog društva</b> | <b>muški</b>  | <b>16,35</b>        | <b>125,000</b> | <b>0,001</b> |
|                                                    | <b>ženski</b> | <b>30,21</b>        |                |              |
| za poslovne organizacije                           | muški         | 24,50               | 263,500        | 0,503        |
|                                                    | ženski        | 26,02               |                |              |
| za političke stranke                               | muški         | 26,44               | 264,500        | 0,486        |
|                                                    | ženski        | 25,02               |                |              |
| za vjerske organizacije                            | muški         | 23,38               | 244,500        | 0,291        |
|                                                    | ženski        | 26,59               |                |              |

Najveći se postotak sudionika istraživanja za volontiranje odlučuje kako bi pomogli zajednici (80%), stekli korisne vještine (74%) i kako bi se osjećali korisnima (72%). Također, polovinu motivira stjecanje novih prijateljstava (52%) i smatraju kako im je volontiranje dobar način provođenja slobodnog vremena (46%). Nešto manje od polovine volontira kako bi obogatili životopis (40%) i stvorili poznanstva korisna za karijeru (42%). Oko četvrtine volontira kako bi lakše pronašli posao u struci (32%). Najmanji udio volontira kako bi pobjegli od vlastitih problema (18%) i jer rodbina ili prijatelji volontiraju (12%) (Vidi Tablica 8 u prilogu). Razlozi za volontiranje, kao i oblici volontiranja, nemaju normalnu distribuciju – te je iz tog razloga korišten Mann-Whitney U test za testiranje hipoteze o postojanju razlike s obzirom na spol. Test je pokazao kako postoje statistički značajne s obzirom na spol kada je riječ o osjećaju korisnosti dok se volontira, pomaganju zajednici i stjecanju korisnih vještina, a u sva tri slučaja radi se o učestalijem volontiranju žena ( $p < 0,05$ ).

**Tablični prikaz 3:** razlike u razlozima za volontiranje s obzirom na spol (Mann-Whitney U test; N= 50)

|                                            | <b>spol</b>   | <b>srednji rang</b> | <b>MW U</b>    | <b>p</b>     |
|--------------------------------------------|---------------|---------------------|----------------|--------------|
| provođenje slobodnog vremena               | muški         | 20,97               | 203,500        | 0,087        |
|                                            | ženski        | 27,83               |                |              |
| stjecanje novih prijateljstava             | muški         | 25,03               | 272,500        | 0,857        |
|                                            | ženski        | 25,74               |                |              |
| <b>osjećaj korisnosti dok volontiram</b>   | <b>muški</b>  | <b>17,91</b>        | <b>151,500</b> | <b>0,001</b> |
|                                            | <b>ženski</b> | <b>29,41</b>        |                |              |
| pomaganje zajednici                        | muški         | 17,12               | 138,000        | <b>0,001</b> |
|                                            | ženski        | 29,82               |                |              |
| bijeg od vlastitih problema                | muški         | 22,24               | 225,500        | 0,200        |
|                                            | ženski        | 27,18               |                |              |
| <b>stjecanje korisnih vještina</b>         | <b>muški</b>  | <b>18,06</b>        | <b>154,000</b> | <b>0,001</b> |
|                                            | <b>ženski</b> | <b>29,33</b>        |                |              |
| stvaranje poznanstava korisnih za karijeru | muški         | 25,24               | 276,500        | 0,921        |
|                                            | ženski        | 25,64               |                |              |
| olaksavanje pronalaska posla u struci      | muški         | 22,26               | 225,500        | 0,229        |
|                                            | ženski        | 27,17               |                |              |
| obogacivanje životopisa                    | muški         | 22,68               | 232,500        | 0,295        |
|                                            | ženski        | 26,95               |                |              |
| rodbina/prijatelji volontiraju             | muški         | 23,97               | 254,500        | 0,525        |
|                                            | ženski        | 26,29               |                |              |

O novim se volonterskim akcijama više od polovine informira preko poznanika, prijatelja ili rodbine (56%) te preko društvenih mreža (54%). Manje od polovine se informira preko internetskih stranica udruga (48%) te u školi, na fakultetu ili na radnom mjestu (38%) (Vidi Tablica 9 u prilogu). Sudionici istraživanja trebali su označiti vrijednosti koje smatraju poželjnim te su kao potpuno poželjne vrijednosti najčešće vrednovali slobodu (76%), ravnopravnost svih društvenih skupina (72%), iskazivanje vlastitih stavova (72%), gospodarenje vlastitim vremenom (70%) i skladan obiteljski život (70%). Također, većini su potpuno poželjne vrijednosti poput financijske emancipiranosti (64%), zaštite prirode i okoliša (62%), privatnosti (60%), demokracije (60%) i prihvatanja manjina (60%). Manji dio sudionika potpuno poželjnim smatra vjeru (28%), dobar materijalni status (26%), puno slobodnog vremena (22%). Nešto manji dio sudionika vrednuje rukovodeći položaj na radnom mjestu (10%), visok ugled na ravnom mjestu (10%) i visok ugled u društvu (8%). Najmanji udio vrednuje dobar politički položaj (2%) i biti poznatima u medijima (2%) (Vidi Tablica 10 u prilogu).

S obzirom na to da se u slučaju vrijednosti koje volonteri smatraju poželjnim, radi o distribuciji rezultata koja nije normalna, za analizu se koristio neparametrijski Mann-Whitney U test. Pokazalo se kako razlike s obzirom na spol postoje samo kod jedne vrijednosti – prihvatanja manjina ( $p < 0,05$ ), a tome su sklonije žene. Niti jedna druga vrijednost ne pokazuje razlike s obzirom na spol ( $p > 0,05$ ).

**Tablični prikaz 4:** razlike u vrijednostima volontera s obzirom na spol (Mann-Whitney U test; N= 50)

|                                       | <b>spol</b>   | <b>srednji rang</b> | <b>MW U</b>    | <b>p</b>     |
|---------------------------------------|---------------|---------------------|----------------|--------------|
| financijska samostalnost              | muški         | 27,24               | 251,000        | 0,475        |
|                                       | ženski        | 24,61               |                |              |
| upravljanje vlastitim vremenom        | muški         | 25,71               | 277,000        | 0,929        |
|                                       | ženski        | 25,39               |                |              |
| puno slobodnog vremena                | muški         | 23,59               | 248,000        | 0,473        |
|                                       | ženski        | 26,48               |                |              |
| dobar materijalni status              | muški         | 26,38               | 265,500        | 0,747        |
|                                       | ženski        | 25,05               |                |              |
| visok ugled u društvu                 | muški         | 24,12               | 257,000        | 0,603        |
|                                       | ženski        | 26,21               |                |              |
| visok ugled na radnom mjestu          | muški         | 25,85               | 274,500        | 0,897        |
|                                       | ženski        | 25,32               |                |              |
| rukovodeći položaj na radnom mjestu   | muški         | 26,03               | 271,500        | 0,845        |
|                                       | ženski        | 25,23               |                |              |
| dobar položaj u političkoj stranci    | muški         | 27,06               | 254,000        | 0,547        |
|                                       | ženski        | 24,70               |                |              |
| biti poznat/a u medijima              | muški         | 27,76               | 242,000        | 0,381        |
|                                       | ženski        | 24,33               |                |              |
| privatnost                            | muški         | 24,88               | 270,000        | 0,806        |
|                                       | ženski        | 25,82               |                |              |
| sloboda                               | muški         | 23,94               | 254,000        | 0,466        |
|                                       | ženski        | 26,30               |                |              |
| demokracija                           | muški         | 18,44               | 160,500        | 0,005        |
|                                       | ženski        | 29,14               |                |              |
| skladan obiteljski život              | muški         | 22,59               | 231,000        | 0,208        |
|                                       | ženski        | 27,00               |                |              |
| brak                                  | muški         | 23,53               | 247,000        | 0,465        |
|                                       | ženski        | 26,52               |                |              |
| vjera                                 | muški         | 19,71               | 182,000        | 0,038        |
|                                       | ženski        | 28,48               |                |              |
| <b>prihvatanje manjina</b>            | <b>muški</b>  | <b>15,85</b>        | <b>116,500</b> | <b>0,001</b> |
|                                       | <b>ženski</b> | <b>30,47</b>        |                |              |
| zastita prirode i okoliša             | muški         | 22,82               | 235,000        | 0,282        |
|                                       | ženski        | 26,88               |                |              |
| ravnopravnost svih društvenih skupina | muški         | 20,85               | 201,500        | 0,040        |
|                                       | ženski        | 27,89               |                |              |
| iskazivanje vlastitih stavova         | muški         | 23,03               | 238,500        | 0,274        |
|                                       | ženski        | 26,77               |                |              |

Volonteri su izrazili visoku stopu zadovoljstva udrugom u kojoj volontiraju. Većina smatra kako im udruga omogućuje stjecanje novih znanja i vještina (82%), sudjelovanje u aktivnostima koje ih zanimaju (82%) i uzima u obzir njihove ideje i prijedloge (72%) te se zalaže za demokratičnost, pravednost i slobodu (72%). Isto tako, više se od polovine se slaže kako udruga/organizacija potiče ravnopravnost svih društvenih skupina (68%). U manjoj mjeri se bavi pitanjima zaštite prirode i okoliša (38%). Zanimljivo je istaknuti kako su mišljenja oko otežanog razvoja udruge/organizacije zbog manjka financija podijeljena – 30% ispitanika smatra kako manjak financija nije problem, 40% smatra kako je donekle otežavajući faktor te 30% smatra kako udruzi/organizaciji zaista manjka financija za daljnji razvoj (Vidi Tablica 11

u prilogu). Uzimajući u obzir distribuciju rezultata, i u ovome se slučaju koristio neparametrijski Mann-Whitney U test. Zadovoljstvo se volontera ne razlikuje s obzirom na spol ( $p>0,05$ ).

**Tablični prikaz 5:** razlike u zadovoljstvu volontera s obzirom na spol (Mann-Whitney U test; N= 50)

|                                                                                | <b>spol</b> | <b>srednji rang</b> | <b>MW U</b> | <b>p</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------|-------------|----------|
| udruga/organizacija omogućuje mi da sudjelujem u aktivnostima koje me zanimaju | muški       | 24,09               | 256,500     | 0,462    |
|                                                                                | ženski      | 26,23               |             |          |
| udruga/organizacija omogućuje mi stjecanje novih znanja i vjestina             | muški       | 23,15               | 240,500     | 0,174    |
|                                                                                | ženski      | 26,71               |             |          |
| udruga/organizacija uzima u obzir moje prijedloge i ideje                      | muški       | 25,03               | 272,500     | 0,834    |
|                                                                                | ženski      | 25,74               |             |          |
| udruga/organizacija se zalaže za ravnopravnost svih društvenih skupina         | muški       | 21,26               | 208,500     | 0,072    |
|                                                                                | ženski      | 27,68               |             |          |
| udruga/organizacija zalaže se za demokraticnost, pravednost i slobodu          | muški       | 23,32               | 243,500     | 0,336    |
|                                                                                | ženski      | 26,62               |             |          |
| udruga/organizacija bavi se pitanjima zaštite prirode i okolisa                | muški       | 20,56               | 196,500     | 0,067    |
|                                                                                | ženski      | 28,05               |             |          |
| udruga/organizacija ne može se razvijati zbog manjka financija                 | muški       | 26,53               | 263,000     | 0,703    |
|                                                                                | ženski      | 24,97               |             |          |

### 5.1.3. Online društveni aktivizam

Većina sudionika istraživanja tvrdi kako udruga/organizacija za koju volontiraju ima profil na društvenim mrežama (80%) (Vidi Tablica 12 u prilogu), ali i kako se platforme koriste za informiranje javnosti o svojim aktivnostima (70%) (Vidi Tablica 13 u prilogu). Mladi volonteri izjavljuju kako na društvenim mrežama ponekad prate osobe/profile koji obavještavaju o aktualnim društvenim problemima (48%), a u sličnom broju ih prate redovito (42%) (Vidi Tablica 16 u prilogu). Sudionici istraživanja smatraju kako mlade na volontiranje potiču objave udruge/organizacije na društvenim mrežama – polovina smatra kako ih potiču redovito (50%), a nešto manje od toga (44%) kako ih ponekad potiču na volontiranje (Vidi Tablica 17 u prilogu). Uočeno je kako mladi nisu skloni objavljivanju sadržaja na društvenim mrežama – 54% na Instagramu nikad ne objavljuje sadržaje, 54% na Facebooku, 98% na Snapchatu i TikToku te 100% na Titteru i 94% YouTubeu. Oko desetine ih objavljuje na Instagramu (12%) te četvrtine njih na Facebooku (22%) (Vidi Tablica 14 u prilogu). Ipak, u nešto većoj mjeri dijele sadržaje na društvenim mrežama – često (28%) i rijetko (38%) na Instagramu, često (32%) i rijetko (36%) na Facebooku, dok na ostalim društvenim mrežama uglavnom ne dijele sadržaje (Vidi Tablica 15 u prilogu).

Distribucija rezultata u slučaju objavljivanja i dijeljenja sadržaja na raznim društvenim mrežama nije se pokazala ravnomjernom. Kako bi se rezultati analizirali, koristio se Mann-

Whitney U test koji nije zabilježio razlike u objavljivanju sadržaja na društvenim mrežama. S druge strane dijeljenju sadržaja na Instagramu sklonije su žene ( $p > 0,05$ ).

**Tablični prikaz 6:** razlike u objavljivanju sadržaja na društvenim mrežama s obzirom na spol (Mann-Whitney U test; N= 50)

|           | <b>spol</b> | <b>srednji rang</b> | <b>MW U</b> | <b>p</b> |
|-----------|-------------|---------------------|-------------|----------|
| instagram | muški       | 20,47               | 195,000     | 0,051    |
|           | ženski      | 28,09               |             |          |
| facebook  | muški       | 22,24               | 225,000     | 0,209    |
|           | ženski      | 27,18               |             |          |
| snapchat  | muški       | 25,00               | 272,000     | 0,473    |
|           | ženski      | 25,76               |             |          |
| tiktok    | muški       | 25,00               | 272,000     | 0,473    |
|           | ženski      | 25,76               |             |          |
| twitter   | muški       | 25,50               | 280,500     | 1,000    |
|           | ženski      | 25,50               |             |          |
| youtube   | muški       | 25,53               | 280,000     | 0,980    |
|           | ženski      | 25,48               |             |          |

**Tablični prikaz 7:** razlike u dijeljenju sadržaja na društvenim mrežama s obzirom na spol (Mann-Whitney U test; N= 50)

|           | <b>spol</b> | <b>srednji rang</b> | <b>MW U</b> | <b>p</b>     |
|-----------|-------------|---------------------|-------------|--------------|
| instagram | muški       | 19,41               | 177,000     | <b>0,024</b> |
|           | ženski      | 28,64               |             |              |
| facebook  | muški       | 20,50               | 195,500     | 0,065        |
|           | ženski      | 28,08               |             |              |
| snapchat  | muški       | 23,47               | 246,000     | 0,240        |
|           | ženski      | 26,55               |             |              |
| tiktok    | muški       | 21,88               | 219,000     | 0,071        |
|           | ženski      | 27,36               |             |              |
| twitter   | muški       | 24,38               | 261,500     | 0,590        |
|           | ženski      | 26,08               |             |              |
| youtube   | muški       | 25,26               | 276,500     | 0,913        |
|           | ženski      | 25,62               |             |              |

## 6. Zaključak

Civilno se društvo, u današnje doba organizirano kao mreža institucija, može shvatiti kao zaštitna zaštita pojedinca i njegove obitelji od države (Abercrombie i dr., 2000). Rad civilnog društva bio bi gotovo nemoguć bez volontera koji se uključuju u dobrovoljan i besplatan rad koji gradi solidarnost i ravnopravnost. Uz volontiranje često se vežu određene vrijednosti, a one se u postmodernom društvu mijenjaju. Smatra se kako vlada individualizam i otuđenost, ali volonteri dolaze u dodir s drugim setom vrijednosti, kao što su tolerancija, solidarnost i zajedništvo (Forčić, Čulum i Relić, 2007; Bauman, 2011; Begović, 2006). U privlačenju i motivaciji, ali i regrutaciji, informiranju i mobilizaciji volontera, veliku ulogu igraju društvene mreže. Iz tog je razloga društvene mreže važno shvaćati kao alat za suvremeni društveni aktivizam (Cammaerts, 2015; Glavinić i Najev Čačija, 2018).

Ovaj se rad bavi društvenim aktivizmom iz perspektive volontera te su mu glavni ciljevi istražiti iskustva volontera i ulogu *online* aktivizma. Posebni su ciljevi rada istraživanje oblika volontiranja, utvrđivanje vrijednosti volontera, uočavanje zastupljenosti razloga za volontiranjem, zadovoljstvo volontera te istraživanje korištenja *online* platformi, kao i ispitivanje razlika s obzirom na spol. Istraživanje je provedeno pomoću anketnog upitnika, a prigodnim je uzorkom obuhvaćeno 50 mladih splitskih volontera (što je 1% populacije splitskih volontera). Postavljeno je i pet istraživačkih hipoteza koje su testirane Mann-Whitney U testom.

U istraživanju su većinom sudjelovale žene. Najveći broj sudionika pripadao je dobnoj skupini od 18 do 24 godine. Sudionici su istraživanja uglavnom rođeni i žive u gradu te su u najvećoj mjeri studenti koji su dostigli srednjoškolsko obrazovanje. Najčešće volontiraju za neprofitnu organizaciju civilnog društva i neformalno. U manjem su postotku volontirali za vjerske i poslovne organizacije, kao i političke stranke. Statistički značajna razlika među muškim i ženskim volonterima postoji samo kod volontiranja za neprofitnu organizaciju civilnog društva, čemu su sklonije žene. Nadalje, najveći dio njih volontira kako bi pomogli zajednici, stekli korisne vještine i kako bi se osjećali korisnima, pri čemu su žene sklonije volontiranju zbog osjećaja korisnosti, pomaganja zajednici i stjecanja korisnih vještina. O novim se volonterskim aktivnostima najčešće informiraju preko poznanika, prijatelja ili rodbine. Kada se radi o vrijednostima, najpoželjnijima smatraju slobodu, ravnopravnost svih društvenih skupina i iskazivanje vlastitih stavova. Žene su sklonije prihvatanje manjina smatrati poželjnim. Sudionici su iskazali visoku stopu zadovoljstva udrugom za koju volontiraju te se po tome ne razlikuju s obzirom na spol.

Sudionici ovog istraživanja tvrde kako udruge/organizacije za koje volontiraju imaju profile na društvenim mrežama te ih koriste za informiranje javnosti o svojim aktivnostima. Također, na društvenim mrežama prate osobe/profile koji se bave aktualnim društvenim problemima. Smatraju kako je aktivnost udruge/organizacije na društvenim mrežama važna za privlačenje volontera. S druge strane, oni sami nisu skloni objavljivanju i dijeljenju sadržaja na društvenim mrežama. Najaktivniji su na Instagramu i Facebooku, gdje najčešće objavljuju i dijele sadržaje, dok su na društvenim mrežama Snapchat, TikTok, Twitter i YouTube vrlo rijetko aktivni. Ne postoje statistički značajne razlike u objavljivanju sadržaja na društvenim mrežama među muškarcima i ženama, ali su zato žene sklonije dijeljenju sadržaja na Instagramu.

## 7. Literatura

1. Abercrombie, N.; Hill, S.; Turner B. (2000) **Rječnik sociologije**. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
2. Ali, S.B.; Khan, N.A.; Zehra, A. (2016) Effect of Volunteerism on Mental Health and Happiness. **International Journal of Humanities and Social Sciences**, 5(2): 123-130. (pristupljeno: 1.2.2021.)
3. Alvesson, M. (2002) **Postmodernism and Social Research**. Buckingham: Open University Press.
4. Bauman, Z. (2009) **Identitet : Razgovori s Benedettom Vecchijem**. Zagreb: Naklada Pelago.
5. Bauman, Z. (2011) **Tekuća modernost**. Zagreb: Naklada Pelago.
6. Begović, H. (2006) **O volontiranju i volonterima/kama**. Zagreb: Volonterski centar.
7. Bežovan, G. (2001) Struktura civilnog društva u Hrvatskoj. **Politička misao**, 39(1): 63-87. <https://hrcak.srce.hr/24300> (Datum pristupa: 26.01.2021.)
8. Bežovan, G. (2004) **Civilno društvo**. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
9. Bežovan, G.; Zrinščak, S. (2007) **Civilno društvo u Hrvatskoj**. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
10. Briscoe, F.; Gupta, A. (2016) Social activism in and around organizations. **Academy of Management Annals**, 10 (1): 671-727. <http://dx.doi.org/10.1080/19416520.2016.1153261>
11. Cammaerts, B. (2015) Social Media and Activism. **The international encyclopedia of digital communication and society**: 1-8. [http://eprints.lse.ac.uk/62090/1/Social\\_media\\_and.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/62090/1/Social_media_and.pdf) (Datum pristupa: 16.1.2021.)
12. Castells, M. (2002) **Moć identiteta**. Zagreb: Golden marketing.
13. Castells, M. (2003) **Internet galaksija**. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
14. Creswell, J.W.; Creswell, J.D. (2018) **Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches**. Los Angeles: Sage publications.
15. Dević, I.; Franc, R.; Mateša Dević, R. (2020) Stabilnost i promjene osobnih i (post)materijalističkih vrijednosti hrvatskih građana. **Društvena istraživanja: časopis za opća društvena istraživanja**, 29(2): 263-285. <https://doi.org/10.5559/di.29.2.05>
16. Edwards, B.; Mooney, L.; Heald, C. (2001) Who is being served? The impact of student volunteering on local community organizations. **Nonprofit and Voluntary Sector**



**Quarterly**, 30(3):444-461.

<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0899764001303003>

17. Ferić, I. (2005) Univerzalnost sadržaja i strukture vrijednosti: podaci iz Hrvatske. **Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja**, 16 (1-2): 3-26. <https://hrcak.srce.hr/18918> (pristupljeno: 17.6.2021.)
18. Ferreira, M.R.; Proença, T.; Proença, J.F. (2012) Motivations which influence volunteers' satisfaction. **10th International Conference of the International Society for Third Sector Research**.
19. Forčić, G. (2007) **Kako unaprijediti volontiranje? Preporuke temeljene na istraživanju uključenosti građana u civilne inicijative u zajednici kroz volonterski rad**. Rijeka: Udruga za razvoj civilnog društva SMART.
20. Forčić, G.Ćulum, B., Šehić Relić, I., (2007) **Kako ih pronaći? Kako ih zadržati?** Rijeka: Hrvatska mreža volonterskih centara i Udruga za razvoj civilnog društva SMART
21. Franc, R., Šakić, V., i Maričić, J. (2007) Građanski aktivizam u Hrvatskoj. **Društvena istraživanja**, 16(1-2 (87-88)): 111-132. <https://hrcak.srce.hr/18923> (Datum pristupa: 2.11.2020.)
22. Glavinić, J.; Najev Čačija, Lj. (2018) Marketinške aktivnosti neprofitnih organizacija u funkciji motivacije mladih na volontiranje. **Oeconomica Jadertina**, 8(2):0-21. [https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=318072](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=318072) (Datum pristupa: 2.11.2020.)
23. Gvozdanović, A.; Ilišin, V.; Adamović, M.; Potočnik, D.; Baketa, N.; Kovačić, M. (2019) **Istraživanje mladih u Hrvatskoj 2018./2019**. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
24. Ilišin, V. (2007) **Slobodno vrijeme i interesi mladih**. U: Ilišin, V.; Radin, F. (ur.) *Mladi: problem ili resurs*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja, 179-199.
25. Ilišin, V. (2017) **Neke dimenzije slobodnog vremena mladih**. U: Ilišin, V.; Spajić Vrkaš, V. (ur.) *Generacija osujećenih: Mladi u Hrvatskoj na početku 21. stoljeća*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja, 293-316.
26. Ilišin, V.; Bouillet, D.; Gvozdanović, A.; Potočnik, D. (2013) **Mladi u vremenu krize: prvo istraživanje IDIZ-a i Zaklade Friedrich Ebert o mladima**. Zagreb: Institut za društvena istraživanja.
27. Ilišin, V.; Gvozdanović, A. (2017) **Vrijednosti, (ne)zadovoljstvo životom i percepcija budućnosti mladih**. U: Ilišin, V.; Spajić Vrkaš, V. (ur.) *Generacija*

- osujećenih: Mladi u Hrvatskoj na početku 21. stoljeća. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, 347-375.
28. Kasapović, M. (1996) Demokratska tranzicija i političke institucije u Hrvatskoj. **Politička misao: časopis za politologiju**, 33(2-3): 84-99.  
[https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=155948](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=155948)  
 (Datum pristupa: 10.12.2020.)
  29. Krolo, K.; Puzek, I. (2014) Upotreba društvenih veza i participacijske dimenzije društvenoga kapitala mladih na primjeru Facebooka. **Društvena istraživanja**, 23(3): 383-405. <https://doi.org/10.5559/di.23.3.01>
  30. Leburić, A.; Reić, A.; Bandalović, G. (2008) **Volonterstvo mladih kao bijeg u stvarnost**. Split: Redak.
  31. Lipovetsky, G. (2008) **Paradoksalna sreća**. Zagreb: Antibarbarus d.o.o.
  32. Miljković, D.; Jurčec, L. (2015) Povezanost pristupa sreći, motiva za volontiranje i subjektivne dobrobiti volontera. **Npredak: Časopis za interdisciplinarna istraživanja u odgoju i obrazovanju**, 156(1-2): 115-129.  
[https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=245192](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=245192)  
 (Datum pristupa: 2.11.2020.)
  33. Mučalo, M; Šop, S. (2008) Nova publika novih medija. **Informatologia**, 4(1): 51-55.  
[https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=34365](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=34365)  
 (Datum pristupa: 6.1.2021.)
  34. Pološki Vidović, N.; Marić, I.; Horvat G. (2013) Motivacija za volontiranje – jesu li motivi za volontiranje povezani sa spolom, ličnosti i područjem studiranja. **Revija za socijalnu politiku**, 20(3):225-252. <https://doi.org/10.3935/rsp.v20i3.1130>
  35. Pološki Vidović, N.; Marić, I.; Horvat G. (2013) Motivacija za volontiranje – jesu li motivi za volontiranje povezani sa spolom, ličnosti i područjem studiranja. **Revija za socijalnu politiku**, 20(3):225-252. <https://doi.org/10.3935/rsp.v20i3.1130>
  36. Potočnik, D. (2007) Mladi i nove tehnologije. U: Ilišin, V.; Radin, F. (ur.) *Mladi: problem ili resurs*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja, 105-135.
  37. Reese-Schafer, W. (2004) Civilno društvo i demokracija. **Politička misao**, 41(3): 65-79. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=78586> (pristupljeno: 15.8.2021.)
  38. Reynolds, A. R.; Woods, R.; Baker, J.D. (2006) **Handbook of Research on Electronic Surveys and Measurements**. London: Idea Group Reference.
  39. Touraine, A. (2007) **Kritika modernosti**. Zagreb: Politička kultura.

