



**UNIVERZITET U SARAJEVU**  
**FAKULTET POLITIČKIH NAUKA**  
**ODSJEK KOMUNIKOLOGIJA (PR)**

**„UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA EMOCIONALNI ŽIVOT  
POJEDINCA“**

**-magistarski rad-**

**Kandidatkinja:**

**Elma Hrustić**

**Broj indexa: 1048/II-K**

**Mentorica:**

**Doc.dr. Irena Praskač - Salčin**

**Sarajevo, juli 2023. godine.**



**ODSJEK KOMUNIKOLOGIJA (PR)**

**Utjecaj društvenih mreža na emocionalni život pojedinca**

**-magistarski rad-**

Kandidatkinja:

Elma Hrustić

Broj indexa: 1048/II-K

Mentorica:

Doc.dr. Irena Praskač - Salčin

Sarajevo, juli 2023. godine

# UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA EMOCIONALNI ŽIVOT POJEDINCA

Elma Hrustić

## Sažetak

U posljednjih nekoliko godina došlo je do velikog razvoja društvenih mreža. To je utjecalo na samu komunikaciju koja je zahvaljujući tom razvoju ubrzana, te je korisnicima omogućen brži pristup traženim informacijama, ali je data i mogućnost iznošenja vlastitog mišljenja te aktivnog učešća o prije u aktualnim temama. Cilj ovog magistarskog rada jeste analiza utjecaja društvenih mreža na emotivni život pojedinca te u kojoj mjeri korisnici izražavaju pozitivne i negativne emocije putem mreža. Također, u radu će se napraviti osvrt na glavne karakteristike, dijagnostičke kriterije te etiologiju nastanka poremećaja u ponašanju koje izazivaju društvene mreže.

**Ključne riječi:** društvene mreže, emocije, komunikacija, emocionalne vještine, informacijsko društvo

## THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON THE EMOTIONAL LIFE OF INDIVIDUALS

Elma Hrustić

### Summary

In the last few years, there has been a great development of social networks. This influenced communication itself, which was accelerated thanks to this development, and users were given faster access to the requested information, but also the opportunity to express their own opinion and actively participate in current topics. The goal of this master's thesis is to analyze the impact of social networks on the emotional life of an individual and to what extent users express positive and negative emotions through networks. Also, there we will review the main characteristics, diagnostic criteria and etiology of behavior disorders caused by social networks.

## SADRŽAJ

Sažetak .....	3
UVOD.....	6
I METODOLOŠKI OKVIR RADA .....	8
1. Predmet i obrazloženje teme .....	8
2. Problem istraživanja.....	9
3. Teorijska osnova istraživanja.....	10
4. Cilj istraživanja .....	10
4.1. Društveni ciljevi .....	11
4.2. Naučni ciljevi .....	11
5. Metode istraživanja.....	12
6. Sistem hipoteza.....	12
7. Planirani doprinos teze teoriji i praksi .....	13
8. Vremensko i prostorno određenje istraživanja .....	13
II TEORIJSKE OSNOVE RADA .....	14
1. Emocije i međuljudski odnosi.....	14
1.1. Ličnost.....	16
1.2. Emocije .....	19
1.3. Emocionalna regulacija.....	21
1.4. Emocionalni faktori .....	23
2. Psihičko zdravlje.....	24
2.1. Mentalni poremećaji .....	27
2.2. Psihoteični poremećaji.....	28

3. Emocije i intimnost na društvenim mrežama .....	29
3.1. Društvene mreže i psihičko zdravlje korisnika .....	31
3.2. Komunikacija kao ključan faktor za održavanje odnosa .....	34
3.3. Društvene mreže i odnosi među partnerima .....	36
3.4. Društvene mreže u informacijskom društvu .....	37
3.5. Virtuelna zajednica i digitalna komunikacija .....	39
3.6. Društvene mreže- značaj i obilježja .....	40
3.7. Podjela društvenih mreža .....	42
3.8. Društvene mreže današnjice .....	44
3.8.1. Facebook .....	44
3.8.2. Instagram .....	45
3.8.3. Instagram influenseri .....	46
4. Prednosti i nedostaci društvenih mreža .....	48
4.1. Prednosti društvenih mreža .....	48
4.2. Nedostaci društvenih mreža .....	52
III Rezultati i analiza ankete .....	56
IV Zaključak .....	84
V POPIS GRAFIKONA .....	88
VI Literatura .....	90

## UVOD

Same odredbe naslova teme- utjecaj društvenih mreža na emocionalni život pojedinca nas obavezuju da se prilikom formulacije ovog problema oslonimo na dosadašnja saznanja o ovom predmetu istraživanja. S obzirom na veliki razvoj društvenih mreža možemo reći da su one prisutne u svakodnevnom životu većine stanovništva te istovremeno predstavljaju važan faktor. Veliki broj ljudi, naročito mlađe populacija ne bi mogli zamisliti svoj život bez interneta. Sam razvoj omogućio je aktivnu komunikaciju među korisnicima, učešće u raspravama o aktuelnim temama ali i lak pristup informacijama. Ovim su korisnici prestali biti pasivni posmatrači te uz veliku brzinu, lakoću i jednostavnost korištenja imaju mogućnost da reaguju na događaje koji se dešavaju oko njih, ali i one koji nisu direktno povezani s njima. Internet ruši sve barijere vremena i prostora te se daje mogućnost aktivnog angažmana korisnika.

Korištenje društvenih mreža je postalo svakodnevica, te se u ovom radu nastoji saznati da li ljudi svoje slobodno vrijeme ispunjavaju s njima ili su vremenom postali ovisnici. Kao primarni cilj ovoga rada jeste ispitivanje potreba i načina korištenja društvenih mreža kod mlađih osoba te zašto veliki broj njih ima potrebu za tim lažnim dokazivanjem i življenjem virtualnog života.

Društvene mreže su sa sobom donijele sasvim drugačije vrijednosti u životima ljudi, koje se često sukobe sa onim tradicionalnim na koje je većina navikla. Internet pruža veliki broj mogućnosti, te je često sklonište u koje ljudi bježe od stvarnosti. Nažalost za veliki broj ljudi, a naročito mlađe korisnike, društvene mreže predstavljaju pravi način života te tu upadaju u vrtlog virtualnog svijeta. Sam razvoj interneta i društvenih mreža doveo je do toga da su ona tradicionalna druženja srušena, izgubljeni su mnogi maniri te često dolazi do otuđenja odnosno asocijalnih osoba. Ovim razvojem je učinjen veliki utjecaj na samu komunikaciju među ljudima gdje se istovremeno mijenja sam kvalitet međuljudskih odnosa ali i način na koji mi vidimo sebe. Također, sa svojim razvojem društvene mreže su dovele do toga da ljudima postavljaju kriterijume u tome kako trebaju izgledati te nam nude veliki broj filtera koji popravljaju fizički izgled što naravno dovodi do lažnog predstavljanja.

Kroz provedenu anketu ćemo analizirati kako naša ciljna grupa koristi društvene mreže. Pitanja u anketi su usmjerena na to na koji način se koriste društvene mreže, ali i u koje svrhe. S obzirom da se popularnost na društvenim mrežama mjeri u broju pratitelja, lajkova i komentara, postavlja se pitanje da li su oni zapravo lažno mjerilo vrijednosti. Veliki broj korisnika, naročito mlađe populacije ima potrebu da se dokazuje putem društvenih mreža gdje nesvjesno plove u taj online imaginarni svijet.

Kada govorimo o teorijskom dijelu rada, prikazat ćemo sve one pojmove i teme koji su bitni kako bi se pravilno pristupilo metodološkom dijelu rada. Najveći fokus će biti na društvenu mrežu Instagram, koja danas važi za najpopularniju, ali kako bi ova mreža bila bolje shvaćena bitno je da objasnimo neke činjenice u vezi Facebook-a koji se pojavio prije te započeo to konstantno druženje u imaginarnom svijetu.

Kroz ovaj rad će se pokušati utvrditi koliko zapravo društvene mreže utječu na pojedinca, njegove emocije i predstavu stvarnosti. Također, pokušat ćemo istražiti da li je razvoj društvenih mreža imao za posljedicu da nas ograničava u komunikaciji s drugima te da li smo opet ostali samo pasivni posmatrači svega što se dešava oko nas, ostavljajući komentare na društvenim mrežama, a i dalje ne poduzimajući ništa drugo osim toga. Postavlja se pitanje da li su danas društvene mreže postale oruđe kojim je moguće promijeniti društvo ili se one ipak ne koriste na ispravan način.

Društvene mreže i njihove karakteristike, kako pozitivne tako i negativne predstavljene su u ovom radu. One su te koje su dovele do toga da ljudi biraju način na koji će se predstaviti drugima iako ponekad biraju pogrešan put. Kao što smo već spomenuli, kroz razvoj društvenih mreža došlo je do asocijacije ljudi, naročito mlađe populacije te su postavljene nove vrijednosti. Sve što smo naveli spada u teme na koje su odgovarali sudionici ankete te na taj način doprinijeli ovom radu i njegovoj autentičnosti.

# I METODOLOŠKI OKVIR RADA

## 1. Predmet i obrazloženje teme

Predmet ovog magistarskog rada su društvene mreže i njihov razvoj koji je veći svakoga dana, ali i njihov utjecaj na emocionalni život. Društvene mreže su se pojavile krajem 20. stoljeća te zbog svakodnevnog razvoja tehnologije, možemo reći da još uvijek nisu dobro istražene. Ovo istraživanje će se baviti utjecajima društvenih mreža na cjelokupno društvo, ali i na samog pojedinca. Problemu će se prvenstveno pristupiti komunikološki ali ovaj rad će biti interdisciplinarni te će pored komunikologije biti uključena i psihologija. Naravno, treba uzeti u obzir da još uvijek postoje određeni aspekti društvenih mreža koji nisu dovoljno istraženi a mogu imati značajan utjecaj na sprječavanje negativnih posljedica. Kroz istraživanje ćemo pokušati pronaći uzroke i prikazati osnovne pojmove koji su vezani za društvene mreže te njegove aspekte u komunikologiji i psihologiji, te potencijalna rješenja negativnih utjecaja.

Društvene mreže su posljednjih godina imale veliki utjecaj na samu komunikaciju tako što su je ubrzale i omogućile svim korisnicima da aktivno iskazuju svoje mišljenje o aktuelnim temama. Postalo je nemoguće zamisliti život bez društvenih mreža. S obzirom na sve prednosti koje društvene mreže nose sa sobom, počevši od brzine objavljivanja informacija, aktivnog učešća u aktuelnim temama, ljudi više nisu samo pasivni posmatrači. Društvene mreže ruše i prostorne i vremenske granice.

Istraživanje je fokusirano na to kakve pozitivne i negativne utjecaje društvene mreže imaju na emocionalni život ljudi. Naglasak je na utvrđivanju utjecaja dvije društvene mreže, Facebook-a koji se već smatra zastarjelim te jednim od najpopularnijih i najrasprostranjenijih, a to je Instagram, čime ćemo dobiti uvid u značaj društvenih mreža i njihovog utjecaja na emocije korisnika jer svakoga dana dolazi do porasta njihovog korištenja. Iako za cilj imaju olakšati pristup informacijama, zabaviti korisnike, ukoliko se koriste u većim količinama mogu izazvati ovisnost koja sa sobom nosi niz negativnih posljedica.



## 2. Problem istraživanja

Problem ovog rada jeste sadržaj koji korisnici plasiraju putem društvenih mreža te da li sve ono što oni objavljuju na društvenim mrežama predstavlja realnost ili želju da je realnost takva. Jedan od problema jeste utjecaj društvenih mreža na emocionalni život pojedinca. Problem koji treba ispitati (potvrditi ili opovgnuti) je predstavljen kroz hipoteze koje govore o povezanosti društvenih mreža i lošim psihičkim zdravljem korisnika. Rad je koncipiran na temelju dosadašnjeg stepena spoznaje iz ovog područja, koja ukazuju uglavnom konzistentne rezultate.

**Problemsko pitanje:** „Kako društvene mreže utječu na emocije i percepciju stvarnosti?

Na osnovu navedenog, definisani su osnovni pojmovi istraživanja:

1. *Društvene mreže*- „Društvene mreže postale su sastavni dio svakodnevnog života milijuna ljudi omogućavajući nam da održavamo kontakte s osobama s kojima bismo inače bili vrlo slabo povezani. Osnovna karakteristika društvenih mreža je da „omogućavaju stvaranje javnog ili polujavnog osobnog profila u okruženju s ograničenim pristupom, prikazivanje popisa ostalih korisnika s kojima dijele vezu, te sagledavanje i upravljanje vlastitim vezama i tuđim vezama unutar sustava. Društvene mreže među sobom se razlikuju po pravilima privatnosti, tko se smije pridružiti, što se može postaviti, te kako ostali vide mrežne veze i kako se kreću među njima. Ono što društvene mreže razlikuje od ostalih web stranica je da su na društvenim mrežama naše veze vidljive kako nama tako i svima koji su s nama povezani. Nadalje, za razliku od ostalih online grupa i zajednice, društvene mreže su organizirane oko ljudi, a ne tema.“ (Christakis, 2010)
1. *Emocije*- „Emocija je obično izazvana svjesnim ili nesvjesnim vrednovanjem nekog događaja bitnog za neki važan cilj; emocija se osjeća kao pozitivna kad se cilj ostvaruje, a kao negativna kad je ostvarivanje cilja zapriječeno.” (Oatley & Jenkins, 2003)
2. *Komunikacija*- „Komunikacija ima zadatak uspostavljanje informacijske veze između sustava koji imaju sposobnost primiti, memorirati, obrađivati i slati

- signale, a to su raznovrsni mediji i sredstva, koji omogućuju različite oblike prijenosa informacija. Mediji za prijenos informacija jesu, npr., tinta kojom se ispisuju određeni znakovi, zrak čijim se vibriranjem prenose akustični signali, električna struja čijim se impulsima prenose informacije u određenom kodu, svjetlost u optičkim kablovima ili svjetlovodima i drugi.“ (Sunajko, 2010)
3. *Emocionalne vještine*- „Možemo prestati govoriti o onome što osjećamo, ali ne možemo prestati o tome slati signale, jer emocije uvijek nađu načina da procure bilo preko tona glasa, pokreta i držanja tijela, bilo preko facijalnih ekspresija koje su najčešći izvor informacija o emocionalnom stanju osobe.“ (Petrović, 2007)
  4. *Informacijsko društvo*- „Eksplozivan rast interneta, telekomunikacije, povezivanje ljudi te mrežno poslovanje dovelo je do stvaranja informacijskoga društva. Takvo društvo temeljeno je na znanju i informacijama te je orijentirano na tehnološki razvoj. Informacijsko društvo jedan je oblik društvene organizacije gdje su informacija i informacijski procesi (proizvodnja, prijenos, odabir, obrada) veliki izvori produktivnosti i rasta u naprednim društvima.“ (Žugić, 1987)

### **3. Teorijska osnova istraživanja**

Teorijska osnova istraživanja bazirana je na analizi osnovnih pojmova koji su vezani za fenomen društvenih mreža s posebnim osvrtom na područje Bosne i Hercegovine. Podaci će biti prikupljeni empirijski, ali će i teorijski omogućiti dobijanju kvalitetnih rezultata istraživanja, odnosno nivou pojave društvenih mreža i njihovih razmjera.

### **4. Cilj istraživanja**

Cilj rada jeste osvrta na glavne karakteristike, dijagnostičke kriterije etiologiju nastanka poremećaja emocionalnog i psihičkog zdravlja kod korisnika kroz različite teorijske grupacije. Kroz rad će se osvrnuti na potvrđivanje teze da su društvene mreže zapravo mjesto ispovijesti gdje njegovi korisnici na lakši i jednostavniji način iznose svoja mišljenja, probleme ali i emocije. Cilj naučno- istraživačkog rada jeste da pronademo uzroke i razmotrimo pojavne oblike društvenih mreža, njihove sociološke aspekte ali i psihičke posljedice.

Istraživanjem utjecaja medija na emocionalni život ljudi možemo dobiti uvid u posljedice koje nastaju nakon medijskog izvještavanja o nekim događajima te koliko to zapravo utječe na formiranje mišljenja javnosti, odnosno uvid u to kako društvene mreže svjesno ali i nesvjesno utječu na život pojedinca. Kao jedan od najvažnijih ciljeva jeste prikazivanje istraživanja društvenih mreža kao fenomena uzevši u obzir da istraživanje utjecaja društvenih mreža na emocionalni život pojedinca i nije toliko prisutno u Bosni i Hercegovini. Ovim radom se želi postići zainteresovanost za daljnja istraživanja i razradu ovog uveliko prisutnog fenomena. Ovo istraživanje ima dvije vrste ciljeva: društvene i naučne.

#### **4.1. Društveni ciljevi**

Kada govorimo o društvenim ciljevima, korist istraživaja može biti to da će se na osnovu rezultata poboljšati i probuditi svijest kod građana, naročito kod mlađe populacije koja je izložena velikom utjecaju društvenih mreža bez mogućnosti da se odbrani, te rezultate istraživanja primjeniti u vladinim i nevladinim organizacijama koje imaju veliku moć. Korisnici rezultata ovih istraživanja mogu biti i mediji i javnost, jer se u konačnici tiče obje grupe. Načini na koje će se koristiti zavisi od samih rezultata. Ukoliko se utvrdi da je negativan utjecaj društvenih mreža dominantniji od pozitivnog utjecaja, potrebno je raditi na samoj važnosti ove teme jer se svakodnevno susrećemo sa lošim vijestima koje se tiču nasilja putem interneta.

#### **4.2. Naučni ciljevi**

Kada je riječ o znanstvenim ciljevima ovog magistarskog rada, deskriptivni cilj bi bio utvrditi kakvi su stavovi stanovnika Bosne i Hercegovine o utjecaju društvenih mreža na njihove živote.

## **5. Metode istraživanja**

Za izradu ovog magistaraskog rada korištena je dostupna naučna i stručna literatura kao i naučni tekstovi te drugi internetski izvori koji su iz područja komunikologije, psihologije, sociologije. U ostvarenju ciljeva rada primjenit će se metode analize i sinteze, indukcije i dedukcije, zatim metode analogije i komparacije.

Metode koje će se koristiti prilikom istraživanja su anketa, intervju i analiza sadržaja. Analiza sadržaja ima najvažniju ulogu za prikaz društvenih mreža i njihovog utjecaja kao bitnog društvenog fenomena na području Bosne i Hercegovine, te ćemo njome obuhvatiti sve ono što bi nam moglo pomoći prilikom ovog istraživanja uključujući svu literaturu, knjige i web stranice.

Anketiranje će se izvršiti online jer na ovaj način imamo mogućnost dostupnosti velikom uzorku koji je prikladan za ovo istraživanje zbog kvantitativne obrade podataka. Anketni upitnik je sastavljen u setovima koji imaju logički slijed kako bi se pitanja shvatila na pravi način. U anketi će biti uzeti u obzir stavovi svih dobnih skupina jer mediji ne utječu na svaku dobnu skupinu u istoj mjeri. Uzorak je formiran metodom slučajnog uzorka. Ukupno će biti distribuirano 170 anketnih upitnika na području Bosne i Hercegovine.

## **6. Sistem hipoteza**

**6.1. Generalna hipoteza: Utjecaj novih i on line medija na emocionalni život pojedinaca je nezamjetan i nepostojeći.**

**6.2. Pomoćna hipoteza 1:** Uz pomoć društvenih mreža pojedinac može poboljšati svoj status u društvu.

**Pomoćna hipoteza 2:** Društvene mreže povećavaju samopouzdanje korisnicima.

## **7. Planirani doprinos teze teoriji i praksi**

Kroz istraživanje koliki je zapravo utjecaj medija na emocionalni život ljudi, doći ćemo do saznanja na koje sve načine mediji mogu da utječu na naše živote. Ovo istraživanje će biti posebno korisno građanima i medijima u Bosni i Hercegovini jer se u ovoj državi ne pridaje velika pažnja nasilju koje se odvija putem interneta, informacijama koje se objavljuju bez obzira na to da li su one provjerene ili ne, povjerenju građana prema medijima itd. Danas je postalo nemoguće razdvojiti istinite i provjerene informacije od onih koje to nisu, te iz tog razloga često dolazi do stvaranja konflikta putem komentara na društvenim mrežama, uvjeravanja i slično, gdje ljudi uništavaju svoje psihičko zdravlje dajući preveliku pažnju virtuelnom svijetu. Kao primjer možemo navesti veliki broj samoubistava u posljednjem periodu, naročito osoba mlađe životne dobi.

## **8. Vremensko i prostorno određenje istraživanja**

Za istraživanje ove teme planira se period od šest mjeseci. U prva tri mjeseca istraživanja uključena je analiza i izučavanje literature kao i postavljanje teorijskog dijela. Nakon toga slijedi proučavanje pojedinačnih primjera kao i relevantnih sadržaja te anketiranje kako bi se doznali stavovi javnosti. Finalna obrada rada slijedi nakon analize prikupljenih podataka kao i priprema za prezentaciju njegovog sadržaja. Prostorno određenje predmeta istraživanja je područje Bosne i Hercegovine.

## II TEORIJSKE OSNOVE RADA

### 1. Emocije i međuljudski odnosi

Bitno je znati da odabir ljudi koji će biti u našem društvu ne predstavlja samo posljedicu određene privlačnosti i prijateljstva već u tome veliku ulogu imaju društveni položaj, spol, dob, porodični odnosi kao i naša prošlost. Time se oblikuju novi odnosi među ljudima te dolazi do ograničavanja slobode.

Ponašanje predstavlja bitno svojstvo ali i obilježje ljudi. Na navedeno pitanje su razne nauke i naučne discipline, religije i ideologije ponudile svoje odgovore. Osvrnut ćemo se na definisanje pojma iz ugla psihologije. Ponašanje ljudi, kao nužna osobina i sposobnost ljudi, osnova je i razlog raznovrsnih odnosa koji se uspostavljaju među ljudima. Ponašanje je pojam koji označava složeni realitet međusobno povezanih i često međusobno prožetih i međusobno zavisnih, manjkostnih, u načelu smislenih ciljnih i svrhovitih činjenja i djelanja, psihičkih i fizičkih, usmjerenih na rješavanju problema. Ponašanje ljudi je specifičan oblik ponašanja, koje se razlikuje od ponašanja drugih živih bića po tome što je pretežno zasnovano na svijesti, na postojanju uma, znanja i saznanja, pamćenja, učenja i planiranja, doživljavanja i emocija (Čekić, 2015). Možemo reći da su emocije taj ključni faktor u funkcionisanju pojedinca.

Postoji veliki broj faktora koje utječu na razvoj emocija kod pojedinca i uvijek postoji nešto što ih izaziva. Navest ćemo neke od njih. Emocije se razvijaju u zavisnosti od stava roditelja i to možemo vidjeti kroz negativne emocije koje proizilaze iz djece koja su razmažena (pridaje im se previše pažnje) ili ukoliko je dijete zanemareno. Zatim društvena sredina u velikom faktoru utječe na naše emocije. Ukoliko je dijete odraslo u sredini koja je smirena i normalna, dijete će naučiti da bude sklono tome dok će boravak sa osobama koje su razdražljivije utjecati da i dijete bude takvo. Umor je nešto što utječe na emocije ljudi svih starosnih dobi, te je normalno da smo osjetljiviji i brže reagujemo u nekim situacijama kada smo umorni, da se brže naljutimo, zaplačemo ili slično.

Prema ovome možemo zaključiti da je ponašanje jako širok pojam te se koristi u velikom broju naučnih disciplina. Kada govorimo o društvenim mrežama i ponašanju koje one mogu izazvati kod korisnika, bitno je naglasiti podjelu na normalno i patološko ponašanje. Bilo je mnogo pokušaja prilikom uspostavljanja kriterijuma u području ličnosti kako bi se mogla razlikovati normalnost od abnormalnosti. Neki od njih usmjereni su na obilježja koja karakteriziraju tzv. normalno ili idealno stanje duševnog zdravlja.

„Naravno teško je odvojiti ono normalno od patološkog u ljudskom ponašanju. Normalnim ponašanjem možemo nazvati onakvo ponašanje koje je u skladu s ljudskom naravi i zakonima zdravoga ljudskog organizma, razuma i općenito prihvaćenog načina komuniciranja. Kada osoba ili grupa ljudi postupa prema takvim standardima njihove akcije smatraju se normalnim. U protivnom slučaju dolazi se do abnormalnosti pojedinac ili zajednice. Oni gube motivacijsku ravnotežu, boluju u tjelesnom ili duševnom pogledu, a svoje reakcije ne mogu nadzirati. Stoga je njihovo ponašanje nepredvidivo, nenormalno i u krajnju ruku čudno” (Živan, 2005).

Normalno ponašanje predstavlja ono ponašanje koje je društveno prihvatljivo te je u skladu s njegovim normama i pravilima u određenom vremenu i prostoru. Nešto što je bitno naglasiti jeste da ta pravila važe u dužem vremenskom period i da njihovom rušenju teže dvije vrste osporavanja. Kao pozitivne devijacije možemo navesti one djelatnosti koje teže ka unaprjeđenju razvoja društva tj. sve pozitivne aktivnosti koje vode tome da se ruše barijere napretka društva koje sadrže važeće norme ponašanja. Druge su negativne devijacije koje donose štetu kako pojedincu tako i društvu u cjelosti te se na taj način ugrožava pozitivno društveno ponašanje.

