



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
ODSJEK KOMUNIKOLOGIJA

UTICAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA PSIHOFIZIČKO ZDRAVLJE
MLADIH

-magistarski rad-

Kandidatkinja:
Nataša Arapović
Broj indeksa: 744/II-JBC-PR

Mentorica:
Doc. dr. Irena Praskač - Salčin

Sarajevo, oktobar 2023. godine



ODSJEK: KOMUNIKOLOGIJA

**UTICAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA PSIHOFIZIČKO
ZDRAVLJE MLADIH**

-magistarski rad-

Kandidatkinja:
Nataša Arapović
Broj indeksa: 744/II-JBC-PR

Mentorica:
Doc. dr. Irena Praskač - Salčin

Sarajevo, oktobar 2023. godine

SADRŽAJ

UVOD	1
TEORIJSKO METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA	3
2.1. <i>Predmet i problem istraživanja</i>	3
2.2. <i>Osnovni kategorijalni pojmovi</i>	3
2.3. <i>Teorijska osnova istraživanja i planirani doprinos teze teoriji i praksi</i>	5
2.4. <i>Ciljevi istraživanja</i>	6
2.5. <i>Metode istraživanja</i>	7
2.6. <i>Sistem hipoteza</i>	7
2.7. <i>Vremensko određenje predmeta istraživanja</i>	8
KOMUNIKACIJA	9
3.1. <i>Definicija i pravila komunikacije</i>	9
3.2. <i>Verbalna i neverbalna komunikacija</i>	11
3.3. <i>Komuniciranje u virtuelnim zajednicama</i>	13
3.4. <i>Načini komuniciranja mladih nekad i sad</i>	13
3.5. <i>Pregled generacija</i>	15
3.5.1. <i>Generacija X</i>	15
3.5.2. <i>Generacija Y</i>	16
3.5.3. <i>Generacija Z</i>	16
3.6. <i>Internet</i>	18
3.7. <i>Društvene mreže</i>	19
3.8. <i>Statistike upotrebe društvenih mreža</i>	20
3.8.1. <i>Facebook</i>	21
3.8.2. <i>YouTube</i>	22
3.8.3. <i>Instagram</i>	23
3.8.4. <i>Tik Tok</i>	24
MEDIJSKA PISMENOST	25
4.1. <i>Medijska pismenost i mladi</i>	25
4.2. <i>Značaj medijske pismenosti</i>	27

DRUŠTVENE MREŽE I PSIHOFIZIČKO ZDRAVLJE MLADIH	29
5.1. <i>Društvene mreže i mladi</i>	29
5.2. <i>Psihičko zdravlje mladih</i>	29
5.3. <i>Opasnosti društvenih mreža na psihičko zdravlje mladih</i>	30
5.3.1. <i>Formiranje identiteta</i>	31
5.3.2. <i>Samopoštovanje i slika o sebi</i>	32
5.3.3. <i>Depresija i anksioznost</i>	33
5.3.4. <i>Strah od propuštanja, FOMO (engl. fear of missing out)</i>	34
5.3.5. <i>Rizično fotografisanje</i>	35
5.3.6. <i>Digitalno nasilje, cyberbullying</i>	36
5.3.6.1. <i>Razlika između nasilja putem interneta i nasilja u fizičkom okruženju</i>	37
5.3.7. <i>Ovisnost o internetu</i>	39
5.3.8. <i>Ovisnost o društvenim mrežama</i>	40
5.4. <i>Pozitivan uticaj društvenih mreža na psihofizičko zdravlje mladih</i>	41
5.4.1. <i>Dopamin – hormon nagrade i dopaminski detoks</i>	43
EMPIRIJSKI DIO ISTRAŽIVANJA	44
6.1. <i>Rezultati istraživanja</i>	45
ZAKLJUČAK	60
LITERATURA	64
Prilog - Popis grafikona	69
Prilog - Anketni upitnik	70
Izjava o autentičnosti rada	75

UVOD

Zbog brzog razvoja tehnologije i digitalne revolucije načini komuniciranja mladih su doživjeli revolucionarne promjene tokom proteklih desetljeća. Ove promjene su duboko uticale na način na koji mladi komuniciraju sa svojim vršnjacima, porodicom i sa drugim članovima društva. Razvoj medija i tehnologije odvija se veoma brzo tako da djeca i mladi postaju podložna njima od prvih godina svog života.

Masovni mediji mijenjaju način komuniciranja i svijest ljudi. Mediji su postali temelj ličnog i društvenog života, promijenili su komunikaciju, kulturu i umjetnost, uticali na znanje i slobodno vrijeme, promijenili porodicu i školu, te nametnuli potrebu da se mnoge vrijednosti preispitaju. (McLuhan 2008: 322).

Komunikacija predstavlja kompleksan proces putem kojeg se poruke prenose od jedne osobe do druge, a u cilju postizanja međusobnog razumijevanja. Mladi se danas oslanjaju na digitalne tehnologije kao ključno sredstvo komunikacije. Mobilni uređaji i društvene mreže postali su centralni fenomen komunikacije. Društvene mreže detaljno su transformisale način na koji mladi komuniciraju danas i omogućuju mladima da razmjenjuju poruke, fotografije, videozapise u stvarnom vremenu bez obzira na svoju geografsku udaljenost.

Kako sam proces komunikacije uključuje kombinaciju verbalnog i neverbalnog, kod komuniciranja putem društvenih mreža gubi se i nedostaje dio neverbalnog komuniciranja što osiromašuje cijelu interakciju i komunikaciju među mladima danas. Društvene mreže poput Facebook-a, Instagram-a, Twitter-a i drugih predstavljaju oblik online platforme koje su izazvale globalnu promjenu u načinu na koji se mladi, a i odrasli međusobno povezuju i komuniciraju.

Mlade osobe u dobi od 15 do 30 godina pripadaju generaciji Z, koja se naziva i digitalna generacija jer su rođeni kada su digitalne tehnologije već postojale i njihovo odrastanje najviše se razlikuje od prethodnih generacija jer su od djetinjstva upoznati sa internetom i društvenim mrežama.

Danas se susrećemo s prijetnjama identitetu, digitalnom nasilju i sličnim rizicima i opasnostima koje se događaju djeci, mladima, pa čak i odraslima. Medijska pismenost djece i mladih igra značajnu ulogu u razumijevanju različitih opasnosti prisutnih na internetu i društvenim mrežama. Mlade osobe koje nisu dovoljno informisane i educirane o tome na koji način funkcionišu društvene mreže, lako mogu postati mete raznih prevara, vrijeđanja, digitalnog nasilja, a svi ovi negativni događaji mogu ostaviti dugotrajne posljedice na psihičko zdravlje mladih osoba.

Mladi svakodnevno koriste društvene mreže i rade skoro sve ono što rade i u stvarnom životu, ali “ostavljaju” svoja tijela iza sebe. Ne mogu poljubiti, zagrliti, niti udariti nikoga putem ekrana, niti iko može to isto njima uraditi, ali u virtuelnom svijetu, na internetu i društvenim mrežama događa se mnogo toga. S obzirom na evidentan porast korištenja društvenih mreža važno je istražiti kako one utiču na različite aspekte ponašanja kod mladih osoba.

Cilj magistarskog rada je analizirati na koje sve načine društvene mreže utiču na psihofizičko zdravlje mladih, stoga će se u radu razmatrati najprisutnije i najviše istražene negativne i pozitivne posljedice pretjeranog korištenja društvenih mreža. Društvene mreže pružaju prostor za osjećaj povezanosti i zajedništva, omogućujući komunikaciju s drugima, izražavanje vlastitih stavova te dijeljenje fotografija i raznih sadržaja. S druge strane, moguće je da potaknu neugodne i negativne osjećaje usljed pretjeranog korištenja istih, te kao posljedice slijedi stalno upoređivanje s drugim korisnicima, manjak samopoštovanja, strah od propuštanja, gubitak privatnosti, anksioznost, depresija, nasilje, ovisnost, pa čak i smrt.

TEORIJSKO METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

2.1. Predmet i problem istraživanja

Predmet istraživanja magistarskog rada predstavlja analiziranje načina korištenja novih medija, korištenje novih medija odnosno društvenih mreža za komunikaciju mladih u svakodnevnom životu, uzimajući u obzir psihičke posljedice kao rezultat zbog pretjeranog korištenja društvenih mreža, kojeg mladi u određenom trenutku jesu ili nisu ni svjesni. Razvoj novih medija, informacijske i komunikacijske tehnologije donosi sa sobom da se mijenja i komunikacija među ljudima, a posebno među mladima.

Problem istraživanja odnosi se na sagledavanje stepena značajnosti i uticaja društvenih mreža i interneta na psihofizičko zdravlje mladih. Prevelika konzumacija interneta i društvenih mreža omogućuje mladima ulaz u virtuelni svijet i svjetske probleme sa kojima se suočavaju odrasli ljudi što dovodi do promjene procesa rasta i razvoja mladih ljudi, a u isto vrijeme proizvodi i utiče na povećanje psihičkih problema, odnosno pojave depresije, anksioznosti, nasilja i ovisnosti među mladima. Fokus istraživanja je na mladim osobama, u kojoj mjeri su mladi medijski pismeni tj. u kojoj mjeri svjesno i uz određena znanja koriste i pristupaju društvenim mrežama te koje posljedice ima pretjerano i nekontrolisano korištenje društvenih mreža.

2.2. Osnovni kategorijalni pojmovi

Na osnovu navedenog definisani su osnovni pojmovi istraživačkog rada:

- **Komunikacija** – “Komunikacija (lat. Caomunicatio: priopćivanje, razgovor). U komunikologiji, razmjena znakova i kombinacija znakova među ljudima (društvena komunikacija), životinjama (životinjska komunikacija), u živim organizmima i tehničkim sustavima, odn. među njima (tehnička ili strojna komunikacija). U tehničkom značenju komunikacija je prijenos informacija, no društvena komunikacija nije jednostavna poput “transporta robe”, kao što je naglašavao Robert E. Park, nego je

ovdje riječ o međusobnom posredovanju značenja u zajedničkom sustavu simbola koje je povezano s čovjekovim mišljenjem. Prema I. Kantu misliti se ne može drugačije nego u zajednici s drugima, i upravo misliti u zajednici s drugima bit je društvene komunikacije.”¹

- **Društvena mreža** – “Društvenu mrežu u principu možemo definirati kao uslugu zasnovanu na Webu koja dozvoljava pojedincu da napravi (polu)javni profil u okviru ograničenog sustava, artikulira listu drugih korisnika s kojima dijeli povezanost te vidi i uspoređi svoju listu kontakata s onima koje su napravili drugi korisnici unutar sustava.” (Grbavac J., Grbavac V., 2014: 208).
- **Medijska pismenost** – “Pojam medijske pismenosti definisan je na konferenciji o medijskoj pismenosti (National Leadership Conference on Media Literacy, 1992), kao “sposobnost pristupa, analize, vrednovanja i odašiljanja poruka posredstvom medija.” (Aufderheide, 1992)²
- **Mladi** – “Omladina" ili "mladi" su osobe u životnoj dobi od navršениh 15 do navršениh 30 godina starosti.” (Službene novine FBiH, Zakon o mladima FBiH, Čl. 4.).
- **Internet** – “Internet (eng. od inter- + *net[work]*: mrežni sustav), svjetski sustav međusobno povezanih računalnih mreža. Zahvaljujući razvoju informacijske i komunikacijske tehnologije, postao je osnova suvremene elektroničke komunikacije, a postupno dobiva i značenje vodećega komunikacijskoga medija današnjice.”³
- **Svijest** – “Svijest općenito, stanje budnosti i reaktivnosti na događanja u okolini, u opreci sa stanjem spavanja i nesvijesti. U psihologiji, ukupnost subjektivnih psih. procesa na koje je pojedinac usmjeren u određenom trenutku; u tom je značenju svijest usko povezana s fenomenom pažnje.”⁴

¹ <https://www.enciklopedija.hr/komunikacija>, datum pristupa: 23.04.2023.

² <http://www.medijskapismenost.net/o-medijskoj-pismenosti>, datum pristupa: 23.04.2023.

³ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27653>, datum pristupa: 23.04.2023.

⁴ <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=59070>, datum pristupa: 23.04.2023.

- **Depresija** – “Depresija (lat. *depression*, od *deprimere*: pritisnuti, utisnuti, tištati). “U psihologiji i medicini, *klinička depresija*, poremećaj raspoloženja obilježen velikom tugom i zlim slutnjama, osjećajima bezvrijednosti i krivnje, bespomoćnosti i beznadnosti, povlačenjem od drugih te otežanim i usporenim mišljenjem. Kod nekih oblika depresije pojavljuje se inhibicija psihofiziol. aktivnosti, a kod drugih prevladava psihomotorni nemir i razdražljivost.”⁵
- **Ovisnost** – “Ovisnosti, psihička, a ponekad i fizička stanja koja nastaju djelovanjem sredstava ovisnosti, tj. opojnih droga na organizam. Obilježava ih promjena ponašanja i drugi psihički procesi koji uvijek uključuju prisilu daljnjeg uzimanja sredstava ovisnosti radi postizanja ugone ili uklanjanja nelagode koja se javlja zbog prekida njihova uzimanja. Danas postoji niz oblika tzv. patološkoga (prisilnoga) ovisničkoga ponašanja, koje ne uključuje uzimanje psihoaktivnih sredstava, primjerice ovisnosti o kockanju, igrama na sreću, računalnim igrama, čokoladi, radu, spolnom općenju.”⁶

2.3. Teorijska osnova istraživanja i planirani doprinos teze teoriji i praksi

Kroz istraživanje bi se došlo do rezultata o tome koliko često mladi koriste društvene mreže i na koji način te iste društvene mreže utiču na njihovu komunikaciju i svakodnevni život. Cilj je pokušati objasniti koliko je medijska pismenost i svjesnost prisutna kod mladih pri upotrebi interneta i društvenih mreža i u kojoj mjeri su mladi postavili samokontrolu izbjegavajući njihovo pretjerano korištenje.

⁵ <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=14632>, datum pristupa: 07.05.2023.

⁶ <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=45978>, datum pristupa: 23.04.2023.

Zašto je planirano istraživanje bitno i za koga?

Istraživanje je značajno jer će se preko kreiranih pitanja dobiti odgovori i mišljenja ciljane skupine ispitanika, odnosno mladih, gdje će se analizom istih utvrditi stanje osvještenosti i svijesti generalno kod mladih osoba, te njihov stav o komunikaciji društvenim mrežama i upotrebi istih, kao i o psihičkim posljedicama prekomjernog korištenja društvenih mreža.

Pored zaključka o stvarnom stanju svijesti ispitanе grupe, dat će se mišljenje o potencijalnim koracima koji se mogu poduzeti kako bi se ista ta osvještenost povećala u budućnosti, obzirom da će društvene mreže biti sve više zastupljene, od svakodnevnog života do poslovnog segmenta.

2.4. Ciljevi istraživanja

Istraživanje ima za cilj dati određeni vid doprinosa dosadašnjim istraživanjima, postići određeni doprinos komunikologiji i društvu u cjelini, a posebno mladim osobama. Uspješnost komunikacije mjeri se koliko i na koji način su mladi spremni razumijeti komunikacijske poruke putem društvenih mreža.

Mlade osobe u dobi od 15 do 30 godina pripadaju “Z” generaciji koja obuhvata sve osobe koje su rođene između 1996 i 2009 godine”⁷

Zbog pretjeranog korištenja interneta i društvenih mreža mladi su danas prisiljeni da se sami nose sa negativnim uticajima koje društvene mreže mogu imati na njih, i u skladu s navedenim stvorena je generacija mladih koja je ovisna o svojim električnim uređajima.

Ovaj rad će nastojati educirati mlade čitaoce, a i sve ostale društvene grupe, u pogledu komunikacije koja se odnosi na komunikaciju na društvenim mrežama. Mladima je potrebno ukazati na medijsku edukaciju i potrebu podizanja svijesti o ispravnoj komunikaciji na društvenim mrežama, kao i na opasnosti koje društvene mreže nose sa sobom, odnosno negativan uticaj na psihičko zdravlje. Cilj je povezati komunikološko područje društvenih mreža i komunikacijskih tehnologija sa psihološkim područjem, te prikazati na koji način

⁷ <https://brandminds.com/108-top-insights-on-generation-x-y-z-and-alpha/> datum pristupa: 29.04.2023.

mlade osobe percipiraju negativne uticaje psihičkog zdravlja i savremenu komunikaciju zbog uticaja medija i tehnologija. Cilj istraživanja je ispitati mlade osobe o intenzitetu upotrebe društvenih mreža, u koju svrhu koriste iste, te o njihovom mišljenju i stavu o uticaju mreža na njihov svakodnevni život, da li su i u kojoj mjeri medijski pismeni, kao i na to da li su svjesni posljedica pretjeranog korištenja interneta i društvenih mreža.

2.5. Metode istraživanja

Istraživanje je teorijsko-empirijsko. U teorijskom dijelu istraživanja doći će se do određenih spoznaja koristeći razne izvore postojeće literature iz oblasti komunikologije i psihologije. Metoda analize sadržaja dokumenata će biti obuhvaćena iz raznih izvora knjiga, naučnih članaka i internetskih sadržaja. U empirijskom dijelu će se ukazati na današnja iskustva mladih u procesu komunikacije na društvenim mrežama, koliko su društvene mreže zastupljene u životu mladih osoba. Podaci za ovo istraživanje bit će prikupljeni ispitivanjem odnosno anketom, gdje će se prikupljati mišljenja i stavovi mladih osoba, odnosno podaci o tome koliko su mladi upoznati sa pozitivnim i negativnim aspektima (pretjeranog) korištenja društvenih mreža.

2.6. Sistem hipoteza

Generalna hipoteza:

Društvene mreže imaju važnu ulogu u svakodnevnoj komunikaciji među mladima.

Pomoćne hipoteze:

Hipoteza 1: Društvene mreže su promijenile način komunikacije među mladima.

Hipoteza 2: Ne vodi se računa o medijskoj pismenosti mladih. Mladi nisu u potpunosti medijski pismeni.

Hipoteza 3: Internet i društvene mreže značajno utiču na psihičku stabilnost mladih osoba.

Hipoteza 4: Prekomjerno korištenje interneta i društvenih mreža stvara anksioznost, depresiju, ovisnost i potiču nasilje kod mladih.

2.7. Vremensko određenje predmeta istraživanja

Vremensko određenje predmeta istraživanja odnosi se na period od pet mjeseci, maj – septembar 2023.

KOMUNIKACIJA

3.1. Definicija i pravila komunikacije

Jedna od definicija komunikacije o kojima govori profesor psihologije Ismet Dizdarević, u svom djelu "Psihologija masovnih komunikacija" odnosi se na definiciju socijalnog psihologa Nenada Havelke, koji ističe da, "u latinskom jeziku riječ "communication" znači saopćavanje, a riječ "communicare" znači učiniti nešto općim, zajedničkim." (Dizdarević I., 1998: 6-7).

