

Средња стручна школа „Свети Сава“

Бујановац

**МЛАДИ И ДИГИТАЛНИ МОЛОХ: УГРОЖЕНА ИЛИ НОВА ДРУШТВЕНОСТ**

Ученица

Дуња Митић III/3

Ментор

Петар Манасијевић

## САДРЖАЈ:

УВОД.....	3-4
<b>1. ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ ДИГИТАЛНОГ ДРУШТВА.....</b>	<b>5</b>
1.1. Друштвена конструкција интернета.....	5-6
<b>2. КОМУНИКАЦИОНА УПОТРЕБА ИНТЕРНЕТА.....</b>	<b>7-8</b>
2.1. Употреба интернета у Србији.....	9-11
<b>3. ИСТРАЖИВАЊЕ: КОМУНИКАЦИЈА И ДРУШТВЕНОСТ МЛАДИХ УПОТРЕБОМ ИКТ</b>	
3.1. Методологија истраживања.....	11-12
3.3.5. Резултати истраживања и анализа.....	12
Димензија 1: Употреба интернета.....	12-13
Димензија 2: Комуникација на интернету.....	14-15
Димензија 3: Прокреативност на интернету.....	15-16
Димензија 4: Онлајн, офлајн и комбинована пријатељства.....	16-17
<b>ЗАКЉУЧАК.....</b>	<b>18</b>
<b>ЛИТЕРАТУРА.....</b>	<b>19</b>
<b>ПРИЛОГ.....</b>	<b>20-27</b>

## УВОД

Свет у коме обитавамо данас је простор наглих промена. Од почетка трећег миленијума десило се више технолошких промена него за 50 година пре тога. Појава друштвених мрежа, паметних телефона и других уређаја у потпуности је променила начин како комуницирамо међусобно, како размишљамо, како трошимо време и новац, како привређујемо. Десиле су се огромне промене у економији, култури, психологији, друштву.

Дигитални свет данашњице омогућава корисницима брзи приступ информацијама. Све више постајемо корисници е-поште, е-управе, е- куповине, е-туризма, посетиоци виртуелних е-музеја, имамо свет е-пријатеља, е-места за причу и дружење. Међутим, интернет је првенствено постао снажан комуникациони медиј. Он је отворио пут у нови недодирљиви виртуелни простор, дозволивши онима који тамо одлазе да га сами креирају. За многе његове кориснике интернет је место сусрета, готово реално, као и свако друго место.

Постојали су и још увек постоје скептици по питању дигиталног света – који истичу угрожавање друштвености и односа, али је сада релевантно питање како искористити потенцијале истог и усмерити кориснике. Није дигитално - нереално. Напротив, оба света се међусобно прожимају.

У овом раду покушаћу да одговорим на нека питања која се тичу младих у свету дигиталних технологија: Колико млади користе дигиталне технологије, на који начин користе време које проведу поред паметног уређаја, како се друже у виртуелном свету- карактеристике нове друштвености? Дакле, заступам идеју о новој друштвености која не значи масовно отуђење, већ поновну интеграцију на другачијем основу. Гиденс то карактерише као дислокацију наспрам поновне интеграције (Гиденс, 1990). Испрва отуђени, да би се поново, дигитално повезали.

Циљ рада, у целини, јесте да се покаже да ли дигитални Молох доноси ризике и како се мења друштвеност. Да ли се обистињује техницистички песимизам по питању утицаја технологија, у нашем случају на друштвеност, или ми имамо само нову форму друштвености, и не мора да значи да односи у дигиталном свету **не могу** бити квалитетни, да у крајњем случају имамо умрежени индивидуализам.

У изради рада користићу секундарну анализу радова већ рађених на ову и сличне теме, анализираћу резултате истраживања и сама ћу урадити истраживање путем анкете на случајном узорку младих људи.

Циљеви рада су установити:

- Да ли су дигиталне технологије и мреже неизоставни део свакодневице младих људи.
- Да ли је присутна прокреативност на интернету код младих.
- Да ли млади граде квалитетне односе у дигиталном свету.

Моје полазне хипотезе су следеће:

X1: Млади свакодневно користе дигиталне технологије и интернет.

X1.2: Главни разлог коришћења је остваривање потребе за друштвеношћу.

X1.2.1: Млади најчешће одржавају контакт са људима из окружења путем дигиталних технологија и интернет мрежа.

X1.2.1.1. Офлајн пријатељства уступају место комбинованим пријатељствима.

X2: Постоји значајан степен прокреативности код младих данас.

X2.1: Као резултат прокреативности развијају се и емотивно - пријатељски односи.

X2.2: Не успостављају се само хомофилијски контакти.

# 1. ОСНОВНЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ ДИГИТАЛНОГ ДРУШТВА

## 1.1. Друштвена конструкција интернета

Дигитално друштво је заједница у којој се сва поља човековог живота и рада и целокупно окружење организују уз помоћ дигитализованих информација. Оне се обрађују перманентно, често у реалном времену, и служе као основа за много поузданија сазнања и квалитетније одлуке. Дигитално друштво ствара и читав низ сасвим нових канала и алатки за практично деловање, које су потпуно различите, знатно моћније, брже и ефективније, у односу на оно што је на том плану нудило класично преддигитално друштво. Данас по подацима са сајта *Data<sup>1</sup> Reportal*, интернет користи око 4,95 милијарди корисника или 62,5% укупне светске популације.

