
DOI: <https://doi.org/10.47960/2303-7431.27.2022.96>

UDK: 316.772.4-053.81:004

Pregledni članak

Primljeno: 1. V. 2022.

Prihvaćeno: 15.VI. 2022.

MARIJAN PRIMORAC – IVANA PRIMORAC BILAVER

Sveučilište u Mostaru, Filozofski fakultet

marijan.primorac@ff.sum.ba – ivana.primoracbilaver@ff.sum.ba

DRUŠTVENE MREŽE I INTERPERSONALNA KOMUNIKACIJA – STAVOVI STUDENATA O INTERPERSONALNOJ KOMUNIKACIJI U DIGITALNOME OKRUŽJU

Sažetak

Razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologija, posebice interneta, omogućio je dodatne platforme za ljudsku komunikaciju stvarajući pritom jednu novu komunikacijsku paradigmu. Povećana uporaba modernih tehnologija kod mladih utječe na dinamiku, pravila, konverzacijsku interakciju i situacijski kontekst interpersonalne komunikacije u digitalnome okružju. Osnovni cilj istraživanja bio je ispitati stavove studenata Sveučilišta u Mostaru o specifičnostima interpersonalne komunikacije na društvenim mrežama. Podatci su prikupljeni putem anketnoga upitnika, kreirana za potrebe ovoga rada, na prigodnome uzorku od 96 (N = 96) studenata. Rezultati ukazuju na trend povećanja zastupljenosti *online* interpersonalne komunikacije u ovoj populaciji u odnosu na komunikaciju licem u lice. Glavni je razlog korištenja društvenih mreža kontakt s prijateljima, a najviše studenata koristi se aplikacijom *WhatsApp* (47 %). Pri kodiranju poruka u *online* okružju studenti najčešće koriste tekstualne (68 %) i govorne poruke (24 %). Kao glavne zapreke za učinkovitu interpersonalnu komunikaciju na društvenim mrežama ispitani-

ci navode nedostatak neverbalne komunikacije, nemogućnost pravilna iskazivanja misli i osjećaja i nemogućnost aktivna slušanja. Na osnovi analize prikupljenih podataka autori navode da su suvremeni komunikacijski obrasci mladih osoba pod sve većim utjecajem novih tehnologija i naglašavaju važnost znanstvenoga pristupa u proučavanju interpersonalne komunikacije u digitalnome okružju.

Ključne riječi: interpersonalna komunikacija; internet; društvene mreže; komunikacijska kompetencija

Uvod

„Ne možemo da ne komuniciramo”, ovu rečenicu skovao je stručnjak za komuniciranje Paul Watzlawick, kojom kao da je anticipirao čovjekovu glad za komunikacijom i traženje alternativnih načina komunikacije u globalnoj pandemiji. Eduard Osredečki mišljenja je da je čovjek određen stupnjevima evolucije u procesu komuniciranja, odnosno: priekom potrebom za komuniciranjem, opstankom kroz komuniciranje, nužnošću komuniciranja i zadovoljstvom komuniciranja.¹

Potreba za komunikacijom nije nikakav *novum* jer je čovjek biće komunikacije i dijaloga. Osredečki iznio je zanimljivu parafrazu Descartesove misli: “Komuniciram – dakle, postojim.”² Pri tome valja imati na umu da je istinski dijalog poštovanje sugovornika u njegovu ljudskom dostojanstvu.

Globalna pandemija COVID-19 pokazala je da u otežanim uvjetima komunikacije i pomanjkanju društvene interakcije razina kvalitete čovjekova života opada. Kada se uobičajena komunikacija licem u lice reducirala, ljudi su iznalazili alternativne komunikacijske obrasce. Upravo su alternativni načini komunikacije doveli u pitanje uobičajene komunikacijske standarde. Iako se radilo o dva posve različita načina komuniciranja, ne možemo imati dva oprečna oblika ponašanja i dva različita profesionalna načina interpersonalna komuniciranja. Ovakvo iskušavanje ljudskih potencijala pokazalo je nove i rehabilitiralo stare

¹ Usp. OSREDEČKI, E., *Poslovno komuniciranje & poslovni bonton: Uvod u korporativni protokol*, Naklada Edo, Zagreb, 2000, str. 15.

² Isto.

vrijednosti. U ovoj novoj vrsti komunikacije iščezli su neki komunikacijski uzusi, drugi su se pojavili u novoj inačici, a neki su pronašli svoju novu dimenziju. No neka su pravila ponašanja vrlo stara i, unatoč tomu, nisu proglašena arhaičnima i neupotrebljivima, nego opstaju. U kontekstu interpersonalne kompetencije u digitalnome okružju zahtjevi za komunikatore ostaju isti, primjenom specifičnih vještina iznaći načine primjerena i uspješna ponašanja u skladu sa situacijskom perspektivom komunikacije radi ostvarivanja individualnih i relacijskih ciljeva.

Iako ljudska nevolja nije jedini povod iz kojega jačaju čovjekovi potencijali, ipak svaka kriza predstavlja i potvrdu i izazov, pa je, u skladu s tim, i ova nova, i po mnogočemu drugačija od ostalih, učinila isto. Postavila je pred čovječanstvo višestruke izazove, pa i one kako se susresti u nemogućnosti fizičkoga susreta, a da učinak planiranoga ne izgubi na značenju. Bio je to izazov koji je iskušavao čovjekove umne snage i moć.

Svaka izgovorena ili napisana riječ, svaki simbol, kôd, svaka boja, gesta i pogled mogu emitirati u raznim situacijama, profesijama, poslovnim kulturama, etničkim zajednicama jedno ili više različitih, pa i oprečnih, poruka ili značenja. No, usprkos tome, čaroliju komuniciranja ne treba mistificirati. Upravo suprotno – neophodno je širom otvoriti vrata u svijet djelotvornih i svima pristupačnih oblika komuniciranja i njihovih učinaka.³

Nova je kriza onemogućila normalno funkcioniranje ljudi i reducirala građenje klasičnih odnosa. Nejasnoće, nesigurnosti, strah, pa i mističnost ove krize moraju biti istraženi na način koji joj oduzima moć, odnosno na način koji ju može demistificirati. Dobar je početak krenuti od komunikacije koju je kriza pokušala reducirati.