U istom djelu profesor Dizdarević navodi „Očigledne razlike u upotrebi termina „komunikacija“ mogu se, kako ističe Nenad Havelka, svesti na razlike u shvaćanjima sredstava kojima se ostvaruje komunikacija. Razlike se zapravo kreću oko pitanja ko ili šta može biti komunikator. To može biti samo komunikacija između ljudi, ali postoji i komunikacija između životinja. Danas se dosta piše i o komunikaciji između tehničkih uređaja. Sve ove razlike u poimanju ko može biti komunikator (samo ljudi jer oni jedini mogu komunicirati putem simbola; komunikatori mogu biti i drugi organizmi jer se i životinje međusobno sporazumijevaju; moguće je govoriti o komunikatorima kao sistemima, jer se i između tehničkih uređaja odvijaju određeni oblici interakcije) ukazuju na svu složenost komunikacije. U odgovoru na pitanje šta je komunikacija, Havelka kaže da treba imati u vidu suština komunikacije među ljudima, manifestiranje komunikacijskog ponašanja kod živih bića ili komunikacija kao izraz funkcionalnosti bilo kojeg sistema.“ (Dizdarević I., 1998: 7).

Komunikacija je ključna za ljudsku interakciju i razmjenu informacija. Ona predstavlja složen proces putem kojeg se poruke prenose od jedne osobe do druge, a s ciljem postizanja međusobnog razumijevanja. Komunikacijski proces uključuje prenošenje informacija, ideja, stavova ili osjećaja putem različitih komunikacionih kanala.

Uspješna komunikacija zavisi od mnogo elemenata uključujući i izbor odgovarajućih komunikacionih kanala i kvalitete prenesene poruke. Tradicionalni kanali kao što su pisma, telefoni, faks i lični razgovori pružaju lični kontakt i omogućuju bržu interakciju, i mogu biti ograničeni geografskom udaljenošću i vremenskim faktorima. S druge strane moderni digitalni kanali kao što su e-mail, web stranice, društvene mreže, video sadržaji i televizije omogućuju

nevjerovatnu mogućnost globalne dostupnosti koji su manje personalni i stvaraju prostor za različite interpretacije. Interpretacija informacija putem savremenih digitalnih kanala može se razlikovati jer svaka osoba može razumijeti ili percipirati sadržaj na različite načine.

U poređenju sa tradicionalnim komunikacijskim kanalima, digitalni kanali pružaju manje personalni doživljaj što za posljedicu ima manju mogućnost za dublju povezanost između učesnika u komunikacijskom procesu.

Austrijsko-američki psiholog Paul Watzlawick postavio je pet pravila odnosno zakona komunikacije koja jasnije objašnjavaju komunikaciju, te omogućuju njeno lakše shvatanje i upotrebu. Koristeći se ovim pravilima, postiže se bolje razumijevanje međusobnog odnosa između osoba koje komuniciraju.

“Watzlawick-ova pravila komunikacije su:

1. Nemoguće je ne komunicirati;
2. Komunikacijski proces ima dva aspekta - sadržajni i odnosni aspekt;
3. Komunikacijska interpunkcija;
4. Verbalna (digitalna) i neverbalna (analogna) komunikacija;
5. Simetričan i komplementaran način odvijanja komunikacije.” (Žižak A., Vizek Vidović V., Ajduković M., 2012: 45, prema Brajša, 1981).

Prema Paulu Watzlawicku komunicirati je nemoguće u situaciji kada se dvoje ljudi vide, jer sve ima vrijednost poruke aktivnost ili neaktivnost, riječi ili šutnja.

3.2. Verbalna i neverbalna komunikacija

Jedan od zakona komunikacije prema austrijsko-američkom psihologu Paulu Watzlawicku, je: “u komunikaciji se ljudi služe digitalnim (verbalnim) i analognim (neverbalnim) simbolima. Verbalna razina komunikacije je do neke mjere digitalizirana, to jest verbalni znakovi su mnogo jednoznačniji od neverbalnih. S druge strane, analogna komunikacija nije jednoznačna. Neverbalna ponašanja služe za izražavanje onih razina poruke koje je nemoguće verbalno izraziti (naročito emocije), podložna je subjektivnom tumačenju i stoga uvijek višeznačna.” (Žižak A., Vizek Vidović V., Ajduković M., 2012: 46).

Verbalna komunikacija koristi se za prenos informacija, dok neverbalna komunikacija predstavlja način kojim se komunicira bez riječi, bilo namjerno ili nenamjerno. To je komunikacija porukama koje nisu izražene riječima već drugim sredstvima. Neverbalna komunikacija je dopuna ili zamjena za verbalnu komunikaciju, a koristi se za izražavanje emocija, pokazivanje stavova, namjera, odražavanje osobina ličnosti ili mijenjanje verbalne komunikacije. Oba načina komuniciranja se odvijaju istovremeno. Nesporazumi mogu nastati ukoliko dođe do neusklađenosti u emitovanju poruka na obje razine ili zbog različitosti tumačenja neverbalne komunikacije koja često nije pod kontrolom svijesti.

Verbalna komunikacija predstavlja komunikaciju u kojoj se komunicira riječima, odnosno razmjena poruka koristeći jezik. Oblici verbalne komunikacije su čitanje, pisanje, govor i slušanje.

“Većina ljudi, još uvijek smatra da je govor glavni oblik ljudske komunikacije, ali istraživanja Alberta Mehrabiana to poriču. On je pedesetih godina dvadesetog stoljeća proveo istraživanje govora tijela, te je otkrio da je ukupan dojam jedne poruke 7% verbalan (samo riječi), 38% glasovan (uključujući boju glasa, moduliranje glasa i druge zvukove), a 55% neverbalan. Antropolog Ray Birdwhistell je u svojoj studiji o neverbalnoj komunikaciji “kinezika” došao do zaključka da prosječan čovjek dnevno riječi izgovara ukupno deset ili jedanaest minuta, a da prosječna rečenica traje samo dvije i pol sekunde. Njegov zaključak kako je i direktnom razgovoru verbalni udio manji od 35%, a da se više od 65% komunikacije odvija neverbalno, podudara se sa Mehrabianovim istraživanjem.” (Pease A. & B., 2005: 23).

“Neverbalna komunikacija predstavlja primarni i dominantni komunikacijski model. Psiholog Albert Merhrabian, koji je utvrdio da se poruka sastoji od verbalnog (govornog) i neverbalnog dijela (pokreti tijela), u tom kontekstu govori o tri nivoa poruke:

- vizuelni nivo poruke – kako je osoba obučena, je li adekvatno obučena i uredna za određenu situaciju;
- glasovni nivo poruke – vokal, čist zvuk, boja glasa;
- verbalni nivo poruke – to je jednostavno sadržaj poruke.“ (Miroslavljević M., 2010: 11).

Usmeno komuniciranje se sastoji od verbalnog i neverbalnog sadržaja. Verbalno se komunicira pomoću riječi dok neverbalno mnogim kanalima, izuzimajući izrečene i napisane riječi. Međutim, izrečene riječi su pod uticajem neverbalnog sadržaja, jer svaka izgovorena riječ ima vokalni element koji proizilazi iz načina kako se nešto govori.

Engleski socijalni psiholog Michael Argyle „ukazuje na tri značajna razloga čovjekovog korišćenja znakova neverbalne komunikacije:

1. pouzdaniji prenos emocija i stavova,
2. praćenje, podrška i dopuna verbalne komunikacije,
3. zamjena za verbalnu komunikaciju.“ (Dizdarević I., 1998: 84).

Neverbalni dijelovi poruke mogu biti važniji od samog značenja izgovorenih riječi i uticaj neverbalnog sadržaja nosi puno više podataka o onome što se stvarno misli nego sve ono što se kaže. Neverbalni znakovi često pomažu ljudima da komuniciraju i riješe probleme u odnosu kada to ne uspijevaju učiniti svjesnim ponašanjem i govorom. Govor tijela šalje signale i može pomoći da osobe brinu o sebi, povezuju osobe s drugima, te ih štiti od prijetnji.

3.3. Komuniciranje u virtuelnim zajednicama

Tehnologija predstavlja novu podlogu za stvaranje virtuelnih zajednica, koje se okupljaju i obavljaju društvene interakcije u virtuelnom kompjuterskom prostoru. Virtuelne zajednice su definisane kao društvene grupe pojedinaca koje su povezane internetom u cilju ostvarivanja zajedničkih interesa i razvijanja i održavanja društvenih odnosa. Članovi ovih zajednica dijele mnoge karakteristike kao i ljudi u običnim zajednicama u stvarnom svijetu, ali nemaju direktan kontakt licem u lice i nisu povezani vremenskim i prostornim ograničenjima.

Virtuelne komunikacije značajno se razlikuju od komunikacije u direktnom kontaktu jer se u virtuelnom okruženju malo toga dešava spontano. Komunikacija je više isplanirana i pod kontrolom je, jer neverbalna komunikacija nije moguća u virtuelnom svijetu. Međutim, pored verbalnog, može se reći da postoji i poseban oblik neverbalne komunikacije koje predstavljaju kreirane posebne oznake za emocije koje je teško izraziti samo riječima. Znacima sa tastature izražavaju se osjećaji u vidu naljepnica, stikera, smajlija, i one predstavljaju potrebu da se nadoknadi nepostojanje direktnog kontakta licem u lice. Koliko ovakav vid komunikacije može predstavljati poteškoću u izražavanju emocija dragim osobama, s druge strane, isti može biti i olakšavajući, jer se strogo kontroliše izražavanje, koje u drugu ruku otkriva ono što komunikator namjerava sakriti.

3.4. Načini komuniciranja mladih nekad i sad

Zbog brzog razvoja tehnologije i digitalne revolucije načini komuniciranja mladih su doživjeli revolucionarne promjene tokom proteklih desetljeća. Ove promjene su duboko uticale na način na koji mladi komuniciraju međusobno, sa svojim vršnjacima, porodicom a i sa drugim članovima društva.

Prije nego što su digitalne tehnologije preplavile svakodnevni život, mladi su se oslanjali na tradicionalne načine komunikacije kao što su direktni kontakti licem u lice, telefonski pozivi i pisanje pisama. Lični susreti su bili najčešći način komunikacije, omogućujući mladima direktan kontakt i izražavanje verbalne i neverbalne komunikacije. Telefonski pozivi pružali su bržu komunikaciju i omogućavali su mladima da izraze svoje misli i osjećaje slušajući glas druge

osobe. Pisanje pisama je bilo sporije ali je pružalo mogućnost izražavanja detaljnih misli i osjećaja.

Savremeni načini komuniciranja mladih temelje se na digitalnim tehnologijama. Mobilni telefoni i društvene mreže postali su centralno sredstvo komunikacije. Društvene mreže su u potpunosti promijenile način komuniciranja mladih. Mobilne aplikacije i društvene mreže omogućuju mladima da razmjenjuju poruke, slike, video zapise u stvarnom vremenu bez obzira na geografsku udaljenost. Savremeni načini komunikacije olakšavaju održavanje veza s prijateljima i porodicom bez obzira na geografsku udaljenost. Mladi mogu lako ostati povezani sa prijateljima iz drugih dijelova svijeta i dijeliti svoje životne trenutke u stvarnom vremenu.

Digitalna komunikacija pruža mladima platformu za izražavanje svojih ideja i kreativnosti i putem društvenih mreža mogu dijeliti svoje interese i hobije sa drugima, a što im omogućava da pronađu osobe sa istim interesima i hobijima i učestvuju u raznim virtuelnim zajednicama. Digitalne tehnologije omogućuju mladima da pristupe ogromnom izvoru informacija i znanja, neograničen pristup vijestima, enciklopedijskim zapisima, istraživanjima i online seminarima za učenje, istraživanje interesa i razvoj svojih vještina.

Savremena tehnologija značajno je promijenila način na koji mladi komuniciraju i doživljavaju svijet oko sebe. Mladi su okruženi neprestanim protokom informacija i pod uticajem su vizuelnog podražaja što nam govori da savremena tehnologija značajno utiče na kvalitet života mladih i njihovu komunikaciju, i za posljedicu ima nesvjesno odvajanje i bježanje od stvarnog svijeta koji ih okružuje. Pretjerano korištenje tehnologije, upijanje prevelikog broja informacija i nedovoljno razvijeno kritičko mišljenje kod mladih može dovesti do osjećaja nesnalaženja u stvarnom životu.

Proces komunikacije uključuje kombinaciju verbalnog i neverbalnog, i upravo taj neverbalni element u procesu komunikacije nadopunjuje i obogaćuje samu komunikaciju. Kod komuniciranja putem društvenih mreža gubi se i nedostaje taj dio neverbalnog komuniciranja što osiromašuje cijelu interakciju i komunikaciju među mladima i može značajno uticati na mlade koji su u osjetljivoj fazi rasta i razvoja. Posebno za mlade koji su u osjetljivoj fazi rasta i razvoja komunikacija je od velikog značaja, jer im pomaže da upoznaju i otkriju sebe, razviju svoju ličnost i pronađu svoje mjesto u svijetu.

Mladima je potreban otvoren razgovor, prenos informacija, stavova i znanja. Nažalost, savremena tehnologija i društvene mreže nude indirektno načine komunikacije što smanjuje

osjećaj povezanosti i razumijevanja među mladima. Bez neverbalnih elemenata kao što su držanje tijela i izrazi lica, intonacija rečenog, naglašavanje pojedinih riječi i gestikulacije, gubi se bogatstvo komunikacije koje je ključno za poticanje empatije, razumijevanja i stvaranja dubljih odnosa.

3.5. Pregled generacija

Globalni događaji kao što su svjetski ratovi, finansijske krize, tehnološki napredak i dr., imali su značajan uticaj na društvene promjene tokom 20. stoljeća. Kao rezultat tih promjena, generacije su se razlikovale jedna od druge. U nastavku rada opisać će se tri generacije X, Y i Z, koje međusobno utiču na različite načine. Svaka od navedenih generacija odrasla je u različitim okolnostima i na svoj jedinstven način, i te se generacije međusobno razlikuju po određenim karakteristikama, ponašanjima i uvjerenjima koja su ključna za njihovo međusobno razlikovanje i definisanje u društvu.

3.5.1. Generacija X

Osobe rođene između 1965. i 1980. godine predstavljaju generaciju X. Generacija X odrasla je uz minimalni nadzor roditelja i odraslih, brzo učeći vrijednost nezavisnosti i snalažljivosti, te cijeneći svoju slobodu. Nazivaju se i MTV generacija jer su naučili da se zabavljaju u satima između dolaska iz škole i povratka roditelja s posla. Zbog velikog broja razvoda u tom periodu pripadnici generacije X odrastali su sa razvedenim roditeljima i u svojim odraslim godinama, oni se orijentišu na porodicu i uspostavu ravnoteže između poslovnog i privatnog života.

Generacija X je bila prva generacija koja je u svojoj mladosti prihvatila digitalnu tehnologiju, brzo je prihvatila e-poštu i jednostavnost međuljudske komunikacije putem digitalnih medija. Ova generacija preferira primanje i slanje kratkih poruka za razliku od drugih generacija. Pripadnici ove generacije uživaju koristeći moći nove tehnologije u svojim odraslim godinama, ali se također sjećaju kakav je svijet bio prije uspona interneta i digitalne revolucije. U tom smislu, generacija X je prva generacija koja je prihvatila digitalnu tehnologiju i opisuju se kao osobe upućene u digitalnu tehnologiju ali nisu odrasli u potpuno digitalnom okruženju.

3.5.2. *Generacija Y*

Generacija Y ili milenijalci rođeni su u period od 1981. do 1995. godine. U odnosu na prethodne generacije milenijalci su odgađali stupanje u bračnu zajednicu i sporije formiranje vlastitih porodica. Generacija Y predstavlja generaciju koja se ističe po svojoj svijesti o društvenim pitanjima, vjeruju u promjenu društva, te se zalažu za ljudska prava, ravnopravnost i aktivno učestvuje u pozitivnim društvenim promjenama. Odrasli su uz pojavu prvih društvenih mreža. Brza i jednostavna komunikacija im je važna i samim tim preferiraju elektronsku komunikaciju putem društvenih mreža, chata, teksta i e-pošte. Uvijek su aktivni na društvenim mrežama i koriste ih za komunikaciju i dobivanje informacija.

3.5.3. *Generacija Z*

Osobe iz generacije Z predstavljaju današnju djecu i mlade koji su odrasli u doba tehnoloških inovacija i digitalnih medija. Generacija Z naziva se i generacija digitalni urođenici (engl. digital natives) jer su rođeni kada su digitalne tehnologije već postojale. Obuhvataju sve osobe rođene od 1996. i 2009. godine. Odrastanje generacije Z naviše se razlikuje od prethodnih generacija jer su od djetinjstva upoznati sa internetom i društvenim mrežama. Iako su odrastali uz društvene mreže stariji pripadnici generacije Z imali su priliku svoje djetinjstvo provesti i bez ekrana. S druge strane, mlađi pripadnici generacije Z svoje djetinjstvo su rijetko provodili u stvarnom svijetu.

Generacija Z posvećuje posebnu važnost komunikaciji i društvenim odnosima na potpuno drugačiji način u odnosu na prethodne generacije. Oni preferiraju i koriste vizuelnu komunikaciju putem društvenih mreža dok istovremeno cijene komunikaciju licem u lice. Njihova komunikacija uključuje korištenje naljepnica, sličica i drugih vizuelnih simbola za izražavanje emocija.

Profesor Vim Ven (Wim Veen) digitalnu generaciju opisuje kao "Homo Zappiens, generaciju koja je odrasla koristeći multifunkcionalne tehnološke sprave od najranijeg djetinjstva. Zahvaljujući njima, današnja omladina i djeca nemaju problema da održavaju korak sa informacijskim tokovima, da se izbore sa informacijskom preopterećenošću, da se uključe u

virtuelnu komunikaciju i da komuniciraju i sarađuju putem interneta.” (Todorović D., Petrović D., Prlja D., 2014: 484, prema Veen and Vrakking 2006).

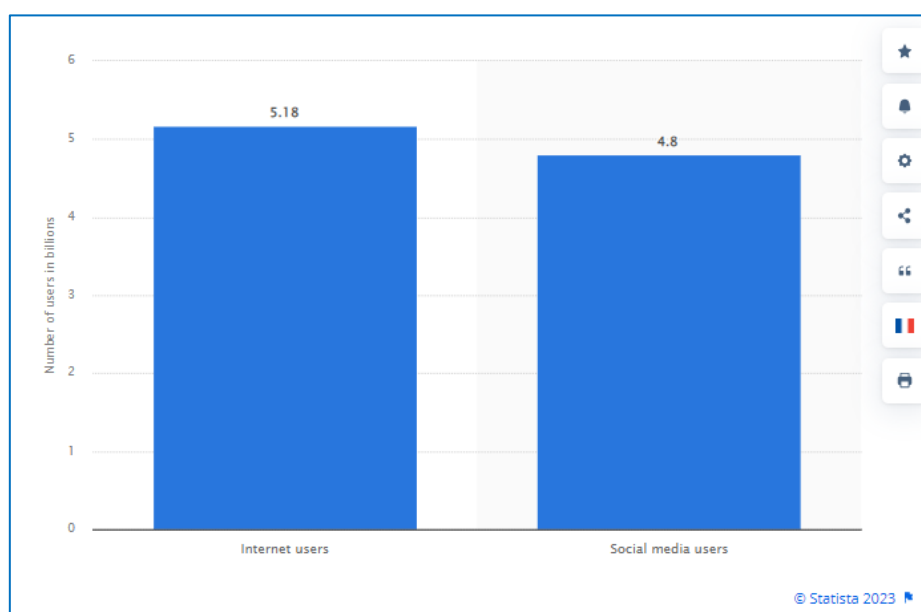
Jedna od najzanimljivijih karakteristika generacije Z je sposobnost obavljanja više stvari u isto vrijeme (engl. multitasking), u isto vrijeme mogu pisati, razgovarati, slušati, pretraživati internet i čak uraditi zadaću. Jedna od najlošijih posljedica multitaskinga je smanjenost kapaciteta pažnje. Generacija Z je digitalna generacija, koja predstavlja najdepresivniju i najusamljeniju generaciju od svih generacija do sada. Sati i sati provedeni na internetu i društvenim mrežama mogu izazvati u mladim pripadnicima ove generacije osjećaj samoće, izolacije, anksioznosti i depresije.