Важна одлика дигиталног друштва је поље друштвеног повезивања и комуницирања, а управо ови поменути програми омогућили су умрежавање и стварање виртуелног простора за комуникацију између непознатих корисника. Интернет поприма и обележје друштвене заједнице када се на њему почињу формирати групе које везују пријатељство, заједничка интересовања и циљеви. У том смислу ове теме се могу поделити у две велике групе:

1. Утицај интернета на друштвеност (интензивирање комуникације vs. њено осиромашење; већа друштвена укљученост vs. друштвена изолација. Интернет зависност).

2. Друштвени односи на интернету (виртуелне заједнице, виртуелни идентитет, виртуелна култура) (Петровић, 2008:25). Овај рад бави се првом групом тема, утицајем интернета на друштвеност.

Модерно друштво је уско везано са технологијом: са растом и развојем друштва, расте и технологија, и у једном трену раст технологије усмерава и потпомаже раст друштва. Нераскидива је међусобна веза раста и напредовања друштва и раста и развоја технологије. Током 19. века технологија је доживљавана као нова, често аутономна, сила В. Ф. Огбурн (Огбурн, 1968:55) сматра да се:

---

1 <https://datareportal.com/>

„...У много значајних случајева у прошлости промена, најпре догодила технологија која је изменила економске ситуације, оне су пак измениле друштвену организацију и организацију јавне власти, а ове су коначно измениле друштвена веровања и филозофије.“

У другој половини 20. века развијају се приступи који сматрају да је технологија специфичан систем који представља средство ултимативне моћи и друштвене контроле - Маркузеова критичка теорија технологије (Маркузе, 1977: 146). Данас, један од најактуелнијих ставова у проучавању односа технологије и друштва јесте онај који се развија у оквиру теорије друштвеног конструктивизма под називом *друштвена конструкција технологије* (Маклуан, 1971). Најзначајнији представници овог правца су Х.М. Колинс, Т. Пинч, В. Е. Бајкер. Пинч и Бајкер залагали су се фузију социологије науке и социологије технологије. По Пинчу и Бајкеру један од најважнијих задатака приступа друштвеној конструкцији технологије је у разумевању процеса употребе и усвајања технологије релевантних интересних друштвених група које заступају различите ставове. По њима технологија није наметнута споља него је она производ динамичне интеракције релевантних друштвених актера. Због тога развој технологије није линеаран већ мултидирекциони. Технологија и друштво представљају један испреплетени контекст. Гиденсов Молох модерности управо указје на дијалектички однос актера и околности или структуре (Златар, 2008:167). Створили смо технологију и интернет и то утиче на развој међуљудских односа, али и ми као креатори и актери имамо моћ и могућност да усмеравамо и прилагођавамо. Ми смо кормилари на таласу дигиталног Молоха. Надовезујући се, Кастелс и Велман користе појам умреженог индивидуализма (Петровић, 2008), који показује утицај актера да се кроз дигитални свет реукорењује (задржавајући аутономију и индивидуалност), мада условљен ширим друштвеним односима, где је интернет и технологија само погодно тло. Када је реч о улози „просечног“ корисника његов утицај је различит од технологије до технологије. Када је реч о употреби интернета велику улогу у усмеравању правца његовог развоја имали су, пре свега, његови рани корисници – млади људи, натпросечног образовања и материјалног статуса, поникли у слободарској култури нових друштвених покрета шездесетих и седамдесетих година прошлог века. Али његови креатори су и данашњи „просечни“ корисници, који чине хетерогену групу, али са очигледно хомогеним потребама – да буду у вези. Управо ова потреба чини да се

**интернет конституише као најмоћније комуникационо средство. Али не само средство, већ и окружење у коме се формирају и функционишу односи.**

## **2. КОМУНИКАЦИОНА УПОТРЕБА ИНТЕРНЕТА**

Све до појаве интернета, улога комуникационих технологија се сводила на усавршавање преноса порука на даљину. Свако ново комуникационо средство дало је свој допринос чинећи пренос порука на даљину бржим, масовнијим, јефтинијим. Интернет је у себи инегрисао све претходно познате видове преноса порука, додатно их персонализујући. Појединац сада, лакше него икада, из свог дома може слати текстуалне, аудио или видео поруке, повезујући се на тај начин са другим људима без обзира на просторно- временска ограничења реалног света. Интернет нам омогућава да ступимо у виртуелни простор и да га сами креирамо. Интернет је трансмисиони канал за комуникацијско посредовање, али и виртуелни простор за успостављање и одржавање друштвених односа. Сходно овоме, по Далибору Петровићу, можемо разликовати две основне интерперсонално-комуникационе функције интернета: трансмисиону и прокреативну. (Петровић, 2013:88).

Интернет врши своју трансмисиону функцију када се употребљава као технолошки канал за посредовање циљане интерперсоналне комуникације на даљину. При циљаној интерперсоналној комуникацији мислимо на комуникацију са особом која има своју e-mail адресу, своје име на Skype-у..