Paul Watzlawick dokazivao je da je komunikacija neizostavna za uspostavu odnosa s drugima. Budući da je vlastita samopercepcija neminovno određena odnosom s drugim ljudima, on upravo odnose smješta na samo polazište svoje teorije komunikacije. Naveo je pet aksioma komunikacije čije uvažavanje osigurava djelotvoran komunikacijski proces.

³ Isto, str. 16-17.

1. *Nemoguće je ne komunicirati.* Svako je ponašanje komunikacijski čin, pa tako i odbijanje stupanja u komunikaciju ili šutnja.
2. *Svaka komunikacija posjeduje sadržajnu i odnosnu dimenziju pri čemu potonja određuje onu prethodnu.* Da bi primatelj do kraja razumio poruku, on/ona treba moći protumačiti ne samo informacije koje je priopćavatelj prenio nego i informacije o tome kako osoba koja šalje informacije želi biti shvaćena i u kakvu se odnosu nalazi prema primatelju. Odnosni dio komunikacije otkriva i da *feedback* primatelja uvjetuje ponašanje priopćavatelja.
3. *Priroda odnosa ovisi o interpretaciji tijeka komunikacije.* I pošiljatelj i primatelj doživljavaju svoje ponašanje kao reakciju na ponašanje one druge strane, ali se ne moraju slagati u tumačenju što je uzrok, a što posljedica u nizu postupaka.
4. *Komunikacija se uvijek odvija na dvjema razinama – verbalnoj i neverbalnoj.* Verbalna razina služi za prijenos sadržajne dimenzije poruke, dok neverbalna djeluje tako da priopćava važne informacije o odnosnoj dimenziji.
5. *Komunikacijski procesi mogu biti simetrični ili komplementarni.* U simetričnim razmjenama interakcija je zasnovana na ravnopravnim odnosima moći. U komplementarnim razmjenama interakciju definiraju nerazmjeri moći među sudionicima. Zdrava komunikacija uključuje, ovisno o situaciji i naravi sudionika, kombinaciju obiju vrsta procesa.⁴

Interpersonalna komunikacija fenomen je star vjerojatno koliko i čovjek. Nalazimo je još pod nazivom komunikacija “licem u lice”. Ponekad se kao sinonim pojavljuje i neposredna komunikacija. Kao sastavnica ovoga vida komunikacije pojavljuje se neverbalna komunikacija. Kao pandan ovoj komunikaciji stoji *online* komunikacija koja se odvija uz pomoć digitalne tehnologije kao medija za komuniciranje. Ova oba vida komunikacije nisu međusobno zamjenjiva, ali ni isključiva. Prepoznati

⁴ Usp. WATZLAWICK, P., BEAVIN, H. J., JACKSON, D. D., *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*, W. W. Norton & Company, New York – London, 2011. str. 48-53.

ključne atribute u oba vida komunikacije i inkorporirati u nove komunikacijske obrasce velika je i važna zadaća kojom anticipiramo komunikacijske modele u budućnosti.

Prednosti i nedostaci obiju vrsta komunikacije do punoga su izražaja došli u jeku pandemije koja je zahvatila svijet. Za vrijeme pandemijske distance interpersonalna komunikacija licem u lice onemogućena je, ali je medijalizirana interpersonalna komunikacija putem društvenih mreža tada dobila priliku pokazati svoje prednosti u vidu marginaliziranja udaljenosti. Nema sumnje da su virtualni susreti za vrijeme pandemije postavili izazove pred komunikatore. Pozitivni rezultati toga novog virtualnog izazova pokreću i promjenu paradigme o tome kako bi komunikacija u budućnosti mogla izgledati.

U pandemiji je komunikacija primarni interes, dakle i prije zaštite ili kao dio zaštite. Zbog toga se već govori da u eri pandemije COVID-19 postoji preobilje informacija koje vode do "infodemije".⁵ Važno je da u pandemiji informacije moraju biti istinite, formativne, ali moraju imati i učinak osnaživanja. Nedobrovoljna osamljenost koja je nastala zbog pandemijskih mjera bila je poražena zahvaljujući komunikacijskim sredstvima preko kojih je posredovana poruka da nitko nije sam. Pandemija je iznjedrila još jedan imperativ koji je utjecao i na zdravlje ljudi, a za čije su ostvarivanje bile nužne komunikacijske tehnologije: "Moraš biti u kontaktu."

Učinkovit komunikacijski sustav tijekom pandemije uključuje sadržaj, metodu, medij, ljude i partnere. Sadržaj je fazan, a specifična situacija osigurava da komunikacija prethodi i nadzire operativni odgovor i reakciju zajednice tijekom različitih faza pandemije. Učinkovita komunikacija proaktivna je, pristojna, maštovita, inovativna, kreativna, konstruktivna, profesionalna, progresivna, energična, omogućavajuća, transparentna i tehnološki prihvatljiva. Međutim, postoji više čimbenika koji igraju ključnu ulogu u prihvaćanju informacija, poput socijalnih i kulturnih karakteristika. Spol, generacijske razlike, jezične sklonosti,

⁵ Usp. REDDY, B. V., A. GUPTA, A., "Importance of effective communication during COVID-19 infodemic", *Journal of Family Medicine and Primary Care*, god. 9 (2020.), br. 8., str. 3793-3796., <https://www.jfmprc.com/article.asp>, (2. 4. 2022.)

stroga uvjerenja, vjerska uvjerenja i različita pismenost utječu na djelovanje ljudi.⁶

Iako društvene mreže uvijek imaju specifične uloge u komunikaciji, svakako u kriznim uvjetima poprimaju nova značenja i propitivanja o njihovoj ulozi. U vrijeme pandemije do punoga izražaja došla je važnost društvenih mreža. Brzina, neposrednost i lakoća komuniciranja učinila ih je najjednostavnijim, ali i najučinkovitijim načinom za komunikaciju. Pod utjecajem epidemioloških mjera pristup klasičnomu obrazovanju promijenio se, kao što su se promijenili i načini socijalizacije i druženja. „Neposrednost i ‘više-kodnost’, tj. istodobna uporaba mnogih načina, ne samo za ‘kodiranje’ poruka nego i da bi se oblikovalo i zadovoljilo potrebe i izrazilo želje i institucije, zahvaljujući analognim i digitalnim informatičkim tehnikama, postale su gotovo dio DNA najmlađih naraštaja.“⁷

1. Pregled istraživanja trendova u korištenju društvenih mreža

Razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologija, posebice interneta, suvremeno društvo uporabom društvenih mreža stvara jednu novu komunikološku paradigmu. Prije svega, navedeni procesi utječu na dinamiku, pravila i sam kontekst interpersonalne komunikacije u digitalnome dobu. Posredovana (medijalizirana) komunikacija ostvaruje se putem interneta uporabom digitalnih alata i nameće se kao svakodnevni oblik interakcije među mladim osobama. Trendove i implikacije interpersonalne komunikacije u digitalnome okružju, kao dominantan oblik interakcijsko transakcijske komunikacije kod mladih, možemo promatrati kroz njezine tehnološke, sociološke i kontekstualne specifičnosti.