Generaciji Y, milenijalcima internet predstavlja samo informativni kanal dok generacija Z internet koristi kao sredstvo za učenje.

3.6. Internet

Internet predstavlja globalnu mrežu kompjuterskih sistema koja omogućava povezivanje i razmjenu informacija širom svijeta. To je globalna infrastruktura koja spaja milijarde uređaja, uključujući kompjutere, pametne telefone, tablete, servere i druge mrežne uređaje. Temelji se na protokolima i standardima komunikacije koji omogućuju razmjenu podataka između kompjuterskih mreža.

Internet je nastao kao rezultat projekta nazvanog ARPANET, koji je pokrenut u SAD-u 1969. godine, i „bila je otvorena za istraživačke centre, no znanstvenici su se njome koristili za različite vrste komunikacijskih ciljeva.“ (Castells, 2000: 378). Tokom godina internet se razvio u globalnu mrežu koja je postala nezaobilazan alat za komunikaciju, pristup informacijama, poslovanje, trgovinu, zabavu i druge aktivnosti. „Mreža svih mreža koja je oblikovana 1980-tih nazvana je ARPA-INTERNET, poslije INTERNET“ (Castells, 2000: 378).



Grafikon 1. Broj korisnika interneta i društvenih medija širom svijeta od aprila 2023. godine (u milijardama)⁸

⁸ <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> datum pristupa: 01.07.2023.

3.7. Društvene mreže

Društvene mreže predstavljaju internetske platforme koje omogućavaju korisnicima da se povežu, komuniciraju, dijele sadržaje i učestvuju u virtualnoj zajednici. Svojim korisnicima pružaju mogućnost kreiranja profila, povezivanja s drugim korisnicima, dijeljenje informacija, fotografija, videozapisa i drugih sadržaja i učestvovanje u različitim aktivnostima kao što su komentarisanje, lajkovanje, dijeljenje i slanje poruka.

Društvene mreže postale su široko rasprostranjene u digitalnom svijetu i imaju veliki uticaj na svakodnevnu interakciju, komunikaciju i informisanje mladih ljudi. Predstavljaju sastavni dio svakodnevnog života mladih.

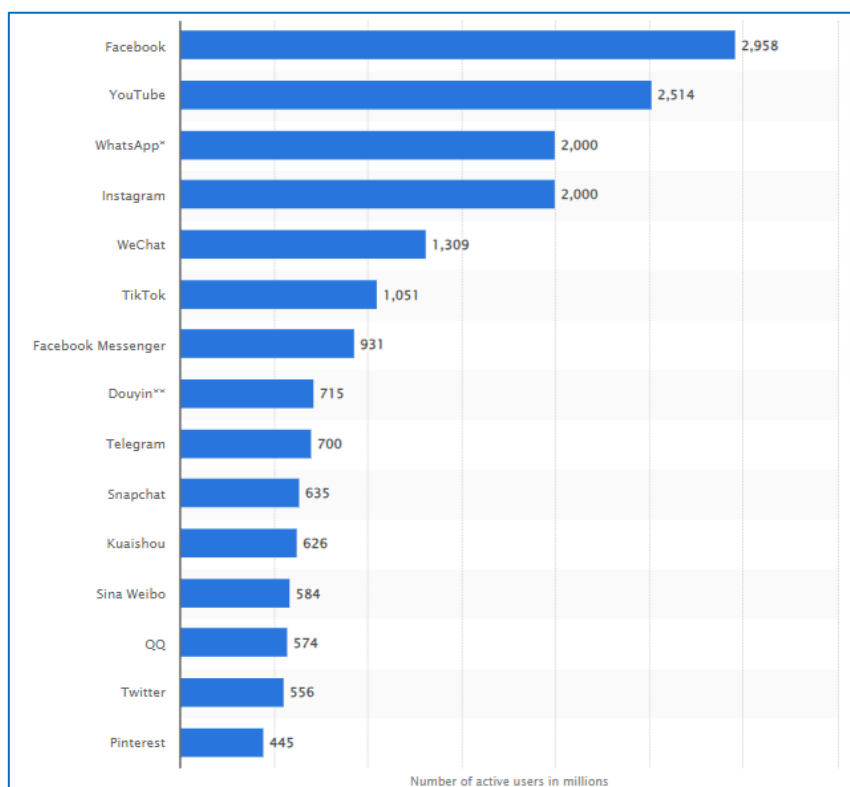
Castells navodi "još uvijek je nejasno koliko se društvenosti zbiva u takvim elektroničkim mrežama i koje su kulturalne posljedice takva novog oblika društvenosti." Potrebno je naglasiti da sa stajališta (gledišta) učesnika i korisnika, takve mreže su prolazne, "jer se većina ljudi kreće unutar mreže i izvan nje, mijenjajući interese ili ostajući neispunjenih očekivanja". (Castells M., 2000: 388).

Dalje, hipotezu nadopunjuje: "činjenicom da u takvim virtualnim zajednicama "žive" dvije vrste stanovnika: sićušna manjina žitelja elektroničkih sela, "koji imaju posjed na elektroničkom predziđu" (Castells M., 2000: 388, prema Rheingold 1993) i prolazna gomila za koju povremeno upadanje u različite mreže zapravo znači površno istraživanje nekoliko (virtualnih) postojanja." (Castells M., 2000: 388, prema Turkle 1995).

Kreiranje i posjedovanje profila na društvenim mrežama postaje statusno pitanje mladih, i postalo je ubjeđenje ili „nepisano pravilo“ da onaj ko nema kreiran profil na nekoj od društvenih mreža kao i da ne postoji, nevidljiv je za društveni život svoje generacije. Danas Facebook dominira svijetom, a postoje i druge društvene mreže Instagram, Youtube, TikTok, Snachat, Twitter, LinkedIn, Reddit.

3.8. Statistike upotrebe društvenih mreža

Najpopularnije društvene mreže na svijetu od januara 2023 godine, rangirane prema broju mjesečno aktivnih korisnika.⁹



Grafikon 2. Najpopularnije društvene mreže na svijetu od januara 2023. godine

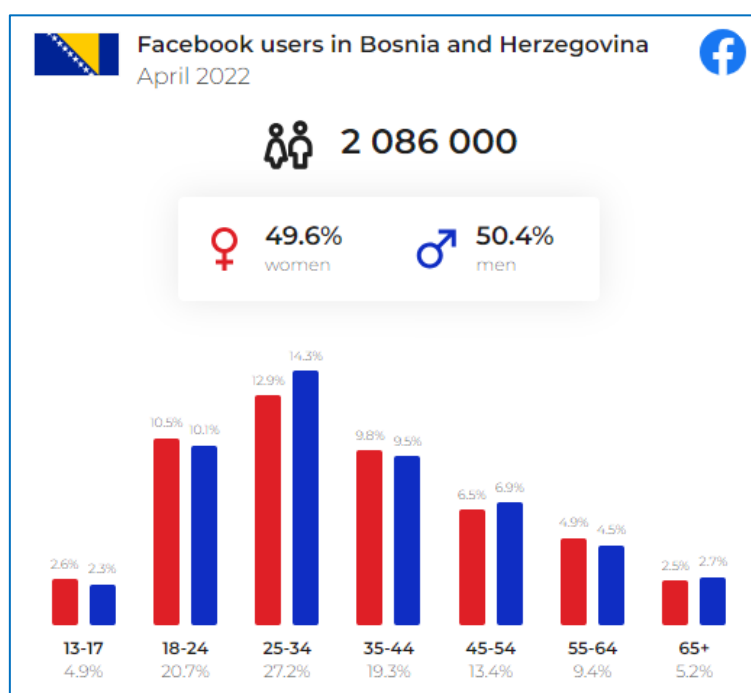
Najviše korištena platforma društvenih medija na svijetu je Facebook, sa 2,9 miliona aktivnih korisnika mjesečno širom svijeta.

⁹<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> datum pristupa: 01.07.2023.

3.8.1. Facebook

Najviše korištenu društvenu mrežu na svijetu predstavlja Facebook sa otprilike 2,98 milijardi mjesečno aktivnih korisnika. Od januara 2022. godine Facebook-ova vodeća baza publike bila je u Indiji, sa skoro 330 miliona korisnika, dok su Sjedinjene Države bile na drugom mjestu sa približno 179 miliona korisnika.¹⁰

U aprilu 2022. godine u Bosni i Hercegovini je bilo 2.086.000 korisnika Facebook-a, što je činilo 60,2 % ukupne populacije. Među njima je neznatna većina muškaraca od 50,4 %. Osobe starije dobi od 25 do 34 godine bile su najveća grupa korisnika. Najveća razlika između muškaraca i žena javlja se kod osoba starije dobi od 25 do 34 godine gdje su muškarci brojniji.¹¹



Grafikon 3. Broj korisnika Facebook-a u Bosni i Hercegovini

¹⁰<https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> datum pristupa: 01.07.2023.

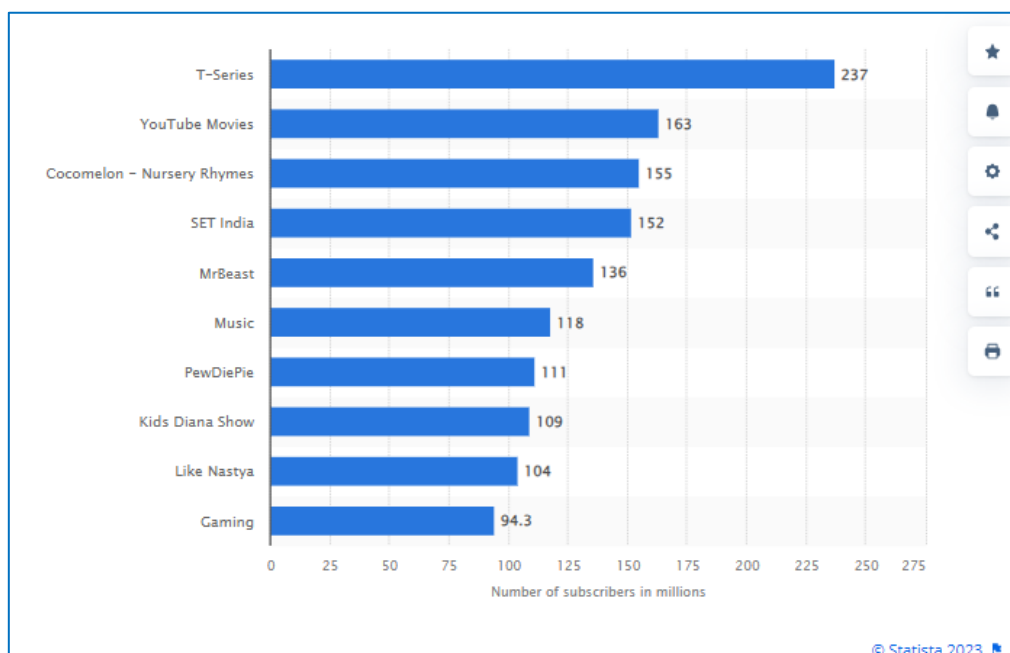
¹¹ <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-bosnia-and-herzegovina/2022/04/> datum pristupa 01.07.2023.

Facebook ima najveći broj aktivnih korisnika od svih platformi društvenih medija i ljudi provode sate i sate tokom dana pregledavajući svoje Facebook feed-ove. Za mnoge odrasle, a i mlade osobe Facebook nije samo platforma društvenih medija, Facebook predstavlja način života.

3.8.2. YouTube

YouTube je pokrenut 2005. godine, a kao platforma za dijeljenje video zapisa koje generišu korisnici kao što su vlogovi, tutorijali ili originalne serije. Stranica je brzo rasla i navodno je imala 100 miliona pregleda videa dnevno i više od 65 hiljada dnevnih učitavanja samo godinu dana kasnije. Od februara 2020. godine više od 500 sati videa je postavljeno na YouTube svake minute, u odnosu na samo 24 sata otpremanja sadržaja u minuti u 2010. godini.¹²

Najpopularniji YouTube kanali u februaru 2023 godine, rangirani prema broju pretplatnika¹³



Grafikon 4. Najpopularniji YouTube kanali u februaru 2023. godine

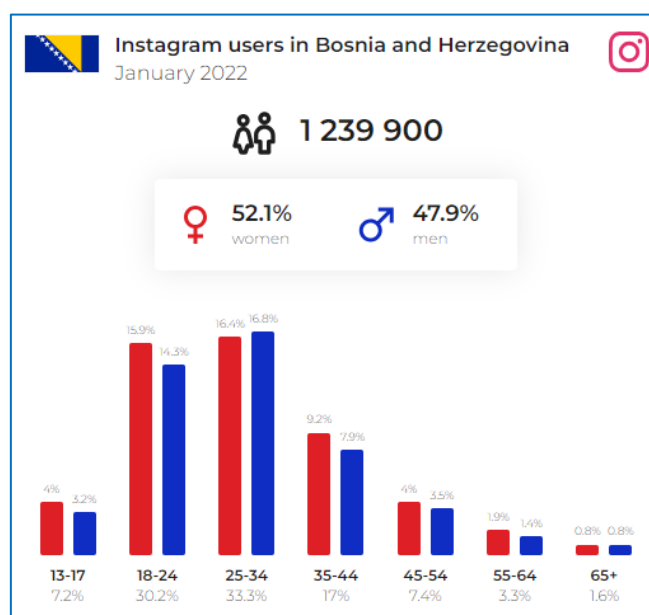
¹² <https://www.statista.com/statistics/277758/most-popular-youtube-channels-ranked-by-subscribers/> datum pristupa: 01.07.2023.

¹³ <https://www.statista.com/statistics/277758/most-popular-youtube-channels-ranked-by-subscribers/> datum pristupa: 01.07.2023.

3.8.3. Instagram

Instagram predstavlja aplikaciju za obradu i razmjenu fotografija i video zapisa. Pokrenut je 2010. godine i jedna je od najuspješnijih platformi društvenih mreža na svijetu. Aplikaciju su osmislili Kevin Systrom i Mike Krieger. U aprilu 2012. godine Facebook je kupio Instagram za približno milijardu američkih dolara. Slijede interesantni statistički podaci o Instagramu: „od januara 2023. godine skoro 31% globalne Instagram publike bilo je u dobi između 18 i 24 godine, a 30,3% korisnika bilo je u dobi od 25 do 34 godine, dok 15,7 % korisnika pripada starosnoj grupi od 35 do 44 godine; najpopularniji je u Indiji sa ukupno 201,1 milion korisnika, a slijede SAD sa 157,1 milion i Brazil sa 114,9 miliona aktivnih korisnika. Od januara 2023. godine Instagram je imao preko dvije milijarde aktivnih korisnika mjesečno.“¹⁴

U januaru 2022. godine u Bosni i Hercegovini je bilo 1.239.900 korisnika Instagrama, što je činilo 35,8% ukupne populacije. Osobe starosne grupe od 25 do 34 godine bili su najveća grupa korisnika. Najveća razlika između korisnika muškog i ženskog spola javlja se kod osoba starosne grupe od 18 do 24 godine, gdje su žene brojnije.¹⁵



Grafikon 5. Broj korisnika Instagrama u Bosni i Hercegovini

¹⁴ <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/> datum pristupa: 01.07.2023.

¹⁵ https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-bosnia_and_herzegovina/2022/01/ datum pristupa: 01.07.2023.

3.8.4. Tik Tok

TikTok je društvena medijska platforma koja je dostupna putem mobilne aplikacije. Pokrenuta je u septembru 2016. godine i predstavlja aplikaciju koja se koristi za izradu i razmjenu raznih kratkih video zapisa koji traju od 3 do 60 sekundi. U 2022. godini TikTok je bila najpreuzimanija aplikacija sa 656 miliona preuzimanja samo u toj godini, a do 05. februara 2023. godine TikTok je preuzet 3,5 milijardi puta. Najveća grupa korisnika ove aplikacije su osobe starosne grupe od 18 do 24 godine, a zatim slijedi 17,6 % žena i 13,6% muškaraca starosne grupe od 25 do 34 godine.¹⁶

Korištenje TikTok aplikacije prate određeni rizici. Na TikTok-u su dostupni različiti izazovi, ponekad iznimno spornog (neprimjerenog) sadržaja i u kontekstu brige i zaštite treba imati na umu online sigurnost djece i mladih. Usljed slabe zaštite, djeca i mladi na ovoj aplikaciji lako mogu postati meta odraslih pojedinaca ili žrtva vršnjačkog nasilja. TikTok aplikacija slabije je regulisana u odnosu na ostale društvene mreže, i ista se ponekad koristi i za promovisanje diskriminacije po različitim osnovama. Još jedna mana ove platforme jeste i to što se štetan i uvredljiv sadržaj, odnosno komentari rijetko kažnjavaju.¹⁷

¹⁶ <https://www.websiterating.com/hr/research/tiktok-statistics/> datum pristupa: 02.07.2023.

¹⁷ <https://medijskapismenost.ba/hr/tiktok-drustvena-mreza-u-usponu-2/> datum pristupa: 09.07.2023.

MEDIJSKA PISMENOST

4. 1. Medijska pismenost i mladi

Mediji imaju ulogu zabave, edukacije i informisanja, što obično uspješno ostvaruju, međutim, nije rijedak slučaj i nailazi se na sadržaj koji ponekad narušava i ugrožava sretno odrastanje i negativno utiče na siguran razvoj djece i mladih. Danas se susrećemo s prijetnjama identitetu, digitalnom nasilju i sličnim rizicima koji se događaju djeci, mladima pa čak i odraslima. Medijska pismenost djece i mladih igra značajnu ulogu u razumijevanju različitih opasnosti prisutnih na internetu i društvenim mrežama, te u razvijanju sposobnosti za njihovo suočavanje.

Medijska pismenost se ne odnosi na sposobnost pojedinca da pročita ili napiše medijski sadržaj, već podrazumijeva sposobnost pojedinca da taj sadržaj u medijima procjenjuje sa kritičkim i objektivnim pristupom. Kroz medijsku pismenost, mladi razvijaju sposobnost razumijevanja svega onoga što se odvija u medijskom prostoru.