Odnosi među ljudima ne uključuju samo misli i osjećaje već se odvijaju u kontekstu stvaranja razgovora. Samo naše ponašanje prema drugima uvjetovano je kako njihovom prisutnošću tako i njihovim izostankom. Veliki je broj vanjskih faktora koji utječu na naše odnose. Svaki vid komunikacije u sebi ima određenu dozu uvjeravanja koristeći se kako društvenim tako i kulturnim utjecajima te sa sobom nose i određene posljedice. Sami međuljudski odnosi utječu nas u velikom obliku počevši od roditeljskog uvjeravanja koji koriste svoj autoritet, preko određenih rutina koje imamo u nekom odnosu i sve do društvenih mreža. Ljudi ponekad zaboravljaju činjenicu da je zapravo

svaki razgovor važan jer on nam osigurava određenu podlogu za puno stvari koje ćemo uraditi.

## **1.1. Ličnost**

Da bismo objasnili sam pojam ličnosti bit će jako teško, iako je veliki broj teoretičara pokušao definisati šta je to zapravo ličnost. U nastavku rada ćemo navesti nekoliko teorija koje su velikim dijelom obuhvatile složenost ličnosti kao jednog širokog psihološkog fenomena.

Prema Gordonu Allportu ličnost je dinamička organizacija onih psihofizičkih sistema unutar osobe koja određuje za nju karakteristične obrasce ponašanja, mišljenja i emocionalnog reagovanja, odnosno jedinstvenu prilagodbu na okolinu u kojoj se nalazi (Allport, 1937). Jedna od glavnih prednosti Allportove definicije jeste da se osobinama ličnosti pridaje kvalitete dinamičnosti i organizovanosti, odnosno strukture. Također, prema ovome možemo zaključiti da je ličnost skup svih psihičkih osobina te mehanizama koji obuhvataju pojedinca te su oni poprilično trajni i organizovani i imaju veliki utjecaj na same interakcije pojedinca.

Ličnost predstavlja ono što omogućava predviđanje šta će određena osoba zapravo uraditi u određenoj situaciji. Prema ovome imamo istaknutu prediktivnu moć osobine ličnosti, dok s druge strane ostaje potcijenjen uticaj okolinskih uslova, odnosno specifičnost socijalnih situacija u kojima se može zadesiti osoba (Catell, 1950).

Prema Hansu J. Eysencku ličnost je suma stvarnih odnosno trenutnih ili mogućih (potencijalnih) obrazaca ponašanja osobe, koji su determinirani naslijeđem i sredinom. Eysenck potcrtava uticaj bioloških (unutrašnjih) i socijalnih (vanjskih) faktora na formiranje ličnosti (Eysenck, 1959).

Fulgosi u svojoj definiciji ličnosti kaže da se „pod ličnošću podrazumijeva takva jedinstvena i relativno trajna organizacija čovjekovih kognitivnih i konativnih osobina koja svim njegovim oblicima ponašanja daje zasebno i prepoznatljivo obilježje (Fulgosi, 1983).

Dva proiminentna istraživača savremene psihologije ličnosti, McCrae i Costa smatraju da su crte ličnosti zapravo dimenzija svih individualnih razlika u tendencijama



ispoljavanja konzistentnih obrazaca osjećaja, mišljenja i aktivnosti (McCrae & Costa, 1990).

Prema Larsenu i Bussu ličnost se definiše kao spoj psihičkih karakteristika i mehanizama unutar individue koji su organizovani i trajni te utječu na interakcije ali i adaptaciju osobe na intrapsihičku, fizičku i socijalnu okolinu (Larsen & Buss, 2008).

Susan Cloninger navodi se da ličnost u samom početku obuhvata biološki determinirane tj. naslijeđene komponente i one su po samoj prirodi slične onima kod drugih osoba ali se i razlikuju u određenoj mjeri. Smatra se da su ove urođene tendencije tokom života jedinke zapravo moderirane i usmjerene iskustvima u kulturi i porodici kojoj osoba pripada ali i sve one posljedično razvijene navike kao što su misaoni procesi, emocije određuju našu ličnost. Ovakvo određenje ličnosti obuhvata i njen razvoj, uzajamno djelovanje okoline ali i same aktivnosti pojedinca (Cloninger, 2009).“

Kako bi se teorija ličnosti obuhvatila dovoljno i na pravi način potrebno je da bude koncipirana da uzima u obzir sam razvoj, strukturu i dinamiku ličnosti ali i dvosmjerni odnos između osobina ličnosti, okoline i aktivnosti pojedinca. Prema sljedećoj definiciji imamo obuhvaćene sve bitne elemente ličnosti: Ličnost je organizovana i dinamična cjelina međusobno povezanih, emocionalnih, kognitivnih, socijalnih i bihevioralnih obrazaca pojedinaca koje zajedno i relativno konzistentno djeluju na adaptaciju osobe na unutrašnje (intraprosihičke) i vanjske (interpersonalne i fizičke) uslove, a ovi uslovi mogu u određenoj mjeri oblikovati te obrasce (osobine i reakcije) tokom života jedinke” (Repišti, 2015).

Iz ovoga možemo zaključiti da je jako teško napraviti razliku između osobina ličnosti te nekih drugih psiholoških varijabli u koje ubrajamo ekspresiju emocija i intelektualne sposobnosti. Prema savremenom definisanju ličnosti, iako su ona različita, svaki od njih nam ukazuje na postojanje četiri svojstva ličnosti. Njima se uvažava da ličnost posjeduje sljedeće: osobenost, usmjerenost, jedinstvo i dosljednost. Osobenost predstavlja svojstvo po kojem razlikujemo jedinku od drugih po stepenu izloženosti određenih osobina ličnosti te načinu organizacije tih osobina. Usmjerenost je zapravo svojstvo čovjeka kao društvenog bića te je povezana sa društvenim ciljevima koji su u skladu s pogledom na svijet.

Kada govorimo o razinama ličnosti, možemo reći da imaju tri osnovne razine kroz koje se može analizirati ličnost. Prema ovoj teoriji autora Kluckhohna i Murraya navodi se da se svako ljudsko biće nalazi u sljedećim aspektima, a to su:

1. jednako svima drugima- razina ljudske prirode;
2. jednako nekim drugima- razina individualnih i grupnih razlika;
3. različito od svih drugih- razina individualne jedinstvenosti (Murray & Kluckhohn, 1948).

Kada govorimo o prvoj analizi ličnosti, ona opisuje ljudsku prirodu tj. njene osobine i mehanizme ličnosti koji su zapravo specifični za određenu vrstu i njih posjeduju svi ili gotovo svi. Pod tim podrazumijevamo da skoro sva ljudska bića imaju sposobnost govora i to im omogućava govor određenog jezika i njegovo korištenje. U samoj psihologiji se smatra da sva ljudska bića posjeduju osnovne psihičke mehanizme kao što su npr. želja za životom s drugima. Također, na puno načina se smatra da je jedna osoba jednaka ostalim osobama i samo razumijevanje te jednakosti omogućava i razumijevanje samih principa ljudske prirode. Drugu razinu obuhvataju individualne i grupne razlike te ona podrazumijeva činjenicu da su određeni ljudi jako društveni te uživaju u zabavi, dok drugi tip ljudi voli samoću i mir. Također, primjer ovoga su i ljudi koji vole brzu vožnju i jake automobile, motore, zatim skokove iz aviona jer vole adrenalin dok druga skupina izbjegava ovakve rizike. Nešto što je bitno u ovoj temi a tiče se i društvenih mreža jeste samopoštovanje. Neki ljudi imaju visoko samopoštovanje, vole sebe i cijene sve ono što imaju, ma kakvo god to bilo, uživaju u životu te nemaju problema sa anksioznošću.

Druga skupina stalno sumnja u sebe i ima određene brige. Sve ovo što smo naveli zapravo predstavlja te individualne razlike. Grupne razlike podrazumijevaju ljude koji pripadaju određenim grupama jer imaju slična zajednička obilježja ličnosti te se po tome razlikuju od ljudi iz nekih drugih grupa. Ovdje podrazumijevamo različite kulture, dobne skupine, političke stranke, ali i razlike između muškaraca i žena. Iako postoji veliki broj karakteristika ličnosti koje su slične kod muškaraca i žena, postoji i veliki broj različitosti. Tako možemo reći da je dokazano da su muškarci dosta agresivniji od žena te se njima više prepisuje nasilje. Psihologija ličnosti pokušava objasniti zašto se oni zapravo razlikuju te zašto su osobe iz jedne kulture drugačije od onih iz druge.

Treća razina predstavlja jedinstvenost pojedinca što znači da ne postoje dva pojedinca koja su identična sa svojim ličnostima. Svaki pojedinac ima određene karakteristike koje ne dijeli ni sa kim te takve karakteristike nemau čak ni jednojajčani blizanci.

## 1.2. Emocije

Da bi se objasnio sam pojam emocija bit će jako teško, ali možemo reći da se one javljaju iznenada te su izazvane nečim i samim time sa sobom nose određene posljedice. Ovaj pojam se koristi svakodnevno i kada se spomene svi znaju o čemu se radi i šta on zapravo podrazumijeva ali ne postoji određena definicija koja je univerzalna i oko koje se slažu svi stručnjaci. Emocijama se često smatraju neke jače, odnosno snažnije sile koje u velikoj količini utječu na ponašanje pojedinca.

Ovaj proces su objasnili Oatley i Jenkins kroz sljedeći prikaz:

*„Procjena => evaluacija s obzirom na kontekst => spremnost na djelovanje => fiziološke promjene, izražavanje, djelovanje“ (Oatley & Jenkins, 2003).*

Također, sam proces procjene je podijeljen u dvije grupe. Prva grupa nosi naziv komponentni pristup i u njoj su emocije posmatrane kao određeni skup komponenti gdje se od ispitanika traži da se prisjete nekog događaja u kojem je došlo do javljanja emocija. Drugi način ispitivanje jeste čitanje priče nakon čega ispitanici trebaju procijene određena obilježja i pri tome su svojstva procjene sljedeća:

- Obraćanje pažnje
- Sigurnost
- Diživljene prepreke
- Važnost
- Predvidivost
- Ugodnost
- Očekivani napor
- Ljudsko djelovanje

- Kontrola nad situacijom

Prema ovome procjena nije davala razlog iz kojeg je izazvana emocija te se iz tog razloga druga grupa teorija, koja se naziva teorijom važnosti s obzirom na ciljeve bavila uzrocima u odnosu na određene interese ili ciljeve.

Dobar sažetak ideje procjene kao važne za cilj dao je Lazarus – on je naziva primarna procjena i smatra da ima tri obilježja:

- Ima li ili nema važnost za cilj – emocija će se javiti samo ako je događaj važan za cilj ili interes;
- Slaganje ili neslaganje s ciljem – približavanje cilju izaziva pozitivne emocije kod osobe dok udaljavanje uzrokuje negativne emocije;
- Tip uključenosti ego u događaj, njegova važnost za osobu; primjerice, ako događaj uključuje samopoštovanje, mogućnosti su ponos ili ljutnja (Lazarus, 1990).

Međutim, sama ideja procjena subjektivna je stvar pojedinca pa tako Oatley i Jenkins kažu da se „uz ideju o procjeni vežu određene teškoće”. Oni smatraju da se s jedne strane svi ti podaci zapravo temelje na izvještajima ispitanika o njima samima i vezani su za neke događaje u prošlosti ili o tipičnim pričama. Jako je malo podataka koji su dobijeni opažanjem emocija u određenim događajima koji se mogu klasificirati objektivno te oni podrazumijevaju određeni napor, ego te su sukladni s ciljem. Kada govorimo o opažanjima djece, ona potvrđuju da događaji koji su sukladni cilju izazivaju sreću a prijetnje strah i slično. Dokaz da je podatke potrebno prikupljati iz više različitih izvora jeste da sama ideja o emocijama kao o nekim događajima koji zapravo povezuju taj unutrašnji i vanjski svijet čini ih metodološki teškim (Oatley & Jenkins, 2003).

Također imamo jednu vrstu liste označavanja koja emocije predstavlja “vrućima” a procjene “hladnima”. Naše misli su najviše presudne u samoj interakciji naših emocija jer na taj način naša mentalna aktivnost potiče naše emocije. Svima nama je poznato da ukoliko smo ljuti, naše misli su usmjerene na planiranje neke osvete, ukoliko smo tužni i tjeskobni neprestano razmišljamo o tome šta bi se moglo desiti, te iz tog razloga naše misli o emocijama su bitne. Onda kada naša prilagodba zavisi od našeg razumijevanja neočekivanog kao i donošenja nekih novih planova tada je ta zaokupljenost emocijama jako bitna.

Možemo zaključiti da su emocije te koje sugerišu naše promjene u ponašanju i pomažu nam pri usmjerenju na probleme i prolagodbi vlastitog ponašanja prilikom njihovog rješavanja. Isto tako bitno je naglasiti da se planovi ali i spremnost u velikom broju slučajeva odnose na druge ljude.

### **1.3. Emocionalna regulacija**

Ponekad je jako teško kontrolisati emocije te je razlog tome postojanje mehanizma koji je zadužen za tu kontrolu. Ovdje govorimo o emocionalnoj regulaciji koja može biti automatska ili kontrolisana te svjesna ili nesvjesna. Emocionalna regulacija nam zapravo omogućava da usklađujemo vlastite emocije sa zahtjevima koje nam postavlja okolina, zatim obuzdavanje te usmjeravanje emocija kako ne bi ometale njegovo funkcionisanje ali i zaštitu od nekih neugodnih situacija. Kada govorimo o rezultatu rada emocionalne regulacije ključ je u promjeni dinamike emocije kao i u trajanju, latenciji na planu fiziološkog ili doživljenog nivoa. Sam rezultat ovakvog procesa može biti u održavanju, odbacivanju ili intenziviranju emocije. Emocionalna regulacija je jako bitna prilikom kontrole bijesa i ljutnje jer ukoliko ne postoji kontrola to može dovesti do verbalnih, fizičkih ili seksualnih napada.

Jedan od najpoznatijih modela emocionalne regulacije je Grossov model. On je smatrao kako prepoznavanje i razumijevanje vlastitih emocionalnih iskustava predstavlja osnovu za emocionalnu regulaciju te taj proces uključuje proces nadgledanja, evaluiranja tj. analizu određenih uzoraka emocija ili neko korištenje neke prijašnje strategije emocionalne regulacije, te na kraju process uključuje i modificiranje (Sorić, 2014).

Prema Grossu sam proces emocionalne regulacije obuhvaćen je sa tri osnovne značajke a to su:

- Cilj regulacije- šta zapravo želimo postići regulacijom emocija;
- Strategije emocionalne regulacije- proces koji se odvija kako bismo ostvarili postavljeni cilj;
- Ishod emocionalne regulacije- posljedice pokušaja ostvarivanja cilja korištenjem strategije koju smo odabrali. U ovom dijelu se analizira strategija koju smo odabrali, procjenjujemo da li je došlo do promjene intenziteta odnosno odgađanja emocionalne reakcije u jednom ili nekoliko podsistema (Gross, 2015).

Sam proces emocionalne regulacije može se odvijati na više različitih načina koji mogu biti očititi ali i manje očititi (izbjegavanje, potiskivanje, konzumiranje određenih supstanci za smanjivanje ili jačanje emocionalnog doživljaja).

Također, Gross nam izdvaja pet grupa strategija emocionalne regulacije u procesu generisanja emocija:

1. Selekcija situacije– obuhvata najraniju tačku u kojoj emocija može biti regulisana i ona se odnosi na poduzimanje akcije koja povećava ili smanjuje vjerovatnoću da će se osoba naći u situaciji koja izaziva određenu emociju.
2. Modificiranje situacije – predstavlja prilagođavanje pojedinca određenoj situaciji tako da se modificira ili promijeni određeni aspekt date situacije te time i njeno emocionalno značenje.
3. Preusmjeravanje pažnje– pažnja u određenoj situaciji se preusmjerava sa jednog aspekta na neki drugi, bez da se mijenja stvarna situacija. Kada govorimo o najbolje istraženim oblicima preusmjeravanja pažnje u njih spadaju distrakcija i ruminacija. Distrakcija podrazumijeva preusmjeravanje pažnje ili od emocionalnog aspekta situacije ili od situacije kompletno. Ruminacija podrazumijeva fokusiranje pojedinca na podražaj koji zapravo budi emocije.
4. Kognitivna promjena– ovdje uključujemo procese u kojima dolazi do mijenjanja načina na koji pojedinac procjenjuje datu situaciju ili procjenu o sposobnostima koje zapravo posjeduje kako bi odgovorio na izazove situacije te time promijenio njeno emocionalno značenje. Jedan oblik kognitivne promjene koji je zadobio

- posebnu pažnju je reprocjena i on podrazumijeva mijenjanje značenja situacije u kojoj se pojedinac nalazi sa ciljem promjene njenog emocionalnog utjecaja.
5. Modulacija odgovora– podrazumijeva sve pokušaje direktnog utjecaja na fiziološke, iskustvene ili ponašajne aspekte emocija. Ona se javlja nakon što je emocija već počela te djeluje tako što pojača, smanji, produži ili skрати emocionalni odgovor (Gross, 2008).

#### **1.4. Emocionalni faktori**

##### *Emocija bijesa*

Kako bismo bolje razumjeli nasilje potrebno je da utvrdimo ulogu emocija, a naročito emocije bijesa i/ili ljutnje. Bijes predstavlja afektivnu komponentnu nasilnog ponašanja, te ga definišemo kao psihobiološki subjektivni doživljaj, te on može varirati u spektru od slabe iritacije do intenzivnog bijesa ili mržnje (Kolundžija, 2015). Također, Lazarus emociju bijesa definiše kao odgovor na prijetnju ili percepciju prijetnje u odnosu na individuu ili grupu. Bijes predstavlja jednu od emocija koje je jako teško kontrolisati a razlog tome jesu mnoge fiziološke reakcija koje ga prate. Prilikom nemogućnosti kontrole bijesa često može doći do bihevioralnih problema tj. agresivnog ponašanja. (Lazarus, 1990). Sama ta povezanost između bijesa i agresivnosti uključuje i neke druge vatrajable, što znači da bijes ne mora uvijek da vodi ka agresivnosti. Berkowitz smatra da bijes ima nekoliko zajedničkih kauzalnih uloga u odnosu na agresivnost. Uloge su sljedeće:

- Bijes redukuje inhibiciju agresivnog ispoljavanja na dva različita načina a to su da ili obezbjeđuje opravdanje za osvetu ili ometa više kognitivne procese;
- Bijes omogućuje osobi da zadrži agresivne namjere tokom nekog vremena;
- Bijes je moguće koristiti kao informaciju u smislu da informiše o uzrocima, krivici, te mogućim načinima reagovanja u datoj situaciji;
- Bijes je usko povezan sa agresivnim mislima, skriptom te odgovarajućim motornim ispoljavanjem;

- Bijes podstiče ponašanje tako što kod osobe dovodi do porasta pobuđenosti (Berkowitz, 1962).

## **2. Psihičko zdravlje**

Kada govorimo o psihičkom zdravlju, ono ne predstavlja samo odsustvo nekog mentalnog poremećaja. Možemo ga objasniti kao stanje u kojem čovjek ima osjećaj da ostvaruje sve svoje potencijale ali se i lako nosi sa problemima s kojima se svakodnevno susreće, zatim sa stresom te može obavljati svakodnevne aktivnosti produktivno te doprinosti prvenstveno sam sebi ali i svome okruženju.

Ovdje se prvenstveno radi o tome da je čovjek svjestan sebe, svega što zna i za šta je sposoban. Možemo reći da je psihičko zdravlje temelj blagostanja samog čovjeka, ali i za funkcionisanje njegove okoline. Naravno, kao i sve druge stvari u životu, psihičko zdravlje čovjeka je predodređeno drugim faktorima a to su biološki, socijalni, psihološki, ali i faktori osnovnog zdravlja te bolesti. Što se tiče same okoline čovjeka, ukoliko ne postoji društveno okruženje koje će da štiti osnovna prava ljudi, njegova socijalna i ekonomska prava, kulturna kao i mnoga druga, nemoguće je govoriti o psihičkom zdravlju na nekom višem nivou. Ovo su neke od osnovnih stvari koje su ključne za njegovo postojanje i opstanak.

Jako često na samim društvenim mrežama pronalazimo niz članaka, videa, komentara na objavama u kojima se spominju depresija, anksioznost itd. Međutim, to nisu jedini pojmovi koji su vezani za psihičko zdravlje čovjeka. Ovdje jako bitan udio ima sam odnos čovjeka prema samome sebi, ali i odnos sa drugima iz njegovog okruženja. Prema tome možemo reći da psihičko zdravlje ne predstavlja samo odsustvo neke psihičke bolesti ili poteškoće, već ono podrazumijeva niz drugih stvari kao što je sama želja za životom, zabavom, smijehom, sposobnost da se čovjek suoči sa problemima, stresom ali i da se oporavi od teških situacija koje su ga zadesile. Također podrazumijeva osjećaj zadovoljstva, osjećaj svjesnosti samoga sebe, kada je sam ali i kada je sa drugima. Jako je bitno da čovjek ima određenu ravnotežu kada su u pitanju npr. relacije posao/zabava.



Psihičko zdravlje nije osjećaj stalne sreće i bezbrižnosti, svi u životu prolaze određene stresove i gubitke i tada je normalno da se osobe osjećaju potišteno iako su u potpunosti psihički zdrave. Dobro psihičko zdravlje omogućava prihvatanje i procesuiranje pozitivnih i negativnih emocije na jednak način te hvatanje u koštac sa svojim problemima. Psihičko zdravlje podrazumijeva i sposobnosti mijenjanja, prilagodbe i nošenja sa stresnim situacijama. Bit je u tome da se zadrži fleksibilnost i sposobnost rješavanja problema. Ako je psihičko zdravlje narušeno i te sposobnosti će biti narušene. Bitno je napomenuti da psihičko zdravlje nije samo stvar pojedinca već i okoline. Kako bi se ostvarilo i zadržalo dobro psihičko zdravlje potrebno je biti okružen okolinom koja je poticajna, koja cijeni pojedinčev doprinos i suradnju s njom i najvažnije od svega ta okolina i sama treba biti psihički zdrava. Psihičko zdravlje je iznimno bitno i područje je koje se tiče svih. Od iznimne je važnosti da država i društvo prepoznaju bitnost očuvanja psihičkog zdravlja, razgovora o psihičkom zdravlju te promicanja i podržavanja psihičkog zdravlja (Perišić & Tomiša, 2018).

Osobe koje imaju očuvano psihičko zdravlje mogu voditi normalan život koji će biti ispunjen pozitivnim stvarima te uživati u njima kroz različite aktivnosti te graditi odnose sa drugim ljudima. Ovakve osobe imaju pod kontrolom svoje ponašanje ali i osjećaje. Ovo ne znači da se takvi ljudi ne susreću sa teškim situacijama ili da nemaju određene emocionalne probleme jer svako od nas se svakodnevno nađe u situacijama gdje se dešavaju određena razočarenja, promjene te niz takvih situacija sa sobom donosi određenu tugu, stres, napetost. Ovo znači da osobe sa dobrim psihičkim zdravljem lakše preživljavaju takve trenutke te da se brže oporave jer sve to sagledaju na neki pozitivniji način.

Jedan od velikih problema jeste da se ljudi ne bave svojim psihičkim zdravljem dok se ne nađu u određenim problemima. Možemo reći da ga uzimaju zdravo za gotovo. Jedan od najbanalnijih primjera toga jesu ljubavni odnosi između dvoje ljudi gdje ljudi zaboravljaju cijeniti sebe, prepuštaju se tome da često budu tužni, stalno su pod stresom i ne rade ništa povodom toga. Tek nakon toga što ih partner napusti, oni odlučuju da se posvete sebi i da grade svoje psihičko zdravlje. Isto kao što je mnogo truda potrebno za fizičko zdravlje, potrebno je i za psihičko. Možemo reći da je za psihičko zdravlje potrebni čak i mnogo više, jer sve te fizičke aktivnosti su prethodno izazvane fizičkim.

Kada se ljudi susreću sa određenim fizičkim problemima vrlo lako su spremni da odu u teretanu, kod doktora i potraže određenu pomoć kako bi popravili svoje fizičko stanje ali nije isti slučaj sa psihičkim zdravljem. Ljudi se jako teško odlučuju na to da potraže medicinsku pomoć kod problema psihičke prirode. Naravno kao i za većinu drugih stvari u životu, svaka osoba se drugačije nosi sa svojim problemima i ne postoji recept koji će svima poboljšati psihičko zdravlje. Jako je bitno da svaka osoba pronade način koji najbolje djeluje na njega te na taj način pomogne sama sebi. Na taj način će se osoba jako lakše nositi sa teškim situacijama u kojima se pronade te se lakše oporavljati i ne stvarati sebi nove probleme te onda kada se pronade u istoj situaciji bit će svjesna da je već nešto slično prošla te da to može pobijediti. Jako je bitno da čovjek shvati da je jači od svih tih problema i pronade način da pomogne sam sebi.

