

Уна Забунов

Универзитет у Београду, Факултет политичких наука

DOI 10.5937/kultura2380157Z

УДК 316.774:004.738.5

316.472.4: 004.7

Прегледни рад

Датум пријема: 05. 05. 2023.

Датум прихватања: 27. 09. 2023.

ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ И ДИГИТАЛНИ ЈАЗ

Сажетак: У раду се анализира какав дигитални јаз данас стварају друштвене мреже и на који начин се то одражава на друштво. Услон друштвених мрежа довео је до новој облика дигиталној јазу, па једнак присутност интернету није више једини фактор који ствара баријеру за повезивање. Данас се корисници сусрећу са изазовима коришћења друштвених мрежа збој недостигака већина и збој утицаја друштвеној кинетика. Стога, последице дигиталној јазу на друштвеним мрежама одражавају се на друштвене односе и комуникацију, економски најредак и учешће у политичком животи. Интернет корисницима је данас на располагању мноштво концептуално различитих друштвених мрежа, као што су то Твиттер, Инстаграм или Јутијуб, и свака од њих у складу са својим специфичностима подстиче јачање дигиталној јазу. Међутим, не треба друштвене мреже посматрати једнострано, искључиво као платформе које појачавају дигитални јаз. Друштвене мреже итекако могу помоћи и у смањењу дигиталној јазу тако што ће корисницима помоћи у едукацији, изражењу посла или информисању.

Кључне речи: друштвене мреже, дигитални јаз, умрежавање, алгоритам, Београд

Увод

Иако је укупан број људи који имају приступ интернету значајно порастао протеклих година, још увек је значајан број оних којима недостаје веза са глобалном мрежом. Према студији спроведеној 2022. године, око 2,7 милијарди људи у свету и даље нема приступ основној интернет конекцији, што чини 34% популације.¹ С обзиром на то да постоји „неједнакост у приступу, употреби и познавању информацијских и комуникационих технологија”², дигитални јаз је и даље препрека за кохерентно „укључено” друштво.

1 International Telecommunication Union, *Measuring digital development: Facts and Figures 2022*, 11. 04. 2023., <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2022/>

2 Hargittai, E. (2002) *Second-level digital divide: Differences in people's online skills*. First Monday, 7(4). 11. 04. 2023., <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/942/864>

Аутори који су у интернету видели неслућене просторе деловања, у погледу увећавања општег знања и пружања новог облика друштвеног живота³, међу које можемо сврстати и аутора као што је Клеј Ширки (*Clay Shirky*), веровали су да ће се целокупна популација знатно брже мигрирати у сајбер простор. Ширки је књизи *Ево сјижу сви: Какве се њромене дођађају када се људи удруже*, која се сматра значајном за разумевање рефлексивне интернетне на данашње друштво, већ у самом наслову најавио масовност конектованих људи. Ширки није узео у обзир постојање дигиталног јаз који успорава процес умрежавања целокупног друштва. Међутим, Дана Бојд (*Dana Boyd*), експерткиња за технологију и друштвене мреже, тврди да више и није кључно питање ко има приступ интернету или не, већ да се више треба фокусирати на „разумевање нијанси начина на који се људи баве дигиталним медијима”.⁴ Док се кроз Ширкијев рад прожима више перспектива по питању дигиталног јаз, рад Дана Бојд се везује за критичку перспективу, јер се она у својим радовима углавном бави анализирањем начина на које друштвене мреже појачавају дигитални јаз.

Истраживачи и научници најчешће посматрају питање дигиталног јаз на друштвеним мрежама кроз технолошки детерминизам (неједнак приступ друштвеним мрежама покреће јаз), друштвени детерминизам (друштвени, културни и економски фактори покрећу јаз), критичку перспективу (технологија и друштвени фактори доприносе јазу) и перспективу у чијем је средишту човек (технологија треба да је у служби човека). Поменуте перспективе се диференцирају према истицању технологије, друштвених фактора и нивоа усредсређености на човека. Да би се питање дигиталног јаз на друштвеним мрежама сагледало у потпуности и разумело који су то фактори неопходни за његово ефикасно решавање, неопходно је да се узму у обзир све поменуте перспективе.