Mlade osobe koje nisu dovoljno informisane i educirane o tome na koji način funkcionišu društvene mreže, lako mogu postati mete raznih prevara, vrijeđanja, digitalnog nasilja, a svi ovi negativni događaji mogu ostaviti dugotrajne posljedice na psihičko zdravlje mladih osoba. Obzirom na to da komunikacija na internetu i društvenim mrežama ne uključuje lični kontakt licem u lice, mladi često bez razmišljanja o posljedicama, izražavaju različite stvari koristeći ekran kao zaklon, odnosno digitalni identitet koji može ili ne mora odražavati njihovu stvarnu ličnost. U tom smislu, medijska pismenost „treba biti prepoznata kao dio obrazovanja za demokratsko građanstvo. To je posebno važno sredstvo za optimizaciju razumijevanja, kritičkog razmišljanja, građanstva, kreativnosti, i kritičke svijesti o medijima kod djece i mladih. Njihov osjećaj odgovornosti kad stvaraju, koriste i distribuiraju sadržaje od ključne je važnosti. Države članice će se morati baviti i drugim prijetnjama dječijem dostojanstvu, sigurnosti i privatnosti, a posebno pitanjem uklanjanje sadržaja koje djeca i mladi kreiraju ili postavljaju na internet, a koji predstavljaju izazov za njihovo dostojanstvo, sigurnost i privatnost

ili ih na drugi način čini ranjivim sada ili u kasnijoj fazi njihovih života.“ (Tajić L., 2013: 28, prema Vijeće Evrope, 2009).

Mlade je potrebno educirati i objasniti im na koji način koristiti društvene mreže, te bi trebali razumijeti svrhu i način upotrebe medija umjesto da im se uskraćuje pristup istima. Od izuzetne važnosti je naučiti interpretirati sadržaje koje mediji pružaju i razviti vlastito kritičko mišljenje o njima. Djeca i mladi posebno su izloženi uticaju medijskih sadržaja, budući da ne razumiju sve što ti medijski sadržaji nude, dok s druge strane roditelji često nisu dovoljno medijski educirani kako bi to znanje mogli prenijeti svojoj djeci. Mladi ne mogu biti medijski pismeni ukoliko roditelji odbijaju prihvatiti i razumijeti novo medijsko okruženje.

„Medijska pismenost je multimedijalna (Zgrabljic Rotar N., 2005: 11, prema Potter, 2001: 8). Zahtijeva razvijanje “kognitivnih, etičkih, estetskih i filozofskih vještina i znanja” (Zgrabljic Rotar N., 2005: 11, prema Sikka Mikkinen, 1978) da bi medijski korisnici imali veći nadzor nad medijima i veće znanje o načelima prema kojima mediji djeluju.” (Zgrabljic Rotar N., 2005: 11).

4. 2. Značaj medijske pismenosti

O značaju medijske pismenosti govori profesor komunikologije Nada Zgrabljic Rotar, u svom djelu "Medijska pismenost i civilno društvo", te navodi da, medijska pismenost "osposobljava ljude za kritičko razmišljanje i kreativno stvaranje široke palete poruka korištenjem slika, jezika i zvuka. Budući da komunikacijske tehnologije preoblikuju društvo i utječu na razumijevanje nas samih, naše zajednice i naših različitih kultura, medijska je pismenost ključna vještina za život u 21. vijeku." (Zgrabljic Rotar N., 2005: 81).

Djeca i mladi danas imaju izrazito ograničenu ili gotovo nikakvu sposobnost za usvajanje vještina i kompetencija koje su neophodne za uspješan život u digitalnom okruženju. Osnovu za razvoj individualnih kompetencija čine faktori okruženja. U nastavku rada slijedi "pet osnovnih faktora okruženja koji imaju uticaj na medijsku pismenost:

- Medijski odgoj,
- Medijska politika,
- Medijska industrija,
- Civilno društvo,
- Dostupnost medija i informacija." (Tajić L., 2013: 52).

Značajna komponenta medijskog odgoja je zaštita djece i mladih. Uključivanje medijskog odgoja u obavezne nastavne programe za učenike osnovnih i srednjih škola od velikog je značaja i utiče na kvalitetu medijske pismenosti. Svrha obaveznog obrazovanja je razvijanje osnovnih kompetencija svakog pojedinca, te se danas, bez sumnje smatra da je medijska pismenost osnovna kompetencija i ista bi trebala biti sastavni dio obaveznog školovanja.

Za medijski odgoj ključna je medijska pismenost i smatra se jednom od glavnih kompetencija neophodnih kako za razvoj pojedinca danas, tako i društva u cjelini, te su države obavezne da neprekidno rade na unaprijeđenju i poboljšanju medijske pismenosti.

Sve je više zastupljena integracija medijske pismenosti u odgojno obrazovne institucije u svijetu, na način da medijski odgoj postoji kao poseban predmet u osnovnim, srednjim i univerzitetskim školskim programima. Sedamdesetih godina prošlog vijeka Finska je prva zemlja koja je uvela medijski odgoj u svoj školski program. Među zemljama koje su nekada činile bivšu Jugoslaviju, najveći napredak u ovoj oblasti ostvarila je Slovenija. U devedesetim godinama prošlog vijeka, Slovenija je formalno uvela predmet medijski odgoj u nastavne planove i programe, u različitim oblicima kao dio predmeta ili izborni predmet i na različitim nivoima od osnovnodškolskog do univerzitetskog.

Medijska pismenost je od primarnog značaja za svakog člana društva, bez obzira u kojem je životnom dobu, i ima ključnu ulogu za aktivan građanski život u informacionom društvu.

U Bosni i Hercegovini postoji platforma – www.medijskapismenost.ba – koju dijele Regulatorna agencija za komunikacije i UNESCO, i bavi se raznim edukacijama roditelja, nastavnika, djece i mladih, te je posvećena: „informiranju javnosti o inicijativama, istraživanjima i projektima i razvijenim materijalima različitih formata brojnih organizacija i institucija aktivnih u oblasti medijske i informacijske pismenosti u BiH.“¹⁸

Ovaj portal pruža razne edukacijske materijale kroz igre za razvijanje vještina i slikovnice za učenje medijske i informacijske pismenosti za djecu i mlade, savjete i preporuke za roditelje, informacije o uticaju različitih vrsta medijskih sadržaja i društvenih mreža na djecu i mlade, suočavanje s problemom dezinformacija, informacije o sigurnosti na internetu, raznim publikacijama i stručno-edukativnim skupovima vezanim za medijsku pismenost, medijsko obrazovanje, medije i digitalne platforme. (Medijska pismenost, 2023).

Mladi ne trebaju koristiti tehnologiju kao sredstvo zabave, već kao sredstvo učenja, edukacije, usavršavanja i kreativnosti. Medijsku pismenost je potrebno isticati kao prioritetni interes društva i zajednice, koja će mladima pružiti znanje, samopouzdanje i kreativnost u korištenju i razumijevanju medija. Kako bi se izgradilo moderno i funkcionalno društvo usklađeno sa tehnološkim i medijskim razvojem ključno je od samih početaka uvoditi i učiti medijsku pismenost i razvijati svijest i vještine neophodne za svakodnevni život.

¹⁸ <https://medijskapismenost.ba/o-nama/> datum pristupa: 07.08.2023.

DRUŠTVENE MREŽE I PSIHOFIZIČKO ZDRAVLJE MLADIH

5.1. *Društvene mreže i mladi*

Mladi na društvenim mrežama, odnosno u virtuelnom svijetu koriste riječi na ekranima kako bi razmjenjivali prijatnosti i raspravljali, dijelili emocionalnu podršku, pravili planove, uključili se u intelektualni dijalog, obavili kupovinu, razmjenjivali znanje, razvijali ideje, ogovalali druge, svađali se, zaljubljujivali se, pronalazili prijatelje i gubili ih, igrali igrice, stvarali umjetnost i obavljali puno neobaveznih razgovora. Mladi rade skoro sve ono što rade i u stvarnom životu, ali “ostavljaju” svoja tijela iza sebe. Ne mogu poljubiti, zagrliti, niti udariti nikoga putem ekrana, niti iko može to isto njima uraditi, ali u virtuelnom svijetu, na internetu i društvenim mrežama događa se mnogo toga. Mnogima koji su se uključili u virtuelni svijet, bogatstvo i različitost kultura povezanih putem savremene tehnologije su privlačni čak i ovisnički.

5.2. *Psihičko zdravlje mladih*

Svjetska zdravstvena organizacija definiše psihičko zdravlje kao „stanje dobrobiti u kojem pojedinac ostvaruje svoje potencijale, može se nositi s normalnim životnim stresovima, može raditi produktivno i plodno te je sposoban/na pridonositi svojoj zajednici.“ (Hermman H., Saxena A., Moodie R., 2005: 2, prema WHO, 2001d, p1).

Mentalno zdravlje je temelj za dobrobit i efikasno funkcionisanje pojedinca i zajednice.

“Ni mentalno, a ni fizičko zdravlje ne mogu postojati sami. Mentalno, fizičko i socijalno funkcionisanje su međuzavisni. Zdravlje i bolest mogu koegzistirati, one se samo međusobno isključuju ako se zdravlje definiše na restriktivan način kao odsustvo bolesti.” (Hermman H., Saxena A., Moodie R., 2005: 2, prema Sartorius, 1990).

U posljednim godinama zaštitini elementi za psihičko zdravlje djece i mladih su poremećeni jer su i odrasli u nekim trenucima izgubili sami sebe, i jedva su se nosili sa promjenama koje su prijetile njihovoj egzistenciji. Mladi koji su suočeni sa teškim djetinjstvom, traumatičnim odrastanjem i problemima u istom, te zlostavljanjima, a koji u svom svakodnevnom životu aktivno koriste ekrane i društvene mreže, postaju posebno ranjivi i podložni problemima vezanim za psihičko zdravlje. Nedostatak postavljanja granica i nedostatak komunikacije o njihovim unutrašnjim osjećajima od strane roditelja doprinosi razvoju psihičkih problema kod mladih. Može se reći da se sve više roditelja osjeća bespomoćno jer ne znaju kako pristupiti svojoj djeci, ostvariti dublji kontakt, kada se ona povlače u sebe i odbijaju razgovarati.

5.3. *Opasnosti društvenih mreža na psihičko zdravlje mladih*

Društvene mreže imaju mnoge prednosti uključujući olakšanu i brzu komunikaciju, održavanje prijateljstava i stvaranje novih, povezanost sa drugim korisnicima širom svijeta, razmjena i širenje informacija, ekonomičnost korištenja i stvaranje virtuelnih zajednica.

Uprkos mnogim prednostima, savremeni načini komunikacije nose i određene izazove. Intenzivno korištenje društvenih mreža ima veliki uticaj na psihičko i fizičko zdravlje mladih. Najprije, prilikom komunikacije putem društvenih mreža nedostaje direktna ljudska interakcija i lični kontakt koji je nekada bio uobičajen. Sve više mladih provodi vrijeme pred ekranima, umjesto da se fizički druže i razgovaraju licem u lice, što dalje utiče na njihovu sposobnost uspostavljanja dubokih i autentičnih odnosa.

Nadalje, postoji niz izazova i negativnih aspekata koji mogu proizaći iz korištenja društvenih mreža, kao što su ugrožavanje privatnosti podataka koji se prikazuju drugima, te mogućnost zloupotrebe istih, opasnost od zamjene realnog svijeta virtuelnim, ovisnost, gdje sve to ima veliki uticaj na psihičko i fizičko zdravlje mladih. Potrebno je društvene mreže koristiti na odgovoran način, postaviti granice i biti svjesan njihovog uticaja na živote mladih.

Umor očiju, slaba koncentracija, promjena raspoloženja, nedostatak sna, bolovi u leđima su pokazatelji da osoba previše vremena provodi za ekranom.

Mladi često provode sate i sate na društvenim mrežama pretražujući i istražujući sadržaje ili komunicirajući s prijateljima i drugim korisnicima čak i noću, što dovodi do poremećaja spavanja, smanjenjem i nedostatkom kvalitetnog sna. Nedostatak kvalitetnog sna dovodi do umora, smanjenje koncentracije, lošeg raspoloženja i povećane iritabilnosti.

Pretjerano korištenje društvenih mreža također ima negativan uticaj na fizičko zdravlje mladih i oni koji previše vremena provode na društvenim mrežama često imaju manje vremena na fizičku aktivnost i kretanje, što za posljedicu dolazi do pretilosti, smanjenja mišićne snage i kondicije, problema sa leđima i vratom, i povećava se rizik od raznih bolesti kao što su dijabetes, srčane bolesti, problemi sa kičmom, držanjem, atrofijom mišića i sl.

Negativni uticaji se mogu manifestirati u obliku nedostatka samopoštovanja, poremećaja spavanja, povećane anksioznosti, depresije, nedostatka fizičke aktivnosti, straha od propuštanja, emocionalnog nasilja, ovisnosti, pa čak i smrti.

5.3.1. Formiranje identiteta

Prema psihologu Eriku H. Eriksonu faza formiranja identiteta predstavlja period prelaska iz djetinjstva u odraslu dob, i samim tim formiranje identiteta jedan je od najvažnijih ciljeva u adolescenciji. Mladi su tokom ovog perioda veoma zaokupljeni sobom, svojim unutrašnjim svijetom, i time kako ih drugi vide, koliko ih vrednuju i prihvataju, naročito vršnjaci. Izuzetno im je stalo do mišljenja njihove referentne grupe, a u isto vrijeme žele biti nezavisni, autentični, dosljedni svojim principima, uvjerenjima i vrijednostima.

Mladi tokom ovog perioda eksperimentišu isprobavanjem različitih identiteta, pokušavajući pronaći i razumjeti sebe i otkriti kakva osoba žele postati. Erikson smatra da je: “osjećanje identiteta samo djelimično svesno. Ovo osećanje je retko ekstremno svesno, kao recimo u periodima nadolaženja krize identiteta kada pretilost opasnost rasplinjavanja (npr. kod mladih koji su izuzetno “zaokupljeni sobom”, svojim izgledom, mogućnostima, potrebama). Doživljaj identiteta je u normalnim prilikama nesvesan (mi retko svesno mislimo o vlastitom polnom, profesionalnom ili ličnom identitetu), a ako počnemo da se pitamo ko smo, da li smo mladi, da li smo muškarci/žene, koje su nam osnovne vrednosti, težnje i sl. to je pouzdan znak konfuzije ili krize identiteta. U periodima konsolidacije identiteta, kada smo zadovoljni sobom, kada

znamo šta hoćemo i kuda idemo, kada smo sigurni da nas cene ljudi koje uvažavamo, osećanje identiteta, negde u pozadini svesti, više je nesvesno ili polusvesno.” (Erikson E., 2008: 9).

Različite zajednice i grupe na društvenim mrežama omogućuju mladima da eksperimentišu u otkrivanju i isprobavanju identiteta kroz anonimnost u virtuelnom svijetu. Među mladima se javlja problem digitalnog identiteta, često nisu sigurni kako najbolje predstaviti sebe što dovodi do gubljenja vlastitog identiteta. I dok mladi otkrivaju i stvaraju svoj vlastiti identitet otvara se put ka potencijalnom razvoju ovisnosti o društvenim mrežama.

5.3.2. *Samopoštovanje i slika o sebi*

Samopoštovanje se odnosi na lično vrednovanje vlastite vrijednosti. To obuhvata ličnu pozitivnu ili negativnu procjenu vlastitog „ja“, odnosno, koliko neko percipira sebe kao vrijednog i kompetentnog. Samopoštovanje predstavlja stabilnu osobinu koja se oblikuje i razvija tokom vremena i koja reaguje na dnevne događaje. Ono je značajno, jer vrednovanje vlastitih sposobnosti utiče na emocionalno doživljavanje i buduće ponašanje. Veza između korištenja društvenih mreža i nivoa samopoštovanja međusobno su povezane komponente.

Aktivnosti koje mladi obavljaju na internetu, a posebno na društvenim mrežama utiču na njihovo samopoštovanje. Društvene mreže predstavljaju internet stranice na kojima mladi prikazuju sebe vanjskom svijetu. Kroz kreirane i uređene profile na društvenim mrežama mladi oblikuju sliku o sebi. „Objave odražavaju emocije i način na koji se mladi predstavljaju te se mogu koristiti za ispitivanje njihove osobnosti i razine samopoštovanja u mrežnim okruženjima.“ (Jerončić Tomić I., 2020: 2650, prema Diana Vries, 2013).

Jedan od glavnih problema pretjeranog korištenja društvenih mreža je stvaranje idealizirane slike sebe i života na društvenim mrežama. Mladi često objavljuju i prikazuju samo svoje najljepše slike i postignuća, najbolje trenutke u životu što stvara lažan ideal ljepote, uspjeha i sreće, a za posljedicu ima upoređivanje s drugima i osjećaj inferiornosti.

Mladi se suočavaju sa pritiskom da održe sliku savršenstva na društvenim mrežama i mogu postati ranjivi na negativne objave i komentare i upoređivanje s drugima. Društvene mreže često promovišu kulturu lajkova, komentara i pratitelja, na osnovu koje mladi osjećaju pritisak da postignu veliki broj pratitelja, lajkova i komentara, kako bi se osjećali vrijednima i prihvaćenima, što za posljedicu dovodi do osjećaja nesigurnosti i nezadovoljstva kod mladih

ukoliko se ti ciljevi ne ostvare. Mlade djevojke se jednako upoređuju sa nerealnim fotografijama drugih žena koliko i sa svojim vršnjacima. One djevojke koje su podložne upoređivanju s drugima imaju veći nivo nezadovoljstva svojim tijelom.

Pojavom društvenih mreža dolazi do gubitka određene doze privatnosti i susrećemo se sa izazovima predstavljanja sebe u virtuelnom svijetu, koji se najviše manifestuje među mladima.

Provodeći mnogo vremena na društvenim mrežama gledajući sretne fotografije drugih, lajkajući i komentarišući druge korisnike, mladi stiču utisak i percipiraju druge kao sretne i uspješne, koji imaju ljepše i zadovoljnije živote od njihovih. Mlade osobe, nesigurne u otkrivanju sebe i koje su opterećene i zabrinute vlastitim izgledom mogu ostvariti internetsku ovisnost i društvenu izolaciju.

Percepcija vlastitog tijela je značajan aspekt razvoja mladih i štetni uticaji proživljeni u ovoj fazi života mogu prerasti u veće probleme te ostaviti posljedice u odrasloj dobi.

5.3.3. Depresija i anksioznost

Razvojem društvenih mreža značajno se povećalo vrijeme koje mladi provode komunicirajući putem društvenih mreža u virtuelnom svijetu, što dovodi do smanjenja intenziteta interpersonalne komunikacije kako u porodici tako i u širem društvenom okruženju. Iako društvene mreže omogućavaju mladim korisnicima komunikaciju s velikim brojem ljudi, te komunikacije su siromašne. Kako je prethodno spomenuto nedostaje neverbalni dio komunikacije i mladi ne mogu adekvatno zamijeniti svakodnevnu komunikaciju licem u lice.