Интернет врши своју прокреативну функцију када се употребљава као простор за друштвену интеракцију. Овде првенствено спада комуникација на онлајн платформама за друштвено умрежавање (ОПДУ) попут Instagram-а, Facebook-а, Twitter-а. Анонимност престаје да буде кључно обележје интерперсоналне интеракције на интернету. Пре настанка ОПДУ простори за друштвену интеракцију на интернету су били причаонице, форуми и блогови, чији су се посетиоци обично идентификовали произвољно изабраним надимцима. То је значило да се највећи број интеракција на овим местима одвија између анонимних особа. Са појавом ОПДУ анонимност све више уступа место јавности учесника интеракције. Па тако, када неко од нас посети свој или

туђ профил на Facebook-у, он тамо среће разне познате и непознате особе али је њихова заједничка карактеристика да оне више нису анонимне.

Два основна обрасца прокреативног понашања су: 1) Успостављање нових друштвених односа на интернету и 2) одржавање друштвених односа у виртуелним просторима интернета. У складу са ова два обрасца виртуелне друштвености разликујемо два типа прокреативности на интернету: *инструменталну прокреативност и ритуалну прокреативност* (Петровић, 2013). Сматра се да је ова подела изузетно важна у циљу јаснијег идентификовања различитих видова онлајн друштвености.

У анализи ритуалне прокреативности полази се од Керијевог (Carey, 1989) схватања комуникације као ритуалног чина, које је применљиво и на виртуелне обрасце комуникације. Према Керијевом виђењу образац комуникације се односи на:

„... процес кроз који се заједничка култура ствара, модификује и трансформише... Ритуално виђење комуникације није усмерено у правцу већег домашаја порука кроз простор већ у правцу одржања друштва у времену“ (Carey, 1989:43).

Ритуално схватање комуникације је везано за појмове као што су размена, партиципација, заједништво, другарство и поседовање заједничке везе.. Ова дефиниција полази од етимолошке везе појмова комуникација и комуна, односно заједница. Кроз ритуалну интеракцију на интернету формирају се виртуелне заједнице. У овом раду сам ставила фокус на друштвеност, односно карактеристике нове друштвености. Нисам сагласна са Ш. Теркл (2011) која говори о томе да смо сами заједно, да смо усамљени, да је друштвеност угрожена. На другом крају спектра одвија се оно што Кастелс назива **умреженим индивидуализмом**. Ослањајући се на теорије друштвених мрежа, аутори закључују да се путем информацијско-комуникацијских технологија стварају „персонализоване мреже“: за разлику од пријашњих мрежа, у њих се млади повезују на основу заједничких интереса или животних стилова, избегавајући тако ограничења задана колективистичким идентитетима и спонама (Кроло, 2011). Према Кастелсу и Велману (Castells, 2001; Wellman, 2001), процес индивидуализације који доводи до разарања традиционалних друштвених заједница и односа, и друго, процес подруштвљавања индивидуализованих појединаца кроз грађење новог, мрежног типа односа (Петровић, 2008). Дакле, када описујемо нову друштвеност имамо у виду умрежени индивидуализам – стварање веза, без препрека, глобално али и потенцијал за



стварање квалитетних онлајн емотивно – пријатељских веза. Према Чејко (Чејко, 2019), у литератури постоје емпиријски налази који указују на то да онлајн интеракције могу бити подједнако интимне и значајне као и интеракције уживо (Кузмановић, Тошковић, 2023:371). Кузмановић наводи како је недовољно испитан квалитет онлајн односа, с тога је додатна мотивација била присутна за обраду ове теме.

## 2.1. Употреба интернета у Србији

Према подацима РЗС<sup>2</sup> из октобра 2023. г. у Републици Србији преко 91% лица у последња три месеца, користи интернет више пута у току дана. У последња три месеца 2023.г. 82,3% популације у Србији, има налог на друштвеним мрежама.

Према резултатима истраживања *Деца Европе на интернету*, на тему Коришћење интернета и дигиталне технологије код деце и младих у Србији, (Кузмановић, Павловић, Попадић, Милошевић, 2019:19), на свакодневном нивоу интернет користи 67% млађих ученика (9-10 година), и 98 % ученика из старосне групе 15-17 година.

Агенција за маркетиншка истраживања Plum Mark, у истраживању из 2018.г. дошла је до података да примарни начин коришћења интернета у Србији је **комуникација**, и то преко Вајбер апликације, који у тиму са другим апликацијама за комуникацију, успева да дневно услужи преко 3 милиона грађана Србије. Да интернет пре свега служи за комуникацију показује чињеница да сервисе за размену података и комуникацију користи свакодневно 72,7% грађана. Овом броју треба додати и 15,4% оних који неколико пута недељно користе апликације за комуникацију (E-mail, Skype, Viber, WhatsApp, Messenger) долазимо до закључка да највећи проценат грађана Србије интернет користи за комуникацију.