Isto tako, nalazimo se u društvu koje jako lako osuđuje, a društvene mreže su olakšale vrijeđanje i manipulaciju. Jako ćete češće pročitati u porukama neke uvrede nego što će se neka osoba usuditi uživo da vam izgovori to napisano. Bitno je shvatiti da se niko od nas ne nosi isto sa problemima, te za nekoga najmanja stvar može predstavljati “kraj svijeta” dok se sa puno težim i većim stvarima nosi lakše. Onda kada osoba ima mnogo problema te shvati da su oni postali veliki teret, da ni onda kada potraži pomoć od porodice, prijatelja kroz razgovor ne postaje bolje, vrijeme je da se potraži stručna psihološka pomoć.

Kada se osoba odluči na to da potraži određenu psihološku pomoć to ne predstavlja nikakvu slabost. Samo prihvatanje toga da se nalazimo u određenim problemima predstavlja snagu, otpornost te odluku za promjenama na bolje. Sam razgovor sa osobom koja je stručna može doprinjeti našem psihičkom zdravlju jer ćemo na taj način uvidjeti naše potencijale te pronaći načine koji će pomoći pri upravljanju našim životom na bolji način. Tako ćemo sagledati naše probleme iz drugog ugla.

Svaka osoba će se drugačije nositi sa problemima, te je bitno da svako pronade način koji najbolje djeluje na njega. Uvijek je bitno da se potrudimo pokušati nešto novo, ili da se fokusiramo na neki stari interes koji smo imali. Također, to je moguće i kroz pisanje, slikanje, trening, sviranje nekog instrumenta, kuhanje, provođenje vremena bez mobitela, provođenje vremena u prirodi itd. Pored toga što je potrebno uložiti vrijeme za sebe, potrebno je uložiti vrijeme za napredak u odnosima sa ljudima iz našeg okruženja.

## 2.1. Mentalni poremećaji

Sama percepcija javnosti kaže da među pojedincima koji se ponašaju agresivno postoji veliki broj onih koji imaju i određene mentalne abnormalnosti. Prema tome je na osnovu mnogih istraživanja donesen zaključak o povezanosti ovih pojava te on kaže da je to ponašanje koje je nasilno i agresivno izazvano upravo ovim navedenim poremećajima.

Iako ovakav vid argumenata treba kritički okvir i prije svega je potrebno razjasniti šta predstavlja sam pojam mentalni poremećaj. Prema ovome se postavlja pitanje da li poremećaji uma i ponašanja zapravo dovode do agresije? Prema Kevinu Howellu, imamo nekoliko hipoteza koje je postavio u svom istraživanju iz 1982. godine a one glase: trebalo bi da lica koja se agresivno ponašaju budu češće mentalno poremećena od ostalih koji naginju nasilju; sva lica sa mentalnim osobinama trebalo bi da budu u većem riziku da pribegnu agresiji od prosječnih građana. Istraživanja na koja se ovaj autor poziva ne potvrđuju takve hipoteze.

Isto tako, Prins (1980) smatra kako su rezultati 20 studija o rasprostranjenosti mentalnih poremećaja među „stanovnicima“ kaznenih ustanova koje je on promatrao kontradiktorni te oni ne podržavaju Howellove hipoteze.

Guze je u američkoj državi Misuri je sproveo istraživanje nad čak nekoliko stotina optuženika i osuđenika. Prema rezultatima tog istraživanja imamo jako mali broj mentalno poremećenih lica među njima. Gunn i sur. (1978) tokom ispitivanja populacije u dvije britanske kaznene ustanove donijeli su zaključak da čak 20-30% njih ima određene psihičke smetnje. Više od pola njih ima crte depresije, dok se trećina bori s tjeskobom. Oni poremećaji koji su bili vrlo česti jeste alkoholizam i zloupotreba narkotika, a shizofrenija je bila rijetka pojava (Ignjatović, 2011).

## 2.2.Psihotični poremećaji

Postoji veliki broj istraživanja koji pokazuje da osobe koje boluju od nekog teškog mentalnog poremećaja, u koje spadaju psihotični poremećaji, više su sklone nasilju nego osobe sa drugim poremećajima (Kolundžija, 2015). Prema tome postoji nekoliko modela koji rasvjetljavaju povezanost između težih metalnih poremećaja i nasilja, a to su:

- Prvi model- psihotični simptomi predstavljaju intervenišuće varijable kroz koje osobe sa mentalnim poremećajem aktiviraju to svoje agresivno ponašanje;
- Drugi model- uključuje interpersonalne procese, tako da simptomi mogu kreirati tenzičnu situaciju između osobe sa mentalnim poremećajem i okoline (Kolundžija, 2015).

Osobe koje se bore sa shizofrenim oboljenjima su često „pogodne“ ali i žrtve nasilja istraživanja nam pokazuju da takve osobe mogu počiniti nasilne akte, te se kod njih tada javljaju i teži oblici psihotičnih simptoma (Kolundžija, 2015). Simptomi koji su u najvećoj mjeri povezani sa ekstremnim ispoljavanjem agresivnosti, kao što je ubistvo, odnose se na persekutivne sumanute ideje i religiozne sumanutosti (Kolundžija, 2015).

Poremećaji koji su povezani sa upotrebom psihoaktivnih supstanci, uključujući i akutne intoksikacije, predstavljaju jako snažne prediktore nasilnog ponašanja u opštoj populaciji ali isto tako među psihijatrijskim pacijentima. Sama povezanost između upotrebe alkohola i agresivnog ponašanja je široko istraživana u posljednjem periodu. Stanje akutne alkoholisanosti okarakterisano je sljedećim faktorima: impulsivnost, iritabilnost i iznenadni bihevioralni ispadi udruženi sa oslabljenim inhibitornim mehanizmima i slabom kontrolom.

Osobe koje su u stanju hroničnog alkoholizma dovode se do socijalne i etičke degradacije te to jako često može dovesti i do vršenja od banalnih zločina do krivičnih djela kao što su napadi, tuče i nanošenje fizičkih povreda. Kada spomenemo psihoaktivne supstance, nasilni kriminalni akti mogu biti izvršavani u cilju nabavke supstanci ili sredstava za plaćanje supstanci. Osim toga nasilje je često sredstvo rješavanja problema u kontekstu ilegalnih aktivnosti i poslova. Sam utjecaj psihoaktivnih supstanci na čovjeka

možemo podijeliti u tri različite kategorije: direktni farmakološki uticaj (intoksikacija), neurotoksični efekti (štetni efekti usljed dugotrajne upotrebe) i efekti apstinencijalne krize. Nešto što je zajedničko svim psihotičnim poremećajima jeste sama prisutnost halucinacija, dezorganizovanog mišljenja, sumanutosti, odsustvo mimike odnosno promjene kretanja. Veliki je broj naučnih istraživanja koja pokušavaju odgonetnuti koji su zapravo uzroci ovakvih poremećaja ali oni su još uvijek nepoznati.

### **3. Emocije i intimnost na društvenim mrežama**

Ljudi imaju potrebu za intimnim vezama te je to kroz društvene mreže postalo svakodnevnica i istovremeno je ostvarivo jako lako. Kod osoba koje provode veliki dio svog vremena online jako lako se bude emocije pripadnosti, bliskosti s drugima jer su svakodnevno povezani s drugima, objavljujući sadržaje te provjeravajući ono što rade drugi. Ponekad ti osjećaji postaju toliko jaki da je njihov glavni cilj zapravo upotreba društvenih mreža. Veliki je broj primjera koji govore da te reakcije sa sobom nose i probleme koji imaju za posljedicu tužan ishod. Danas je veliki broj ljubavnih veza završen upravo zbog tog online nevjerstva te samoubistva zbog online nasilja. Kao primjer toga navest ćemo nedavni slučaj iz Srbije, gdje je poznata jutjuberka Kristina Kika Đukić počinila samoubistvo. Dugo vremena u svojim video klipovima je prikazivala suicidalnu tendenciju. Ova jutjuberka je često bila na meti internet nasilja za što se i smatralo da je uzrok da počinu samoubistvo. Iako je prošlo nekoliko mjeseci otkako se desio ovaj slučaj, on još uvijek nije riješen. Na internet imamo priliku vidjeti klipove njene majke koja iznosi dokaze javnosti koji govore da možda i nije riječ o samoubistvu već ubistvu. Da li nas popularnost i življenje života na društvenim mrežama može dovesti do smrti?

Sve vrijeme koje pojedinac provede na društvenim mrežama sa sobom nosi određenu dinamiku emocija. Autor Čejko nam daje jedan poseban naziv za intimne poruke te im daje naziv “emocionalni ljepak”. Sve te intimne poruke i emocije se razmjenjuju konstantno te služe za formiranje odnosa na društvenim mrežama. Iskustva u digitalnom

okruženju mogu biti jako intimna jer veliki broj ljudi produbljuje tu intimnost kroz kreativan pristup i produbljivanje tog odnosa. Na mrežama je moguće ostvariti jako intine odnose s drugima ukoliko stvore utisak da se razumiju sa sagovornikom. Prilikom tog razumijevanja i ličnog otvaranja oni postaju intimni te sve postaje slično kao i u fizičkom svijetu. (Čejko, 2019)

Danas je nažalost veliki broj međuljudskih odnosa zasnovan upravo na internetu ali da li to dopisivanje može zamijeniti doživljene momente kraj nekoga? Samo slanje određenih emotikona koji se smiju nije isto kao iskren osmijeh kraj nekoga, slušanje nečijeg smijeha i gledanje nasmijanih lica. Kada je druga osoba kraj nas tada su u nama uključena sva čula. Ljudi su po prirodi željni nečega, a u to spadaju i dodiri, mirisi, fizička blizina bliskih ljudi i to je nešto što internet nikada neće moći zamijeniti. Često se dešava da na društvenim mrežama imamo puno “prijatelja” s kojima se dopisujemo, a onda kada ostavimo telefon i legnemo shvatimo da zapravo nemamo nikoga. Depresija zapravo dolazi iz osjećaja izolacije, usamljenosti te njen izvor danas često biva ta neverbalna komunikacija putem društvenih mreža. Ljudi se užive u imaginarni svijet gdje zaboravljaju pravo živjeti i uživati u momentima. Sam primjer toga jeste odlazak na neki događaj gdje skoro svi cijeli taj događaj snimaju kako bi objavili na društvenim mrežama, kako bi nesvjesno pokušali uzdići sebe u očima drugim, ne shvatajući da upravo iz tog razloga ne uživaju u pravom momentu. Sve te mogućnosti koje nam pružaju društvene mreže poput lajkova, komentara u ljudima bude osjećaj kao da su nešto ostvarili i to ih npr. često motiviše da naprave neku još bolju sliku. A opet, nakon svega toga mi ostajemo u svoja četiri zida, ponovo sami.

Razvoj tehnologija je mnogo utjecao i na to kakvim očima gledamo druge ljude, ali i način na koji oni nas vide. Na društvenim mrežama imamo priliku vidjeti samo ono što nam drugi ljudi žele pokazati, ali da li je to prava istina? Nažalost, često je realnost potpuno drugačija. Iza svih tih objava se krije običan čovjek koji ima emocije i želje. Kako bismo zadržali nekoga u svome životu nije dovoljno da mu lajkamo fotografiju, potrebno je puno više od toga. Mnogo razumijevanja, pažnje, emocija. To na internetu nije moguće ostvariti jer ne postoji niti jedna objava za koju možemo reći da mijenja ljudske riječi.

Jedna od velikih grešaka koju ljudi ponavljaju svakim danom jeste upoređivanje sa drugima. To se dešava i u stvarnosti, ali imaginarni svijet na društvenim mrežama je na to još više utjecao. Ko god ide tim putem, on je gubitnik. Dokaz ovome su poznati influencersi koji predstavljaju život kakav bi “trebali živjeti”, ali često ga ni oni ne žive na taj način. Objave na društvenim mrežama su samo ono što želimo da drugi vide u nama. Npr. društvene mreže često nameću kakve djevojke trebaju izgledati, pa listajući Instagram imamo priliku vidjeti djevojčice od 16 godina koje su se već odlučile uraditi neki estetski zahvat jer smatraju da je takav izgled normalan. Postalo je normalno do 18-e godine imati filere u usnama, operisan nos i još mnogo toga. Roditelji odvođe djecu kod plastičnih hirurga umjesto kod psihologa kako bi ih naučio da zavole sebe sa svim svojim manama jer su upravo tako specifični i jedinstveni u ovom svijetu gdje svi postaju kopije. Jako je bitno da mladi shvate da je mnogo važnije ono što se dešava van društvenih mrežai da trebaju prihvatiti realnost i učiniti je ljepšom za sebe. Ljudi se uporno upoređuju sa drugima i sa društvenim mrežama i bez njih, to je ljudska potreba za stvaranjem osjećaja pripadnosti u društvu.

### **3.1. Društvene mreže i psihičko zdravlje korisnika**

Kako su se razvijale društvene mreže, istovremeno je rastao i broj korisnika na istim. Samim time postavlja se pitanje koliki je zapravo utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje korisnika. Možemo reći da društvene mreže često dovode do toga da ljudi upoređuju svoje živote sa tuđima, što ponekad može dovesti i do opsesije. Društvene mreže omogućavaju javne profile na kojima ljudi objavljuju sve ono što rade u toku dana, te to može izazvati drugačije tumačenje kod osoba koje imaju nedostak nečega u svom životu. To se isto odnosi i na ideal ljepote. Društvene mreže nam serviraju kakva žena zapravo treba biti, te se veliki broj mladih djevojaka podvrgne plastičnim operacijama te često čujemo komentar da su “sve iste”.

„Kad žena gleda sliku druge žene, moguća su dva procesa. Jedan je identifikacija. Identificirajući se s vitkom ženom na slici, čitatelj bi mogao postići barem kratki trenutak zadovoljstva jer zamišlja da je i ona, ili bi mogla biti, vitka i privlačna kao model. Drugi

proces je društvena usporedba. Žena koja gleda model bi mogla razmisliti o tome kako ona izgleda u usporedbi s modelom, s modelom koji predstavlja standard. S obzirom na većinu modela i većinu čitatelja, ovo će vjerojatno biti relativno obeshrabrujuća usporedba” (Xiaowei, 2013).

Prema ovome možemo zaključiti da skoro svaka žena kada vidi drugu ženu na društvenim mrežama, u novinama, časopisima, ne upoređi sebe sa njom, s nekim dijelom tijela i slično. Ženski časopisi govore ženama kako se trebaju odijevati, kako trebaju izgledati, kako se trebaju ponašati da bi postigle savršenstvo koje je gotovo nemoguće. Ne samo da stvaraju nemoguće standarde za žene i njihov izgled, već na tome i zarađuju „ciljajući tržišta za prodaju proizvoda kao što su dijete, kozmetika i oprema za vježbanje, mediji grade svijet snova pun nade i visokih standarda koji uključuje veličanje vitkosti i mršavljenja” (Xiaowei, 2013). Ovo utječe na samopouzdanje korisnika, bilo ono pozitivno ili negativno. Možemo reći da postoji jaka veza između samopouzdanja i društvenih mreža i da to ponekad zna biti vidljivo kroz objave korisnika.

“U najosnovnijim crtama, samopouzdanje je osećanje emocionalne sigurnosti koja potiče iz vere u sebe, a samopoštovanje je širok izraz koji obuhvata sve ono što čini tu veru. Samopouzdanje se gradi na osnovu više činilaca, a među njima je najvažnije samopoštovanje. Samopouzdanje je osnova u svim aspektima života. Pomaže nam da dostignemo svoje ciljeve, da isprobavamo nešto novo, da verujemo u svoju sposobnost odlučivanja, da budemo nezavisni. Omogućuje nam da se izborimo sa stresom i osposobljava nas za borbu sa emocionalnim, praktičnim i fizičkim problemima. Pomoću njega merimo svoju sposobnost da savladavamo teškoće i postignemo uspehe, pa zato manjak samopouzdanja može strahovito da nas onesposobi i stvori utisak da nečemu nismo dorasli. Nemojte nas pogrešno shvatiti: samopouzdanje ne znači da nikad nećemo biti nervozni, anksiozni ili nesigurni. Anksioznost i nesigurnost su prirodna ljudska osećanja i svako će ih nekada proživeti, da, čak i megalomani se ponekad osete kao da su pod pritiskom. Samopouzdanje varira zavisno od toga šta radimo, s čime se suočavamo, koliko godina imamo, kakva su nam iskustva, kakve su trenutne okolnosti, kako smo raspoloženi. Međutim, mnogo je verovatnije da ćemo se suočavati tek s povremenim padovima samopouzdanja ukoliko nam je samopoštovanje uopšteno visoko i ako smo



pozitivni i verujemo da ćemo umeti da se izborimo s teškim situacijama” (Hibberd & Usmar, 2014).

Kao što smo već rekli, ljudi sami objavljuju sadržaje na svojim profilima te biraju svjesno šta žele prikazati i šta žele da drugi misle o njima. Na taj način stvaramo sliku o sebi u očima drugih ljudi, međutim ona ne mora biti realna. Društvene mreže i realnost su često dva drugačija svijeta, koji se mnogo razlikuju. Često se desi da se s nekim ljudima preko društvenih mreža možemo dopisivati satima, ali kada izađemo s njima na kafu, oni šute i imaju problem sa ostvarivanjem bilo kakve komunikacije, davanja nekih tema i slično. Prilikom objavljivanja fotografija na društvenim mrežama koje bivaju praćene velikim brojem lajkova i komentara dolazi do podizanja samopouzdanja kod pojedinca. Isto tako, u suprotnom slučaju, ukoliko korisnik objavi neki sadržaj koji mu se sviđa međutim on ne bude ispraćen onako kako je on želio, može doći do pada samopouzdanja. Možemo primjetiti da korisnici nakon toga i obrišu takve objave, ma koliko god oni prije toga bili zadovoljni tim sadržajem.

Nažalost, postizanje samopouzdanja na društvenim mrežama može imati negativnu posljedicu na naše psihičko zdravlje. To se naročito može desiti u periodu adolescencije jer je to period u kojem su mladi najviše opsjednuti sami sa sobom. Osobe koje imaju samopouzdanje provode vrijeme na društvenim mrežama na zdraviji način, koristeći ih u prave svrhe dok osobe sa manjkom samopouzdanja koriste društvene mreže upravo kako bi nadomjestili taj nedostatak.

Žene se najčešće podrazumijevaju kao djelatnice u službi muškaraca, kao tajnice, kuharice, majke i žene. S druge strane, ženski časopisi posvećuju značajan prostor i energiju afirmaciji intrinzičnih i jednakih vrijednosti ženske sfere. Također su jako ovisni o vizualnim i verbalnim slikama moćnih žena u odijelima s četvrtastim ramenima koje nose aktovke i pozivaju taksije, ostavljajući svoje muškarce za sobom. Ženski časopisi sadrže, unutar pojedinačnih izdanja i između različitih naslova, puno kontradiktornih pojmova ženstvenosti” (Xiaowei, 2013). Naravno da ovo može imati pozitivnu reakciju kod korisnika, naročito kod žena koje imaju problema s viškom ili manjkom kilograma te je na društvenim mrežama postalo jako lako doći do određenih informacija ali i komunikacije sa onima koji se susreću sa istim problemima. Jako je dobro što mnogo

brže možemo pronaći rješenje za svoj problem, međutim sve to treba da se temelji na osobnom tijelu, a ne na tijelu nekog modela kojeg gledamo na ekranima.

„Ženski časopisi nude fantaziju koja u njihovim čitateljima potiče želju za stanjem postojanja koje se nikada ne može postići. U njihovoj potrazi za spektrom savršene ženstvenosti, žene se potiču da kupuju i proizvode koje časopisi promoviraju i same časopise” (Xiaowei, 2013). Možemo zaključiti da vrlo često društvene mreže postavljaju određene ideale ljepote koji koče samog pojedinca te se oni utapaju u masu i ne dopuštaju sami sebi da dožive vlastiti razvoj i iskažu svoje različitosti po kojima mogu biti mnogo posebniji nego kada se ravnaju sa drugima. Kao i kod većine drugog sadržaja koji se plasira na društvenim mrežama, i u ovom segmentu je jako bitna medijska pismenost a naročito kod mlađih korisnika. Bitno je razlikovati ono što je realno od onoga što zapravo nije.

### **3.2. Komunikacija kao ključan faktor za održavanje odnosa**

Globalizacija je imala veliki utjecaj na razvoj svih elemenata društva te je time sama komunikacija, kao jedan od osnovnih elemenata društva, najpodložnija utjecajima datih promjena. Svjedoci smo velikog broja sredstava za prijenos informacija te se time postavlja pitanje koliko ljudi zapravo komuniciraju te da li je ta komunikacija kvalitetna. Također, posmatra se faktor utjecaja indirektno komunikacije koja nadjačava direktnu te da li to ima pozitivne ili negativne posljedice. Danas je postalo nebitno u kojoj sredini živimo jer je tehnologija dostigla takav napredak da u svakom trenutku možemo razgovarati, poslati poruku, tražiti određene informacije ali i primati ih od komunikatora. Jedan od razloga zbog kojeg dolazi do određenog privida socijalizacije jeste manje slobodnog vremena te je ovakva vrsta komunikacije među ljudima postavljena kao jedini način interakcije. Mediji su postali sastavni dio života i mnogima služe za izgradnju i izražavanje identiteta.

Komunikacija se može definisati na više načina, ali većina se slaže da je ona zapravo jedan dinamičan proces koji djeluje i na pošiljaoca i na primaoca poruke. Komunikacija

je zapravo osobni simbolički proces koji podrazumijeva neki zajednički kod, odnosno kodove apstrakcije te se glavno neslaganje javlja oko namjere. Time se postavlja pitanje da li komunikacija mora biti neko namjerno ponašanje koje je oblikovano tako da bi se stvorio neki efekt. Možemo zaključiti da komunikacija uključuje sve one aktivnosti koje pošiljaoc koristi kako bi dobio odgovor te može biti producirana namjerno ili nenamjerno (Burgoon, et al., 1994). S obzirom da strepimo od privida socijalizacije, možemo reći da je on možda samo privid jer imamo veliki broj primjera koji kažu da bez obzira na to što u komunikaciji ne dijelimo fizički prostor te na taj način nismo osjetljivi na probleme drugih kao što su ratna razaranja, prirodne katastrofe, siromaštvo i slično. Možemo reći da su društvene mreže postale mjesto na kojem imamo najveću aktivnost prijenosa i razmjene informacija. Prema tome zaključak je da bez obzira na to koje se sredstvo komunikacije koristi još uvijek postoji određena želja ali i povezanost za pomoć, pa ponekad to može biti samo i dijeljenje sadržaja koji je objavljen kako bi on došao do ciljane publike koja bi zaista mogla pružiti pomoć.

Veliki broj ljudi lakše komunicira putem društvenih mreža, tj. kada ne komunicira s nekim face to face. Ovo može imati i pozitivne i negativne posljedice. Nekima ta direktna komunikacija otežava upoznavanje druge osobe jer na taj način ne mogu biti dovoljno intimni. To internet upoznavanje im omogućava da se više zbliže, poboljšaju interesovanje te se pomaže da se povežu dublje nego što bi to bilo moguće kada je ta osoba fizički pristupa. Samo korištenje tehnologije nam daje mogućnost da razmislimo o odgovoru na pitanje koje smo dobili, nismo vremenski ograničeni kada trebamo odgovoriti te uvijek možemo pitati nekoga za savjet ili slično. To u usmenom razgovoru nije moguće, ponekad neke riječi izgovorimo i ne možemo ih obrisati kao što je moguće putem društvenih mreža. Veliki broj objava na internetu je zapravo proizašao iz dubokoumnog razmišljanja pojedinca (Čejko, 2019).

### 3.3. Društvene mreže i odnosi među partnerima

Živimo u vremenu u kojem ljudi dijele svaki dio svoga života na društvenim mrežama, pa tako prikazuju i izbor svog partnera. Isto tako, mnogo je lakše pronaći partnera putem društvenih mreža jer nam one omogućavaju da se predstavimo na način na koji i želimo te naravno da će svako izabrati onaj najbolji. Svako ima dovoljno vremena da odgovori na poruku, da razmisli šta će napisati, ne mora odmah odgovoriti te može uzeti vremena koliko želi. To nije slučaj u realnosti jer kada komuniciramo s nekim to se dešava jako brže i ponekad nemamo toliko vremena da razmislimo šta bismo rekli. Često se nakon svađe s nekim sjetimo šta smo mogli reći, ali nismo te već tada nemamo priliku jer ta osoba više nije tu. Kada se dopisujemo s nekim, dok imamo raspravu, uvijek imamo mogućnost da nam neko pomogne šta da napišemo, te se čak može desiti da to neko drugi radi umjesto nas. Možemo si uzeti vremena koliko nam treba da bismo rekli sve što imamo kako bismo ciljano povrijedili nekoga s kim imamo raspravu.