U tome kontekstu Turow posredovanu (medijaliziranu) interpersonalnu komunikaciju opisuje kao oblik komunikacije koji se odvija putem medija – dijela tehničkoga sustava koji pomaže u prijenosu, distribuciji

⁶ Usp. isto.

⁷ PASQUALETTI, F., NANNI, C., “Novi mediji i digitalna kultura. Izazov odgoju”, *Kateheza*, god. 27 (2005.), br. 3, str. 244.

ili primanju poruka.⁸ Društvene mreže kao najšire zastupljen alat medijalizirane komunikacije omogućavaju ljudima povezivanje i razmjenu informacija putem platformi koje podržavaju tekstualne poruke, videoformate, audioformate i slikovne formate. Trendovi ukazuju na to da fenomen društvenih mreža kao internetske usluge danas predstavlja ekstenziju ili gotovo potpunu zamjenu za komunikaciju licem u lice. Na globalnoj razini primjetan je porast uporabe društvenih mreža.

Prema rezultatima istraživanja o uporabi informacijsko komunikacijskih tehnologija u bosanskohercegovačkim domaćinstvima, koje je 2020. godine provela Agencija za statistiku BiH, čak 72,8 % domaćinstava ima pristup internetu, što predstavlja povećanje od 0,8 % u odnosu na 2019. godinu. Treba istaknuti da čak 98,8 % ispitanika od 16 do 24 godine koristi internet svaki dan ili gotovo svaki dan, dok 94,4 % ispitanika od 25 do 54 godine čini isto. Kada je riječ o motivima korištenja, internetska populacija od 16 do 24 godine najčešće je koristila internet za sudjelovanje na društvenim mrežama (87,0 %).⁹

Da Bosna i Hercegovina prati globalne trendove kada je *online* komunikacija u pitanju, pokazuju rezultati istraživanja korištenja društvenih mreža kod odraslih osoba u SAD-u za 2021. godinu, koje je proveo *Pew Research Center*.

Naime, na pitanje o učestalosti čak 72 % Amerikanaca odgovorilo je da koristi društvene mreže svakodnevno. Segmentiramo li rezultate prema dobi, postotak svakodnevnoga korištenja društvenih mreža najviši je u uzorku ispitanika od 18 do 29 godina, točnije 84 % pripadnika ove skupine na dnevnoj bazi koristi se navedenim internetskim platformama. Dobne razlike značajna su varijabla i kada se radi o uporabi aplikacija društvenih mreža. Kada je u pitanju specifikacija platformi koje koriste većina ispitanika od 18 do 29 godina navodi *Instagram*, *Snapchat* i *TikTok* kao platforme koje najviše koriste. Nastavno, većina ispitanika u dobi ispod 65 godina naznačila je da koriste *YouTube*, dok

⁸ Usp. TUROW, J., *Media Today: Mass Communication in Converging World*, Routledge, New York – London, 2020., str. 7.

⁹ Usp. AGENCIJA ZA STATISTIKU BOSNE I HERCEGOVINE, *upotreba informaciono komunikacionih tehnologija u Bosni i Hercegovini*, Tematski bilten, Sarajevo, 2021. str. 16-29.

kod populacije starije od 65 godina udio ispitanika koji koriste ovu platformu iznosi 49 %. Najveću zastupljenost korištenja kod svih skupina ima *Facebook*, ukupno 70 % ispitanika od 18 do 19 godina izjavilo je da koristi ovu društvenu mrežu, dok je statistički udio u populaciji od 30 do 49 godina 77 %, a 50 % ispitanika starijih od 65 godina aktivno je na navedenoj platformi.¹⁰

Uporaba interneta i korištenje društvenih mreža postaju svakodnevnica kod mladih osoba, što neminovno utječe na njihove komunikacijske obrasce, samopercepciju, razvijanje odnosa, samoprezentaciju i socijalizaciju.

U Hrvatskoj su 2019. godine autori Buljan Flander, Selak Bagarić, Prijatelj i Čagalj Farkas na uzorku od 1 794 učenika prvih i trećih razreda srednjih škola ispitali trendove u korištenju društvenim mrežama. Rezultati raširenosti uporabe pokazuju da je *YouTube* najšire korištena društvena mreža, slijede *Instagram*, *WhatsApp* i *Snapchat*. Istraživanje je pokazalo da adolescenti najviše vremena na internetu provode gledajući videouratke, slušajući glazbu, pretražujući informacije, razgovaraju s prijateljima i članovima obitelji, a u interakciji s drugima najčešće se dopisuju putem aplikacija. Kada je u pitanju razlog korištenja, čak 90 % sudionika navodi komunikaciju s prijateljima koje poznaju uživo, slijede zabava i opuštanje (81 %), informiranje o temama koje ih zanimaju (68 %) i održavanje kontakata s prijateljima i članovima obitelji koji žive daleko (63 %). Najveći broj ispitanika otvorio je svoj prvi profil s 12 godina, a njih 68 % navelo je *Facebook* kao prvu društvenu mrežu na kojoj su otvorili profil. Zanimljiv je podatak da polovica ispitanika provodi više od tri sata dnevno na društvenim mrežama.¹¹

Recentna istraživanjima o interakcijskim obrascima kada je uporaba društvenih mreža u pitanju većinom su usredotočena na determiniranje utjecaja digitalnih alata na društvene i komunikacijske vještine

¹⁰ AUXIER, B., ANDERSON, M., *Social media use in 2021*, Pew Research Center <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>, (12. 1. 2022.)

