

Učešće u virtuelnim zajednicama: onlajn i oflajn život

Marija Milinković¹

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

doi:10.5937/comman10-8572

Rezime: Svrha istraživanja jeste da se prepoznaju posledice učešća elektronski pismenih pojedinaca u virtuelnim zajednicama na njihov život u fizičkom svetu. U radu su prikazane mogućnosti i pretnje proistekle iz prisustva u virtuelnim zajednicama, sagledane iz sociološke i psihološke perspektive uticaja na život u grupi i individualne promene.

Tehnike prikupljanja podataka kojim je sprovedeno istraživanje obuhvataju onlajn upitnik sa skalama procene usmerenim ka merenju jačine stavova i ponašanja na namernom uzorku od 100 ispitanika, 20 polustrukturiranih dubinskih intervjua na stratifikovanom slučajnom uzorku sa omladinom osnovnog i srednjoškolskog uzrasta, kao i sistematsko posmatranje kreiranja imidža putem fotografija na virtuelnim profilima na uzorku od 238 članova Fejsbuka.

Internet je omogućio da svi postanemo javne ličnosti, a sa time je i slika koju šaljemo drugima postala bolja verzija nas samih. Rezultati istraživanja potvrdili su hipotezu da je život u virtuelnim zajednicama podjednako realan i da ponekad nadjačava dešavanja u fizičkom svetu. Hipoteze koje su takođe potvrđene odnose se na osećaj nezadovoljstva i takmičenja na socijalnim mrežama, promene identiteta i ponašanja na mreži. Hipoteza kojom se tvrdi da omladina provodi više vremena u virtuelnim zajednicama, nego u tradicionalnim nije potvrđena u ovom radu. Zaključak izveden iz poređenja sopstvenog i postojećih istraživanja u oblasti virtuelnih zajednica ukazuje na neophodnost edukacije i pomoći obrazovnog sistema, kako bi se generacije koje odrastaju uz nove tehnologije pripremile ne samo za tehnološko razumevanje virtuelnog života, već i za prepoznavanje njegovog uticaja u oflajn životu.

Ključne reči: sajber psihologija, sajber sociologija, virtuelna zajednica, internet, Fejsbuk

¹ Kontakt sa autorkom: milinkovicm.marija@gmail.com.

1. Uvod

Virtuelne zajednice i internet postali su predmet brojnih istraživanja, što ukazuje da problem nije u nedostatku interesa za ove teme, već u suprostavljenim mišljenjima i rezultatima teoretičara. Nesaglasnost u zaključcima proizlazi i iz promjenljive i razvojne osobine interneta, koja svakodnevno prevazilazi „zastarela” otkrića.

Autori poput Kaca (Katz) i Rajsja (Rice) upoređivali su socijalni život korisnika i nekorisnika interneta i došli su do podatka da ispitanici koji su istovremeno i članovi virtuelnih zajednica nisu promenili odnos i količinu vremena u komunikaciji sa osobama u fizičkom prostoru. Prema njihovim podacima upotreba interneta nema negativne efekte na život pojedinaca i njihove društvene odnose, već podstiče interakciju (Katz & Rice, 2002: 204–207). Makena (McKenna) i Barg (Bargh) su u svojoj studiji došli do podataka prema kojima se internet može upotrebiti i u terapijske svrhe – 21% ispitanika, koji su prethodno imali problema sa melanholijom, usamljenošću i depresijom, izjavilo je nakon određenog perioda korišćenja interneta da ima osećaj da im je ova tehnologija pomogla u širenju socijalnih odnosa (prema Hinić, 2008: 54).

Suprotstavljena mišljenja potkrepljena su i suprotstavljenim rezultatima. Autorka Šeri Terkl (Turkle) doktorirala je psihologiju i sociologiju na Harvardu, nakon čega je osnovala Institut za proučavanje odnosa tehnologije i identiteta. Prema njenim rezultatima, dobijenim nakon petnaestogodišnjeg istraživanja uticaja digitalnih tehnologija na život, ljudi stvaraju neraskidive veze sa tehnologijom kako bi prevazišli svoj strah od intimnosti (Terkl, 2011: 15). Oni pritom komuniciraju sa drugima, ali uz postojanje distance u međusobnim odnosima. Kada govori o identitetu, Terkl naglašava da se u virtuelnom prostoru kreira lažna slika koja vremenom postaje naša stvarna predstava. Iako ukazuje i na pozitivne efekte virtuelnih zajednica, za autorku ti odnosi predstavljaju zamenu za stvarne relacije, koji nam omogućavaju da uzmemo koliko nam treba, a da pritom izbegnemo odgovornost i suštinu razgovora (Terkl, 2011: 15). „Tehnologija je zavodljiva, jer mogućnosti koje ona pruža podilaze ljudskoj ranjivosti. Usamljeni smo, ali smo u stalnom strahu od bliskosti“ (Stanković, 2011: 1).

Cilj istraživanja ovog rada jeste da se pomoću postojećih i novih istraživanja dođe do zaključaka koji se mogu primeniti za razumevanje tehnologije u ovom trenutku njenog razvoja. Predmet autorovog istraživanja su virtuelne zajednice kao oblik grupisanja u virtuelnom prostoru, u kome njeni članovi svojim aktivnostima i stvaranjem osećaja zajedništva najviše utiču na vidljivost efekata života u onlajn svetu na oflajn prostor.

Kvantitativnom i kvalitativnom analizom dobijenih rezultata istraživanja sprovedenih putem onlajn anketa, intervjuva i analize sadržaja razmatrane su početne hipoteze:

- Omladina više slobodnog vremena posvećuje virtuelnim zajednicama, nego primarnim i sekundarnim grupama u fizičkom prostoru.
- Virtuelne zajednice omogućavaju da se pretvaramo da smo neko ko bismo želeli da budemo.
- Osećaj usamljenosti i nezadovoljstva se povećava sa vremenom provedenim na internetskim društvenim mrežama.
- Život u virtuelnim zajednicama je za članove podjednako stvaran, kao i život u fizičkom svetu.
- Virtuelne zajednice pružaju nove mogućnosti za kreativno izražavanje.

Društveni i psihološki efekti učešća u virtuelnim zajednicama na život u fizičkom prostoru tumačeni su i kroz prikaz mogućnosti i pretnji, sa osvrtom na postojeće pozitivne i negativne primere takvih posledica.

2. Teorijski okvir istraživanja

2.1. Virtuelne zajednice

Glavni problem u tumačenju pojma virtuelnih zajednica odnosi se na definisanje samog pojma zajednice. Teoretičari se sukobljavaju oko jedinstvenog određenja ovog pojma, ali se njihove definicije najčešće poklapaju prikazivanjem socijalne interakcije, područja i zajedničkih veza kao neizostavnih elemenata zajednice (Hillery, 1955: 117).

Virtuelna zajednica odstupa od poznatog pojma zajednice, te se mogu naći različita tumačenja koja se kreću od nepriznavanja postojanja virtuelne zajednice, do shvatanja da je tehnologija promenila i način na koji shvatamo tradicionalne pojmove u skladu sa novim mogućnostima. Reingold (Rheingold) određuje virtuelnu zajednicu kao društveni skup koji se javlja na internetu kada veći broj ljudi vodi javne diskusije, dovoljno dugo, sa dovoljno ljudskog osećaja da stvore mreže ličnih odnosa u kiber-prostoru. On takođe tvrdi da je glavni razlog okupljanja društvenost i da oni koji nemaju pravo glasa žele da pronađu svoje mesto u virtuelnoj zajednici, van zbrke postindustrijskog društva (prema Jones, 2001: 68).

Ignorisanje postojanja razvijene virtuelne komunikacije postalo je nemoguće sa razvojem „malog“ virtuelnog sveta koji nosimo svuda sa sobom, komuniciramo sa virtuelnim prijateljima putem dodira takozvanih pametnih mobilnih telefona i pritom nam se ta komunikacija ne naplaćuje upotrebom wi-fi bežičnih mreža ili aplikacija za umrežavanje.

