

Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje i međuljudske odnose

Pastorčić, Nikolina

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:365129>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-04-02**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI
Ak. god. 2023./2024.

Nikolina Pastorčić

**Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje i
međuljudske odnose**

Završni rad

Mentor: dr.sc. Tomislav Ivanjko, izv. prof.

Zagreb, lipanj 2024.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(potpis)

Sadržaj

Sadržaj.....	ii
1. Uvod.....	1
2. Društvene mreže	3
2.1. Društvene mreže od početka do danas	5
3. Najveće društvene mreže	7
3.1. Facebook	8
3.1.1. Messenger	9
3.2. Instagram.....	9
3.2.1. Threads.....	11
3.3. X (Twitter).....	12
3.4. TikTok.....	13
4. Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje.....	14
4.1. Društvene mreže i depresija	14
4.2. Društvene mreže i anksioznost.....	15
4.3. Društvene mreže i samopoštovanje.....	16
5. Utjecaj društvenih mreža na međuljudsku komunikaciju.....	17
5.1. Društvene mreže i obiteljski odnosi.....	18
5.2. Društvene mreže i prijateljski odnosi.....	19
5.3. Društvene mreže i ljubavni odnosi.....	20
6. Društvene mreže tijekom pandemije COVID-19	21
7. Savjeti za čuvanje mentalnog zdravlja i međuljudskih odnosa prilikom korištenja društvenih mreža.....	21
8. Zaključak.....	23
9. Popis slika	29
Sažetak	30

Summary31

1. Uvod

Društvene mreže postale su neizostavni dio u današnjem društvu. One predstavljaju internetske alate pomoću kojih se ljudi međusobno povezuju, komuniciraju, dijele svoje informacije i održavaju svoje veze s drugim ljudima, neovisno kolika je udaljenost. Također, društveni mediji postali su središnje mjesto za izražavanje vlastitog mišljenja, dijeljenja osobnih fotografija i videozapisa te praćenja vijesti i trendova.

Platforme poput Facebooka, X-a (poznat kao Twitter), Instagrama i TikTok-a, u zadnjih deset godina uvelike su porasle i danas ih koriste više od milijarde ljudi svih generacija. Smatra se da će broj aktivnih korisnika u budućnosti porasti, pogotovo u razvijenim državama. Nadalje, pojedine društvene mreže, kao što je Facebook, osim što omogućuju osobnu komunikaciju, postaju korisne i za poslovnu komunikaciju te omogućavaju povezanost, dijeljenje ideja i online učenje (Pantic, 2014). U suvremeno vrijeme među mladima i adolescentima, Instagram i TikTok postali su nezaobilazan alat za influencere, promoviranje, oglašavanje i stvaranje zajednica oko određenih tema i interesa. Doduše, Instagram osim što pruža korisnicima međusobnu komunikaciju, fokusira se više na vizualne doživljaje te se po tome razlikuje od Facebooka, X-a i ostalih društvenih mreža, gdje je komunikacija primarni cilj (Trifiro, 2018).

Društvene mreže mogu uvelike pomoći korisnicima u više aspekata, no pretjerano i nepromišljeno korištenje ovih platformi, osobito kod mladih i adolescenata, mogu dovesti do različitih psihičkih i društvenih problema. Provedena su mnoga istraživanja koja prikazuju utjecaj društvenih mreža na psihičke i društvene aspekte (Pantic, 2014). Nadalje, istraživanja pokazuju kako njihovo korištenje može uzrokovati promjene u samopoštovanju i stvoriti nesigurnost. Osim toga, društvene mreže mogu biti povezane i s porastom tjeskobe, pojavom depresije, usamljenosti, ADHA-a i nedostatka sna.

Također, platforme mogu biti mjesto virtualnog zlostavljanja (engl. *cyberbullyinga*), gdje osobe pišu uvrjedljive i ponižavajuće poruke i komentare, šalju tuđe slike i videozapise bez dopuštenja i pišu se prijeteće poruke. Osobe koje prakticiraju ovakav način zlostavljanja ne razmišljaju o posljedicama, nemaju empatije o žrtvi i njezinim osjećajima.

Ovaj završni rad sadržavat će opis društvenih medija, njihovo korištenje i širenje. Također, rad će pružiti povijesni pregled društvenih mreža. Nadalje, izdvojit će se platforme, poput Facebooka, Instagrama, X-a i ostalih koje će se detaljnije analizirati. Zatim, u radu će biti fokus na društvene odnose i samosvijest u digitalnom svijetu. Također, spomenut će se utjecaj društvenih mreža na samu komunikaciju. Pomoću pojedinih istraživanja, približit će se njihov

utjecaj na pojedinca i društvo te kako virtualna komunikacija utječe na stvarnu komunikaciju. Pojavom pandemije COVID-19 uporaba društvenih mreža je porasla i utjecala na poslovni te privatni život u negativnom i pozitivnom smislu. Analizom istraživanja osoba i društvenih mreža tijekom pandemije u radu doprinijet će jasnijem razumijevanju.

Fokus ovog rada bit će najviše na društvenim mrežama, gdje će se razgranati i produbiti njihov pozitivan i negativan utjecaj na korisnike. Na kraju rada, pronaći će se rješenje na problematiku društvenih medija dobivenih pomoću rezultata.

Cilj ovog rada je, ponajviše, potaknuti korisnike društvenih mreža na razmišljanje tijekom korištenja i pružiti im znanje o njima koje im nedostaje. Štoviše, razgovaranje i obrazovanje o ovoj temi u suvremeno doba je i više nego potrebno. Razlog tome je što se tehnologija sve više razvija i stvaraju se nove društvene mreže. Današnje mlade generacije provode vrijeme na mobitelima od djetinjstva, ako im to roditelj dozvoli. Stoga, treba razgovarati s djecom i mladima o prednostima i nedostacima društvenih mreža da bi ih koristili svjesno i s oprezom.

2. Društvene mreže

Društvene mreže (engl. *social networks*) dio su internetske zajednice, koje čine pojedinci. Postale su izvanredno popularne kao svjetski komunikacijski fenomen zbog čovjekove prirode kao društvenog bića i njegove sklonosti prema društvenoj interakciji. Nadalje, jedno od bitnih obilježja društvenih mreža su način i sredstvo komunikacije, interes koji povezuje veću grupu korisnika i na taj način povećava broj aktivnih korisnika (Grabavac i sur., 2014). Osim toga, društvene mreže predstavljaju interaktivnu tehnologiju koja korisnicima pojednostavljuje proces stvaranja i razmjene poslovnih i privatnih ideja, informacija, datoteka i poveznica putem virtualnih veza.

Karakteristike koje povezuju sve društvene mreže jesu: sadržaji koje stvaraju korisnici, stvoreni profili i identiteti od strane korisnika za aplikaciju ili internetsku stranicu koju održava organizacija, temeljenje na Web 2.0 internetskim aplikacijama te povezivanje profila jednog korisnika s drugim grupama ili pojedincima i time omogućuje lakši razvoj virtualnih društvenih mreža (Obar i sur., 2015).

Boyd i sur. (2007) definiraju društvene mreže kao usluge zasnovane na webu i dijele ih u tri točke. Dakle, prva točka namijenjena je da korisnicima omogući stvaranje javne ili polu-javne profile, koji se nalazi u nekom sustavu. Druga se skupina povezuje s artikuliranjem liste ostalih korisnika s kojima žele dijeliti svoju vezu te zadnja ili treća točka omogućuje gledanje i korištenje veza koje se nalaze na njihovom popisu ili popisu drugih osoba unutar omeđenog sustava.

Nadalje, društvene mreže sastoje se od dva osnovna oblika. Prvi oblik predstavlja veza koja prikazuje tko je povezan i s kime je povezan, dok drugi oblik prikazuje prijenos onoga što se širi vezama (Christakis i sur., 2010). Poznavanje veza predstavlja važan segment u korištenju društvenih mreža. Treba biti svjestan da mreže stvaraju nas i mi stvaramo mreže te je takve veze lako izmijeniti, ako se izmijene naše preference i ono što pratimo. No, na naše veze mogu utjecati i naši virtualni prijatelji te prijatelji njihovih prijatelja, stoga treba biti svjestan sadržaja i osoba koji se mogu pojaviti.

Društvene mreže imaju poslovnu svrhu u kojima daju različite mogućnosti u poslovnom svijetu. Osim što omogućuju povezivanje različitih suradnika po cijelom svijetu u bilo kojem trenutku, mogu biti od velike koristi u marketinškom poslovanju, odnosima s javnošću i novinarstvu. Marketinški proizvodi se putem društvenih mreža mogu na jednostavan način promovirati pomoću slika, videozapisa i stvaranja vlastitog profila. Nadalje, korisnicima je

omogućeno komentiranje, dijeljenje i posjećivanje otvorenog profila, što pomaže da proizvod dospije do što većeg broja ljudi i stekne njihovo povjerenje (Kenotn, 2023). Nedostaci koji se pojavljuju tijekom poslovanja na društvenim povezani su s troškovima oglašavanja i razvoja poslovnih stranica te s mogućim širenjem glasina ili žalbi o pojedinoj kompaniji (Kenton, 2023).

S druge strane, društvene mreže imaju veliku ulogu u socijalnom povezivanju ljudi putem platformi poput Facebooka, Instagrama, X-a i mnogih drugih. Ove platforme omogućuju korisnicima slanje svojih privatnih poruka, slika, videozapisa, dokumenata i poveznica. Štoviše, osobe imaju mogućnost obavljati audio i video pozive. Također, osim što mogu privatno dijeliti svoja iskustva i mišljenja, mogu i javno iznositi svoje ideje i razmišljanja te se na taj način mogu povezati s drugim korisnicima na različite načine (Kenton, 2023).