Kada govorimo o odnosima između partnera, nešto što je postalo jako lakše jeste prevara. Ukoliko se osoba nalazi u nekom odnosu u kojem nije zadovoljila sve svoje potrebe jako lako može početi da komunicira s nekim u virtuelnom svijetu gdje će pomisliti da se u takvom odnosu osjeća mnogo bolje, ima više pažnje te će to izazvati veliku želju za nečim više. Također, kada osoba osjeti da nema razumijevanja od svog partnera, može vrlo lako u online svijetu pronaći nekoga ko će mu pružiti utjehu te to vrlo često prelazi u samu realizaciju u javnosti, tj. prevaru. Sam pojam prevare je za svakog pojedinca drugačiji. Veliki broj ljudi na pojam prevare pomisli na tjelesni kontakt. Također, društvene mreže omogućavaju tu emocionalnu prevaru koja podrazumijeva dijeljenje intimnih i svakodnevnih detalja s nekim. Sve ono što može podrazumijevati emocionalni vid prevare jeste pronalazak utjehe u nekome drugome, a ne u svom partneru. Zatim pisanje romantičnih poruka, samo izbjegavanje toga da spomenete da uopšte imate partnera, brisanje poruka sa tom osobom kako partner ne bi vidio. Društvene mreže imaju laku dostupnost za komunikaciju kojom se vrlo lako dolazi do tuđih slabosti koje se lako hrane te nažalost vrlo često normalizuju prevare ali i paralelne veze te postaje jako teško oduprijeti se izazovima koje nam servira svakodnevnica.

Jako često se dešava da soobe koje bivaju prevarene kasnije imaju niz problema. Nešto što predstavlja najveći problem jeste da ta osoba izgubiti povjerenje u svakog sljedećeg partnera te će i najmanje sitnice smatrati prijetnjama i mučiti sama sebe. Za izgradnju ponovnog povjerenja u nekoga novog potrebno je jako puno te je stoga potrebno dati sebi vremena. Ukoliko je osoba koja je prevarena već ranije bila u takvoj situaciji jako je teško da na tu situaciju gleda objektivno i shvati ono što joj se dešava. To je pored povrijeđenog ponosa veći problem jer osoba sumnja i u emocionalnu povezanost koju je imala sa svojim partnerom.

### **3.4. Društvene mreže u informacijskom društvu**

Danas su društvene mreže postale jako popularan servis koji je privikao veliki broj korisnika te se ta popularnost opravdava konceptom koji se naziva Web 2.0. Ovaj koncept u samo središte stavlja korisnike te im omogućava kreiranje i dijeljenje sadržaja sa drugim korisnicima. Društvene mreže su te koje omogućavaju komunikaciju, informacije, interaktivnost i prisutnost korisnika. Jasno je da društvene mreže ne mogu imati isti utjecaj na sve korisnike. Internet je zapravo jako bitan faktor u procesu socijalizacije iz razloga što se odvija u interakciji s drugima.

Danah Boyd i Nicole Ellison kao najbitnija obilježja pravih društvenih mreža navode servise na kojima korisnici imaju mogućnost izrade polujavnih ili javnih profila te uređivati listu korisnika s kojima su povezani, pregledavati te liste, popise veza, ali i popise koji su napravljeni od strane drugih korisnika (Kirkpatrick, 2012). Prema Kušiću korištenje društvenih mreža i društveno umrežavanje predstavlja jednostavan čin održavanja ili pojačavanja postojećeg kruga prijatelja/poznanika ili širenje tog kruga (Kušić, 2010).

Društvene mreže imaju veliki broj kako pozitivnih tako i negativnih utjecaja. Prisutne su u svim sferama društva, u svakodnevnom životu ljudi te zadiru i u one najintimnije dijelove privatnosti. Njihova najveća prednost jeste jednostavno korištenje te povezivanje sa cijelim svijetom, nebitno na udaljenost. Također, istovremeno dolazi do velikog broja dezinformacija ali i virtuelnog zlostavljanja.

„Kompleksnost društvenih promjena koje su zahvatile današnje društvo zrcali se u čestoj uporabi pojmova kao što su informacijsko društvo i mreže. Brojni članci, analize i istraživanja bave se tom temom. Dok je mreža pojam koji je karakterističan za informacijsko društvo, taj pojam, tj. struktura, sam po sebi nije novina. Informacijsko društvo, s druge strane, obično definiraju kao novi stupanj razvoja koji ima posljedice na globalnom nivou. Tehnološka revolucija, bazirana prije svega na informacijskim tehnologijama, određuje i mijenja temeljne odrednice modernog društva koje u svim svojim aspektima postaje sve više globalno i međuzavisno, pa je nemoguće govoriti o razvoju određenih segmenata bez poveznica s trendovima u drugim segmentima. Tehnologija i društvo stoje u dijalektičkom odnosu jedan spram drugog i nemoguće ih je potpuno razlučiti. Naglasak na interaktivnosti, umrežavanju i individualizmu danas je odrednica razvojni trendova u sferi tehnologije kao i društva” (Boban, 2012).

Sam početak razvoja Interneta je obilježen korištenjem elektronske pošte. U ranim devedesetim, većina korisnika je koristila adrese koje su imale drugačiji naziv od njihovih pravih imena. To je korišteno i kasnije na servisima za instant poruke. Kada spomenemo World Wide Web, u samom početku njegovog razvoja imali smo pojavu servisa koji su korisnicima pružali postavljanje lične stranice koja je mogla biti povezana sa stranicama ostalih članova (Kirkpatrick, 2012). Prilikom razvoja društvenih mreža možemo reći da je istovremeno došlo i do demokratizacije korporativnog komuniciranja gdje su uvedene velike promjene u samoj komunikaciji između korisnika. Ovim razvojem je ta moć koju su imali stručnjaci za odnose s javnošću i marketing prešle na obične ljude koji bi sami kreirali sadržaj na različitim društvenim mrežama.

Godine 1997. došlo je do pojave stranice SixDegrees.com čime je obilježeno doba savremenih društvenih mreža. Ova stranica je utemeljena na stvarnim imenima korisnika i predstavljala je projekat koji je nastojao da identificira i umreži odnose među korisnicima koji su koristili svoj stvarni identitet. Broj korisnika do 1999. godine narastao je do 3,5 miliona, te je nakon toga došlo do pokretanja još dvije stranice koje su imale malo drugačije, ograničene funkcije, te su bile namijenje određenim etničkim skupinama pod nazivom backPlanet i asian avenue. Nakon toga, društvene mreže se počinju sve više razvijati te dobijamo švedski Lunarstorm koji je osnovan 2000. godine. Nakon njega, 2001. godine pojavljuje se korejski Cyworld. Iako danas američko tržište prednjači u

odnosu na ostatak svijeta, društvene mreže na njihovom području proširene su tek 2001. i 2002. godine (Ibidem).

U SAD-u prva društvena mreža koja je pokrenuta nosila je naziv Club Nexus. Ovaj servis je kreirao Orkut Buyukkokten, turski doktorant računarstva. Servis je pokrenut kako bi student mogli unaprijedit svoj društveni život, te je sam servis bio namijenjen studentima jednog fakulteta ali je ova mreža vremenom postala otvorena za sve. Godine 2004. dolazi do pojave nove stranice pod nazivom Orkut. Od 1999. godine je postojao forum za vođenje rasprava, Daily Jolt. Ovaj servis je predstavljao oglasnu ploču u elektronskom obliku i obuhvatao je 12 fakulteta. Daljnim razvojem, godine 2003. pojavljuju se određeni servisi koji su besplatni, te istovremeno korisni i zabavni. Jedan od njih bio je Collegester.com.

Historijski posmatrano, možemo reći da se historija društvenih mreža zapravo poklapa sa razvojem internet i ICT-a. U prvoj fazi koja obuhvata period od 1980. do 2002. godine imamo pojavu protitipova društvenih mreža koje su danas poznate pod nazivom Facebook, MySpace i druge. Svoj uspon društvene mreže su doživjele nakon 2002. godine. Jedna od najpopularnijih mreža od 2003. godine bila je MySpace. Nakon toga dolazi do pojave poslovne mreže LinkedIn (Miloradović, 2010).

Možemo zaključiti da od same pojave društvenih mreža, počevši od SixDegrees.com, pa kasnije do MySpacea, Twittera, Facebooka, društvene mreže zapravo predstavljaju jedan fenomen u komunikaciji te ih koristimo kako bismo dobili određene informacije, upoznali nove ljude, kako bismo dijelili informacije.. Prema tome, društvene mreže imaju glavnu karakteristiku to da su univerzalno komunikacijsko sredstvo te da se njihovi korisnici skupljaju prema interesima koji su zajednički.

### **3.5. Virtuelna zajednica i digitalna komunikacija**

Internet kao globalna mreža povezuje milijarde korisnika te na taj način stvara jako složenu infrastrukturu u kojoj se neprekidno razmjenjuju informacije. Svaki put kada dođe do razvoja tehnologija dovodi se u pitanje činjenica koliko zapravo tehnologija utječe na samo društvo i pojedinca, te koliko zapravo ti novi načini komuniciranja

zapostavljaju onaj tradicionalni način. Naravno, mišljenja su uvijek podijeljena. Pesimisti smatraju kako se na ovaj način ruši taj tradicionalni način komuniciranja, dok optimisti smatraju da se s novim tehnologijama ta komunikacija samo više razvija i širi. S pojavom Interneta došlo je do rušenja barijera vremena i prostora, što se može protumačiti na više načina. Jedan od njih jeste ubrzana komunikacija te lak pristup željenim informacijama, dok drugi dovodi u pitanje realnost sa virtuelnim stepenom povezanosti.

Prema Uzelacu, tehnologije predstavljaju rezultat određenih društvenih potreba te je jako bitno da su te potrebe utemeljene na kulturi određene zajednice. Internet ne može biti izuzetak u tome te se kultura Interneta treba posmatrati kroz četiri sloja koja je naveo Castell. Oni uključuju techno- elitu, hakere, virtuelne zajednice i poduzetnike jer su oni ti koji imaju veliki utjecaj u njegovom nastanku i razvoju. Techno-elite imale su veliki doprinos u izgradnji tehničke infrastrukture, hakeri u njenom širenju, dok su virtuelne zajednice dodavale društvene dimenzije, a poduzetnici su pomogli pri prerastanju u globalni fenomen. Mrežna društvena interakcija je postala jako bitan dio svakodnevnice današnjeg društva iz razloga što te društvene mreže omogućavaju određenu infrastrukturu virtuelnoj zajednici u stvarnosti i na taj način nastaju virtuelne zajednice u kojima se svi odnosi temelje na specifičnim interesima. Naravno, s obzirom da dolazi do komercijalizacije interneta, time se mijenjaju i virtuelne zajednice (Uzelac, 2003).

### **3.6. Društvene mreže- značaj i obilježja**

Već smo spomenuli da su društvene mreže postale jako bitan faktor u životu većine ljudi jer omogućavaju održavanje kontakta sa drugima, pristup informacijama itd. Može se reći da se sam sistem društvenih mreža jako brzo mijenja, te da svakoga dana dolazi do stvaranja novih društvenih mreža, aplikacija, usluga te istovremeno veliki broj njih doživljava uspon na tržištu, dok veliki broj njih i propada. Bez društvenih mreža život u današnjem ubrzanom vremenu se ne bi mogao ni zamisliti jer se skor sve bitne informacije, ali i one sitnice objavljuju na istim.

Nažalost, danas veliki broj mladih ima potrebu za konstantnim objavljivanjem sadržaja na društvenim mrežama gdje se prikazuje stanje koje nije ni približno realnosti.



Društvene mreže nisu mjerilo za realan život, na njima imamo niz primjera lažnog predstavljanja, gdje se ljudi nastoje lažno predstaviti jer smatraju da će ih drugi cijeniti više na osnovu njihovog profila. Možemo reći da je razlog toga što te osobe još uvijek nemaju izgrađenu ličnost te za njih društvene mreže predstavljaju način života. Ta internet kultura predstavlja njihovu društvenu kulturu i njihov način života. To je razlog koji dovodi do nedostatka socijalizacije jer oni počinju živjeti u online svijetu gdje se sve mjeri u lajkovima i komentarima na objave. Lažno predstavljanje počinje sa objavljivanjem uređenih fotografija te dokazivanja savršenog života kroz iste objave, iako je realnost često drugačija od toga.

S razvojem društvenih mreža došlo je do nedostatka verbalne komunikacije dok je neverbalna komunikacija doživjela uspon. Također, kada govorimo o ljubavnim odnosima, društvene mreže su postale mjerilo ljubavi. Ljubav se dokazuje kroz zajedničke objave, dijeljenje istog sadržaja, lajkanje i komentarisanje fotografija. Isto tako, društvene mreže omogućavaju širenje fenomena pod nazivom ljubomora. Osoba ima mogućnost praćenja skoro svih aktivnosti na društvenim mrežama, što podrazumijeva nova online prijateljstva, praćenja, lajkanja i komentarisanja fotografija itd. Ovo mnoge dovodi do znatiželje a samim time i do osjećaja ljubomore koji može prerasti u puno veći problem. Naravno, kao pozitivna karakteristika jeste upoznavanje novih osoba, jer danas je veliki broj ljubavnih odnosa zapravo započet putem društvenih mreža koje je kasnije rezultiralo i izlaskom uživo.

Jedna od glavnih karakteristika društvenih mreža jeste omogućavaju stvaranje javnog ili polujavnog osobnog profila u okruženju s ograničenim pristupom, prikazivanje popisa ostalih korisnika s kojima dijele vezu, te sagledavanje i upravljanje vlastitim vezama i tuđim vezama unutar sustava. Društvene mreže među sobom se razlikuju po pravilima privatnosti, tko se smije pridružiti, što se može postaviti, te kako ostali vide mrežne veze i kako se kreću među njima. Ono što društvene mreže razlikuje od ostalih web stranica je da su na društvenim mrežama naše veze vidljive kako nama tako i svima koji su s nama povezani. Nadalje, za razliku od ostalih online grupa i zajednica (Wiki i sl.), društvene mreže su organizirane oko ljudi, a ne tema (Christakis, 2010).

### **3.7. Podjela društvenih mreža**

S razvojem tehnologije je došlo do velikog broja društvenih mreža koje promovišu veliki broj aktivnosti i interakcija. Prema Ružiću (Ružić, et al., 2009) imamo podjelu društvenih mreža na nekoliko osnovnih kategorija, a to su:

#### *Društvene mreže zajednica*

Ova kategorija obuhvata sva ona web sjedišta za društveno povezivanje koji imaju osnovni cilj olakšavanje komunikacije i identifikacije te širenja vlastitih društvenih mreža kroz naše postojeće kontakte. Smatra se da su one jedna globalna internetska zajednica koja korisnicima omogućava formiranje manjih grupa koje su utemeljena na nekim demografskim podacima ili zajedničkim interesima. Kao primjer takve mreže navest ćemo MySpace. Pojedine mreže imaju osnovni cilj skup određenih demografskih zajednica kao što su Black Planet ili Asian Avenue. Ove mreže su fokusirane na rasne i etničke skupine. Također, u ovu najbrojniju grupu društvenih mreža spadaju i one koje su danas jedne od najpopularnijih kao što su Facebook, Twitter, Google+.

#### *Društvene mreže profesionalaca*

Za društvene mreže profesionalaca možemo reći da predstavljaju podskupinu društvenih mreža zajednica ali s obzirom da imaju veliki značaj, one su izdvojene. Članovi ove zajednice su povezani zbog određenih profesionalnih interesa, kao što je npr. LinkedIn koji je mreža poslovnih profesionalaca.

#### *Mreže za razmjenu multimedijalnog sadržaja*

Jedna od osnovnih aktivnosti ovih mreža jeste razmjena multimedijalnog sadržaja tj. objavljivanje ličnih fotografija, videa, audio zapisa. Kao najpopularnija i najpoznatija web stranica za razmjenu videa je YouTube. Mreže poput Instagrama i Flickr-a korisnicima nude dijeljenje grafičkog sadržaja te je bitno napomenuti da i

ostale društvene mreže imaju mogućnost dijeljenja tog multimedijalnog sadržaja koje obuhvata fotografije, video i audio zapise na ličnim profilima.

### *Muzičke društvene mreže*

Muzičke društvene mreže se mogu uvrstiti u kategoriju mreža o kojima smo prethodno govorili, mrežama za razmjenu multimedijalnog sadržaja ali pojedini stručnjaci smatraju da su oni specifična kategorija jer uvažavaju veliku popularnost od strane korisnika. Kao primjer navest ćemo SoundCloud i Last.Fm. Jedna od glavnih karakteristika ovih društvenih mreža je dijeljenje muzičkog sadržaja sa prijateljima te korisnici imaju mogućnost pretraživanja i slušanja omiljenih izvođača.

### *Mreže društvenog označavanja*

U ovom dijelu ćemo prvo objasniti pojam oznaka koje se u određenim preglednicima nazivaju Bookmarks, a u nekim Favorites. Ovi pojmovi zapravo predstavljaju spremanje određenih web poveznica neke stranice u okviru web preglednika. Samo društveno označavanje se odnosi na čuvanje tih web poveznica u popisima na društvenim mrežama. Oni se spremaju na dostupna internetska javna mjesta te osim samog vlasnika i ostali korisnici imaju mogućnost pregleda tog spremljenog popisa. Kako bi se ova opcija još više olakšala, moguće je i organizovanje web poveznica sa određenim ključnim riječima koje korisnicima olakšavaju pretraživanja u budućnosti. Kao primjer jedne ovakve mreže navest ćemo Delicious.

### *Blogerske društvene mreže*

Kao i što sam naziv kaže, ove mreže okupljaju pojedince i njihove blogove gdje korisnici vode svoje blogove te ih uređuju po vlastitom izboru sa nekom tematikom. Danas postoje stranice koje omogućavaju pretraživanje i drugih zanimljivih blogova gdje ih možemo dodati na listu naših prijatelja. Primjer toga su stranice Blogger i Livejournal.

### **3.8. Društvene mreže današnjice**

Kao što smo već spomenuli, uz veliki razvoj tehnologije došlo je do velikog razvoja društvenih mreža te svakim danom ih nastaje još više. Time naravno neke od njih padaju u zaborav te je jako teško odrediti smjer u kojem će se one razvijati. Nešto što je sigurno jeste da one od same pojave pa sve do danas mijenjaju svijet u kojem živimo te su postale sastavni dio našeg života. Na samu popularnost društvenih mreža utječe i njihovo prilagođavanje novim tehnologijama jer se one zapravo razvijaju tako da bi se prilagodile korisnicima te ih istovremeno zadržali ali i privukli veliki broj novih. U nastavku ćemo reći nešto više o društvenim mrežama koje uvažavaju veliku pažnju korisnika danas te time spadaju u one najpopularnije.

#### **3.8.1. Facebook**

Facebook predstavlja jednu od najpopularnijih društvenih mreža današnjice, iako je njegov naziv nedavno preimenovan u "Meta". Osnivači ove mreže su Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, Chris Hughes. Sam cilj i ideja stvaranja bili su stvaranje mrežne lokacije kako bi se povezali studenti na Sveučilištu Harvard ten a taj način mogli ostvariti lakšu komunikaciju, dijeliti sadržaje, objavljivati ih i slično. Na ovom servisu, koji je prvobitno nosio naziv Thefacebook.com, su nedugo nakon toga objavljene fotografije studenata. Iako je postojala zabrana pristupa fotografijama od strane fakulteta, Zuckerberg je otvorio harvardsku e-mail adresu čime je uspio zaobići zabranu fakulteta. Time je uspio provaliti na servere još nekih studentskih domova čime je preuzeo fotografije te link prosljedio svojim prijateljima. Taj čin je doživio veliki uspjeh iako ni sam Zuckerberg nije očekivao da će mu ova mreža pružiti veliki uspjeh i bogastvo.

Facebook predstavlja jednu od prvih velikih društvenih mreža i za veliki broj ljudi je jako dragocijen jer pruža mogućnost obnavljanja starih prijateljstava kao i stvaranja novih, gledanje zabavnog sadržaja, igranja igrice, dijeljenja fotografija i video snimaka.

Rad Facebooka je koncipiran na određenom algoritmu koji ima zadatak strukturisanja interakcija i povezanosti među ljudima (Siva, 2018).

Ova mreža, kao i mnoge druge naravno vrše manipulaciju nad korisnicima. To je slučaj sa svim medijima. Nešto što je problem na svim mrežama jeste maskiranje identiteta, jer je u tom virtuelnom sistemu naš identitet nejasan. Ovime su izostavljena sva osnovna svojstva i obilježja naše ličnosti koja postoje u realnosti. Svojom razvojem omogućene su tehnike kojima se mjeri radost i zadovoljstvo korisnika nad uslugama. Istraživači koji rade za ovu mrežu imaju zadatak identifikacije i uvećanja radosti upravo tim algoritmom koji smo već spomenuli. Na taj način se korisnicima omogućava popravljanje raspoloženja sa sadržajima koji se plasiraju na Facebook-u, te se samim time stvara i ovisnost. Naravno, privatnost na ovoj i ostalim mrežama nije zaštićena. Mogućnost zaštite je pružena kroz profil koji je zatvoren za javnost, te ga mogu vidjeti samo naši prijatelji. Tu privatnost je moguće kontrolisati besplatno jer Facebook svoje prihode ostvaruje kroz različite sponzore i oglašavanja koja se provode kroz reklame (Grbavac & Grbavac, 2014).

Također, Facebook je vlasnik još četiri popularne platforme društvenih mreža. U njih spadaju Facebook, Messenger, WhatsUp i Instagram. To je čak četiri od sedam platformi koje se danas najviše koriste u svijetu.

### **3.8.2. Instagram**

Godine 2010. osnovana je društvena mreža Instagram od strane Kevin Systrom i Mike Kriegera. Već 2012. godine Instagram je kupljen od Facebooka. Ova društvena mreža se koristi za dijeljenje fotografija i video sadržaja, te je dostupna za sve operativne sisteme.

Nešto što je doprinijelo brzom razvoju i stjecanju popularnosti Instagrama jeste jednostavnost korištenja. Ova mreža je pogodna kako za zabavu, tako i za posao. Veliki broj korisnika vrši usluge online prodaje putem Instagrama, zatim s Instagramom imamo i pojavu Influencera, utjecajnih osoba, koje prati veliki broj ljudi čime se vrši

sponzorirana reklama. To promovisanje može biti jednokratno tako što se za jednu objavu dobija određena naknada ali imamo i dugoročne saradnje.

Instagram danas predstavlja jednu od popularnijih aplikacija koja služi za dijeljenje fotografija. Ova aplikacija je često korištenja upravo zbog svog jednostavnog korištenja jer je sam rad ove aplikacije utemeljen na dijeljenju fotografija sa pratiteljima. Također, na ovoj aplikaciji postoji veliki broj kreiranih filtera koji su privlačni korisnicima, jer na taj način fotografije mogu urediti kako žele. Kada se ova aplikacija pojavila ona nije stekla veliku popularnost, te se njen razvoj i popularizacija može pripisati samom tehnološkom razvoju.

Tvorci Instagrama su Kevin Systrom i Mike Krieger, te je ova platforma napravljena 2010. godine. Ova platforma omogućava razmjenu fotografija, poruka, video i audio zapisa, dijeljenja priča "story-a". Pored ovoga, prilikom dijeljenja fotografija imamo mogućnost označavanja lokacije, te opisivanja fotografija kroz veliki broj tekstova, emotikona. Ova aplikacija pruža mogućnost prijenosa uživo, gdje korisnici mogu snimati sebe ili neki događaj te ga dijeliti sa svojim prijateljima koji se mogu uključivati. Jedna od popularnijih funkcija instagrama jeste opcija Bumerang, koja predstavlja video filter koji slika pet fotografija koje se pretvaraju u video i na kraju reproduciraju kao jedan material. Korištenje Instagrama je jako jednostavno. Prilikom prijave dovoljno je ispuniti podatke koje se traže, odabrati e-mail, adresu i šifru.

### **3.8.3. Instagram influenseri**

U posljednjem period nešto što je postalo jako popularno jeste Instagram oglašavanje. S obzirom da je ova aplikacija postala jako popularna ona je pogodna za promociju određenih proizvoda koji su vizuelno atraktivni. Danas na Instagramu možemo pronaći sve, od online prodaje odjeće, obuće, nakita, do prodaje telefona i ostalih uređaja, frizerskih, manikirskih usluga i slično. Na instagramu je mnogo lakša prodaja jer danas imamo mogućnost plaćenog oglašavanja gdje za relativno niske cijene naš oglas dolazi do velikog broja željenih korisnika. Kroz plaćeno oglašavanjoj stranici raste broj pratitelja te se time povećava i broj potencijalnih kupaca. Bitno je da objave imaju

interesantan sadržaj ali istovremeno moraju biti relevantne kako bi privukle potencijalne kupce.

Influenserima se nazivaju korisnici Instagrama koji su uspostavili svoju publiku i kredibilitet te se smatra da na osnovu svoje jedinstvenosti i vjerodostojnosti mogu uvjeriti ostale korisnike. U posljednjih nekoliko godina influenseri su postali jako popularni te se vrijednost mjeri u broju pratitelja. Bitno je da objave imaju interesantan sadržaj ali istovremeno moraju biti relevantne kako bi privukle potencijalne kupce. S obzirom na činjenicu da je publika u jednom period postala preopterećena reklamama, ljudi su prestali kupovati sve ono što im se nudi. Kroz različite influencersere i njihov sadržaj na Instagramu publika ima više mogućnosti da istraži proizvode, pregleda njihove recenzije, slike, videozapise i slično. Influenseri često bivaju plaćeni da sponzorišu određeni proizvod, dok neki od njih objavljuju recenzije ukoliko smatraju da je proizvod dobar. Tako imamo niz profila na Instagramu na kojima možemo naći dosta podataka o proizvodima, počevši od šminke pa do šampona, krema i slično. Mnogi influencersi analiziraju određene proizvode, njihov sastav, kvalitet i na taj način pomažu publici.