¹¹ Usp. BULJAN, F. GORDANA, SELAK, B. ELLA, PRIJATELJ, KREŠIMIR, ČAGALJ, F. MIRNA, "Ispitivanje aktualnih trendova u korištenju društvenim mrežama kod učenika prvog i trećeg razreda srednjih škola u Hrvatskoj", *Kriminologija i socijalna integracija*, god. 28 (2020.), br. 2., str. 277.-294.

pojedinaца. Kao osnovne prednosti često se izdvajaju olakšana dostupnost i socijalizacija između pojedinaca, dok se nedostatak komunikacije licem u lice često navodi kao osnovni nedostatak, što može rezultirati umanjenom sposobnosti tumačenja povratnih signala, posebice neverbalnih. Pretpostavke da tehnološki medijalizirana komunikacija može poboljšati komunikacijske vještine temeljene su na činjenici da internet pruža mogućnost osobama koje zbog udaljenosti, stidljivosti ili anksioznosti izazvane komunikacijom licem u lice teže stupaju u komunikaciju da premoste navedene prepreke i stupe u interakciju s drugim pojedincima, te tako razviju stupanj komunikacijske kompetencije. S druge strane, komunikacija putem društvenih mreža umanjuje broj interpersonalnih kontakata licem u lice i može imati negativan utjecaj na kognitivne i bihevioralne komunikacijske vještine.

Rezultati preliminarnoga istraživanja iz 2021. o povezanosti između uporabe digitalne tehnologije i stupnja vještine dekodiranja neverbalne komunikacije (N = 410), koje su proveli Ruben, Stosic, Correalo i Blanch-Hartigan, pokazuju da utjecaj tehnologije na komunikacijske vještine uvelike ovisi ne samo o provedenome vremenu nego i o načinu njihove uporabe (aktivni/pasivni pristup). Rezultati studije ukazuju na to da postoji korelacija između aktivne i pasivne uporabe tehnologije kod ispitanika i njihova stupnja vještine dekodiranja neverbalnih znakova. Autori navode da su osobe koje koriste tehnologiju na pasivan način, čitanje i gledanje tuđih objava, pokazale veći stupanj točnosti u objektivnim mjerama dekodiranja neverbalnih signala. Nasuprot tomu, ispitanici koji su definirani kao aktivni korisnici (stvaranje i objavljivanje vlastitoga sadržaja), unatoč vlastitoj percepciji o zadovoljavajućoj razini komunikacijskih vještina, postigli su niže rezultate u objektivnim mjerama neverbalna dekodiranja. Rezultati naglašavaju nužnost prakse, iskustva, vježbe i povratne veze za učinkovito razvijanje vještine tumačenja neverbalnih znakova. Dakle, pasivni korisnici koji su više usredotočeni na druge vjerojatno će steći neophodnu praksu jer im digitalna tehnologija pruža mogućnost pristupa sadržaju drugih korisnika, a time i veću učestalost recepcije neverbalnih znakova (prosječno vrijeme pred ekranom iznosilo je pet sati za obje grupe). Za razliku od pasivnih korisnika,

aktivni korisnici više su usredotočeni na kodiranje vlastitih misli nego na tumačenje misli, osjećaja i stavova drugih. Tako vrsta komunikacijskih vještina koje se uče i prakticiraju tehnološki medijatiziranom komunikacijom nisu ekvivalent interakciji licem u lice i mogu smanjiti stupanj komunikacijske kompetencije. Stoga autori podupiru hipotezu da uporaba digitalne tehnologije može imati pozitivne ili negativne učinke na komunikacijske vještine, ovisno o tome na koji način pojedinci koriste navedene alate.¹²

Jedan je od osnovnih uzroka rapidna rasta društvenih mreža ljudska potreba za povezanošću, a komunikacija kao glavna usluga navedenih primarno zadovoljava potrebu pojedinca za ispunjavanje osjećaja povezanosti i pripadnosti. Zbog ubrzana razvoja i raširenosti društvenih mreža posljednjih godina, a posebice u pandemijskome razdoblju, sve više znanstvenih radova iz područja psihologije tematizira problematiku utjecaja društvenih mreža na psihičko zdravlje pojedinca. Za razliku od prethodnoga istraživanja o utjecaju tehnologije na sposobnost dekodiranja neverbalnih signala, aktivno i pasivno korištenje društvenih mreža može imati različite utjecaje u kontekstu psihičkoga zdravlja.

Galant na osnovi analize relevantne literature i recentnih istraživanja ističe nekoliko osnovnih prednosti i nedostataka povezanih s korištenjem društvenih mreža i psihičkim zdravljem pojedinca. Autorica utvrđuje da aktivno korištenje koje ima izravan utjecaj na sadržaj drugih korisnika, primjerice dopisivanje, komentiranje, *lajkanje* i objavljivanje vlastitoga sadržaja, pomaže pojedincima održavati socijalne odnose što rezultira emocionalnom podrškom i većim osjećajem povezanosti i pripadnosti. S druge strane, kod osoba koje pasivno koriste društvene mreže, uslijed procesa socijalne usporedbe, postoji veća vjerojatnost negativna utjecaja, primjerice, razvoja zavisti i nezadovoljstva. Također fenomen poznat kao strah od propuštanja, koji uzrokuje veliku bojazan od propuštanja relevantnih događaja, može biti povezan s pasivnim

¹² Usp. RUBEN, A. MOLLIE, STOSIC D. MORGAN, CORREALE, JESSICA, BLANCH-HARTIGAN, DANIELLE, "Is Technology Enchancing or Hindering Interpersonal Communication? A Framework and Preliminary Results to Examine the Relationship Between Technology Use and Nonverbal Decoding Skill", *Frontiers in Psychology*, god. 11 (2021.), str. 1.-11.

korištenjem (nadgledanjem tuđih aktivnosti) i prekomjernom količinom vremena provedenim na društvenim mrežama. Autorica ističe da društvene mreže mogu utjecati na destigmatizaciju psihičkih poremećaja, prvenstveno putem psihoedukacije i pružanja kvalitetne podrške.¹³

2. Metodologija istraživanja

2.1. Ciljevi

Cilj provedenoga istraživanja bio je ispitati stavove studenata Sveučilišta u Mostaru o specifičnostima interpersonalne komunikacije na društvenim mrežama.