Međutim, društvene mreže pored ovih nabrojanih prednosti imaju i mane. Dakle, korištenjem društvenih mreža ne bi smjeli vjerovati svemu što piše jer se često šire dezinformacije. Doduše, na gotovo cijelom internetu nalaze se lažne informacije i treba pripaziti i kritički razmišljati čemu vjerovati, a čemu ne te što je istina, a što laž. Također, treba biti vrlo oprezan tijekom stupanja u kontakt s nepoznatom osobom i pohranjivanjem svojih osobnih podataka na društvenim mrežama (Kenton, 2023). Osim toga, provođenje velikog dijela vremena na društvenim mrežama može izazvati ovisnost o njima (Škrgatić, 2014). Takav način korištenja društvenih mreža može osobu dovesti do ugrožavanja njezinog mentalnog zdravlja i društvenog života. U trenutku kada osoba izabere ostati u zatvorenom prostoru da provede vrijeme na društvenim mrežama, umjesto izaći s prijateljima ili obitelji, tada nastaju problemi. Osoba tada počinje gubiti osobe oko sebe i zatvara se u virtualni svijet. Nadalje, to dovodi do depresivnih epizoda, tjeskobe i usamljenosti.

Novija istraživanja govore o pojavi novog sindroma, Sindroma fantomske vibracije (engl. *Phantom vibration system*). Sindrom fantomske vibracije nastaje kada je korisnik ovisan o društvenim mrežama i osjeti vibraciju mobitela, iako on ne vibrira te konstantno provjerava mobitel i društvene mreže. Sindrom fantomske vibracije jedan je od uzroka nastanka tjeskobe. Nadalje, sadržaj koji korisnik prati na društvenim mrežama, može smanjiti samopoštovanje i stvoriti drugačiju sliku o sebi (Institut Pula, 2022).

2.1. Društvene mreže od početka do danas

Ljudi su po prirodi društvena bića, koja imaju sklonost prema interakciji, povezivanju i zajedničkom djelovanju s drugim ljudima. Društvena interakcija omogućava ljudima da dijele vlastite ideje, iskustva, emocije i resurse. Štoviše, društvena interakcija omogućava međusobno podržavanje i daljnje razvijanje. Ljudi kroz međusobnu komunikaciju i suradnju oblikuju zajednicu i društvo putem jednakih kultura, vrijednosti i normi i samtra se temeljnom potrebom ljudske vrste i ključnim elementom. Chistakis i sur. (2010) navode da su ljudi od početka njihovog postojanja do danas s namjerom stvarali više vrsta veza s različitim pojedincima.

U povijesnom razdoblju, prije nastanka interneta, ljudi su se koristili raznim načinima za omogućavanje interakcije i komunikacije. Nekada su ljudi morali putovati da bi se upoznali, sklopili neki poslovni dogovor, otišli na ljubavne sastanke i ostalo. Nadalje, za vrijeme civilizacija i vladavine slala su se pisma preko zaposlenika, a kasnije nastankom država pisma su se slala poštom. Pojava telefona bila je inovacija gdje su ljudi upoznali novi način komunikacije koja nije bila samo tekstualna, već i zvučna. No, bitna promjena u širenju komunikacije i stvaranju novih veza desila se pojavom interneta.

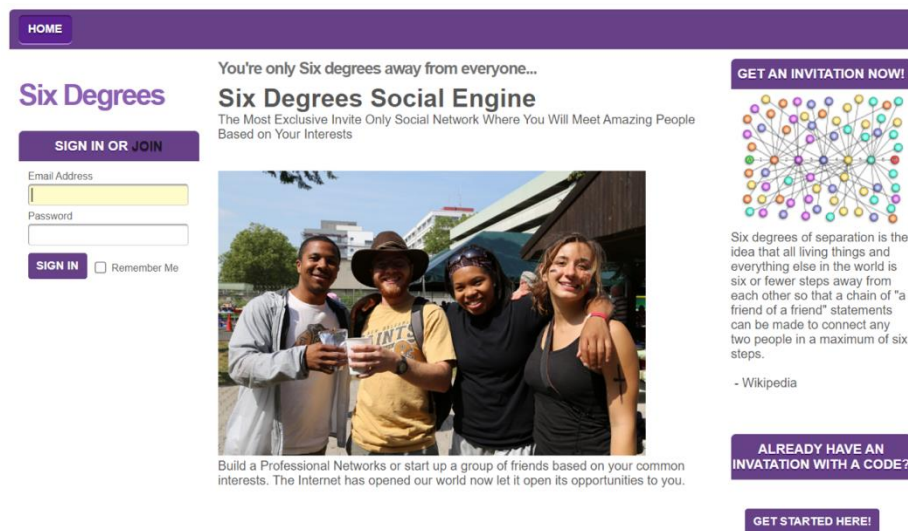
Internet je revolucionarna tehnološka inovacija koja je unijela promjene u načinu komuniciranja, pristupanju informacija i obavljanju poslova diljem svijeta. Kasnih 1960.-ih godina Ministarstvo obrane Sjedinjenih Američkih Država razvio je ARPANet (engl. *Advanced Research Projects Agency Network*). ARPANet nastala je u svrhu razvoja vojne tehnologije tijekom trajanja Hladnog rata radi povezivanja znanstvenih i istraživačkih ustanova, koja je kasnije evoluirala u svima poznati Internet (Hrvatska enciklopedija, 2024).

Ključni trenutak u razvoju interneta bio je 1989. godine nastankom World Wide Web-a (WWW). World Wide Web izumili su britanski informatičar Tim Berners-Lee i belgijski inženjer informatike Robert Caillau u svrhu lakšeg korištenja velikog broja podataka na računalima švicarskog istraživačkog instituta CERN pokraj Ženeve. Nadalje, udruga Internet Society nastala je 1992. godine u svrhu poticanja razvoja i unaprjeđenja interneta. Javna uporaba interneta počela se širiti te je 1993. godine osnovan virtualni preglednik pod nazivom Mosaic. Godinu dana kasnije WWW-konzorcij (W3C) djelujući s IEFT-om (engl. *Internet Engineering Task Force*) postavili su norme WEB-a te su nastavili pratiti i omogućavati daljnji razvoj. Internetske mreže proširile su se u suradnji s ostalim mrežnim uslugama poput FTP-a (engl. *File Transfer Protocol*) koji prenosi datoteke, elektroničke pošte kojom korisnici šalju i primaju poruke i Newsgroups koja omogućuje stvaranje skupina za diskutiranje. WWW, koja

se smatra i sinonimom za internet, je svjetska mrežna usluga koja omogućuje kreiranje novih web (mrežnih) stranica i povezivanje putem hiperteksta HTML (engl. *Hypertext Transfer Protocol*) i dokumentnih adresa URL (engl. *Uniform Resource Locator*) (Hrvatska enciklopedija).

Nadalje, internet je postao sveprisutan alat koji je transformirao način na koji ljudi komuniciraju, rade, uče i zabavljaju se. Danas je internet temelj modernog društva i omogućuje korisnicima istraživanje, zabavu i društveno umrežavanje.

Jedna od prvih društvenih mreža koja je postala prepoznatljiva među korisnicima je SixDegrees.com (slika 1). Ova mreža je osnovana 1997. godine s ciljem pružanja korisnicima stvaranje vlastitog profila i listu odabranih prijatelja. Potrebno je spomenuti kako SixDegrees.com nije jedina mrežna stranica koja se tada pojavila. ICQ i AIM pojavile su se krajem 1990-ih i upotrebljavale su se u slične svrhe kao i SixDegrees.com, no nisu se u potpunosti proslavile. Također, na društvenim mrežama ICQ i AIM nije se mogla vidjeti lista prijatelja.



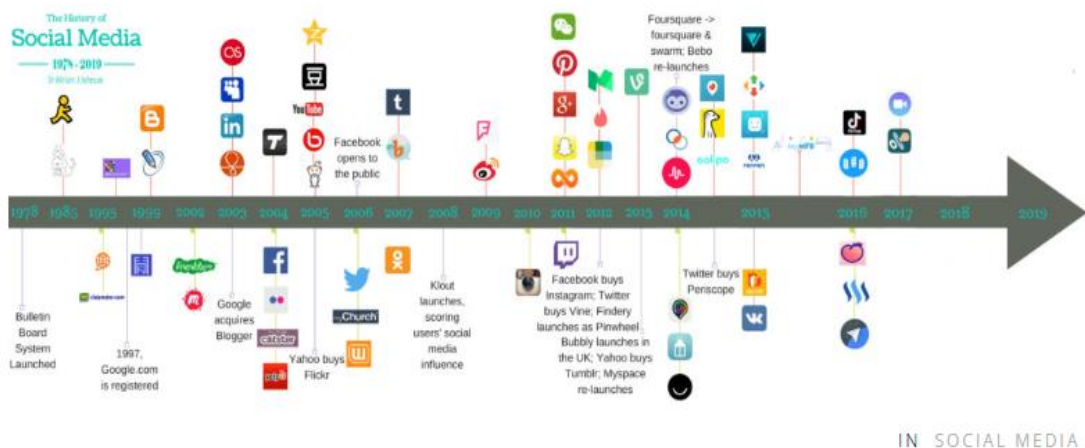
Slika 1. Društvena mreža SixDegrees.com. Preuzeto s:

<https://www.linkedin.com/pulse/evolution-social-media-from-six-degrees-facebook-beyond-iyer> [26. travnja 2024.]

SixDegrees.com u početcima privukao je milijune korisnika, no 2000. godine je ugašena jer nije uspjela održati svoje poslovanje. Također, prvi korisnici nisu bili zainteresirani za

upoznavanje novih ljudi putem društvenih mreža i žalili su se kako nemaju što raditi kada se prihvate novi prijatelji (Boyd i sur., 2007).

Društvene mreže poput Friendstera, MySpacea i Second Lifea nastale su početkom 2000-tih godina. Friendster je na početku svojeg postojanja prikupio milijune pratitelja, no kompanija je počela propadati, društvena mreža se nije ažurirala i zagasila se 2006. godine. S druge strane, MySpace je društvena mreža koja je na početku služila za stvaranje profila, grupa, bloga, dijeljenje videa i slika. No, kasnije je MySpace otkupljen od strane Justina Timberlakea i ova društvena mreža postala je mjesto gdje korisnici imaju pristup glazbi i glazbenim videozapisima te postoji još i danas (Tarver, 2022). Nastankom Facebooka 2004. godine, već postojećim društvenim mrežama počela je opadati popularnost i Facebook je postala jedna od najpopularnijih i korištenih mreža. Nakon Facebooka, počele su se pojavljivati i ostale društvene mreže (Slika 2) poput Instagrama, X-a, Vinea, Musicallya (kasnije TikTok), WhatsApp-a i mnoge druge. Neke od njih su opstale, nastavile se razvijati i popularnost im raste svakodnevno, ali neke od njih su ugasile kompanije iz određenih razloga.