Персоналне мреже су један од кључних извора друштвености, подршке, информација, осећаја припадности и друштвеног идентитета у савременом друштву. Интернет као интерперсонални медиј је учинио да људи одржавају своје друштвене везе лакше него икада. Створен је виртуелни простор који је омогућио његовим корисницима да се у њему масовно сусрећу, упознају и комуницирају. Интерперсонална комуникација на

---

2 <https://www.stat.gov.rs/>

интернету изнедрила је **сајберпростор** као *виртуелно друштвено окружење које се изнова производи кроз интеракцију људи путем интернета* (Петровић, 2013:143). Под виртуелним друштвеним окружењима подразумевамо оне просторе на интернету који имају своју виртуелну локацију и чија је основна сврха да омогуће међусобну комуникацију њихових посетилаца. У складу са тим, као виртуелне просторе на интернету идентификовали смо: *форуме, причаонице, виртуелне светове, блогове и онлајн платформе за друштвено умрежавање.*

Далибор Петровић у свом делу „Друштвеност у доба интернета“, долази до емпиријски потврђеног налаза када је реч о прокреативности: да људи који користе интернет за дружење и успостављање нових друштвених веза не показују знаке смањене друштвености у реалном друштвеном окружењу, већ управо супротно. Према Петровићу нема доказа да је друштвеност у сајберпростору негативно повезана са друштвеношћу у реалном простору (Петровић, 2008:151). Управо се овај рад бави темом друштвености на интернету, и покушаћемо да истраживањем покажемо да живимо у свету нове друштвености коју сами креирамо уз помоћ дигиталних средстава комуникације. Интернет нас води ка умрежавању, али посебно место (као тип односа који преовладава и који даје одговор на питање квалитативне сличности/разлике онлајн и офлајн света) заузима пријатељство.

Пријатељство, као облик друштвеног односа и интеракције, у литератури се дефинише на различите начине. Према већини дефиниција, пријатељство је дијадни, реципрочан и привржен однос између вршњака, (Кузмановић, Тошковић, 2023:275). Заједничко за пријатељски однос је емоционална блискост и узајамна подршка. У ери дигиталног дружења јављају се и нови облици пријатељства - онлајн пријатељи. Онлајн пријатељи дефинишу се као добри пријатељи које су млади упознали онлајн (на пример преко веб сајтова за друштвено умрежавање, платформи за играње видео игара, форума, причаоница), с којима се првенствено друже и највећи део времена проводе онлајн. Под офлајн пријатељима подразумевају се особе за које млади сматрају да су им веома добри пријатељи, а које су упознали уживо, првенствено се друже и комуницирају уживо. (Кузмановић, Тошковић, 2023:360). У раној фази онлајн комуникације постојала је стриктна подела на офлајн и онлајн пријатељства, док се данас та граница брише, и јавља се нови облик пријатељства на основу начина комуникације, комбинована пријатељства. Она су последица појаве многих дигиталних алата који омогућавају

младима да одржавају контакте и подстичу комуникацију са постојећим офлајн пријатељима, па се офлајн и онлајн пријатељства прогресивно поклапају.

Добринка Кузмановић је истраживала искуства младих средњошколаца и студената у пријатељским односима, односно везаност за онлајн и офлајн пријатеље (Кузмановић, Тошковић, 2023:363). Резултати истраживања показали су да разлика између офлајн и онлајн пријатељства постаје све више невидљива, да се ова два типа пријатељства не могу више посматрати као потпуно одвојене категорије. Број онлајн пријатеља је у позитивној корелацији са бројем офлајн пријатеља, млади који су друштвено активни у онлајн свету, једнако су активни и у офлајн свету; ако довољно дуго потраје – онлајн однос може бити такође квалитетан. Сходно овоме, можемо рећи да млади користе потенцијале дигиталног света за умрежавање, иако увек постоји простор за злоупотребе истог. Дигитални Молох је још увек зауздан актерима који га свакодневно користе.

### **3.3. МЕТОДОЛОГИЈА ИСТРАЖИВАЊА:**

#### **3.3.1. Реализација истраживања**

Истраживање је реализовано у јануару и фебруару 2024. године. Упитник је дистрибуиран путем веб сајтова за друштвено умрежавање, апликацијама за умрежавање младих у школама, спортским организацијама. Попуњавање упитника било је анонимно.

#### **3.3.2. Врста истраживања и инструменти**

Спроведено је квантитативно, анкетно онлајн истраживање и квалитативно у виду дубинског интервјуа. Испитаницима је задат онлајн упитник са питањима затвореног типа. Први део питања односи се на основне социодемографске податке о испитаницима, други део питања односи се на информатичку писменост, приступ и употребу интернета код испитаника, трећи и четврти део на комуникацију младих путем интернета, пети део на упознавање младих на интернету; шести део се односи на офлајн, онлајн и комбинована пријатељства на интернету. Део питања овог упитника преузет је из дела далибора Петровића *Нови облици друштвеног умрежавања*, (Петровић, 2012: 347). Али се заправо ради о ревидираној верзији истог.

### 3.3.3. Опис узорка

Истрживање је реализовано на случајном узорку. Упитник је онлајн попунило 104 младих, узраста од 15 до 28 година. Девојке и младићи нису пропорционално заступљени, (62) 59,62% је девојака и (42) 40,38% младића. Најмлађи испитаник имао је 15 година, најстарији 28. Ако узраст испитаника поделимо у две категорије, од 15 до 21 године је 60 испитаника (57,69); од 22 до 28 год. 44 испитаника (42,31%). Већина испитаника њих 78 (75%) је са подручја општина Врање и Бујановац. Интервју је рађен са 4 испитаника.