40. Visinski, S. (2004) Civilno društvo i zauzetost za opće dobro. **Nova prisutnost: časopis za intelektualna i duhovna pitanja**, 2(1):87-100.  
[https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=125282](https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=125282)  
(Datum pristupa: 2.11.2020.)
41. **Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o porezu na dodanu vrijednost.** (NN 3/04)  
[https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2004\\_04\\_48\\_1105.html](https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2004_04_48_1105.html) (Datum pristupa: 5.11.2020.)
42. Zakon o volonterstvu. (NN 22/13) <https://www.zakon.hr/z/258/Zakon-o-volonterstvu>  
(Datum pristupa: 3.11.2020.)
43. **Zakon o volonterstvu.** (NN 22/13) <https://www.zakon.hr/z/258/Zakon-o-volonterstvu>  
(Datum pristupa: 3.11.2020.)
44. Zrinščak, S. i dr. (2012) Volontiranje studenata u Zagrebu u komparativnom kontekstu. **Revija za socijalnu politiku**, 19(1): 25-48. <https://doi.org/10.3935/rsp.v19i1.1039>
45. Zrinščak, S.; Bežovan, G. (2007) Postaje li civilno društvo u Hrvatskoj čimbenikom društvenih promjena? **Revija za socijalnu politiku**, 14(1): 1-27.  
<https://doi.org/10.3935/rsp.v14i1.680>

## 8. Metodološka arhiva

### 8.1. Upitnik

Poštovani/-e

studentica sam preddiplomskog studija na Odsjeku za sociologiju Filozofskog fakulteta u Splitu te Vas molim za sudjelovanje u sociološkom istraživanju koje se provodi u svrhu izrade završnog rada. Ciljevi istraživanja jesu ispitati iskustva volontera i ulogu *online* aktivizma iz perspektive mladih volontera. Vaše sudjelovanje u istraživanju je anonimno i dobrovoljno. Rezultati istraživanja bit će prezentirani na javnoj obrani završnog rada.

Zahvaljujem na sudjelovanju!

1. Spol:

1. muški
2. ženski

2. Dob: \_\_\_\_\_

3. Mjesto rođenja:

1. grad
2. selo
3. otok

4. Mjesto boravka:

1. grad
2. selo
3. otok

5. Trenutno ste:

1. zaposlen/a
2. nezaposlen/a
3. student/ica

6. Postignuta razina obrazovanja:

1. osnovna škola
2. srednja škola
3. preddiplomski studij
4. diplomski studij
5. akademski stupanj (dr.)

7. Koliko često volontirate:

|                                                | nikada<br>(1) | jednom<br>tjedno (2) | više puta<br>tjedno (3) | jednom<br>mjesečno<br>(4) | više puta<br>mjesečno<br>(5) | nekoliko<br>puta<br>godišnje<br>(6) |
|------------------------------------------------|---------------|----------------------|-------------------------|---------------------------|------------------------------|-------------------------------------|
| neformalno                                     |               |                      |                         |                           |                              |                                     |
| za neprofitnu organizaciju<br>civilnog društva |               |                      |                         |                           |                              |                                     |
| za poslovne organizacije                       |               |                      |                         |                           |                              |                                     |
| za političke stranke                           |               |                      |                         |                           |                              |                                     |
| za vjerske organizacije                        |               |                      |                         |                           |                              |                                     |

8. Navedite vlastite razloge volontiranja:

|                                            | NE (1) | donekle (2) | DA (3) |
|--------------------------------------------|--------|-------------|--------|
| provođenje slobodnog vremena               |        |             |        |
| stjecanje novih prijateljstava             |        |             |        |
| osjećaj korisnosti dok volontiram          |        |             |        |
| pomaganje zajednici                        |        |             |        |
| bijeg od vlastitih problema                |        |             |        |
| stjecanje korisnih vještina                |        |             |        |
| stvaranje poznanstava korisnih za karijeru |        |             |        |
| olakšavanje pronalaska posla u struci      |        |             |        |
| obogaćivanje životopisa                    |        |             |        |
| rodbina/prijatelji volontiraju             |        |             |        |

9. O volonterskim se aktivnostima informirate:

|                                              | NE (1) | ponekad (2) | DA (3) |
|----------------------------------------------|--------|-------------|--------|
| preko društvenih mreža                       |        |             |        |
| preko internetskih stranica pojedinih udruga |        |             |        |
| preko poznanika, prijatelja ili rodbine      |        |             |        |
| u školi/na fakultetu/radnom mjestu           |        |             |        |
| drugi način (navedite koji):                 |        |             |        |

10. U kojoj mjeri smatrate poželjnim ili nepoželjnim navedeno:

|                                       | potpuno<br>nepoželjno<br>(1) | nepoželjno<br>(2) | svejedno<br>mi je (3) | poželjno<br>(4) | potpuno<br>poželjno<br>(5) |
|---------------------------------------|------------------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|----------------------------|
| financijska samostalnost              |                              |                   |                       |                 |                            |
| upravljanje vlastitim vremenom        |                              |                   |                       |                 |                            |
| puno slobodnog vremena                |                              |                   |                       |                 |                            |
| dobar materijalni status              |                              |                   |                       |                 |                            |
| visok ugled u društvu                 |                              |                   |                       |                 |                            |
| visok ugled na radnom mjestu          |                              |                   |                       |                 |                            |
| rukovodeći položaj na radnom mjestu   |                              |                   |                       |                 |                            |
| dobar položaj u političkoj stranci    |                              |                   |                       |                 |                            |
| biti poznat/a u medijima              |                              |                   |                       |                 |                            |
| privatnost                            |                              |                   |                       |                 |                            |
| sloboda                               |                              |                   |                       |                 |                            |
| demokracija                           |                              |                   |                       |                 |                            |
| skladan obiteljski život              |                              |                   |                       |                 |                            |
| brak                                  |                              |                   |                       |                 |                            |
| vjera                                 |                              |                   |                       |                 |                            |
| prihvatanje manjina                   |                              |                   |                       |                 |                            |
| zaštita prirode i okoliša             |                              |                   |                       |                 |                            |
| ravnopravnost svih društvenih skupina |                              |                   |                       |                 |                            |
| iskazivanje vlastitih stavova         |                              |                   |                       |                 |                            |

|                                                                                |        |             |        |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------|-------------|--------|
| 11. Ako ste član/ica neke udruge ili organizacije, slažete li se s navedenim:  | NE (1) | donekle (2) | DA (3) |
| udruga/organizacija omogućuje mi da sudjelujem u aktivnostima koje me zanimaju |        |             |        |
| udruga/organizacija omogućuje mi stjecanje novih znanja i vještina             |        |             |        |
| udruga/organizacija uzima u obzir moje prijedloge i ideje                      |        |             |        |
| udruga/organizacija se zalaže za ravnopravnost svih društvenih skupina         |        |             |        |
| udruga/organizacija zalaže se za demokratičnost, pravednost i slobodu          |        |             |        |
| udruga/organizacija bavi se pitanjima zaštite prirode i okoliša                |        |             |        |
| udruga/organizacija ne može se razvijati zbog manjka financija                 |        |             |        |

12. Ima li udruga/organizacija za koju volontirate profil na nekoj društvenoj mreži:

1. NE
2. DA

13. Informira li udruga/organizacija za koju volontirate o svojim aktivnostima na društvenim mrežama:

1. NE
2. ponekad
3. DA

|                                                                                                                            |            |             |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|-----------|
| 14. Označite učestalost <u>objavljivanja</u> sadržaja (vlastitog) o aktualnim društvenim problemima na društvenim mrežama: | nikada (1) | ponekad (2) | često (3) |
| Instagram                                                                                                                  |            |             |           |
| Facebook                                                                                                                   |            |             |           |
| Snapchat                                                                                                                   |            |             |           |
| TikTok                                                                                                                     |            |             |           |
| Twitter                                                                                                                    |            |             |           |
| YouTube                                                                                                                    |            |             |           |

|                                                                                                                      |            |             |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|-----------|
| 15. Označite učestalost <u>dijeljenja</u> sadržaja (drugih) o aktualnim društvenim problemima na društvenim mrežama: | nikada (1) | ponekad (2) | često (3) |
| Instagram                                                                                                            |            |             |           |
| Facebook                                                                                                             |            |             |           |
| Snapchat                                                                                                             |            |             |           |
| TikTok                                                                                                               |            |             |           |
| Twitter                                                                                                              |            |             |           |
| YouTube                                                                                                              |            |             |           |

16. Pratite li na društvenim mrežama osobe/profile koji obavještavaju o aktualnim društvenim problemima:

1. NE
2. ponekad
3. DA

17. Smatrate li da mlade na volontiranje potiču objave udruge/organizacije na društvenim mrežama:

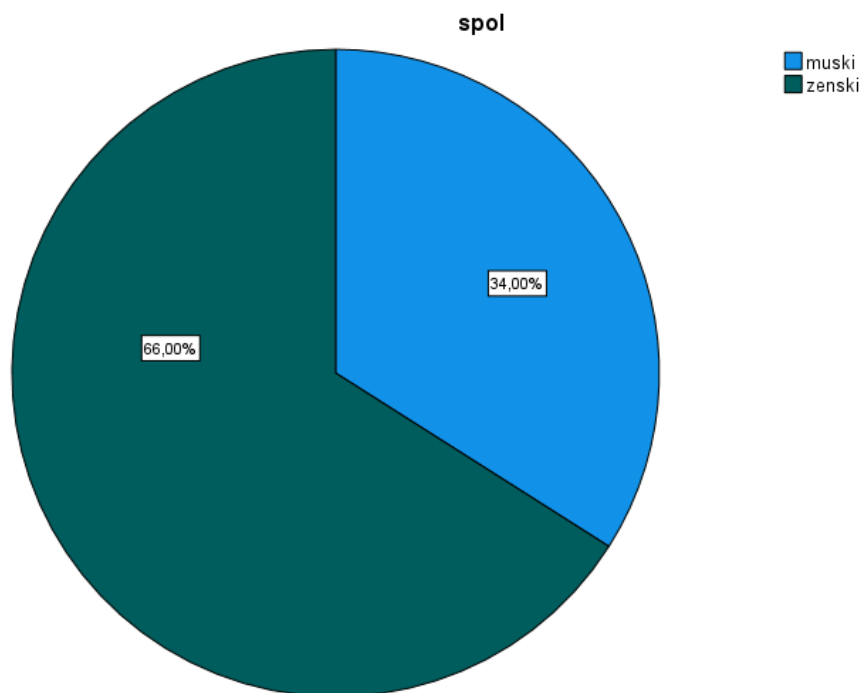
1. NE
2. ponekad
3. DA

## 8.2.Grafički i tablični prikazi

Tablica 1: spol

|        | <i>f</i> | %     |
|--------|----------|-------|
| muški  | 17       | 34,0  |
| ženski | 33       | 66,0  |
| Total  | 50       | 100,0 |

Grafički prikaz 1: spol

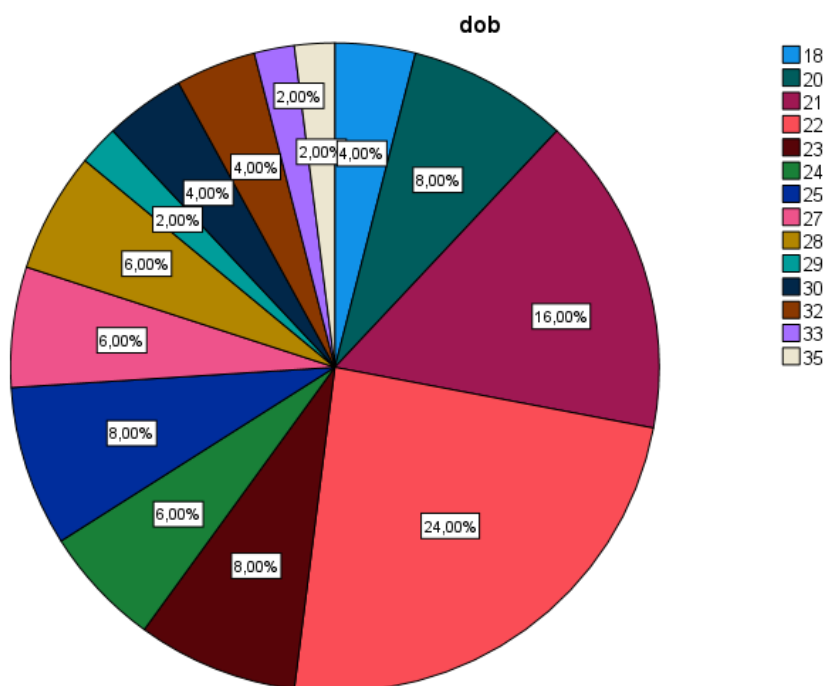


Tablica 2: dob

|    | <i>f</i> | %    |
|----|----------|------|
| 18 | 2        | 4,0  |
| 20 | 4        | 8,0  |
| 21 | 8        | 16,0 |
| 22 | 12       | 24,0 |
| 23 | 4        | 8,0  |
| 24 | 3        | 6,0  |
| 25 | 4        | 8,0  |
| 27 | 3        | 6,0  |
| 28 | 3        | 6,0  |
| 29 | 1        | 2,0  |
| 30 | 2        | 4,0  |
| 32 | 2        | 4,0  |

|       |    |       |
|-------|----|-------|
| 33    | 1  | 2,0   |
| 35    | 1  | 2,0   |
| Total | 50 | 100,0 |

Grafički prikaz 2: dob

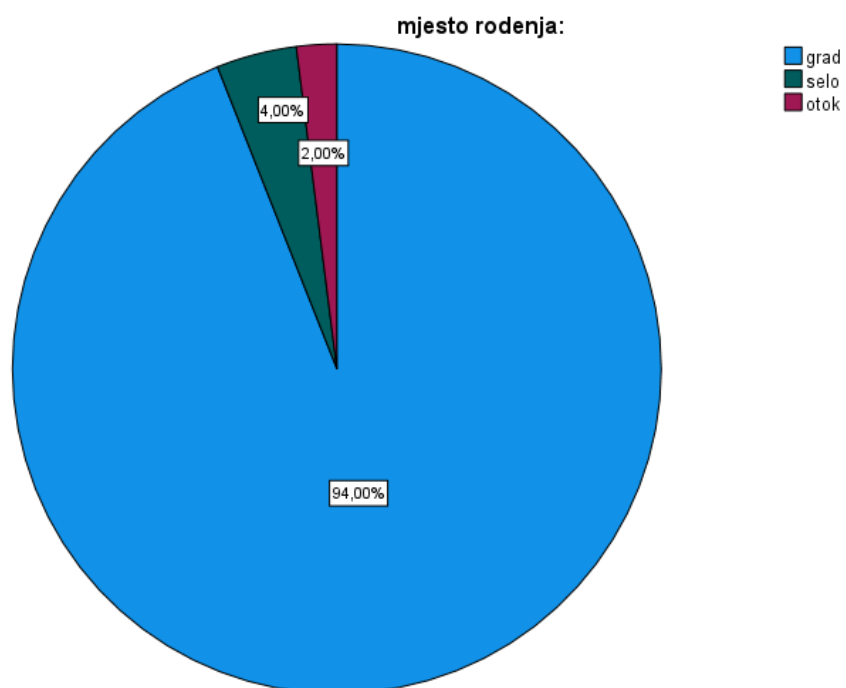


Tablica 3: mjesto rođenja

|       | <i>f</i> | %     |
|-------|----------|-------|
| grad  | 47       | 94,0  |
| selo  | 2        | 4,0   |
| otok  | 1        | 2,0   |
| Total | 50       | 100,0 |



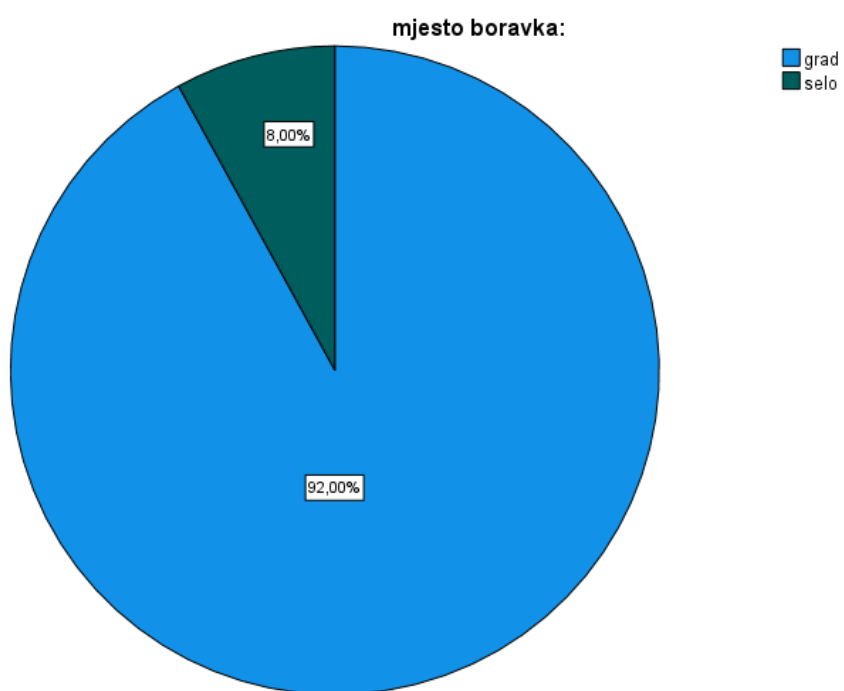
Grafički prikaz 3: mjesto rođenja



Tablica 4: mjesto borakva

|       | <i>f</i> | %     |
|-------|----------|-------|
| grad  | 46       | 92,0  |
| selo  | 4        | 8,0   |
| Total | 50       | 100,0 |

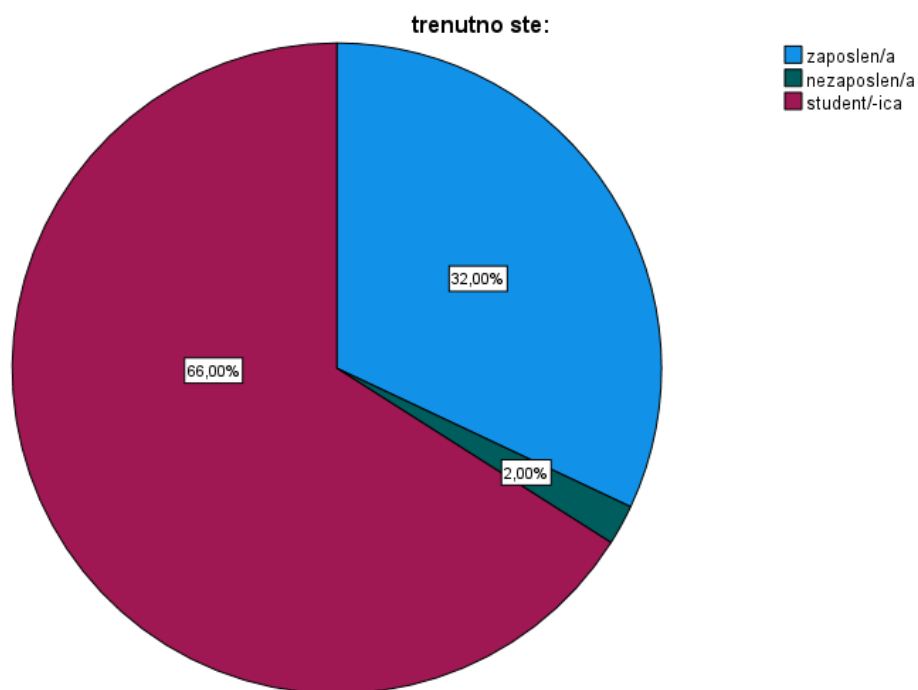
*Grafički prikaz 4: mjesto boravka*



Tablica 5: status

|              | <i>f</i> | %     |
|--------------|----------|-------|
| zaposlen/a   | 16       | 32,0  |
| nezaposlen/a | 1        | 2,0   |
| student/-ica | 33       | 66,0  |
| Total        | 50       | 100,0 |