Стога, у овом раду питање дигиталног јаз на друштвеним мрежама анализира се тако што се узимају у обзир све поменуте перспективе. Користећи мултиперспективну методологију, сагледаће се дигитални јаз на друштвеним мрежама из различитих углова и то узимајући у обзир како технолошке, тако и друштвене факторе који имају улогу у стварању јаз. Крајњи циљ аутора овог прегледног рада је да допринесе дубљем разумевању проблема и да сагледа потенцијалне факторе за решавање дигиталног јаз на друштвеним мрежама.

Такав приступ је важан, јер смо се са појавом и популаризацијом друштвених мрежа сусрели са потпуно новим обликом дигиталне искључености. Стога, једнак приступ интернету престао је да буде једини фактор који ствара баријеру за умрежавање. Данас се одређени корисници могу суочити са препрекама у приступу технологији или садржају због одсуства вештина за коришћење одређених платформи или медијске писмености.

3 Mansell, R. (2012) *Imagining the Internet: Communication, Innovation, and Governance*, Oxford University Press.

4 Boyd, D. (2014) *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, New Haven: Yale University Press, p. 17.

Постоје платформе које праве разлику међу корисницима на основу образовања и социо-економског статуса, а неретко од корисника подразумевају одређени ниво дигиталне писмености, приступ технологији и друштвени капитал како би се користиле у свом пуном капацитету. Тиме и тема дигиталног јаз добија нови угао посматрања и постаје поново значајна за истраживање због свих друштвених, економских и политичких последица неједнаког приступа.

Какав је јаз на друштвеним мрежама

Упркос томе што је повезивање људи у основи готово свих друштвених мрежа, оне такође могу на различите начине допринети и дигиталном јазу. Ономогућен приступ друштвеним мрежама може довести до одређених последица по друштвену и економску добробит људи. Стога, тема дигиталног јаз на друштвеним мрежама није само технолошко питање, већ подразумева и анализу учешћа друштвених и културних фактора. Друштвене мреже могу појачати већ постојеће разлике у друштву и стварање још већег дигиталног јаз на неколико начина, укључујући и:

1. Приступ технологији – Људи који живе у руралним областима могу имати ограничен приступ интернет инфраструктури, што знатно отежава приступ друштвеним мрежама и њихово коришћење. „Они који немају приступ технологијама могу бити искључени из важних друштвених и економских прилика.”⁵
2. Дигиталне вештине – „Друштвени медији могу понудити многе погодности као што је могућност повезивања са другима и дељење информација. Међутим, те добробити можда неће бити равномерно распоређене, јер они који немају дигиталне вештине могу бити изостављени.”⁶ Под дигиталним вештинама се углавном мисли на коришћење рачунара, претраживање интернета, креирање профила на друштвеним мрежама и активно коришћење, безбедно крстарење интернетом и разумевање питања приватности личних података.
3. Личне податке – Честе мете сајбер напада и злоупотребе података су корисници друштвених мрежа који нису довољно обавештени о дигиталној приватности. Последице могу бити озбиљне, јер, на пример, може доћи до финансијских губитака и крађе идентитета. У погледу економске неједнакости, треба имати на уму да корисници интернета који имају мање ресурса неретко користе бесплатне алате или услуге, а које заузврат прикупљају

5 Van Dijk, J. *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, edited by Lievrouw, L. and Livingstone, S. (2010), London: SAGE Publications Ltd, p. 34.

6 Mossberger, K. *The Oxford Handbook of Political Communication*, edited by Kenski, K. and Hall Jamieson, K. (2014), Oxford: Oxford University Press, p. 571.