### 3.3.4. Резултати истраживања и дескриптивна анализа

#### Димензија 1: Употреба интернета

Интересантан податак овог истраживања јесте да сви испитаници (100%) поседују неки дигитални уређај, а њих 42 (40,38%) поседуја више од једног дигиталног уређаја. По личној процени, познавање рада на рачунару су оценили на следећи начин:

Познавање рада на рачунару:	Одлично	Добро	Задовољавајуће	Незадовољавајуће	Укупно
Број испитаника/процент	44 (42,31%)	41 (39,42%)	15 (14,42%)	4 (3,85%)	104 100%

Табела 1: Лична процена познавања рада на рачунару

#### Индикатор 1: Приступ интернету.

Ограничен приступ	Неогр. приступ 24 ч.	Нема приступ интер.	Укупно
46	54	4	104
44,23%	51,92%	3,85%	100%

Табела 2: Приступ интернету код испитаника

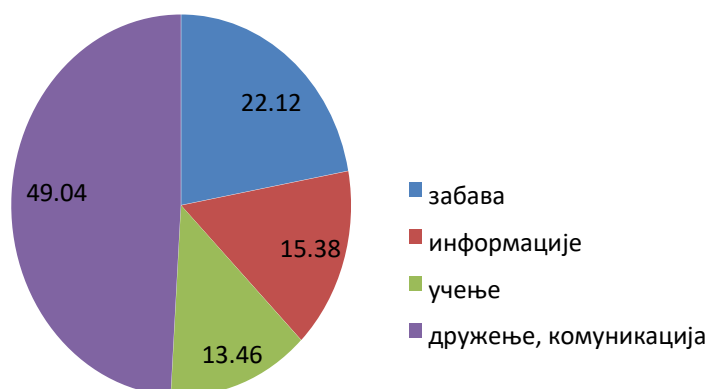
**Индикатор 2: Време проведено на друштвеним мрежама:**

Време пров. на друш. мреж.	1-2 часа	3-5 часова	5-8 часова	више од наведеног	Нема налог друш. мреже	укупно
Бр. исп.	23	36	28	4	13	104
процент	22,11%	34,62%	26,92%	3,85%	12,5%	100%

Табела 3: Време проведено на онлајн платформама за друштвено умрежавање

**Индикатор 3: Најчешћи разлог употребе интернета код испитаника**

Најчешћи разлог употребе интернета



Графикон 1: Најчешћи разлог употребе интернета код младих

Обрађени подаци истраживања, у наведена три индикатора показују да највећи проценат младих има приступ интернету. Млади свакодневно користе друштвене мреже и ОПДУ, највећи број испитаника 36 (34,62%) сакодневно проведе 3 до 5 сати комуницирајући путем друштвених мрежа (табела 2 и 3). Графикон 1 приказује да је дружење и комуникација превасходни циљ употребе интернета код младих, за овај одговор определило се 47 (49,04%) испитаника.

Приказани резултати путем *потврђују прву главну хипотезу* да млади свакодневно користе интернет и технологије, што смо и приказали у теоријском делу рада. Помоћну хипотезу да је главни разлог приступа интернету остваривање потребе за друштвеношћу приказују резултати 3. индикатора приказани графиком 1. Употребом технологија млади креирају нове облике комуникације и друштвености, као што о томе говори и Петровић у делу *Друштвеност у доба интернета*.

## Димензија 2: Комуникација на интернету

### Индикатор 1: Бројност и учесталост интеракција на мрежама

Резултати показују да највећи број испитаника 34 (32,69%) редовно комуницира са већином својих пријатеља и пратилаца сходно тврђењу које смо навели да је интернет снажан интерперсонални медиј.

Број пратилаца/пријатеља	Са веома малим бројем, до 10%	Са мањим бројем до 25%	Са половином око 50%	Са већом до 75%	Са свим 100%	Ни са ким	укупно
Редовно комуницира	17 (16,35%)	24 (23,08%)	25 (24,04%)	34 (32,69%)	0 (0%)	4 (3,85%)	104 100%
Повремено комуницира	36 (34,62%)	23 (22,12%)	17 (16,35%)	18 (17,31%)	6 (5,77%)	4 (3,85%)	104 100%

Табела 4:Процент редовне и повремене комуникације у односу на број пријатеља/пратилаца

### Индикатор 2: Начин оджавања контакта са људима из окружења.

	уживо	телефон	интернет	укупно
Најближи пријатељи	24 (23,07%)	34 (32,69%)	<b>46 (44,24%)</b>	104 (100%)
Најближи рођаци	30 (28,85%)	36 (34,61%)	<b>38 (36,54%)</b>	104 (100%)
Остали пријатељи	23 (22,11%)	<b>41 (40,38%)</b>	40 ((35,51%)	104 (100%)
Остали рођаци	26 (25%)	<b>41 (40,38%)</b>	37 ((34,62%)	104 (100%)
Људикоји живе у другом месту	6 (5,78%)	26 (25%)	<b>72 (/69,22%)</b>	104 (100%)

Табел 5: Начин државања контакта са људима из окружењај

Резултати показују да је интернет најзаступљенији медиј у начину одржавања контакта са блиским пријатељима и рођацима, као и особама које живе у другом месту или држави. И потврђују помоћну хипотезу да млади најчешће одржавају контакте са људима из окружења путем ИКТ. Можемо закључити да комуникација путем интернета полако, али сигурно, потискује све остале облике комуникације, да млади комуникацију посматрају у симбиози са технологијом.