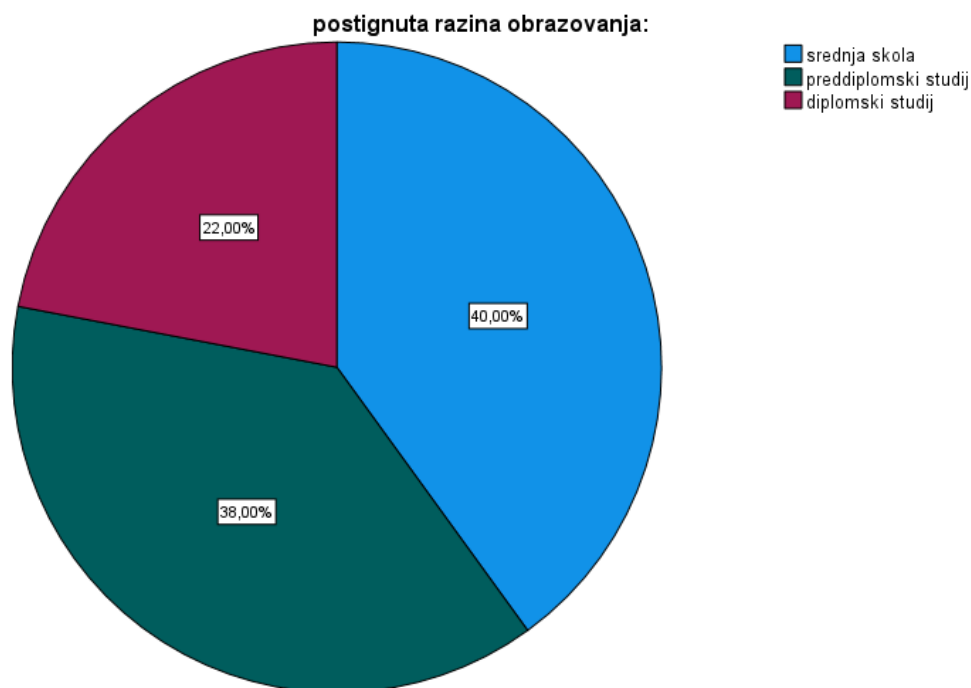
Grafički prikaz 5: status



Tablica 6: postignuta razina obrazovanja

|                      | <i>f</i> | %     |
|----------------------|----------|-------|
| srednja skola        | 20       | 40,0  |
| preddiplomski studij | 19       | 38,0  |
| diplomski studij     | 11       | 22,0  |
| Total                | 50       | 100,0 |

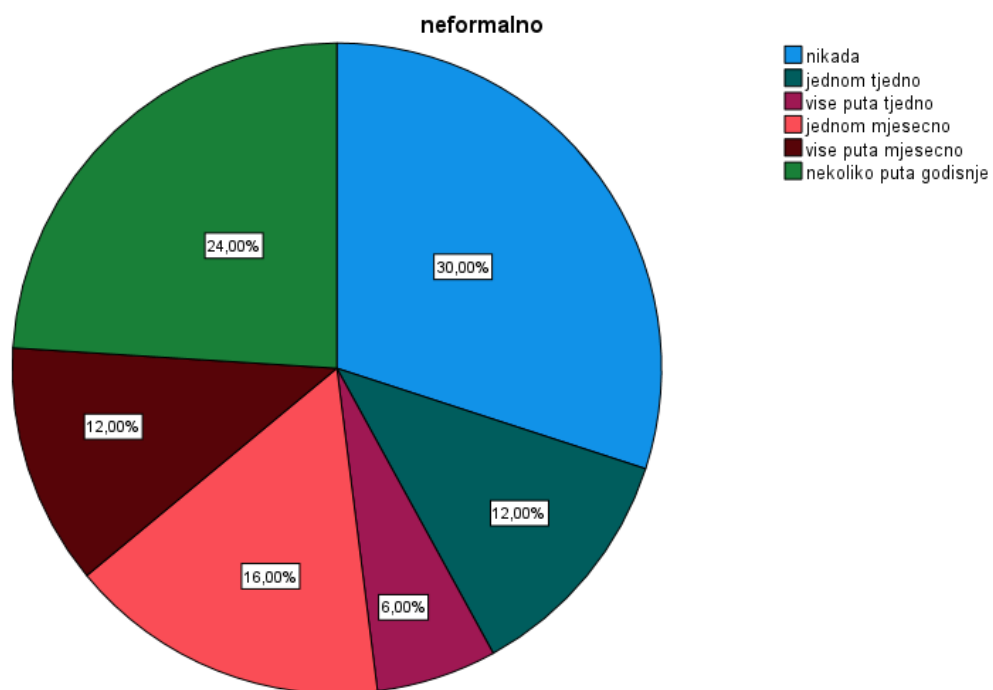
Grafički prikaz 6: postignuta razina obrazovanja



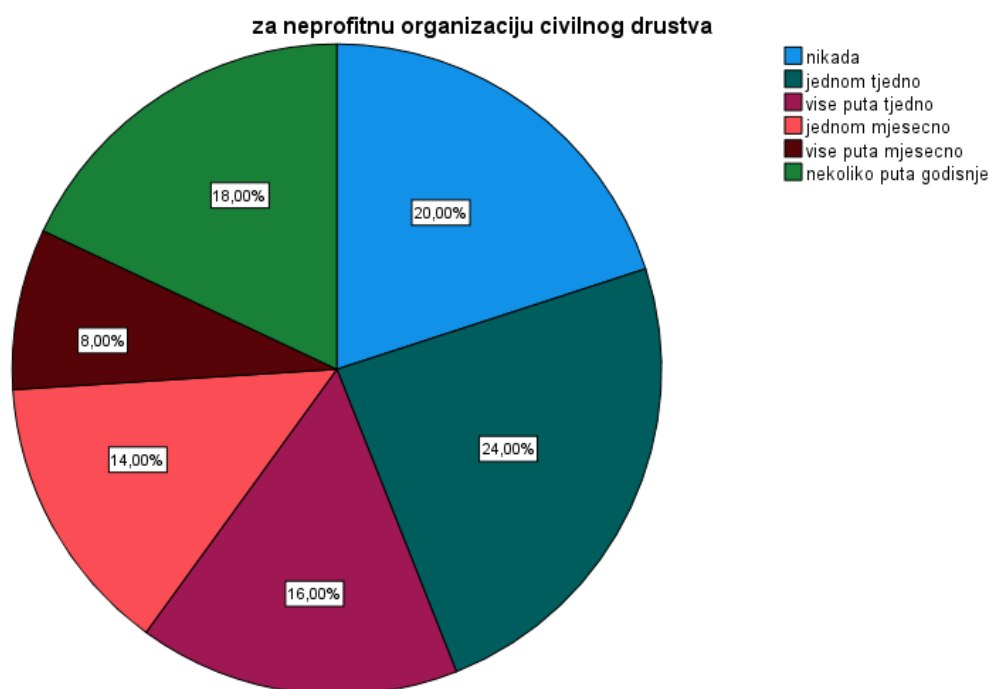
Tablica 7: učestalost volontiranja

|                                             | Nikada   |      | Jednom tjedno |      | Više puta Tjedno |      | Jednom mjesečno |      | Vise puta mjesečno |      | Nekoliko puta godišnje |      |
|---------------------------------------------|----------|------|---------------|------|------------------|------|-----------------|------|--------------------|------|------------------------|------|
|                                             | <i>f</i> | %    | <i>f</i>      | %    | <i>f</i>         | %    | <i>f</i>        | %    | <i>f</i>           | %    | <i>f</i>               | %    |
| Neformalno                                  | 15       | 30,0 | 6             | 12,0 | 3                | 6,0  | 8               | 16,0 | 6                  | 12,0 | 12                     | 24,0 |
| Za neprofitnu organizaciju civilnog društva | 10       | 20,0 | 12            | 24,0 | 8                | 16,0 | 7               | 14,0 | 4                  | 8,0  | 9                      | 18,0 |
| Za poslovne organizacije                    | 45       | 90,0 | 0             | 0,0  | 0                | 0,0  | 0               | 0,0  | 1                  | 2,0  | 4                      | 8,0  |
| Za političke stranke                        | 46       | 92,0 | 0             | 0,0  | 0                | 0,0  | 0               | 0,0  | 0                  | 0,0  | 4                      | 8,0  |
| Za vjerske organizacije                     | 40       | 80,0 | 2             | 4,0  | 3                | 6,0  | 1               | 2,0  | 1                  | 2,0  | 3                      | 6,0  |

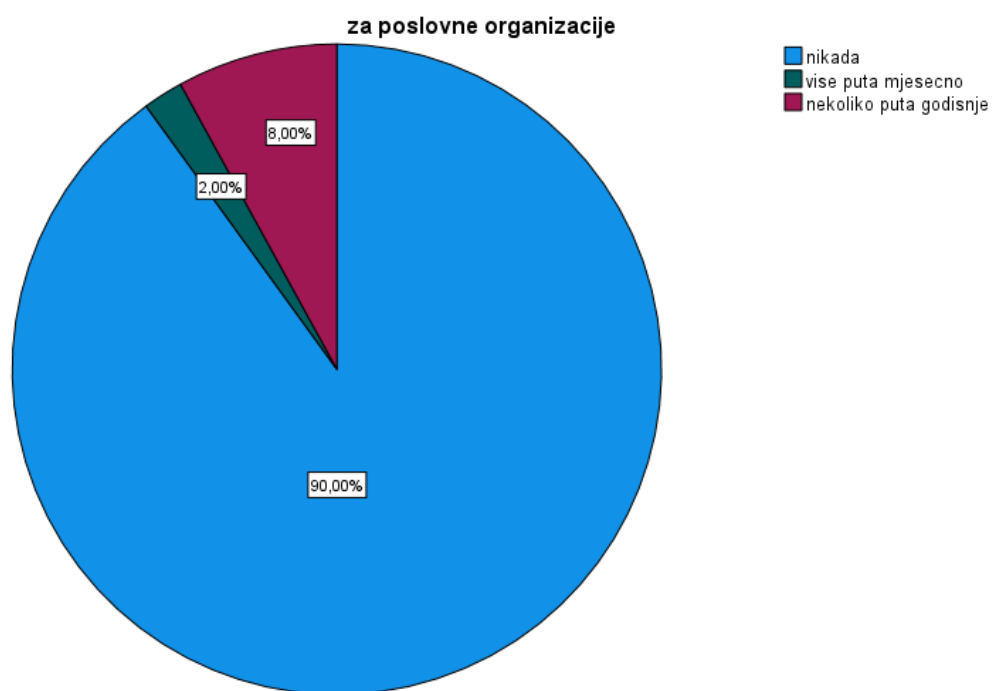
Grafički prikaz 7.1: učestalost volontiranja



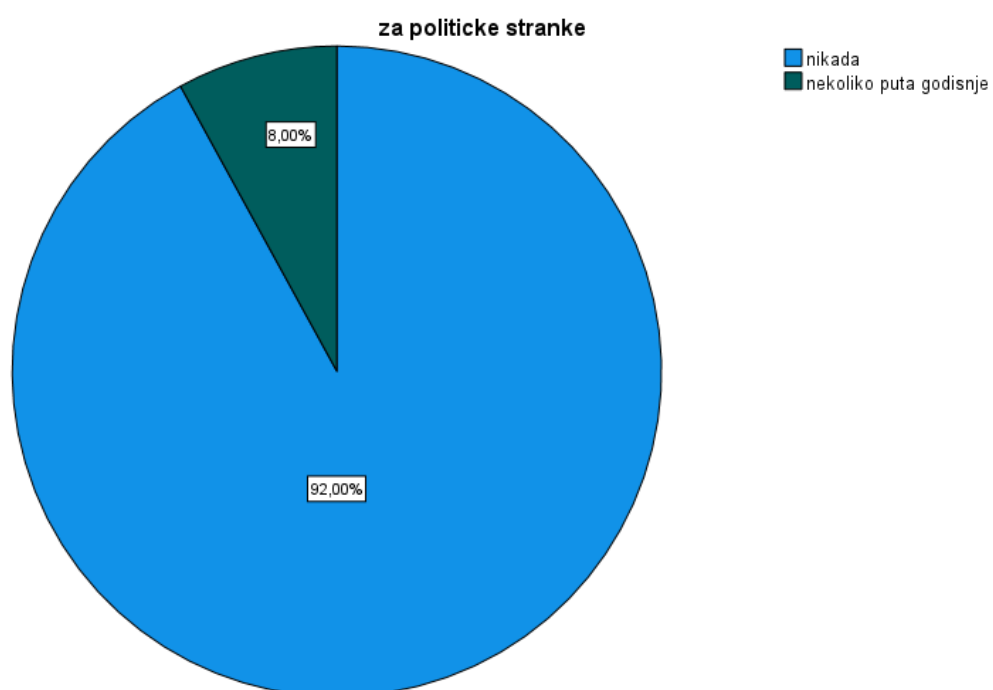
Grafički prikaz 7.2: učestalost volontiranja



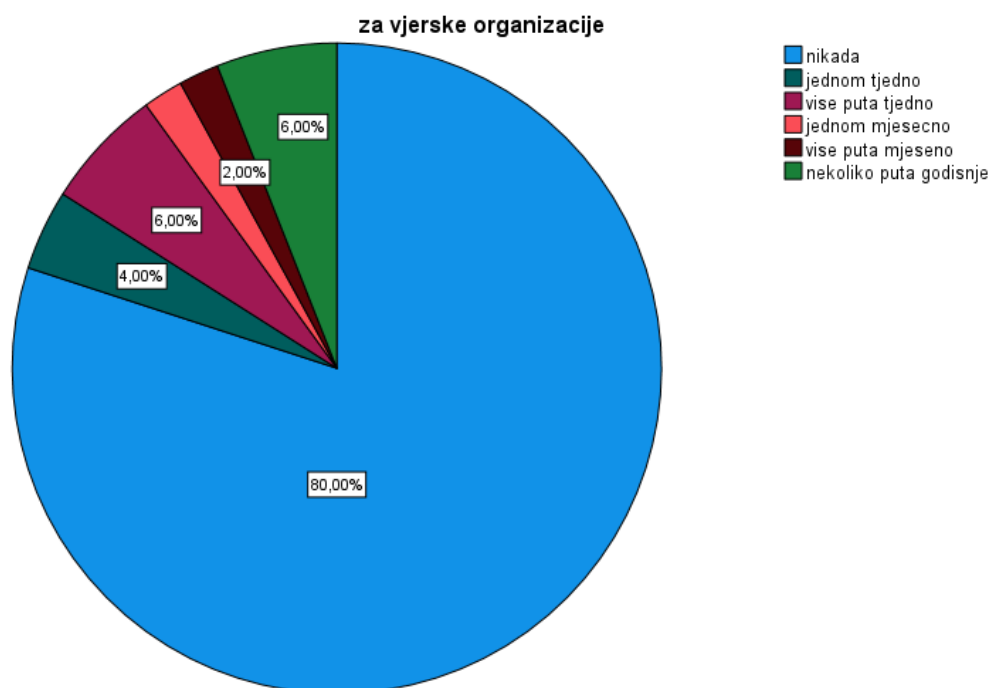
Grafički prikaz 7.3: učestalost volontiranja



Grafički prikaz 7.4: učestalost volontiranja



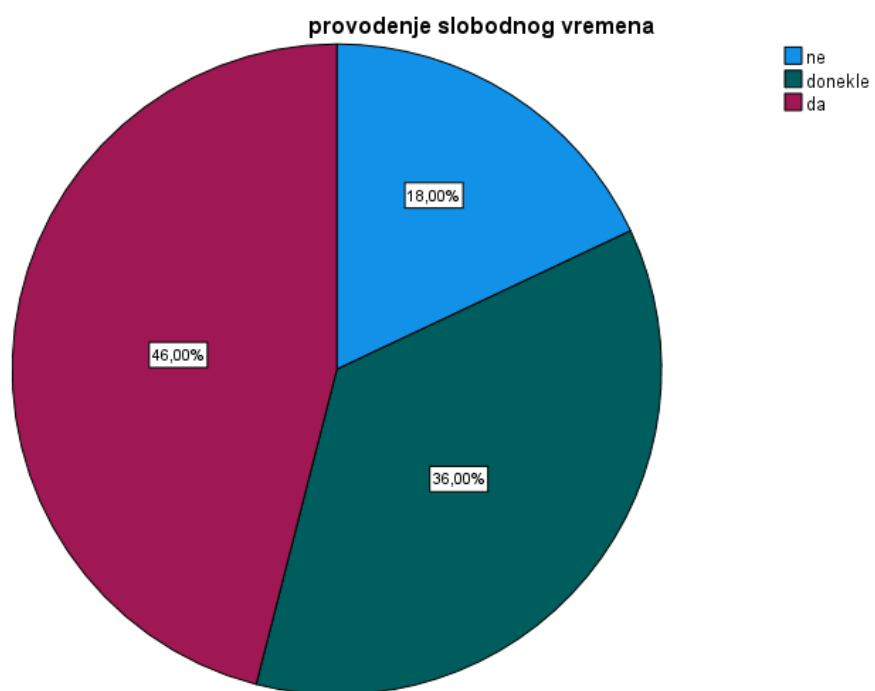
Grafički prikaz 7.5: učestalost volontiranja



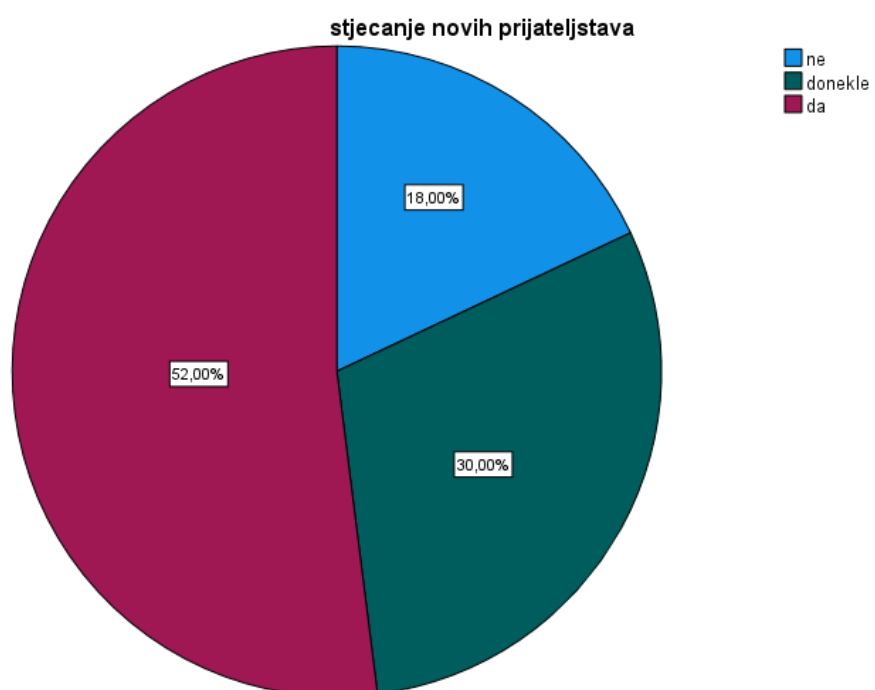
Tablica 8: razlozi volontiranja

|                                            | NE (1)   |      | donekle (2) |      | DA (3)   |      |
|--------------------------------------------|----------|------|-------------|------|----------|------|
|                                            | <i>f</i> | %    | <i>f</i>    | %    | <i>f</i> | %    |
| Provođenje slobodnog vremena               | 9        | 18,0 | 18          | 36,0 | 23       | 46,0 |
| Stjecanje novih prijateljstava             | 9        | 18,0 | 15          | 30,0 | 26       | 52,0 |
| Osjećaj korisnosti dok volontiram          | 6        | 12,0 | 8           | 16,0 | 36       | 72,0 |
| Pomaganje zajednici                        | 5        | 10,0 | 5           | 10,0 | 40       | 80,0 |
| Bijeg od vlastitih problema                | 29       | 58,0 | 12          | 24,0 | 9        | 18,0 |
| Stjecanje korisnih vještina                | 6        | 12,0 | 7           | 14,0 | 37       | 74,0 |
| Stvaranje poznanstava korisnih za karijeru | 20       | 40,0 | 9           | 18,0 | 21       | 42,0 |
| Olakšavanje pronalaska posla u struci      | 21       | 42,0 | 13          | 26,0 | 16       | 32,0 |
| Obogaćivanje životopisa                    | 14       | 28,0 | 16          | 32,0 | 20       | 40,0 |
| Rodbina/prijatelji volontiraju             | 33       | 66,0 | 11          | 22,0 | 6        | 12,0 |

Grafički prikaz 8.1: razlozi za volontiranje

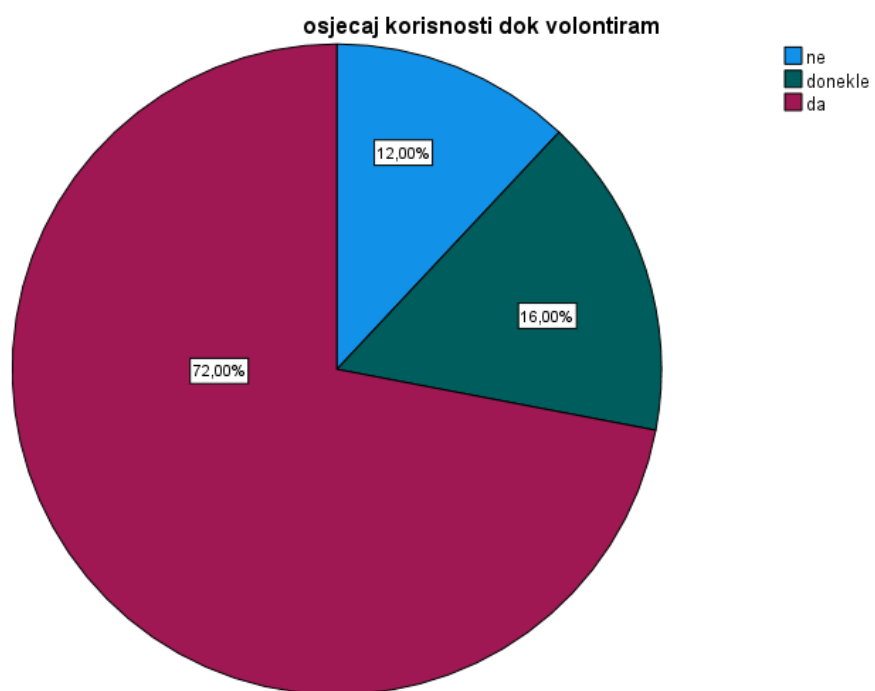


Grafički prikaz 8.2: razlozi za volontiranje

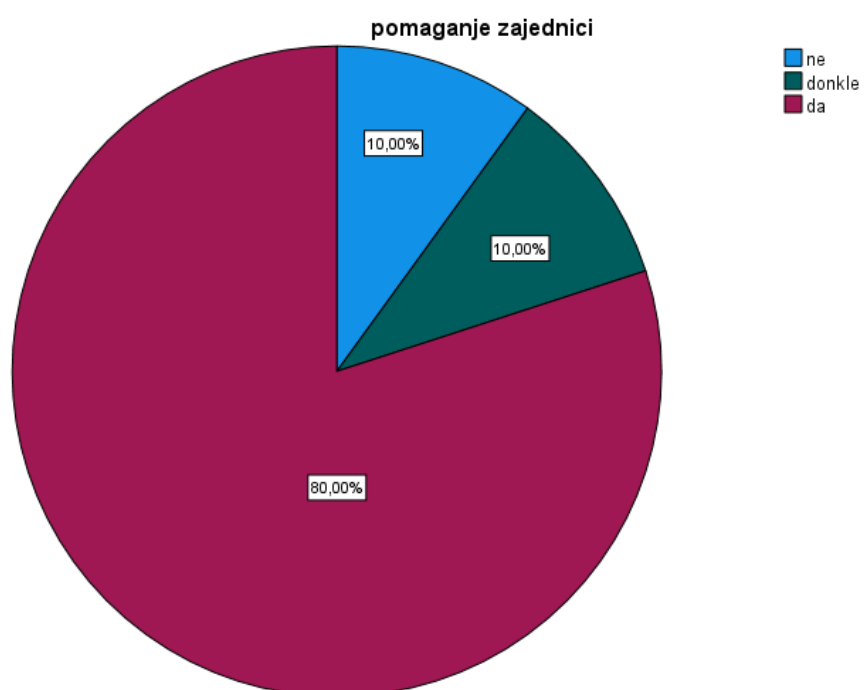




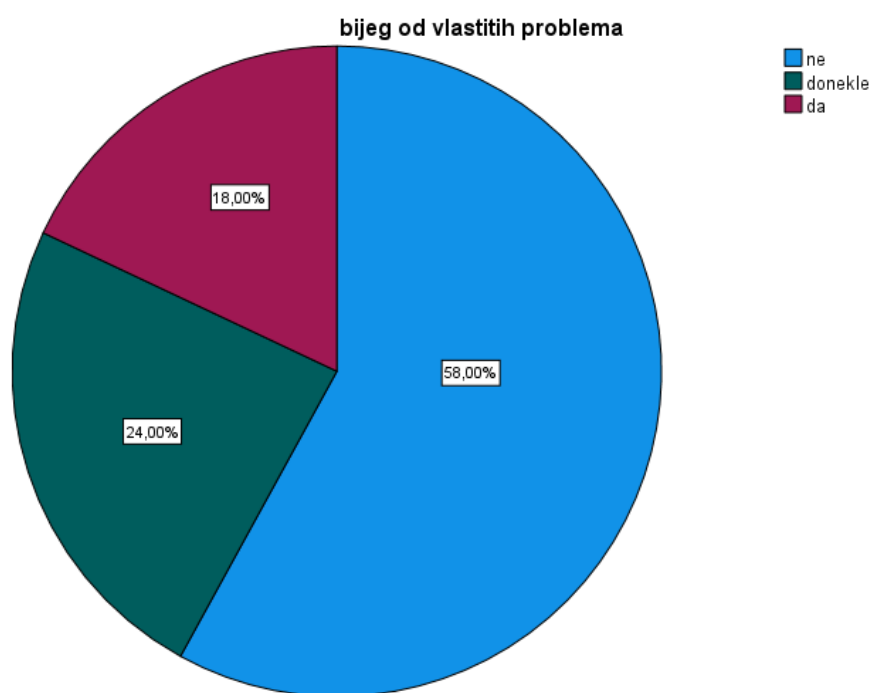
Grafički prikaz 8.3: razlozi za volontiranje