Influenserima se nazivaju korisnici Instagrama koji su uspostavili svoju publiku i kredibilitet te se smatra da na osnovu svoje jedinstvenosti i vjerodostojnosti mogu uvjeriti ostale korisnike. Prema Wilbergu, influencerima se smatraju osobe koje su jako popularne na društvenim mrežama te imaju bitan utjecaj na publiku (Wilberg, 2018). U posljednjih nekoliko godina influenseri su postali jako popularni te se vrijednost mjeri u broju pratitelja.

Influenserima se prema Conoliju smatraju osobe koje:

- Imaju preko 10 000 pratitelja;
- Sarađuju sa određenim brendovima kako bi promovisali njihove proizvode odnosno usluge, ten a taj način zarađuju;
- Dijeleg informacije o proizvodima koje vole te su stručnjaci u području kojim se bave.

Cilj influencersa jeste stvaranje prijateljskog odnosa sa publikom. Taj prijateljski odnos se stvara kroz svakodnevne objave, a naročito kod osoba koje su postigle popularnost neplanirano zahvaljujući svom humoru, harizmi i drugim pozitivnim osobinama. Na ovaj

način publika radije bira kupovinu proizvoda koje su oni preporučili jer je stvorila određenu bliskost i osjećaj prijateljstva.

#### **4. Prednosti i nedostaci društvenih mreža**

Društvene mreže kao i ostali mediji sa sobom nose veliki broj kako prednosti, tako i nedostataka. Kao najveći problem postavlja se zapravo problem identiteta. Na društvenim mrežama je jako lako sakrivanje vlastitog identiteta, jer nikada ne znamo ko se nalazi s druge strane. Taj identitet je nejasan i nedostaju negova osnovna svojstva koja imamo u stvarnom svijetu.

##### **4.1. Prednosti društvenih mreža**

Sa svojim razvojem društvene mreže su postale sastavni dio našeg života te su dio svakodnevnog komuniciranja sa drugima, ali isto tako pomažu prilikom traženja posla, razvijanja marketinga, prodaje itd.

Društvene mreže imaju niz prednosti, a u nastavku ćemo nabrojati neke:

- Jednostavno korištenje- naravno da se svaka društvena mreža razlikuje i ima svoje određene karakteristike ali sve one su jednostavne za korištenje, odnosno nije nam potrebna nikakva uputa kako bismo razumjeli osnovne funkcije rada.
- Jednostavna dostupnost- s velikim razvojem tehnologija, mogućnost pristupa društvenim mrežama je uvjetovana korištenjem samog Interneta. Društvene mreže su uglavnom besplatne za korištenje te je samo potrebno popuniti određene prijave na stranici.
- Povezanost s drugima- Internet predstavlja jedno globalno selo, te su samim time društvene mreže mjesto gdje je cijeli svijet okupljen na jedno mjesto. Društvene mreže predstavljaju mjesto gdje se lako možemo povezati s drugima bez obzira na mjesto i vrijeme. Ovo je jako dobro jer danas živimo u ubrzanom sistemu te



ponekad bivamo odvojeni od bliskih osoba, te nam one pružaju tu mogućnost komunikacije bilo kada i bilo gdje.

- Komunikacija- nešto što je jako bitno za samu komunikaciju na društvenim mrežama jeste da je ona vremenom razvijena toliko da imamo osjećaj da je osoba s kojom komuniciramo zapravo tu kraj nas. To je pruženo kroz same poruke, video pozive, glasovne poruke, komentare na fotografijama kao i mnoge druge mogućnosti koje nam omogućavaju društvene mreže. Danas je veliki broj studenata koji se seli u drugi grad zbog fakulteta te time biva odvojen od porodice i prijatelja. Upravo uz olakšanu komunikaciju putem društvenih mreža oni imaju mogućnost da održavaju redovnu komunikaciju s njima.
- Pronalazak osoba koje imaju zajedničke interese kao i mi- kroz društvene mreže imamo mogućnost pristupa velikom broju grupa koje okupljaju ljude koje imaju iste interese kao i mi. Kao primjer možemo navesti grupe koje su osnovane na Facebook-u poput grupa za putovanja gdje možemo pronaći veliki broj korisnih informacija za putovanja, jeftine letove i smještaj, preporuke za mjesta koja trebamo posjetiti, ili kao što bismo žargonski rekli “informacije iz prve ruke” jer ponekad sadržaj koji se plasira na samim internet stranicama nije isti kao u realnosti.
- Osjećaj pripadnosti- s obzirom da smo već spomenuli da se na društvenim mrežama lakše stvara osjećaj intimnosti s drugima nego kada je ta osoba fizički pored nas, lakše stupamo u komunikaciju i lakše stvaramo taj osjećaj pripadnosti.
- Plemenite radnje- danas imamo veliki broj nevladinih organizacija koje putem društvenih mreža promovišu svoj rad, te istovremeno provode određene akcije kako bi se skupile donacije za siromašne i bolesne. Jedna od najpopularnijih u našem okruženju jeste organizacija *Pomozi.ba* gdje redovno možemo pronaći objave za prikupljanje sredstava pomoći onima kojima je to zaista potrebno, te takve akcije često bivaju uspješno okončane, što je jako pozitivno. Također, ukoliko nismo u mogućnosti da pružimo nekome pomoć, kroz društvene mreže je moguće podijeliti taj sadržaj te se time povećava mogućnost da će informacije doći do onih koji stvarno mogu pomoći.

- Pomoć- nešto što je pružilo veliki korak ka razvoju današnjice jeste traženje pomoći na društvenim mrežama. Imamo pristup velikom broju informacija, te veliki broj korisnih grupa u kojima možemo naći ono što zapravo tražimo, bila to prodavnica u kojoj želimo nešto kupiti a ne možemo da pronađemo ili neki savjet.
- Obrazovanje- kroz razvoj društvenih mreža omogućen je i razvoj samog čovjeka. Čovjek se može edukovati u bilo kojem polju time što će pratiti sadržaj određenih stručnjaka koji su adekvatni za ta polja.
- Svijest- kroz različite sadržaje koji se plasiraju na društvenim mrežama kod ljudi se stvara svijest i istovremeno se pruža mogućnost upoznavanja i otkrivanja novih stvari, ali i dodatnog informisanja o onim već poznatim.
- Zabava na društvenim mrežama- veliki broj ljudi koristi društvene mreže isključivo za bijeg od stvarnosti, tu pronalazi zabavu, prati sadržaje koji će mu pružiti odušak od realnosti i zaborav na svakodnevne probleme.
- Oglašavanje, sponzorisanje i promocija- s pojavom društvenih mreža pojavile su se i mnoge mogućnosti za marketing. To je omogućeno kroz promovisanje, predstavljanje novih proizvoda, ali i onih starih, njihovo oglašavanje. Također lako možemo pronaći usluge koje nam nudi određena kompanija. Oglašavanja se vrše po relativno niskim cijenama, te su ustanovljena na tome koliko će dana zapravo trajati taj oglas. Isto tako, oglašavanje dopire do velikog broja korisnika i dešava se u realnom vremenu.
- Pomoć u borbi protiv kriminala- nažalost iako živimo u svijetu gdje je kriminal postao svakodnevna pojava, na društvenim mrežama imamo veliki broj takvih osoba koje se zapravo hvale djelima koja su počinili ili nekim drugim radnjama koje su ilegalne. Društvene mreže omogućavaju da agencije za sigurnost lakše dođu do takvih osoba i riješe takve slučajeve.
- Izvor informacija za kompanije- društvene mreže su danas postale jako bitan faktor u prodaji određenih proizvoda, one pružaju mogućnost tog feedbacka od korisnika usluga. Korisnici mogu lako i jednostavno iznijeti svoje mišljenje o uslugama i proizvodima te kompanijama olakšati zaradu jer će na taj način razumjeti koje su to potrebe i očekivanja kupaca.

- Promocija ličnog profila- danas nije potrebno da pružamo određene usluge i proizvode kako bismo stekli određenu popularnost. Uz društvene mreže jako lako možemo promovirati vlastiti profil kako bismo stekli određenu popularnost. Veliki je broj korisnika koji na taj način skupljaju pratilce te na taj način ostvaruju mogućnost da kasnije ostvare određenu zaradu jer će ih neka kompanija odabrati kao adekvatne za promociju proizvoda upravo zbog velikog broja pratitelja.
- Digitalno poslovanje- danas je kupovina postala jako jednostavna jer je lako ostvariti saradnju između korisnika i samog proizvoda.

Prednosti
Obnavljanje starih prijateljstava
Sklapanje novih prijateljstava
Promocija osobnog profila
Promocija profila kompanije
Mrežni marketing
Mogućnost digitalnog poslovanja

Slika 1. Prednosti društvenih mreža

Izvor: Milardović, Anđelko: Globalno selo: sociologija informacijskog društva i cyber kulture, Zagreb: Centar za politološka istraživanja, 2010, str.104

Možemo zaključiti da društvene mreže imaju niz pozitivnih karakteristika, počevši od samog unaprjeđenja i održavanja komunikacije sa prijateljima i prijateljima koji su trenutno daleko od nas tako nam pružaju i mogućnost upoznavanja novih osoba koje imaju slična interesovanja kao i mi. Na društvenim mrežama prilikom samog pristupa oblikujemo lični profil do najmanjih detalja. Također društvene mreže prate analitiku onoga što pretražujemo, lajkamo i slično te nam nude takav sadržaj. Na taj način sve postaje kao da nam čitaju misli. Danas je uz društvene mreže puno lakše promovirati vlastite talente te ih na neki način i unovčiti. Veliki je broj ljudi koji se bave slikanjem, umjetničkim fotografijama, izradom nakita, poezijom, pravljenjem hrane te im društvene mreže omogućavaju besplatnu promociju i početnu zaradu što vremenom mogu i

povećati jer imamo mogućnost reklamiranja na društvenim mrežama. Također imamo veliki broj grupa koje predstavljaju virtualne grupne podrške. Ovakve grupe spajaju ljude koji se nose sa istim problemima te im omogućavaju da to podijele s nekim, dobiju savjet i slično. Ovo je jako dobro jer je veliki broj ljudi sam, nema oslonac u svom okruženju. Imamo veliki broj grupa za pravne, psihološke savjete.

Informacije na društvenim mrežama se dijele jako lako, tako da veliki broj ljudi koristi ovu mogućnost kako bi pronašao izgubljeni novčanik, kućnog ljubimca i slično. Imamo niz organizacija koje dijele svoje humanitarne akcije na društvenim mrežama te se sredstva za određenu finansijsku pomoć, hranu, liječenje skupljaju jako lakše i brže. Uz pomoć društvenih mreža te informacije ne dolaze samo do našeg okruženja već i do ljudi koji žive na potpuno drugom kraju svijeta te su, možda, u mogućnosti pružiti pomoć.

Također, učenje je postalo nikada lakše. Veliki je broj knjiga, aplikacija koje su dostupne na Internetu, te je veliki broj njih moguće pronaći u pdf formatu što nam olakšava učenje, čitanje ali i daje nam na vremenu jer ne moramo izlaziti iz kuće da bismo nabavili to nešto. Isto tako je i za kupovinu stvari. Danas je moguće nabaviti sve za dom i za sebe putem društvenih mreža.

#### **4.2. Nedostaci društvenih mreža**

U prethodnom dijelu rada smo naveli veliki broj prednosti koje nam društvene mreže pružaju, ali istovremeno je mnogo onih negativnih.

- Gubitak privatnosti- prilikom samog pristupa društvenim mrežama mi dobrovoljno dajemo informacije o sebi čime se istovremeno odričemo te vlastite privatnosti. Danas je jako lako pristupiti informacijama koje su ponekad dobronamjerne, ali na njih vrebaju npr. kriminalci. Kao primjer tog slučaja navest ćemo objavu koja prikazuje da smo otišli na godišnji odmor, a kroz naš profil je vidljiva kućna adresa, te je time naš dom izložen mogućnosti provale.
- Anonimnost i lažni identitet- društvene mreže nažalost pružaju mogućnost lažnog predstavljanja i komunikacije s drugim korisnicima pod tim lažnim identitetom.

Često dolazi do korištenja lažnih profila gdje se koriste lažna imena, tuđe slike i slično. Na taj način dolazi do razdvajanja virtualne i realne osobe.

- Izoliranost od realnosti- ova pojava se naziva i socijalnim eskapizmom jer je s društvenim mrežama došlo do stvaranja fikcije pripadnosti njima, te u ovoj pojavi čovjek osjeća da je dio svoje zajednice ali u isto vrijeme se odvaja od nje.
- Ovisnost- naravno kao i sa svime, prekomjerno korištenje društvenih mreža može dovesti do ovisnosti. To je danas česta pojava koja se manifestuje kroz pridavanje veće pažnje društvenim mrežama nego stvarnom životu.
- Stvaranje drugog života- društvene mreže predstavljaju bijeg od stvarnosti te često dovode do otuđenja.
- Stvaranje virtuelnih prijatelja- virtuelni prijatelji su danas česta pojava te se takva prijateljstva svakodnevno stvaraju u virtuelnom svijetu. Ovdje ne postoji nikakva stvarna podloga prijateljstva, te se ovime ruši taj tradicionalni oblik druženja;
- Rizici koje društvene mreže nose sa sobom su krađa identiteta kao i ostalih privatnih informacija.

Nešto što je česta pojava na društvenim mrežama jeste nasilje, vrijeđanje, zlostavljanje, pedofilija i slično. U nastavku ćemo ukratko objasniti neke od njih. Zlostavljanjem se nanosi psihična bol kod korisnika kroz različite uvrede i prijetnje, ali isto tako ono može biti manifestovano kroz lažno predstavljanje, što je nažalost česta pojava. Dalje, nešto s čime se susrećemo često jeste pedofilija za koju su društvene mreže jako pogodne jer imamo veliki broj korisnika koji su maloljetni te su na taj način njihove fotografije izložene pedofiliji. Danas se nasilje ne dešava samo u stvarnosti, u školama, u parkovima, već i u online svijetu. Čest su slučaj objavljivanje lažnih fotografija, uvredljivih komentara, prijetnji..

Također pored svih ovih negativnih karakteristika treba spomenuti i samo ljudsko zdravlje, jer osim svih faktora koji utječu na psihičko zdravlje korisnika, imamo i činjenicu da prilikom dugotrajnog sjedenja za računarom dolazi do određenih zdravstvenih problema kod korisnika. Prilikom korištenja društvenih mreža često se susrećemo sa informacijama koje zapravo i nisu tačne. Danas je postalo bitno ko će najprije objaviti određenu informaciju, bez obzira da li je ona provjerena. Takve

informacije se brzo šire, te dolaze do velikog broja korisnika. Sama privatnost na društvenim mrežama nije zagarantovana jer postoji mogućnost hakiranja, što dovodi do određenih gubitaka bilo to u privatnom životu, poslovanju ili finansijskom obliku.

Danas je Internet postao dostupan svugdje te dolazi do toga da osobe koje koriste društvene mreže u prekomjernim količinama stvaraju određenu vrstu ovisnosti od istih. Ovo jako često vodi ka izolaciji od realnog okruženja jer virtuelni svijet postaje jako lakši, privlačniji, opušteniji i na taj način dolazi do stvaranja deficita u socijalnim vještinama. Čest nam je prizor dvoje ili više ljudi koji izađu negdje, sjede zajedno ali ne komuniciraju jedni s drugima već se dopisuju s nekim drugim. Iz ovog razloga često dolazi do stvaranja problema u zdravlju koje smo prethodno spomenuli. Neki od najčešćih su zapravo anksioznost i depresija koji se pojavljuju zbog izbjegavanja realnog svijeta zbog nečega što se dešava u online komunikaciji. Isto tako, osobe koje su konstantno koriste društvene mreže, uz tu zavisnost dobijaju strah da će možda propustiti nešto. To se stvara zato što ukoliko su te osobe stalno dostupne i prate objave drugih koje poznaju ili ne poznaju, šta su objavili, gdje su se označili. Iz ovog razloga konstantno listaju objave na društvenim mrežama, danju i noću, te to može dovesti do određenih problema kao što je zapostavljanje realnog života, obaveza u njemu, nedostatak pažnje ali i koncentracije, san itd. Isto tako jedan od razloga stvaranja zavisnosti jeste osjećaj koji osobe dobijaju prilikom objavljivanja određenog sadržaja te dobijanja velikog broja pratitelja, lajkova, komentara, poruka. Ovo jako lako podstiče stvaranje iluzija o vlastitoj slici, a to se još brže dešava osobama koje su po prirodi narcisoidne.

Nedostaci
Razotkrivanje
Gubitak privatnosti
Manipulacija privatnim podacima u marketinške svrhe
Anonimnost i virtualni identitet
Virtualni prijatelji ili avatari
Drugi život ( <i>second life</i> )
Usamljenost - izoliranost - socijalni eskapizam
Otuđenje i svijet stranaca/kiborga
Ovisnost
Rizici na društvenim mrežama kao rizici globalnog informacijskog društva

Slika 2. Nedostaci društvenih mreža

Izvor: Milardović, Anđelko: Globalno selo: sociologija informacijskog društva i cyber kulture, Zagreb: Centar za politološka istraživanja, 2010, str.105

Kao jedan od najvećih nedostataka svih društvenih mreža općenito jeste stvaranje ovisnosti. Ta ovisnost se vremenom stvara kroz bježanje od stvarnosti u virtuelni svijet, stalno provjeravanje profila. Veliki broj ljudi provodi po nekoliko sati na društvenim mrežama, a toga nije ni svjestan.

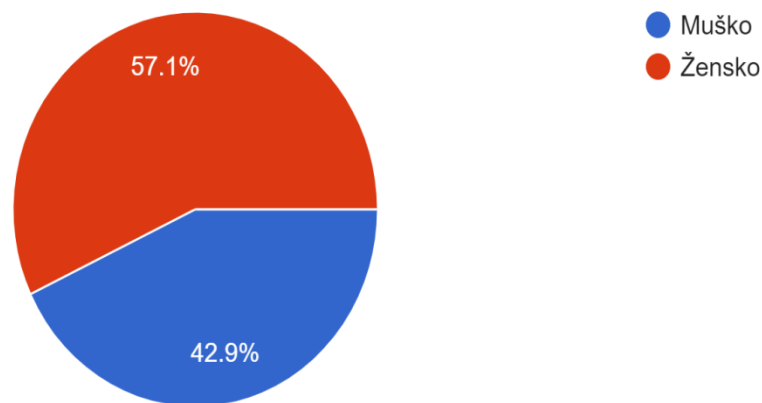
Također, Facebook je vlasnik još četiri popularne platforme društvenih mreža. U njih spadaju Facebook, Messenger, WhatsUp i Instagram. To je čak četiri od sedam platformi koje se danas najviše koriste u svijetu.

### III Rezultati i analiza ankete

U nastavku će biti predstavljeni rezultati ankete u kojoj je sudjelovalo 170 ispitanika. Provedeno je istraživanje koje je imalo za cilj ispitati koliki je utjecaj društvenih mreža na emocionalni život pojedinca. Istraživanje se provelo na uzorku koji čine osobe od 18 do 55+ godina. Podaci o postocima odgovora bit će prikazani na samom grafikonu, a nakon toga ćemo ih objasniti.

Spol?

170 responses



Grafikon 1. Spol ispitanika

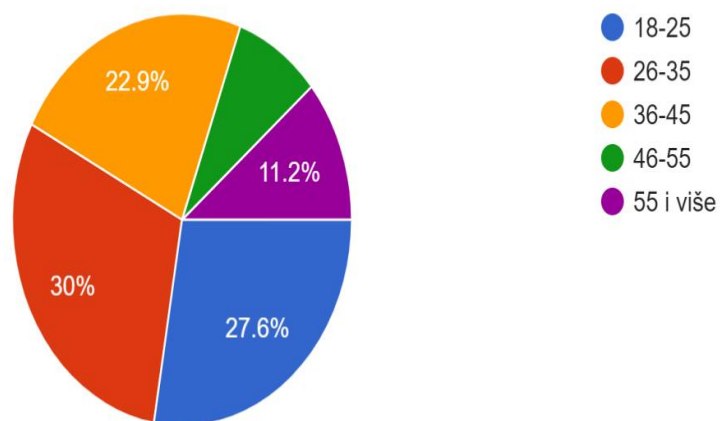
Izvor: Istraživanje autorice

Od 170 ispitanika u istraživanju sudjelovalo je 57.1% ženske populacije, a 42.9% muške populacije (Grafikon 1). Cilj rada nije utvrđivanje razlike u korištenju društvenih mreža i njihovom utjecaju na žensku i mušku populaciju, već na svakog pojedinca općenito, te u samom nastavku rada nismo istraživali utjecaj na spolove pojedinačno.



## Koliko imate godina?

170 responses



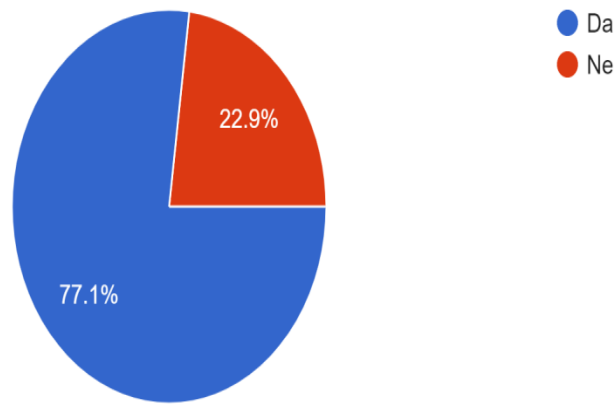
Grafikon 2. Koliko imate godina?

Izvor: Istraživanje autorice

Ovaj anketni upitnik je proveden online te su upitniku ljudi pristupali dobrovoljno. Rezultati ankete pokazuju da je najveći broj ispitanika (30.0%) starosne dobi od 26-35 godina te nakon toga slijede ispitanici od 18-25 godina (27.6%). Ispitanika u rasponu od 36-45 godina ima 22.9%, a 55+ 11.2%. Anketa je bila moguća za pristup svim starosnim dobima jer društvene mreže su dostupne svima i na svakoga imaju drugačiji utjecaj te ih ne koriste svi na isti način. Cilj ankete bio je dobiti informacije od svih starosnih dobi jer društvene mreže ostvaruju veliki utjecaj na život svakoga od nas što ćemo prikazati kroz nastavak ankete.

Da li smatrate da su društvene mreže postale bitan faktor u vašem životu?

170 responses



Grafikon 3. Da li smatrate da su društvene mreže postale bitan faktor u vašem životu?

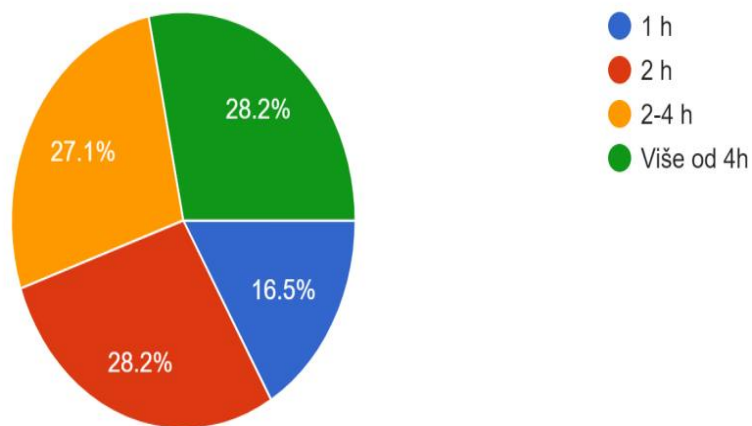
Izvor: Istraživanje autorice

U radu je objašnjen sam utjecaj društvenih mreža na život i aktivnosti pojedinca. Smatra se da je taj utjecaj godinama postao jako bitan i viši nego što je bio prije, te se također pretpostavlja da će u narednim godinama napredovati još više zajedno sa razvojem tehnologije. Ponuđeni su odgovori da/ne te će nam oni dati osnovne informacije o samom mišljenju korisnika da li smatraju da društvene mreže utječu na njihov svakodnevni život.

Na tvrdnju da su društvene mreže postale bitan faktor u životima ljudi 77.1% korisnika odgovorilo je potvrdno, a 22.9% negativno. Kao što smo već ranije rekli, u anketi su učestovale sve starosne dobi tako da je ovakav rezultat i očekivan.

## Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama?