Previše vremena provedeno na društvenim mrežama povezano je sa padom vještine komuniciranja i povezanosti sa članovima porodice, kao i interakcije sa prijateljima u stvarnom svijetu, što dodatno dovodi do pojačanog osjećaja depresije i usamljenosti među mladima.

„Depresija je ozbiljna psihička bolest koja spada u poremećaje raspoloženja te narušava cjelokupnu kvalitetu života. Neki su od najvažnijih simptoma depresije gubitak interesa za omiljene aktivnosti, nesanica ili prekomjerno spavanje, osjećaj krivnje i bezvrijednosti, promjene u težini i apetitu, neraspoloženje veći dio dana, smanjena sposobnost koncentracije i odlučivanja, te često razmišljanje o smrti.“ (Galant M., 2020: 133, prema Begić 2016).

Svakodnevna izloženost filtriranim fotografijama „savršenih“ života drugih osoba na društvenim mrežama može izazvati osjećaj nefunkcionalnosti i neuspjeha kod mladih. Upoređivanje s drugima u virtuelnom svijetu može stvoriti osjećaj da vlastiti život ne zadovoljava određene standarde i ovi osjećaji dovode do razvoja osjećaja manje vrijednosti, depresije i aksioznosti, promjene raspoloženja, gubitka interesa za aktivnosti i povlačenje iz društva.

Anksioznost se definiše kao „neugodan osjećaj opće tjeskobe, napetosti i zabrinutosti popraćen aktivacijom autonomnog živčanog sustava.“ (Galant M. 2020: 135, prema Begić 2016).

Depresija i anksioznost imaju izražajne psihopatološke simptome koji su povezani sa ovisnosti o internetu. Povećanje ovisnosti o internetu i društvenim mrežama pojačava depresivne i anksiozne simptome, dok istovremeno rast ovisnosti o internetu podstiče razvoj nesređenih i disfunkcionalnih stavova kod mladih. Pretjerana upotreba interneta i društvenih mreža rezultira većem osjećaju usamljenosti kod mladih, pri čemu virtuelni kontakti sa prijateljima i porodicom nisu adekvatna zamjena za smanjenje osjećaja usamljenosti, a koji se ostvaruju kroz stvarne društvene interakcije.

5.3.4. *Strah od propuštanja, FOMO (engl. fear of missing out)*

Mladi se danas ne odvajaju od svojih telefona i društvenih mreža a kako bi komunicirali sa svojim prijateljima. Konstantna povezanost dovodi do straha od propuštanja, a to je značajno izraženo kod mladih koji imaju veliku potrebu za povezanošću i društvenom podrškom. Mladi često osjećaju pritisak da budu stalno povezani sa ostalim korisnicima na društvenim mrežama kako bi bili u toku s najnovijim informacijama i interakcijama što dovodi do osjećaja stalne uznemirenosti i straha od propuštanja nečega važnog.

Kod korištenja društvenih mreža veliku ulogu ima strah od propuštanja što predstavlja naziv koji implicira na veliku zabrinutost od „propuštanja relevantnih događaja dok drugi ljudi uživaju u njima, što posljedično dovodi do nezadovoljstva. Nadalje, strah od propuštanja povezan je s prekomjernom količinom vremena provedenom na društvenim mrežama.“ (Galant M., 2020: 133, prema Burnell i suradnici 2019).

Sam naziv strah od propuštanja temelji se na ideji da neko drugi doživljava nešto bolje u čemu drugi mladi ne učestvuju u tom istom trenutku. Uz ovakvo razmišljanje javlja se ideja da je

donešena pogrešna odluka i da se propušta zanimljiva prilika. Mladi kod kojih se javlja strah od propuštanja mogu razviti stanja potištenosti, kajanja i anksioznosti. Sama pomisao da je nekome bolje u odnosu na druge nije nova, ali, upotrebom društvenih mreža ista je postigla svoju revoluciju.

„Strah od propuštanja, prema istraživanjima u Americi, prisutniji je kod muškaraca nego kod žena, kao i da se smanjuje s godinama. Dijelim dakle postojim, (engl. I share therefore I am) foscula je novijeg vremena kojom se izražava neprekidna potreba za traženjem pažnje i podsjećanjem na svoje prisustvo u virtualnom svijetu.“¹⁹

5.3.5. Rizično fotografisanje

Mladi, nedovoljno zreli, koji imaju nedostatak podrške i pažnje u stvarnom svijetu pokušavaju to isto nadoknaditi sticanjem popularnosti i veliki broj lajkova na društvenim mrežama. Zbog tih predivnih fotografija i težnjom da se pokaže na društvenim mrežama mladi rizikuju svoj život.

“Studija Fondacije „iO“, koja se bavi tropskom i putničkom medicinom, potvrđuje da je u periodu od januara 2008. godine do jula 2021. godine zbog rizičnog fotografisanja najmanje 379 ljudi umrlo u svijetu, što predstavlja prosjek da svakih 13 dana, nastrada po jedna osoba. Dalje, navodi da je prosječna starost žrtava 24,4 godine, te da 60% njih čine muškarci.”²⁰

Psiholog Ana Mirković i suosnivač Instituta za digitalne komunikacije u Beogradu, ističe da mladi rizikuju svoj život zbog fotografije jer nisu dovoljno zreli za svoje godine i nemaju kritičko razmišljanje. Mladi žele napraviti fotografiju kojom će oduševiti cijeli svijet, privući pažnju, impresionirati druge i postati popularni na društvenim mrežama. Ta želja se najčešće javlja jer mladima u stvarnom svijetu, odnosno izvan društvenih mreža, nažalost, nedostaje podrška i pažnja. Također, psiholog Ana Mirković navodi da su „socijalne mreže pokazale da živimo u eri egocentrizma, društvu u kojem je narcisoidnost veoma rasprostranjena, a čija posledica je i stradanje mladih zbog rizičnog fotografisanja.“²¹

¹⁹ <https://www.psihocentrala.com/zivotne-teme/psihijatrija-i-psihologija/strah-od-propustanja/> datum pristupa: 30.07.2023.

²⁰ <https://bizlife.rs/smrt-zbog-lajka-rizican-selfi-svakih-13-dana-uzme-jedan-zivot/> datum pristupa: 05.08.2023.

²¹ <https://bizlife.rs/smrt-zbog-lajka-rizican-selfi-svakih-13-dana-uzme-jedan-zivot/> datum pristupa: 05.08.2023.

5.3.6. *Digitalno nasilje, cyberbullying*

Nije lako definisati pojam nasilja. „Kunczik ističe da treba razlikovati psihičko nasilje od mentalnoga nasilja, racionalno od iracionalnog, aktivno od pasivnog i destruktivno od konstruktivnog. Prema njegovoj je definiciji nasilje „personalizirano namjerno fizičko i/ili psihičko nanošenje štete osobi, živom biću i neživim objektima od strane druge osobe.“ (Zgrabljic Rotar N., 2005: 21).

Mladi su danas izloženi kritici, zlostavljanju, zastrašivanju, uznemiravanju i omalovažavanju putem društvenih mreža što značajno narušava njihovo samopoštovanje, a mogu proizvesti brojne negativne i ozbiljne posljedice u stvarnom životu i uticati na psihičko i fizičko zdravlje mladih. U tom kontekstu, psihologinja Martina Galant u svom naučnom radu navodi: „Jedna od internetskih aktivnosti koja može imati dalekosežne posljedice na psihičko zdravlje pojedinca je elektroničko nasilje, poznatije pod engleskim nazivom cyberbullying. Elektroničko nasilje je vrsta zlostavljanja putem elektroničkih komunikacijskih tehnologija s ciljem namjernog, učestalog i agresivnog ponašanja jedne osobe ili cijele grupe prema drugima.“ (Galant M., 2020: 139, prema Hamm i suradnici, 2015).

Nasilje na internetu, online nasilje, elektronsko nasilje, digitalno nasilje ili cyberbullying predstavlja svaku komunikacijsku aktivnost putem interneta (e-mail, web stranice, društvene mreže, SMS, MMS, blogovi) koja je usmjerena prema ponižavanju, zadirkivanju, prijetnjama ili drugim oblicima teroriziranja djece, mladih, a i odraslih. Glavni cilj digitalnog nasilja je nanijeti štetu, izazvati uznemirenost, povrijediti ili na bilo koji drugi način naškoditi osobi u obliku neprijatnih poruka i komentara, fotografija, video sadržaja ili poziva. Digitalno nasilje može činiti jedna osoba, a može i više njih u isto vrijeme.

Oblici digitalnog nasilja:²²

1. Lažno predstavljanje na internetu – nelegalno korištenje tuđeg imena i lažno predstavljanje na društvenim mrežama u cilju prevare, ugrožavanja, prijetnje, zastrašivanja, ili krađe identiteta.
2. Catfishing – stvaranje lažnog profila identiteta na društvenim mrežama s namjerom virtuelnog povezivanja. Obično se radi o novim i nepotpunim profilima čiji korisnici naglašavaju želju za brzo upoznavanje na društvenim mrežama, bez stvarnog kontakta.
3. Trolling – davanje nepoželjnih i manipulativnih komentara društvenim mrežama, a najčešće na internetskim forumima koji mogu izazvati konflikte i/ili uznemiriti druge korisnike.
4. Doxxing – objavljivanje ličnih podataka na mreži s namjerom pozivanja drugih na uznemiravanje i maltretiranje određene osobe.
5. Seksualno uznemiravanje – različiti načini uznemiravanja, objavljivanje eksplicitnih fotografija ili video sadržaja, kao i slanje neželjenih seksualnih zahtjeva ili poruka.

Sve ove aktivnosti često imaju za cilj da izazovu nemir, nelagodu, poniženje, sram i/ili strah, „povećava razinu anksioznosti, depresivnih simptoma, samoozljeđivanja i suicidalnih misli kod žrtava.“ (Galant M., 2020: 139, prema Hamm i suradnici, 2015).

Digitalno nasilje predstavlja novi oblik ispoljavanja nasilničkog ponašanja i najčešće se odvija putem društvenih mreža.

5.3.6.1. *Razlika između nasilja putem interneta i nasilja u fizičkom okruženju*

Elektronsko nasilje se razlikuje od nasilja u fizičkom okruženju po tome što je prisutno na digitalnim platformama, prisutno je u svakom trenutku, 24 sata na dan, ima veću dostupnost i izloženost mnogobrojnoj publici. Također, tu je i anonimnost koja karakteriše ovakve situacije i olakšava kršenje društvenih normi, istovremeno povećavajući osjećaj nesigurnosti i straha

²² <https://medijskapismenost.ba/hr/sto-je-to-digitalno-nasilje-kako-da-ga-prepoznate-izbjegnute-i-kako-da-reagirajte-ukoliko-se-nadete-u-ulozi-zrtve/> datum pristupa: 29.08.2023.

kod žrtve i budući da nedostaje fizički kontakt, djeca i mladi teško percipiraju i/ili uopšte razumiju štetu koju njihove riječi mogu prouzrokovati.

Posljedice digitalnog nasilja mogu biti ozbiljnije od nasilja u fizičkom okruženju:

- Trajnost i rasprostranjenost – digitalni sadržaj se brzo širi i dostupan je duže vrijeme čime se povećava njegov uticaj i štetno djeluje na žrtvu.
- Anonimnost i distanca – anonimnost omogućava počiniocima da se kriju iza lažnih profila čime se smanjuje strah od posljedica, a može ih motivisati da budu još agresivniji u svojim namjerama.
- Psihološki uticaj – psihološke posljedice verbalnog i emocionalnog nasilja često mogu biti više štetne od fizičkih posljedica. Napadi na samopouzdanje, psihičko zdravlje i emocionalnu dobrobit žrtve, mogu imati dugotrajne i doživotne posljedice.
- Težina identifikacije – ponekad je teže identifikovati i sankcionisati počinioca digitalnog nasilja zbog anonimnosti i virtuelnog okruženja, što stvara osjećaj bespomoćnosti kod žrtve i dodatno traumatiziranje.
- Globalni domet – online nasilje može obuhvatiti publiku širom svijeta što dodatno povećava osjećaj sramote, poniženja i straha kod žrtve.
- Nedostatak fizičke zaštite – iako nema fizičkog kontakta, emocionalna trauma i strah proizilaze iz digitalnog nasilja i mogu biti jednako stvarni i veoma ozbiljni.

Digitalno nasilje ima razarajući uticaj na psihičko zdravlje mladih, i zato je od velikog značaja njegovo prepoznavanje i pravovremeno djelovanje u prevenciji istoga.

5.3.7. Ovisnost o internetu

Ovisnost o internetu se može definisati kao „kompulzivan nagon za prekomjernim korištenjem internetskih usluga na način koji narušava fizičko i/ili psihičko zdravlje te uzrokuje teškoće u svakodnevnom obiteljskom, socijalnom i radnom životu.“ (Robotić, 2015: 84, prema Stanić, 2010).

Postoje različite vrste ovisnosti o internetu i ona se dijeli prema aktivnosti i sadržaju. U nastavku slijedi nekoliko vrsta ovisnosti o internetu:²³

1. Ovisnost o društvenim mrežama
2. Ovisnost o video igrama
3. Ovisnost o informacijama
4. Ovisnost o online klađenju ili kockanju
5. Ovisnost o online seksu
6. Ovisnost o online kupovini

U naučnom radu *Mladi i ovisnost o internetu – pregled suvremenih spoznaja* „Miliša i Tolićeva (2010) predstavljaju određena razmišljanja, ponašanja i funkcionisanje pojedinaca ovisnih o internetu:

- Ovisnicima internet predstavlja centralnu poziciju u svakodnevnom životu i okupira ih i kada nisu online.
- Aktivnosti koje obavljaju na internetu važnije su od porodice i prijatelja i sve više vremena provode online a kako bi ostvarili željeni nivo zadovoljstva.
- Ovisnici imaju problema u kontroli vremena provedenog na internetu ne mogu kontrolisati svoje ponašanje i u nemogućnosti korištenja interneta osjećaju neugodne emocije.
- U znatnoj mjeri internet im služi kao bježanje od stresa i neugodnih emocionalnih stanja, što za posljedicu ima ugroženost funkcionisanja na raznim životnim područjima, od socijalnog, profesionalnog pa do intrapersonalnog područja.“ (Dodig Hundrić D., Ricijaš N., Vlček M., 2018: 125).

²³ <https://lupilu.hr/ovisnost-o-internetu/> datum pristupa: 30.07.2023.

5.3.8. Ovisnost o društvenim mrežama

U savremenoj literaturi ovisnost o internetu se najčešće dijeli na 3 vrste:

1. Ovisnost o video igrama
2. Ovisnost o seksualnim sadržajima
3. Ovisnost o društvenim mrežama

Među djecom i mladima najpopularnije aktivnosti na internetu su upravo igranje igrica i društvene mreže. Mladići provode mnogo više vremena na internetu u odnosu na djevojke, a djevojke više koriste društvene mreže, dok mladići više igraju videoigre.

Provedena su mnogobrojna istraživanja o pretjeranom korištenju interneta i društvenih mreža i ista su se prvenstveno fokusirala na mlade osobe, odnosno na spol osobe, starosnu dob, akademski uspjeh i vrijeme provedeno na internetu. U mlađoj dobi, dječaci i djevojčice u jednakoj mjeri koriste društvene mreže, dok se u starijoj dobi zapažaju veće rodne razlike i korištenje društvenih mreža 70% djevojke i 57% mladići. (Dodig Hundrić D., Ricijaš N., Vlček M., 2018: 127, prema Boyd, 2008).

Također, njihovi motivi za korištenje društvenih mreža su različiti na način da su mladići motivisani upoznavanjem i udvaranjem djevojkama, dok su motivi djevojkama na komunikaciju sa prijateljima koje poznaju i nova poznanstva. Kada je u pitanju vrijeme provedeno na društvenim mrežama najmanje tri sata dnevno provode mladi između od 15 do 19 godina, dok starije osobe između 20 i 29 godina provode oko 2 sata dnevno. (Dodig Hundrić D., Ricijaš N., Vlček M., 2018: 127).

Autori zaključuju: „kako je ovisnost o društvenim mrežama povezana s emocionalnom iscrpljenosti, ali indirektnim putem preko medijatora *mindfulness-a*. “Mindfulness (usredotočena svjesnost) sposobnost je pojedinca da bude potpuno osviješten u vezi s događanjima u tom trenutku te da prihvati određene situacije na miran i opušten način bez osuđivanja, brige i kritiziranja sebe.“ (Galant M., 2020: 136-137, prema Sriwilai i Charoensukmongkol, 2016). Dakle, kod pojedinaca ovisnih o korištenju društvenih mreža s

posljedično slabo razvijenim mindfulness-om dolazi do emocionalne iscrpljenosti na radnom mjestu, što ima velik negativan utjecaj na radni učinak, motivaciju, i psihičko zdravlje zaposlenika.“ (Galant M., 2020: 137).

Internet predstavlja sredstvo koje nam značajno unapređuje kvalitetu života ali i koje potencijalno može pruzrokovati probleme. Potrebno je istaći da svaki roditelj treba biti pozitivan uzor svom djetetu jer, danas, ovisnost o društvenim mrežama ne pogađa samo mlade već može zahvatiti bilo koga i bilo kad.

5.4. *Pozitivan uticaj društvenih mreža na psihofizičko zdravlje mladih*

Često se naglašavaju negativni aspekti korištenja društvenih mreža, međutim važno je prepoznati i istaknuti pozitivan uticaj koji društvene mreže imaju na mlade osobe. Društvene mreže imaju mnoge prednosti uključujući olakšanu, brzu i jednostavnu komunikaciju, održavanje prijateljstava i stvaranje novih, povezanost sa drugim korisnicima širom svijeta, razmjena i širenje informacija, ekonomičnost korištenja i stvaranje virtuelnih zajednica.

Najprije društvene mreže omogućuju mladima brzu i jednostavnu komunikaciju i održavanje kontakata sa prijateljima i stvaranje novih, porodicom i poznanicima bez obzira na njihovu fizičku udaljenost. Ova vrsta povezanosti omogućuje mladima da ostanu informisani o životima drugih ljudi, izraze podršku i održe bliske veze čak i kada su prostorno udaljeni. Brza komunikacija putem poruka, video poziva ili jednostavno kroz objave na društvenim mrežama omogućuje mladima da se osjećaju povezano i podržano, pruža osjećaj bliskosti, podrške i zajedništva što je posebno važno za psihičko zdravlje mladih, u današnjem svijetu u kojem se mnogi mladi ljudi suočavaju s osjećajem izolacije i usamljenosti.

Mnoge društvene mreže omogućuju stvaranje zajednica, grupa i foruma za podršku. Mladi ljudi koji se suočavaju sa određenim izazovima ili poteškoćama, kao što su psihičko zdravlje, tinejdžerski problemi ili specifične interese, mogu pronaći pomoć i podršku, savjete i inspiraciju putem grupa i zajednica na društvenim mrežama koje često okupljaju ljude sličnih iskustava i interesa pružajući sigurno okruženje za dijeljenje i razumijevanje.