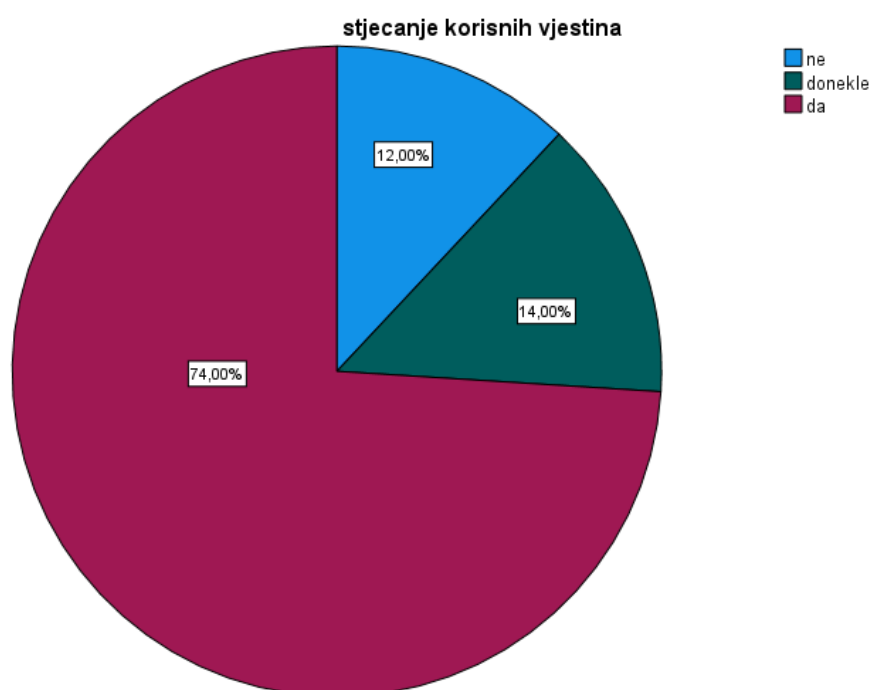
Grafički prikaz 8.4: razlozi za volontiranje



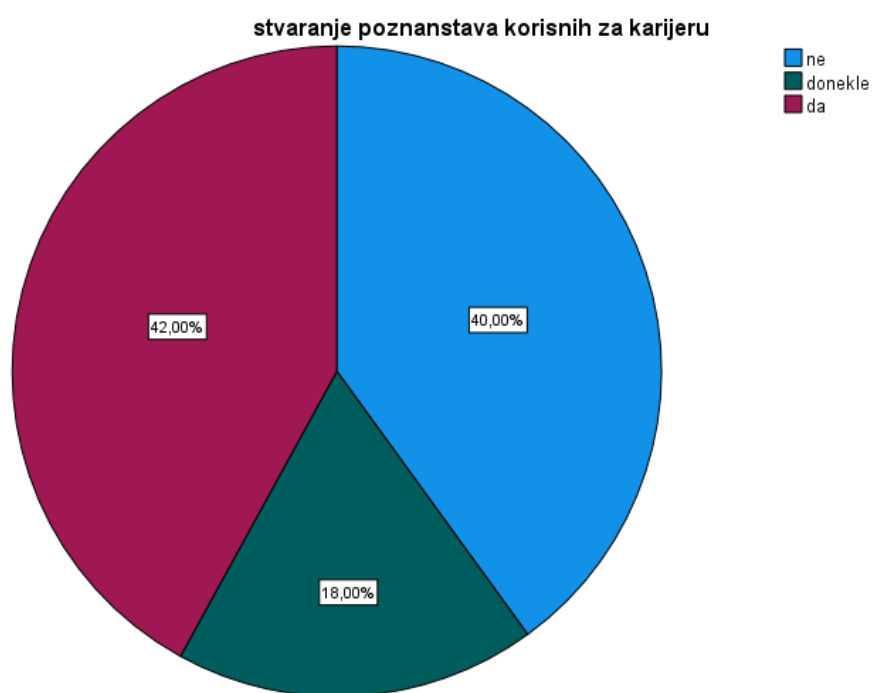
Grafički prikaz 8.5: razlozi za volontiranje



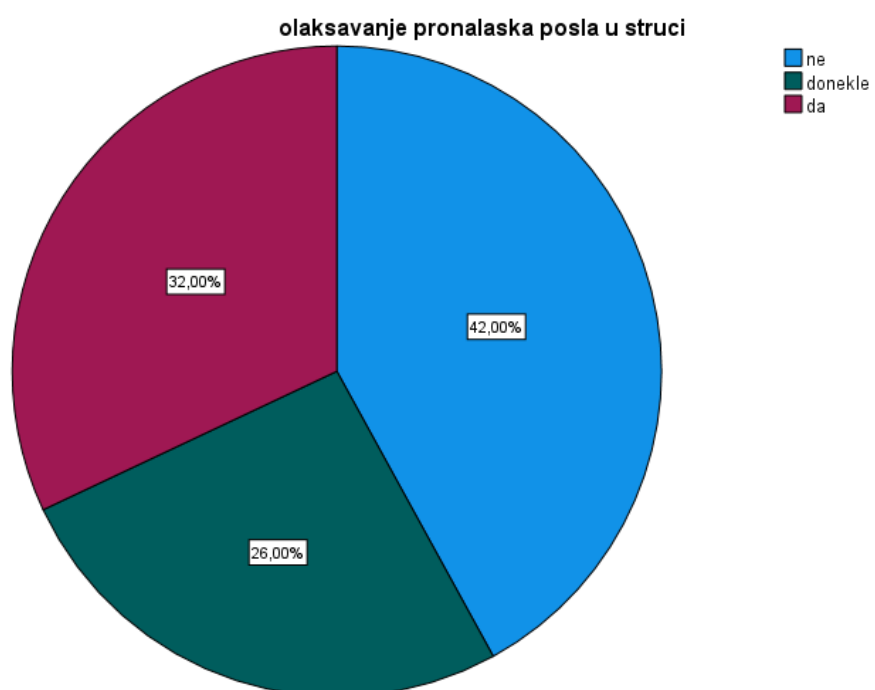
Grafički prikaz 8.6: razlozi za volontiranje



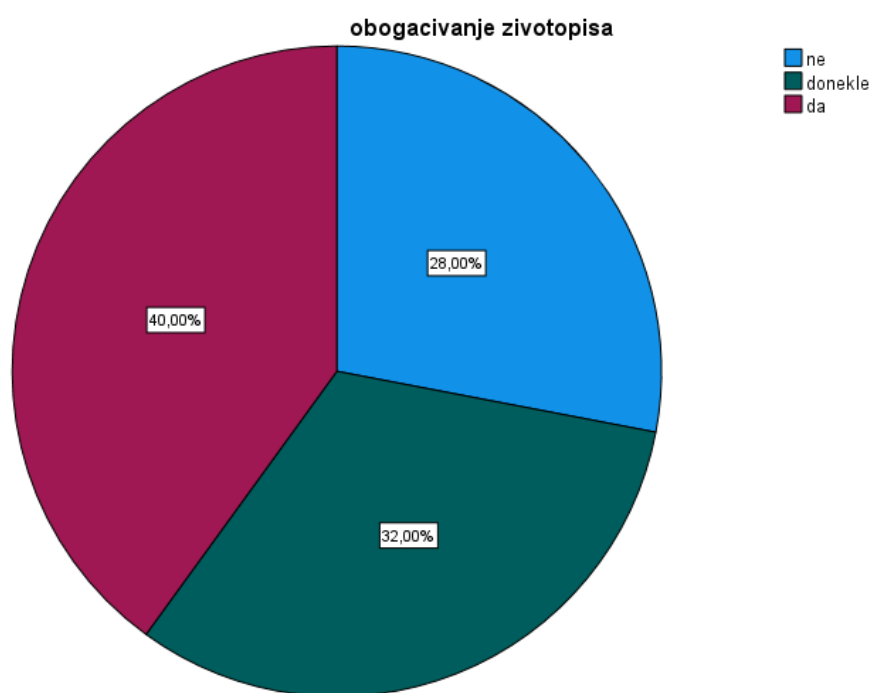
Grafički prikaz 8.7: razlozi za volontiranje



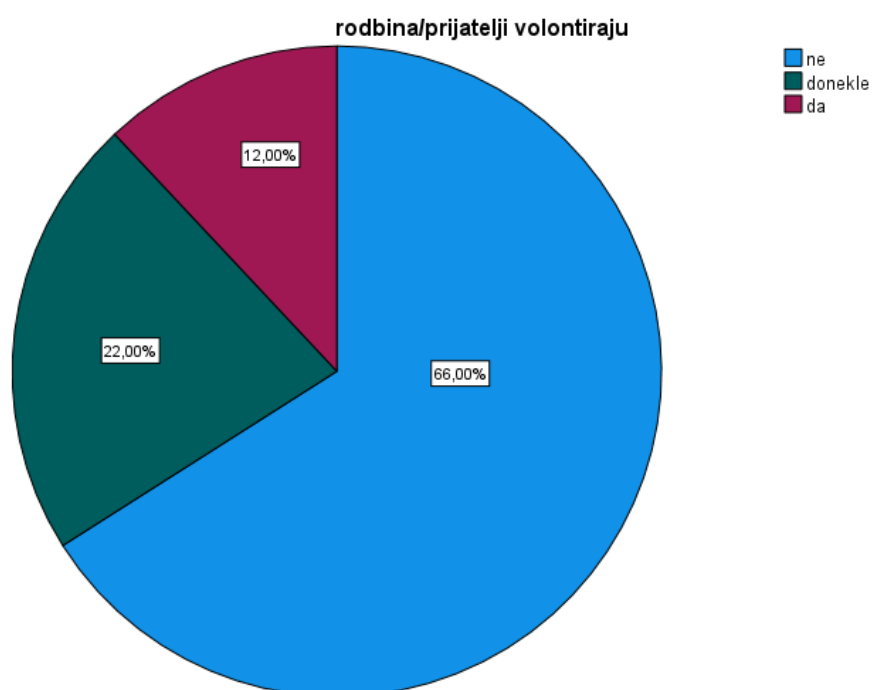
Grafički prikaz 8.8: razlozi za volontiranje



Grafički prikaz 8.9: razlozi za volontiranje



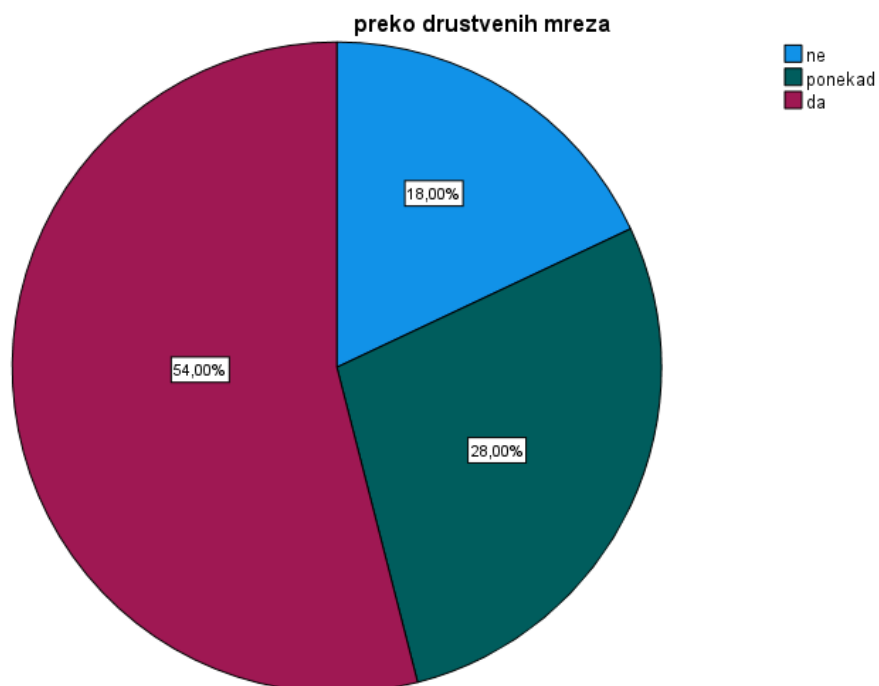
Grafički prikaz 8.10: razlozi za volontiranje



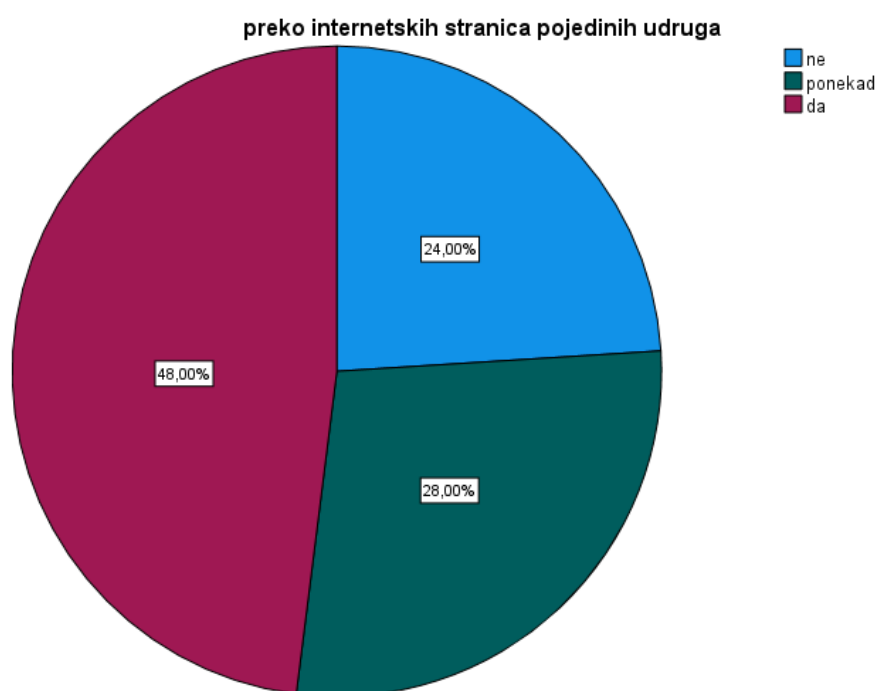
Tablica 9: načini informiranja o volonterskim aktivnostima

|                                              | NE (1)   |      | Ponekad (2) |      | DA (3)   |      |
|----------------------------------------------|----------|------|-------------|------|----------|------|
|                                              | <i>f</i> | %    | <i>f</i>    | %    | <i>f</i> | %    |
| preko društvenih mreža                       | 9        | 18,0 | 14          | 28,0 | 27       | 54,0 |
| preko internetskih stranica pojedinih udruga | 12       | 24,0 | 14          | 28,0 | 24       | 48,0 |
| preko poznanika, prijatelja ili rodbine      | 8        | 16,0 | 14          | 28,0 | 28       | 56,0 |
| u školi/na fakultetu/radnom mjestu           | 19       | 28,0 | 17          | 34,0 | 19       | 38,0 |
| drugi način:                                 |          |      |             |      |          |      |

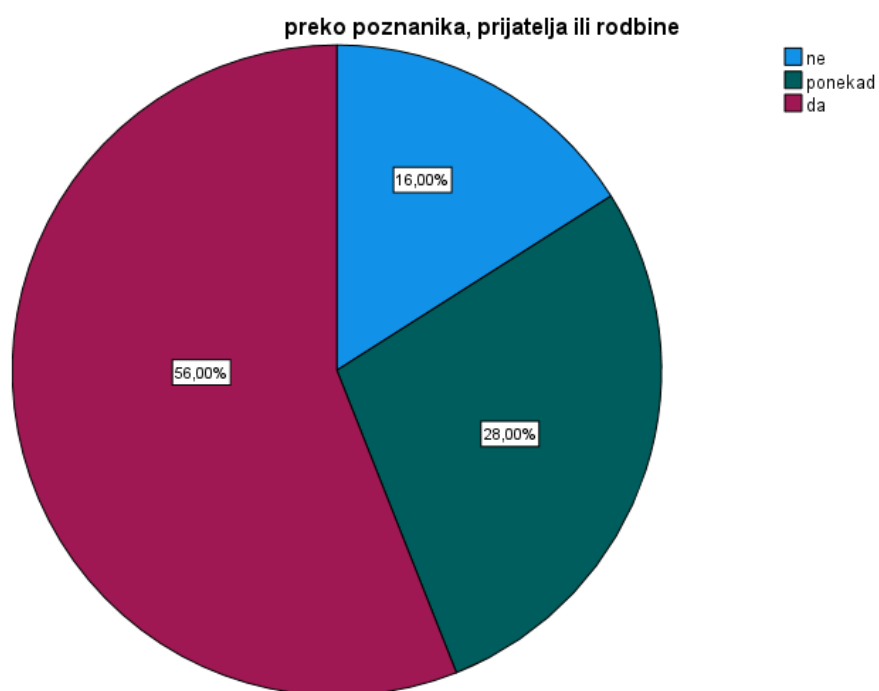
Grafički prikaz 9.1: informiranje o volonterskim aktivnostima



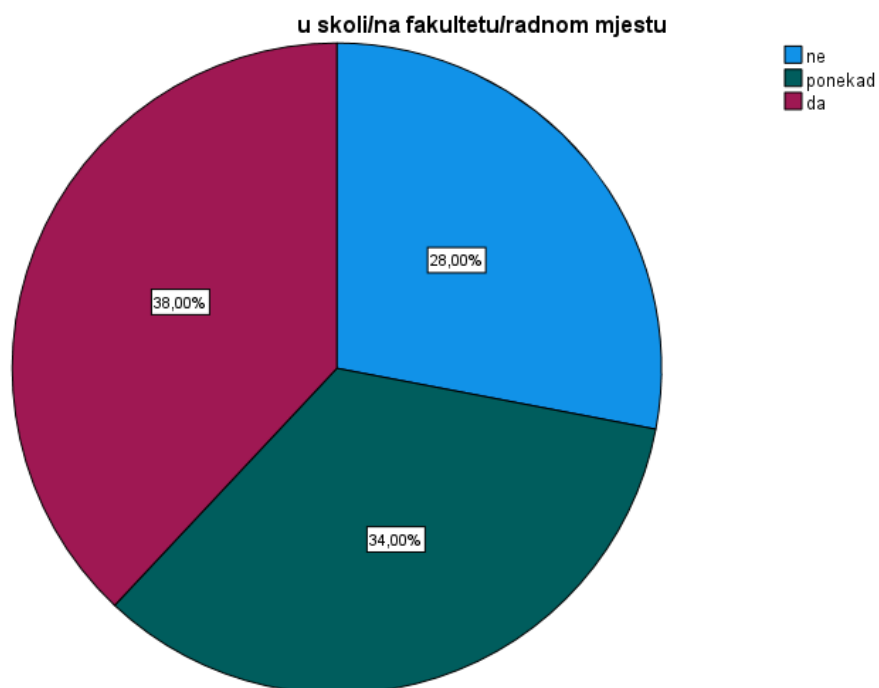
Grafički prikaz 9.2: informiranje o volonterskim aktivnostima



Grafički prikaz 9.3: informiranje o volonterskim aktivnostima



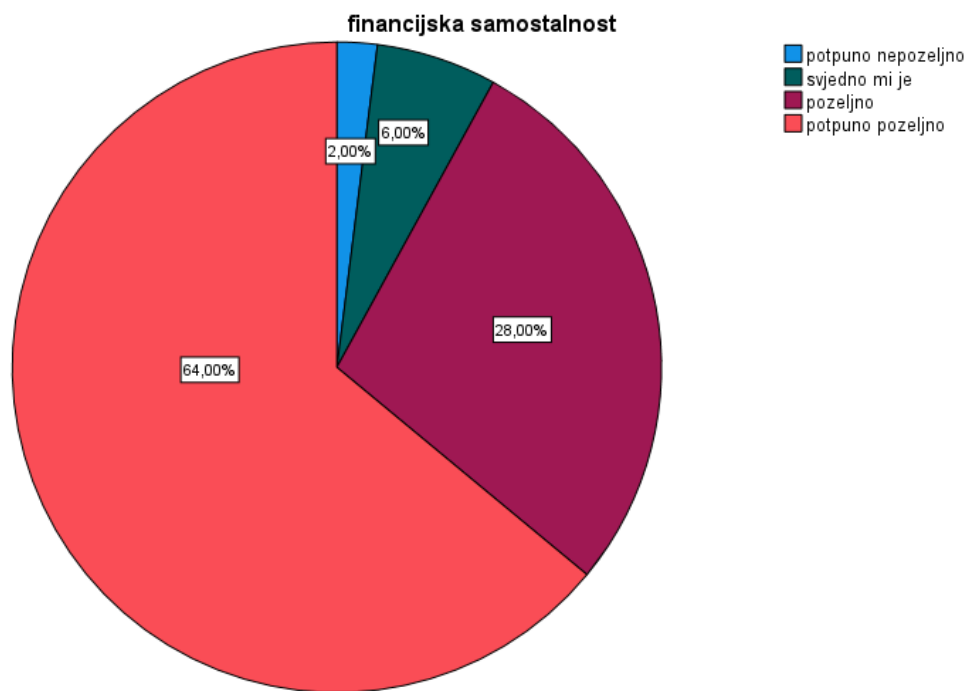
Grafički prikaz 9.4: informiranje o volonterskim aktivnostima