личне податке са сврхом да их користе за рекламирање. И саме платформе за рекламе, као што су Мета и Гугл, користе личне податке о понашању корисника и на тај начин бирају коме ће пласирати одређене огласе. Ове технолошке компаније промовишу нови облик моћи коју Зубоф назива „инструментаризам”, а која има за циљ да предвиди и модификује понашање друштва.

4. Дигиталну медијску писменост – „Дигитална медијска писменост подразумева више од једноставног приступа дигиталним медијима. То значи поседовање вештина за анализу и процену огромних количина информација доступних у данашњем хипер-повезаном свету, те коришћење ових информација ефикасно и етички.”⁷ Док је код дигиталних вештина акценат на опште познавање технологија, концепт дигиталне медијске писмености се заснива на разумевању и критичкој анализи медијских садржаја који се деле на друштвеним мрежама. Велики је број аутора који истичу важност дигиталне писмености у њој виде решење за сузбијање дигиталног јаза на мрежама.
5. Језичке и културне баријере – Језичке и културне баријере могу утицати на то како људи користе друштвене мреже и на који начин се групишу у онлајн заједницу. Језичке баријере остају значајан изазов за кориснике друштвених медија, посебно за оне који не говоре енглески.⁸ Комуникација на друштвеним мрежама може бити тешка, посебно када се појаве културне разлике.⁹
6. Друштвени капитал – „Платформе друштвених медија могу погоршати неједнакости које постоје изван мреже. На пример, они који имају већи приступ ресурсима и друштвеним везама могу ефикасније искористити те ресурсе и везе на платформама друштвених медија за разлику од оних са мање ресурса.”¹⁰

Имајући у виду овакву поделу, можемо закључити да су последице дигиталног јаза на друштвеним мрежама одражавају на друштвене односе и комуникацију, економски напредак и активно учешће грађана у политичком животу.

7 Hobbs, R. (2010) *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*, Washington: The Aspen Institute, p. 2

8 Cainas, J. on Language Barriers on Social Media, 22. May 2018, 18. 04. 2023., <https://www.socialmediatoday.com/news/language-barriers-on-social-media/524633/> .

9 Rutledge, P. on *The Importance of Empathy in Social Media*, 2015, 18. 04. 2023., <https://www.psychologytoday.com/us/blog/positively-media/201502/the-importance-empathy-in-social-media>

10 Hargittai, E. (2022) *Social Inequality and Digital Access: The Politics of Information in Latin America and the Caribbean*, edited by Ragnedda, M. and Carrasco, A.M., Santiago: United Nations publication, p. 34.

Дигитални јаз може бити изражен између различитих генерација и огледа се у томе да постоје разлике у начину на који се користе друштвене мреже, како се конзумирају и деле информације. Јаз који се ствара у зависности од старосне групе људи, односно због генерацијских разлика најчешће се односи на:

1. Медијску писменост – Генерација „Z”¹¹ се сматра „дигиталним домороцима”, односно генерацијом која је одрасла уз технологију и којима коришћење друштвених мрежа не представља никакву непознаницу. Изазови са којима се сусреће генерација „Z” на друштвеним мрежама јесте медијска писменост, због велике количине дезинформација и лажних вести. За ову генерацију професорка Џули Смит (*Julie Smith*) каже да је „одрасла у свету у којем су информације лако доступне, али недостаје им способност критичке процене тих информација”.¹² Према истраживању из 2021. године¹³, на тему како млади перципирају вести, чак 44% америчких средњошколаца каже да се осећа сигурно по питању личне способности да се уоче лажне вести, док остатак има проблем са разликовањем правих и лажних вести. Медијска писменост и друштвене мреже су актуелна тема и за младе у Европи. Наиме, према истраживањима из 2020. године¹⁴, само 47% младих се изјаснило да верују у своју процену да препознају лажне вести. Према истом том истраживању, 70% испитане омладине истиче да се примарно информише путем друштвених мрежа.
2. Приступ технологији – Старији корисници пре могу имати потешкоћа у прилагођавању новој технологији или можда немају адекватан приступ интернету. „Постоји растући јаз између млађих и старијих генерација када је у питању технологија, при чему млађи су млађи људи комфорнији са дигиталним алатима, а старији се боре да прате корак.”¹⁵