Društvene mreže pružaju velike mogućnosti za obrazovanje i učenje nudeći obilje edukativnog materijala, i virtuelnih radionica. Mladi mogu koristiti društvene mreže kako bi stekli nova znanja i vještine, istraživali područja interesa, učestvovali u raspravama i povezali se s drugima koji dijele iste interese. Društvene mreže omogućuju pristup mentorima i saradnju sa stručnjacima iz raznih područja od kojih mogu dobiti povratne informacije, ispiraciju i podršku što može biti vrlo korisno u njihovom ličnom razvoju.

Društvene mreže pružaju mladima prostor za dijeljenje vlastitih kreativnih projekata, umjetničkih radova, fotografija, muzike i video sadržaja s drugim ljudima širom svijeta. Ova vrsta izražavanja omogućuje mladima da se izraze, podijele svoje talente i kreativnosti, te dobiju povratne informacije i podršku od drugih korisnika. Mladi ljudi mogu pronaći mentore, saradnike, grupe i zajednice s kojima mogu razvijati svoje kreativne projekte i ostvariti svoje ciljeve.

Mladi mogu koristiti društvene mreže za pronalaženje poslovnih prilika, razmjenu ideja, promociju vlastitih projekata i uspostavljanje profesionalnih kontakata. Ova vrsta povezivanja omogućuje mladima da steknu vrijedno iskustvo, razviju vještine i stvore potencijalne karijerne prilike i finansijsku nezavisnost. Važno je naglasiti da pozitivan uticaj društvenih mreža na mlade zavisi o njihovom odgovornom i svjesnom korištenju istih. Potrebno je prepoznati i iskoristiti pozitivne aspekte društvenih mreža dok se istovremeno osigura da mladi razumiju i postupaju odgovorno pri korištenju društvenih mreža.

Društvene mreže imaju značajan pozitivan psihofizički uticaj na mlade u vidu povezanosti, podrške, informisanosti, kreativnosti i razvoj vještina. Od izuzetne važnosti je prepoznati i maksimizirati ove pozitivne aspekte istovremeno educirajući mlade o korištenju društvenih mreža, sigurnosti na mreži, privatnosti, odgovornom dijeljenju informacija i upravljanju vremenom. Potrebno je razvijati kritičko razmišljanje i digitalnu pismenost kod mladih kako bi bili u mogućnosti prepoznati lažne vijesti, manipulaciju i digitalno nasilje. Također, potrebno je naglasiti da samo uravnoteženo i kontrolisano korištenje društvenih mreža, može osigurati da iste imaju pozitivan psihofizički uticaj na mlade i doprinose njihovom rastu, razvoju, obrazovanju i dobrobiti.

Kako bi se osiguralo da društvene mreže i nova tehnologija imaju pozitivan uticaj na mlade, neophodno je da roditelji, učitelji i društvo u cjelini, pomognu i podrže u razumijevanju i rješavanju izazova digitalnog doba.

5.4.1. Dopamin – hormon nagrade i dopaminski detoks

Dopamin²⁴ predstavlja hormon nagrade i odgovoran je za “čulna” ponašanja, a ujedno je i neophodan za razne funkcije ljudskog organizma. Najpoznatija uloga dopamina je ona koju ima u sistemu nagrade. Sistem nagrade predstavlja grupu moždanih struktura sa jako zastupljenom aktivnošću dopamina. Kada mladi očekuju dostavu hrane iz omiljenog fast food-a, vježbaju, dobiju dobru ocjenu, dolazi do otpuštanja dopamina i aktiviraju se moždane strukture koje čine sistem nagrade. Ustanovljeno je da lajkanje i primanje lajkova na društvenim mrežama aktivira sistem nagrade, zbog čega se zaključuje zašto je mladima teško da se odvoje od društvenih mreža.

U razvoju ovisnosti o društvenim mrežama i drugi elementi imaju važnu ulogu i zbog toga neće svaka mlada osoba razviti ovisnost o društvenim mrežama. Dopamin i sistem nagrade su samo osnova uz koju i drugi mnogobrojni faktori dovode do razvoja ovisničkog ponašanja.

Psiholog, neurofeedback terapeut, biorezonantni terapeut prof. dr. Jasna Bajraktarević navodi da nam je svima neophodno dopaminsko čišćenje organizma u vidu dopaminskog detoksa, a to je: „odmor od stalne stimulacije putem telefona, društvenih mreža, kompjutera, Youtube-a i ostalo. Zašto je neophodan? Zato što dugotrajno korišćenje svih ovih društvenih mreža dovodi do anksioznosti, pada produktivnosti i ono što je najbitnije bežanje od sopstvenih osećanja koja nas upravo vode u problematična stanja. Dakle, neophodnost dopaminskog detoksa: ostavite telefon isključite notifikacije i budite par sati u danu bez tog anksioznog očekivanja informacije ili poruke. Naš mozak je prezasićen i više ne može da apsorbira tu količinu podražaja koje mu mi konstantno šaljemo. Da bismo ostali mentalno stabilni i zdravi neophodno je da znamo šta je dopaminski detoks i da ga primenjujemo.“²⁵

²⁴(engl. *dopamine*), katekolaminski spoj koji se kao neurotransmiter oslobađa iz nekih živčanih vlakana (u bazalnim ganglijima, hipotalamusu i dr.). Sudjeluje u regulaciji pokreta, emocija, izlučivanja hormona. Dopamin se upotrebljava u liječenju kardiogenoga, traumatskog i hipovolemijškoga šoka. L-izomer dihidroksifenilalanina (L-dopa), koji je preteča dopamina, rabi se u liječenju Parkinsonove bolesti. <https://enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=68172> datum pristupa: 05.08.2023.

²⁵ https://www.instagram.com/reel/CucfC_BscrV/?igshid=M2MyMzgZODVINw== datum pristupa: 09.07.2023.

EMPIRIJSKI DIO ISTRAŽIVANJA

U cilju izrade magistarskog rada “Uticaj društvenih mreža na psihofizičko zdravlje mladih” izvršeno je anketno ispitivanje ispitanika. Korištena metoda istraživanja je tehnika anketnog upitnika i ista predstavlja postupak putem pismenog odgovaranja ispitanika na pitanja koja su predstavljena u pismenoj formi. Cilj provedenog istraživanja bio je da se utvrdi kakav uticaj društvene mreže imaju na svakodnevni život mladih, koje društvene mreže najčešće koriste i na koji način, da li su imali edukaciju o načinu korištenja društvenih mreža, kako se osjećaju tokom i nakon korištenja društvenih mreža, te da li smatraju da su ovisni o društvenim mrežama.

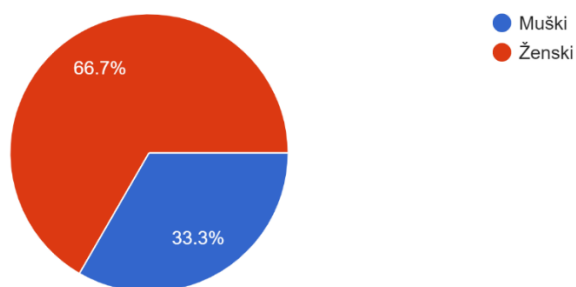
Istraživanje je provedeno putem Google Forms aplikacije i istu su popunjavale mlade osobe starosne dobi od 15 do 30 godina. Anketa je kreirana 10.07.2023 godine i trajala je 10 dana. U istraživanju je učestvovalo 114 ispitanika: 24 osobe u dobi od 15 – 20 godina, 65 ispitanika u dobi od 21 – 25 godina, te 21 ispitanik u dobi od 26 – 30 godina. Anketa je sadržavala 18 pitanja. Pitanja su formulisana na način da se dobiju informacije o svjesnosti mladih koliko društvene mreže utiču na njihovo psihofizičko zdravlje i da li su svjesni uticaja koje ostavljaju na njih.

6.1. Rezultati istraživanja

U nastavku rada slijedi analiza rezultata dobivenih na osnovu anketnog ispitivanja.

1. Spol

1. Spol:
114 responses

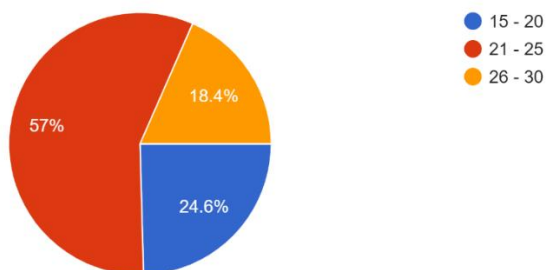


Grafikon 6. Prikaz odgovora po spolovima

Na osnovu prikupljenih podataka iz prikazanog grafikona evidentno je da je 76 ženskih osoba pristupilo ispunjavanju ove ankete, i predstavlja 66,7% od ukupnog broja ispitanika, te 38 muških osoba, odnosno 33,3% ispitanika.

2. Starosna dob

2. Starosna dob:
114 responses



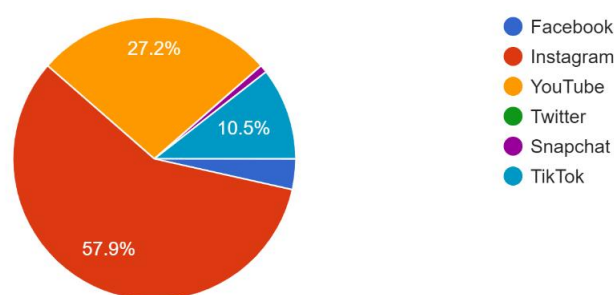
Grafikon 7. Prikaz odgovora po starosnim skupinama

Ispitanici su obuhvatali starosnu dob od 15 do 30 godina, od čega je najviše iz dobne skupine od 21 do 25 godine, i to 65 ispitanika (57%), zatim slijede oni iz skupine od 15 do 20 godina, kojih je bilo 28 (24,6%), a zatim iz skupine od 26 do 30 godina, njih 21 (18,4%).

3. Najviše korištena društvena mreža

3. Koju, od navedenih društvenih mreža najviše koristite?

114 responses



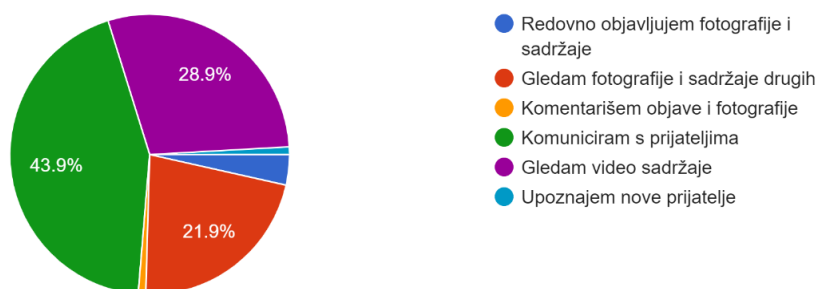
Grafikon 8. Najviše korištena društvena mreža

Na pitanje: "Koju društvenu mrežu najviše koristite?", većina ispitanika 66, odnosno (57,9%), odgovorilo je da je to društvena mreža Instagram, a zatim 31 (27,2%) ispitanika je odgovorilo da je to YouTube, te je 12 (10,5%) ispitanika odgovorilo da najviše koriste društvenu mrežu TikTok.

4. Način korištenja društvenih mreža

4. Na koji način koristite društvene mreže? (Facebook, Instagram, Youtube, Snapchat, TikTok, Pinterest, LinkedIn, Reddit, Twitter)

114 responses



Grafikon 9. Način korištenja društvenih mreža

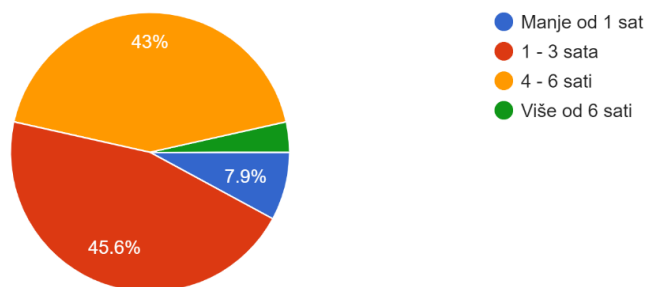
Na pitanje: “Na koji način koristite društvene mreže?”, 50 mladih ispitanika, odnosno 43,9% odgovorilo je da društvene mreže koriste za komuniciranje s prijateljima, zatim 33 (28,9%) ispitanika su odgovorili da gledaju video sadržaje na društvenim mrežama, te je 25 (21,9%) ispitanika odgovorilo da na društvenim mrežama gleda fotografije i sadržaje drugih.

Prema dobivenim rezultatima na ovo pitanje, društvene mreže su promijenile način komunikacije među mladima i iz grafikona je evidentno da mladi najviše koriste društvene mreže kako bi komunicirali sa prijateljima.

5. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama:

5. Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama? (Facebook, Instagram, Youtube, Snapchat, TikTok, Pinterest, LinkedIn, Reddit, Twitter)

114 responses



Grafikon 10. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama

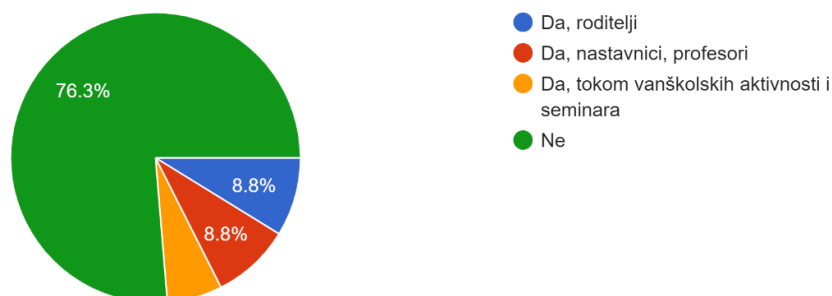
Kada je u pitanju vrijeme provedeno na društvenim mrežama, 52 ispitanika, odnosno 45,6% je odgovorilo da dnevno provode 1-3 sata na društvenim mrežama, a njih 49, odnosno 43% provodi 4-6 sati dnevno, te manje od 1 sat dnevno provodi samo 9 (7,9%) ispitanika.

Iz navedenog se zaključuje da je upotreba raznih društvenih mreža zaista velika i da je veoma mali broj onih mladih osoba koji se trude ograničiti tu upotrebu na manje od 1 sata dnevno.

6. Edukacija o korištenju društvenih mreža

6. Da li ste imali edukaciju ili trening, i ukoliko jeste od koga ste dobili iste, u vezi s tim kako koristiti društvene mreže?

114 responses



Grafikon 11. Edukacija o korištenju društvenih mreža

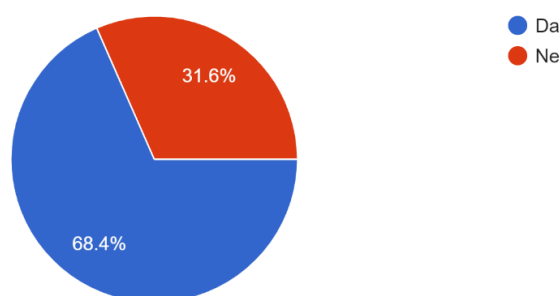
Na pitanje: “Da li ste imali edukaciju ili trening i ukoliko jeste od koga ste dobili iste, u vezi sa tim na koji način koristiti društvene mreže?”, većina ispitanika, njih 87, odnosno 76,3% je odgovorilo da nisu imali nikakvu edukaciju niti trening o tome na koji način koristiti društvene mreže, dok je njih 10 (8,8%) imalo edukaciju od roditelja, te je isti broj ispitanika 10 (8,8%) imalo edukaciju od nastavnika i/ili profesora.

Iz grafikona je evidentno da većina mladih ispitanika nije imala edukaciju o korištenju društvenih mreža. Mlade je potrebno educirati i objasniti im na koji način koristiti društvene mreže, te bi trebali razumijeti svrhu i način upotrebe medija umjesto da im se uskraćuje pristup istima.

7. Poznavanje pojma medijska pismenost

7. Da li ste upoznati sa pojmom medijska pismenost?

114 responses



Grafikon 12. Poznavanje pojma medijska pismenost

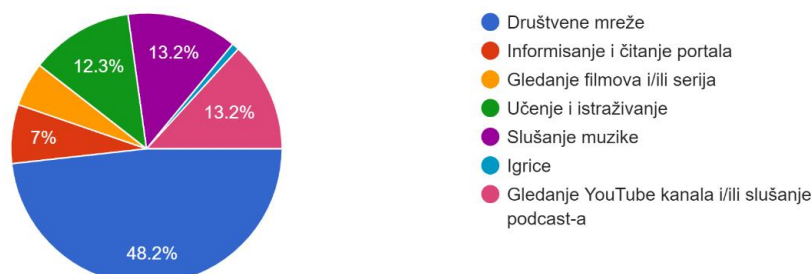
Sedmo pitanje odnosilo se na upoznatost ispitanika sa pojmom “medijska pismenost.” Na osnovu prikazanih odgovora, unutar 114 ispitanika, njih je 78 (68,4 %) odgovorilo da jesu upoznati s pojmom medijska pismenost, dok je 36 (31,6%) ispitanika odgovorilo da nisu upoznati s pojmom medijska pismenost.

Iako većina ispitanika nije imala edukaciju o tome na koji način koristiti društvene mreže, većina mladih ispitanika upoznata je sa pojmom medijska pismenost.

8. Korištenje interneta

8. Internet najviše koristite za:

114 responses



Grafikon 13. Korištenje interneta

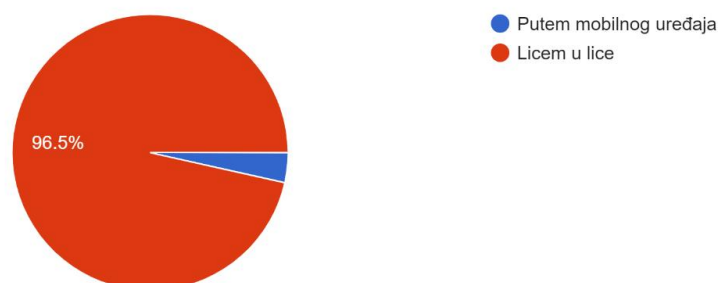
Na pitanje, za koju aktivnost mladi najviše koriste internet, 55 ispitanika, odnosno 48,2% je odgovorilo da internet najviše koriste za društvene mreže. Zatim, po 15 ispitanika (13,2%) je odgovorilo da internet najviše koriste za gledanje YouTube kanala i/ili slušanje podcast-a i slušanje muzike. Nakon toga slijedi 14 ispitanika, odnosno 12,3% koji internet najviše koriste za učenje i istraživanje i 8 (7%) ispitanika za informisanje i čitanje portala.

Odgovor na ovo pitanje jasno pokazuje da društvene mreže imaju značajan uticaj na svakodnevnu interakciju, komunikaciju i informisanje mladih ljudi.