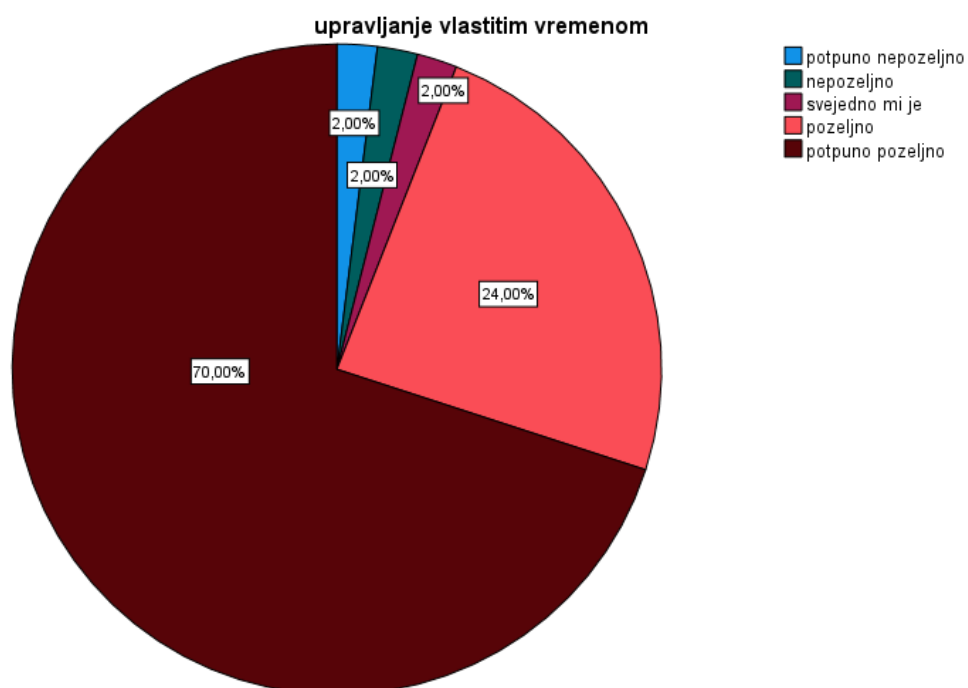
Tablica 10: vrijednosti volontera

|                                       | potpuno nepoželjno (1) |      | nepoželjno (2) |      | svejedno mi je (3) |      | poželjno (4) |      | potpuno poželjno (5) |      |
|---------------------------------------|------------------------|------|----------------|------|--------------------|------|--------------|------|----------------------|------|
|                                       | f                      | %    | f              | %    | f                  | %    | f            | %    | f                    | %    |
| financijska emancipiranost            | 1                      | 2,0  |                |      | 3                  | 6,0  | 14           | 28,0 | 32                   | 64,0 |
| gospodarenje vlastitim vremenom       | 1                      | 2,0  | 1              | 2,0  | 1                  | 2,0  | 12           | 24,0 | 35                   | 70,0 |
| puno slobodnog vremena                |                        |      | 7              | 14,0 | 7                  | 14,0 | 25           | 50,0 | 11                   | 22,0 |
| dobar materijalni status              | 1                      | 2,0  | 3              | 6,0  | 15                 | 30,0 | 18           | 36,0 | 13                   | 26,0 |
| visok ugled u društvu                 | 2                      | 4,0  | 12             | 24,0 | 25                 | 50,0 | 7            | 14,0 | 4                    | 8,0  |
| visok ugled na radnom mjestu          | 1                      | 2,0  | 9              | 18,0 | 17                 | 34,0 | 18           | 36,0 | 5                    | 10,0 |
| rukovodeći položaj na radnom mjestu   | 2                      | 4,0  | 10             | 20,0 | 23                 | 46,0 | 10           | 20,0 | 5                    | 10,0 |
| dobar položaj u političkoj stranci    | 27                     | 54,0 | 15             | 30,0 | 4                  | 14,0 |              |      | 1                    | 2,0  |
| biti poznat/a u medijima              | 28                     | 56,0 | 11             | 22,0 | 7                  | 14,0 | 3            | 6,0  | 1                    | 2,0  |
| privatnost                            | 3                      | 6,0  |                |      | 4                  | 8,0  | 13           | 26,0 | 30                   | 60,0 |
| sloboda                               | 1                      | 2,0  |                |      | 2                  | 4,0  | 9            | 18,0 | 38                   | 76,0 |
| demokracija                           | 2                      | 4,0  |                |      | 4                  | 8,0  | 14           | 28,0 | 30                   | 60,0 |
| skladan obiteljski život              | 1                      | 2,0  | 1              | 2,0  | 3                  | 6,0  | 10           | 20,0 | 35                   | 70,0 |
| brak                                  | 4                      | 8,0  | 3              | 6,0  | 13                 | 26,0 | 7            | 14,0 | 23                   | 46,0 |
| vjera                                 | 12                     | 24,0 | 5              | 10,0 | 9                  | 18,0 | 10           | 20,0 | 14                   | 28,0 |
| prihvatanje manjina                   | 2                      | 4,0  | 1              | 2,0  | 3                  | 6,0  | 14           | 28,0 | 30                   | 60,0 |
| zaštita prirode i okoliša             | 1                      | 2,0  | 2              | 4,0  | 5                  | 10,0 | 11           | 22,0 | 31                   | 62,0 |
| ravnopravnost svih društvenih skupina | 2                      | 4,0  | 1              | 2,0  | 4                  | 8,0  | 7            | 14,0 | 36                   | 72,0 |
| iskazivanje vlastitih stavova         | 1                      | 2,0  |                |      | 3                  | 6,0  | 10           | 20,0 | 36                   | 72,0 |

Grafički prikaz 10.1: vrijednosti volontera

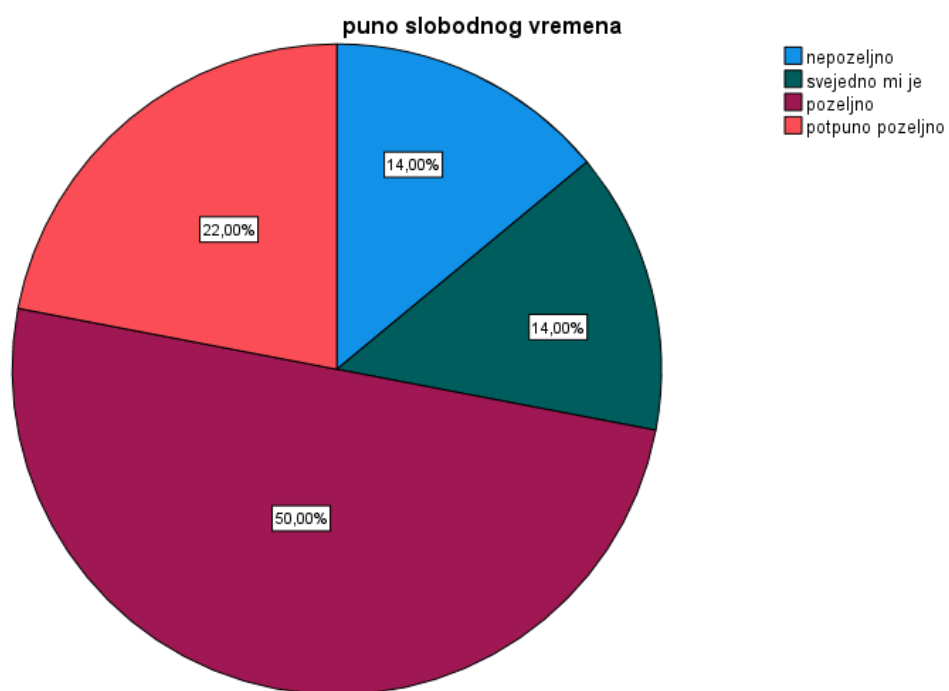


Grafički prikaz 10.2: vrijednosti volontera

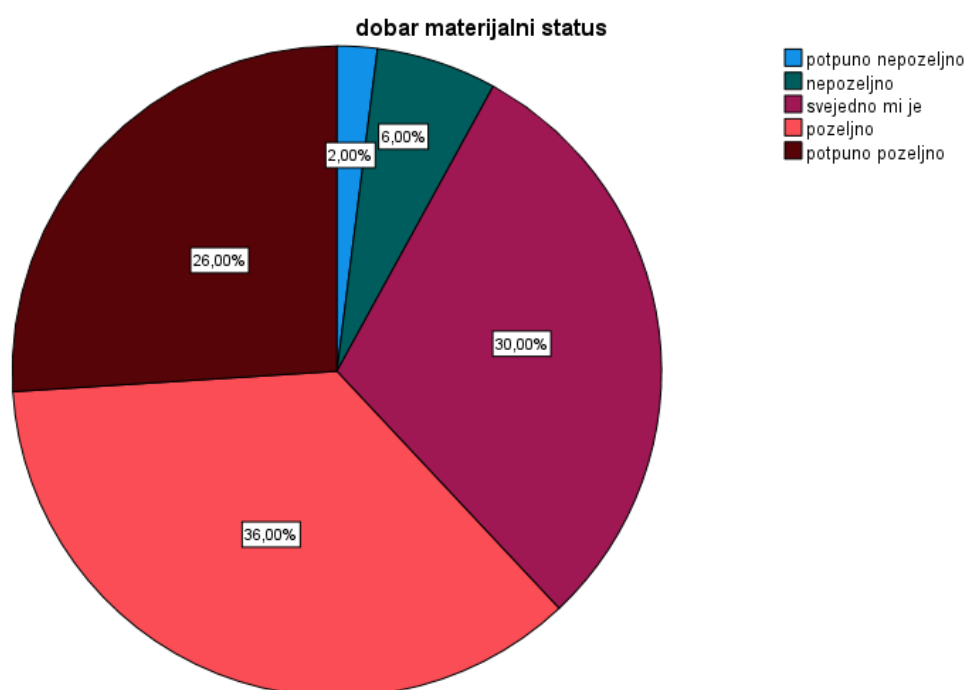




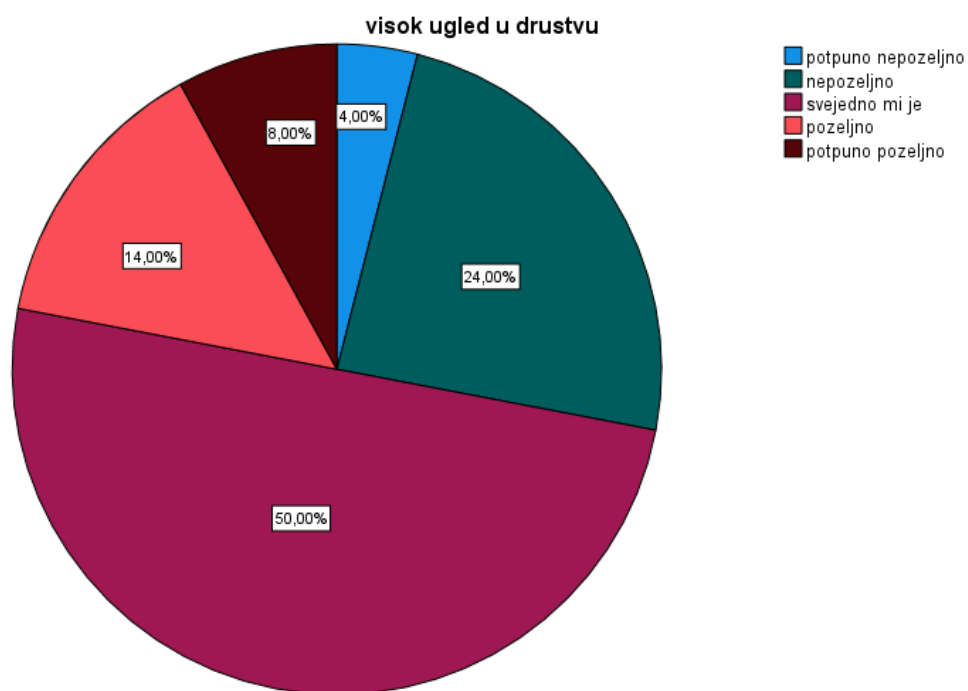
Grafički prikaz 10.3: vrijednosti volontera



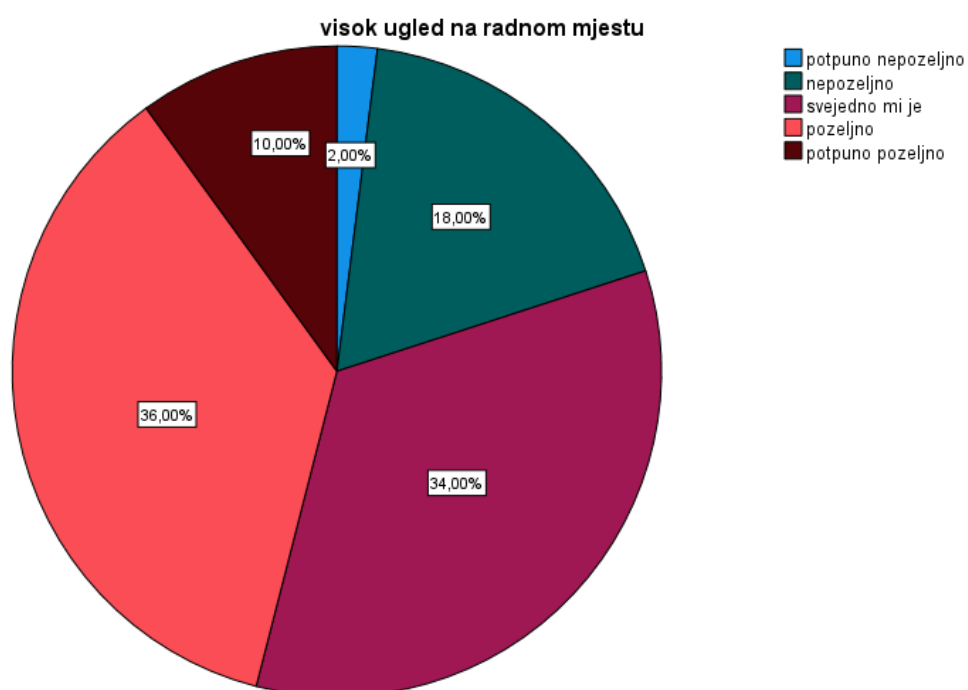
Grafički prikaz 10.4: vrijednosti volontera



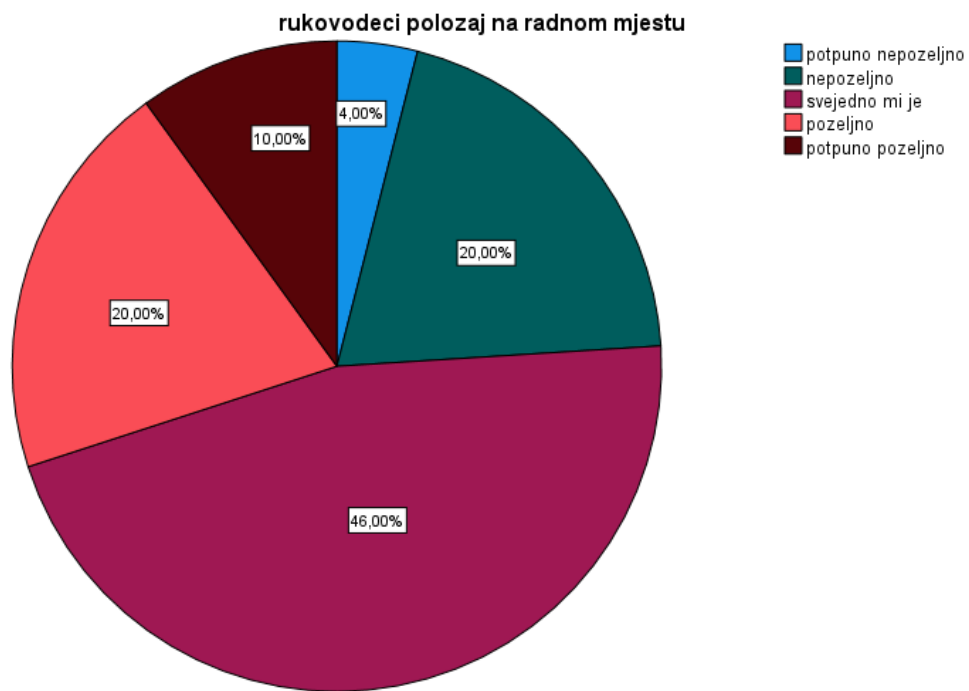
Grafički prikaz 10.5: vrijednosti volontera



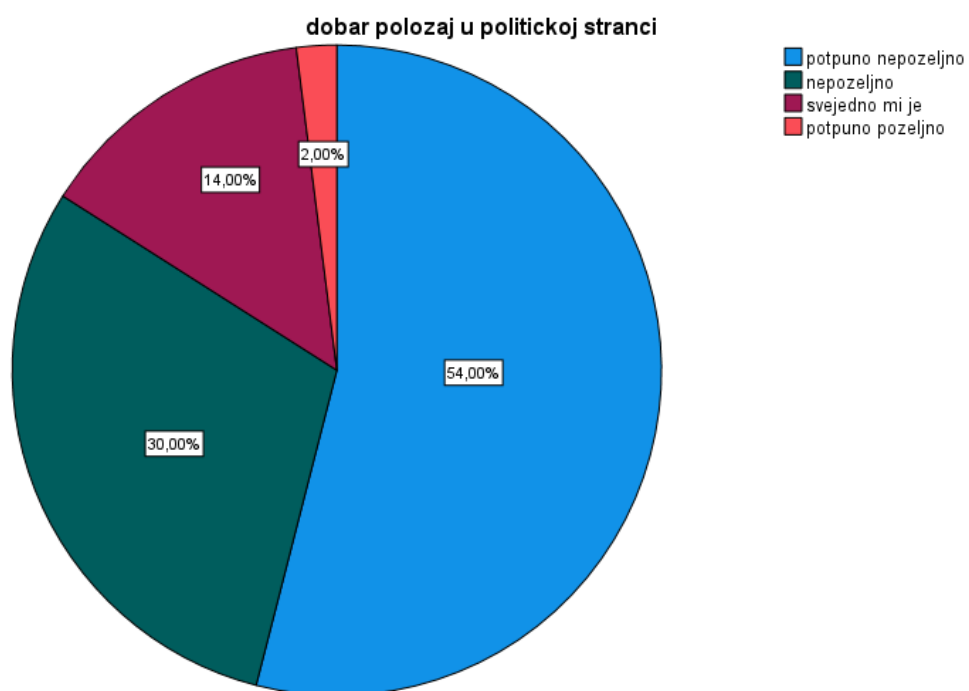
Grafički prikaz 10.6: vrijednosti volontera



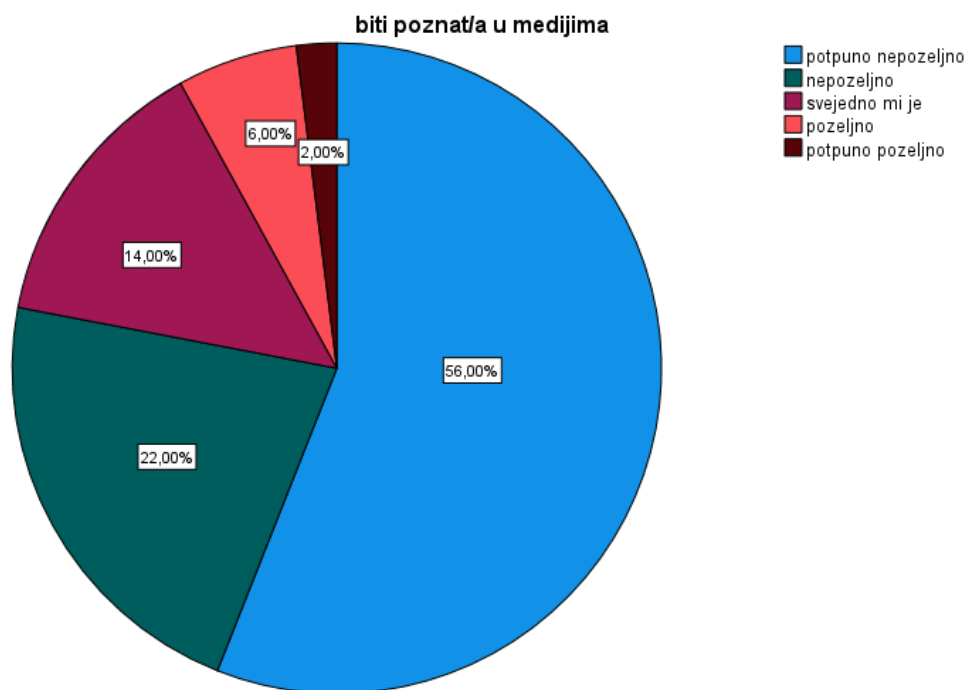
Grafički prikaz 10.7: vrijednosti volontera



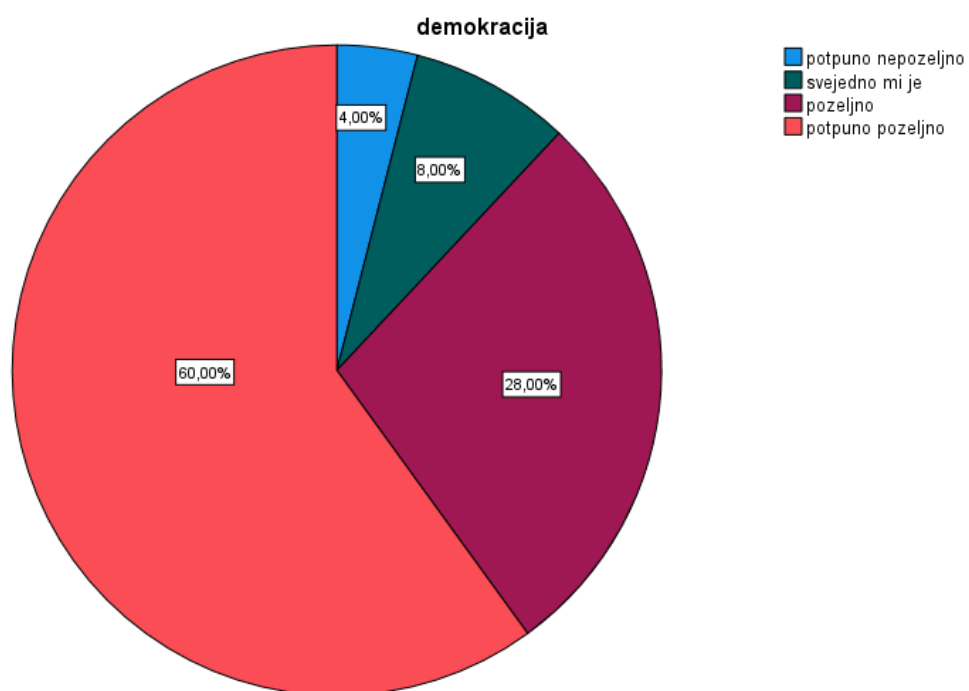
Grafički prikaz 10.8: vrijednosti volontera



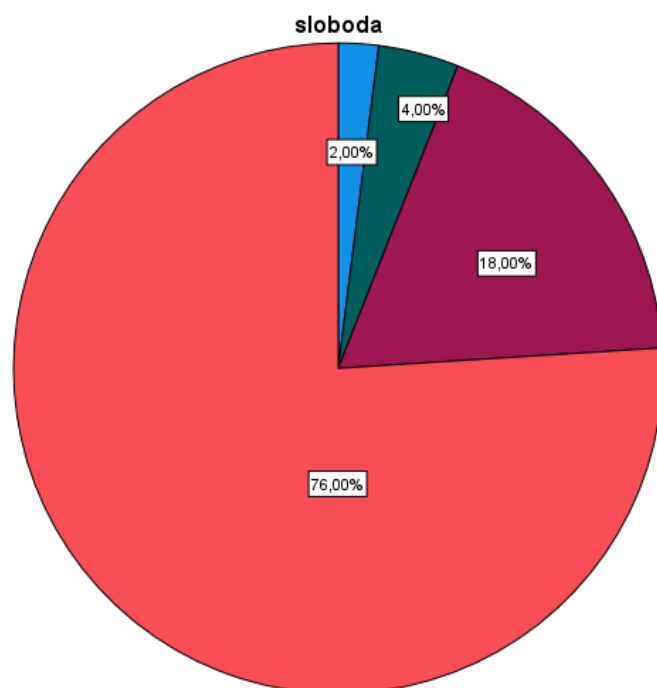
Grafički prikaz 10.9: vrijednosti volontera