Sociolog Rej Oldenburg (Ray Oldenburg) ističe da je treći prostor (u kome provodimo svoje slobodne vreme) najvažniji za čoveka, jer predstavlja neutralno tlo, gde sagovornici stiču osećaj društvene jednakosti, psihološke udobnosti i podrške (prema Radojičić, 2008: 50). Da bismo bili član virtuelne zajednice, pored osećanja prisnosti, često je neophodno da redovno posećujemo tu zajednicu, kako bi se prisnost očuvala. Za razliku od zajednice u fizičkom svetu, koja može opstati i kada su njeni članovi udaljeni (npr. porodica), virtuelne zajednice se održavaju zahvaljujući kontinuitetu svojih članova. Prema Stivenu Džounsiju (Steven Jones), postoji još jedna vidljiva razlika između fizičkih i virtuelnih zajednica. Tradicionalne zajednice nam nameću obaveze i pravila, dok virtuelne zajednice funkcionišu po principu dobrovoljnosti, sami odlučujemo da im se priključimo (Jones, 2001: 198). Virtuelnim zajednicama pristupamo iz određenih interesa koje ne možemo zadovoljiti u tradicionalnim zajednicama. One nam omogućavaju da svakodnevno komuniciramo sa više ljudi nego što inače poznajemo, da otkrivamo nove perspektive različitih kultura, da se družimo i zaljubljujemo bez obzira gde se ta osoba sa kojom komuniciramo nalazi.

Džouns takođe naglašava uticaj virtuelne komunikacije na život van mreže nazivajući kompjutersku komunikaciju virtuelnom Agorom (Jones, 2001: 89). Ukoliko se ona posmatra na taj način, komunikacija u virtuelnim zajednicama može proizvesti ideje i pokrenuti ideologije koje će se preslikati na fizički život. U skladu sa opisanim karakteristikama možemo navesti sledeće oblike virtuelnih zajednica, sa osvrtom na to da se uz razvoj tehnoloških mogućnosti njihov broj povećava: internetske socijalne mreže (tzv. društvene mreže), grupe, forumi, igrice, blogovi, sobe za razgovor.

2.2. Socijalne mreže

Socijalne mreže osmišljene su kako bi povezale, umrežile ljude širom sveta. Njihova popularnost je srazmerna broju korisnika, koji se svake godine povećava – 95,6 % internet populacije uzrasta 16-24 godina u našoj državi ima nalog na društvenim mrežama (Republički zavod za statistiku, 2014), a značajan je podatak da su mladi najčešći stanovnici ovih virtuelnih zajednica. Socijalne mreže predstavljaju bitan element u njihovom odrastanju i sazrevanju, jer pred-

stavlja platformu gde mogu eksperimenti sa svojim identitetom bez nadzora odraslih. Nedovoljno poznavanje i neupućenost u principe medijske pismenosti i prava privatnosti na internetu može ugroziti mlade u virtuelnom prostoru, koji oni vide kao bezbedan prostor u kome mogu da se izraze i budu drugačiji nego što su u fizičkom svetu.

Istraživanje *Kako mladi u Srbiji koriste mobilne uređaje* (Ipsos, VIP, GFK i onSpot, 2014) sprovedeno nad korisnicima uzrasta 15-30 godina pokazalo je da:

- 89% korisnika upotrebljava internet na mobilnom telefonu
- 60% korisnika ima smart telefon
- korisnici dnevno provedu oko 1,2 h na internetu putem mobilnog telefona
- mladi koji pristupaju internetu preko mobilnog telefona to čine u proseku 8 puta dnevno
- 71% korisnika navedenog uzrasta upotrebljava mobilni telefon za komunikaciju na društvenim mrežama

2.3. Grupe na internetu, sobe za razgovor, forumi, blogovi i igrice

Internet nam je omogućio brzinu u dostupnosti informacija, koja postaje traženi element u svakom obliku komuniciranja, po principu što više informacija za što manje vremena. Ovakav oblik *grupisanja* ima brojne prednosti, među kojima je i dostupnost informacija u realnom vremenu, koje pritom ne zahteva okupljanje većeg broja ljudi u istom prostoru. Takav način komuniciranja može uticati na površnost i nezainteresovanost za probleme porodice i prijatelja van mreže, gde dolazimo u situaciju da nam odnosi u virtuelnim zajednicama oduzimaju više vremena i pažnje, nego li odnosi sa osobama u okruženju. Terkl tvrdi da nesigurnost u odnose sa drugima i anksioznost podstiče našu vezu sa tehnologijom, gde ujedno tražimo načine da stupimo u odnose i da se od njih zaštitimo (Terkl, 2011: 13).

Sobe za razgovor ili četovanje su svoju najveću popularnost imale u periodu pre razvitka socijalnih mreža. Taj oblik virtuelne komunikacije pružao je i introvertnim, stidljivim osobama priliku da se izraze. Komunikacija uživo zahteva trenutni odgovor, dok četovanje daje i dovoljno vremena da osmislimo svoje reči, filtriramo misli, a da to pritom sagovorniku ne deluje neobično. Skrivenost i nepoznavanje sagovornika olakšava otvaranje i iskazivanje misli, osećamo se hrabrije i zanemarujemo nedostatke u fizičkom svetu koji utiču na našu komu-

nikaciju (npr. mucanje, manjak samopouzdanja). Taj osećaj zaštićenosti pruža nam priliku da budemo ono što zaista jesmo, kažemo šta mislimo, ali takođe i da se pretvaramo da smo osoba koja želimo da budemo. Antropolog Viktor Turner (Victor Turner) tvrdi da se osećamo najslobodnije da istražujemo identitet na mestima koja su na neki način van našeg uobičajenog svakodnevnog života, on ih naziva liminalnim, od latinske reči za prag (prema Terkl, 2011: 291).

Forumi su još jedan oblik virtuelnih zajednica, u kojima slično kao u sobama za razgovor, najčešće razgovaramo sa nepoznatim osobama. Forumi se stvaraju sa sadržajem koji obuhvata različite teme i organizovani su tako da se lako može pronaći predmet interesovanja i pratiti komunikacija u okviru nje. Neki članovi su samo pasivni posmatrači, drugi svojim angažovanjem utiču na bolji status unutar foruma (koji se povećava sa brojem poslatih poruka). Nailazimo na osobe koje su poput nas, što nam olakšava suočavanje sa problemima. Negativna osećanja lakše savladavamo kada ih podelimo sa nekim, pritom nam deluje kao da se ispovedanjem suočavamo sa emocijama, ali na način da ne moramo istovremeno i da se suočimo sa osobom i njenim reagovanjem na naše reči.

Blog predstavlja oblik virtuelne zajednice najpogodniji za iskazivanje kreativnosti pojedinca. Poput dnevnika na internetu, blog je istovremeno i privatna i javna beležnica za naše ideje i misli. Za blogere se smatra i da su to ljudi koji se opiru tradicionalnim medijima i cenzuri pisanja, te su blogovi riznica vesti i iskustava koji ne uspevaju da prođu filtere medija, ali zahvaljujući svojoj publici uspevaju da putem interneta dopru do svesti građana. Publika koja čita tekstove blogera, naziva se i pratiocima, jer su oni do teksta na blogu došli vodeći se smerom svojih interesovanja, te iščekuju i prate nove tekstove i fotografije autora bloga. Pratioci bloga na taj način postaju verna publika, koja ne menja lako izvor informisanja.

Istraživanja su pokazala da mladi najčešće stvaraju i dele kreirane fotografije, zatim crteže, blogove, video snimke i druge materijale. Blogove prema navedenim istraživanjima najčešće stvaraju tinejdžerke uzrasta 13-16 godina (Kupiainen, 2013). Ovakav oblik virtuelnog komuniciranja ima i nedostatke, iako autor teksta i drugih multimedijalnih materijala na blogu ima autorsko pravo nad njima, događa se da poznate kompanije pokušavaju da neovlašćeno upotrebe ideje mladih ljudi kao sopstvene. Takođe, praćenje modnih blogova mladim devojkama pruža odevne ideje, ali i uputstva šta je prihvatljivo, poželjno i lepo. Ukoliko osoba još nije sigurna u sebe, lako može krenuti za tim idejama i pratiti ih kao sopstvene misli. Mediji promovišu idealnu sliku ženskog tela i izgleda, koja ukoliko se ne ispunjava otežava mladim osobama da budu zadovoljni sami sobom.