### Индикатор 3: Интернет у функцији побољшања комуникације са другима.

Већина младих 61,54% сматра да су друштвене мреже и алати побољшали његову комуникацију са људима из окружења, 25% сматра да је комуникација донекле побољшана, а 13,46% сматра да није дошло до побољшања комуникације.

### Димензија 3: Прокреативност на интернету

Табела 6: Ниво прокреативности

фреквенција	стално	често	понекад	ретко	никад	Ср.вр.
Упознајем нове људе на Интернету	69	14	10	7	4	4,32
Уживо упознајем људе	32	24	18	12	18	3,38

које сам упознао на Интернету						
Повезујем се путем Интернета са људима које сам раније познавао	33	31	19	17	4	3,69
Посећујем причаонице на Интернету	34	35	19	10	6	3,78
Укључујем се у јавну дискусију на форумима, блоговима, друштвеним мрежама	36	27	20	16	5	3,70
Дружим се са људима на Интернету	29	27	23	19	6	3,52
прокреативност						22,39

Табела 6 показује да је степен прокреативности 22,39 од могућих максималних 30, што представља изражену прокреативност по Петровићу. И код Петровића (Петровић, 2012:278) срећемо високу прокреативност у употреби интернета као средства за остваривање нових начина комуникације, мада је код нас израженија, а што се може објаснити малим местима као једино статистички значајно. Приказани су и разлози за успостављање познанства на интернету код наших испитаника:

1. Зато што сам друштвена особа 46,32%
  2. Зато што тражим људе који имају интересовања (хобије) попут мене 39,53%
  3. Зато што ми требају различите информације 26,76%
  4. Зато што ми треба подршка 12,34%
  5. Зато што се осећам усамљено у свакодневном животу 4,1%
  6. Зато што тражим партнера за необавезну авантуру 2,34%
  7. Зато што тражим (момка/девојку за везу/брак) емотивног партнера/партнерку 3,1% .
- (Испитаници су имали могућност да изаберу два одговора, па је збир процената већи



већи од 100). Интернет је медиј који омогућава масовно и спонтано упознавање људи, стварање контаката којих сигурно не би било да није интернета. Разлози за успостављање контаката на интернету су различити, али можемо закључити да сви воде ка новој, дигиталној друштвености. **Овим смо потврдили другу главну хипотезу да постоји значајан ниво прокреативности код младих данас.**

#### **Димензија 4: Онлајн, офлајн и комбинована пријатељства**

##### **Индикатор 1: Удео онлајн пријатеља у укупном броју пријатеља**

Истраживање је показало да се 31,65% испитаника међу блиским особама има бар једну или две особе које је упознао онлајн, 21,06% међу блиским особама има 3 до 5 особа из онлајн окружења, а 9,6 % испитаника има од 6 до 8 блиских особа које је упознао онлајн. Овај индикатор нам показује да можемо изградити блиске особе са особама које смо упознали на интернету. При томе треба додати да се упознајемо на интернету и развијамо контакте не само са људима који су нам слични по знању, образовању и интересовању, из исте земље или сличног статуса... Већ и са људима који се разликују према истим карактеристика, **што потврђује нашу хипотезу о стварању и не-хомофилијских веза.** Појавом дигиталних технологија и ОПДУ удео онлајн пријатеља повећао код испитаника, о чему смо говорили у теоријском делу разматрајући резултате истраживања код Д. Кузмановућ. Потврђују се наше хипотезе да технологија стимулише друштвеност и да се обрасци друштвености мењају, и квалитативно, са порастом употребе технологије. Испитаници су одговорили у интервјуу:

Милош Петровић (19 год.): „Имам одличан однос поверења са онлајн пријатељима. Често добијам подршку или потребан савет“.

Маријом Илић (21 год., студент): „Степен разумевања и поверења скоро идентичан код офлајн и онлајн пријатеља“.

##### **Индикатор 2: Став о неопходности интернета и технологија у одржавању контакта са офлајн пријатељима.**

Истраживање је показало да само 4 испитаника (3,85) не комуницирају са офлајн пријатељима путем друштвених мрежа, али да понекад користе Viber (приликом одласка у иностранство). Овај податак показује да се готово брише граница између

офлајн и онлајн пријатељства, јер савремени начин живота и комуникације захтева од нас да једнако реално постојимо, дружимо се ( комуницирамо, смејемо се, тугујемо) и живимо и у реалном и у виртуелном простору. **Одговори су већински били у виду слагања са наведеним ставом. То нам даље потврђује хипотезу о уступању места комбинованим пријатељствима.**

### Индикатор 3: Поверење у офлајн-онлајн свету.

На скали од 1 до 10, највећи део испитаника 49,3% је бројем **7** означио да треба бити опрезан, али да се може имати поверење у људе офлајн света. Такође, највећи део испитаника 34,4% је на скали од 1 до 10, означио број **6**, односно да је могуће са људима из онлајн окружења изградити однос поверења. Ови индикатори показују да са људима које упознајемо на интернету постоји потенцијал за различите врсте односа заснованих на разумевању, поверењу и блискости. Дакле, не само да је чињеница да млади стварају контакте на интернету, већ и перцепција односа и ризика није драстично различита у односу офлајн-онлајн света.