Са дигиталним јазом на друштвеним мрежама сусрећу се и особе са инвалидитетом, јер имају потешкоће да искористе ове платформе за умрежавање са другима као и за конзумацију садржаја. Неретко се суочавају са физичким или когнитивним баријерама које отежавају коришћење друштвених мрежа, јер оне нису дизајниране тако да буду једноставне за коришћење особама са инвалидитетом. У истраживању са особама са инвалидитетом које су спровеле Уједињене нације,

11 Генерација рођена у периоду од 1990. године до 2010. године.

12 Smith, J. (2020) *Teaching media literacy in the age of misinformation*, Educational Leadership, 77(4), p. 50.

13 Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L. and Nielsen, R. K. (2021) Digital News Report 2021. Reuters Institute for the Study of Journalism. 14. 04. 2023., <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>.

14 European Commission (2020) Young Europeans and fake news. 12. 04. 2023., <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/young-europeans-and-fake-news>.

15 Sandberg, S. (2022) *World Economic Forum Annual Meeting*, Davos, Švajcarska.

54% испитаника је рекло да су имали препреке у коришћењу дигиталних технологија.

Пет држава (Индија, Кина, Северна Кореја, Иран и Турска) су својим држављанима блокирали приступ неким друштвеним мрежама због одређених економских, политичких и друштвених фактора. Овакав вид забране приступа друштвеним мрежама се одражава на друштво које стреми ка томе да буде демократско. Роберт Мекчесни (*Robert McChesney*) истиче да је важно да постоји потреба за већом пажњом и интервенцијом како би се осигурало да ове платформе служе интересима демократије и једнакости.¹⁶

Узимајући у обзир све уочене факторе који доприносе јачању већ постојећих разлика у друштву, можемо закључити да су најчешће дигиталном јазу на друштвеним мрежама изложени људи у социо-економском неповољнијем положају, укључујући људе из домаћинстава са нижим приходима, особе са инвалидитетом, људи који живе у руралним подручјима или у земљама где су мреже забрањене.

Алгоритми и дигитални јаз

Када се говори о дигиталном јазу и друштвеним мрежама, важно је размотрити и улогу коју имају у стварању неједнакости и њихови алгоритми. Пре свега, зато што они „јачају постојеће предрасуде и идеологије”.¹⁷ Истраживачи и научници су кроз своја истраживања идентификовали неколико начина на који алгоритми појачавају дигитални јаз на друштвеним мрежама:

1. Одсуство неутралности – На мрежама долази до фаворизовања одређених група људи, што доприноси дигиталном јазу. Због тога се алгоритмима приписује субјективност, односно уочава се да „алгоритми нису неутрални; они одржавају вредности, предрасуде и интересе својих креатора”.¹⁸ Алгоритми друштвених мрежа „јачају неједнакост дајући приоритет садржају етаблираних и моћних корисника”.¹⁹
2. Филтрирање информација – Садржај који алгоритми пласирају корисницима неретко је у складу са личним уверењима и вредностима тих корисника. Окружени садржајем који осликава једностраност, корисници живе у „свом мехуру” и тиме су раздвојени од остатка друштва. Алгоритми су „вођени

16 McChesney, R. W. (2013) *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*, The New Press.

17 Zuboff, S. (2019) *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, New York City: PublicAffairs, p. 112.

18 Noble, S. U. (2018) *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*, New York: NYU Press. p. 19.

19 Boyd, D. (2014) *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, New Haven: Yale University Press, p. 167.

профитом и ангажманом приликом одабира садржаја који приказују корисницима, а не јавним добром или демократским вредностима”.²⁰ Они су створили дигитални јаз који „појачава гласове моћних и утишава оне који немају приступ истим ресурсима и могућностима”.²¹