Igrice na internetu služe kao sredstvo za zabavu, ali u trenutku kada one počnu da oduzimaju veliki deo našeg vremena postavlja se pitanje da li je njihova svrha zabava ili pokušaj virtuelnog bega iz sopstvenog života. Igrice se kreiraju na način da što više podsete na život u fizičkom svetu i da tako privuku članove koji će postati deo te virtuelne zajednice. Primer za takvu igricu jeste *Second life* ili *Sims*, u kojima možete kreirati sopstveni lik po želji, od izgleda, odeće, rase, godina, pola, do posla, kuće u kojoj boravite i života koji želite da živite. Igrica *World of Warcraft* je još jedna od najpoznatijih onlajn igrica, koja ima i svoj forum i zajednicu, gde se igrači mogu informisati o novostima, ali i razmenjivati svoja iskustva. Ova igrica im pruža mistične mogućnosti u svetu magije i avanture, kao antipod stvarnom životu.

Osim brojnih suprotnosti naspram svakodnevice koje privlače nove igrače u virtuelni svet, takođe i sličnost sa stvarnim situacijama predstavlja mamac za članove virtuelne zajednice. Nespremni ili nemoćni da promene svoj život, kreiraju lik u igrici i tu pokušavaju da ostvare svoje interese i želje, komuniciraju sa drugim članovima slobodnije i zaštićenije nego u fizičkom svetu. Na taj način dobijaju novu perspektivu svog života, priliku da iz određene udaljenosti shvate šta je to što žele da promene. Ukoliko to nije moguće uraditi, igrica im pruža delimičnu satisfakciju u trenutku kada stvore planirane živote. Povratak u realnost je tada još teži.

Mogućnosti virtuelnog sveta prevazilaze dostupne kontakte i poznanstva u oflajn sferi. Kada smo onlajn, ne znamo koga sve možemo sreći i upravo ta ideja novog i nepoznatog nam se čini primamljivom, te se iznova vraćamo virtuelnim zajednicama i kreiranim identitetima.

2.4. Stvaranje virtuelnih identiteta

Period odrastanja i socijalizacije je doba kada sami spoznajemo ko smo zaista. Virtuelne zajednice omogućavaju da u svakoj od njih kreiramo svoj identitet na način koji poželimo – na socijalnim mrežama pravimo slike i redosled događanja našeg života, u igricama možemo biti potpuna suprotnost, možemo se isto tako igrati sa svojim identitetom i eksperimentisati, dok nam forumi omogućavaju da sa drugima podelimo svoje iskustvo i prikažemo stručnost u određenoj oblasti. Svako je ponekad pomislio kako bi bilo da je drugačiji, a upravo na internetu ima priliku da vidi kako bi to izgledalo i da dobije povratnu reakciju od drugih osoba. Iako to zvuči primamljivo, isto tako može predstavljati i opasnost, jer često ne znamo ko je osoba sa kojom komuniciramo i da li možemo da joj verujemo.

U periodu odrastanja, kreiranje i pronalaženje sopstvenog identiteta deluje kao izazov. Internet može uticati na jačanje fragmentacije identiteta, ali nije jedini uslov za postojanje različitih predstava nas samih. Moderno doba i društvo u kome živimo predstavljaju primarne uslove za stvaranje više identiteta, dok tehnološka sredstva posreduju u tom procesu.

Virtuelni svet predstavlja drugu stranu ogledala života u fizičkom svetu – sklapaju se prijateljstva, ljubavni odnosi, informiše se, druži, svađa, takmiči. Razlika je u tome da internet pruža mogućnost skrivanja, menjanja identiteta bez posledica, anonimnost, manjak kontrole i cenzure. Koliko god se te razlike činile kao prednosti koje omogućavaju razvitak kreativnosti i nehijerarhijskog komuniciranja svakog sa svakim, postoje i realne pretnje koje su u virtuelnim zajednicama, poput prednosti, na višem nivou.

Virtuelna komunikacija se neretko povezuje i sa socijalno anksioznim i stidljivim osobama kojima ovakav oblik komunikacije dopušta da komuniciraju bez straha i osuđivanja. Iako su se istraživanja sukobljavala u rezultatima koji procenjuju da li introvertne ili ekstrovertne osobe više vremena provode u virtuelnim zajednicama, značajniji su sociološki i psihološki efekti na povučene osobe, koje se na taj način uključuju u mrežnu socijalizaciju i dopuštaju sebi da izraze svoje misli i ideje u ravnomernoj komunikaciji sa drugima (Bodroža, Jovanović & Popov, 2008:19-35). Virtuelna komunikacija se posmatra i kao sigurno okruženje za osobe sa nedostatkom socijalnih veština, jer potencijalno može uticati na njihovo oslobađanje, samopouzdanje i hrabriji stav. Upitnik *Social Networking Behaviour* autori su kreirali kako bi razmotrili postojeće dimenzije virtuelnog ponašanja i njihove veze sa postojanjem socijalne anksioznosti kod ispitanika. Istraživanjem su utvrđeni sledeći obrasci ponašanja na društvenim mrežama (Bodroža, Jovanović & Popov, 2008: 29):

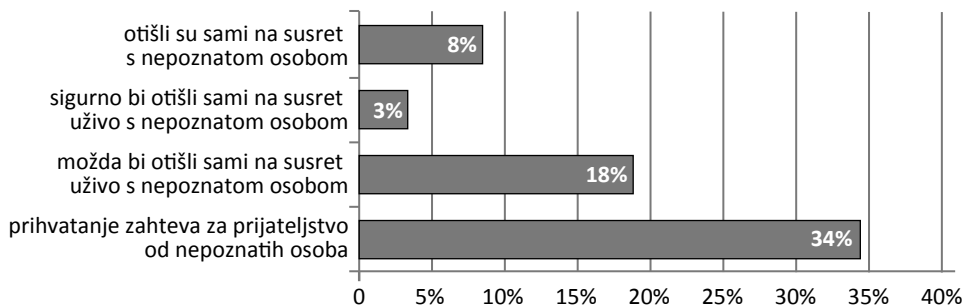
- „Socijalizacija putem virtuelnih zajednica“, karakteristična je za osobe koje sklapaju onlajn prijateljstva, prenose ih u fizički svet i podjednako ih vrednuju kao prijateljstva stečena na tradicionalan način.
- „Zavisnost od virtuelnih zajednica“, karakteristična je za osobe koje provode više od planiranog vremena na internetu, nekoliko puta dnevno proveravaju poštu i novitete u virtuelnim zajednicama, dok pritom zanemaruju druge obaveze.
- „Kompenzatorno korišćenje virtuelnih zajednica“, karakteristično je za osobe koje u onlajn prostoru imaju osećaj neograničenosti, ponašanja bez posledica, mogućnosti ulepšavanja oflajn života, ali kao posledica javlja se strah od spajanja onlajn i oflajn života i prijatelja.

- „Virtuelni self“, karakteristično je za osobe koje kreiraju virtuelni profil kao odraz identiteta i smatraju ga izvorom informacija za druge.
- „Negativni stav prema virtuelnim zajednicama“, karakterističan je za nepoverljive osobe koje ne veruju u onlajn odnose i razgovore.

Rezultati ovog upitnika ukazali su na to da se postojanje socijalne anksioznosti značajno povezuje sa dimenzijama zavisnosti i delom kompenzatorskog ponašanja. Kompenzovanje postojećih nedostataka omogućava razvoj virtuelne komunikacije pre procenjivanja nečijih mana, te ukoliko se razgovor produbi i stvori veza dolazi i do zanemarivanja nedostataka koji često u fizičkom svetu predstavljaju nepremostivu početnu prepreku. Iako se virtuelna komunikacija može koristiti u terapijske svrhe kako bi se pomoglo socijalno anksioznim osobama, veza između njih i zavisnosti je čvrsta, što ukazuje na pretnju u vidu zanemarivanja i napuštanja društvenog života u tradicionalnim zajednicama, sa idejom bolje komunikacije i odnosa u virtuelnom prostoru. Takvo rešenje produbljuje problem i odlaže njegovo rešavanje, jer se time ljudi udaljavaju od sveta u kome žive i stvaraju svoj virtuelni svet u kome menjaju identitet.