170 responses



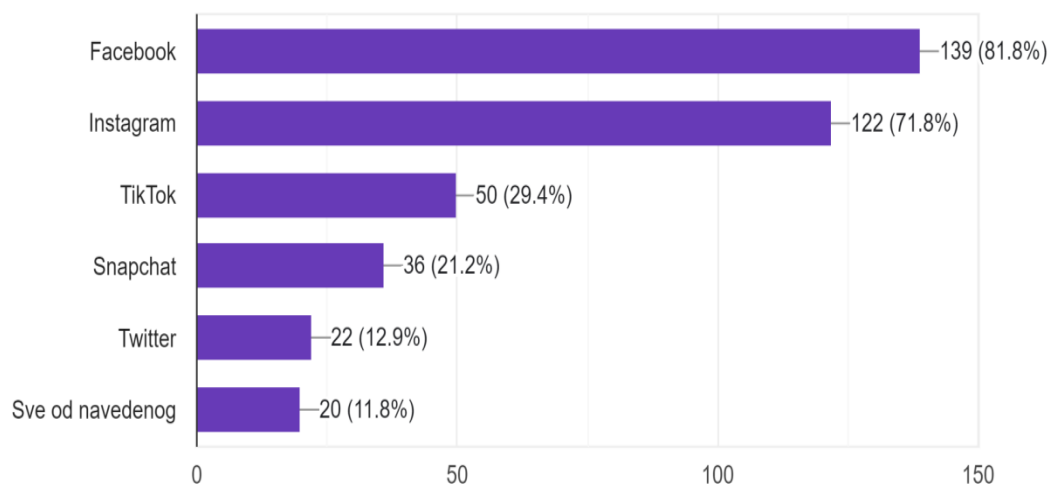
Grafikon 4. Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama?

Izvor: Istraživanje autorice

Kao što smo već u radu naveli, društvene mreže su postale bitan dio svakodnevnice svakoga od nas. Danas skoro svaka osoba posjeduje pametni telefon sa mogućnostima pristupa društvenim mrežama. Sasvim je nemoguće da neko od nas, naročito kada je u pitanju mlađa populacija, ne koristi telefon aktivno. To ponekad stvara veliku ovisnost, a da pri tome nismo ni svjesni toga. Prema ovom anketnom pitanju, 28.2% ispitanika koristi telefon više od 4 h dnevno. Od 2-4 h dnevno društvene mreže koristi 27.1% ispitanika, a 2 h 28.2%. Samo 1 h dnevno društvene mreže koristi 16.5% ispitanika.

## Na kojim društvenim mrežama imate otvoren profil?

170 responses



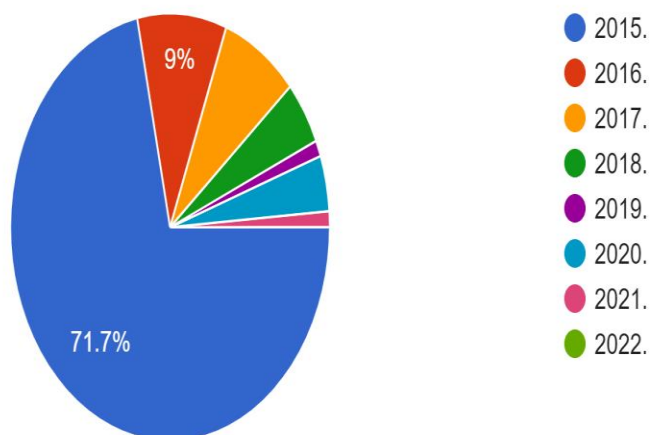
Grafikon 5. Na kojim društvenim mrežama imate otvoren profil?

Izvor: Istraživanje autorice

S obzirom da su društvene mreže postale globalno čudo, mali je broj ljudi koji nema otvoren profil na nekoj od mreža. Otvoriti profil je jako jednostavno, te je potrebno popuniti samo nekoliko polja sa osobnim podacima te će vaš profil biti napravljen. Jako je česta pojava da jedan korisnik ima više aktivnih profila na samo jednoj društvenoj mreži, to mogu biti njegovi lični profili od kojih je jedan privatan, a drugi javan ali i poslovni profili. Anketno pitanje smo napravili sa ponuđenim odgovorima koji obuhvataju neke od najpopularnijih društvenih mreža, te tako čak 81.8% ispitanika ima otvoren profil na Facebook-u, a na njegovom nasljedniku, kako mnogi nazivaju društvenu mrežu Instagram, čak 71.8% ispitanika. TikTok je društvena mreža koja svoju popularnost još uvijek dostiže, te možemo reći da je iz tog razloga broj korisnika ove mreže 29.4% ispitanika. Snapchat koristi 21.2% , a Twitter 12.9%. Broj korisnika koji imaju otvoren profil na svim mrežama koje smo ponudili iznosi 11.8%.

## Od koje godine ste počeli koristiti društvene mreže aktivno?

166 responses



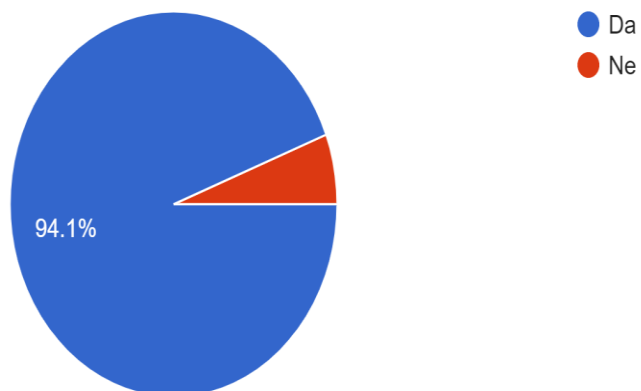
Grafikon 6. Od koje godine ste počeli koristiti društvene mreže aktivno?

Izvor: Istraživanje autorice

Početak društvenih mreža zabilježen je 1997. godine kada su ljudi počeli koristiti Internetom na noviji i moderniji način, tačnije putem news grupa ili foruma koji su još uvijek popularni. Danas postoji preko 100 društvenih mreža koje imaju zajednički cilj a to je spajanje ljudi iz cijeloga svijeta koji imaju zajedničke interese. Aktivan broj korisnika društvenih mreža od 2015.g. iznosi 71.7% ispitanika, dok 9% ispitanika je počelo koristiti društvene mreže aktivno od 2016.g. Porast imamo u 2017.g. na 7.8% korisnika, a zatim 4.8% u 2018.g. U 2019.g. aktivan broj korisnika je postalo 1.2% ispitanika, a u 2020.g. 4.2%. Godine 2021. 1.2% ispitanika počinje koristiti društvene mreže, a 2022.g. njih 4.8%.

Da li koristite svoje prave podatke na svojim profilima na društvenim mrežama?

170 responses



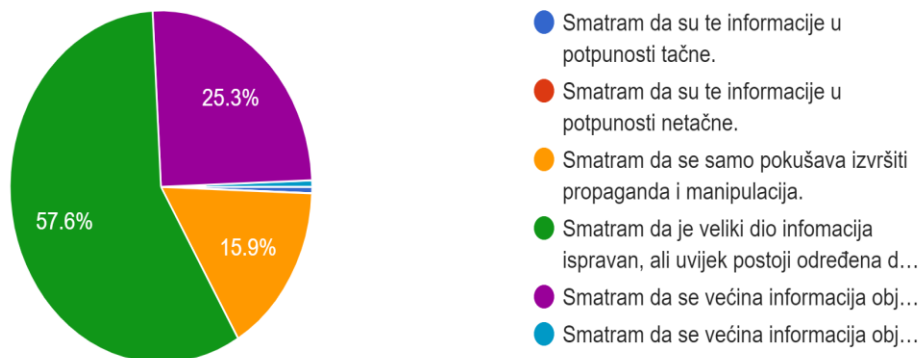
Grafikon 7. Da li koristite svoje prave podatke na svojim profilima na društvenim mrežama?

Izvor: Istraživanje autorice

94.1% ispitanika koristi svoje prave podatke na društvenim mrežama, dok 5.9% njih ne koristi.

## Šta mislite o sadržaju informacija koje se plasiraju putem društvenih mreža?

170 responses



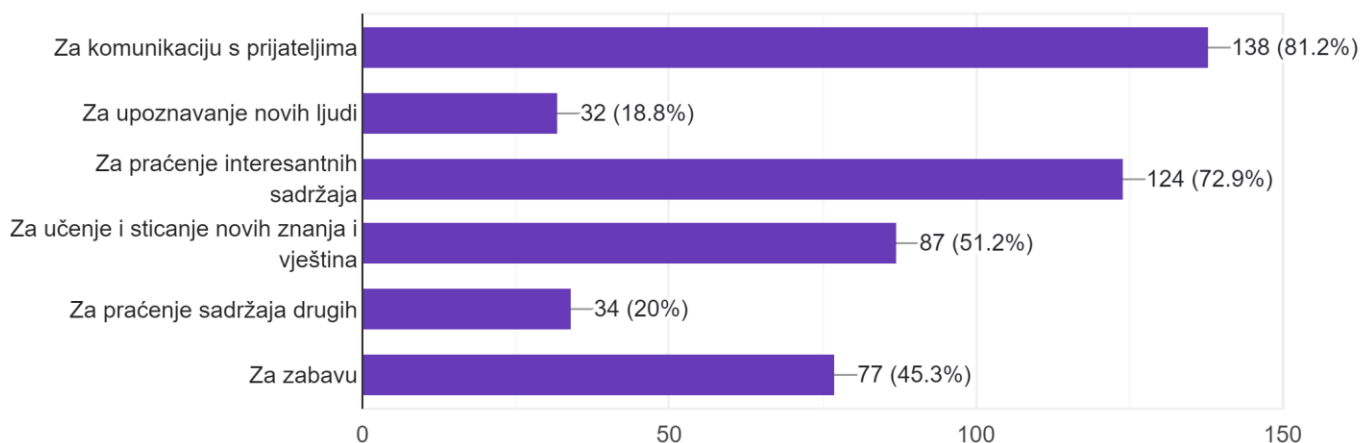
Grafikon 8. Šta mislite o sadržaju informacija koje se plasiraju putem društvenih mreža?

Izvor: Istraživanje autorice

Veliki broj ispitanika, čak 57.6% smatra kako je veliki dio informacija koje se plasiraju na društvenim mrežama ispravan ali da uvijek postoji određena doza manipulacije. U vezi s tim imamo i 25.3% ispitanika koji smatra da se veliki broj informacija objavljuje s ciljem određene prodaje. 15.9% ispitanika smatra da objave na društvenim mrežama imaju za pozadinu određenu propagandu i manipulaciju. Samo 0.6% ispitanika se slaže s tvrdnjom da su informacije u potpunosti tačne.

## U koju svrhu najviše koristite društvene mreže?

170 responses



Grafikon 9. U koju svrhu najviše koristite društvene mreže?

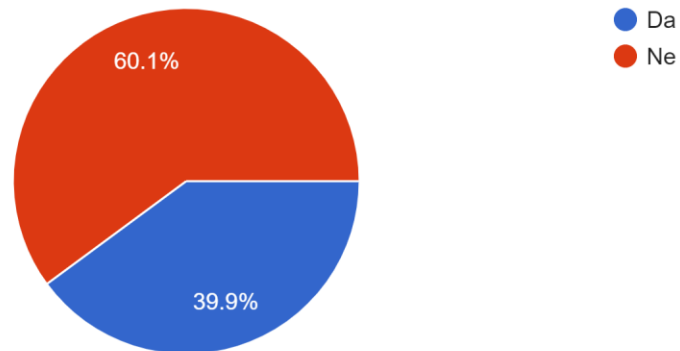
Izvor: Istraživanje autorice

Društvene mreže su olakšale komunikaciju sa ljudima te je s time 81.2% ispitanika odgovorilo da društvene mreže koristi upravo za komunikaciju sa prijateljima. Također, 72.9% ispitanika koristi društvene mreže kako bi pratili interesantne sadržaje, te 51.2% njih kako bi stekli nova znanja i vještine. Za zabavu ih koristi 45.3% ispitanika dok 20% njih prati sadržaje drugih na društvenim mrežama. 18.8% ispitanika želi upoznati nove ljude jer nam to društvene mreže i olakšavaju.



Da li nekada koristite društvene mreže kao bijeg od stvarnosti kada se osjećate loše?

168 responses



Grafikon 10. Da li nekada koristite društvene mreže kao bijeg od stvarnosti kada se osjećate loše?

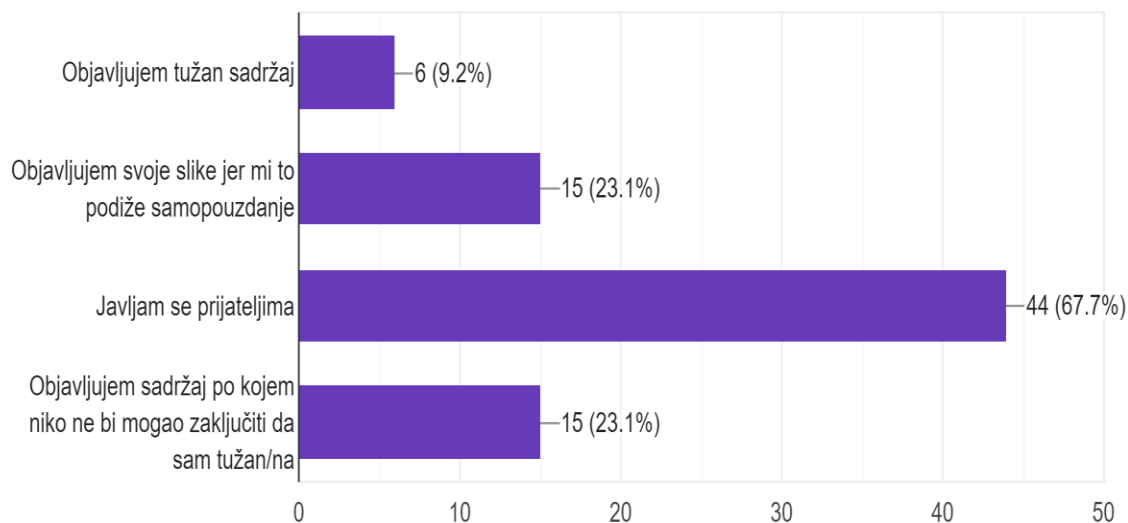
Izvor: Istraživanje autorice

Društvene mreže nam često daju samo lažni privid toga da smo povezani s nekim, većina ljudi upravo njih koristi kao bijeg od stvarnosti. Mnogi u ovome vide spas, objavit će neki sadržaj na koji će im se javiti puno ljudi, te će privremeno zaboraviti svoj problem, ili će se samo javiti svojim imaginarnim prijateljima. Nažalost, ako se sva komunikacija svede na komunikaciju putem tehnologija to često dovodi do većih problema a to je usamljenost, izolacija koji vode ka depresiji. Društvene mreže nam samo daju lažni osjećaj da smo povezani s nekim, a zapravo smo sami. Potrebno je shvatiti da ljudi nisu na dugme, da ih ne možemo upaliti i ugasiti onda kada je to nama potrebno jer svaka slika prestaje postojati onda kada je prestanemo gledati.

60.1% ispitanika ne koristi društvene mreže kao bijeg od stvarnosti, dok 39.9% njih koristi.

Ako je odgovor na prethodno pitanje bio potvrđan, na koji način koristite društvene mreže kada se osjećate loše?

65 responses



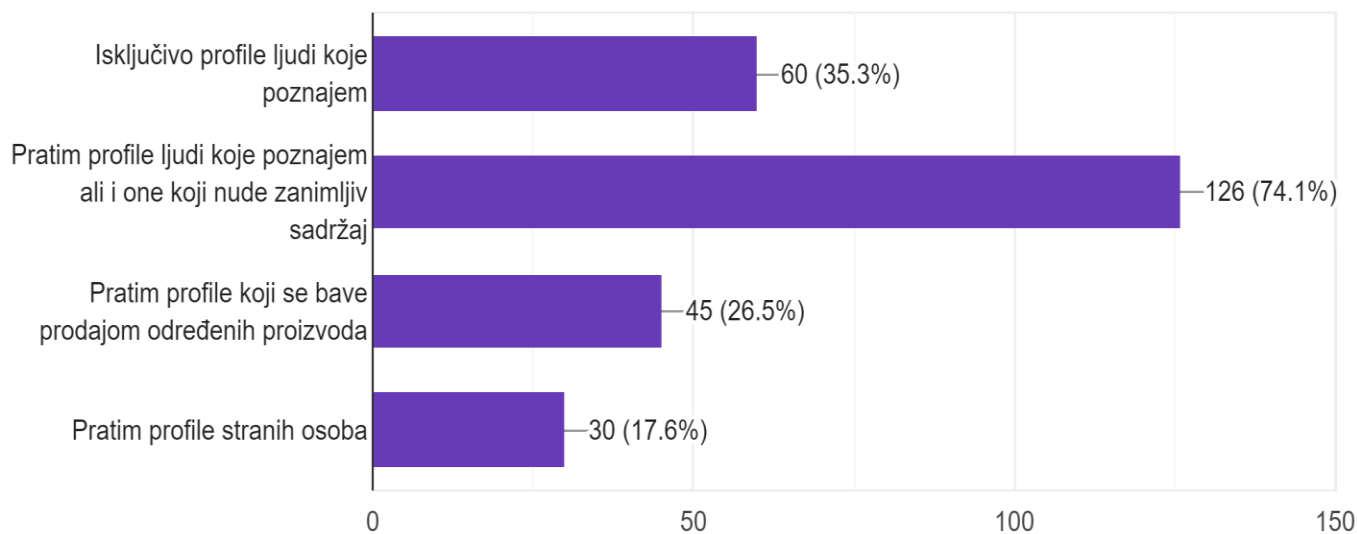
Grafikon 11. Ako je odgovor na prethodno pitanje bio potvrđan, na koji način koristite društvene mreže kada se osjećate loše?

Izvor: Istraživanje autorice

67.7% ispitanika se javlja prijateljima kada se osjeća loše, dok 23.1% njih objavljuje svoje fotografije jer na taj način uspijevaju podići svoje samopouzdanje i osjećati se bolje. 23.1% ispitanika objavljuje sadržaj po kojem niko ne bi mogao zaključiti da se osjećaju loše dok 9.2% njih objavljuje upravo taj tužan sadržaj.

## Kakve vrste sadržaja pratite na društvenim mrežama?

170 responses



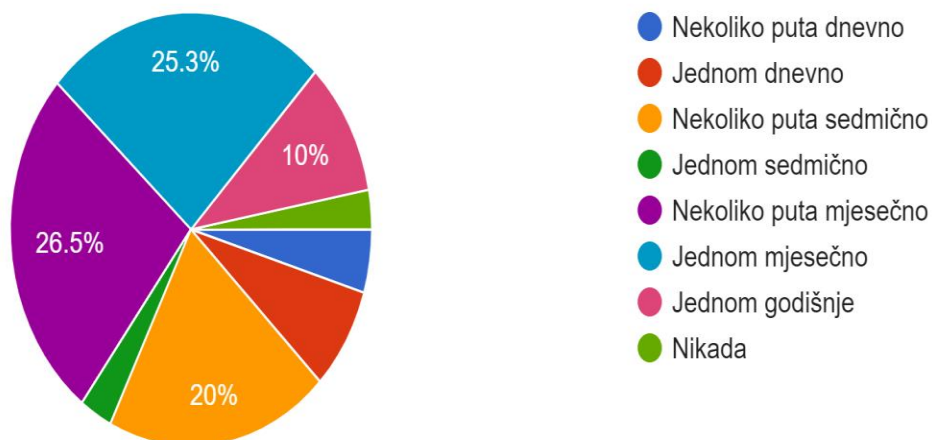
Grafikon 12. Kakve vrste sadržaja pratite na društvenim mrežama?

Izvor: Istraživanje autorice

Danas je vrlo lako doći do informacija o nekome, naročito jer na društvenim mrežama imamo opcije s kojima naši profili mogu biti privatni ili javni. Stoga 74.1% ispitanika prati profile ljudi koje poznaje ali i one koji nude zanimljiv sadržaj, dok 35.3% njih prati isključivo profile ljudi koje poznaje. Internet prodaja je danas postala jako popularna te 26.5% ispitanika koristi društvene mreže kako bi pratili profile koji se bave prodajom određenih proizvoda. 17.6% ispitanika prati profile stranih osoba.

## Koliko često objavljujete sadržaj na društvenim mrežama?

170 responses

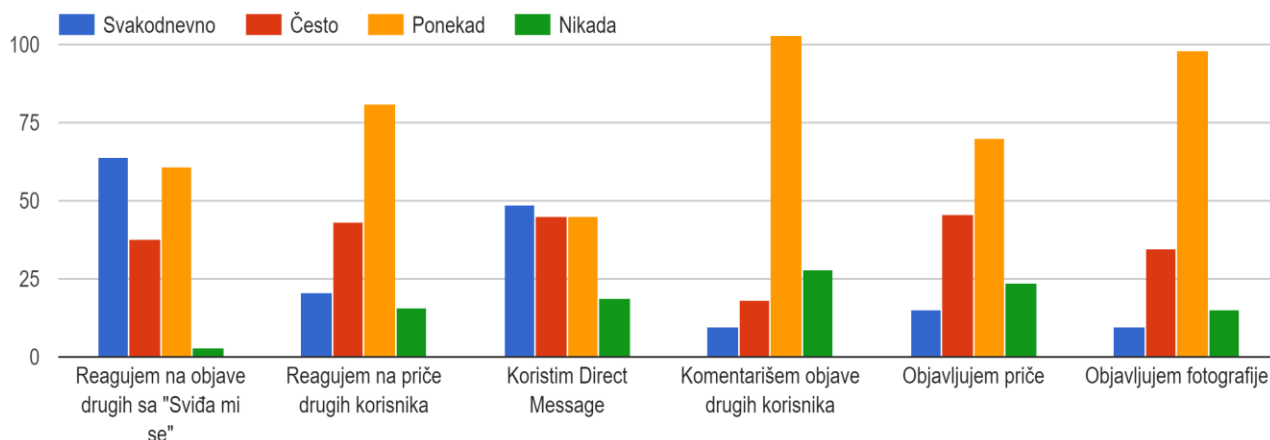


Grafikon 13. Koliko često objavljujete sadržaj na društvenim mrežama?

Izvor: Istraživanje autorice

26.5% ispitanika objavljuje sadržaj na društvenim mrežama nekoliko puta mjesečno, dok 25.3% njih to radi jednom mjesečno. 20% ispitanika objavljuje nekoliko puta sedmično, dok 10% njih samo jednom godišnje. Jednom dnevno na društvenim mrežama objavljuje 7.6% ispitanika, dok nekoliko puta dnevno to radi 4.7% njih. Jednom sedmično 2.9% njih objavi neki sadržaj, dok 2.9% njih to ne radi nikada.

Koliko često koristite sljedeće radnje na društvenim mrežama?



Grafikon 14. Koliko često koristite sljedeće radnje na društvenim mrežama?

Izvor: Istraživanje autorice

Društvene mreže nude mnogo opcija, pa smo analizirali neke od njih koje se koriste najviše:

#### *Reagujem na objave drugih sa "Sviđa mi se"*

64 ispitanika (38.5%) se izjasnilo da ovu opciju koristi svakodnevno, 38 (22.9%) često, 61 (36.7%) ponekad, dok 3 njih (1.8%) nikada.

#### *Reagujem na priče drugih korisnika*

21 (13.1%) ispitanik je odgovorio da ovu opciju koristi svakodnevno, 43 (26.7%) često, 81 (0.3%) ponekad i 16 (9.9%) njih to ne radi nikada.

#### *Koristim Direct Message*

49 ispitanika (31.1%) ovu opciju koristi svakodnevno, dok 45 (28.5%) njih ponekad. Također 45 ispitanika (28.5%) često koristi ovu opciju koju nam nude društvene mreže te 19 (12.1%) njih nekoristi nikada.

#### *Komentarišem objave drugih korisnika*

10 ispitanika (6.3%) ovu opciju koristi svakodnevno, 18 njih (11.3%) ponekad, 103 (64.8%) često dok 28 (17.6%) nikada.

### *Objavljujem priče*

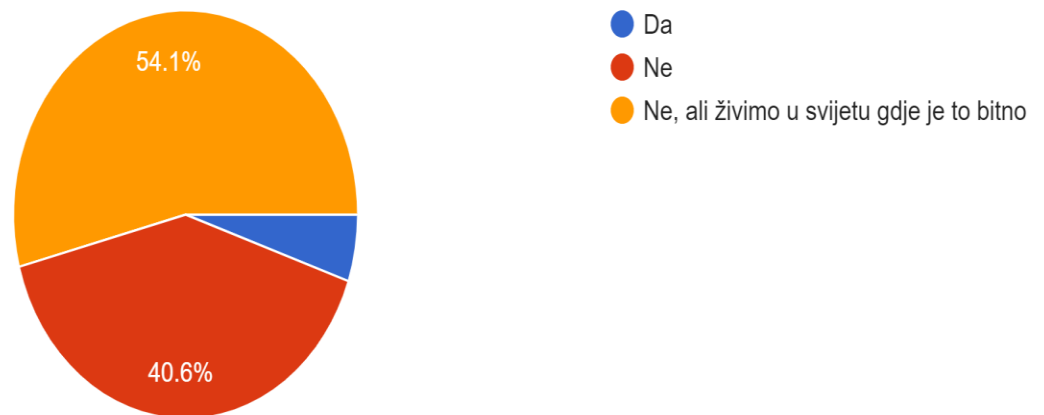
15 ispitanika (9.7%) ovu opciju koristi svakodnevno, dok 46 (29.7%) njih ponekad. 70 njih (45.2%) je koristi svakodnevno dok 24 (15.5%) nikada.