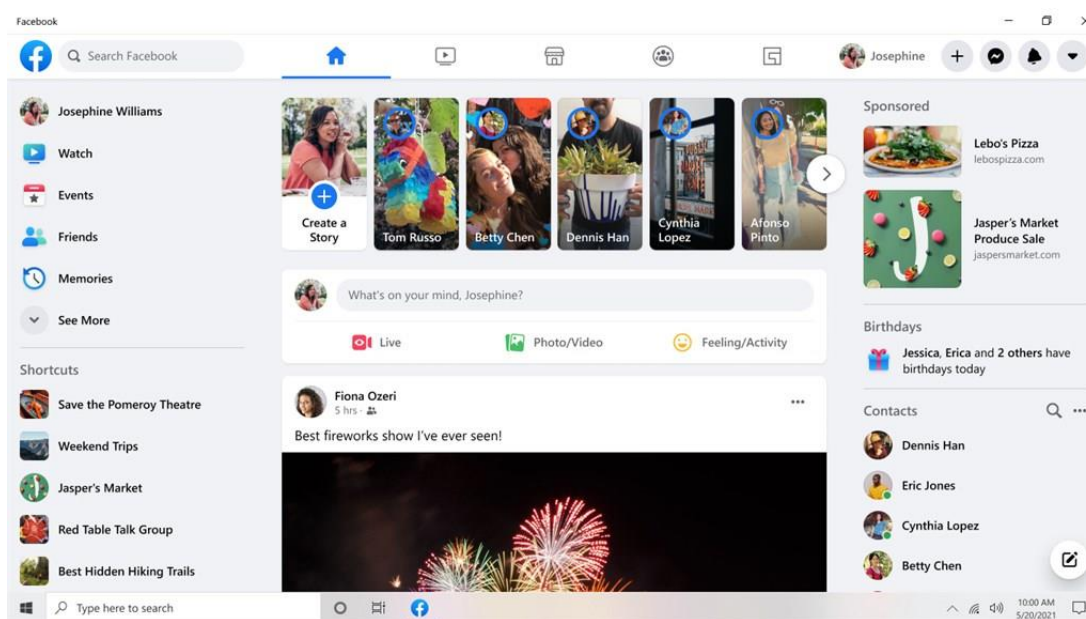
Slika 2. Vremenska traka društvenih mreža. Preuzeto s: <https://www.booksaresocial.com/social-media-timeline/> [27. travnja 2024.]

3. Najveće društvene mreže

Jedne od najvećih društvenih mreža jesu Facebook, Instagram, X i TikTok. Osim što ove mreže služe za upoznavanje, dijeljenje poruka, objava i poveznica, može se putem videozapisa i slika dobiti ideja ili znanje, ako je takav sadržaj. Iako gotovo sve društvene mreže imaju sličnu ili jednaku ulogu, broj korisnika ne prestaje raste.

3.1. Facebook

Facebook (Slika 3) je internetska društvena mreža i platforma osnovana 2004. godine, čiji su osnivači studenti Sveučilišta Harvard Mark Zuckerberg, Chris Hughes, Dustin Moskovitz i Eduardo Saverin. Početni naziv ove platforme bio je „TheFacebook.com“ i njihova inicijalna ideja bila je jednostavnije povezivanje i dijeljenje sadržaja među studentima na Sveučilištu Harvard. No, društvena mreža se počela širiti na drugim sveučilištima i kasnije po cijelom svijetu. Facebook je postao dio kompanije Meta Platforme (engl. *Meta Platforms*). Nadalje, ova platforma postala je najveća u svijetu s tri milijarde korisnika i korisnici ju svakodnevno koriste (Hall, 2024).



Slika 3. Facebook-početna stranica. Preuzeto s: <https://apps.microsoft.com/detail/9wzdncrfj2wl?hl=hr-hr&gl=HR> [27. travnja 2024.]

Pristup ovoj platformi je besplatan za korisnike što omogućuje pristup svima, neovisno o financijskom statusu. Novi korisnici mogu stvarati sami svoje profile i dodavati željene osobe na listu prijatelja. Dakle, korisnici imaju mogućnost dijeliti željeni sadržaj na svom profilu te imaju mogućnost da odaberu hoće li samo njihovi prijatelji to vidjeti ili i oni koji nisu na njihovoj listi prijatelja. Ova platforma sadržava i „Vremensku traku“ (engl. „*Timeline*“) s pomoću koje se postavljaju sadržaj i poruke. Nadalje, podijeljeni sadržaji mogu se dijeliti, komentirati ili označiti njihovo sviđanje putem tipke „Sviđa mi se“ (engl. „*Like*“). Osim što se mogu javno dijeliti poruke, omogućeno je i privatno dopisivanje i obavljanje poziva te video poziva. Također, Facebook sadrži i mnogobrojne igrice za sve generacije. Iako je ova društvena

mreža besplatna, kompanija zarađuje najveći dio od reklama koje se nalaze na ovoj platformi i digitalne ili virtualne prodaje putem treće strane aplikacija (Hall, 2024). Prema podacima, 2019. godine u Republici Hrvatskoj Facebook je koristilo 1,9 milijuna stanovnika. Također, na ovoj platformi prevladavaju korisnici u starosti 25-34 godine (Arbona, 2019).

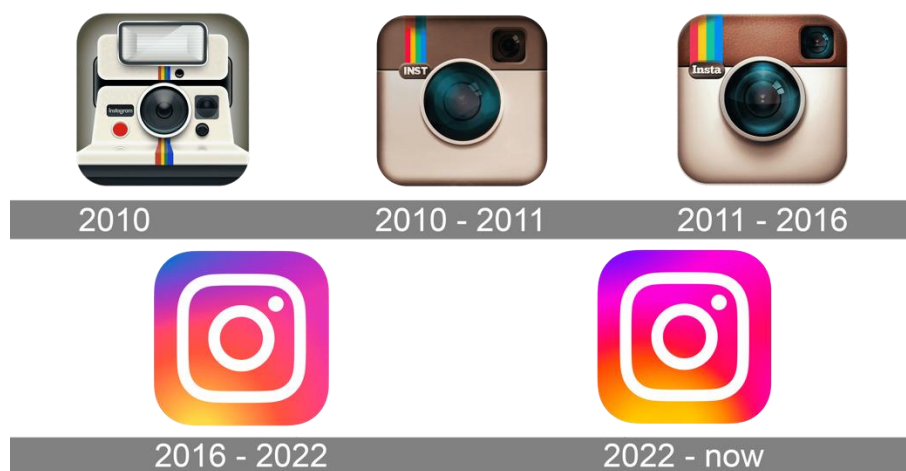
3.1.1. Messenger

Messenger (Facebook Messenger) je besplatna aplikacija koja se pojavila 2014. godine. Nastankom ove aplikacije, dopisivanje preko platforme Facebook više nije bilo moguće bez Messengera. No, korisnici imaju mogućnost preuzeti ovu aplikaciju i stvoriti vlastiti profil bez postojećeg profila na Facebooku. Nadalje, putem ove aplikacije korisnici mogu slati tekstualne poruke i glasovne poruke svojim prijateljima, stvarati grupe prijatelja i obavljati audio pozive i video pozive. U razgovoru se nalazi i mnoštvo smajlića, GIF-ova i naljepnica putem kojih razgovori postaju kreativni. Također, u razgovoru svakog korisnika, može se postaviti tema razgovora, postaviti nadimak prijatelju, snimati i slikati, slati datoteke i pohranjivati dokumente u vlastitu galeriju (Google Play).

3.2. Instagram

Instagram je društvena mreža, platforma i aplikacija koju su 2010. godine pokrenuli kreatori Kevin Systrom i Mike Krieger. Aplikacija je počela naglo rasti, u manje od mjesec dana imala je milijun korisnika i postala je nova konkurencija Facebooku. U travnju 2012. godine Mark Zuckerberg ponudio je milijardu dolara i kupio Instagram. Dakle, Instagram je postao dio Facebook kompanije i u vlasništvu je Meta Platforme. Ova platforma postala je druga najveća društvena mreža u svijetu s dvije milijarde aktivnih korisnika, prema podacima iz 2022. godine (Eldridge, 2024).

Nadalje, logo Instagrama (Slika 4) je vrlo poznat i važan za samu aplikaciju te ju predstavlja u najboljem svjetlu. Izgled loga mijenjao se od početka svog nastanka do danas. Dakle, započeo je svojim starinskim (engl. *vintage*) stilom, no shvatili su da nije dovoljno dobar za predstavljanje. Zatim, dizajnirali su logo u retro estetičnom stilu, ali ni to nije bilo dovoljno dobro. Pomnom analizom i razmišljanjem, dizajnirali su logo Instagrama u modernom stilu koji je do sada najbolje predstavljao ideju u kojem logo podržava sadržaj, koji korisnici stvaraju i dijele (Bicaku, 2023).



Slika 4. Evolucija Instagram loga. Preuzeto s: <https://1000logos.net/instagram-logo/> [28. travnja 2024.]