Manipulisanje identitetom stvara i potencijalno opasne situacije. Nepovećenje je prisutno i u fizičkom prostoru, ali socijalni kontekst i vrsta komunikacije, kao i motivacija komunikatora utiču na osećaj poverenja prema drugim virtuelnim učesnicima. Poliklinika za zaštitu dece Zagreba i organizacija Hrabri telefon sproveli su nacionalno istraživanje o iskustvima i ponašanjima mladih na društvenoj mreži Fejsbuk i internetu. Rezultati dobijeni metodom upitnika na uzorku od 1489 mladih uzrasta 11-18 godina ukazali su na visok procenat rizičnog ponašanja omladine (Grafikon 1).

Grafikon 1: Rizično ponašanje mladih na Fejsbuku (Adaptirano prema: Istraživanje o iskustvima i ponašanjima djece na internetu i na društvenoj mreži Fejsbuk, odeljak rizična ponašanja na društvenoj mreži Fejsbuk, 2013)



Prihvatanjem nepoznatih osoba za prijatelje na mreži zapravo im se daje pristup ka ličnim informacijama. Ukupno 29% mladih bi otišlo ili je već bilo na susretu sa nepoznatom osobom, što predstavlja zabrinjavajući podatak. Tradicionalan način vaspitanja naših roditelja takođe je deo života koji zahteva izmene u skladu sa novim pretnjama i mogućnostima. Roditelji i nastavnici sve ranije se suočavaju sa potrebom da decu obuče o naizgled nevidljivim, potencijalno opasnim situacijama na internetu. U nastavku rada će biti prikazana istraživanja koja ukazuju na opseg ovog problema u našem obrazovnom i vaspitnom sistemu.

3. Metode istraživanja

Osnovni cilj istraživanja jeste da se dođe do podataka koji će pokazati na koji način učešće u onlajn životu menja ponašanje i život u svetu van virtuelnih zajednica. Nakon istraživanja, koja za cilj imaju da prikažu trenutnu situaciju, u nastavku rada će biti prikazana i već postojeća istraživanja kako bi se utvrdilo da li postoji razlika u podacima, kao i promene tokom istraživanja u različitim vremenskim periodima.

Za prvi deo istraživanja kreiran je anonimni onlajn upitnik sa skalama procene usmerenim ka merenju jačine stavova i ponašanja na namernom uzorku od 100 ispitanika (članovi virtuelnih zajednica). Upitnik je distribuiran putem virtuelnih zajednica (forumi, socijalne mreže Fejsbuk i LinkedIn, grupe na mreži) i većinskim delom se sastojao iz pitanja koja su omogućavala ispitanicima da obeleže više ponuđenih odgovora ili da na skali procene saglasnost sa navedenim tvrdnjama.

Od ukupnog broja ispitanika najviše je bilo korisnika uzrasta od 20-29 godina (81%), zatim 30-40 godina (16%) i u uzrastu od 16-19 godina 3% članova neke od virtuelnih zajednica. Najveći procenat osoba koje su popunile upitnik svrstavamo u omladinu, što ujedno može ukazati na to da su oni spremni na iskazivanje svojih stavova na mreži, ali i ažurniji u onlajn svetu u odnosu na druge uzraste.

Drugi deo istraživanja sproveden je u okviru najpoznatije virtuelne zajednice Fejsbuk. Analizom sadržaja postavljenih fotografija na Fejsbuk profilima, razmatrano je u kojoj se meri prihvaćeni ideali u fizičkom svetu odražavaju na virtuelne zajednice. Istraživanja je sprovedeno na uzorku lične baze prijatelja na Fejsbuk profilu (N=209, Ž=148, M=61, uzrasta 10-60 godina). Tumačenjem njihovih profilnih fotografija razmatrano je kakve poruke šalju i da li postoji

razlika između muško/ženskih predstavljanja na socijalnim mrežama. Takođe, sekundarni izvor informacija bila je i Fejsbuk aplikacija Taggalicious na kojoj korisnici obeležavaju osobe koje im se dopadaju i zatim u prostoru za razgovor nastavljaju svoju komunikaciju. Metod ispitivanja bio je polustrukturirani intervju sa 10 ispitanika (sproveden u virtuelnom prostoru) sa ciljem da se dobiju informacije da li su osobe slobodnije u komunikaciji u kojoj ne vide sagovornika i da li postoje razlike u njihovom predstavljanju na mreži i van nje.

Istraživanje hipoteza koje se odnose na omladinu i njihov odnos prema novim medijima i tehnologijama sprovedeno je pomoću 20 polustrukturiranih dubinskih intervju na stratificiranom slučajnom uzorku sa omladinom osnovnog i srednjoškolskog uzrasta. Ispitanici su birani na osnovu njihovih godina (od 7 do 18 godina) u njima poznatom okruženju (škole, školska dvorišta, parkovi) podeljeni srazmerno prema polu (10 dečaka i 10 devojčica). Svaki ispitanik je odgovarao samostalno na pitanja, izolovan od potencijalnog vršnjačkog uticaja. Prikupljeni intervjui su zabeleženi na diktafonu i transkribovani kako bi se omogućila detaljna analiza sadržaja sa elementima analize diskursa.

4. Rezultati

4.1. Upotreba virtuelnih zajednica

Prema rezultatima dobijenim metodom onlajn upitnika sa skalama procene jednak broj ispitanika (po 45%) provodi 2-3 ili više od 3 časova dnevno na internetu, dok preostali ispitanici vreme na mreži prilagođavaju dnevnim potrebama. Pored informisanja, koje predstavlja primarnu svrhu upotrebe interneta, ispitanici su potvrdili da su virtuelne zajednice podjednako važan deo njihove komunikacije. Prisustvo na socijalnim mrežama ipak prednjači u odnosu na učešće u drugim oblicima virtuelnih zajednica, čiji zbir korisnika ne dostiže popularnost socijalnih mreža kod ispitanika. Korisnici su najaktivniji na Fejsbuku (96%), zatim sledi Tviter (25%) i mreža u usponu za razmenu poslovnih informacija LinkedIn (16%). Aktivna potraga za poslom nastavlja se i na socijalnim mrežama (25%), ali se one koriste i za druge vrste potrage.

Na socijalnim mrežama često nesvesno ostavljamo podatke do kojih traživači pre nisu mogli da dođu. Dobrovoljno predstavljamo ceo svoj život javnosti, ali i pratimo druge i njihove živote. Podatak da 22% ispitanika na socijalnim mrežama prati novosti iz života bivšeg/sadašnjeg partnera ili simpatije

ukazuje da mi, kao i marketinški stručnjaci, pokušavamo da skupimo što više informacija pre delanja i komunikacije sa potencijalnim partnerima. Nakon analize odgovara u kojima su ispitanici mogli istovremeno da odaberu više od jedne mogućnosti, dobijeni su sledeći rezultati: virtuelne zajednice su članovima najkorisnije za prikupljanje informacija na osnovu tuđeg iskustva (79%), zatim kao kontakt sa osobama sličnih interesovanja (65%) i kao instrument za prikupljanje informacija o osobama koje su nam prostorno udaljene (53%). Prevelika količina dostupnih informacija ukazuje i na nedostatke virtuelne komunikacije koja ponekad pruža i previše, te razgovor u fizičkom svetu usled upućenosti u živote drugih zna i da utihne.