### *Objavljujem fotografije*

10 (6.3%) ispitanika svakodnevno objavljuje fotografije na društvenim mrežama, 35 (22.15%) njih ponekad a 98 (62.1%) često. 15 njih (9.5%) to ne radi nikada.

Da li smatrate da je veliki broj pratitelja na društvenim mrežama bitan uspjeh?

170 responses

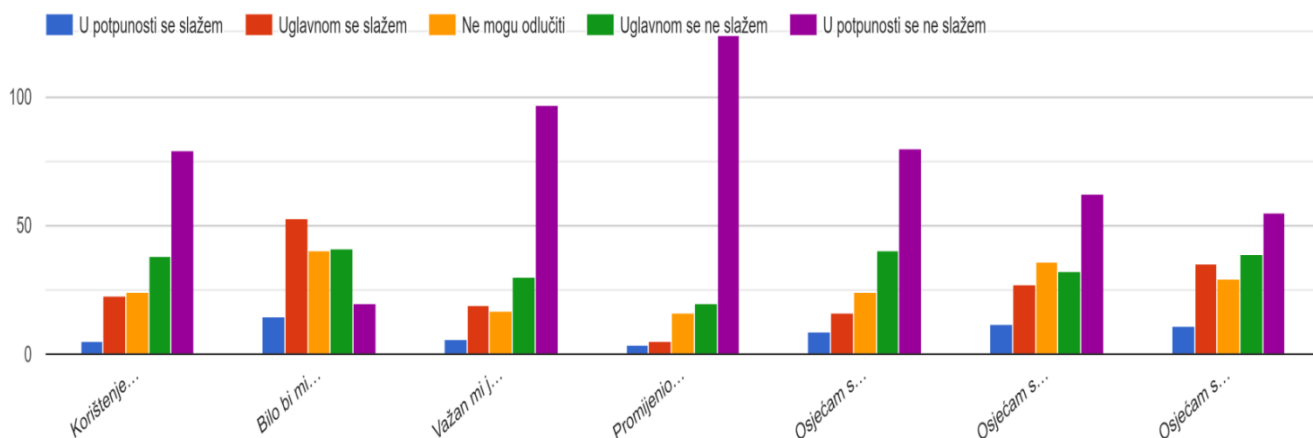


Grafikon 15. Da li smatrate da je broj pratitelja na društvenim mrežama bitan uspjeh?

Izvor: Istraživanje autorice

54.1% ispitanika smatra kako broj pratitelja na društvenim mrežama ne predstavlja uspjeh ali da živimo u svijetu gdje je to bitno. 40.6% ispitanika smatra da to nije bitno dok 5.3% njih se slaže sa ovom tvrdnjom.

Na koji način društvene mreže utječu na vas?



Grafikon 16. Na koji način društvene mreže utječu na vas?

Izvor: Istraživanje autorice

Od 170 ispitanika imamo sljedeće rezultate, te ćemo objasniti svaku tvrdnju posebno.

*Korištenje društvenih mreža utječe na moje mišljenje o samome sebi*

79 ispitanika (46.48%) se u potpunosti ne slaže s ovom tvrdnjom, dok 38 njih (22.5%) se uglavnom ne slaže. Njih 24 (14.2%) ne može odlučiti. 23 ispitanika (13.6%) se uglavnom slaže dok se 5 (2.9%) ispitanika u potpunosti slaže.

*Bilo bi mi žao kada ne bih mogao/la koristiti društvene mreže.*

20 ispitanika (11.7%) se u potpunosti ne slaže s ovom tvrdnjom, dok 41 ispitanik (24.2%) se uglavnom ne slaže. Njih 40 (23.5%) ne može odlučiti. Njih 53 (31.2%) se uglavnom slaže dok se 15 ispitanika (8.8%) u potpunosti slaže.

*Važan mi je broj prijatelja na društvenim mrežama*

6 ispitanika (3.5%) kaže da se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom, 19 njih (11.2%) se uglavnom slaže dok 17 njih (10%) ne može odlučiti. 30 ispitanika (17.6%) se uglavnom ne slaže te 97 njih (57.1%) se u potpunosti ne slaže.

*Promijenio/la sam podatke na društvenim mrežama kako bih se više svidio/la ljudima*

4 ispitanika (2.4%) se u potpunosti slažu s ovom tvrdnjom, 5 njih (2.9%) se uglavnom slaže dok 24 njih (14.2%) ne može odlučiti. 20 ispitanika (11.7%) se uglavnom ne slažu s ovom tvrdnjom te 124 (72.9%) njih je reklo kako se u potpunosti ne slaže.

*Osjećam se bolje kada mi se puno ljudi javlja na profilu*

9 ispitanika (5.3%) je odgovorilo da se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom, 16 njih (9.4%) da se uglavnom slaže dok 24 (14.2%) ispitanika ne mogu odlučiti. 40 ispitanika (23.5%) se uglavnom ne slaže te 80 njih (47.1%) se u potpunosti ne slaže s ovom tvrdnjom.

*Osjećam se bolje kada neko podijeli fotografiju sa mnom*

12 ispitanika (7.1%) je odgovorilo da se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom, 27 (15.8%) da se uglavnom slaže te 36 ispitanika (21.2%) ne može odlučiti. 32 ispitanika (18.8%) se uglavnom ne slažu te 62 ispitanika (36.5%) se u potpunosti ne slažu.

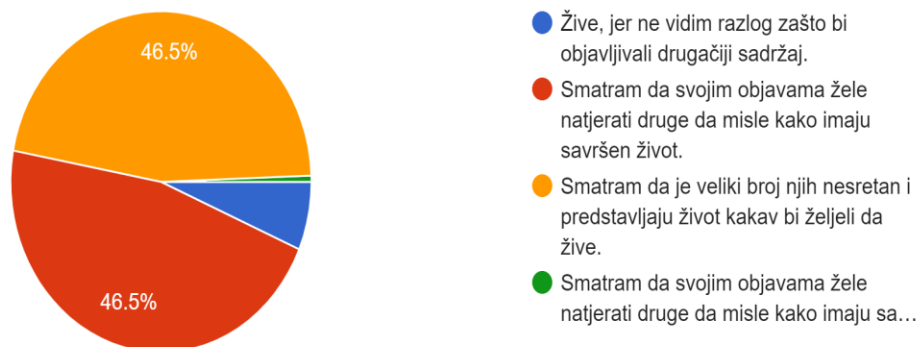
*Osjećam se bolje kada neko komentariše moju objavu*

Od ispitanika 11 njih (6.5%) je odgovorilo da se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom te 35 (20.6%) da se uglavnom slaže. 29 njih (17.1%) ne može odlučiti te 39 (22.9%) ispitanika se uglavnom ne slaže. 55 (32.4%) ispitanika se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom.



Da li smatrate da te osobe žive upravo onakav život kakav plasiraju na društvenim mrežama?

170 responses



Grafikon 17. Da li smatrate da te osobe žive život upravo onakav život kakav plasiraju na društvenim mrežama?

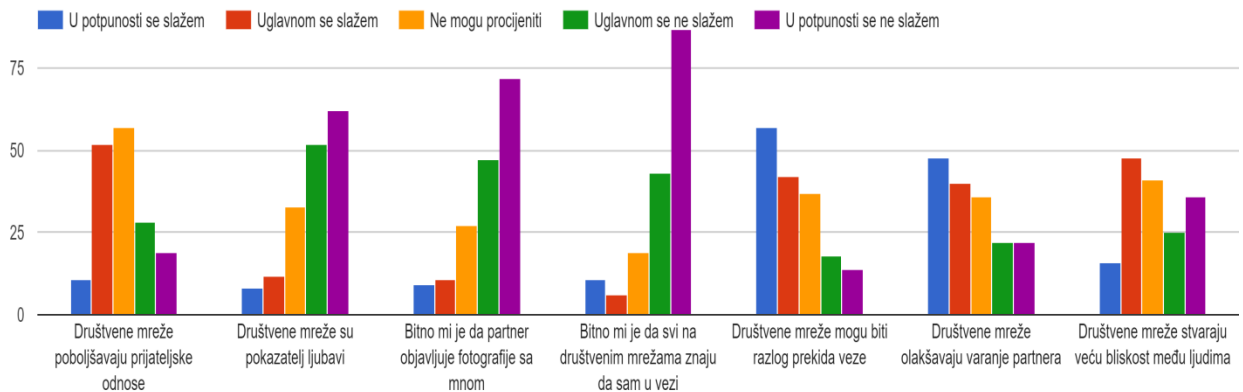
Izvor: Istraživanje autorice

Svi korisnici društvenih mreža objavljuju one sadržaje za koje smatraju da će se svidjeti i drugima. Počet ćemo od najbanalnije stvari a to je slikanje. Rijetko će neki korisnik objaviti fotografiju na svome profilu kada se tek probudio, kada je tužan, neraspoložen, ljut i slično. Svi korisnici objavljuju fotografije na kojima izgledaju dobro, kada su sređeni u potpunosti. Iza svih tih slika koje se plasiraju na društvenim mrežama ostaju samo obična ljudska bića koja nastavljaju da žive, koji imaju svoje potrebe, želje, osjećaje..

46.5% ispitanika smatra da ljudi na društvenim mrežama žele natjerati druge da misle kako imaju savršen život, te 46.5% njih smatra da je ono što se plasira putem društvenih mreža lažno te da su takvi ljudi nesretni i predstavljaju život kakav bi zapravo voljeli da žive. Samo 6.5% ispitanika smatra da svi žive onakav život kakav plasiraju na društvenim mrežama jer ne vide razlog zašto bi neko objavljivao sadržaj koji se ne poklapa sa realnošću. 0.6% ispitanika smatra da svojim objavama žele natjerati druge da misle kako imaju savršen život.

Jedina stvar koja nas može usrećiti u potpunosti jeste življenje pravog života, jer je on kao takav jako bogatiji, pruža nam puno više iskustva i iz njega možemo dobiti puno više od onoga što nam je zapravo i potrebno.

Društvene mreže i privatni život korisnika:



Grafikon 18. Društvene mreže i privatni život korisnika

Izvor: Istraživanje autorice

Kada govorimo o utjecaju društvenih mreža na privatni život korisnika, rezultati su sljedeći:

#### *Društvene mreže poboljšavaju prijateljske odnose*

11 ispitanika (6.6%) se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom, 52 njih (31.3%) se uglavnom slaže dok 57 njih (34.3%) ne može procijeniti. 28 (16.8%) ispitanika se uglavnom ne slaže s tim da društvene mreže poboljšavaju prijateljske odnose dok 19 ispitanik (11.4%) se u potpunosti ne slaže.

#### *Društvene mreže su pokazatelj ljubavi*

8 ispitanika (4.8%) se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom, 12 njih (7.3%) se uglavnom slaže dok 33 njih (19.9%) ne može procijeniti. 52 ispitanika (31.2%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom dok njih 62 (37.2%) se u potpunosti ne slaže.

*Bitno mi je da partner objavljuje fotografije sa mnom*

9 ispitanika (5.4%) se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom, 11 njih (6.6%) se uglavnom slaže dok 27 njih (16.3%) ne može procijeniti. 47 ispitanika (28.3%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom dok njih 72 (43.4%) se u potpunosti ne slaže.

*Bitno mi je da svi na društvenim mrežama znaju da sam u vezi*

11 ispitanika (6.6%) se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom, 6 njih (3.6%) se uglavnom slaže dok 19 njih (11.4%) ne može procijeniti. 43 ispitanika (25.9%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom dok njih 87 (52.4%) se u potpunosti ne slaže.

*Društvene mreže mogu biti razlog prekida veze*

57 ispitanika (33.9%) se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom, 42 njih (25%) se uglavnom slaže dok 37 njih (22.1%) ne može procijeniti. 18 ispitanika (10.7%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom dok njih 14 (8.3%) se u potpunosti ne slaže.

*Društvene mreže olakšavaju varanje partnera*

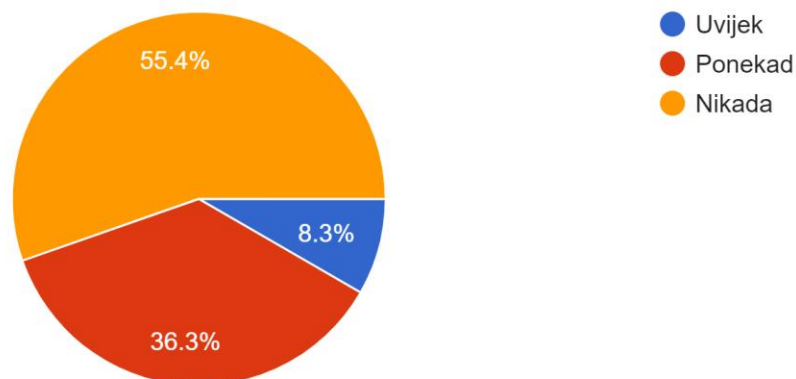
48 ispitanika (28.6%) se u potpunosti slaže s tvrdnjom da društvene mreže olakšavaju varanje partnera, 40 njih (23.8%) se uglavnom slaže dok 36 njih (21.4%) ne može procijeniti. 22 ispitanika (13.1%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom dok njih 22 (13.1%) se u potpunosti ne slaže.

*Društvene mreže stvaraju veću bliskost među ljudima*

16 ispitanika (9.6%) se u potpunosti slaže s ovom tvrdnjom, 48 njih (28.9%) se uglavnom slaže dok 41 njih (24.7%) ne može procijeniti. 25 ispitanika (15.1%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom dok njih 36 (21.7%) se u potpunosti ne slaže.

## Koristite li programe za uređivanje fotografija?

168 responses



Grafikon 19. Koristite li programe za uređivanje fotografija?

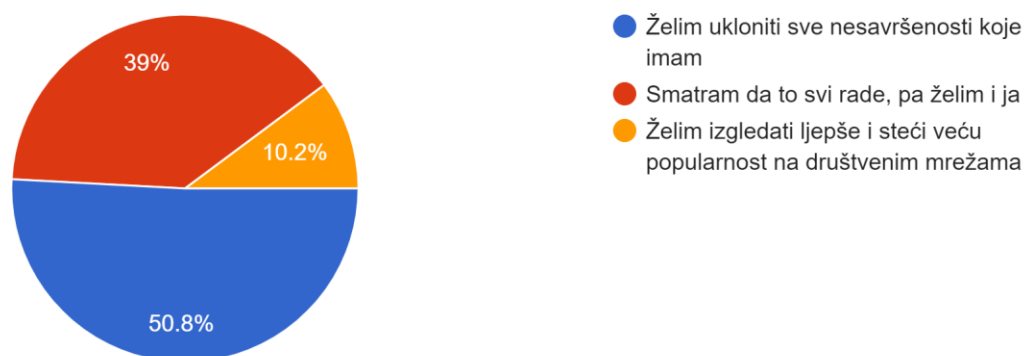
Izvor: Istraživanje autorice

Danas su programi za uređivanje fotografija postali jako popularni, te se sve više koriste. Pored toga, društvene mreže poput Instagram-a, Tik Tok-a nam pružaju mogućnost slikanja i snimanja videa sa filterima po našem izboru. Dovoljno je samo da uključimo te filtere i vrlo često nećemo sami sebe prepoznati. Problem današnjice jeste upoređivanje sa drugima, te je to veliki problem naročito kod populacije ženskog pola. Naročito mlađe djevojke se upoređuju sa pojedinim influenserima, poznatim ličnostima i njihovim fotografijama na društvenim mrežama te istovremeno počinju smatrati da nisu dovoljno dobre, što stvara problem. Pretjeranim korištenjem programa za uređivanje fotografija kvvari se naša slika o drugima ali i slika koju imamo sami o sebi. Problem upoređivanja sa ljudima koje znamo samo u virtualnom svijetu jeste siguran gubitak bitke. Jer osnovna činjenica koju trebamo znati u tom trenutku jeste da je predstavljen samo najbolji i najljepši dio njihovog života. Na taj način nećemo povrjeđivati sami sebe, te se nećemo smatrati nedovoljnim, nesigurnim.

55.4% ispitanika nikada ne koristi programe za uređivanje fotografija dok 36.3% njih ih koristi ponekad. 8.3% ispitanika uvijek uređuje fotografije.

Jedna sigurna stvar kada govorimo o povezivanju ljudi na društvenim mrežama i korištenjem filtera kojima “postavljamo određene standarde ljepote” jeste da na taj način dolazi do još veće usamljenosti. Činjenica je da se ljudi lakše povezuju na određenom nivou ranjivosti nego na nivou savršenosti jer drugima izgleda nemoguće povezati se s takvim ljudima. Oni su nedostupni za druge, iz drugog svijeta su. Onda kada nam se drugi otvore, te i mi njima pokažemo određene aspekte našeg života tek tada ćemo se moći povezati istinski s njima jer će se stvoriti odedeni osjećaj sličnih gledanja na život.

Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bio potvrđan, koji je vaš razlog uređivanja fotografija?  
59 responses



Grafikon 20. Koji je vaš razlog uređivanja fotografija?

Izvor: Istraživanje autorice

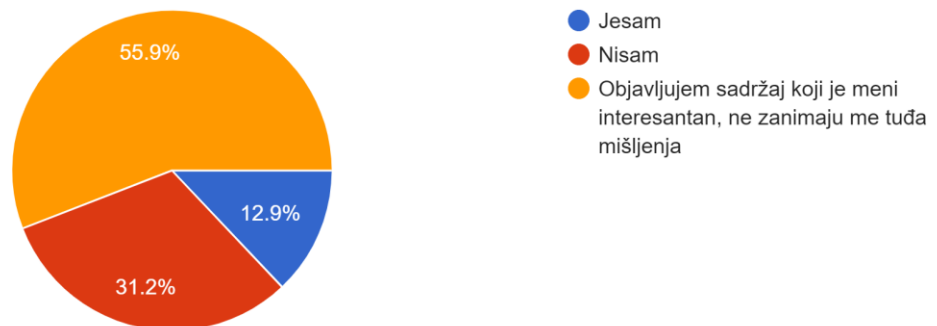
Kroz različite aplikacije postalo je jako jednostavno uređivanje svih nesavršenosti koje imamo. Ovakve aplikacije nam omogućavaju uklanjanje bora, bubuljica, ožiljaka, dodavanje kose, sužavanje ili proširenje određenih dijelova tijela. Ovo nije toliko loša opcija ukoliko se koristi u realnim količinama, da ne mijenjamo lični opis u potpunosti do te mjere da nas drugi ne mogu prepoznati uživo.

50.8% ispitanika je odgovorilo da želi ukloniti sve nesavršenosti koje ima, dok 39% njih smatra da danas to svi rade, pa žele i oni. 10.2% ispitanika želi izgledati ljepše i steći veći popularnost na društvenim mrežama.

Najbitnija stvar jeste da prihvatimo realan svijet onakvim kakav zapravo jeste te da budemo svjesni svih onih razlika kojima se razdvajaju stvarni i virtualni svijet.

Da li ste nekada doživjeli razočarenje ukoliko vaša objava na društvenim mrežama nije izazvala očekivanu reakciju ljudi?

170 responses



Grafikon 21. Da li ste nekada doživjeli razočarenje ukoliko vaša objava na društvenim mrežama nije izazvala očekivanu reakciju ljudi?

Izvor: Istraživanje autorice

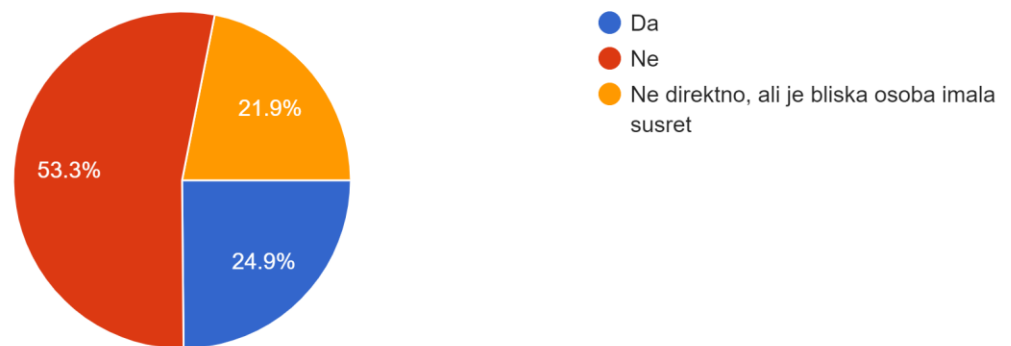
Nešto što je jako čest problem kod društvenih mreža jeste njegovanje narcizma. Neke od glavnih karakteristika osoba koje su narcisoidne jesu zavist, manipulacija, savršena slika o samom sebi, velika i česta potreba za stalnim divljenjem, odsustvo empatije, nestabilnost, pasivna agresija i slično. Kroz društvene mreže narcizam je doživio veliki rast, jer na ovaj način još lakše ovakve osobe mogu podizati svoje samopouzdanje kroz objavu sadržaja kojima će se još više truditi da idealizuju sebe u očima drugih. Ovakve

osobe često nemaju problem da povrijede druge kako bi postigli svoje ciljeve, dobili određenu pažnju jer sve ono što oni žele jeste moć ali i kontrola.

5.9% ispitanika objavljuje sadržaj koji je njima interesantan te ih ne zanima tuđe mišljenje. 31.2% ispitanika nije doživjelo razočarenje jer njihova objava nije izazvala očekivanu reakciju publike, dok 12.9% njih jeste.

Jeste li se ikada susreli s nekim oblikom elektronskog nasilja?

169 responses



Grafikon 22. Jeste li se ikada susreli sa nekim oblikom nasilja?

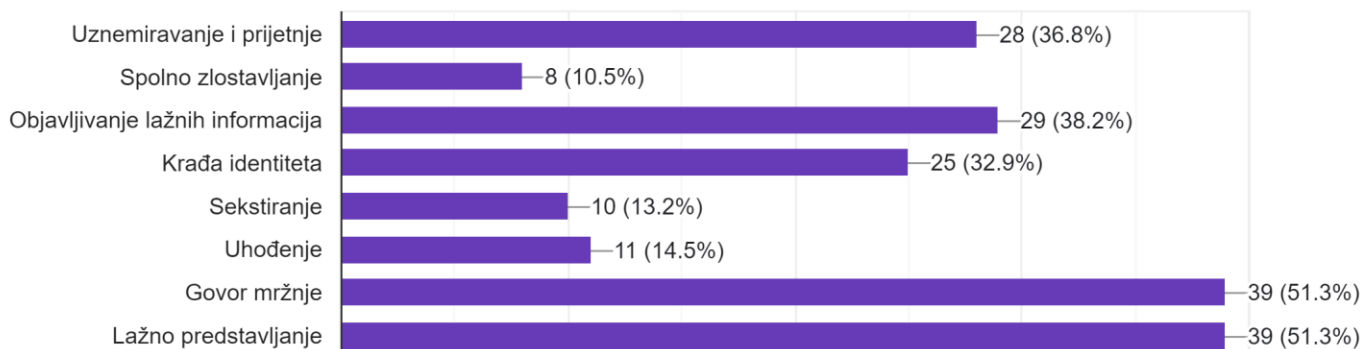
Izvor: Istraživanje autorice

Društvene mreže su postale mjesto na kojem ljudi liječe svoje komplekse i nedostatke te se hrane time što će uvrijediti druge. Nasilje ima niz oblika te je samo vrijeđanje drugih jedno od njih. Jako je lako napraviti profil sa lažnim podacima, fotografijama te na taj način činiti zlostavljanje. Takvim predatorima je jako bitno postaviti granicu, prijaviti ih jer na taj način možemo spriječiti da oni nastave u svome putu te učine to nekome drugome. Oni ne znaju postaviti granice sami sebi te je to na nama da učinimo.

53.3% ispitanika se nije susrelo s nekim oblikom nasilja, dok 24.9% njih jeste. 21.9% njih nije imalo direktan susret s tim, ali njima bliska osoba jeste.

Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bio potvrđan, koja je vrsta nasilja bila u pitanju?

76 responses



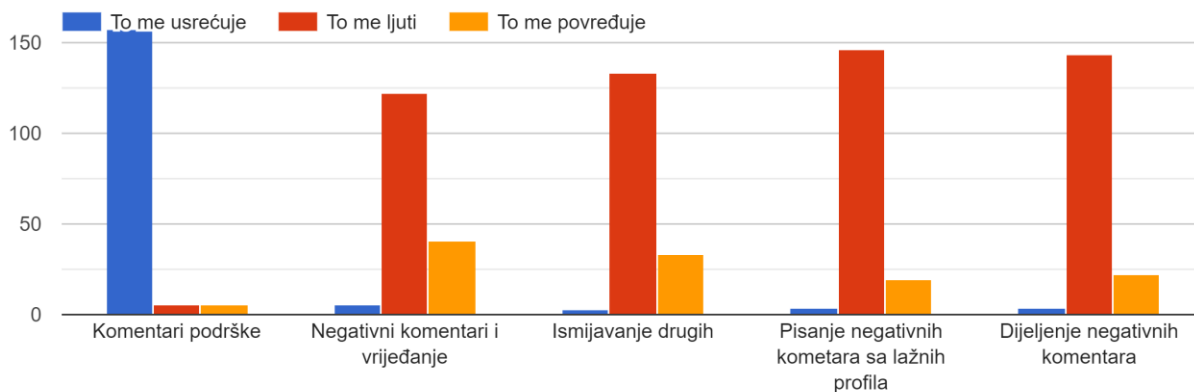
Grafikon 23. Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bio potvrđan, koja je vrsta nasilja bila u pitanju?