Instagram je društvena mreža koja se fokusira na vizualni dio sadržaja. Korisnici imaju mogućnost objavljivanja slika i kratkih videa. Ove sadržaje mogu vidjeti njihovi pratitelji i svi korisnici, ovisno imaju li osobe otvoreni profil ili zatvoreni. Također, korisnici imaju mogućnost objavljivanja „Priča“ (engl. „Story“). „Priče“ se pojavljuju na „početnom ekranu“ (engl. „Home“) i pratitelji ih mogu pogledati u 24 sata, koliko „priča“ traje. No, postoji li želja zadržavanja pojedinih „priča“ na osobnom profilu, postoji mogućnost spremanja u takozvane „naglaske“. Nadalje, korisnici mogu putem tražilice pretraživati željene sadržaje upisom imena ili „#“ oznake. Oznaka „#“ (na primjer, #nebo, #plavo, #duga) dodavanjem u opis objava pomaže da ostali korisnici lakše pronađu željeni sadržaj i ono što se nalazi na njemu. Nadalje, prije unosa određenog naziva u tražilicu, korisnicima se pojavljuju videozapise i slike koje bi im se mogli svidjeti. Štoviše, Instagram je društvena mreža, stoga putem sadržaja, grupa, i osoba koje pratimo, stvara se vaš „Instagram feed“, odnosno pojavljuju se najprije najnovije objave i one koje bi se korisniku mogle najviše svidjeti. Nadalje, slike i videozapisi koji se pojavljuju, putem tipke „Sviđa mi se“ podržavaju se korisnici i iskazuje se sviđanje. Omogućeno je i komentiranje te dijeljenje sadržaja klikom na tipku „Podijeli“ (engl. *Share*) preko „Direktnih poruka“ (engl. *Direct message*). Dakle, na ovoj platformi omogućeno je i dopisivanje putem poruka, audio poruka te pozivanje i video pozivanje (Basta Šokić, 2018). Korisnici ovu platformu koriste i za poslovne ideje i promoviranje. Instagram podržava i postavljanje reklama određenog proizvoda ili osoba i njihovog zanimanja. Iako ova platforma ima mnogo prednosti, često se mogu širiti dezinformacije i neprimjereni sadržaj (Eldridge,

2024). Trifiro (2018) navodi da je Instagram vrlo popularan među mladima i adolescentima te da korištenje ove aplikacije uvelike utječe na mijenjanje slike o sebi i samopoštovanja.

3.2.1. Threads

Threads (Slika 5) je nova besplatna mobilna aplikacija, koja se pojavila u srpnju 2023. godine. Ova je društvena mreža povezana s Instagramom, dakle za njezin razvoj je zaslužna tvrtka Meta Platforms. Nadalje, na Threads se stvara profil putem postojećeg profila na Instagramu. Dakle, ako se želi promijeniti naziv na Threadsu, to nije moguće prethodne izmjene na Instagram profilu. Također, ako se želi ukloniti profil na Threadsu, automatski se uklanja i već postojani profil na Instagramu (Duffy, 2023). Popularnost ove društvene mreže u jako kratkom vremenu je porasla, no nije dugo zadržala velik broj aktivnih korisnika. Pojavom Threadsa u europskim zemljama u prosincu 2023. godine, ponovno je porasla.



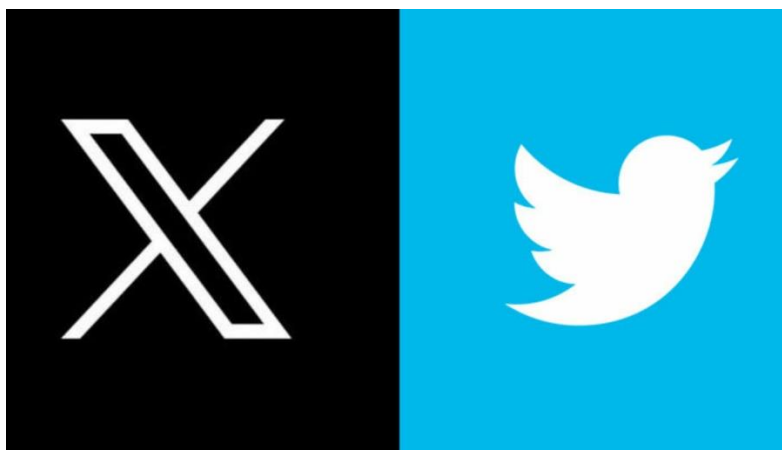
Slika 5. Logo aplikacije Threads. Preuzeto s: <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/threads-an-instagram-app-on-white-background-vector-48224230> [29. travnja 2024.]

Threads, za razliku od Instagrama, omogućuje korisnicima da dijele više tekstualni sadržaj od vizualnog, gdje se može više komunicirati. Korisnici mogu izabrati hoće li imati privatni ili javni profil te time odlučuju hoće li njihove objave vidjeti samo bliski prijatelji ili mogu svi korisnici. Također, mogu se podijeliti nove slike i videozapisi na ovoj aplikaciji, ali i već podijeljene objave s Instagrama. Pozitivna stvar je što nema reklama i promocija na ovoj aplikaciji. No, korisnici X-a uviđaju njihovu sličnost te se postavlja pitanje hoće li u budućnosti Threads preuzeti njegovu popularnost (Duffy, 2023).

3.3. X (Twitter)

X ili nekadašnji Twitter (Slika 6) je internetska društvena mreža koju korisnici koriste u svrhu konverzacije putem kratkih poruka i dijeljenje novosti od zabave, sporta, aktualnih dešavanja do politike. Kratke poruke sadržavaju najviše 280 znakova i dobile su naziv po imenu aplikacije, Tweet-ovi (engl. *Tweets*).

Nadalje, Twitter su osnovali Evan Williams, Biz Stone i Noah Glass 2006. godine. U suradnji s Jack Dorseyjem, inženjerom kompanije, došli su do ideje da se dijele informacije grupi ljudi putem SMS-a. Ime ove aplikacije inspirirano je zvukom ptice, stoga je naziv prvotno bio Twittr. Prva poruka ikad napisana bila je Dorseyjeva i on je bio prvi korisnik na ovoj platformi. Nakon šest mjeseci objavljivanja, ova društvena mreža promijenila je ime Twittr u Twitter. Osnivači su promijenili i broj znakova koji se može napisati. Dakle, s 140 znakova, korisnici su mogli napisati najviše 280 znakova, kao što sadrži i jedna SMS poruka. Godine 2007., Twitter je uveliko narastao kao platforma i dosegao do 200 milijuna aktivnih korisnika (Sommer, 2015). Twitter je postao jedna od većih platformi, no 2023. godine Elon Musk je otkupio ovu platformu. Odlučio je i promijeniti naziv društvene mreže u X i promijeniti njezin logo. Musk tvrdi da će ove promjene biti pozitivne jer će ona biti predstavljati aplikaciju za sve (Duffy, 2023).



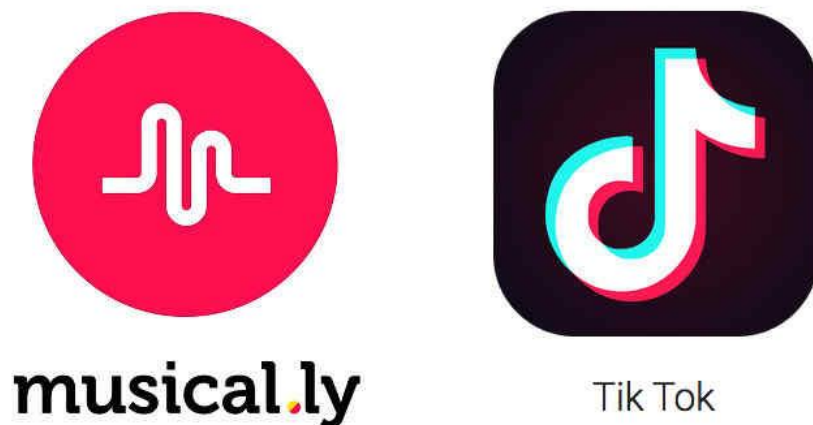
Slika 6. Logo X-a (lijevo) i logo Twitter-a (desno). Preuzeto s: <https://www.zilliondesigns.com/blog/twitter-rebrands-and-launched-new-logo-x/> [29. travnja 2024.]

X je platforma koju koriste i poznate ličnosti te slavni političari. Putem ove aplikacije može se saznati mnogo novih stvari koje se dešavaju u svijetu i ljudi imaju pristup javno iznositi svoje mišljenje. Također, X je idealno mjesto za marketinško poslovanje i iznošenje ideja te pruža

prilikom povezivanja s ostalim platformama. No, sloboda dijeljenja svojeg mišljenja i objava može dovesti do negativnih učinaka. Širenje dezinformacija i govor mržnje čine veliki problem na ovoj platformi kao i neprikladni sadržaji. Prema podacima broj aktivnih korisnika i dalje raste, unatoč problemima, i pretpostavlja se da će do 2028. godine imati 503,42 milijuna aktivnih korisnika (Degenhard, 2024).

3.4. TikTok

TikTok je društvena mobilna aplikacija, besplatna za sve korisnike. Koncept ove društvene mreže temeljio se na platformi Vine, gdje su korisnici dijelili videozapise od trajanja nekoliko sekundi. Prvotna verzija objavljena je 2014. godine pod nazivom Musical.ly. Nadalje, Musical.ly je postojao do 2017. godine. Kineska kompanija ByteDance otkupila je Musical.ly i promijenila ime aplikacije u danas poznati TikTok (Encyclopedia Britannica, 2024). Iako je TikTok naslijedio svoju popularnost od prvobitne aplikacije Musical.ly, njegova popularnost nastavila je dizati svoje brojke korisnika. Kale (2020; prema Schellewald, 2023) navodi da je TikTok postao najpoznatiji tijekom pandemije koronavirusa (COVID 19), u kojoj je dosegla čak milijardu aktivnih korisnika u cijelom svijetu. Važno je spomenuti kako najveći dio korisnika ove platforme čine tinejdžeri, odnosno osobe od dvanaeste do dvadesete godine (Guo, 2021).



Slika 7. Logo Musical.ly-a (lijevo) i logo Tiktoka-a (desno). Preuzeto s:

<https://lakesstudentmedia.com/11043/ae/games-technology/evolution-of-tik-tok/> [29. travnja 2024.]