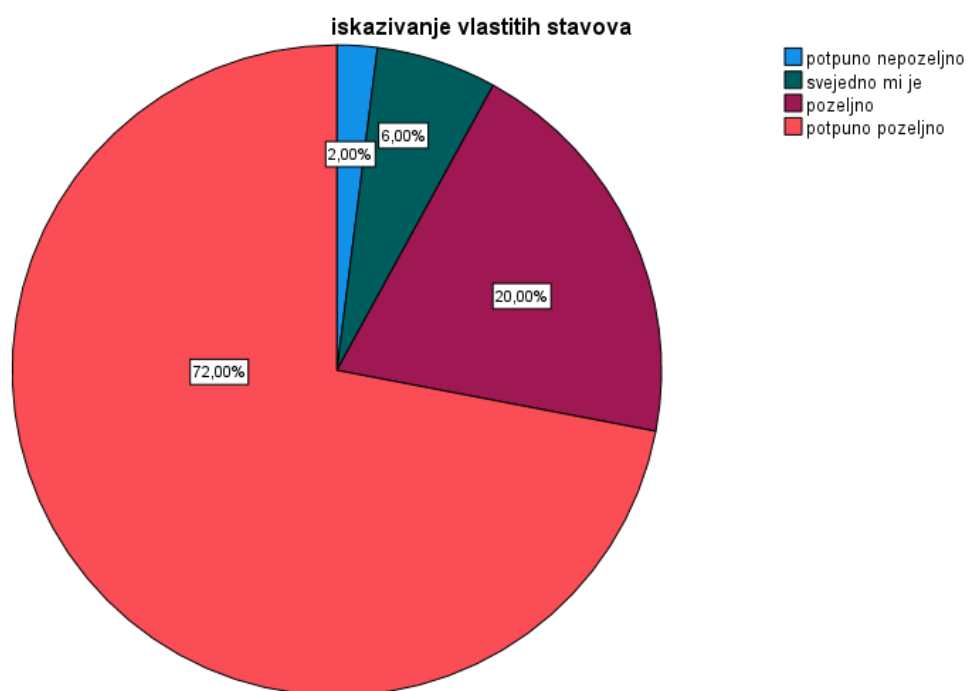
Grafički prikaz 10.11: vrijednosti volontera



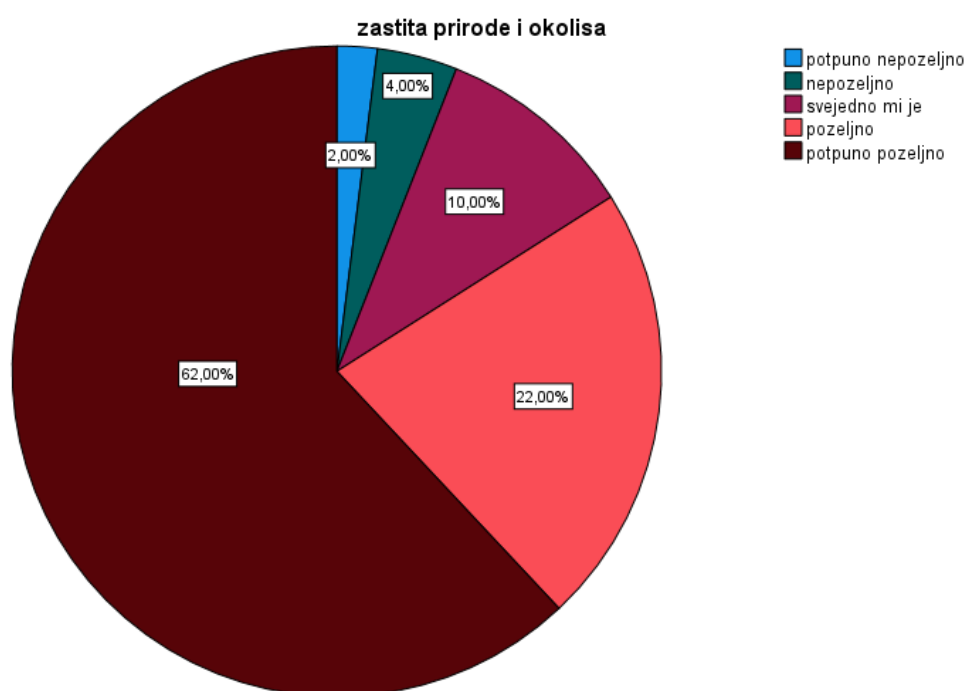
Grafički prikaz 10.12: vrijednosti volontera



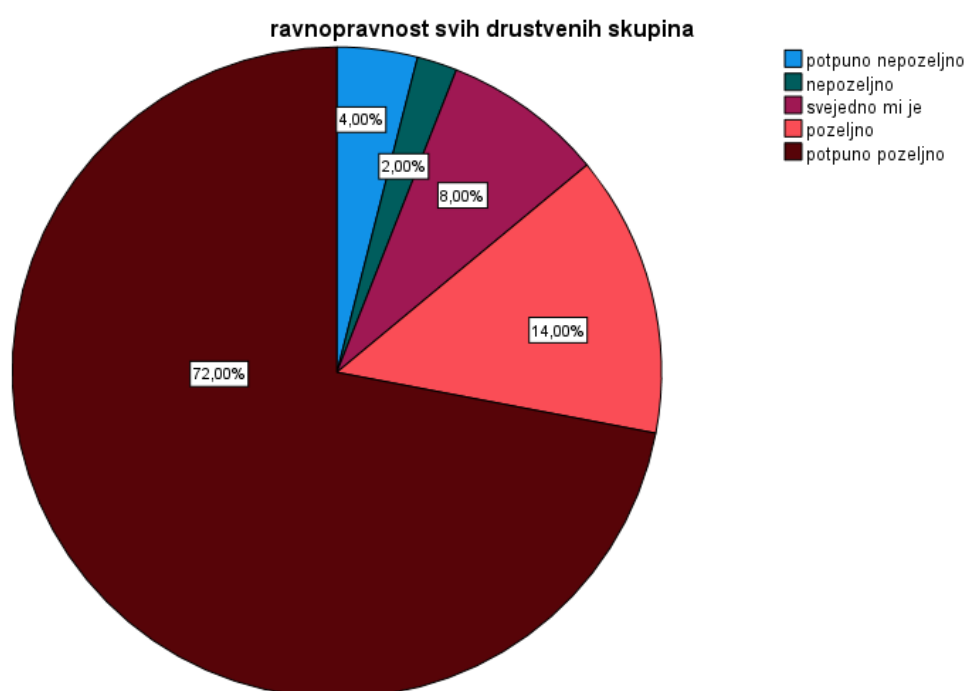
Grafički prikaz 10.13: vrijednosti volontera – iskazivanje vlastitih stavova



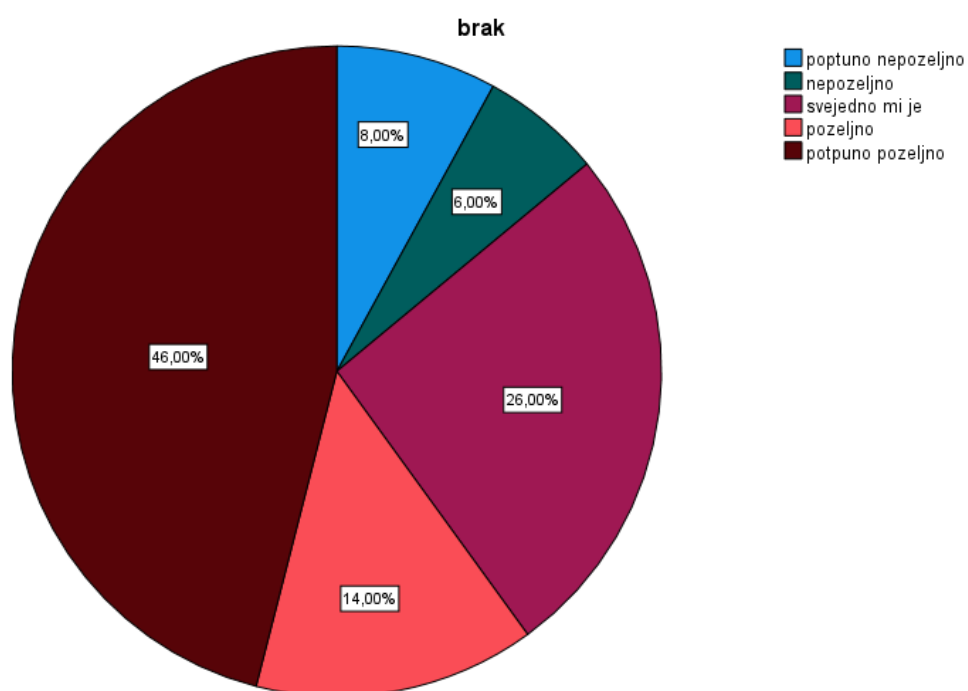
Grafički prikaz 10.14: vrijednosti volontera – zaštita prirode i okoliša



Grafički prikaz 10.15: vrijednosti volontera



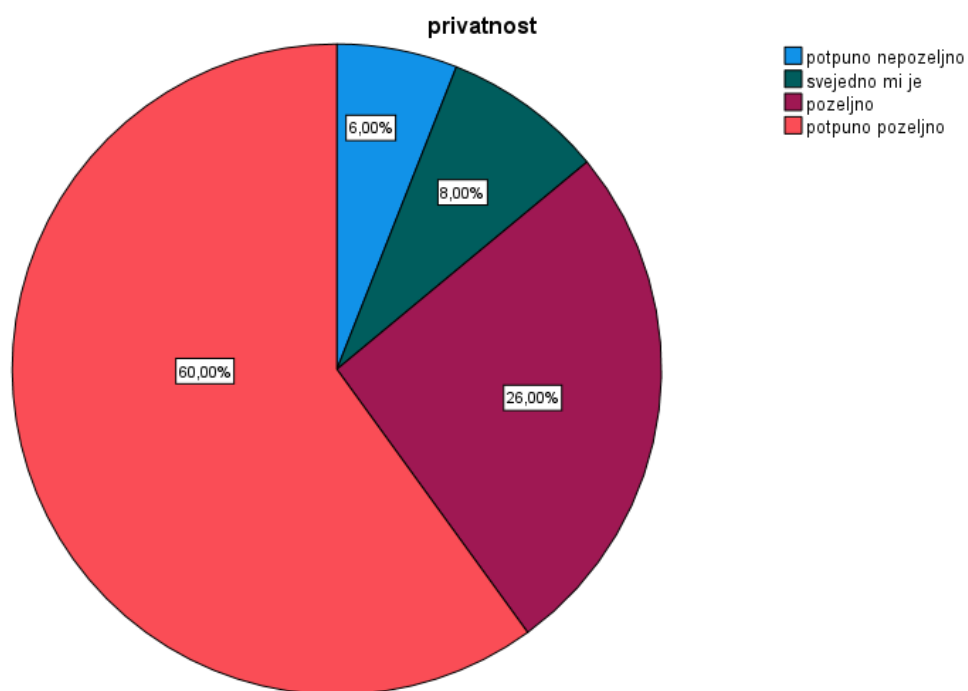
Grafički prikaz 10.16: vrijednosti volontera – brak



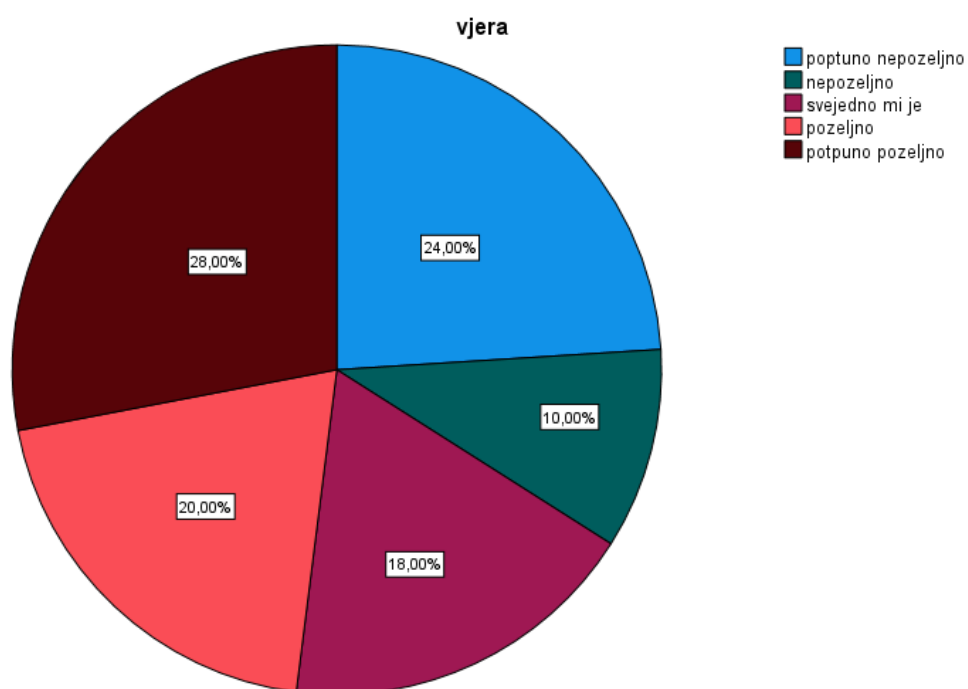
Grafički prikaz 10.17: vrijednosti volontera – skladan obiteljski život



Grafički prikaz 10.18: vrijednosti volontera – privatnost



Grafički prikaz 10.19: vrijednosti volontera – vjera

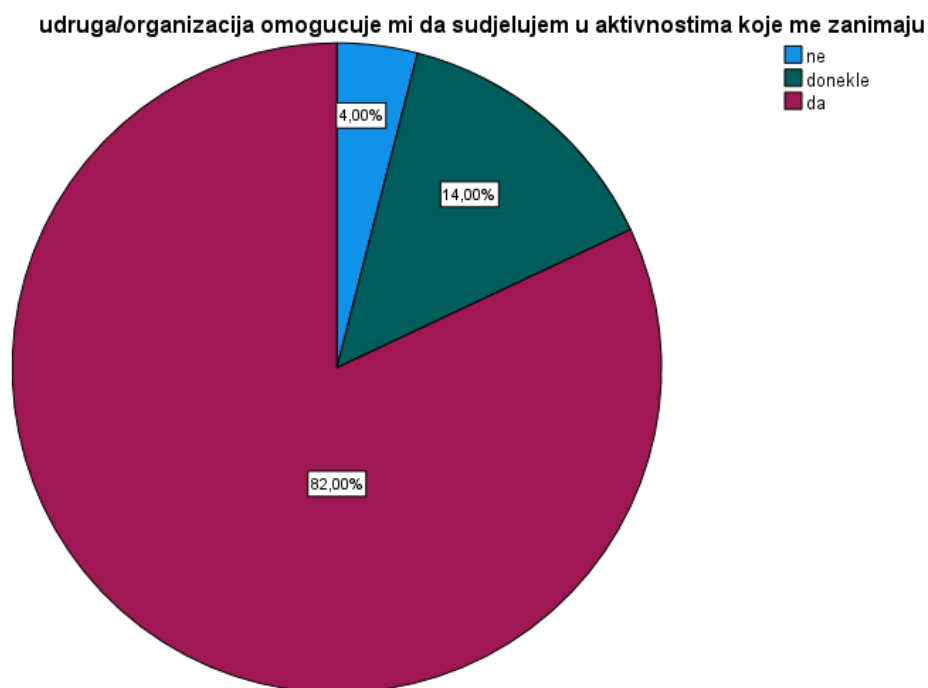




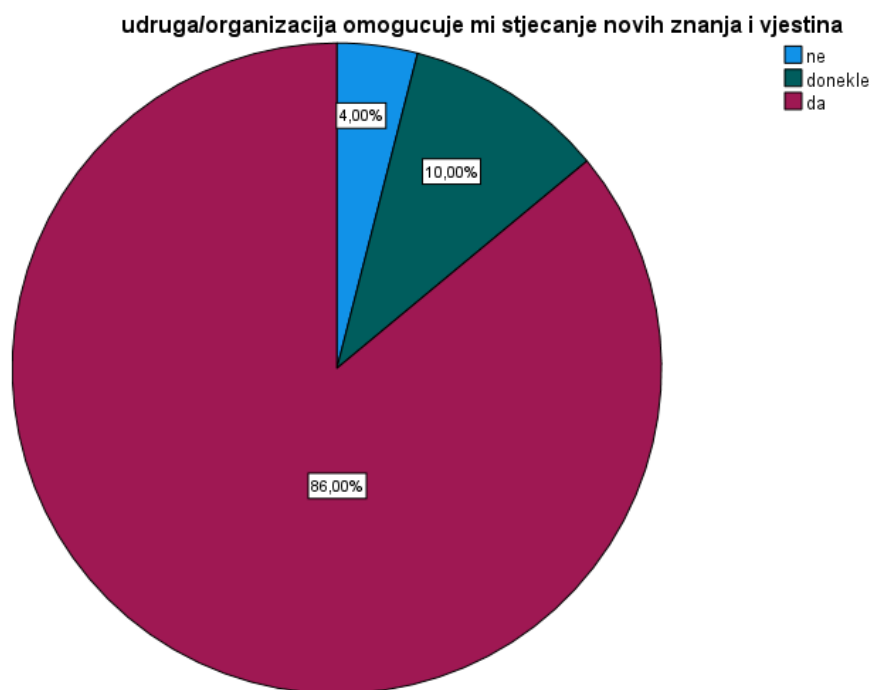
Tablica 11: zadovoljstvo volontera

|                                                                                | NE (1)   |      | donekle (2) |      | DA (3)   |      |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------|------|-------------|------|----------|------|
|                                                                                | <i>f</i> | %    | <i>f</i>    | %    | <i>f</i> | %    |
| udruga/organizacija omogućuje mi da sudjelujem u aktivnostima koje me zanimaju | 2        | 4,0  | 7           | 14,0 | 41       | 82,0 |
| udruga/organizacija omogućuje mi stjecanje novih znanja i vještina             | 2        | 4,0  | 5           | 10,0 | 43       | 83,0 |
| udruga/organizacija uzima u obzir moje prijedloge i ideje                      | 2        | 4,0  | 12          | 24,0 | 36       | 72,0 |
| udruga/organizacija se zalaže za ravnopravnost svih društvenih skupina         | 4        | 8,0  | 12          | 24,0 | 34       | 68,0 |
| udruga/organizacija zalaže se za demokratičnost, pravednost i slobodu          | 5        | 10,0 | 9           | 18,0 | 36       | 72,0 |
| udruga/organizacija bavi se pitanjima zaštite prirode i okoliša                | 18       | 36,0 | 13          | 26,0 | 19       | 38,0 |
| udruga/organizacija ne može se razvijati zbog manjka financija                 | 15       | 30,0 | 20          | 40,0 | 15       | 30,0 |

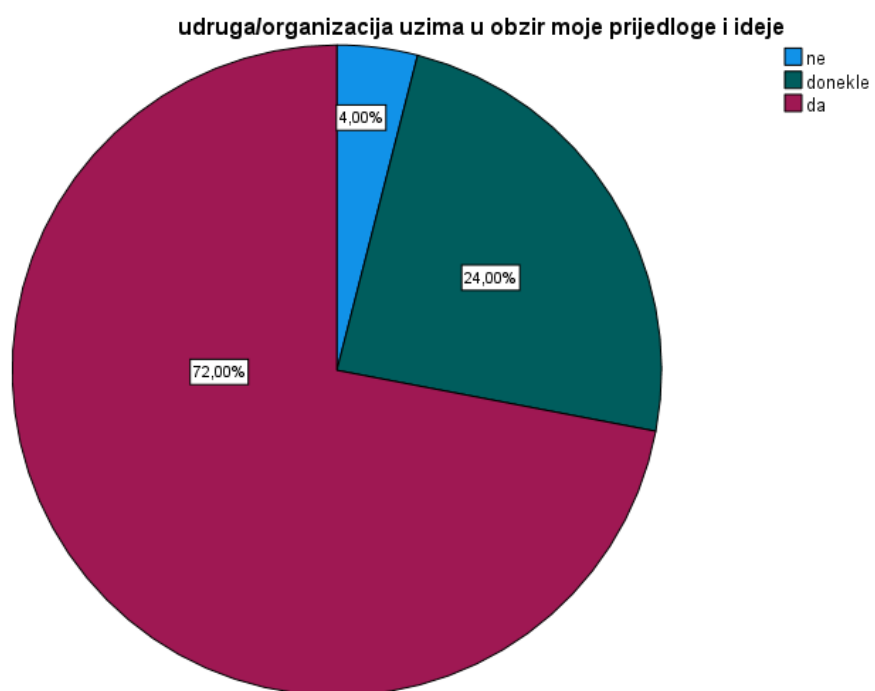
Grafički prikaz 11.1: zadovoljstvo volontera



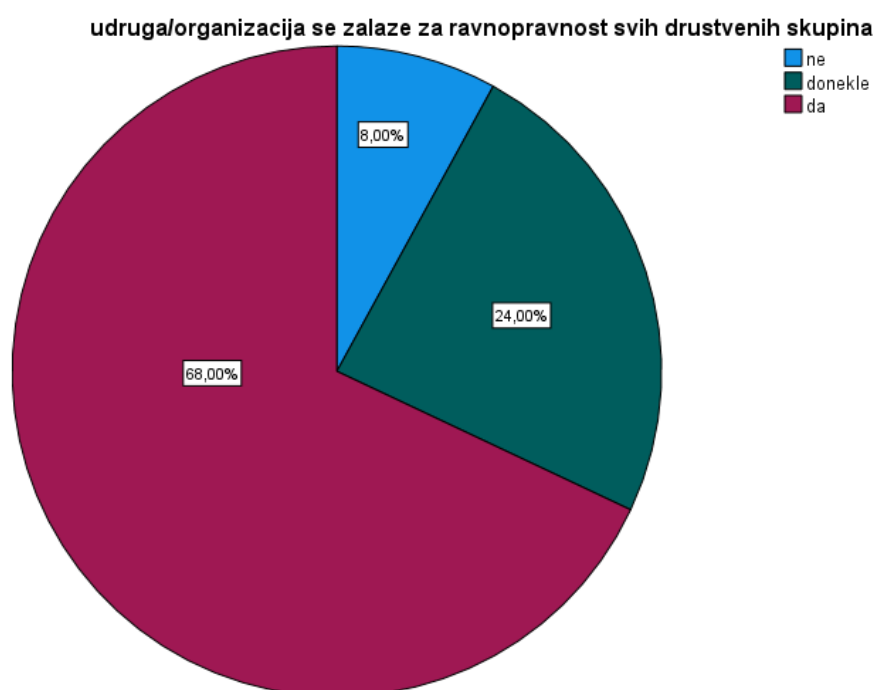
Grafički prikaz 11.2: zadovoljstvo volontera