## ЗАКЉУЧАК

Однос технологије и друштва је сложен, међусобно условљен процес. Технологија је чинилац развоја друштва, а друштво сваким даном поставља нове изазове пред технологију. У времену сакодневних промена, мењамо се и ми сами. Друштвеност се променила са доласком нове технологије.

Сматрам да сам у овом раду своје полазне хипотезе потврдила у потпуности. Емпиријско истраживање је показало да млади свакодневно користе дигиталне технологије и интернет. Као разлог коришћења показала се потреба за друштвеношћу, и млади је најчешће остварују употребом ОПДУ. Технологија брише границе савременог дружења, чинећи виртуелни свет једнако важним и потребним у нашој комуникацији и друштвености.

Нове технологије утичу на прокреативност младих, односно интернет омогућава успостављање, одржавање и изградњу многих веза које се, да није дигиталног окружења вероватно не би догодиле. Ствара се и нехомофилијска повезаност и дружење међу људима, а што даје на значају **умреженом индивидуализму**. Интернет је ублажио границу између офлајн и онлајн пријатеља, али смо дошли до закључка да

степен прокреативности и време проведено на интернету не умањује значај офлајн дружења, а на основу броја офлајн пријатеља односно, према нашој тврдњи, броја комбинованих пријатељстава.

Можемо закључити да технологија незаустављиво мења свет друштвености, али да то не смањује квалитет наших веза и односа. Нови начини комуникације чине да комуницирамо лакше, више, боље и креирамо нову друштвеност по мери човека огрнутог у плашт технологије. Савремени дигитални Молох као сила за многе ризична по нашу друштвену бит, делује контролисано у том смислу.

#### **ЛИТЕРАТУРА:**

1. Гиденс, Е. (1990), *Последице модерности*, Београд, Филип Вишњић.
2. Златар, Г. Ј. (2008), *Рефлективна пројекција особности*, *Ревизија за социологију*, Вол. 39, бр. (3):161-182.
3. Кузмановић, Д, Павловић, З., Попадић, Д. и Милошевић, Т. (2019), *Коришћење интернета и дигиталне технологије код деце и младих у Србији: резултати истраживања Деца Европе на интернету*, Београд: Институт за психологију Филозофског факултета у Београду.
4. Кузмановић, Д. и Тошковић. О. (2023), „Да ли су млади „сами заједно“: искуства на интернету и везаност за офлајн и онлајн пријатеље“, *Социологија*, Вол. 65, бр. 3, 356-378 стр.
5. Кроло, К. (2011), „Wired Youth: The Social World of Adolescence in the Information Age“, *Ревизија за социологију*, Вол. 41, број 2, стр. 259-264.
6. Маклуан, М. (1971), *Познавање опитила – човекових продужетака*, Просвета, Београд.
7. Маркузе, Х. (1977), *Култура и друштво*, БИГЗ, Београд.

8. Огбурн, В.Ф. (1968), *Национална политика и технологија*, Напријед, Загреб.
9. Петровић, Д. (2008), *У међумрежју- Интернет и нови обрасци друштвености*, ISI&SF, Београд.
10. Петровић, Д. (2012), *Нови облици друштвеног умрежавања – улога интернета у успостављању интерперсоналних односа у Србији*, Докторска дисертација, Филозофски факултет, Универзитет у Београду
11. Петровић, Д. (2013), *Друштвеност у доба интернета*, Академска књига, Београд.
12. Петровић, Д. (2013а), „Интернет као интерперсонални медиј – случај Србије“, *Социологија*, Вол. 55, бр. (3): 417- 438 .
13. Теркл, Ш. (2011) *Сами заједно*, Клио, Београд.
14. Агенција за страживање Plum Markt, подаци са сајта <https://plummark.com/>;
15. РЗС , подаци са сајта <https://www.stat.gov.rs/>.
16. <https://datareportal.com/>

## ПРИЛОГ 1

### УПИТНИК

#### I (Основни подаци о Вама)

1. Пол:    м            ж
2. Узраст:
3. Место:

#### II (Информатичка писменост, приступ и употреба интернета)

- У којој мери (по личној процени) познајете рад на рачунару:
  - одлично            о добро            о задовољавајуће
  - незадовољавајуће
  
- Да ли поседујете неки дигитални уређај?    ДА    НЕ

- **Који дигитални уређај поседујете? (Могуће је дати више одговора)**
  - Рачунар
  - Лап-топ
  - Таблет
  - Паметни телефон
- **Да ли имате приступ интернету?** ДА НЕ
- **Да ли је ваш приступ интернету:**
  - а) ограничен током дана
  - б) неограничен /24 часа
- **Наведите колико често користите интернет:**
  - Свакодневно,
  - 2-3 пута недељно,
  - 2-3 пута месечно,
  - веома ретко,
  - никад
- **Најчешћи разлог коришћења интернета:**
  - забава – слушање музике, гледање филмова и других забавних садржаја
  - Приступ информацијама – вести, документарни садржаји
  - Учење – коришћење литературе у циљу формалног и неформалног образовања;
  - дружење – комуникација путем друштвених мрежа