TikTok nudi mnogo mogućnosti korisnicima i onima koji žele nešto stvarati. Dakle, TikTok tijekom stvaranja videozapisa nudi glazbenu knjižnicu pomoću koje se u videozapise može

postaviti željena pjesma. Također, na aplikaciji nalaze se raznovrsni efekti i pomagala kojim se stvaraju videozapisi duljine petnaest sekundi do tri minute. Videozapisi koje korisnici pronalaze mogu biti raznih sadržaja poput edukativnog, zabavnog, avanturističkog, humorističnog, dokumentarnog i ostalog. Dakle, korisnici imaju mogućnost naučiti nešto novo tijekom gledanja kratkih videozapisa. Štoviše, korisnici često dijele svoje priče o svojem mentalnom zdravlju i osobnom životu te dijele svoje savjete koji su njima pomogli u toj borbi. Nadalje, TikTok može imati pozitivan utjecaj na korisnike, pogotovo na tinejdžere jer oni čine većinu publike, no nekontrolirano korištenje i gledanje raznih sadržaja može stvoriti loše navike i utjecati na njihovo psihičko zdravlje. Potrebno je spomenuti kako pregledavanje videozapisa koji korisnici objavljuju uvelike utječu i na osobnost tinejdžera i mladih osoba koji se pronalaze i počinju graditi svoju osobnost (Guo, 2021). Stoga je važno obratiti pažnju na algoritam koji TikTok stvara i pripaziti da se pojavljuju afektivni i učinkoviti videozapisi (Schellewald, 2023).

4. Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje

Društvene mreže i tehnologija obilježila je 21. stoljeće u ljudskim životima. Svakodnevnim porastom novih korisnika i novim stvaranjem, nedvojbeno je da će ljudi sve više ovisiti o njihovom korištenju, pogotovo nove generacije. No, postavlja se pitanje koliko virtualni svijet utječe na čovjekovo psihičko zdravlje. Zadnjih desetak godina provode se istraživanja o utjecaju društvenih mreža na psihičko zdravlje i pokušava se osvijestiti korisnike o mogućim problemima.

4.1. Društvene mreže i depresija

McLuhan (1964) navodi da je ovo doba tjeskobe i anksioznosti u kojemu tehnologija prisiljava na predanost u svim pogledima. Tvrdi da zahvaljujući razvitku tehnologije i društvenih mreža pojedinci žive u našim životima i mi u njihovim. Ljudska sposobnost odvajanja i usvajanja udaljenosti i razdvojene uloge u periodu čovjekovog postojanja više nije moguća u potpunosti. Iako danas čovjek može slobodno izraziti svoje mišljenje, u trenutku kada se pojavi na internetskoj platformi on gubi mogućnost bježanja (Krotoski, 2013).

Nagla pojava raznih informacija, natjerala je ljude da intenzivno podižu svijest o svojim odgovornostima i odgovaraju za sebe i svoje postupke. Navodi da društvene mreže stvaraju neobjašnjenu pojavu nemogućnosti procesiranja emocija u pojedincu, ali i društvu (McLuhan, 1964).

Pantic (2014) nailazi na razna istraživanja i navodi da nije još dovoljno istražena povezanost stvaranja depresije i tjeskobe s društvenim mrežama. No, Pantic je osobno htio dublje istražiti ovo polje i sa svojim suradnicima ispitao povezanost nastanka depresije i društvenih mreža u srednjoj školi. Svojim rezultatima dokazali su povezanost između stvaranja depresije i društvenih mreža. Postavlja se pitanje zašto pojedinci smatraju društvene mreže, u ovom slučaju Facebook, kao nešto što stvara sreću, a druge navodi na tugu? Pantic (2014) dolazi do zaključka da pojedincima kojima društvene mreže izazivaju neugodne osjećaje imaju predispoziciju za razvoj depresije i drugih mentalnih problema. Pojedini rezultati ukazuju da su simptomi depresivnog stanja povezani i s ostalim karakteristikama, poput manjeg broja prijatelja i označavanja lokacije.

4.2. Društvene mreže i anksioznost

Vedun (2015; prema Trifiro, 2018) provodi istraživanje u kojem analizira čovjekovu dobrobit i korištenje Facebooka. Istraživanje se sastojalo od dva različita ispitivanja: pasivnog korištenja Facebooka pod laboratorijskim postavljajima i pasivnog korištenja Facebooka u uobičajenoj okolini. Analizom rezultata prvog dijela istraživanja dovelo je do zaključka da će se korisnicima naglo smanjiti dobrobit uz pasivno korištenje Facebooka. S druge strane, ispitanici u drugom istraživanju rješavali su anketu na internetu koja je uključivala skale s pojmovima samopoštovanja, anksioznosti, depresije i zadovoljstvom života. Rezultati su pokazali da pasivni korisnici Facebooka imaju veću šansu da stvore negativnu promjenu svoje dobrobiti.

Biglbauer i Korajlija (2020) zanimalo je pitanje o povezanosti društvenih mreža i anksioznosti. Istraživale su i analizirale mnoga istraživanja s velikom brojem ispitanika diljem svijeta. No, nisu sva istraživanja o ovoj temi rezultirala jednako. Prema istraživanju Grieve i sur. (2013; prema Biglbauer i Korajlija, 2020), pojedinci koji su aktivno i socijalno povezani na Facebooku manje osjećaju simptome anksioznosti. S druge strane, studenti koji su veći dio svojeg vremena provodili na Facebooku imali su i veću razinu anksioznosti. Nadalje, ostale provedene studije rezultirale su bliskom povezanošću između anksioznosti i društvenih mreža. Istraživanje u kojemu su ispitanici bili kineski adolescenti, pokazalo se da su kineski adolescenti više anksiozni tijekom korištenja društvenih mreža. Također, ispitali su roditelje i adolescente te su prema dobivenim podacima uvidjeli da roditelji uviđaju simptome anksioznosti svojih adolescenata prilikom upotrebljavanja društvenih mreža. Štoviše, rezultati adolescenata pokazali su jednaku povezanost društvenih mreža i anksioznosti. Istraživanje provedeno na američkim adolescentima pokazalo je da postoji korelacija između provedenog vremena na društvenim mrežama i zadovoljavanja određenih kriterija za simptome anksioznog poremećaja. Nadalje,

adolescenti Islanda svojim rezultatima pokazali su da pasivno korištenje društvenih mreža, poput Instagrama, Facebooka i X-a, dovodi do većeg stvaranja anksioznosti od korisnika koji aktivno koriste društvene mreže uz kontrolu provedenog vremena.

4.3. Društvene mreže i samopoštovanje

Platforme poput Instagrama i TikTok-a temelje se najviše na vizualnim sadržajima poput slika i videozapisa. Karakteristike ovih društvenih mreža mogu utjecati na korisnikovo ponašanje i njihovo samopoštovanje i stvaranje slike o sebi. Samopoštovanje je individualno i kakvo mišljenje osoba ima o sebi može uvelike utjecati na ponašanje putem društvenih mreža (Trifiro, 2018). Nisko samopoštovanje povezano je s mentalnim bolestima, koje može uključivati depresiju, poremećaj prehrane i ovisnost (Pantic, 2014). U suštini mnogo korisnika koristi društvene mreže kao mjesto gdje mogu pokazati svoje najbolje karakteristike. Studije su pokazale da osobe koje imaju više prijatelja i pratitelja na društvenim mrežama imaju pozitivan pogled na mišljenje i sliku o sebi. Knobloch-Westerwick (2015; prema Trifiro, 2018) provodi istraživanje na adolescenticama i utjecaju društvenih mreža na njihovo percipiranje svojeg tijela. Mnogo korisnika na Instagramu propagiraju idealne proporcije tijela putem kojih „inspiriraju“ svoje pratitelje na koje načine mogu izgubiti kilograme da bi došli do svojeg cilja. Pokazalo se da društvene mreže u velikoj mjeri utječu na koji način korisnici, posebno adolescentice, percipiraju sebe i svoje tijelo. Ostale studije istraživale su povezanost korištenja društvenih mreža i nezadovoljstva izgledom i ograničavanjem prehrane (McLean, 2015; prema Trifiro, 2018). Dobiveni podaci pokazali su da djevojke koje često dijele svoje slike na društvenim mrežama imaju krivu sliku o svojem tijelu i težini te se u većoj mjeri opterećuju konceptom idealnog izgleda. Također, djevojke koje su više aktivne na društvenim mrežama imaju veću razinu nezadovoljstva svojim tijelom i pretjerano se ograničavaju hranom za razliku od djevojaka koje ne koriste društvene medije. Važno je spomenuti da mnoge djevojke zbog svoje pretjerane nesigurnosti uređuju slike prije objavljivanja, kako bi izgledale mršavije i sličnije idealnom izgledu tijela. Dakle, literatura dokazuje da postoji povezanost društvenih mreža i negativnog pogleda na svoj izgledat.

Pojedini autori tvrde da korištenje pojedinih platformi (Facebook) može pomoći u poboljšanju samopoštovanja. Istraživanje je provedeno pomoću takozvane Rosenberg-ove skale samopoštovanja (engl. *Rosenberg self-esteem scale (RSE)*). Rezultati su pokazali da Facebook stvara pozitivan efekt na samopoštovanje korisnika. Nadalje, korisnik može prikazivati samo pojedine strane sebe, dakle osoba bira na koji način će se predstaviti putem sadržaja koje objavljuje na društvenim mrežama. Time se pretpostavlja da će ovakav način predstavljanja

potaknuti da osobe stvore pozitivan pogled na sebe i bolje samoocjenjivanje i samopoštovanje. No, mnogo drugih studija pokazuju obratne rezultate u kojima se dokazuje negativan utjecaj društvenih mreža na razinu samopoštovanja. Pantic (2014) tvrdi da se nisu sva istraživanja Rosenberg-ove skale pokazala pozitivnima za samopoštovanje i korisnici počinju stvarati negativne misli o sebi i svojem izgledu. Samopoštovanje je kompleksno i drugačije je kod svake osobe. Ukoliko je osoba sklona stvaranju loših misli o sebi i precjenjivanja, konstantno samoocjenjivanje na dnevnoj bazi, natjecanje, uspoređivanje s tuđim postignućima, nerealno percipiranje izgleda, emocionalnog i socijalnog karaktera drugih, dovodi do neugodnih osjećaja poput ljubomore i tuge. Također, takva je osoba sklona stvaranju mentalnih problema. Stoga, osobe koje imaju ovakve predispozicije trebaju pripaziti na sadržaj koji pregledavaju.