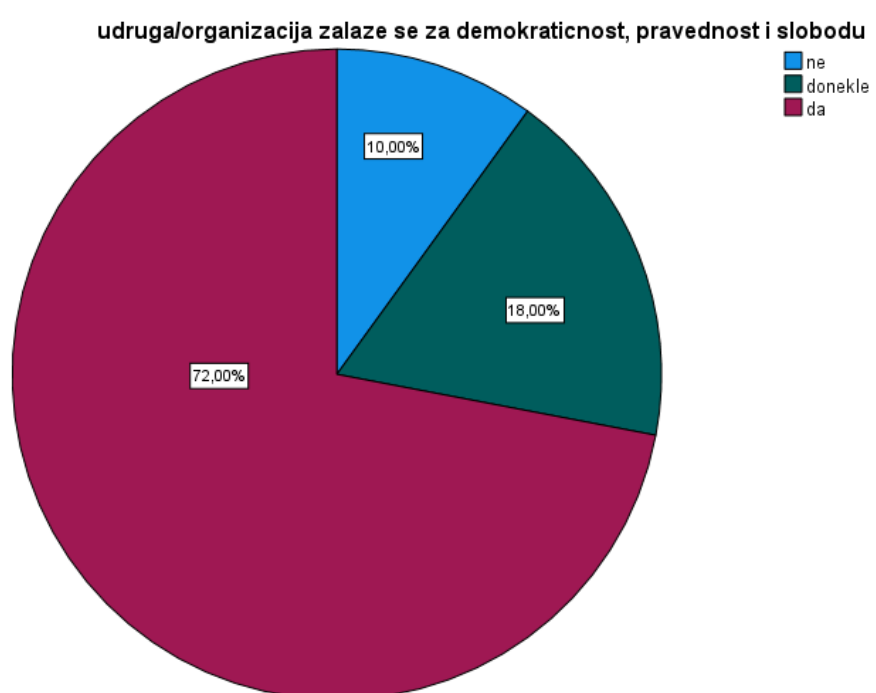
Grafički prikaz 11.3: zadovoljstvo volontera



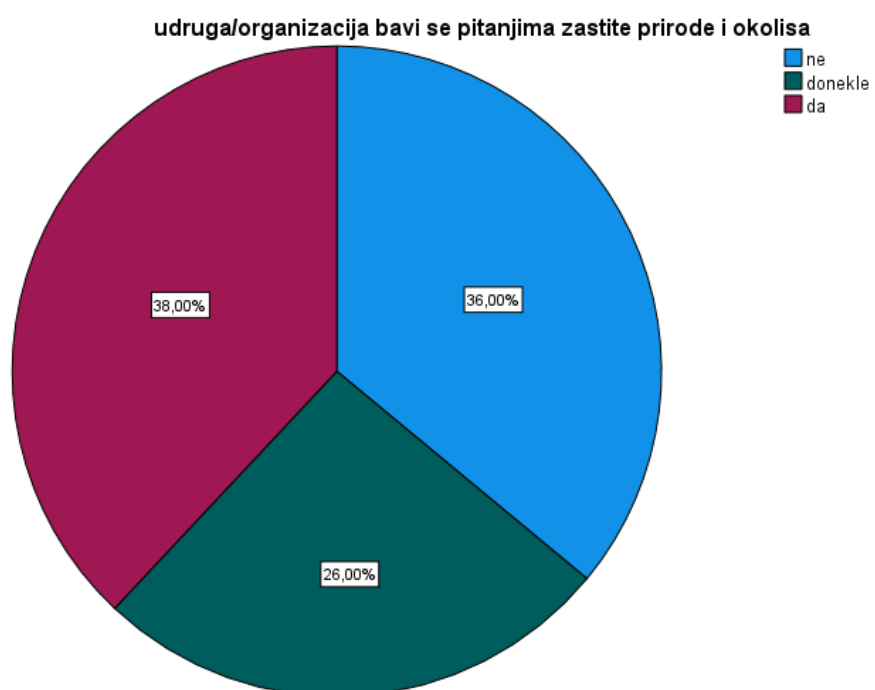
Grafički prikaz 11.4: zadovoljstvo volontera



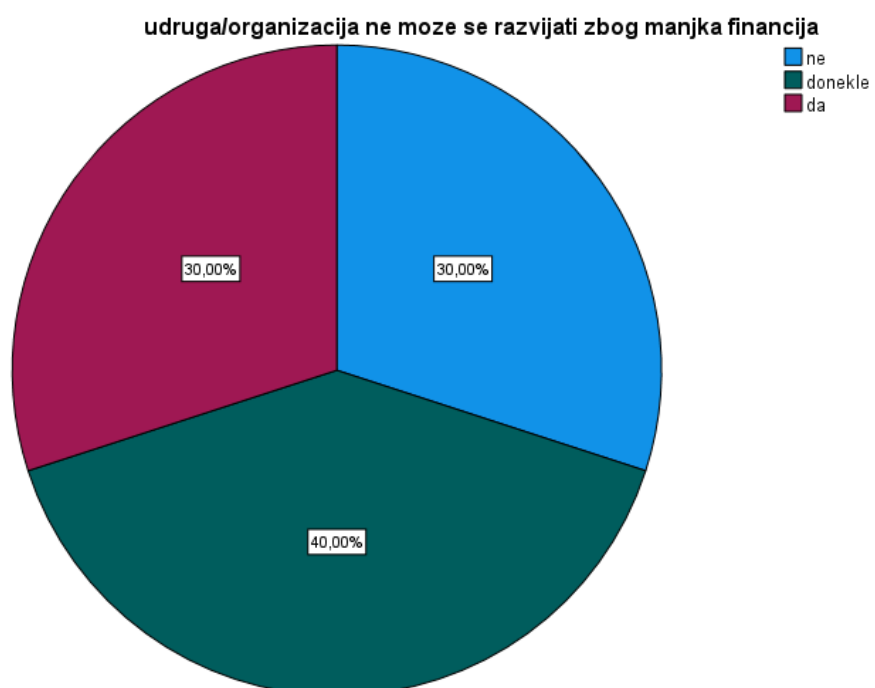
Grafički prikaz 11.5: zadovoljstvo volontera



Grafički prikaz 11.6: zadovoljstvo volontera



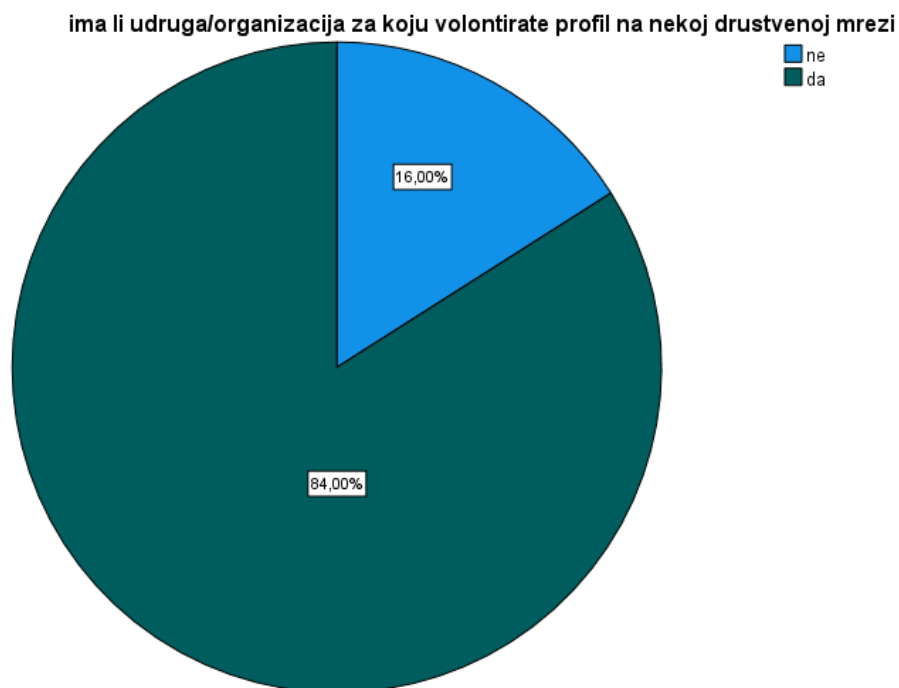
Grafički prikaz 11.7: zadovoljstvo volontera



Tablica 12: prisutnost udruge/organizacije na društvenim mrežama

|       | <i>f</i> | %     |
|-------|----------|-------|
| ne    | 8        | 16,0  |
| da    | 42       | 84,0  |
| Total | 50       | 100,0 |

Grafički prikaz 12: prisutnost udruge/organizacije na društvenim mrežama

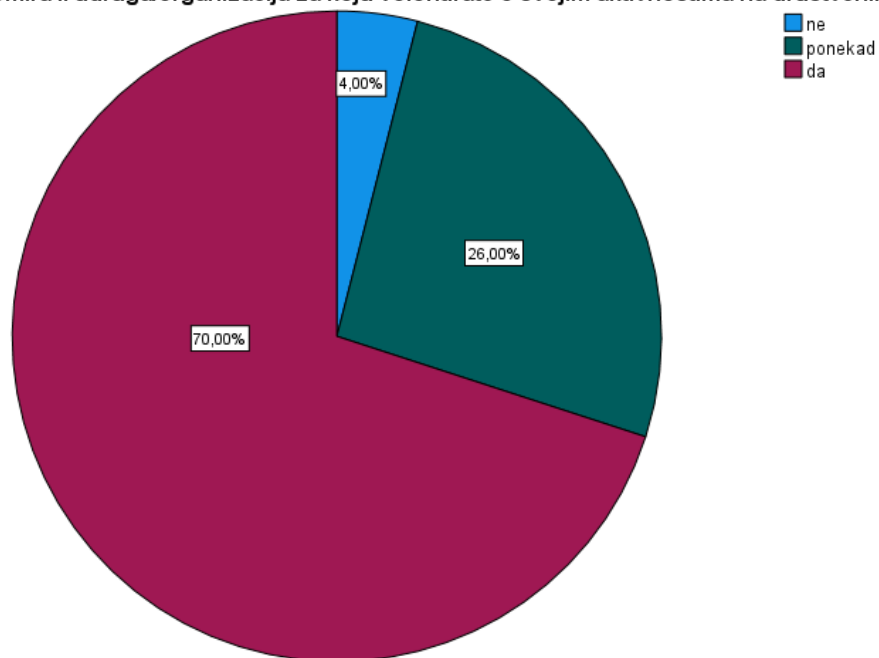


Tablica 13: aktivnost udruge/organizacije na društvenim mrežama

|         | <i>f</i> | %     |
|---------|----------|-------|
| ne      | 2        | 4,0   |
| ponekad | 13       | 26,0  |
| da      | 35       | 70,0  |
| Total   | 50       | 100,0 |

Grafički prikaz 13: aktivnost udruge/organizacije na društvenim mrežama

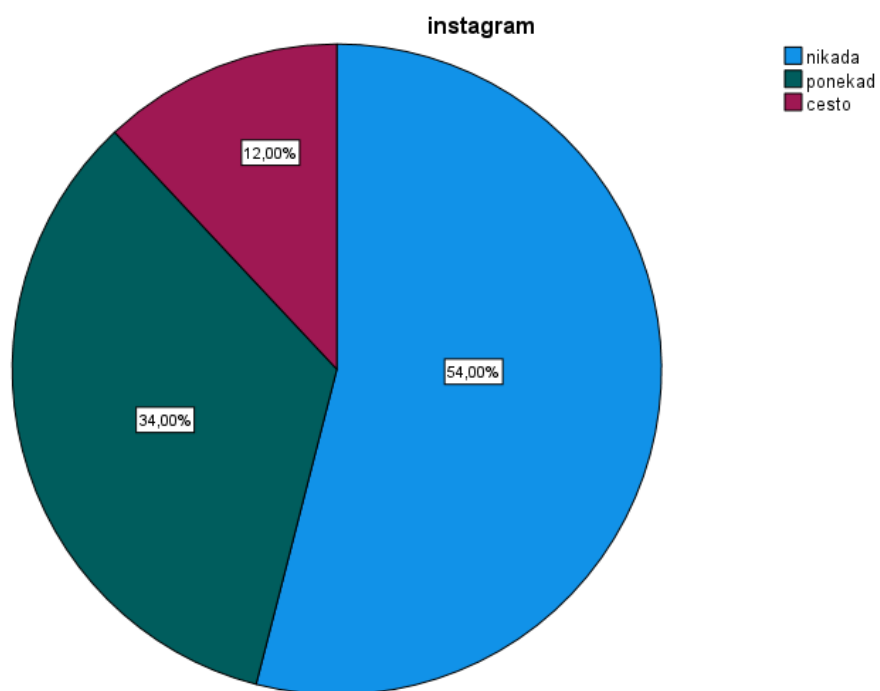
informira li udruga/organizacija za koju volontirate o svojim aktivnostima na društvenim mrežama



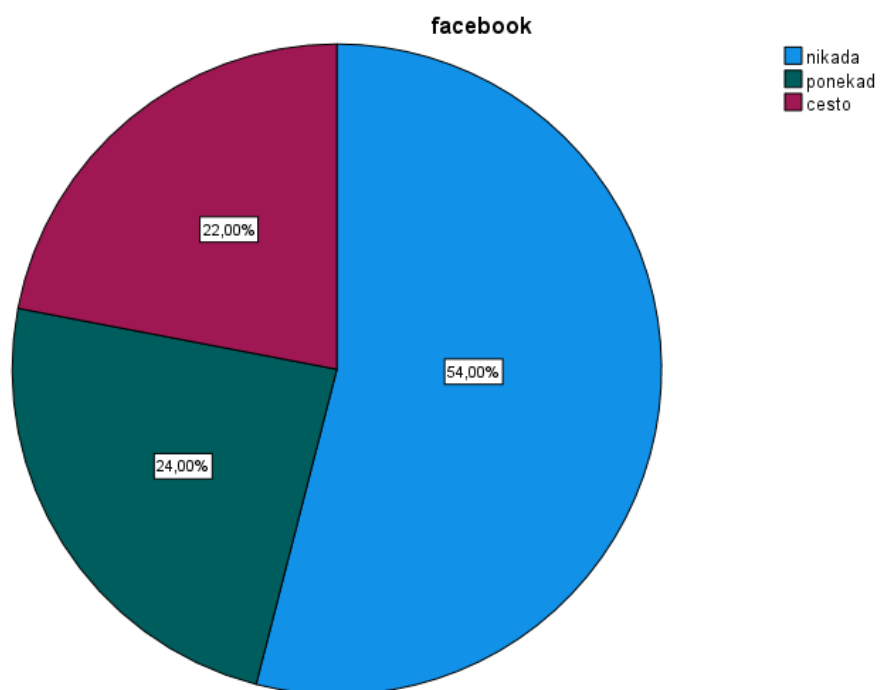
Tablica 14: objavljivanje vlastitog sadržaja na društvenim mrežama

|           | nikada (1) |       | rijetko (2) |      | često (3) |      |
|-----------|------------|-------|-------------|------|-----------|------|
|           | <i>f</i>   | %     | <i>f</i>    | %    | <i>f</i>  | %    |
| Instagram | 27         | 54,0  | 17          | 34,0 | 6         | 12,0 |
| Facebook  | 27         | 54,0  | 12          | 24,0 | 11        | 22,0 |
| Snapchat  | 49         | 98,0  | 1           | 2,0  | 0         | 0    |
| TikTok    | 49         | 98,0  | 1           | 2,0  | 0         | 0    |
| Twitter   | 50         | 100,0 | 0           | 0    | 0         | 0    |
| YouTube   | 47         | 94,0  | 2           | 4,0  | 1         | 2,0  |

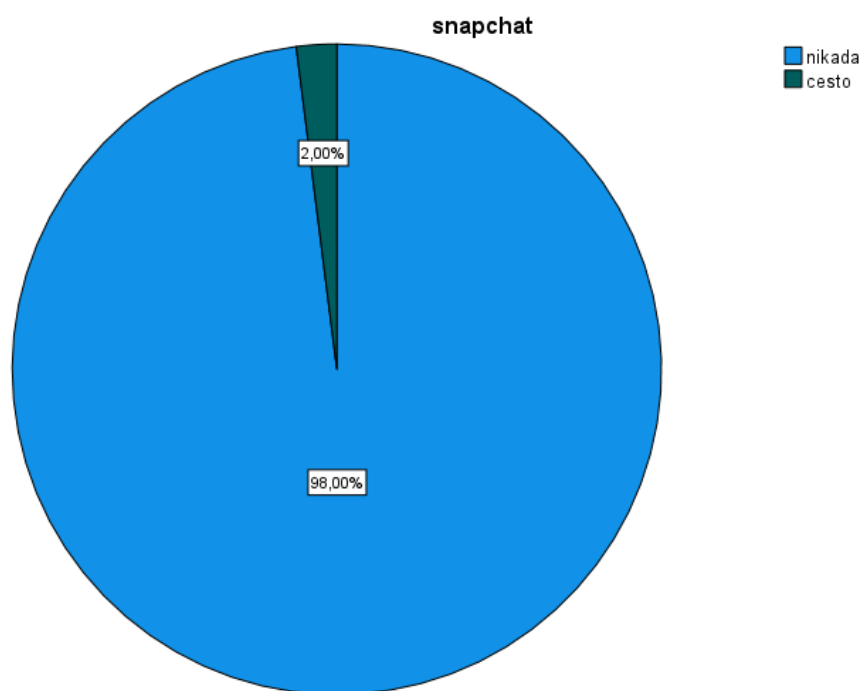
Grafički prikaz 14.1: učestalost objavljivanja sadržaja na društvenim mrežama



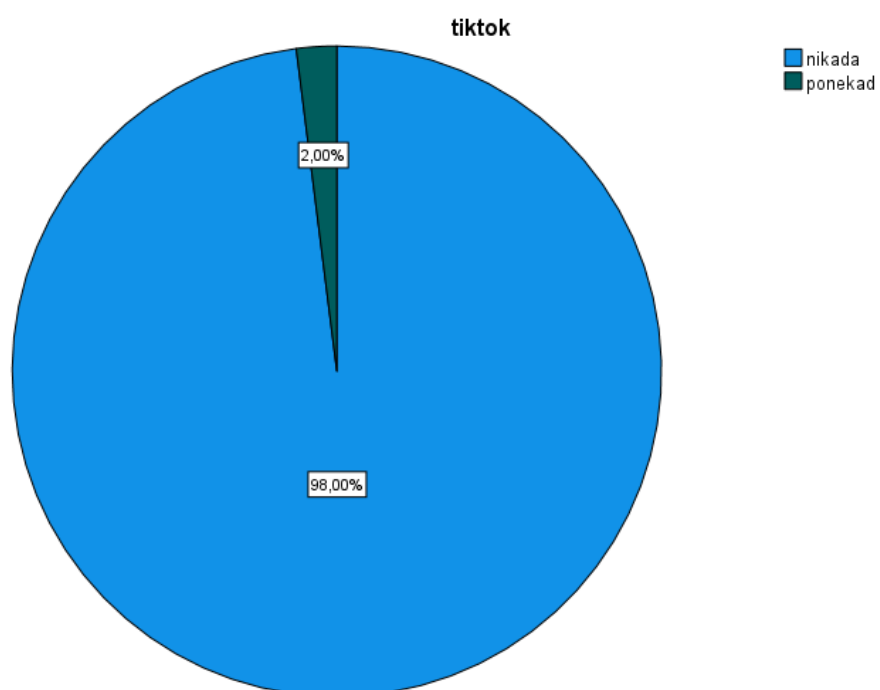
Grafički prikaz 14.2: učestalost objavljivanja sadržaja na društvenim mrežama



Grafički prikaz 14.3: učestalost objavljivanja sadržaja na društvenim mrežama

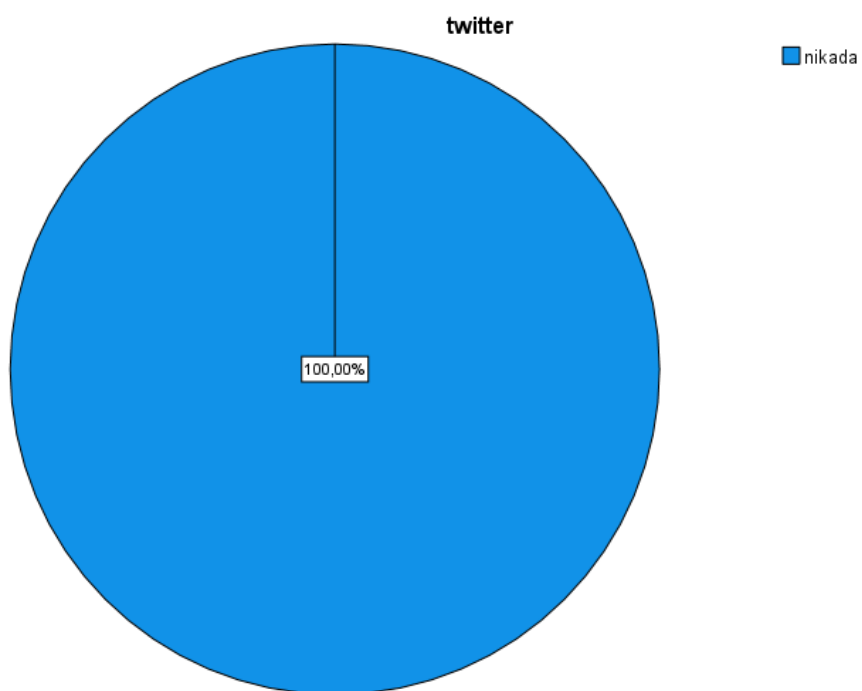


Grafički prikaz 14.4: učestalost objavljivanja sadržaja na društvenim mrežama

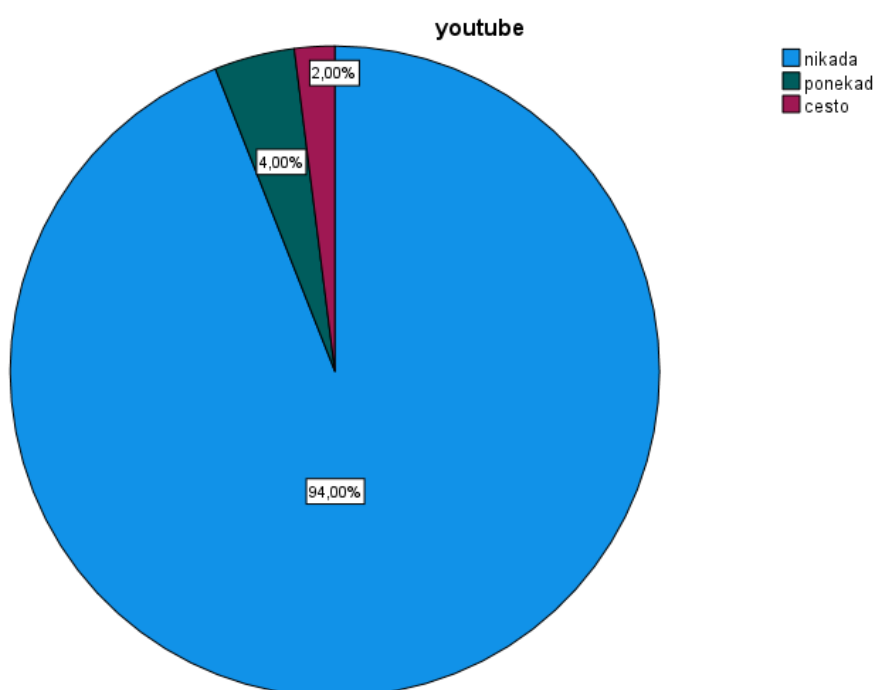




Grafički prikaz 14.5: učestalost objavljivanja sadržaja na društvenim mrežama



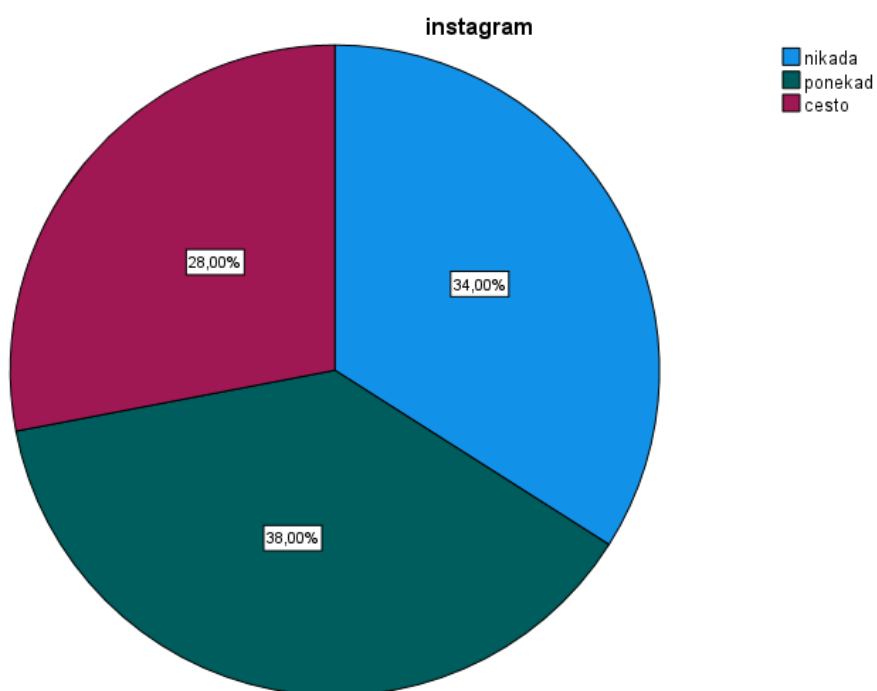
Grafički prikaz 14.6: učestalost objavljivanja sadržaja na društvenim mrežama