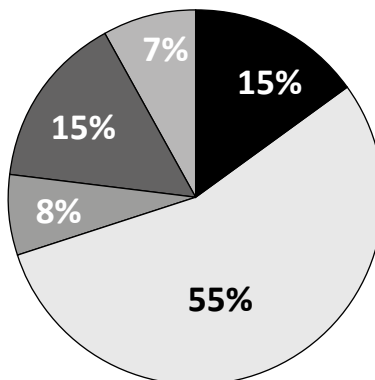
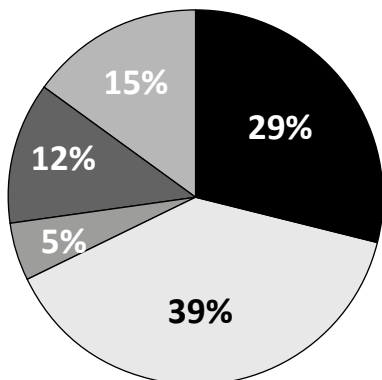
Korisnici prikupljaju sve veći broj prijatelja na mreži, iako smatraju da to nije odraz popularnosti. Tvrde da u fizičkom svetu komuniciraju sa više ljudi, nego u onlajn (što može značiti da sa malim brojem „prijatelja” zaista komuniciraju na mreži, dok druge ni ne odbijaju, ali ni ne razvijaju sklopljeno prijateljstvo). Potreba ljudi da budu bolji od drugih pretvara se u virtuelno takmičenje – ko ima bolji život. Takav oblik hvalisanja dovodi do nepoželjnog efekta, osećanja da stalno gubimo u toj borbi, što mogu potvrditi i reči jednog ispitanika: „Fejsbuk – mesto gde je svima bolje, nego meni (tebi)” (B.M – intervju). U navedenom upitniku ispitanici su na tvrdnju *Često stičem utisak da drugi imaju zanimljiviji socijalni život na osnovu njihovih profila* odgovorili u najvećem broju pozitivno – 34% se delimično slaže sa tvrdnjom, 12% se slaže, dok je 17% odabralo odgovor ne znam. Veliki procenat ispitanika koji nisu bili sigurni kako na njih utiče ova tvrdnja može ukazati da se ljudi dvoume između socijalno poželjnih odgovora i onoga što osećaju.

Iako je mali broj ispitanika (7%) obeležio odgovor da u virtuelnoj zajednici ne stvara realnu sliku sebe, već idealizovanu – sliku za druge, odgovori o pripremi sopstvenih profila i tumačenju tuđih ukazuju da i sami nesvesno doterujemo svoju virtuelnu sliku, jer znamo da se u digitalnom dobu na osnovu nje stiče prvi utisak o osobi. Ukupno 68% (skala: slažem se, delimično se slažem) ispitanika razmatra kako će materijal koji postave na sopstveni profil druge osobe protumačiti, što je zapravo posledica visokog procenta (70%) osoba koje smatraju da mogu druge da procene u odnosu na slike, komentare i ostale sadržaje koje njihovi prijatelji na mreži dele u virtuelnoj zajednici (Grafikon 2 i 3).

Grafikoni 2 i 3: Kreiranje identiteta na socijalnim mrežama

Pre nego što nešto postavim na svoj profil razmislim kako će to drugi da protumače

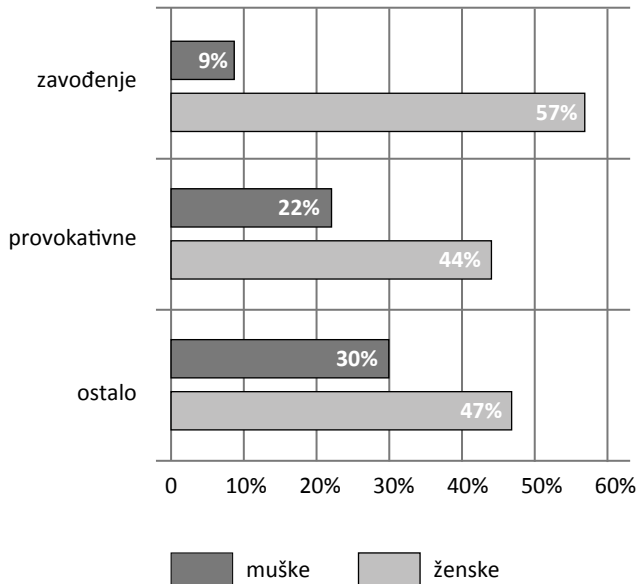
Mogu da procenim osobu na osnovu njegovog/njenog profila (slika, komentara, postova)



4.2. Odras oflajn života u virtuelnim zajednicama

Dobijeni rezultati u obe kategorije ukazuju na trend postavljanja fotografija koje ispunjavaju socijalna očekivanja ženske lepote i ideala, najčešće plasiranih kroz medije i suprotstavljenih muških ideala metroseksualca (poziranje, doteran izgled) i mačomena (mišićavost).

Grafikon 4: Efekti ženskih/muških profilnih fotografija u brojkama



Ženske fotografije se u znatno većem broju u odnosu na muške mogu svrstati u zavodljive i provokativne (68% od ukupnog broja analiziranih ženskih fotografija), a razlog za to jeste i prihvaćen ideal žene. Medijski plasirana slika žene podrazumeva lepotu, često idealizovanu i fotošopiranu, što postaje sve češći slučaj i kod „običnih, nepoznatih“ žena koje pokušavaju da dostignu taj ideal. Provokativne fotografije služe kako bi se na brz i lak način dostigla popularnost, iako same žene koje postavljaju takve fotografije često zaboravljaju na njihov efekat u svetu van virtuelnih zajednica (poslodavci, mišljenja porodice). Kod muškaraca je uočen manji broj tzv. zavodljivih i provokativnih fotografija (50% od ukupnog broja analiziranih muških fotografija), jer se takve često smatraju feminiziranim, pa se u tom slučaju potenciraju fotografije sa akcentom na telesne karakteristike. Primećuje se trend u kome i muškarci u većem broju posvećuju pažnju svom izgledu, što potvrđuju i dobijeni rezultati. Takođe, kao što je već navedeno, prisutna je i doza takmičenja na socijalnim mrežama, pa su fotografije još jedan element kojim se pokazuje svoja uspešnost/atributi i sl.

Aplikacije za četovanje i rangiranje omogućavaju veće samopouzdanje ukoliko dobijemo pozitivnu povratnu reakciju od nama nepoznatih osoba. Na taj način postajemo slobodniji i otvoreniji za dalju komunikaciju. Iako su pojedini ispitanici tvrdili da su isti na internetu i van njega, bili su saglasni sa drugima da komunikacija u virtuelnoj sredini olakšava razgovor, oslobađa nas stega i postajemo hrabriji, jer nam se čini da tu možemo reći šta god želimo. Ispitanici

onlajn upitnika izrazili su neslaganje (71%) sa tvrdnjom *Dopada mi se što na internetu mogu da budem drugačiji/da izmenim ono što mi se ne dopada na meni*. Metodom intervjua su dobijeni kontradiktorni odgovori koji potvrđuju da poneki ispitanici menjaju svoje osobine u virtuelnom okruženju. Nesklad u odgovorima može pokazati da ispitanici nesvesno u virtuelnim zajednicama menjaju neke svoje osobine, ali i da smatraju da se tim promenama ne udaljavaju suviše od svojih osobina i temperamenta.

4.3. Omladina i virtuelne zajednice

Omladina je značajna za istraživanje kako bismo prepoznali obrasce i načine razmišljanja generacije koja odrasta u digitalnoj eri. Ispitanici u prethodnim istraživanjima su većinom bile osobe koje su tokom odrastanja živele u drugačijim tehnološkim uslovima, te je njihova promena rezultat prilagođavanja nastalom virtuelnom prostoru. Za razliku od njih, mlađi ispitanici kreiraju identitet i socijalne odnose u kombinaciji virtuelnog/fizičkog prostora.

Ukoliko bismo rekli internet ili preciznije virtuelne zajednice asocijacija kod navedenih ispitanika sigurno bi bila Fejsbuk. Procenat ispitanika koji poseduju Fejsbuk profil iznosi 100%. Iako je granica za pravljenje profila 13 godina, većina nije poštovala navedeni uzrast i lažno je prijavila svoje godište prilikom registracije.

Uprkos tome što i sami smatraju da sa razlogom postoji granica i da su rano napravili profil, to ih nije sprečavalo da postanu deo ove virtuelne zajednice. Najčešće se kao razlog navodi da su svi u društvu imali profil, pa su i oni želeli da budu deo tog „druženja“. Takvi odgovori nameću naredno pitanje *Da li je neko ko nema profil izostavljen iz društva*. Odgovor na ovo pitanje stvara važnu podielu, jer prikazuje šta za omladinu znače socijalne mreže i koliko su bitne u njihovom poimanju druženja.