U skladu s općim ciljem definirani su specifični ciljevi istraživanja:

- Detektirati najzastupljenije društvene mreže i platforme koje studenti rabe za komunikaciju.
- Utvrditi vrstu motivacije za uporabu društvenih mreža.
- Utvrditi stavove studenata o stupnju vlastitih komunikacijskih vještina potrebnih za interpersonalnu komunikaciju na društvenim mrežama.
- Utvrditi stavove studenata o glavnim zaprekama za interpersonalnu komunikaciju u *online* okružju.

2.2. Sudionici, metode prikupljanja podataka i istraživački instrumentarij

Istraživanje je provedeno na Sveučilištu u Mostaru od listopada do prosinca 2021. godine. Korišten je prigodni uzorak koji se sastojao od 96 ispitanika, studenata prvoga i drugoga ciklusa različitih studija Sveučilišta u Mostaru. Dobni raspon ispitanika u najvećemu broju (93 %) kreće se od 18 do 25 godina, dok je 7 sudionika između 26 do 45 godina. U uzorku se nalazi 72 % osoba ženskoga spola i 28 % osoba muškoga spola. Anketni upitnik papir-olovka metodom popunilo je 100 studenata, od

¹³ Usp. GALANT, M. "Utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje", *Psyche*, god. 3 (2020.), br. 1, str. 132-133.

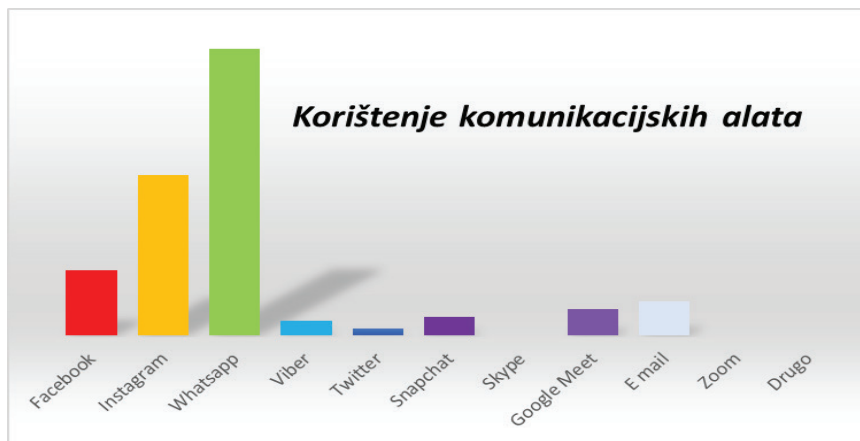
čega su četiri upitnika isključena iz statističke obrade zbog nepotpunih odgovora. Upitnik je distribuiran unutar dijela predavanja uz pomoć profesora, a sudjelovanje je bilo dobrovoljno i anonimno. Primjenom programa *MS Excel* napravljena je statistička obrada prikupljenih podataka.

Na temelju prethodnih istraživanja problematike i pregledane literature konstruiran je anketni upitnik u svrhu ovoga istraživanja. Upitnik je strukturiran od 14 pojedinačno grupiranih pitanja otvorenoga i zatvorenoga tipa, koja su pokrivala specifična sadržajna područja istraživanja. U prvome setu pitanja prikupljeni su osobni podatci ispitanika, varijable dobi i spola, nakon čega su uslijedila pitanja o motivaciji za korištenje interneta, o alatima i navikama korištenja društvenih mreža/platformi. Nadalje, sudionici su u sljedećemu setu pitanja trebali označiti preferiranu komunikacijsku aktivnost na društvenim mrežama ili dopisati neku drugu, nakon čega su studenti imali zadatak procijeniti vlastite komunikacijske vještine (fleksibilnost ponašanja, poznavanje situacije, društveni stil, dekodiranje povratnih informacija) u *online* okružju na ljestvici od 1 do 5. U trećemu dijelu anketnoga upitnika ispitanici su izražavali svoj stav o glavnim zaprekama za interpersonalnu komunikaciju u *online* okružju kao i generalnu procjenu vlastitih komunikacijskih vještina u kontekstu iste.

3. Prikaz rezultata i rasprava

Rezultati o uređajima koje studenti koriste za komunikaciju putem interneta potvrđuju globalne trendove porasta uporabe mobitela (*smartphonea*) u tu svrhu. Od ukupna broja ispitanika najveći broj koristi mobitel (85 %), zatim slijedi uporaba prijenosnoga računala/laptopa (14 %), a kućno računalo kao odgovor naveo je samo jedan sudionik.

Grafikon. 1. Najzastupljeniji komunikacijski alati na internetu

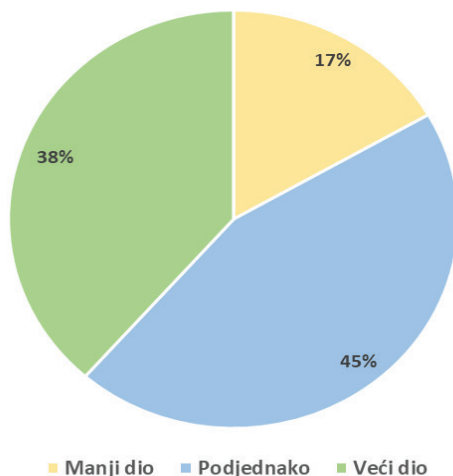


Kako bismo utvrdili raširenost uporabe društvenih mreža, pitali smo sudionike da zaokruže ili dopišu komunikacijske alate kojim se u prosjeku najviše koriste (opcija do dva odgovora). Rezultati pokazuju da se najviše studenata koristi aplikacijom *WhatsApp* (47 %), zatim *Instagramom* (26 %) i *Facebookom* (11 %). Od ostalih platformi koji su sudionici naveli ističu se *e-mail* (6 %), *Google Meet* (4 %) te *Snapchat* s 3 % korisnika. Pored *WhatsApp*, koji je dominantno najzastupljenija platforma za komunikaciju, odnosno koristi je gotovo svaki drugi ispitanik, zanimljivo je istaknuti raširenost uporabe *Facebooka* koji zazuzima treće mjesto. Naime, globalni trendovi govore o padu popularnosti ove društvene mreže u demografskoj skupini od 18 do 29 godina, dok u ispitivanome uzorku studenata i dalje predstavlja jedan od najkorištenijih digitalnih alata za komunikaciju.