5. Utjecaj društvenih mreža na međuljudsku komunikaciju

Ljudi su društvena bića i stvaranje veza s drugim osobama pomaže im da potvrde i pronađu svoj identitet te da zadovolje svoje osnovne čovjekove potrebe za pripadanjem. Također, socijalna interakcija i održavanje veza stvara pozitivan utjecaj na psihičko zdravlje. Socijalne interakcije omogućuju i pozitivan osobnog i socijalnog razvoja te mogu spriječiti ili pomoći u borbi protiv pojedinih psihičkih bolesti. Komunikacija s prijateljima vrlo je važna za emocionalno pružanje potpore, razvijanja socijalnih vještina i vlastitog identiteta te osjećaja pripadanja (Car, 2010). Ukoliko osoba nema razvijene socijalne vještine može imati socijalne, emocionalne probleme te probleme s pronalaskom svog identiteta. Osobe slabije razvijenih socijalnih vještina često su povučenije, imaju negativan pogled na svijet oko sebe, imaju nisko samopouzdanje i ne osjećaju pripadnost u svojoj okolini.

Društvene mreže su nastale prvenstveno za lakši način održavanja komunikacije među prijateljima, ljubavnim partnerima i obitelji te upoznavanja novih osoba. Nadalje, adolescenti predstavljaju veći dio korisnika na društvenim mrežama. Adolescenti, za razliku od starijih generacija, odrasli su u eri razvijene tehnologije te se osim socijalne interakcije uživo, služe i platformama. Razvijena komunikacija na internetu ne znači nužno da osobe imaju i kvalitetan i razvijene međuljudske odnose. Za stvaranje kvalitetnog društvenog života, veliku ulogu u djetetovom životu igraju i roditelji te njihov odnos s djecom. Također, važna je edukacija o socijalnoj interakciji u javnom životu i na platformama te stvaranja iskrenih i vrijednih odnosa. Nadalje, interakcija putem platformi razlikuje se od interakcije u javnom životu. Putem društvenih mreža nije moguća neverbalna komunikacija i često može dovesti do nesporazuma u komunikaciji te različite interpretacije. Također, tijekom upoznavanja novih osoba na

platformama treba biti vrlo oprezan jer se osobe mogu predstaviti kao nešto što nisu (Car, 2010). Iako društvene mreže mogu pridonijeti aktivnoj društvenoj interakciji u svakom trenutku na bilo kojem mjestu, osobnom razvoju i pronalasku identiteta, postavlja se pitanje na koje sve načine one zapravo utječu na obiteljske, prijateljske i ljubavne odnose?

5.1. Društvene mreže i obiteljski odnosi

Obitelj je važan faktor u čovjekovom životu i predstavlja temeljni element društvenih odnosa. Stvaranje čvrstih i zdravih obiteljskih veza omogućuje djetetu pravilan rast i razvoj u svim aspektima čovjekovog postojanja. Najranija komunikacija u čovjekovom životu dešava se s obitelji i takva komunikacija oblikuje dijete i njegov kasniji odnos sa socijalnim svijetom. Osim što se putem komunikacije unutar obitelji razvijaju socijalne vještine, obitelj utječe i na emocionalni te kognitivni razvoj osobe (Žganec, 1995). Komunikacija je temeljni ključ u stvaranju povjerenja i iskrenih odnosa tijekom života (Joo i Teng, 2017). Dhavale (2011; prema Joo i Teng, 2017) tvrdi da nedostatak komunikacije negativno utječe na obiteljske, prijateljske, radne i ljubavne odnose. Također, važno je imati efektivnu komunikaciju u obitelji. Dakle, tijekom vođenja razgovora potrebno je biti iskren, izražavati emocije, slušati pažljivo, iskazati povjerenje i potrebno je suzdržati se kritiziranja te napadanja druge osobe (Matthews, 1994; prema Joo i Teng, 2017).

U suvremenom dobu tehnologija i društvene mreže sa svojim prednostima i nedostacima počele su uvelike utjecati na vođenje komunikacije s obiteljskim članovima i prijateljima. Nekontrolirano korištenje društvenih mreža može dovesti do neugodne promjene u načinu komunikacije s osobama u našoj okolini i zanemarivanja obiteljskih članova. Nekoliko istraživanja pokazala su da korištenje internetskih platformi u kućanstvu dovodi do osjećaja samoće i depresije, što je u korelaciji sa slabijom i smanjenom interakcijom s obiteljskim članovima i opadanja broja prijatelja (Tubbs, 2010; prema Joo i Teng, 2017).

Diaz i sur. (2011; prema Joo i Teng, 2017) tvrde da Facebook pruža osobama da pobjegnu od negativnih interakcija koje uzrokuju obiteljski članovi te takve osobe imaju predispoziciju postati antisocijalne u svojem okruženju.

Istraživanje u kojem je sudjelovalo sto i dvadeset osoba pokazalo je da 53 % vjeruje da su društvene mreže imale veliki utjecaj na njihove veze s ljudima, dok 40 % njih tvrdi da su društvene mreže u nekom smislu utjecale (Probno Australia, 2012). Rezultati su pokazali da rastavljeni roditelji i roditelji koji su se odvojili često koriste Facebook i ostale društvene

mreže. Također, pokazalo se da je mentalno zlostavljanje svojih partnera putem društvenih mreža povezano sa smanjenom emocionalnom inteligencijom i fokusom na poslovne ciljeve.

Joo i Teng (2017) proveli su istraživanje na studentima koje koriste Facebook i ispitali kako ova platforma utječe na njihove odnose s obitelji. Rezultati su pokazali da jedan dio ispitanika smatra nekontrolirano korištenje Facebooka utjecajem ograničavanja, stvaranja i učvršćivanja veza s obitelji. S druge strane, drugi dio ispitanika smatra da je Facebook utjecao na poboljšanje komunikacije s članovima obitelji te tvrde da im je ova platforma pomogla u zbližavanju. Dakle, društvene mreže imaju mogućnost poremetiti odnos s obiteljskim članovima ako roditelji i djeca imaju negativan odnos, no mogu i popraviti njihovo zbližavanje pogotovo ako se ne nalaze u istom gradu ili prebivalištu.

5.2. Društvene mreže i prijateljski odnosi

Prijateljski odnosi igraju ključnu ulogu u čovjekovom životu gdje osoba gradi osjećaj pripadnosti i zajedništva. Stvaranje i održavanje prijateljskih veza donosi sreću i pomaže osobi da gleda pozitivno svijet oko sebe. Također, važno je imati i održavati zdrave prijateljske veze u kojima se pruža i gradi sigurnost, razumijevanje, povjerenje i emocionalna povezanost. Štoviše, upoznavanje novih prijatelja i održavanje istih pridonosi u razvijanju osoba i pronalasku sebe.

Prijatelji su osobe koje svojevolumno biamo i oni biraju hoće li pružiti podršku, afektivnost i ljubav. Dokazano je da rast socijalnog konteksta povećava važnost prijateljskih odnosa jer pružaju osobi socijalno povjerenje, manje stresa i bolje zdravlje (Amati i sur., 2018). Amati i sur. (2018) proveli su istraživanje i rezultati su pokazali da osobe koje se vide jednom tjedno s prijateljima su nesretniji od osoba koje se svakodnevno viđaju i komuniciraju s prijateljima. Iako je danas moguće svakodnevno komunicirati s prijateljima putem društvenih mreža, pitanje je na koji način one utječu na takve odnose te stvara li se promjena u odnosima?

Turkle (2012) navodi kako povezivanje i komuniciranje putem društvenih mreža stvara nesigurnost i osjećaj nepovezanosti. Razlog tome je što osobe komuniciraju bez emocija, također odgovori se mogu odglumiti ili pripremati, što pri razgovoru u stvarnim okolnostima nije u potpunosti moguće, bar ne u tolikoj mjeri. Nadalje, nepovezanost se u stvarnim okolnostima dešava ne slušanjem druge strane, no u virtualnom svijetu nepovezanost se često događa nedostatkom povratnog odgovora te biranje trenutka kada će i na koji način osoba odgovoriti.

Studentica Jaman (2020) provodi istraživanje o utjecaju društvenih mreža na međuljudske odnose. Autorica je analizirala sto i deset riješenih anketa putem interneta. Rezultati su pokazali da ispitanici u najvećoj mjeri koriste društvene mreže (Instagram, Facebook) za komuniciranje s prijateljima s kojima se druže i koji žive u drugim gradovima, a manje za upoznavanje novih ljudi. Također, većina ispitanika je priznala da im je u redu korištenje i komuniciranje putem društvenih mreža tijekom druženja. Naime, mali postotak tvrdi da im je lakše komunicirati s prijateljima i povjeriti im neke stvari putem društvenih mreža nego uživo. Jaman (2020) iznosi da rezultati pokazuju slabljenje prijateljstva zbog društvenih mreža jer ispitanici prihvaćaju biti prisutni istovremeno na društvenim mrežama i uživo.

5.3. Društvene mreže i ljubavni odnosi

Ljubav je složeni osjećaj koje čini ljude sretnima, dakle bez ljubavi u životu nema radosti. Ljubavni odnosi slični su kao i prijateljski odnosi. Dakle, potrebno je voditi komunikaciju s razumijevanjem i poštovanjem, biti iskreni i odani te biti podrška svojem partneru. Naime, nastankom društvenih mreža osobe imaju pristup javljanja drugim osobama, praćenja novih korisnika, dijeljenja sadržaja i označavanja sadržaja drugih osoba da im se sviđa. Ukoliko jedan partner prakticira ovakve postupke, drugi partner može osjećati neugodne emocije kao što su ljubomora, tuga, strah i nesigurnost.