Kada pogledamo kvantitativne rezultate, oni idu u korist shvatanju da je Fejsbuk mesto za druženje, igre i komunikaciju, a manje za razdvajanje prema popularnosti (65% se ne slaže sa postavljenim pitanjem, 35% se slaže). Dodatni problem nastaje, jer se čak i informacije bitne za učenje i studiranje dele putem ove mreže, te korisnici koji ne poseduju profil ostaju uskraćeni za informacije. Komentari korisnika dobijeni istraživanjem ukazuju na protivrečne stavove o izopštenosti onih koji nemaju profil na Fejsbuku:

„Nije izostavljen, ali je drugima čudno što nema profil, pa zapitkuju i misle da ta osoba nema, jer neće da objavljuje svoje slike (nije dovoljno lepa).“

„Pitaju ga ostali zašto nema profil, ako kaže da mu roditelji ne daju rugaju mu se i govore kako tebi roditelji mogu da zabrane.“

„Nije, i ja razmišljam da ugasm profil jer mi oduzima previše vremena.“

„Nije izostavljen, komuniciramo putem Vibera i WhatsApp-a.“

„Više ga cenimo, on više izlazi, druži se nego mi. Mi smo se navukli.“

„Da, jer je manje kul.“

„Da, jer ima samo prijatelje iz škole.“

„Verovatno se oseća izostavljeno, kada mi pričamo o dešavanjima na Fejsbuku.“

Ispitanici koji su odgovorili da osoba bez profila nije izostavljena iz društva, to potvrđuju rečima da sa njima komuniciraju putem drugih digitalnih platformi. Takođe, neki od njih već osećaju prezasićenje, pa najavljuju da i sami razmišljaju da obrišu profil ili primećuju da osobe bez njega više vremena provode u tradicionalnim oblicima druženja. Votkins (Watkins) tvrdi da se među korisnicima društvenih mreža nailazi na osobe koje osećaju pritisak okruženja, jer smatraju da ukoliko ne budu deo te virtuelne zajednice, postaće otuđeni i u oflajn životu (prema Kekić, 2015: 67). Zabrinjavajući je podatak da je većina ispitanika rekla kako bi želela da više vremena provodi u druženju napolju sa prijateljima, ali da često oni pre biraju da budu u kući, pri čemu se na kraju sastaju i druže – upravo na Fejsbuku.

Iako ispitanici tvrde da ne prihvataju nepoznate osobe za prijatelje i u određenoj meri daju socijalno poželjne odgovore, na njihovim odgovorima u nastavku intervjuja se otkriva da se oni ne pridržavaju uvek saveta srazmernim njihovim godinama. Jedna od ispitanica uzrasta osnovne škole izjavila je kako je upoznala uživo sve prijatelje sa kojima je stupila u kontakt putem Fejsbuka, odnosno nepoznate osobe. Ona smatra da na taj način širi krug svojih prijatelja, iako sa većinom od tih osoba ni ne razgovara. Poput nekadašnjeg hobija sakupljanja i menjanja sličica, stvara se virtuelni hobi prikupljanja i razmenjivanja „prijatelja“.

Na pitanje *Da li na Fejsbuku postoji nadmetanje, u vidu slika, broja prijatelja, lajkova* ispitanici su većinom (75%) odgovorili da, potvrdivši da je ova virtuelna zajednica često prostor za izražavanje popularnosti. Prema odgovorima, u tome

prednjače devojčice „koje žele da budu u centru pažnje i da svi vide koliko su popularne“ (komentar ispitanika). Stvaranje pozitivnog imidža na Fejsbuku prema upoređenim rezultatima iz prethodnih istraživanja počinje već u ranom uzrastu, da bi se sa godinama ta borba za popularnošću nastavila.

Na pitanje *Da li ti je komunikacija u virtuelnom prostoru podjednako realna i kvalitetna kao ona van njega* ispitanici su uglavnom isticali da komunikaciju na internetu koriste u druge svrhe (dogovaranja, pitanja oko domaćih zadataka, ćaskanje). Ispitanici koji su rekli da im je komunikacija uživo kvalitetnija, istakli su da se tokom nje zajednički smeju i da se nakon virtuelne komunikacije ponekad osećaju usamljeno, kao da su razgovarali sa kompjuterom, a ne osobom. Ispitanici koji smatraju da je komunikacija ista, bez obzira na prostor u kome se odvija, istakli su da im internet omogućava komunikaciju sa više prijatelja, koja kod njih stvara osećaj obaveštenosti. Rezultati pokazuju da deca smatraju da i pored velike količine vremena provedene na internetu i u virtuelnim zajednicama (prosek kod ispitanika iznosi 2,5 sata) više vremena u toku dana provode u komunikaciji van onlajn prostora. Nekoliko ispitanika je izjavilo da je tokom celog dana na internetu, pomoću mobilnih telefona, i da stalno proverava da li ima novih poruka i dešavanja.

Pored Fejsbuka, ispitanici u znatno manjoj meri koriste i neke druge virtuelne zajednice. Kod dečaka su to igrice fantazije i forumi posvećeni tim igricama, a kod devojčica blogovi i Instagram za praćenje fotografija prijatelja i poznatih ličnosti. Ispitanici takođe koriste i virtuelne aplikacije za dopisivanje (Viber, WhatsApp), ali koje se zbog svoje prirode ne mogu svrstati u virtuelne zajednice.

5. Diskusija

Neprestani razvoj tehnologije je razlog zbog kog ne možemo prihvatiti dobijene rezultate kao nepromenljive, jer se situacija i potencijalni efekti svakodnevno menjaju i povećava se njihov uticaj na naše živote. Dobijeni rezultati se ipak mogu smatrati reprezentativnim, jer u poređenju sa brojnijim istraživanjem *Praćenje korišćenja novih medija* (Ipsos, 2012) možemo uvideti rezultate koji se preklapaju. U skladu sa time dobijene podatke moramo kritički razmotriti, svesni prostora za njihovu promenu u narednom periodu.

Rezultati koji ukazuju na visok procenat osoba koje virtuelne zajednice koriste za prikazivanje sopstvenih uspeha i na osećaj da drugi imaju zanimljiviji socijalni život idu u prilog hipotezi da socijalne mreže mogu uticati na nezadovoljstvo korisnika. Virtuelne zajednice nisu samo deo interneta, već i života

u fizičkom svetu, što pokazuju rezultati da i van onlajn sveta, razgovaramo i delimo iskustva o dešavanjima u njemu. To pokazuje da je virtuelni život za njegove korisnike podjednako stvaran, kao i onaj koji živimo u tradicionalnim zajednicama. Brojna prijateljstva se sklapaju u virtuelnim zajednicama, ali se mali broj njih prenese i u život van mreže, što pokazuju rezultati istraživanja *Praćenje korišćenja novih medija* (Ipsos, 2012), gde je prosek prijatelja 401, a od toga su korisnici upoznali 13 osoba od 94 čije su prijateljstvo prihvatili, a ne poznaju ih. Rezultati upitnika koje je autor rada kreirao pokazuju nešto drugačije rezultate – 50% se ne slaže sa tvrdnjom *Upoznao/la sam osobu sa kojom sam se dopisiva/la na internetu*, dok se 33% slaže i 10% ispitanika je upoznalo neku od nepoznatih virtuelnih prijatelja. Razlika u rezultatima može upravo pokazati da se situacija između dva istraživanja, sprovedena u vremenskom razmaku od dve godine menja i da je uticaj virtuelnih zajednica postao vremenom još značajniji i prisutniji u oflajn svetu.

Oba istraživanja su dobila podatke da se korisnici sve češće konsultuju sa virtuelnim zajednicama, a najviše na forumima, pri odlučivanju o određenoj kupovini. Digitalna pismenost nam omogućava da maksimalno iskoristimo dobijene informacije, kombinujemo izvore i odaberemo opciju koja nam najviše odgovara. Mogućnost izbora je prednost koju nam internet pruža – izbor prijatelja, partnera, kupovine, posla, vesti. Razlika u odnosu na prošle generacije nije u manjku vremena, već je reč o veličini izbora sa kojima se ljudi susreću i dnevnim aktivnostima za koje smatraju da su dužni da uključe u svoj dan.