9. Komunikacija

9. Da li više volite komunicirati sa prijateljima putem mobilnog uređaja ili licem u lice?

114 responses



Grafikon 14. Komunikacija

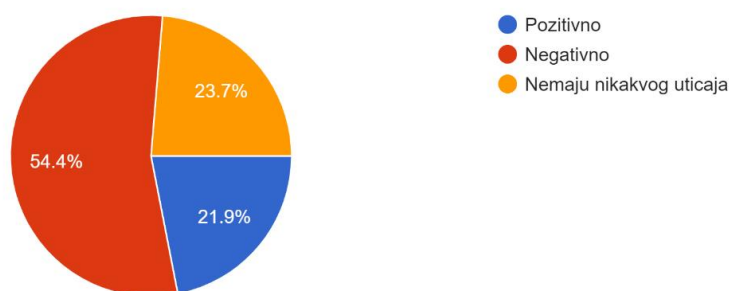
Kada je u pitanju komunikacija putem mobilnog uređaja ili licem u lice, 110 ispitanika, odnosno 96,5% je odgovorilo da više podržava komunikaciju licem u lice, a 4 ispitanika, odnosno 3,5% više voli komunicirati putem mobilnog uređaja.

Prema dobijenim rezultatima, mladi više vole komunicirati uživo, licem u lice, nego putem mobilnog uređaja, te je važno napomenuti da se govori o mladoj generaciji koja odrasta u digitalnom dobu, te svakodnevno koristi nove medije i tehnologiju.

10. Uticaj društvenih mreža na svijest

10. Vaše mišljenje o uticaju društvenih mreža na vašu svijest?

114 responses



Grafikon 15. Uticaj društvenih mreža na svijest

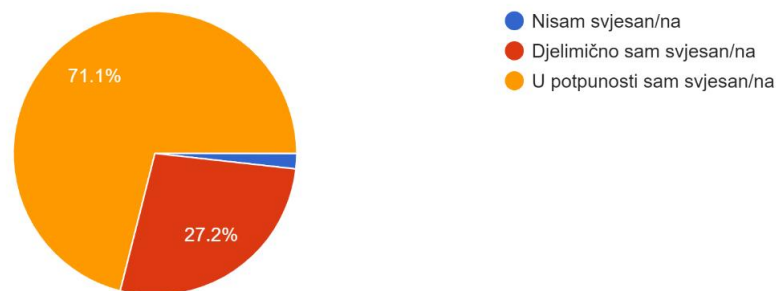
Na pitanje, o mišljenju mladih o uticaju društvenih mreža na njihovu svijest, većina ispitanika njih 62, odnosno 54,4% ispitanika, odgovorilo je da društvene mreže imaju negativan uticaj na njihovu svijest, dok na 27 (23,7%) ispitanika društvene mreže nemaju nikakvog uticaja i 25 (21,9%) ispitanika odgovorilo je da društvene mreže imaju pozitivan uticaj.

Odgovor na ovo pitanje jasno pokazuje da društvene mreže imaju veći uticaj na izazivanje negativnih efekata nego pozitivnih, te da negativni aspekti društvenih mreža premašuju pozitivne, što direktno utiče na kvalitet života mladih ispitanika.

11. Svjesnost o negativnim posljedicama društvenih mreža

11. Da li ste svjesni o negativnim posljedicama pretjeranog korištenja društvenih mreža?

114 responses



Grafikon 16. Svjesnost o negativnim posljedicama korištenja društvenih mreža

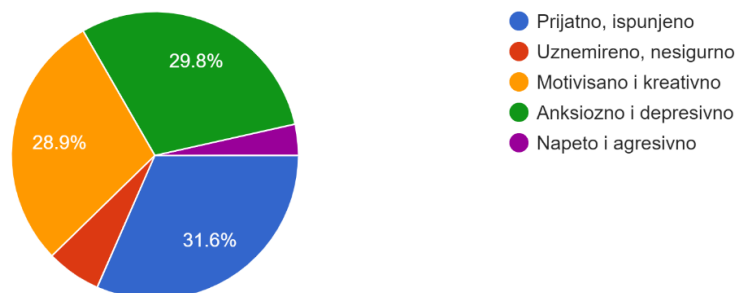
Na pitanje: “Da li ste svjesni o negativnim posljedicama pretjeranog korištenja društvenih mreža?”, većina mladih ispitanika njih 81, odnosno 71,1% ispitanika u potpunosti je svjesno o negativnim posljedicama pretjeranog korištenja društvenih mreža, dok je njih 31 (27,2%) djelimično svjesno, a 2 (1,8%) ispitanika nije svjesno.

Većina mladih ispitanika je u potpunosti svjesna o negativnim posljedicama pretjeranog korištenja društvenih mreža.

12. Osjećaji nakon korištenja društvenih mreža

12. Kako se osjećate nakon korištenja društvenih mreža?

114 responses



Grafikon 17. Osjećaji nakon korištenja društvenih mreža

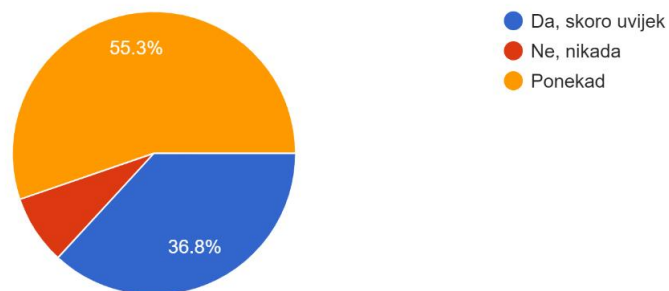
Na pitanje: “Kako se osjećate nakon korištenja društvenih mreža?”, 36 (31,6%) ispitanika je odgovorilo da se osjeća prijatno i ispunjeno, 34 (29,8%) ispitanika anksiozno i depresivno, 33 (28,9%) ispitanika motivisano i kreativno, 7 (6,1%) ispitanika uznemireno i nesigurno, te 4 (3,5%) napeto i agresivno.

Svaka mlada osoba ima jedinstvene reakcije na društvene mreže i iskustva mogu varirati. Približno isti broj mladih osoba odgovorilo je da društvene mreže na njih djeluju motivirajuće, prijatno i depresivno.

13. Izgubljen osjećaj o vremenu tokom korištenja društvenih mreža

13. Da li izgubite osjećaj o vremenu kada ste na društvenim mrežama?

114 responses



Grafikon 18. Izgubljen osjećaj o vremenu tokom korištenja društvenih mreža

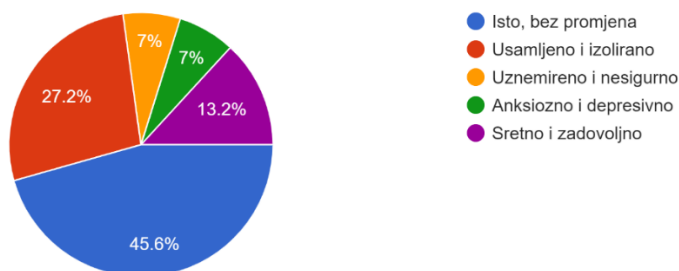
Da li mladi izgube osjećaj o vremenu kada su na društvenim mrežama, većina ispitanika njih 63, odnosno 53,3% odgovorilo je da ponekad izgube osjećaj o vremenu, 42 ispitanika, odnosno 36,8% skoro uvijek izgube osjećaj o vremenu koristeći društvene mreže, dok njih 9 (7,9%) nikada ne izgube osjećaj o vremenu dok su na društvenim mrežama.

Odgovor na ovo pitanje jasno pokazuje da društvene mreže predstavljaju neodvojivi dio svakodnevnog života mladih. Većina mladih ponekad, a neki od njih skoro uvijek izgube osjećaj o vremenu provedenom na društvenim mrežama.

14. Kako bi se mladi osjećali ukoliko nemaju pristup društvenim mrežama 30 dana

14. Kako biste se osjećali da nemate pristup društvenim mrežama 30 dana? (Facebook, Instagram, Youtube, Snapchat, TikTok, Pinterest, LinkedIn, Reddit, Twitter)

114 responses



Grafikon 19. 30 dana bez društvenih mreža

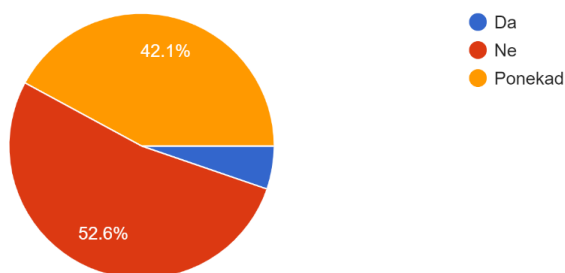
Na pitanje: “Kako bi se osjećali ukoliko ne bi imali pristup društvenim mrežama 30 dana?”, 52 (45,6%) ispitanika je odgovorilo da bi se osjećali isto i bez promjena, 31 (27,2%) ispitanik je odgovorio da bi se osjećao usamljeno i izolirano. 15 (13,2%) ispitanika bi se osjećalo sretno i zadovoljno, a po njih 8 (7%) ispitanika bi se osjećalo uznemireno i nesigurno, odnosno anksiozno i depresivno.

Odrastanje, radne navike i slobodno vrijeme mladih izražavaju različita mišljenja i odgovore na ovo pitanje. Neki od njih pretjerano koriste društvene mreže, dok neki imaju ispunjen dan sa radnim obavezama i drugim slobodnim aktivnostima.

15. Zapostavljenost prijateljskih i porodičnih odnosa, zanemarivanje radnih obaveza za školu, fakultet ili posao

15. Da li ste zbog pretjeranog korištenja društvenih mreža zapostavili važne odnose (prijateljske i porodične), zanemarili radne obaveze za školu, fakultet ili posao?

114 responses



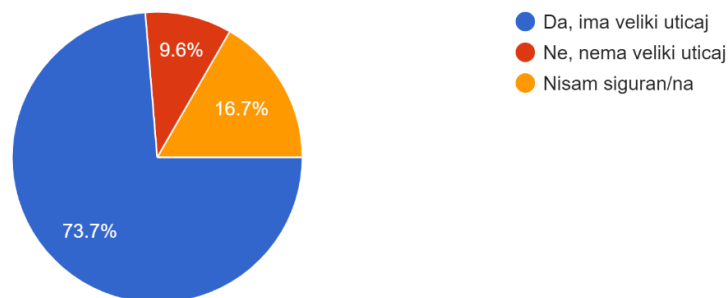
Grafikon 20. Zapostavljenost prijateljskih i porodičnih odnosa, zanemarivanje radnih obaveza za školu, fakultet ili posao

Na pitanje: “Da li ste zbog pretjeranog korištenja društvenih mreža zapostavili važne odnose (prijateljske i porodične), zanemarili radne obaveze za školu, fakultet ili posao?”, 60 mladih ispitanika, odnosno 52,6% je odgovorilo da nisu, 48 (42,1%) ispitanika je odgovorilo da su to činili ponekad, a 6 (5,3%) ispitanika je odgovorilo da jesu.

16. Uticaj društvenih mreža na društvene odnose, uspjeh u školi, na fakultetu i poslu, i/ili psihičko funkcionisanje pojedinca

16. Da li smatrate da pretjerano korištenje društvenih mreža ima veliki uticaj na društvene odnose, uspjeh u školi, na fakultetu i poslu, i/ili psihičko funkcionisanje pojedinca?

114 responses



Grafikon 21. Uticaj društvenih mreža na društvene odnose, uspjeh u školi, na fakultetu i poslu, i/ili psihičko funkcionisanje pojedinca

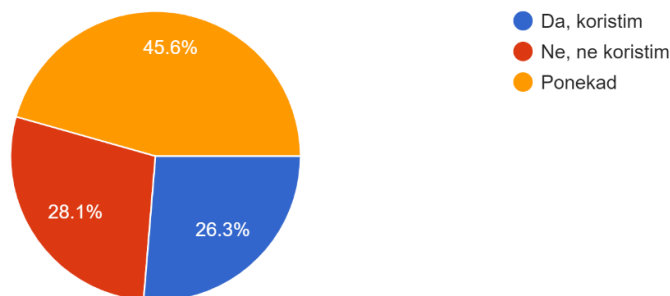
Na pitanje: “Da li smatrate da pretjerano korištenje društvenih mreža ima veliki uticaj na društvene odnose, uspjeh u školi, na fakultetu i poslu, i/ili psihičko funkcionisanje pojedinca?”, većina ispitanika, njih 84, odnosno 73,7% smatra da društvene mreže imaju veliki uticaj na društvene odnose, uspjeh u školi, na fakultetu i poslu i na psihičko funkcionisanje pojedinca, njih 11 (9,6%) smatra da nema veliki uticaj, dok njih 19 (16,7%) nije sigurno.

Iz navedenog je evidentno da većina ispitanika smatra da pretjerano korištenje društvenih mreža ima veliki uticaj na društvene odnose, uspjeh u školi, na fakultetu i poslu, i/ili psihičko funkcionisanje pojedinca.

17. Korištenje društvenih mreža kao rješenje za odlaganje obaveza i/ili bježanje od problema i/ili depresivnih stanja

17. Da li društvene mreže i internet (igrice, filmovi, serije i sl.) koristite kao rješenje za odlaganje obaveza i/ili bježanje od problema i/ili depresivnih stanja?

114 responses



Grafikon 22. Korištenje društvenih mreža kao rješenje za odlaganje obaveza i/ili bježanje od problema i/ili depresivnih stanja

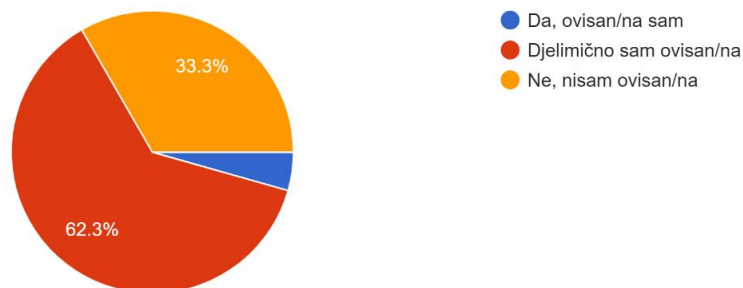
Na pitanje: “Da li društvene mreže koristite kao rješenje za odlaganje obaveza i/ili bježanje od problema i/ili depresivnih stanja?”, 30 (26,3%) ispitanika je odgovorilo da koristi, 32 (28,1%) ispitanika je odgovorilo da ne koristi, a 52 ispitanika, odnosno 45,6% to čini ponekad.

Društvene mreže i internet značajno utiču na kvalitet života mladih i njihovu komunikaciju i za posljedicu ima nesvjesno odvajanje i bježanje od stvarnog svijeta koji ih okružuje. Pretjerano korištenje tehnologije, upijanje prevelikog broja informacija i nedovoljno razvijeno kritičko mišljenje kod mladih može dovesti do osjećaja nesnalaženja u stvarnom životu.

18. Ovisnost o društvenim mrežama

18. Da li ste ovisni o društvenim mrežama?

114 responses



Grafikon 23. Ovisnost o društvenim mrežama

Većina mladih ispitanika, njih 71, odnosno 62,3%, odgovorilo je da su djelimično ovisni o društvenim mrežama, 38 ispitanika, odnosno 33,3% je odgovorilo da nisu ovisni, a njih 5 (4,4%) da jesu ovisni o društvenim mrežama.

Mlade osobe, nesigurne u otkrivanju sebe, opterećene i zabrinute vlastitim izgledom i koje previše vremena provode na društvenim mrežama, mogu ostvariti ovisnost o društvenim mrežama. Većina mladih smatra da su djelimično ovisni.

ZAKLJUČAK

Istraživanje o uticaju društvenih mreža na psihofizičko zdravlje mladih odgovorilo je na problem i predmet istraživanja i upućuje da društvene mreže predstavljaju sastavni dio života mladih, imaju značajan uticaj na kvalitet života mladih, svakodnevnu interakciju, komunikaciju i informisanje mladih ljudi i za posljedicu ima bježanje od stvarnog svijeta koji ih okružuje. Kroz odgovore se moglo doći do informacije o svjesnosti ispitanika, obzirom da većina njih sigurno koriste društvene mreže u mjeri koja izlazi iz okvira normalnog.

U zaključku se može istaći da je glavna ili generalna hipoteza koja glasi “Društvene mreže imaju važnu ulogu u svakodnevnoj komunikaciji među mladima”, ovim istraživanjem i potvrđena. Putem metode prikupljanja podataka (anketa) ustanovljeno je da društvene mreže predstavljaju neodvojivi dio svakodnevnog života mladih, mladi ispitanici internet najviše koriste za društvene mreže, upotreba društvenih mreža je zaista velika, te je veoma mali broj onih mladih osoba koji se trude ograničiti tu upotrebu na manje od jednog sata dnevno.

Istraživanje negira prvu pomoćnu hipotezu koja je glasila “Društvene mreže promijenile su način komunikacije među mladima”. Na pitanje, da li mladi više vole komunicirati sa prijateljima putem mobilnog uređaja ili licem u lice, 96,5% ispitanika odgovorilo je da više vole komunicirati uživo, licem u lice, nego putem mobilnog uređaja. Iako se u ovo istraživanje krenulo s pretpostavkom da mladi zaista više vole komunicirati koristeći tehnologiju koja im to omogućuje, ipak je komunikacija licem u lice važnija za mlade osobe. Potrebno je napomenuti da se govori o mladoj generaciji koja odrasta u digitalnom dobu, te svakodnevno koristi nove medije i tehnologiju.

Druga pomoćna hipoteza je ovim istraživanjem potvrđena, a glasila je: “Ne vodi se računa o medijskoj pismenosti mladih, odnosno mladi nisu u potpunosti medijski pismeni” i većina mladih ispitanika, njih 76,3% odgovorilo je da nisu imali edukaciju ili trening u vezi s tim, na koji način koristiti društvene mreže. Iako većina ispitanika nije imala edukaciju o tome na koji način koristiti društvene mreže, većina mladih ispitanika upoznata je sa pojmom medijska pismenost.

Istraživanje potvrđuje i treću pomoćnu hipotezu koja je glasila: “Internet i društvene mreže značajno utiču na psihičku stabilnost mladih osoba”, te je ustanovljeno da je 73,7% mladih ispitanika svjesno da pretjerano korištenje društvenih mreža ima veliki uticaj na psihičko

funkcionisanje pojedinca. Većina mladih ispitanika odgovorila je da društvene mreže koriste kao rješenje za odlaganje obaveza i/ili bježanje od stvarnih problema i/ili depresivnih stanja, što direktno utiče na kvalitet života mladih ispitanika.

Istraživanjem je potvrđena i posljednja pomoćna hipoteza, a koja je glasila: “Pretjerano korištenje interneta i društvenih mreža stvara anksioznost, depresiju, ovisnost i potiče nasilje kod mladih”. Mladi, njih 54,4%, odgovorili su da društvene mreže negativno utiču na njihovu svijest. Mladi, njih 71,1%, svjesni su da društvene mreže imaju veći uticaj na izazivanje negativnih efekata nego pozitivnih, odnosno da negativni aspekti društvenih mreža premašuju pozitivne. Svaka mlada osoba ima jedinstvene reakcije na društvene mreže i iskustva mogu varirati, te u skladu s tim, društvene mreže na približno isti broj ispitanika djeluju različito, 31% ispitanika osjeća se prijatno i ispunjeno, dok se 29,8% ispitanika osjeća anksiozno i depresivno nakon korištenja društvenih mreža. Većina mladih ispitanika, njih 62,3%, smatra da su djelimično ovisni o društvenim mrežama.