3. Различито корисничко искуство – Алгоритми прате понашање корисника на друштвеним мрежама и имајући у виду све прикупљене податке о некоме доносе одлуке шта се од информација и садржаја пласира том кориснику. То није добро јер „алгоритми персонализацијом могу створити дигитални јаз раздвајањем корисника у групе на основу њихових преференција и интереса”.²²
4. Оглашавање неједнакости – Оглашавање на друштвеним мрежама се ослања на податке прикупљене о понашању корисника на дигиталним платформама анализирајући шта претражују, шта коментаришу и на основу тога приказује рекламе. „Алгоритми оглашавања могу ојачати постојеће економске неједнакости циљањем огласа на одређене демографске категорије и јачањем њихових образаца куповине”.²³

Нису све мреже истие

Због комплексности питања и учешћа више фактора, тешко би било рангирати друштвене мреже по критеријуму јачине интензитета стварања дигиталног јаз. Међутим, поједина истраживања сугеришу да одређене мреже могу продубити већ постојеће неједнакости и да се међусобно разликују по питању начина на који утичу на јаз.

- Твитер (Twitter) – Студија о хомофилији је открила да корисници Твитера који живе у насељима са вишим степеном образовања и већим приходима чешће прате друге кориснике Твитера који деле њихове демографске карактеристике. На овај начин људи су изложени само мишљењима која су у складу са њиховим што може додатно појачати постојеће социо-економске поделе. „Друштвени медији могу допринети дигиталном јазу настављајући постојеће неједнакости кроз ефекат хомофилије, где је вероватније да ће људи следити друге кориснике који деле њихове демографске карактеристике.”²⁴

20 Roberts, S. T. (2019) *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*, London: Yale University Press, p. 18.

21 Noble, S. U. (2018) *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*, New York: NYU Press, p. 4.

22 Yeung, K. (2018) *Artificial intelligence and the challenge of equality*, *AI & Society*, 33(4), p. 574.

23 Newman, N. (2017) *Digital Discrimination: Big Data, Surveillance, and Reproduction of Social Inequalities*, Routledge, p. 58.

24 González-Bailón, S., Borge-Holthoefer, J., Rivero, A. and Moreno, Y. (2011) *The dynamics of pro-*

- Инстаграм (Instagram) и Снепчет (Snapchat) – „Инстаграм и Снепчет су популарнији међу млађим корисницима и корисницима са вишим примањима, што би могло допринети дигиталном јазу на основу година и прихода.”²⁵ Млади су на Инстаграму изложени промовисању културе конзумеризма са циљем да постану купци популарних робних марки.
- Фејсбук (Facebook) – „Упркос свом циљу повезивања света, Фејсбук ризикује стварање 'дигиталне ниже класе' људи којима недостају дигиталне вештине и приступ потребан за потпуно партиципирање у платформи.”²⁶ Стварање дигиталне подкласе на овој мрежи питање је које се односи на могућност приступа, утицај алгорита, приватност и сигурност.
- Тик Ток (TikTok) – Како је реч о младој, брзо растућој мрежи и не постоји велики број истраживања на тему Тик Тока и дигиталног јаза. Међутим, према доступним статистикама може се закључити да је са овом мрежом слично као са Снепчетом. Користе је млађи и боље ситуирани корисници.²⁷ Суштина ове мреже је стварање глобалних трендова које корисници опонашају. Корисници који овој мрежи приступају без знања о самом њеном концепту, веома се лако могу наћи у ситуацији да не разумеју садржај који им се приказује.
- Линкдин (Linkedin) и Јутјуб (YouTube) – Линкедин је пословна мрежа која представља неку врсту онлајн (online) биографије и један од предуслова коришћења мреже је да корисник зна како да креира „снажан” лични профил, који истиче њихове вештине. Такође, потребно је да знају како да се повежу са другим људима из своје индустрије и повећају себи могућност запошљавања. Јутјуб је платформа за потхрањивање и размену видео садржаја, што значи да корисници треба да познају технике креирања видео материјала. „Многим људима недостају вештине или знање потребне за ефикасно коришћење ових платформи.”²⁸