Kao osnovnu motivaciju (razlog) za korištenje društvenih mreža više od polovice ispitanika (54 %) navodi kontakte s prijateljima. Slijede zabava s 20 sudionika (21 %), informiranje sa 16 sudionika (17 %) te obavljanje zadataka vezanih za fakultet (3 %) i onih vezanih za posao (3 %). Navedeni rezultati potvrđuju stajalište da društvene mreže mladima danas primarno služe za stvaranje i održavanje društvenih odnosa te sve više postaju ekvivalent svakodnevnoj interpersonalnoj komunikaciji licem u lice.

Grafikon 2. Komunikacija putem interneta u odnosu na sve druge oblike komunikacije.

Mjera komunikacije putem interneta



Kako bismo usporedili odnos između komunikacije na internetu sa svim drugim oblicima komunikacije, umjesto provedena vremena ispitanike smo tražili da usporede svakodnevne aktivnosti koje uključuju komunikaciju putem interneta u odnosu na sve druge oblike komunikacije. Rezultati ukazuju na visok udio *online* komunikacije u njihovim svakodnevnim aktivnostima. Točnije, gotovo polovica ispitanika (45 %) izjavila je da podjednako upražnjava *online* komunikaciju u usporedbi sa svim ostalim oblicima, dok 37 studenata (38 %) veći dio svoga dana provede u *online* komunikaciji. Rezultati upućuju na to da *online* komunikacija u ovoj populaciji zauzima jednak udio u interakciji s okolinom kao i komunikacija licem u lice, a ako usporedimo udio ispitanika koji su za odgovor odabrali veći dio (38 %) s ispitanicima koji manji dio (17 %) svakodnevnih aktivnosti provode komunicirajući putem posrednih internet tehnologija, možemo uočiti trend porasta tehnološki posredovane komunikacije u odnosu na tzv. izravnu interpersonalnu komunikaciju.

Kada su u pitanju specifičnosti kodiranja poruka i aktivnosti u interpersonalnoj komunikaciji u *online* okružju, vidljivo je da studenti za

komunikaciju najčešće koriste tekstualne poruke (68 %), slijede govorne poruke (24 %), emotikoni (5 %) i slike (3 %). Ovi podatci u skladu su sa širokom rasprostranjenosti uporabe aplikacije *WhatsApp*, koju korisnici zbog sigurnosti (enkriptirane komunikacije) i brzine najčešće rabe za slanje tekstualnih i govornih poruka. Pozitivan aspekt korištenja aplikacija za tekstualno dopisivanje jest olakšana komunikacija s drugima, kao i njezin sinkroni oblik ako se interakcija odvija u stvarnome vremenu i zadovoljava načelo dvosmjernosti kroz trenutačnu povratnu vezu. Međutim, ako je tekstualni oblik kodiranja reducirana na same znakove bez neverbalnih signala (videozapis, audiozapis), to može dovesti do grešaka pri interpretaciji predmetnoga sadržaja. Riječi se u pisanome obliku bez neverbalna i situacijskoga aspekta mogu interpretirati na različite načine, dosta drugačije negoli je pošiljatelj poruke zamislio.

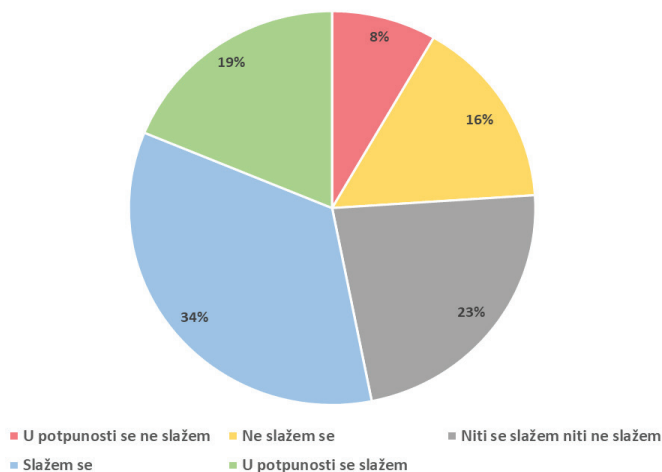
Empatija predstavlja jednu od ključnih kognitivnih komunikacijskih vještina, stoga smo studente tražili da na ljestvici od 1 do 5 ocjene svoju sposobnost tumačenja povratne informacije u *online* okružju radi procjene emotivnoga stanja sugovornika. Gotovo polovica ispitanika ponudila je odgovore koji ukazuju na zadovoljavajući stupanj emocionalne inteligencije u navedenome kontekstu, čak 40 % njih slaže se, a 9 % u potpunosti se slaže s tvrdnjom da na osnovi analize povratnih informacija u *online* okružju mogu procijeniti trenutačno emocionalno stanje sugovornika. S druge strane manji se broj studenata ne slaže (13 %) ili se u potpunosti ne slaže (7 %) s navedenom tvrdnjom, dok trećina ispitanika (31 %) nema definiran stav o ovome pitanju.

Izražavanje osjećaja jedna je od glavnih funkcija interpersonalne komunikacije koja utječe na kvalitetu mentalnoga zdravlja. U skladu s očekivanjima i rezultatima iz prethodnih pitanja studenti najčešće koriste tekstualne poruke za komuniciranje na društvenim mrežama, a u tome kontekstu simboli poput emotikona predstavljaju funkcionalan nadomjestak neverbalnim aspektima koji su često glavni signali za očitovanje i interpretaciju emocija. Kongruentnost navedenih sadržaja determinira uspješnost komuniciranja na društvenim mrežama. Stoga smo od sudionika tražili da ocjene svoju uspješnost korištenja tekstualnih poruka i simbola radi iskazivanja vlastitih emocija. Pokazalo se da

je više od dvije trećine ispitanih iskazalo pozitivan stav kada je u pitanju njihova sposobnost samoočitovanja emocija putem uporabe tekstualnih znakova i simbola. Naime, 62 % slaže se, a 17 % studenata u potpunosti se slaže da uspješno komuniciraju vlastite osjećaje koristeći tekstualni sadržaj i simbole na društvenim mrežama.