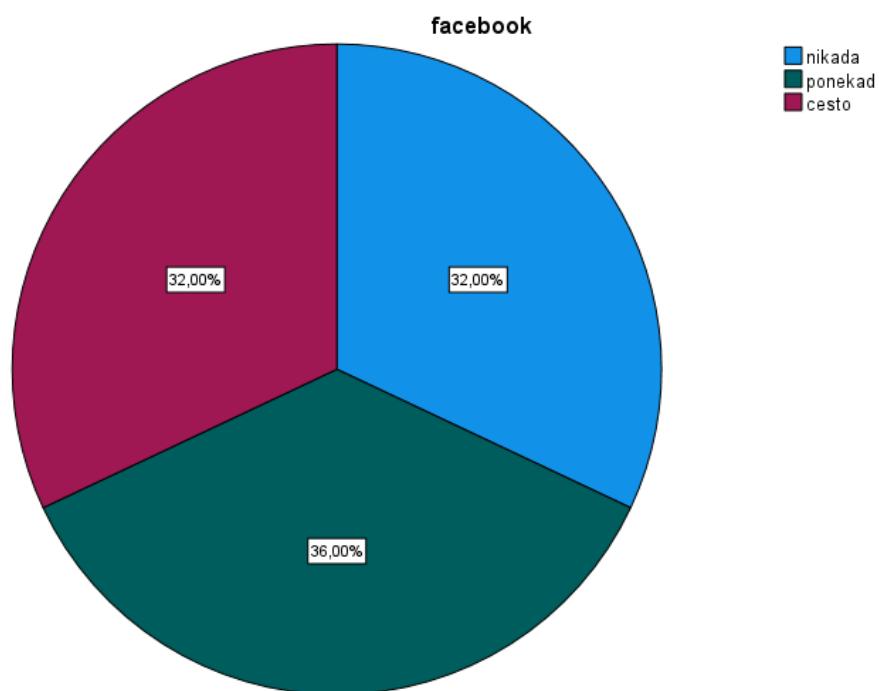
Tablica 15: dijeljenje sadržaja na društvenim mrežama

|           | nikada (1) |      | rijetko (2) |      | često (3) |      |
|-----------|------------|------|-------------|------|-----------|------|
|           | <i>f</i>   | %    | <i>f</i>    | %    | <i>f</i>  | %    |
| Instagram | 17         | 34,0 | 19          | 38,0 | 14        | 28,0 |
| Facebook  | 16         | 32,0 | 18          | 36,0 | 16        | 32,0 |
| Snapchat  | 43         | 86,0 | 7           | 14,0 | 0         | 0    |
| TikTok    | 40         | 80,0 | 7           | 14,0 | 3         | 6,0  |
| Twitter   | 39         | 78,0 | 7           | 14,0 | 4         | 8,0  |
| YouTube   | 38         | 76,0 | 8           | 16,0 | 4         | 8,0  |

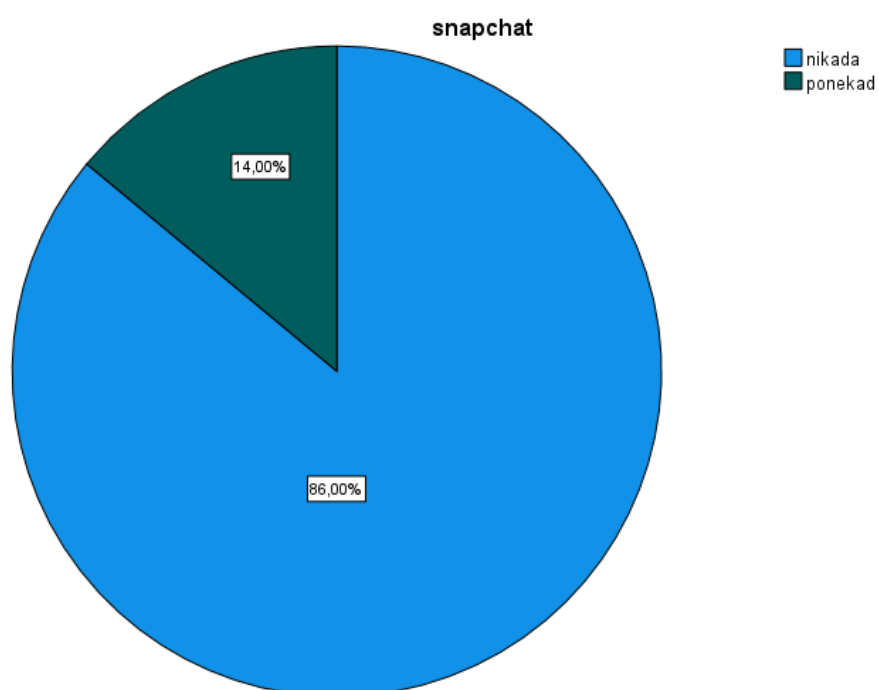
Grafički prikaz 15.1: učestalost dijeljenja sadržaja na društvenim mrežama



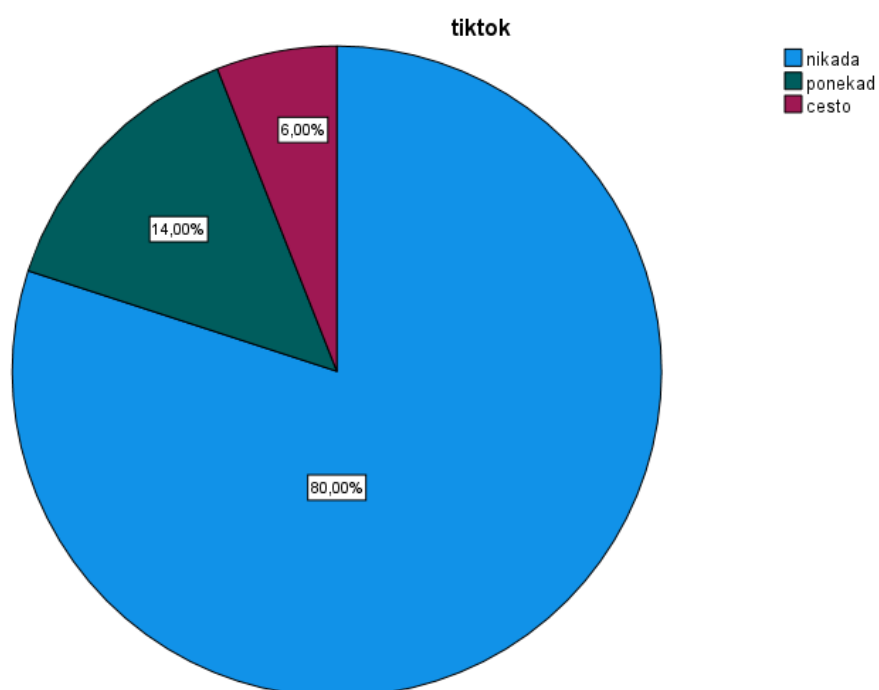
Grafički prikaz 15.2: učestalost dijeljenja sadržaja na društvenim mrežama



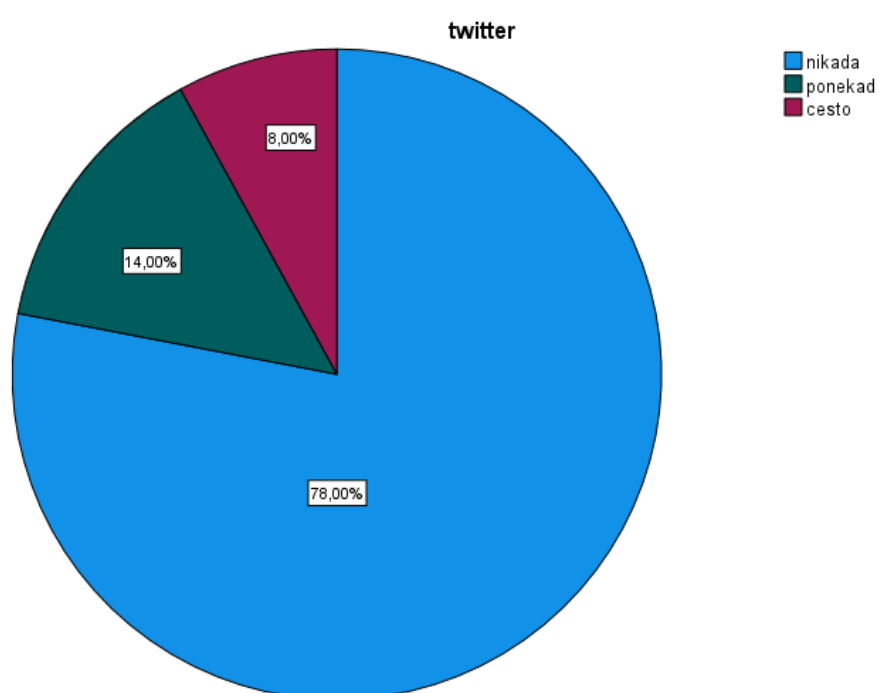
Grafički prikaz 15.3: učestalost dijeljenja sadržaja na društvenim mrežama



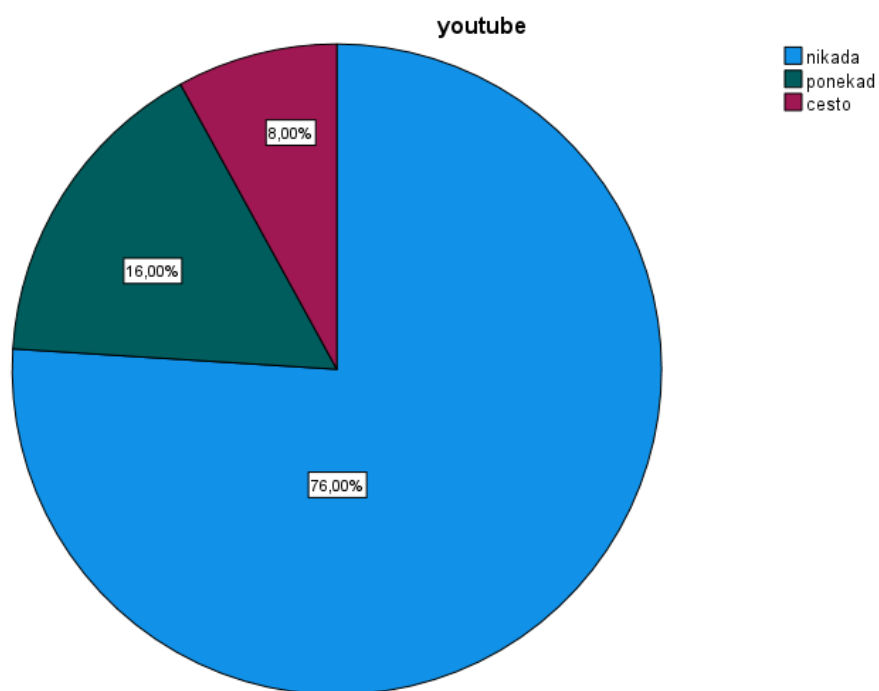
Grafički prikaz 15.4: učestalost dijeljenja sadržaja na društvenim mrežama



Grafički prikaz 15.5: učestalost dijeljenja sadržaja na društvenim mrežama



Grafički prikaz 15.6: učestalost dijeljenja sadržaja na društvenim mrežama

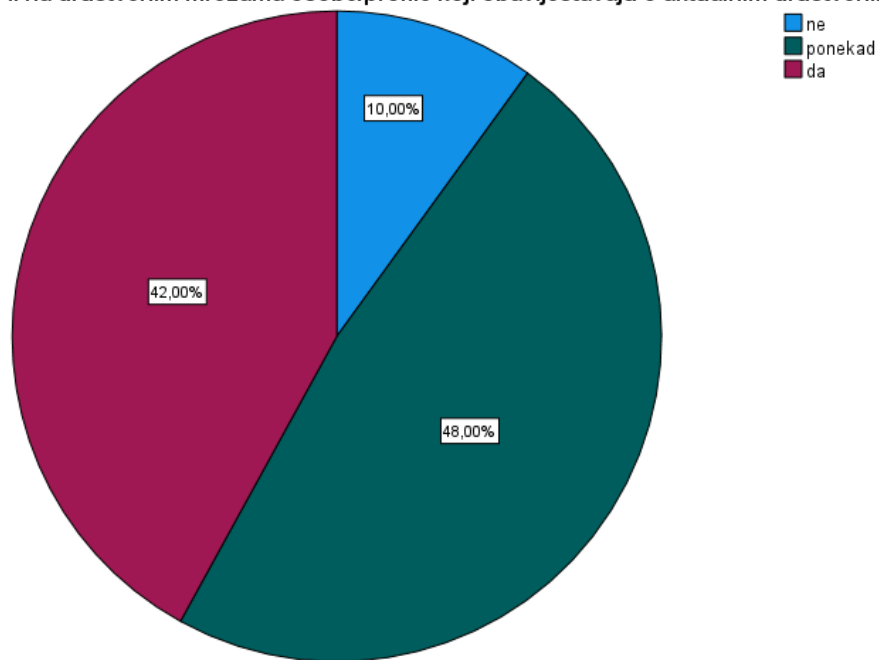


Tablica 16: praćenje osoba/profila koji obavještavaju o aktualnim društvenim problemima

|         | <i>f</i> | %     |
|---------|----------|-------|
| ne      | 5        | 10,0  |
| ponekad | 24       | 48,0  |
| da      | 21       | 42,0  |
| Total   | 50       | 100,0 |

Grafički prikaz 16: praćenje osoba/profila koji obavještavaju o društvenim problemima

pratite li na društvenim mrežama osobe/profile koji obavještavaju o aktualnim društvenim problemima

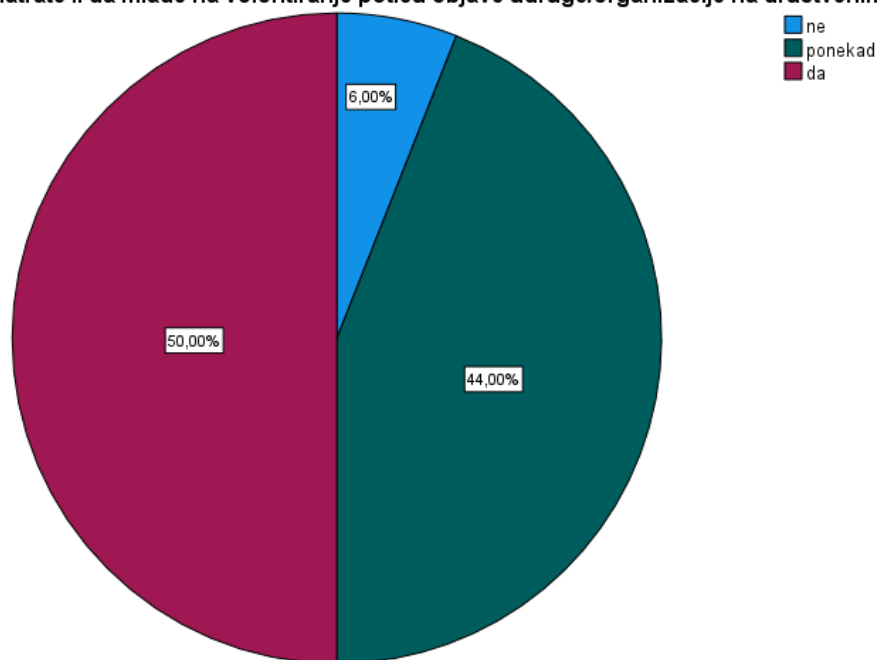


Tablica 17: **poticanje mladih** na volontiranje **kroz objave** udruge/organizacije na društvenim mrežama

|         | <i>f</i> | %     |
|---------|----------|-------|
| ne      | 3        | 6,0   |
| ponekad | 22       | 44,0  |
| da      | 25       | 50,0  |
| Total   | 50       | 100,0 |

*Grafički prikaz 17: stavovi o utjecaju objava udruge/organizacije na društvenim mrežama na mlade*

**smatrate li da mlade na volontiranje poticu objave udruge/organizacije na društvenim mrežama**



## Sažetak

Civilno je društvo teško definirati, ali uglavnom se shvaća kao zaštita pojedinca i njegove obitelji od države. Razvoj i stanje hrvatskog civilnog društva posebno je zanimljiv zbog političke transformacije koja se nedavno odvila. Civilno se društvo nužno povezuje s volonterskim angažmanom. Volonteri kroz dobrovoljan i neplaćen rad poboljšavaju i jačaju zajednicu. Njihova je sklonost ka volontiranju povezana s određenim vrijednostima koje se manifestiraju i u njihovu provođenju slobodnog vremena. Društvene mreže, osim za provođenje slobodnog vremena, mogu služiti i kao alat za društveni aktivizam.

Ovo je istraživanje provedeno u srpnju i kolovozu 2021. godine na prigodnom uzorku mladih splitskih volontera pomoću *online* anketnog upitnika. Težilo je ispitati iskustva mladih u volontiranju te ulogu online aktivizma. Statistička je analiza podataka pokazala kako su sudionici najčešće volontirali za neformalnu organizaciju civilnog društva na tjednoj razini, najčešće su kako bi pomogli zajednici. Od vrijednosti su najpoželjnijima smatrali slobodu i ravnopravnost svih društvenih skupina te su izrazili zadovoljstvo udrugom/organizacijom za koju volontiraju. Iako udruga/organizacija za koju volontiraju ima profil na društvenim mrežama, volonteri nisu bili skloni objavljivanju i dijeljenju sadržaja. Također, uočene su razlike s obzirom na spol među nekim oblicima volontiranja, razlozima za volontiranje, vrijednostima volontera i dijeljenju sadržaja na Instagramu.

**Ključne riječi:** civilno društvo, volonteri, vrijednosti, društveni aktivizam

## Summary

Although civil society is difficult to define, it is mostly understood as a protective barrier between an individual and their family from the government. The evolution and condition of the Croatian civil society are especially interesting because of the political transformation of Croatia in the recent times. The civil society is inherently associated with volunteers. Through voluntary and free work, volunteers improve and strengthen the community. Their tendency to volunteer is associated with a set of values that also manifest in the way they spend their free time. Social media, in addition to spending free time, can also serve as a tool for social activism.

This research was conducted in July and August of 2021. with young volunteers of Split. They were sent an online survey which aimed to research their experiences with volunteering and the role of online activism. Statistical analysis has shown that the participants of this research most often volunteered for a non-profit organization on a weekly basis to improve their community. They mostly valued freedom and equality between all social groups. They were mostly satisfied with the organization they volunteered for. Although the organization they volunteered for had a profile on social media, the volunteers were not prone to posting or sharing content. There were differences between sexes when it came to some forms of volunteering, motivations to volunteer, volunteer's values and sharing content on Instagram.

**Keywords:** civil society, volunteers, values, social activism



## **Bilješka o autorici**

Nina Medvidović rođena je 15.6.1999. u Splitu gdje je završila osnovnu školu i Prvu jezičnu gimnaziju. Studij jednopredmetne sociologije istraživačkog smjera upisuje 2018. godine na Filozofskom fakultetu u Splitu. Velik interes pokazuje za društveni aktivizam i volontiranje, posebice zbog vlastitog angažmana u više udruga civilnog društva i volonterskih akcija, koji je inspirirao završni rad na temu društvenog aktivizma iz perspektive volontera.

Email: [nmedvidovic@ffst.hr](mailto:nmedvidovic@ffst.hr); [ninamedvid156@gmail.com](mailto:ninamedvid156@gmail.com)

SVEUČILIŠTE U SPLITU  
FILOZOFSKI FAKULTET

**IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI**

kojom ja NINA MEDVIDOVIĆ, kao pristupnik/pristupnica za stjecanje zvanja sveučilišnog/e prvostupnika/ce SOCIOLOGIJE, izjavljujem da je ovaj završni rad rezultat isključivo mogega vlastitoga rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio završnog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Split, 20.9. 2021.

Potpis Nina Medvidović

**OBRAZAC I.P.****IZJAVA O POHRANI ZAVRŠNOG / DIPLOMSKOG RADA U DIGITALNI  
REPOZITORIJ FILOZOFSKOG FAKULTETA U SPLITU**

|                                                |                                                                                                                            |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| STUDENT/ICA                                    | NINA MEDVIDOVIĆ                                                                                                            |
| NASLOV RADA                                    | DRUŠTVENI AKTIVIZAM IZ PERSPEKTIVE<br>VOLONTERA: SOCIOLOŠKO ISTRAŽIVANJE                                                   |
| VRSTA RADA                                     | ZAVRŠNI RAD                                                                                                                |
| ZNANSTVENO PODRUČJE                            | DRUŠTVENE ZNANOSTI                                                                                                         |
| ZNANSTVENO POLJE                               | SOCIOLOGIJA                                                                                                                |
| MENTOR/ICA (ime, prezime, zvanje)              | PROF. DR. SC. MARIJA LONČAR                                                                                                |
| KOMENTOR/ICA (ime, prezime, zvanje)            |                                                                                                                            |
| ČLANOVI POVJERENSTVA (ime,<br>prezime, zvanje) | 1. PROF. DR. SC. MARIJA LONČAR<br>2. IZV. PROF. DR. SC. GORANA BANDAJOVIĆ<br>3. IZV. PROF. DR. SC. ZORANA ŠULJUG<br>VUČICA |

Ovom izjavom potvrđujem da sam autor/ica predanog završnog/diplomskog rada (zaokružiti odgovarajuće) i da sadržaj njegove elektroničke inačice u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i nakon obrane uređenog rada. Slažem se da taj rad, koji će biti trajno pohranjen u Digitalnom repozitoriju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Splitu i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama *Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju*, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15, 131/17), bude (zaokružiti odgovarajuće):

- ☒ a.) u otvorenom pristupu
- b.) rad dostupan studentima i djelatnicima Filozofskog fakulteta u Splitu
- c.) rad dostupan široj javnosti, ali nakon proteka 6/12/24 mjeseci (zaokružiti odgovarajući broj mjeseci)

U slučaju potrebe dodatnog ograničavanja pristupa Vašem ocjenskom radu, podnosi se obrazloženi zahtjev nadležnom tijelu u ustanovi.

SPLIT, 20.9.2021.

mjesto, datum

Nina Medvidović

potpis studenta/ice