Смањивање дигиталног јаза

Било би потпуно погрешно посматрати друштвене мреже искључиво као платформе које доприносе продубљивању дигиталног јаза. Напротив, друштвене мре-

test recruitment through an online network. Scientific reports, 1(1), 197., <https://doi.org/10.1038/srep00197>

25 Pew Research Center (2018) *Social Media Use in 2018*, 12. 04. 2023. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018>

26 Roberts, A. J. and Potts, J. (2016) *An elusive quest: Bridging the digital divide in the United States. Telecommunications Policy*, 40(9), pp. 888-903.

27 Pew Research Center, *Social Media Use in 2021*, 2021, 12. 04. 2023., <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>

28 Educause, *Digital Divide*, 2020, 12. 04. 2023., <https://er.educause.edu/topics/teaching-and-learning/digital-divide>

же могу бити значајне и у смањивању дигиталног јаз а то тако што ће корисницима помоћи у едукацији, тражењу посла или информисању.

Јутјуб и друге платформе за размену видео садржаја могу бити моћан алат за образовање, тако што пружају приступ ресурсима за учење и мањинским заједницама помажу у премошћавању дигиталног јаз а.²⁹ Фејсбук и друге друштвене мреже могу послужити као платформе за изградњу заједнице и колаборацију, посебно за групе у неповољном положају, и могу помоћи у превазилажењу дигиталног јаз пружањем адекватног приступа информацијама и ресурсима.³⁰ Инстаграм и Фејсбук су неке од најчешће коришћених друштвених мрежа на глобалном нивоу и оне имају потенцијал како да појачају тако и да ублаже дигитални јаз. Дакле, закључује се да су друштвене мреже истовремено и део проблема и део решења дигиталног јаз а. Међутим, нису оне једине које могу допринети да се умањи постојећи јаз на мрежама. И сами корисници друштвених мрежа могу да се организују на интернету³¹ и користећи снагу онлајн активизма допринети подизању свести и дијалогу између различитих група корисника, а све у циљу креирања укључиве дигиталне заједнице. Велики је број истраживача који издвајају дигиталну медијску писменост као решење које води ка смањењу дигиталног јаз а на мрежама.

Сузбијање разлика лежи и у развијању платформи и алгоритама који ће уважити ове изазове, јер „ослањајући се на напредак дигиталне информационе технологије, можемо изградити прикладније друштвене мреже”.³² Регулаторна тела и владе у различитим земљама такође имају значајну улогу у подстицању теме и решавању изазова које доноси дигитални јаз на друштвеним мрежама. Уједињене нације су, на пример, у настојању да се превазиђе глобални дигитални јаз, основале Радну групу за информационе и комуникационе технологије.³³

Дакле, смањивање дигиталног јаз а на друштвеним мрежама подразумева сложен приступ који узима у обзир различите аспекте као што је информисање, рад регулаторних тела, развој бољих алгоритама или активно учешће корисника на друштвеним мрежама.

29 Chatterjea, K. (2012) Learning in the YouTube age, *International Journal of Information and Education Technology*, 2(3), pp. 214–218.

30 Robinson, L. (2010) A taste for the necessary: A Bourdieusian approach to digital inequality, *Information, Communication & Society*, 13(4), pp. 488–507.

31 Shirky, C. (2009) *Here Comes Everybody. How Change Happens When People Come Together*, New York: Penguin Books.

32 Liu, Z., Wei, Y., Li, Q. and Lan, J. (2021) *The Mediating Role of Social Capital in Digital Information Technology Poverty Reduction an Empirical Study in Urban and Rural China. Land*.