Istraživanja fokusirana na različitost ponašanja u virtuelnim zajednicama i van njih pokazala su koje sve metode članovi upotrebljavaju u virtuelnim zajednicama (fotografije, slobodnije izražavanje) kako bi se izdvojili u tom prostoru. Festingerova *teorija socijalnog poređenja* (Festinger, 1954) ukazuje na to da osobe koje su nesigurne u svoje sposobnosti i mišljenja, imaju tendenciju da se uporede i ocenjuju tako što se upoređuju sa drugima sličnim njima. Luker-Harrington (Lucker-Harrington, 2001) tvrdi da su u slučaju tinejdžera stavovi prijatelja posebno značajni, jer se kolektivna svest vršnjaka često posmatra kao odrednica samopoštovanja (Merskin, 2006.). Takođe, prema autorki Šajli Mari Tiel (Shayli Marie Thiel), žene i muškarci na svojim fotografijama prikazuju njihovu interpretaciju svog pola i načina na koji ona/on treba da izgleda i da se ponaša (prema Sibak, 2007). Njihova perspektiva je zapravo odraz naučenog, odnosno ideje koju određena kultura i okruženje promovisu i koju su oni usvojili, zatim je iz fizičkog sveta preneli i u virtuelne zajednice. Društvene mreže čak i ne nude opciju „nesviđanja”, jer je prema njima jedino prihvatljivo

da prikazujemo deo života na koji će drugi odreagovati sviđanjem, odnosno lajkom. Kako ispitanik jednog drugog istraživanja kaže: „Stvara se ta neka utopija, svako na svoj profil kači nešto što je najbolje iz njegovog života. Tako sebe prikazuju najboljim mogućima. Na tom Fejsbuku izade da su oni savršeni, a uopšte nisu. Ti ljudi se osećaju jako loše zato što misle da je život ostalih bolji nego njihov“ (Kekić, 2015: 69).

U istraživanjima je najveći broj ispitanika pripadao uzrastu omladine, jer je uticaj digitalnih tehnologija i virtuelnih zajednica na njihov život možda i najuočljiviji, jer su za razliku od drugih uzrasta veći deo svog života koristili napredne tehnologije, bez kojih teško da mogu da zamisle svakodnevni život. Vim Ven (Wim Veen), šef katedre za tehnološko obrazovanje, naziva nadolazeće generacije *Homo Zappiensima*, što označava osobe koje odrastaju koristeći mobilni, daljinski i kompjuter za brzinsko skeniranje informacija (prema Bonjić, 2013:180).

Omladini je istovremeno omogućeno i da bude najugroženija i da ima znatno veće mogućnosti izbora zahvaljujući dostupnosti tehnologije. Nezadovoljavajući nivo edukacije mladih o efektima i mogućnostima virtuelnih zajednica prisutan je i u školskom, ali i u kućnom obrazovanju. Na pitanje *Da li na nekom predmetu u školi učite o prednostima i nedostacima interneta (pretnjama, mogućnostima)* većina ispitanika je odgovorila negativno (50%). Odgovori ispitanika pokazali su da roditelji pre prepoznaju uticaj novih oblika grupisanja na decu – 45% ispitanika je potvrdilo da im roditelji govore o toj temi (kod nekih ispitanika čak i svakodnevno), 15% je odgovorilo ponekad, a 40% je odgovorilo odrično. Mladi ispitanici najčešće smatraju da im edukacija iz ove oblasti nije neophodna, jer već sve sami znaju o toj temi. Do saznanja stižu razgovorom sa vršnjacima ili se upravo putem interneta samoedukuju. Njihovi postupci u virtuelnim zajednicama ipak pokazuju da je stručni pristup potreban kako bi se vreme provedeno u virtuelnom prostoru usmerilo ka mogućnostima, a ne pretnjama. Obrasci koji se ponavljaju takođe ukazuju na važnost edukacije. Prerana upotreba socijalnih mreža, kršenjem postojećih starosnih granica kako bi se pridružili prijateljima i u virtuelnom prostoru, zatim takmičenje za lajkove i prijatelje, zlostavljanje i ruganje, postavljanje provokativnih fotografija, svi ti postupci ukazuju na dečiju potrebu za pažnjom i imitacijom prihvaćenih modela ponašanja ponuđenih kroz okruženje i medije.

Hipoteza *Omladina više slobodnog vremena posvećuje virtuelnim zajednicama, nego li primarnim i sekundarnim grupama u fizičkom prostoru* nije potvrđena u ovom istraživanju. Uprkos tome, neki od ispitanika su izjavili kako su

„navučeni“ i kako ne bi mogli bez interneta, kao i da više puta u toku dana proveravaju vesti i poruke na socijalnim mrežama. Za razliku od ispitanika u autorovom istraživanju, stariji članovi virtuelnih zajednica poseduju brojnije identitete razvrstane po forumima, blogovima, igricama, čet grupama i socijalnim mrežama. Nekorisnici najpopularnije društvene mreže Fejsbuk za razliku od korisnika češće su svesni negativnih strana virtuelnog zajedništva. Njihov pogled na navedenu mrežu predstavlja aktivno, kritičko tumačenje dostupnih sadržaja, kao i manjak potrebe za nadgledanjem okoline, deljenjem privatnosti sa drugima i potvrđivanjem sopstvenog identiteta. (Kekić, 2015: 73).

Širenje digitalne tehnologije može uticati na stvaranje još privlačnijih platformi koje će izvlačiti pažnju i vreme, kako mladih, tako i starijih članova virtuelnog prostora. Mogući razvoj virtuelnih aplikacija i zajednica za umrežavanje dodatan je razlog da se ova tema uvrsti u obrazovni sistem, od početnog, pa do najvišeg nivoa.

6. Zaključak: Šta nas čeka u virtuelnoj budućnosti?

Nakon dobijenih rezultata autorovih istraživanja i poređenjem sa već postojećim možemo tvrditi da su pojedine hipoteze potvrđene. Pokazano je da dešavanja u virtuelnom svetu nekad i nadjačaju ona u fizičkom prostoru, poput vrednovanja važnosti i popularnosti u zavisnosti od broja „lajkova“. Takođe, vreme i pažnja posvećeni događajima u virtuelnim zajednicama pokazuju njihov značaj za korisnike. Tako je potvrđena hipoteza da je *Život u virtuelnim zajednicama za članove podjednako stvaran, kao i život u fizičkom svetu*.

Hipoteza *Osećaj usamljenosti i nezadovoljstva se povećava sa vremenom provedenim na „društvenim mrežama“* je delimično potvrđena. Nezadovoljstvo je uočeno kao posledica nadmetanja i takmičenja u kategoriji ko će svoj život predstaviti interesantnijim i privlačnijim. Osećaj usamljenosti je potvrđen rečima mladih da se okreću virtuelnim zajednicama kada njihovi prijatelji ne pristaju na druženje uživo, ali oni smatraju da komunikacijom u virtuelnom prostoru prevazilaze usamljenost modernog doba.

Iako je hipoteza da *Virtuelne zajednice pružaju nove mogućnosti za kreativno izražavanje* potvrđena, još uvek nedovoljan broj članova virtuelnih zajednica uviđa značaj ove prednosti interneta.

Hipoteza *Virtuelne zajednice omogućavaju da se pretvaramo da smo neko ko bismo želeli da budemo* je takođe delimično potvrđena. Razlog za to je u suprotnosti odgovora ispitanika i njihovog ponašanja. Ispitanici smatraju da ih na internetu ne privlači mogućnost da budu drugačiji nego što jesu, ali su pritom

hrabriji i otvoreniji u virtuelnoj komunikaciji (što i sami potvrđuju). Rezultati manifestuju i da ispitanici kontrolišu i analiziraju sadržaj koji postavljaju u virtuelnim zajednicama, odnosno prave selekciju u skladu sa time šta misle kako će drugi reagovati na objavljene slike, komentare i slično. Takođe, druge osobe procenjuju prema sadržajima na njihovim profilima, što nam pokazuje da ipak postoji nepodudaranje između onoga što jesmo i onoga što u virtuelnoj zajednici prikazujemo da jesmo.