Pretjerano korištenje tehnologije, društvenih mreža, upijanje prevelikog broja informacija i nedovoljno razvijeno kritičko mišljenje kod mladih dovodi do osjećaja nesnalaženja u stvarnom životu. Tehnologija je neophodna u današnje vrijeme i mladi teško mogu zamisliti život bez nje, ali ono što mogu mladi jeste kontrolisati pretjerano korištenje ili bar pokušati umjereno koristiti iste.

U zaključnom razmatranju magistarskog rada prikazana je fotografija jabuke u ogledalu koja odlično opisuje društvene mreže danas.



Grafikon 24: Opis društvenih mreža danas²⁶

²⁶<https://www.facebook.com/humanistudioHR/photos/a.1553361121582194/2358567957728169/?type=3> datum pristupa: 29.08.2023.

U ogledalu se vidi samo jedna strana, savršena strana. A šta je s onom drugom? Šta je s mladima i odraslima kada se osjećaju depresivno, razočarano ili povrijeđeno? A šta je s mladim osobama kada im nije dobro, kada ne razumiju kako se osjećaju i kada se zatvaraju u svoju sobu, u sebe i ne izlaze napolje. Ovakvih trenutaka u životima mladih osoba ima i previše u današnjem svijetu. Ponekad je i više ovakvih trenutaka, nego onih trenutaka kada sve izgleda odlično i sjajno. Mladi ne trebaju pokazivati sebe kada su u svom najlošijem izdanju, ali potrebno je da razmisle da li je njima loše upravo zbog ove prelijepa fotografije drugih ljudi, pa pomisle da je svima lijepo u životu osim njima samima. Potrebno je zapamtiti i ohrabrivati mlade osobe, svi će oni osjetiti umor i nezadovoljstvo tokom odrastanja i života, međutim ne trebaju se predati i zatvarati u sebe i reći da je sve gotovo. Potrebno je sjetiti se da svaka osoba ima uspone i padove, i drugi su povrijeđeni i usamljeni samo to spretno skrivaju da drugi ne vide.

Da bi se pozitivno uticalo na samopoštovanje i sigurnost mladih na društvenim mrežama potrebna je svijest i edukacija. Mladi trebaju biti svjesni da su slike na društvenim mrežama samo trenuci u životima drugih ljudi i da niko nije savršen.

Kako bi se ublažili i smanjili negativni uticaji pretjeranog korištenja društvenih mreža na psihofizičko zdravlje mladih potrebno je da mladi uspostave zdrave navike korištenja istih. Potrebno je postaviti zdrave granice i vrijeme koje će mladi provoditi na društvenim mrežama i fokusirati se na stvarne socijalne interakcije i aktivnosti koje potiču fizičko i psihičko blagostanje. Promovisati fizičku aktivnost, kretanje i zdravu ishranu kako bi se smanjio rizik od fizičkih problema i poboljšalo fizičko zdravlje.

Potrebno je ohrabrivati mlade na stvarne međuljudske odnose i druženje van digitalnog prostora kroz razne aktivnosti kao što su sport, umjetnost, volotiranje, učestvovanje u društvenim zajednicama. S druge strane, neophodno je razviti svijest o važnosti samoprihvatanja, promovisati pozitivnu sliku tijela i potaknuti mlade da se fokusiraju na vlastite talente, interese i postignuća, umjesto upoređivanja s drugima. Mlade generacije je potrebno ohrabriti da budu prisutni u stvarnom životu i motivisati ih na razvijanje emocionalne inteligencije, empatije i međuljudskih vještina koje su ključne za zadovoljan i uspješan život. Razvoj kritičkog mišljenja, medijske pismenosti i svijesti o važnosti uravnoteženog korištenja društvenih mreža od presudne su važnosti u borbi protiv negativnih uticaja društvenih mreža na mlade.

Veliku ulogu u pravilnom definisanju smjernica za upotrebu društvenih mreža ima društvo, odnosno zajednica u formi obrazovnih institucija i svakako porodica, koja je temelj pravilnog i zdravog odrastanja. Postavljanje ispravnih smjernica kroz obrazovne institucije, na različitim nivoima od osnovnodškolskog do univerzitetskog, moguće je uvođenjem novih predmeta, koji nisu uobičajeni za obrazovni sistem, ali su neophodni i svakakao se mogu postaviti po uzoru na neku od razvijenih zemalja. Porodica također ima veliku ulogu u kreiranju smjernica i pripremanju djece za suočavanje sa virtuelnim svijetom, kojem će, htjeli to oni ili ne, biti izloženi.

Internet, virtuelni svijet, digitalni prostor predstavlja novo mjesto susreta i stoga je od velikog značaja da se već kod djece promoviše kultura pristojnog ponašanja i poštovanja prema drugima u virtuelnom svijetu. Kao što je već navedeno, dobri temelji i ispravne smjernice se daju na primjeru roditelja, koji svojim postupcima daju primjere koje će njihova djeca raditi, odnosno kopirati u budućnosti.

LITERATURA

Knjige i naučni radovi:

1. Agencija za elektroničke medije i UNICEF, (2021). Digitalni mediji i mentalno zdravlje, Zagreb
2. Brković A. (2011). Razvojna psihologija, Regionalni centar za profesionalni razvoj zaposlenih u obrazovanju – Čačak
3. Castells, M., (2000). Uspon umrežnog društva, svezak 1. Informacijsko doba: Ekonomija, društvo i kultura, Golden marketing, Zagreb
4. Dizdarević I., (1998). Psihologija masovnih komunikacija (mediji, modeli i mjerenje), Studentska štamparija Univerziteta Sarajevo
5. Dodig Hundrić D., Ricijaš N., Vlček M., (2018). Mladi i ovisnost o internetu – pregled suvremenih spoznaja, Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja 2018, Vol 54, br. 1. Str. 123-137., Odsjek za poremećaje u ponašanju, Edukacijsko-rehabilitacijsko fakultet Sveučilišta u Zagrebu
6. Erikson E.H., (2008). Identitet i životni ciklus, Zavod za udžbenike, Beograd
7. Filipović S., (2012). Gofmanov glumac kao avatar: mogućnost primene dramaturškog modela u virtuelnom komuniciranju, Pregledni rad, Str. 73-94., Fakultet za kulturu i medije, Megatrend Univerzitet u Beogradu
8. Fistrić M., (2018). Utjecaj digitalizacije na generacijski jaz – od bejbibumersa do generacije Z, Millenium promocija, Zagreb
9. Galant M., (2020). Utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje, Psyche: Časopis studenata psihologije, Vol 3, No. 1. Str. 131-145., Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb
10. Grbavac. J., Grbavac, V., (2014). Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena, Pregledni rad, Hrvatsko komunikološko društvo Zagreb
11. Hermman H., Saxena A., Moodie R., (2005). Promoting Mental Health, A report of the World Health Organisation.

12. Jerončić Tomić I., Mulić R., Milišić Jadrić A., (2020) Utjecaj društvenih mreža na samopoštovanje i mentalno zdravlje mladih, Str. 2649-2654., Pregledni članak, Medicinski fakultet Sveučilišta u Splitu, Hrvatska
13. Mandić T. (2003). Komunikologija, psihologija komunikacije, Clio, Beograd
14. McLuhan, M., (2008). Razumijevanje medija, Golden marketing, Tehnička knjiga, Zagreb
15. Miliša Z., Tolić M., (2010). Kriza odgoja i ekspanzija suvremenih ovisnosti, Str. 135-164., Pregledni rad
16. Miroslavljević M. (2010). Političko komuniciranje, Friedrich-Ebert-Stiftung, BiH, Sarajevo
17. Pease, A. & B., (2005). Govor tela, Mono&Manana, Beograd
18. Robotić P., (2015). Zamke virtualnog svijeta: zaštita djece i mladih na internetu i prevencija ovisnosti, Studijski centar socijalnog rada, Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu
19. Rosenberg Marshall B., (2006). Nenasilna komunikacija: Jezik života, Osijek
20. Sorta-Bilajac I., Sorta J., (2013). Primjena teorije komunikacije Paula Watzlawicka na praksu komuniciranja u medicini i zdravstvu, Str. 583-590., Stručni članak, JAHR, Vol. 4., No. 7.
21. Tajić, L., (2013). Medijska pismenost u Bosni i Hercegovini / Lea Tajić. - Sarajevo: Internews u Bosni i Hercegovini
22. Todorović D., Petrović D., Prlja D., (2014). Internet i društvo, Niš i Beograd
23. Zgrabljic Rotar N., (2005). Medijska pismenost i civilno društvo, Mediacentar Sarajevo, Sarajevo
24. Žižak A., Vizek Vidović V., Ajduković M., (2012). Interpersonalna komunikacija u profesionalnom kontekstu, Sveučilište u Zagrebu Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet, Zagreb

Internet izvori:

- Bajraktarević J., prof. dr., psiholog, neurofeedback terapeut, biorezonantni terapeut: https://www.instagram.com/reel/CucfC_BscrV/?igshid=M2MyMzgzODVINw==
datum pristupa: 09.07.2023.
- BIZLife, Online magazin, <https://bizlife.rs/smrt-zbog-lajka-rizican-selfi-svakih-13-dana-uzme-jedan-zivot/> datum pristupa: 05.08.2023.
- Brandminds.com: <https://brandminds.com/108-top-insights-on-generation-x-y-z-and-alpha/> datum pristupa: 29.04.2023.
- *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Komunikacija, <https://www.enciklopedija.hr/komunikacija>, datum pristupa: 23.04.2023.
- *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Internet, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27653>, datum pristupa: 23.04.2023.
- *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Svijest, <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=59070>, datum pristupa: 23.04.2023.
- *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Depresija, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=14632>, datum pristupa: 07.05.2023.
- *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Ovisnosti, <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=45978>, datum pristupa: 23.04.2023.
- *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Dopamin, <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=68172>, datum pristupa: 05.08.2023.
- Humani studio, Counseling & Mental Health, Jurjević Irena, psihoterapeutkinja: <https://www.facebook.com/humanistudioHR/photos/a.1553361121582194/2358567957728169/?type=3> datum pristupa: 29.08.2023.
- Lupilu.hr, članak, <https://lupilu.hr/ovisnost-o-internetu/> datum pristupa: 30.07.2023.

- Manojlović M., Master kliničke psihologije, certifikovani REBT psihoterapeut: <https://www.psihocentrala.com/zivotne-teme/psihijatrija-i-psihologija/strah-od-propustanja/> datum pristupa: 30.07.2023.
- Medijskapismenost.net: <http://www.medijskapismenost.net/o-medijskoj-pismenosti>, datum pristupa: 23.04.2023.
- Medijska i informacijska pismenost: <https://medijskapismenost.ba/hr/tiktok-drustvena-mreza-u-usponu-2/> datum pristupa: 09.07.2023.
- Medijska i informacijska pismenost: <https://medijskapismenost.ba/o-nama/> datum pristupa: 07.08.2023.
- Medijska i informacijska pismenost: <https://medijskapismenost.ba/hr/sto-je-to-digitalno-nasilje-kako-da-ga-prepoznate-izbjegnute-i-kako-da-reagirajte-ukoliko-se-nadete-u-ulozi-zrtve/> datum pristupa: 29.08.2023.
- NapoleonCat, Instagram users in Bosnia and Herzegovina: https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-bosnia_and_herzegovina/2022/01/ datum pristupa: 01.07.2023.
- NapoleonCat, Facebook users in Bosnia and Herzegovina: https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-bosnia_and_herzegovina/2022/04/ datum pristupa 01.07.2023.
- Službene novine FBiH, broj 36/10, <https://mon.ks.gov.ba/sites/mon.ks.gov.ba/files/2022-04/Zakon-o-mladima-fbih-36-10.pdf>
- Statista, Internet, Demographics & Use: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> datum pristupa: 01.07.2023.
- Statista, Internet, Social Media & User-Generated Content: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> datum pristupa: 01.07.2023.
- Statista, Internet, Social Media & User-Generated Content: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> datum pristupa: 01.07.2023.

- Statista, Internet, Online Video & Entertainment:
<https://www.statista.com/statistics/277758/most-popular-youtube-channels-ranked-by-subscribers/> datum pristupa: 01.07.2023.
- Statista, Internet, Online Video & Entertainment:
<https://www.statista.com/statistics/277758/most-popular-youtube-channels-ranked-by-subscribers/> datum pristupa: 01.07.2023.
- Statista, Internet, Social Media & User-Generated Content:
<https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/> datum pristupa: 01.07.2023.
- Websiterating.com, Matt Ahlgren, WSR Tim:
<https://www.websiterating.com/hr/research/tiktok-statistics/> datum pristupa: 02.07.2023.

Prilog - Popis grafikona

Grafikon 1. Broj korisnika interneta i društvenih medija širom svijeta od aprila 2023. godine (u milijardama)

Grafikon 2. Najpopularnije društvene mreže na svijetu od januara 2023. godine

Grafikon 3. Broj korisnika Facebook-a u Bosni i Hercegovini

Grafikon 4. Najpopularniji YouTube kanali u februaru 2023. godine

Grafikon 5. Broj korisnika Instagrama u Bosni i Hercegovini

Grafikon 6. Prikaz odgovora po spolovima

Grafikon 7. Prikaz odgovora po starosnim skupinama

Grafikon 8. Najviše korištena društvena mreža

Grafikon 9. Način korištenja društvenih mreža

Grafikon 10. Vrijeme provedeno na društvenim mrežama

Grafikon 11. Edukacija o korištenju društvenih mreža

Grafikon 12. Poznavanje pojma medijska pismenost

Grafikon 13. Korištenje interneta

Grafikon 14. Komunikacija

Grafikon 15. Uticaj društvenih mreža na svijest

Grafikon 16. Svjesnost o negativnim posljedicama korištenja društvenih mreža

Grafikon 17. Osjećaji nakon korištenja društvenih mreža

Grafikon 18. Izgubljen osjećaj o vremenu tokom korištenja društvenih mreža

Grafikon 19. 30 dana bez društvenih mreža

Grafikon 20. Zapostavljenost prijateljskih i porodičnih odnosa, zanemarivanje radnih obaveza za školu, fakultet ili posao

Grafikon 21. Uticaj društvenih mreža na društvene odnose, uspjeh u školi, na fakultetu i poslu, i/ili psihičko funkcionisanje pojedinca

Grafikon 22. Korištenje društvenih mreža kao rješenje za odlaganje obaveza i/ili bježanje od problema i/ili depresivnih stanja

Grafikon 23. Ovisnost o društvenim mrežama

Grafikon 24: Opis društvenih mreža danas

Prilog - Anketni upitnik

Poštovani, molim Vas da izdvojite nekoliko minuta za popunjavanje anketnog upitnika koji je potreban u svrhu istraživanja i izrade magistarskog rada na temu “Uticaj društvenih mreža na psihofizičko zdravlje mladih”. Anketa je u potpunosti anonimna i odgovori su vidljivi samo meni, te molim da odgovorite na sva pitanja. Prikupljeni podaci će biti iskorišteni isključivo u svrhu izrade navedenog magistarskog rada.

Zahvaljujem na izdvojenom vremenu i učešću u ovom istraživačkom radu.

Nataša Arapović

*Obavezno

1. Spol:*

- Muški
- Ženski

2. Starosna dob:*

- 15-20
- 21-25
- 26-30

3. Koju, od navedenih društvenih mreža najviše koristite?*

- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Twitter

- Snapchat
 - Tik Tok
4. Na koji način koristite društvene mreže? (Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat, TikTok, Pinterest, LinkedIn, Reddit, Twitter)*
- Redovno objavljujem svoje fotografije i sadržaje
 - Gledam fotografije i sadržaje drugih
 - Komentarišem objave i fotografije
 - Komuniciram s prijateljima
 - Gledam video sadržaje
 - Upoznajem nove prijatelje
5. Koliko vremena dnevno provodite na društvenim mrežama? (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Snapchat, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Reddit)*
- Manje od 1 sat
 - 1 – 3 sata
 - 4 – 6 sati
 - Više od 6 sati
6. Da li ste imali edukaciju ili trening, i ukoliko jeste od koga ste dobili iste, u vezi s tim kako koristiti društvene mreže i internet?*
- Da, roditelji
 - Da, nastavnici, profesori
 - Da, tokom vanškolskih aktivnosti i seminara
 - Ne
7. Da li ste upoznati sa pojmom *medijska pismenost*?*

- Da
- Ne

8. Internet najviše koristite za*

- Društvene mreže
- Informisanje i čitanje portala
- Gledanje filmova i/ili serija
- Učenje i istraživanje
- Slušanje muzike
- Igrice
- Gledanje YouTube kanala i/ili slušanje podcast-a

9. Da li više volite komunicirati sa prijateljima putem mobilnog uređaja ili licem u lice?*

- Putem mobilnog uređaja
- Licem u lice

10. Vaše mišljenje o uticaju društvenih mreža na vašu svijest?*

- Pozitivno
- Negativno
- Nemaju nikakvog uticaja

11. Da li ste svjesni o negativnim posljedicama pretjeranog korištenja društvenih mreža?*

- Nisam svjesan/na
- Djelimično sam svjesan/na
- U potpunosti sam svjesan/na

12. Kako se osjećate nakon korištenja društvenih mreža?*

- Prijatno, ispunjeno
- Uzmenireno, nesigurno
- Motivisano i kreativno
- Anksiozno i depresivno
- Napeto i agresivno

13. Da li izgubite osjećaj o vremenu kada ste na društvenim mrežama?*

- Da, skoro uvijek
- Ne, nikada
- Ponekad

14. Kako biste se osjećali da nemate pristup društvenim mrežama 30 dana? (Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat, TikTok, Pinterest, LinkedIn, Reddit, Twitter)*

- Isto, bez promjena
- Usamljeno i izolirano
- Uznemireno i nesigurno
- Anksiozno i depresivno
- Sretno i zadovoljno

15. Da li ste zbog pretjeranog korištenja društvenih mreža zapostavili važne odnose (prijateljske i porodične), zanemarili radne obaveze za školu, fakultet ili posao?*

- Da
- Ne
- Nisam siguran/na

16. Da li smatrate da pretjerano korištenje društvenih mreža ima veliki uticaj na društvene odnose, uspjeh u školi, na fakultetu i poslu, i/ili psihičko funkcionisanje pojedinca?*

- Da, ima veliki uticaj
- Ne, nema veliki uticaj
- Nisam siguran/na

17. Da li društvene mreže i internet (igrice, filmovi, serije i sl.) koristite kao rješenje za odlaganje obaveza i/ili bježanje od problema i/ili depresivnih i anksioznih stanja?*

- Da, koristim
- Ne, ne koristim
- Ponekad

18. Da li ste ovisni o društvenim mrežama?*

- Da, ovisan/na sam
- Djelimično sam ovisan/na
- Ne, nisam ovisan/na



FAKULTET
POLITIČKIH
NAUKA

Obrazac AR

UNIVERZITET U SARAJEVU – FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
IZJAVA o autentičnosti radova

Stranica 75 od 75

Naziv odsjeka i/ili katedre: Odsjek za komunikologiju
Predmet: _____

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime: Nataša Arapović
Naslov rada: Uticaj društvenih mreža na psihofizičko zdrvlje mladih
Vrsta rada: Završni magistarski rad
Broj stranica: 75

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

Potpis