33 Hanna, K. T, on digital divide, 2021, 27. 09. 2023., <https://www.techtarget.com/whatis/definition/digital-divide>

Закључак

Након експанзије коришћења друштвених мрежа, поново се актуелизује тема дигиталног јаза и како се он одражава на друштво. Истраживачи и научници се мање баве темом ко данас има приступ интернету, већ анализирају на који начин су корисници друштвених мрежа изложени дигиталном јазу.

Упркос све већој доступности интернета и друштвених мрежа, дигитални јаз и даље постоји због различитих фактора као што су образовање, године старости, приходи и слично. Млади, на пример, имају све потребне техничке вештине за коришћење друштвених мрежа, али се суочавају са проблемом медијске писмености. Млађим генерацијама је знатно теже да у мору информација препознају лажне вести, док старије генерације имају потешкоће при приступу и коришћењу мрежа. За поједине маргинализоване заједнице приступ друштвеним мрежама и даље представља велики изазов.

Свака мрежа има своје специфичности и правила коришћења и у складу са тим утиче на појачавање дигиталног јаза. То практично значи да све друштвене мреже не делују једнако на дигитални јаз. Веома популарне друштвене мреже, попут Фејсбука или Инстаграма, користе се широм света, али због језичких и културних баријера корисници из различитих делова света могу на другачији начин да комуницирају на овим мрежама. На пример, идиоми специфични за једну земљу нису познати корисницима из остатка света, што може довести до отежане онлајн комуникације међу различитим заједницама. Поред тога, велику улогу у генерисању неједнакости на друштвеним мрежама имају сами алгоритми.

Да би се допринело смањењу дигиталног јаза на друштвеним мрежама и стварању праведније дигиталне будућности, неопходно је обратити пажњу на узорке подељености и решавање тих проблема може помоћи да се сузбије јаз и побољша приступ друштвеним мрежама. Анализирајући радове који се баве проблематиком дигиталног јаза на друштвеним мрежама закључује се да је од суштинске важности улагати у образовање медијске писмености, проширити приступ мрежама маргинализованим групама и подстицати конструктивну размену мишљења. Важну улогу у сузбијању дигиталног јаза на мрежама имају и сами идејни творци тих платформи као и званична регулаторна тела.

Иако друштвене мреже имају потенцијал да продубе већ постојеће неједнакости у друштву, оне имају потенцијал и да смање ту неједнакост. Оне, на пример, могу бити посебно корисне за промовисање различитости и подизање свести о маргинализованим групама. Решавање питања дигиталног јаза на друштвеним мрежама је пут ка стварању праведног и укљученог друштва, у којем сви имају прилику да активно користе све предности ових платформи.

ЛИТЕРАТУРА:

- Boyd, D. (2014) *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, New Haven: Yale University Press.
- Chatterjea, K. (2012) Learning in the YouTube age, *International Journal of Information and Education Technology*, 2(3), pp. 214–218.
- Cainas, J. Language Barriers on Social Media. *Social Media Today*. <https://www.socialmediatoday.com/news/language-barriers-on-social-media/524633/>.
- European Commission, Young Europeans and fake news, 2020, 22 May 2018, 12. 04. 2023., <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/young-europeans-and-fake-news>
- Educause, Digital Divide, 2020, 12. 04. 2023., <https://er.educause.edu/topics/teaching-and-learning/digital-divide>.
- González-Bailón, S, Borge-Holthoefer, J. Rivero, A. and Moreno, Y. (2011) The dynamics of protest recruitment through an online network. *Scientific reports*, 1(1), 197. 12. 04. 2023., <https://doi.org/10.1038/srep00197>.
- Hargittai, E. (2002) Second-level digital divide: Differences in people's online skills, *First Monday*, 7(4), Chicago: University of Illinois.
- Hobbs, R. (2010) *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*, Washington: The Aspen Institute.
- Hargittai, E. *Social Inequality and Digital Access: The Politics of Information in Latin America and the Caribbean*, edited by Ragnedda, M. and Carrasco, A. M. (2022), Santiago: United Nations publication.
- Hanna, K. T, on digital divide, 2021, 27. 09. 2023. <https://www.techtarget.com/whatis/definition/digital-divide>
- International Telecommunication Union, Measuring digital development: Facts and Figures 2022, 2022., 11. 04. 2023., <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2022/>
- Mossberger, K. *The Oxford Handbook of Political Communication*, edited by Kenski, K. and Hall J. K. (2014), Oxford: Oxford University Press.
- Mansell, R. (2012) *Imagining the Internet: Communication, Innovation, and Governance*, Oxford University Press.
- McChesney, R. W. (2013) *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*, The New Press.
- Noble, S. U. (2018) *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*, New York: NYU Press.
- Newman, N, Fletcher, R. Kalogeropoulos, A. Levy, D. A. L. and Nielsen, R. K. (2021) *Digital News Report 2021*. Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>
- Newman, N. (2017) *Digital Discrimination: Big Data, Surveillance, and Reproduction of Social Inequalities*, Routledge.