Početna hipoteza koja nije potvrđena u ovom radu je *Omladina više slobodnog vremena posvećuje virtuelnim zajednicama, nego primarnim i sekundarnim grupama u fizičkom prostoru*. Odgovori mladih ispitanika pokazali su da i pored velike količine vremena provedene na internetu, komunikacija i druženje uživo za njih imaju veću važnost. Porast dostupnosti interneta i virtuelnih zajednica putem mobilnih telefona može doprineti da se mladi odvoje od kompjutera, ostanu deo virtuelnog prostora i istovremeno komuniciraju sa osobama u oflajn okruženju.

Pored razmatranja istinitosti hipoteza koje ukazuju na pozitivne i negativne efekte učešća u virtuelnim zajednicama, u ovom radu je prikazano na koji način prednosti i nedostaci Intreneta utiču na život ljudi van njega. Kao pozitivne psihološke efekte možemo izdvojiti: smanjen strah u suočavanju sa nepoznatim, nastao kao posledica obaveštenosti i informisanosti, zatim podsticanje radoznalosti i želje za saznanjem, kao i mogućnosti da sami postanemo izvor informacija, što podstiče individualnu kreativnost i šanse da budemo inovatori. Socijalni efekti proizašli iz prednosti virtuelnih zajednica su: razvijanje slobode govora i nepostojanje tabu tema, stvaranje javnog mnjenja u prostoru lišenom cenzure klasičnih medija, organizovanje socijalnih protesta kao preduslova za razvoj socijalnih pokreta, prevazilaženje hijerarhije i razlika, širenje kruga poznanstava van teritorijalnih i vremenskih granica, kao i porast dostupnih mogućnosti i izbora u donošenju odluka.

Virtuelne zajednice utiču na živote ljudi i na negativan način, stvaranjem razvijenih oblika pretnji i zloupotreba. Među socijalne efekte značajne za društvo svrstavamo: praćenje trendova (poput objavljivanja neprikladnih fotografija) koji ostaju zabeleženi u virtuelnom prostoru, deljenje ličnih podataka koji olakšavaju praćenje i zloupotrebu, stvaranje zavisnosti, neprepoznavanje objektivnih i politički plasiranih vesti i komentara, prihvatanje stranih termina i žargona koji utiču na siromašenje jezika i kulture, kao i uspostavljanje cenzure kao rešenja vlasti u borbi protiv demokratije i dostupnosti informacija. Psihološki negativni efekti vide se u stvaranju nesigurnosti usled stalnog nadmetanja

na socijalnim mrežama, kao i u odlaganju obaveza, gubitku koncetrancije i rastrzanosti između podeljene pažnje na virtuelni i fizički svet.

U zavisnosti od očekivanih scenarija budućnosti interneta, razvijaće se i prednosti i nedostaci virtuelnih zajednica, a sa njima i uticaj na psihološke i sociološke posledice u tradicionalnom društvu. Nesigurnost predviđanja ne može nam ukazati šta je to što možemo očekivati, za šta se pripremati ili pokušavati da zaustavimo. Ono što se može uraditi tiče se sadašnjeg trenutka i prepoznavanja značaja edukacije o ovoj temi od osnovnog do fakultetskog obrazovanja. Ukoliko se edukacijom informišemo o postojećim i potencijalnim efektima, možemo ih i izmeniti, ali i spremno dočekati nastavak razvoja digitalnog doba.

Literatura

- Bodroža, B., Jovanović, S. & Popov, B. (2008). Latentna struktura ponašanja u virtuelnim društvenim zajednicama i njegove relacije sa socijalnom anksioznošću. *Primenjena psihologija*, 1(1-2): 19–35.
- Bubonjić, M. (2013). Odrastanje u digitalnom dobu. *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem*, 27(8): 179–184.
- Hillery, G. A. (1955). Definitions of Community: Areas of Agreement. *Rural Sociology*, 20: 111–123.
- Hinić, D. (2008). Simptomi i dijagnostička klasifikacija internet zavisnosti u Srbiji. *Primenjena psihologija*, 2(1): 43–59.
- Ipsos Media (2012). *Praćenje korišćenja novih medija*. Posećeno: 1. 12. 2014. URL: http://www.mc.rs/upload/documents/saopštenja_izvestaji/2012/120712_IPSOS-koriscenje-novih-medija.pdf.
- Istraživanje o iskustvima i ponašanjima djece na internetu i na društvenoj mreži Facebook*. (2013). Hrabri telefon i Poliklinika za zaštitu dece grada Zagreba

- Posećeno 18. 12. 2014: URL: <http://www.poliklinika-djeca.hr/istrazivanja/istrazivanje-o-iskustvima-i-ponasanjima-djece-na-internetu-i-na-drustvenoj-mrezi-facebook-2/>.
- Jones, S. (2001). *Virtuelna kultura – Identitet i komunikacija u kiber društvu*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Kahne, J., Westheimer, J. & Hope King, S. (1996). Visions of Community and Education in a Diverse Society. Posećeno: 27. 11. 2014. URL: http://hepg.org/her-home/issues/harvard-educational-review-volume-66-issue-4/herarticle/_248.
- Katz, J. & Rice, R. (2002). *Social Consequences of Internet Use: Access, Involvement, and Interaction*. Cambridge, Mass.: Massachusetts Institute of Technology
- Kekić, A. (2015). Zašto studenti ne koriste Fejsbuk? Razlozi nekorišćenja i percepcija korisnika. *CM: Časopis za upravljanje komuniciranjem*, 33(10): 57–78.
- Kupainen, R. (2013). Young people's creative online practices in the context of school community. Posećeno: 24. 12. 2014. URL: <http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2013011605&article=8>.
- Radojičić, M. (2008). *Istraživanje virtuelnih zajednica i javnog mnjenja na internetu*. Beograd: Službeni glasnik.
- Republički zavod za statistiku (2014). *Upotreba informaciono –komunikacionih tehnologija u RS*. Beograd: Republički zavod za statistiku. Posećeno: 28. 12. 2014. URL: http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/repository/documents/00/01/50/47/Saopstenje_2014.pdf.
- Sibak, A. (2007). Reflections of RL in The Virtual World. Posećeno: 8. 12. 2014, URL: <http://www.cyberpsychology.eu/view.php?cisloclanku=2007072301&article=7>.
- Stanković, B. (2011). Stalni strah od bliskosti - Intervju sa Šeri Terkl. Posećeno: 20. 2. 2015, URL: <http://www.politika.rs/rubrike/Kultura/Stalni-strah-od-bliskosti.lt.html>.
- Terkl, Š. (2011). *Sami zajedno*. Beograd: Clio
- VIP, Ipsos, GFK i onSpot (2014). *Kako mladi u Srbiji koriste mobilne uređaje*. Posećeno: 28. 11. 2014. URL: <http://www.vipmobile.rs/upload/documents/Infografika.pdf>.

PARTICIPATION IN VIRTUAL COMMUNITIES: ONLINE AND OFFLINE LIFE

Summary: The purpose of the research is to establish the consequences of participation in virtual communities on the life in the physical world among electronically literate individuals. In the paper, possibilities and threats of one's presence in online communities are presented, and observed from a sociological and psychological perspective of influence on the life in a group and individual changes.

Data collection techniques conducted for the research include online questionnaire with scales of assessment aimed for measuring the intensity of attitudes and behavior on a selected sample of 100 respondents, 20 semi-structured in-depth interviews on a stratified random sample of primary and secondary school children, as well as systematic observation of image creation through the photos on virtual profiles on the sample of 238 members of Facebook.

Internet made possible for everyone to become a public figure, and with that, the image that we send to others became a better version of us. The results of the research confirmed the hypothesis that life in virtual communities is equally realistic and sometimes stronger than events in the physical world. Hypotheses that are also confirmed relate to the feeling of frustration and competition on social networks, change of identity and behavior on the network. The hypothesis which claims that the youth spend more time in virtual communities, rather than in traditional ones is not confirmed in this study. The conclusion derived from comparisons of the author's and existing research in the field of virtual communities points to the necessity of education and assistance from the education system, in order to prepare new generations not only for the technological understanding of virtual live, but also for recognition of its influence on offline life.

Key words: cyber psychology, cyber sociology, virtual communities, Internet, Facebook