Greenfield (2018; prema Galant, 2020) tvrdi da provođenje značajnog vremena na društvenim mrežama potiču ljubomoru, strah i nesigurnost u ljubavnim odnosima, koje nerijetko rezultiraju stvaranjem sukoba i mogućnosti prekidanja veza te rastave brakova. Nadalje, ako jedan partner na svojem profilu ima objavljen videozapis ili sliku s bivšim partnerom, stvara se sumnja. Također, dokazano je da praćenje bivšeg partnera na društvenim mrežama, poput Instagrama i Facebooka, dovodi do otežanog otpuštanja bivših ljubavi te usporenog rasta i razvoja. Nadalje, za većinu razloga rastave brakova navedeno je korištenje Facebook-a te neprikladnog i seksualnog komuniciranja s drugim osobama putem ove platforme. Valja spomenuti da su informacije o pratiteljima i prijateljima vidljive drugim korisnicima, kao i oznake sviđanja na objavljenim sadržajima, što potiče nesigurnu osobu u ljubavnom odnosu da uhodi partnera i njegovu aktivnost na društvenim mrežama.

S druge strane, pomoću društvenih mreža mogu se roditi nove ljubavi i produbiti njihov odnos na neku veću razinu. Ukoliko se partneri nalaze na različitim mjestima, mogu komunicirati putem platformi. Također, društvene mreže pomažu da se održi odnos ako se desi da osobe imaju vezu na daljinu iz osobnih razloga.

6. Društvene mreže tijekom pandemije COVID-19

COVID-19 je pandemija koja je obilježila 2020.godinu u cijelom svijetu. Tijekom pandemije postajala su ograničenja i izolacije, no putem interneta i društvenih mreža ljudi su uspjeli obavljati svoje poslovne zadatke i nastaviti svoje obrazovanje. Iako su društvene mreže drastično porasle tijekom COVID-19, problemi su nastali s osobama i njihovim mentalnim zdravljem i fizičkim zdravljem (Zhao i Zhou, 2020).

Društvene mreže igrale su veliku ulogu u informiranju korisnika o tadašnjoj situaciji. Naime, brzinom koje su se informacije, videozapisi i slike širili, doveli su korisnike do preispitivanja čemu se može vjerovati. Dakle, osim što su se širile informacije, dezinformacije su se pojavljivale skoro u jednakim mjerama (Kushner, 2022). Širenje dezinformacija i teorija koje su ljudi stvarali, dovelo je do negativnih psiholoških posljedica i izloženost katastrofi i otimeanju kontrole (Zhao i Zhou, 2020).

Ljudi su tijekom pandemije prisilno bili u izolaciji, zbog mogućeg smanjenja nove bolesti koja se širila u to vrijeme. Stoga, ljudi su izgubili na kratko vrijeme doticaj sa stvarnim druženjem i komunikacijom. Društvene mreže bili su jedini način povezivanja s prijateljima i ljubavnim partnerima. Nadalje, istraživanja provedena tijekom COVID-19 o utjecaju društvenih mreža na mentalno zdravlje potvrdila su dugogodišnje pitanje. Rezultati su pokazali da društvene mreže utječu negativno na mentalno zdravlje i stvaranje depresije, anksioznosti i stresa (Zhao i Zhou, 2020).

7. Savjeti za čuvanje mentalnog zdravlja i međuljudskih odnosa prilikom korištenja društvenih mreža

Društvene mreže, kao što je spomenuto u radu, mogu loše utjecati na naše mentalno zdravlje i međuljudske odnose. Naime, društvene mreže nisu nužno uvijek loše za ljudsko postojanje jer one nude mnogo prednosti. No, treba biti oprezan tijekom korištenja platformi i pripaziti na sadržaje koje se pojavljuju te koliko se vremena provodi na njima i u kakvim okolnostima. Nadalje, navedeni savjeta mogu pomoći u čuvanju mentalnog zdravlja i međuljudskih odnosa (UNICEF, 2022):

1. Potrebno je prepoznati razlog pristupa društvenim mrežama i postaviti granice tijekom korištenja.
2. Nije sve što se pojavljuje na društvenim mrežama stvarno.
3. Potrebno je pratiti na koji način objave utječu na vaše osjećaje.

4. Pronađite sadržaj koji će pozitivno utjecati na vaše raspoloženje i motivirati vas.
5. Potrebno je postaviti granice između virtualnog i stvarnog svijeta. Pokušajte biti prisutni tijekom druženja s obitelji, prijateljima i ljubavnim partnerima.

8. Zaključak

Zaključujemo da društvene mreže predstavljaju prijetnju i priliku za privatne i poslovne situacije. Društvene mreže omogućuju brzo povezivanje i širenje informacija, ali nose sa sobom i potencijalne rizike za mentalno zdravlje i međuljudske odnose. Njihova popularnost proizlazi iz ljudske prirode kao društvenih bića koja su sklona povezivanju s drugima. Stoga je cilj društvenih mreža omogućavanje korisnicima jednostavno dijeljenje informacija, ideja i datoteka te povezivanje široke zajednice korisnika jednakih zanimanja.

Nastankom interneta počele su se razvijati društvene mreže i velike platforme. Jedne od najvećih platformi su Facebook, Instagram, X i TikTok. Sve ove platforme funkcioniraju na sličan način i omogućavaju korisnicima dijeljenje vlastitog mišljenja i komunikacije s drugim korisnicima putem komentara te slanja poruka, sadržaja i videozapisa. No, potrebno je balansirati korištenje društvenih mreža uz kritičko razmišljanje i promišljanje da bi korisnicima ostavile dojam pozitivnog iskustva. U suprotnom, prekomjerno korištenje i pregledavanja sadržaja koje izazivaju u korisnicima neugodne osjećaje, može dovesti do mentalnih poteškoća.

S porastom broja korisnika i sve većom integracijom u svakodnevni život, provode se istraživanja kako društvene mreže utječu na korisnika. Rezultati su pokazali da društvene mreže mogu utjecati na psihičko zdravlje te su u korelaciji s nastankom depresije, anksioznosti, stresa i smanjenja samopoštovanja. Također, studije su pokazale da pasivni korisnici imaju veće predispozicije za nastanak mentalnih bolesti tijekom korištenja platformi i pregledavanja sadržaja koje negativno utječu na njih. S druge strane, aktivnim korisnicima društvene mreže povećavaju samopoštovanje i imaju veći broj prijatelja i pratitelja na platformama.

Iako društvene mreže pružaju mogućnost lakše komunikacije i povezivanja s drugima, važno je imati na umu da se virtualna interakcija razlikuje od socijalne interakcije. Nadalje, nekontrolirano korištenje društvenih mreža može dovesti do udaljavanja od članova obitelji. Također, djeci ovo može predstavljati mjesto za bijeg od okoline, no treba biti svjestan uporabe i njezinih posljedica. Nadalje, društvene mreže u prijateljskim i ljubavnim odnosima mogu probuditi osjećaj nesigurnosti i nepovjerenja. Studije su pokazale da korištenje društvenih mreža utječe na razvijanje straha u osobi te to dovodi do različitih sukoba i odvajanja. Stoga je važno imati otvorenu komunikaciju s prijateljima i ljubavnim partnerima te im izraziti povjerenje i poštovanje.

Utjecaj društvenih mreža može potaknuti stvaranje depresije, anksioznosti i straha, ako se upotrebljavaju na krivi način. Tijekom pandemije uviđamo da je porastom društvenih mreža,

poraslo i pogoršanje mentalnog zdravlja kod korisnika. Stoga je potrebno osvijestiti njihovo korištenje i pratiti svoje osjećaje tijekom. Kroz svjesnost o potencijalnim izazovima i prednostima društvenih mreža, možemo graditi zdrave i autentične odnose koji će pridonijeti pozitivnom psihičkom zdravlju i dobrobiti u obiteljskim, prijateljskim i ljubavnim odnosima.

Literatura:

1. Amati, V., Meggiolaro, S., Rivellini, G. i Zaccarin, S. (2018). Social relations and life satisfaction: the role of friends, *Genus*, 74 (1): 7. Preuzeto 5. svibnja 2024. s: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5937874/>
2. Arbona (2019). *Facebook vs. Instagramna početku 2019. godine: tko smo i što nas najviše interesira*. Preuzeto 28. travnja 2024. s: <https://www.arbona.hr/hr/infografika-facebook-vs-instagram-na-pocetku-2019-godine-tko-smo-i-sto-nas-najvise-interesira/891>
3. Basta Šokić, M. (2018). *Potpuno vodič kroz Instagram*. Učionica.net-Aplikacije. Preuzeto 28. travnja 2024. s: <https://www.ucionica.net/aplikacije/potpuni-vodic-kroz-instagram-3815/>
4. Bicaku, E. (2023). *The Evolution of The Instagram Logo: A Brief History*. Preuzeto 28. travnja 2024. s: <https://looka.com/blog/instagram-logo/>
5. Biglbauer, S. i Korajlija, A., L. (2020): *Društvene mreže, depresivnost i anksioznost*. *Soc. psihijat.* Vol. 48, Br. 4, str. 404-425. Preuzeto 3. svibnja 2024. s: <https://hrcak.srce.hr/file/371892>
6. Boyd, D. M. i Ellison, N. B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Preuzeto 22. travnja 2024. s: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
7. Car, S. (2010). *Online komunikacija i socijalni odnosi učenika*. *Pedagogijska istraživanja*, 7 (2), 281 – 290. Preuzeto 5. svibnja 2024. s: <https://hrcak.srce.hr/file/174484>
8. Christakis, N. A. i Fowler, J. H. (2010.) *Povezani – iznenađujuća moć društvenih mreža i kako one utječu na naše živote*, 1. izdanje, Zagreb: Algoritam. Preuzeto 23. Travnja 2024.
9. Degenhard, J. (2024). *Number od Twitter users worldwide from 2019 to 2028 (in millions)*. Statista. Preuzeto 2. svibnja 2024. s: <https://www.statista.com/forecasts/1146722/twitter-users-in-the-world>
10. Duffy, C. (2023). *What is Threads? Here's what you need to know about the potential 'Twitter Killer'*. *CNN Business*. Preuzeto 29. travnja 2024. s: <https://edition.cnn.com/2023/07/06/tech/instagram-threads-app-explained/index.html>
11. Eldridge, A. (2024). *Instagram*. *Encyclopedia Britannica*. Preuzeto 28. travnja 2024. s: <https://www.britannica.com/money/Instagram>