Grafikon 3. *Fleksibilnost ponašanja i društveni stil*

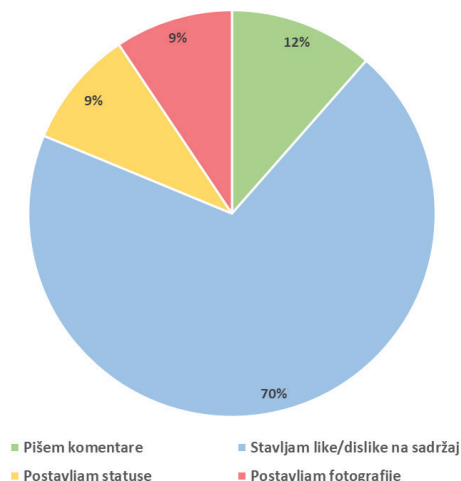
Mijenjam sadržaj i stil komunikacije sukladno sugovorniku na internetu (fleksibilnost)



Kako bismo utvrdili stupanj u kojemu studenti primjenjuju alternativna ponašanja (sadržaj) i stil (način komuniciranja) kako bi ostvarili svoje komunikacijske ciljeve, pitali smo ih da vrjednuju sljedeću tvrdnju: *Mijenjam sadržaj i stil komunikacije sukladno sugovorniku na internetu*. Više od trećine ispitanika (34 %) slaže se s navedenom tvrdnjom, dok se 19 % njih u potpunosti slaže s istom. Predstavljeni rezultati ukazuju na to da više od polovice studenata smatra da posjeduje zadovoljavajući stupanj fleksibilnosti ponašanja na internetu, koje komunikatoru omogućava da uspješno premosti konverzacijske devijacije uvažavajući načelo očuvanja odnosa, što je bitan aspekt komunikacijske kompetencije.

Grafikon 4. Iskazivanje stava na društvenim mrežama

Kada želim iskazati svoje mišljenje/stav na društvenim mrežama, najčešće:



Kada žele iskazati svoj stav/mišljenje na društvenim mrežama, najviše ispitanika, njih 67 (70 %), navodi da stavlja *like/dislike* na sadržaj. Slijedi pisanje komentara koje prakticira 12 % studenata, postavljanje statusa 9 % sudionika te postavljanje fotografija 9 %. Takvi se rezultati mogu povezati s pasivnom uporabom tehnologije kod ispitanika jer se veći dio studenata odlučuje za ocjenu tuđih sadržaja u odnosu na kreiranje vlastitih. Prema zaključcima prethodnih istraživanja osobe koje koriste tehnologiju na pasivan način, čitanje i gledanje tuđih objava, iskazuju veći stupanj točnosti u objektivnim mjerama dekodiranja neverbalnih signala na društvenim mrežama, ali su i izložene većoj vjerojatnosti negativna utjecaja društvenih mreža na duševno zdravlje. U budućim istraživanjima bilo bi korisno na ovoj populaciji ispitati korelaciju pasivnoga pristupa sa stupnjem točnosti tumačenja neverbalnih signala.

Grafikon 5. Glavne zapreke za komunikaciju u online okružju



U namjeri da detektiramo šumove i nedostatke koji utječu na kvalitetu komunikacije u *online* okružju tražili smo od studenata da navedu glavne zapreke za učinkovitu interpersonalnu komunikaciju na internetu. Gotovo trećina ispitanika navodi nedostatak neverbalne komunikacije (28 %) kao glavnu zapreku, nemogućnost pravilna iskazivanja misli i osjećaja navelo je 23 % ispitanika, dok nemogućnost aktivna slušanja predstavlja osnovnu zapreku za 15 % studenata. Zatim su ispitanici naveli nejasnoću poruka (14 %), istovremeno slanje poruka (9 %), nemogućnost kvalitetne analize povratne informacije (8 %) i nedostatak pažnje (3 %). Iako su u prethodnim odgovorima studenti većinom iskazali pozitivan stav o svojoj sposobnosti iskazivanja osjećaja putem tekstualnih sadržaja i simbola, rezultati ukazuju na to da im nedostatak neverbalnih signala i komuniciranje osjećaja i misli predstavlja glavne zapreke u interakciji na društvenim mrežama. Neverbalna ponašanja važni su komunikacijski regulatori putem kojih komuniciramo emotivna stanja i ostavljamo dojmove, njihova važnost naglašena je u procesu interpretacije poruka gdje pri dekodiranju imaju jednaku ili veću važnost od verbalnih iskaza. Kada su verbalni i neverbalni signali u neskladu, u pravilu više vjerujemo neverbalnim iskazima. Rezultati ukazuju na to da je nedostatak neverbalne komunikacije glavna zapreka za izravnu komunikaciju putem tekstualnih sadržaja, što utječe na učinkovito iskazivanje

vlastitih osjećaja, ali i pravilno dekodiranje primljenih poruka. Navedene zapreke impliciraju da uporaba simbola poput emotikona i emojija nije dostatna u smislu potpune zamjene neverbalnih signala. Nadalje, aktivno slušanje kao komunikacijska vještina pretpostavlja sposobnost komunikatora da na osnovi predmetnoga sadržaja interpretira poruke na pravi način u skladu s tendencijom sugovornika. Stoga se problem aktivnoga slušanja može povezati s nejasnoćom (semantika) i istovremenim slanjem poruka (upravljanje interakcijom), koje su studenti definirali kao zapreke.

Posljednje pitanje odnosilo se na zadovoljstvo studenata vlastitim komunikacijskim vještinama u digitalnome okružju. Kako bismo utvrdili percepciju koju ispitanici imaju o razini komunikacijske kompetencije, pitali smo ih da na ljestvici od 1 do 5 iskažu stupanj zadovoljstva odgovorom na sljedeće: *Ocijenite koliko ste zadovoljni ili nezadovoljni Vašim komunikacijskim vještinama u digitalnome okružju*. Rezultati koje smo dobili na osnovi odgovora govore nam da je 10 % ispitanika u potpunosti zadovoljno. Ako udjelu studenata koji su u potpunosti zadovoljni pridružimo 59 ispitanika (62 %) koji su zadovoljni vlastitim komunikacijskim vještinama, možemo zaključiti da većina studenta smatra da posjeduje zadovoljavajući stupanj komunikacijskih vještina koje primjenjuju u digitalnome okružju.