Izvor: Istraživanje autorice

51.3 % ispitanika je imao susret sa govorom mržnje, ali isti broj njih i sa lažnim predstavljanjem. 38.2% ispitanika je imao susret sa objavljivanjem lažnih informacija, dok 36.8% njih je imalo problem sa uznemiravanjem i prijetnjama. S krađom identiteta se susrelo 32.9% ispitanih korisnika, dok 14.5% sa uhođenjem. 13.2% ispitanika je imalo susret sa sekstiranjem. Sa spolnim zlostavljanjem se susrelo 10,5% ispitanih osoba.



Reakcije korisnika na komentare ispod objava na društvenim mrežama:



Grafikon 24. Reakcije korisnika na komentare ispod objava na društvenim mrežama

Izvor: Istraživanje autorice

U ovom pitanju ispitanici su imali ponuđena 3 odgovora koja su povezana sa njihovim osjećajima (to me usrećuje, to me ljuti, to me povređuje).

#### *Komentari podrške*

157 ispitanika (92.9%) je odgovorilo kako ih to usrećuje, 6 (3.5%) da ih to ljuti i 6 (3.5%) kako ih to povređuje.

#### *Negativni komentari i vrijeđanje*

6 njih (3.5%) se izjasnilo kako ih to usrećuje, 122 (72.2%) da ih to zapravo ljuti i 41 (24.3%) povređuje.

#### *Ismijavanje drugih*

3 ispitanika (1.8%) su odgovorila da ih to usrećuje, 133 (78.7%) da ih to ljuti a 33 (19.5%) da ih to povređuje.

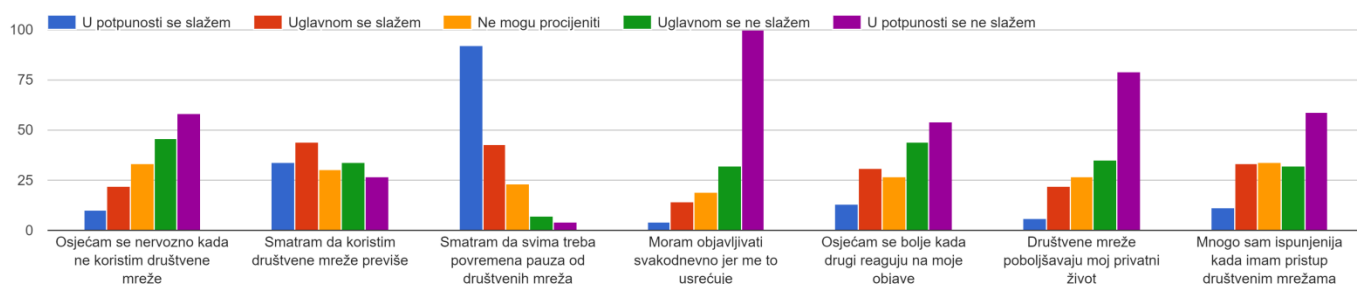
#### *Pisanje negativnih komentara sa lažnih profila*

4 ispitanika (2.4%) su odgovorila da ih to usrećuje, 146 (86.4%) da ih to ljuti a 19 (11.3%) njih da ih to povređuje.

### *Dijeljenje negativnih komentara*

14 ispitanika (2.4%) su odgovorila da ih to usređuje, 143 (84.6%) da to u njima izaziva ljutnju i 22 njih (13.1%) da ih to povređuje.

Reakcija korisnika na društvene mreže:



Grafikon 25. Reakcije korisnika na društvene mreže

Izvor: Istraživanje autorice

Možemo reći da su društvene mreže okupirale našu svakodnevicu te većina korisnika nema granicu u njihovom korištenju. Današnjica se ne može ni zamisliti bez korištenja telefona, provjeravanja poruka, objava, kao i redovnog označavanja lokacija na kojima se nalazimo. Društvene mreže imaju veliki utjecaj na naše mentalno zdravlje te možemo reći da vrlo lako postaju opsesija.

#### *Osjećam se nervozno kada ne koristim društvene mreže*

10 ispitanika (5.99%) se u potpunosti slaže sa ovom tvrdnjom, 22 njih (13.2%) se uglavnom slaže dok 33 njih (19.7%) ne može odlučiti. 44 ispitanika (26.4%) se uglavnom ne slažu s ovom tvrdnjom te 58 njih (34.7%) se u potpunosti ne slaže.

#### *Smatram da koristim društvene mreže previše*

34 ispitanika (20.1%) se u potpunosti slaže sa ovom tvrdnjom, 44 njih (26.1%) se uglavnom slaže dok se 30 njih (17.7%) ne može odlučiti. 34 ispitanika (20.2%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom te njih 27 (15.9%) se u potpunosti ne slaže.

*Smatram da svima treba povremena pauza od društvenih mreža*

92 ispitanika (54.4%) su se u potpunosti složila s ovom tvrdnjom te 43 njih (24.4%) se uglavnom složilo. Od ispitanika 23(13.6%) nije moglo procijeniti ovu tvrdnju te 7 ispitanika (4.2%) je odgovorilo da se uglavnom ne slaže s ovim, te 4 (2.4%) da se u potpunosti ne slaže.

*Moram objavljivati svakodnevno jer me to usređuje*

4 ispitanika (2.4%) se u potpunosti slaže sa ovom tvrdnjom, njih 14 (8.28%) se uglavnom slaže dok 19 njih(11.3%) ne može odlučiti. 32 ispitanika (18.9%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom te njih 100 (59.2%) se u potpunosti ne slaže.

*Osjećam se bolje kada drugi reaguju na moje objave*

13 ispitanika (7.7%) se u potpunosti slaže sa ovom tvrdnjom, njih 31 (18.4%) se uglavnom slaže dok 27 njih (15.9%) ne može odlučiti. 44 ispitanika (26.1%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom te njih 54 (31.9%) se u potpunosti ne slaže.

*Društvene mreže poboljšavaju moj privatni život*

6 ispitanika (3.5%) se u potpunosti slaže sa ovom tvrdnjom, njih 22 (13.1%) se uglavnom slaže dok 27 njih (15.9%) ne može odlučiti. 35 ispitanika(20.7%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom te njih 79 (46.7%) se u potpunosti ne slaže.

*Mnogo sam ispunjeniji/a kada imam pristup društvenim mrežama*

11 ispitanika (6.5%) se u potpunosti slaže sa ovom tvrdnjom, njih 33 (19.5%) se uglavnom slaže dok njih 34 (20.2%) ne može odlučiti. 32 ispitanika (18.9%) se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom te njih 59 se u potpunosti ne slaže (34.9%).

## IV Zaključak

Tehnologija je dostigla veliki napredak koji nudi veliki broj mogućnosti za sve korisnike. Danas živimo u periodu u kojem društvene mreže imaju veliki utjecaj na život svakog pojedinca, te pomažu mladima u definisanju vlastitog ja. Kao što smo u radu naveli, društvene mreže imaju kako pozitivne tako i negativne posljedice na živote ljudi. S razvojem društvenih mreža došlo je do istovremenog razvoja čovjeka, jer je omogućen pristup svim informacijama. Na taj način je moguće i saznanje o temama koje nekoga zanimaju a ta osoba nema od koga saznati potrebne informacije..

Danas je nemoguće zamisliti život bez telefona i društvenih mreža. Također, veliki je utjecaj na samopouzdanje pojedinca, upoznavanje i stjecanje novih prijateljstava, održavanja odnosa sa osobama koje su kilometrima daleko. Na ovaj način je daljina postala bliska jer imamo mogućnost u svakom trenutku komunicirati s korisnicima. S ovime imamo i veliku potrebu pojedinca za stalnom povezanošću sa društvenim mrežama te pojavu anksioznosti ukoliko nam nisu dostupne. Nešto što je bitno naglasiti jeste da na društvenim mrežama imamo manjak privatnosti te preovladava mogućnost kontrole korisnika. Društvene mreže stvarnom odnosu donosi veliki broj aspekata, kako pozitivnih tako i negativnih.

U radu je postavljeno glavno pitanje kojim se želi otkriti da li su društvene mreže samo dodatak ili zamjena interpersonalne komunikacije. Kroz anketu je potvrđeno da sve starosne dobi koriste društvene mreže aktivno kao i mogućnosti koje nam one nude. Društvene mreže više ne predstavljaju samo virtualnost, već su postale dio stvarnog svijeta ljudi. Kroz društvene mreže ljudi pokušavaju pronaći sami sebe, a naročito mladi. Nešto što je mana društvenih mreža jeste pojavljivanje same potrebe za povezanošću jer je danas jako lako i brzo povezati se s nekim iz ovog svijeta. Danas je s razvojem tehnologije došlo do ravnopravnosti virtualnog i stvarnog odnosa jer ponekad nam stvarni odnos ne omogućava nešto s obzirom na utjecaje prostora i vremena te tu dolazhi do izražaja virtualni odnos. Isto tako kao što znamo, u realnosti imamo mogućnost fizičke bliskosti i kontakta te je to nadomješteno u virtualnom odnosu kroz različite gifove, naljepnice, videe, emotikone i slično. Ovim možemo zaključiti da one utječu na samu komunikaciju između korisnika, ali isto tako i na načine kojima se mi povezujemo sa

drugima. Isto tako imaju veliki utjecaj na samu kvalitetu odnosa između ljudi ali i način na koji vidimo sami sebe. Internet komunikacija je prema svemu navedenom jako siromašna te nikada neće moći zamijeniti ono što se dešava u realnom svijetu. Prema anketi koju smo sproveli možemo zaključiti da veliki broj korisnika koristi društvene mreže kao bijeg od stvarnosti te uopšte ne pokazuje svoje loše trenutke na društvenim mrežama. Na društvenim mrežama možemo objavljivati jako zanimljiv, smiješan sadržaj, smijati se, slati razne emotikone, LOL, ali to nikada ne može biti isto kao smijanje kraj neke drage osobe te gledanje ljudskog nasmijanog lica. Internet komunikacija je zasnovana na dva nivoa a to su slika i zvuk. Kada je neka osoba kraj nas onda imamo prisutnost svih pet ljudskih čula. Rad je fokusiran na promjene koje su uslijedile u odnosima među ljudima nakon popularizacije društvenih mreža. Također, u pitanje se dovodi taj odnos realnost- virtualni svijet. Predstavljani su faktori koji omogućavaju poboljšavanje međuljudskih odnosa ali i oni koje društvene mreže kvare.

Putem društvenih mreža često dobijamo privid neke bitnosti, imamo mnogo prijatelja, pričamo sa mnogo ljudi i slično, ali sve to nestaje kada ostavimo telefon. Tada ostajemo sami. Problem kod pretjeranog korištenja društvenih mreža je izbjegavanje realnog svijeta te stvaranja većih problema o kojima smo govorili u radu, a to su izolacija, usamljenost koji vode ka anksioznosti i depresiji.

Naročito mlade osobe provode veliki dio svog vremena na društvenim mrežama te jako brzo postaju opterećeni njima. Veliki broj njih također većinu stvari koje radi, radi samo da bi to mogli objaviti na društvenim mrežama, kako bi izazvali divljenje drugih. Nažalost, društvene mreže uništavaju socijalizaciju jer je se većina vremena koju ljudi provedu zajedno svede na korištenje mobitela i komunikaciju sa nekim drugim. Iako su ovo neke od loših karakteristika društvenih mreža, ne možemo poreći njihove dobre karakteristike a to je zapravo lak pristup informacijama. Jako lako možemo dobijati i dijeliti informacije te pronaći sve ono što nas zanima. Pored toga možemo mnogo toga naučiti o samom psihičkom zdravlju jer postoji niz online savjetovanja ali i psihoterapija koje se pružaju upravo putem društvenih mreža. Veliki je broj ljudi kojima je ovo potrebno, a nemaju nekoga u svom bliskom okruženju kome bi mogli reći za svoje probleme, te smatram da je ovo jako dobra opcija.

Rezultati provedenog istraživanja negirali su generalnu hipotezu koja kaže da je utjecaj novih i on line medija na emocionalni život pojedinaca je nezamjetan i nepostojeći. Prema provedenom istraživanju 77.1% ispitanika smatra da su društvene mreže postale jako bitan faktor u njihovim životima dok se 22.9% njih ne slaže s tom tvrdnjom. Također, istraživanje je pokazalo da 81.8% korisnika ima otvoren profil na društvenoj mreži Facebook, njih 71.% na Instagram-u, zatim 29.4% na TikTok-u, 21.2% na Snapchat-u, 12.9% na Twitteru dok 11.8% korisnika koristi sve mreže koje smo naveli. Društvene mreže imaju veliki utjecaj na privatni život korisnika te prema istraživanju 81.2% njih koristi društvene mreže za komunikaciju s prijateljima. Također, 72.9% ispitanika koristi društvene mreže kako bi pratili interesantne sadržaje, te 51.2% njih kako bi stekli nova znanja i vještine. Za zabavu ih koristi 45.3% ispitanika dok 20% njih prati sadržaje drugih na društvenim mrežama. 18.8% ispitanika želi upoznati nove ljude jer nam to društvene mreže i olakšavaju. Ispitanici su svjesni utjecaja društvenih mreža, te 20.1% njih se u potpunosti slaže sa tvrdnjom da se društvene mreže koriste previše. 26.1% njih se uglavnom slaže dok se njih 17.7% ne može odlučiti. 20.2% se uglavnom ne slaže s ovom tvrdnjom te njih 15.9% se u potpunosti ne slaže.

Kada govorimo o pomoćnim hipotezama, prva je glasila da uz pomoć društvenih mreža pojedinac može poboljšati svoj status u društvu. 54.1% ispitanik smatra kako broj pratitelja na društvenim mrežama ne predstavlja uspjeh ali da živimo u svijetu gdje je to bitno. 40.6% ispitanika smatra da to nije bitno dok 5.3% njih se slaže sa tvrdnjom. Također, samo 2.4% se u potpunosti slaže s tvrdnjom „*Promijenio/la sam podatke na društvenim mrežama kako bih se više svidio/la ljudima*“ 2.9% se uglavnom slaže dok 14.2 ne može odlučiti. 11.7% ispitanika se uglavnom ne slažu s ovom tvrdnjom te 72.9% njih je reklo kako se u potpunosti ne slaže. 46.5% ispitanika smatra da ljudi na društvenim mrežama žele natjerati druge da misle kako imaju savršen život, te 46.5% njih smatra da je ono što se plasira putem društvenih mreža lažno te da su takvi ljudi nesretni i predstavljaju život kakav bi zapravo voljeli da žive. Samo 6.5% ispitanika smatra da svi žive onakav život kakav plasiraju na društvenim mrežama jer ne vide razlog zašto bi neko objavljivao sadržaj koji se ne poklapa sa realnošću. 0.6% ispitanika smatra da svojim objavama žele natjerati druge da misle kako imaju savršen život.

Društvene mreže povećavaju samopouzdanje korisnicima- 46.48% ispitanika se u potpunosti ne slaže s ovom tvrdnjom, dok 22.5% se uglavnom ne slaže. Njih 14.2% ne može odlučiti. 13.6% se uglavnom slaže dok se 2.9% ispitanika u potpunosti slaže.

## **V POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1. **Spol ispitanika**

Grafikon 2. **Koliko imate godina?**

Grafikon 3. **Da li smatrate da su društvene mreže postale bitan faktor u vašem životu?**

Grafikon 4. **Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama?**

Grafikon 5. **Na kojim društvenim mrežama imate otvoren profil?**

Grafikon 6. **Od koje godine ste počeli koristiti društvene mreže aktivno?**

Grafikon 7. **Da li koristite svoje prave podatke na svojim profilima na društvenim mrežama?**

Grafikon 8. **Šta mislite o sadržaju informacija koje se plasiraju putem društvenih mreža?**

Grafikon 9. **U koju svrhu najviše koristite društvene mreže?**

Grafikon 10. **Da li nekada koristite društvene mreže kao bijeg od stvarnosti kada se osjećate loše?**

Grafikon 11. **Ako je odgovor na prethodno pitanje bio potvrđan, na koji način koristite društvene mreže kada se osjećate loše?**

Grafikon 12. **Kakve vrste sadržaja pratite na društvenim mrežama?**

Grafikon 13. **Koliko često objavljujete sadržaj na društvenim mrežama?**

Grafikon 14. **Koliko često koristite sljedeće radnje na društvenim mrežama?**

Grafikon 15. **Da li smatrate da je broj pratitelja na društvenim mrežama bitan uspjeh?**

Grafikon 16. **Na koji način društvene mreže utječu na vas?**



**Grafikon 17. Da li smatrate da te osobe žive život upravo onakav život kakav plasiraju na društvenim mrežama?**

**Grafikon 18. Društvene mreže i privatni život korisnika**

**Grafikon 19. Koristite li programe za uređivanje fotografija?**

**Grafikon 20. Koji je vaš razlog uređivanja fotografija?**

**Grafikon 21. Da li ste nekada doživjeli razočarenje ukoliko vaša objava na društvenim mrežama nije izazvala očekivanu reakciju ljudi?**

**Grafikon 22. Jeste li se ikada susreli sa nekim oblikom nasilja?**

**Grafikon 23. Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bio potvrđan, koja je vrsta nasilja bila u pitanju?**

**Grafikon 24. Reakcije korisnika na komentare ispod objava na društvenim mrežama**

**Grafikon 25. Reakcije korisnika na društvene mreže**

## VI Literatura

Allport, G. W., 1937. *Personalizy: A psychological interpretation*. 1 ur. New York: Holt.

Anon., n.d. s.l.:s.n.

Berkowitz, L., 1962. *Agresion- a social psychological analysis*. 1 ur. New York: McGraw-Hill.

Boban, M., 2012. *Pravo na privatnost i pravo na pristup informacijama u suvremenom informacijskom društvu*. 1 ur. Split: Pravni fakultet Sveučilišta u Splitu.

Burgoon, M. G., Hunsaker, F. & Dawson, E., 1994. *Human Communication*. 3 ur. California: Thousand Oaks.

Catell, B. R., 1950. *Personality: A systematic theoretical and factual study*. 1 ur. New York: McGraw Hill.

Čejko, M., 2019. U: *Superpovezani- Internet, digitalni mediji i tehno-društveni život*. Beograd: Multimedia CLIO, p. 74.

Čekić, E., 2015. *Normalno i devijantno u ponašanju ljudi- psihološki aspekt*. Sarajevo: Institut za naučnoistraživački rad i razvoj Univerzitetskog kliničkog Centra.

Čekić, E., 2015. *Normalno i devijantno u ponašanju ljudi- psihološki aspekt*. 1 ur. Sarajevo: Institut za naučnoistraživački rad i razvoj Univerzitetskog Centra.

Christakis, N., 2010. *Povezani, iznenađujuća moć društvenih mreža i kako one utječu na naše živote*. 1 ur. Zagreb: Algoritam.

Cloninger, S., 2009. *Conceptual issues in personality theory*. U. P. K. Corr i G. Matthews (Ur.). 1 ur. New York: Cambridge University Press.

D, B., 2007. U: *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. s.l.:s.n., p. 211.

- Eysenck, H. J., 1959. *Manual od the Maudsley personality inventory*. 1 ur. London: University of London Press.
- Fulgosi, A., 1983. *Psihologija ličnosti: Teorije i istraživanja*. 1 ur. Zagreb: Školska knjiga.
- Grbavac, J. & Grbavac, V., 2014. Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena u. U: Zagreb: Hrvatsko komunikološko društvo, p. 212.
- Gross, J., 2008. Handbook of Emotions Third Edition. *Emotion Regulation*, pp. 497-512.
- Gross, J., 2015. *Handbook of emotion regulation*. 1 ur. New York: The Guilford press.
- Hibberd, J. & Usmar, J., 2014. *This Book Will Make You Confident*. London, Published by arrangement with Quercus Editions Ltd .
- Ignjatović, Đ., 2011. *Pojam i etiologija nasilničkog kriminaliteta, Crimen*. Beograd, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu.
- Kirkpatrick, D., 2012. *Facebook efekt (Istinita priča o Marku Zuckerbergu)*. Zagreb: Lumen izdavaštvo.
- Kolundžija, K., 2015. *Struktura ličnosti, kongizivni stil, afektivna regulacija i demografske varijable kao predikori agresivnog ponašanja kod počinitelja krivičnih djela*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Kušić, S., 2010. Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike facebook generacije. U: *Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole*. Rijeka: Filozofski fakultet, p. 103.
- Larsen, J. R. J. & Buss, D. M., 2008. *Psihologija ličnosti*. 1 ur. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Lazarus, R. S., 1990. *Stress, coping and illness*. U: H. S. Friedman (Ur.), *Personality*. 1 ur. New York: Wiley.
- McCrae, R. & Costa, P., 1990. *Personality in adulthood*. 1 ur. New York: Guilford.

- Miloradović, A., 2010. *Globalno selo: sociologija informacijskog društva i cyber*. 1 ur. Zagreb: Centar za politološka istraživanja.
- Murray, H. A. & Kluckhohn, C., 1948. *Personality in nature, society, and culture*. 1 ur. New York: Harvard University.
- Oatley, K. & Jenkins, J., 2003. *Razumijevanje emocija*. 1 ur. Zagreb: Naklada Slap.
- Oatley, K. & Jenkins, J. M., 2003. *Razumijevanje emocija*. 2 ur. Zagreb: Naklada Slap.
- Perišić, K. & Tomiša, T., 2018. *Mentalno zdravlje*. 1 ur. Zagreb: Zagrebačko psihološko društvo.
- Petrović, J., 2007. *Emocionalni temelji socialne kompetencije*. 1 ur. Beograd: Zadrudžbina Andrejević.
- Repišti, S., 2015. *Psihologija ličnosti- teorija i empirija*. 2 ur. Podgorica: Autorovo izdanje.
- Ružić, D., Biloš, Antun & Turkalj, D., 2009. *e-Marketing*. 2 ur. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku - Ekonomski fakultet u Osijeku.
- Siva, V., 2018. *Antidruštvene mreže*. 1 ur. Beograd: Multimedija CLIO.
- Sorić, I., 2014. *Samoregulacija učenja: možemo li naučiti učiti..* 1 ur. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Sunajko, G., 2010. *Ekonomski leksikon*. Zagreb: Masmedia.
- Uzelac, A., 2003. *Utjecaj novih informacijskih tehnologija na kulturni razvoj, uloga virtualnih mreža, doktorska disertacija*, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet.
- Wilberg, A., 2018. *How social Media and Influencers are Driving Fashion*. [Na mreži]  
Dostupno:  
[https://www.google.com/url?sa=D&q=http://digitalmarketingmagazine.co.uk/social-media-marketing/how-social-media-anditsinfluencers-are-driving-fashion/&ust=1674076020000000&usg=AOvVaw289pOd5G9O\\_zkGrcrD9Kaq&hl=en&source=gmail](https://www.google.com/url?sa=D&q=http://digitalmarketingmagazine.co.uk/social-media-marketing/how-social-media-anditsinfluencers-are-driving-fashion/&ust=1674076020000000&usg=AOvVaw289pOd5G9O_zkGrcrD9Kaq&hl=en&source=gmail) [Poslednji pristup 10 August 2022].

Xiaowei, H., 2013. *A Critical Study of the Contradictory Role of Women's Magazines*. China: Beijing Normal University- Hong Kong Baptist University United International Collage, Division of Humanities and Social Sciences.

Živan, B., 2005. Ljudsko ponašanje. U: Split: Crkva u svijetu, pp. 207-227.

Žugić, Z., 1987. *Informacijsko društvo- nova paradigma*. 1 ur. Beograd: Edicija Kairos.



Naziv odsjeka i/ili katedre: Komunikologija/ žurnalistika

Predmet: \_\_\_\_\_

## IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime: Elma Hrustić

Naslov rada: Utjecaj društvenih mreža na emocionalni život pojedinca

Vrsta rada: Završni magistarski rad

Broj stranica: 93

Potvrđujem:

- da sam pročitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je to definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etičkim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;
- da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se tiču plagijarizma;
- da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznačeno;
- da rad nije predat, u cjelini ili djelimično, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi;
- da sam jasno naznačio/la prisustvo citiranog ili parafraziranog materijala i da sam se referirao/la na sve izvore;
- da sam dosljedno naveo/la korištene i citirane izvore ili bibliografiju po nekom od preporučenih stilova citiranja, sa navođenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis korištenog i citiranog izvora;
- da sam odgovarajuće naznačio/la svaku pomoć koju sam dobio/la pored pomoći mentora/ice i akademskih tutora/ica.

**Mjesto, datum**

Sarajevo, 07.07.2023.godine.

**Potpis**

\_\_\_\_\_