12. Encyclopedia Britannica (2024). *TikTok*. Preuzeto 2. svibnja 2024. s: <https://www.britannica.com/topic/TikTok>
13. Galant, M. (2020). *Utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje*. Filozofski fakultet sveučilišta u Zagrebu. Odsjek za psihologiju. Preuzeto 6. svibnja 2024. s: <https://hrcak.srce.hr/file/395949>
14. Google Play (2014-2024). *Messenger*. Preuzeto 28. travnja 2024. s: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.orca&hl=hr&gl=US>
15. Grbavac, J. i Grbavac, V. (2014). *Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena*. Media, culture and public relations. 5 (2). 206-219. Preuzeto 22. travnja 2024. s: <https://hrcak.srce.hr/file/188969>
16. Guo, J. (2021). *Research on the Influence of TikTok on Teenagers*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 631. Preuzeto 2. svibnja 2024. s: <file:///C:/Users/Dell/Downloads/125968665.pdf>
17. Hall, M. (2024). *Facebook*. Encyclopedia Britannica. Preuzeto 26. travnja 2024. s: <https://www.britannica.com/money/Facebook>
18. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje (2013.-2024.). *Internet*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Preuzeto 23. travnja 2024. s: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/internet>
19. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje (2013.-2024.). *WWW*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Preuzeto 23. travnja 2024. s: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/www>
20. Jaman, K. (2020). *Društvene mreže i međuljudski odnosi – od fikcije do stvarnosti*. Sveučilište u Zagrebu, fakultet Hrvatskih studija. Preuzeto 6. svibnja 2024. s: <https://repositorij.unizg.hr/islandora/object/hrstud%3A2342/datastream/PDF/view>
21. Joo, M. i Teng, C. E. (2017). *Impacts of Social Media (Facebook) on Human Communication and Relationships: A View on Behavioral Change and Social Unity*. International Journal of Knowledge Content Development & Technology. 7 (4), 27-50. Preuzeto 6. svibnja 2024. s: <https://journals.sfu.ca/ijkcdt/index.php/ijkcdt/article/view/125/221>
22. Kenton, W. (2023). *What is Social Networking*. Investopedia. Preuzeto 22. travnja 2024 s: <https://www.investopedia.com/terms/s/social-networking.asp>
23. Krotoski, A. (2013). *Untangling The Web*. UK: Guardian Books. Preuzeto 3. svibnja 2024. s: <https://www.theguardian.com/technology/series/untangling-the-web-with-aleks-krotoski>

24. Kushner, J. (2020). *The role of social media during a pandemic*. Khoros. Preuzeto 6. svibnja 2024. s: <https://khoros.com/blog/social-medias-role-during-covid-19>
25. McLuhan, M. (1964). *Understanding Media, The extensions of man*. London i New York. Preuzeto 3. svibnja 2024. s: <https://designopendata.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf>
26. Obar, J. A. i Wildman, S. (2015). *Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue*. Telecommunications Policy. 39 (9). 745–750. Preuzeto 22. travnja 2024. s: <file:///C:/Users/Dell/Downloads/ObarWildman-Introarticle-SSRN-id2647377.pdf>
27. Pantic, I. (2014). *Online Social Networking and Mental Health*. Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, 17(10), 652–657. Preuzeto 22. travnja 2024. s: <https://sci-hub.se/10.1089/cyber.2014.0070>
28. Probono Australia. (2012). *Social Media Use Impacts Families and Relationships*. Preuzeto 6. svibnja 2024. s: <http://probonoaustralia.com.au/news/2012/02/social-media-use-impacts-families-and-relationships/>
29. Schellewald, A. (2023). *Understanding the popularity and affordances of TikTok through user experiences*. Research article. Volume 45, Issue 8. Preuzeto 2. svibnja 2024. s: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/01634437221144562#bibr42-01634437221144562>
30. Sommer, F. (2015). *Twitter launches*. History. Preuzeto 2. svibnja 2024. s: <https://www.history.com/this-day-in-history/twitter-launches>
31. Škrkrgatić, M. i Šare, A. (2014). *Ovisnost o internetu*. Preuzeto 23. travnja 2024. s: <https://www.zjz-zadar.hr/hr/zdrav-zivot/mentalno-zdravlje-i-ovisnosti/402>
32. Tarver, E. (2022). *3 Social Media Networks Before Facebook*. Investopedia. Preuzeto 25. travnja 2024. s: <https://www.investopedia.com/articles/markets/081315/3-social-media-networks-facebook.asp>
33. Trifiro, B. (2018). *Instagram Use and It's Effect on WellBeing and Self-Esteem*. Master of Arts in Communication. Paper 4. Preuzeto 22. travnja 2024. s: <https://digitalcommons.bryant.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=macom>
[m](#)
34. Turkle, S. (2012). *Sami zajedno: Zašto očekujemo više od tehnologije a manje jedni od drugih*. Zagreb: Tim press. Preuzeto 6. svibnja 2024.

35. Udruga Institut Pula (2022). *Kako društvene mreže utječu na mentalno zdravlje?*. Preuzeto 23. travnja 2024. s: <https://www.udruga-institut.hr/kako-drustvene-mreze-utjecu-na-mentalno-zdravlje/>
36. Zhao, N. i Zhou, G. (2020). *Social Media Use and Mental Health during the COVID-19 Pandemic: Moderator Role of Disaster Stressor and Mediator Role of Negative Affect*. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, vol. 12(4): 1019-1038. Preuzeto 6. svibnja 2024. s: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7536964/pdf/APHW-9999-na.pdf>
37. Žganec, N. (1995). *Obitelj-socijalna mreža-socijalni rad*. Društveno istraživanje. Zagreb, 18-19/god.4(1995).br.4-5, str.503-515-515. Preuzeto 6. svibnja 2024. s: <https://hrcak.srce.hr/file/51468>

9. Popis slika

Slika 1. Društvena mreža SixDegrees.com. Preuzeto s: https://www.linkedin.com/pulse/evolution-social-media-from-six-degrees-facebook-beyond-iyer [26. travnja 2024.].....	6
Slika 2. Vremenska traka društvenih mreža. Preuzeto s: https://www.booksaresocial.com/social-media-timeline/ [27. travnja 2024.]	7
Slika 3. Facebook-početna stranica. Preuzeto s: https://apps.microsoft.com/detail/9wzdncrfj2wl?hl=hr-hr&gl=HR [27. travnja 2024.].....	8
Slika 4. Evolucija Instagram loga. Preuzeto s: https://1000logos.net/instagram-logo/ [28. travnja 2024.]	10
Slika 5. Logo aplikacije Threads. Preuzeto s: https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/threads-an-instagram-app-on-white-background-vector-48224230 [29. travnja 2024.]	11
Slika 6. Logo X-a (lijevo) i logo Twitter-a (desno). Preuzeto s: https://www.zilliondesigns.com/blog/twitter-rebrands-and-launched-new-logo-x/ [29. travnja 2024.]	12
Slika 7. Logo Musical.ly-a (lijevo) i logo Tiktoka-a (desno). Preuzeto s: https://lakesstudentmedia.com/11043/ae/games-technology/evolution-of-tik-tok/ [29. travnja 2024.]	13

Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje i međuljudske odnose

Sažetak

Društvene mreže postale su neizostavni dio ljudskog života i koristimo ih automatizirano, stoga malo tko razmišlja o prednostima i nedostacima, koje društvene mreže donose. U ovom završnom radu prvenstveno se istražuje na koje sve načine društvene mreže mogu utjecati na mentalno zdravlje osoba i njihove međuljudske odnose. Poznavanje društvenih mreža važno je za daljnje istraživanje, stoga će u prvom dijelu rada biti detaljno opisane društvene mreže, njihov način rada i cilj korištenja. Također, istražit će se početak njihovog nastanka te će slijediti opis većih platformi putem Facebooka, Instagrama, TikTok-a i X-a. U središnjem dijelu fokus rada bit će na mentalnim bolestima (depresija, anksioznost, samopoštovanje) i analizi potencijalnih veza s društvenim mrežama. Posebno će se istaknuti utjecaj korištenja platformi na djecu i adolescente. Nadalje, međuljudski odnosi razlučit će se na obiteljske odnose, prijateljske odnose i ljubavne odnose te će se pronaći na koji način utječu društvene mreže na same odnose. Također, razmotrit će se zamjena stvarne komunikacije s virtualnom komunikacijom i na koji način utječe na naše ponašanje i održavanje odnosa. U nastavku prikazat će se utjecaj pandemije na društvene mreže, mentalno zdravlje i međuljudske odnose. Za kraj izlučit će se nekoliko savjeta kako održavati pozitivno raspoloženje i međuljudskih odnosa tijekom korištenja društvenih mreža.

Ključne riječi: društvene mreže, mentalno zdravlje, međuljudski odnosi, Facebook, Instagram, depresija, samopoštovanje, komunikacija

The impact of social networks on mental health and interpersonal relationships

Summary

Social networks have become an indispensable part of human life, and we use them automatically, so few people think about the advantages and disadvantages that social networks bring. This final paper primarily investigates how social networks can affect people's mental health and their interpersonal relationships. Knowledge of social networks is important for further research; therefore, in the first part of the paper, social networks, their way of working, and the purpose of their use will be described in detail. Also, the beginning of their creation will be investigated, followed by a description of larger platforms through Facebook, Instagram, TikTok, and X. In the central part, the focus of the work will be on mental illnesses (depression, anxiety, and self-esteem) and the analysis of potential connections with social networks. The influence of the use of platforms on children and adolescents will be highlighted in particular. Furthermore, interpersonal relationships will be divided into family relationships, friendships, and love relationships, and it will be found how social networks affect the relationships themselves. Also, the replacement of real communication with virtual communication and how it affects our behavior and the maintenance of relationships will be considered. The sequel will show the impact of the pandemic on social networks, mental health, and interpersonal relationships. In the end, some tips will be given on how to maintain a positive mood and interpersonal relationships while using social networks.

Keywords: social networks, mental health, interpersonal relationships, Facebook, Instagram, depression, self-esteem, communication