Zaključak

Globalni trendovi porasta uporabe interneta, posebice društvenih mreža, za interpersonalnu komunikaciju između mladih ukazuju na potrebu za istraživanjima pozitivnih i negativnih utjecaja tehnološki posredovane komunikacije na komunikacijske obrasce i vještine. Kada su studenti u pitanju, fenomen društvenih mreža kao komunikacijskih platformi danas predstavlja ekstenziju ili gotovo potpunu zamjenu za komunikaciju licem u lice. Iz svega navedenog može se zaključiti da je digitalno okružje povezano sa situacijskom perspektivom interpersonalne komunikacije na društvenim mrežama i uvjetuje primjerenost i uspješnost ponašanja. Ovim istraživanjem predstavljene su specifičnosti

interpersonalne komunikacije u digitalnome okružju s posebnim fokusom na uporabu društvenih mreža u smislu najzastupljenijih digitalnih platformi koje koristi ova populacija.

Rezultati su pokazali da studenti u najvećoj mjeri rabe mobitele kao uređaje za komunikaciju, dok je *WhatsApp* najzastupljenija društvena mreža koju ispitanici većinom koriste za tekstualno dopisivanje. Rezultati ne čude uzmemo li u obzir ubrzan tempo života i prikladnost mobitela za svakodnevnu uporabu na javnim prostorima i institucijama. Za više od polovice studenata (54 %) kontakt s prijateljima predstavlja osnovnu motivaciju za uporabu društvenih mreža, što ukazuje na to da one danas postaju važan čimbenik u socijalizaciji mladih. Kada žele iskazati svoj stav, studenti preferiraju pasivan pristup društvenim mrežama putem uporabe oznaka *like/dislike*. Kada je riječ o samoprocjeni komunikacijske kompetencije, većina studenta smatra da posjeduje zadovoljavajući stupanj komunikacijskih vještina koje primjenjuju u digitalnome okružju. Nasuprot tomu, nedostatak neverbalne komunikacije, nemogućnost pravilna samoočitovanja, nejasnoća poruka i istovremeno slanje poruka ispitanici navode kao glavna ograničenja za učinkovitu komunikaciju u ovome kontekstu. Slijedom navedenoga, pri provedbi budućih istraživanja bilo bi svrsishodno uvrstiti veći broj varijabli za evaluaciju interpersonalne komunikacijske kompetencije u digitalnome okružju (znanje, sposobnost/ponašanje) kako bi se dobila potpuna slika i kako bi se utvrdio utjecaj društvenih mreža na kognitivne i bihevioralne vještine ispitanika. Zaključno, proučavanje interpersonalne komunikacije u današnjemu, digitalnom dobu zahtijeva kontinuiran interdisciplinarni znanstveni pristup problematici koji će omogućiti bolji uvid u ulogu tehnologije u našim životima te ponuditi smjernice za poboljšanje komunikacijskih vještina.

Literatura

- AGENCIJA ZA STATISTIKU BOSNE I HERCEGOVINE, *Upotreba informaciono komunikacionih tehnologija u Bosni i Hercegovini*, Tematski bilten, Sarajevo, 2021.

- AUXIER, BROOKE – ANDERSON, MONICA, *Social media use in 2021*, Pew Research Center <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>, (12. 1. 2022.)
- BULJAN, F. GORDANA – SELAK, B. ELLA – PRIJATELJ, KREŠIMIR – ČAGALJ, F. MIRNA, “Ispitivanje aktualnih trendova u korištenju društvenim mrežama kod učenika prvog i trećeg razreda srednjih škola u Hrvatskoj”, *Kriminologija i socijalna integracija*, god. 28 (2020.), br. 2., str. 277.-294.
- GALANT, MARTINA “Utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje”, *Psyche*, god. 3 (2020.), br. 1, str. 131.-145.
- OSREDEČKI, EDUARD, *Poslovno komuniciranje & poslovni bonton: Uvod u korporativni protokol*, Naklada Edo, Zagreb, 2000.
- PASQUALETTI, FABIO – NANNI, CARLO, “Novi mediji i digitalna kultura. Izazov odgoju”, *Kateheza*, god. 27 (2005.), br. 3, str. 244.-265.
- REDDY, B. VENKATASHIVA – GUPTA, ARTI, “Importance of effective communication during COVID-19 infodemic”, *Journal of Family Medicine and Primary Care*, god. 9 (2020.), br. 8., str. 3793.-3796., <https://www.jfmpc.com/article.asp>, (2. 4. 2022.)
- RUBEN, A. MOLLIE – STOSIC D. MORGAN – CORREALE, JESSICA – BLANCH-HARTIGAN, DANIELLE, “Is Technology Enchanting or Hindering Interpersonal Communication? A Framework and Preliminary Results to Examine the Relationship Between Technology Use and Nonverbal Decoding Skill”, *Frontiers in Psychology*, god. 11 (2021.), str. 1.-11.
- TUROW, JOSEPH, *Media Today: Mass Communication in Converging World*, Routledge, New York-London, 2020.
- WATZLAWICK, PAUL – BEAVIN, H. JANET. – JACKSON, D. DON, *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes*, W. W. Norton & Company, New York – London, 2011.

Review article

Received on May 1, 2022

Accepted on June 15, 2022

MARIJAN PRIMORAC – IVANA PRIMORAC BILAVER

University of Mostar, Faculty of Humanities and Social Sciences

marijan.primorac@ff.sum.ba – ivana.primoracbilaver@ff.sum.ba

SOCIAL NETWORKS AND INTERPERSONAL COMMUNICATION – STUDENTS' ATTITUDES TOWARDS INTERPERSONAL COMMUNICATION IN DIGITAL ENVIRONMENT

Abstract

Development of information communication technologies, especially internet, has enabled additional platforms for human communication creating a new communication paradigm. Increased use of modern technologies by young people influences dynamics, rules, conversation interaction and situation context of interpersonal communication in digital environment. The basic aim of the research was to examine attitudes of the University of Mostar students towards the particularities of interpersonal communication on social networks. Data were collected through a survey questionnaire, created for the needs of this paper, on a suitable sample of (N=96) students. The results indicate an increasing trend of online interpersonal communication within this population compared to face-to-face communication. The main reason for using social networks is contact with friends and most students use WhatsApp (47%). When coding messages in the online environment, students most often use textual (68%) and voice messages (24%). As the main obstacles for the efficient interpersonal communication on social networks, the respondents stated a lack of non-verbal communication, inability to properly express thoughts and feelings and inability to actively listen.

Based on the analysis of the collected data, the authors state that modern communication patterns of young people are increasingly influenced by new technologies. They also emphasize the importance of scientific approach in the study of interpersonal communication in digital environment.

Keywords: interpersonal communication; internet; social networks; communication competence