- Pew Research Center, Social Media Use in 2021, 2021, 12. 04. 2023., <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>.
- Pew Research Center, Social Media Use in 2018, 2018, 12. 04. 2023., <https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018>.
- Roberts, A. J. and Potts, J. (2016) An elusive quest: Bridging the digital divide in the United States. *Telecommunications Policy*, 40(9), pp. 888–903.
- Roberts, S. T. (2019) *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*, London: Yale University Press.
- Robinson, L. (2010) A taste for the necessary: A Bourdieusian approach to digital inequality, *Information, Communication & Society*, 13(4), pp. 488–507.
- Rutledge, P. (2015) The Importance of Empathy in Social Media, *Psychology Today*, <https://www.psychologytoday.com/us/blog/positively-media/201502/the-importance-empathy-in-social-media>.
- Sandberg, S. (2022) *World Economic Forum Annual Meeting*, Davos, Švajcarska.
- Smith, J. (2020) Teaching media literacy in the age of misinformation, *Educational Leadership*, 77(4).
- Steyer, J. on News and America's Kids: How Young People Perceive and Are Impacted, by the News Common Sense Media Conference, San Francisco, 2017, 12. 04. 2023. <https://www.common sense media.org/research/news-and-americas-kids-how-young-people-perceive-and-are-impacted-by-the-news>.
- Shirky, C. (2009) *Here Comes Everybody. How Change Happens When People Come Together*, New York: Penguin Books.
- United Nations, on Disability and Technology, 2020, 12. 04. 2023., <https://www.un.org/development/desa/disabilities/resources/disability-and-technology.html>.
- Van Dijk, J. *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*, edited by Lievrouw, L. and Livingstone, S. (2010), London: SAGE Publications Ltd.
- Yeung, K. (2018) Artificial intelligence and the challenge of equality, *AI & Society*, 33(4), pp. 569–581.
- Zuboff, S. (2019) *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, New York City: PublicAffairs.

Una Zabunov

University of Belgrade, Faculty of Political Sciences

SOCIAL NETWORKS AND THE DIGITAL DIVIDE

Abstract: The paper analyses the digital divide created by social networks today and how it affects society. The rise of social networks has led to a new form of digital divide, so equal access to the Internet is no longer the only factor that creates a barrier to connectivity. Today, people face challenges in using social networks due to their lack of skills and the influence of social capital. Therefore, the effects of the digital divide on social networks are reflected in social relations and communication, economic progress and participation in political life. Today, the Internet users have at their disposal a multitude of conceptually different social networks, such as Twitter, Instagram or YouTube. Each of them, in accordance with its specifics, incites the deepening of the digital divide. However, social networks should not be viewed unilaterally and solely as platforms that fuel the digital divide. Social networks can really help reduce the digital divide by helping users in education, searching for jobs or information.

Key words: *social networks, digital divide, networking, algorithm, Belgrade*