### III (Online друштвене мреже)

- **Имате ли приступ друштвеним платформама за умрежавање?** ДА НЕ

- **Колико времена проводите дневно комуницирајући путем друштвених мрежа?**
  - 1-2 часа ,    о 3-5 часова, о 5-8 сати
  - више од наведеног
  
- **На којим платформама за друштвено умрежавање имате налог? (могуће је дати више одговора) о Facebook о Instagram о Twitter**
  - Snapchat
  
- **Наведите број својих пратилаца /пријатеља на друштвеним мрежама? о до 100 о до 300 о до 500 о до 1000**
  - више од 1000
  
- **Са колико њих редовно комуницирате на друштвеној мрежи (путем порука, чета или коментара)?** о Само са веома малим бројем њих (до 10 %) о Са мањим бројем (до 25%) о Са половином (до 50%) о Са већином (око 75%) о Са свима (100%) о Ни са ким
  
- **Са колико њих повремено комуницирате на друштвеној мрежи (путем порука, чета или коментара)?** о Само са веома малим бројем њих (до 10 %)
  - Са мањим бројем (до 25%) о Са половином (до 50%) о Са већином (око 75%) о Са свима (100%)
  - Ни са ким

**17. Од укупног броја ваших пријатеља на онлајн друштвеним мрежама колико њих НЕ ПОЗНАЈЕТЕ у реалном животу?**

- Већину не познајем (око 75%)

- Половину познајем, половину не познајем (око 50%) о Већину познајем (око 75%)
- Изразиту већину/скоро све познајем (око 90%) о Све пријатеље познајем од раније

IV Комуникација путем интернета

- **Која од следећих средстава за комуникацију путем интернета користите и колико то често чините (обележите одговарајућа поља):**

	Свако-дневно	Неколико пута недељно	Неколико пута месечно	Ређе од једном месечно	никад
e-mail	○	○	○	○	○
Messenger	○	○	○	○	○
Skype	○	○	○	○	○
Viber	○	○	○	○	○
WhatsApp	○	○	○	○	○

- **Наведите начине одржавања контакта са људима из вашег окружења: рангирајући оцене од 1 до 3. (Оцена 1- начин који најчешће користите; оцена 2 – начин који користите умерено често; оцена 3 – начин који најређе или уопште не користите):**

- Најближи пријатељи - уживо ( )
  - телефон ( )
  - интернет ( )
- Најближи рођаци - уживо ( )
  - телефон ( )

- интернет ( )
- Остали пријатељи - уживо ( )
  - телефон ( )
  - интернет ( )
- Остали рођаци -уживо ( )
  - телефон ( )
  - интернет ( )
- Људи који живе у другом граду или држави
  - уживо ( )
  - телефон ( )
  - интернет ( )

- Да ли су друштвене мреже и интернет алати побољшали вашу комуникацију са људима који Вас окружују?
  - Да о Донекле
  - Не

V Упознавање путем Интернета

- У којој мери остварујете друштвене контакте на Интернету?(обележите одговарајућа поља): **СКАЛА ПРОКРЕАТИВНОСТИ:**

	стално	често	понекад	ретко	никад
Упознајем нове људе на Интернету	○	○	○	○	○
Уживо упознајем људе које сам упознао на Интернету	○	○	○	○	○
Повезујем се путем Интернета са људима које	○	○	○	○	○



сам раније познавао					
Посећујем причаонице на Интернету	0	0	0	0	0
Укључујем се у јавну дискусију на форумима, блоговима, друштвеним мрежама	0	0	0	0	0
Дружим се са људима на Интернету	0	0	0	0	0

- Где упознајете људе на Интернету и колико то често чините (обележите одговарајућа поља):

	Редовно	Често	Понекад	Ретко	Никад
Форуми	0	0	0	0	0
Причаонице	0	0	0	0	0
Друштв. мреже	0	0	0	0	0
Блогови	0	0	0	0	0
Друга места	0	0	0	0	0

- Због чега упознајете људе на Интернету (може 2 одговора) ○ Зато што сам друштвена особа
  - Зато што тражим (момка/девојку завезу/брак) емотивног партнера/партнерку
  - Зато што тражим партнера за необавезну авантуру

- Зато што тражим људе који имају интересовања (хобије) попут мене
  - Зато што ми требају различите информације
  - Зато што ми треба подршка
- Зато што се осећам усамљено у свакодневном животу
- Друго
- **Када је реч о особама које сте упознали на Интернету и настојите да се дружите, колико су они слични Вама по следећим обележјима (обележи одговарајућа поља):**

	Сви	Већина	Половина	Мањи део	Нико
Истог пола као Ви	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Истог нивоа образовања као Ви	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Сличних година као Ви	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Исте националности као Ви	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Живе у истом граду као Ви	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Живе у истој држави као Ви	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Сличног су материјалног статуса као Ви	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

VI (offline, online и комбинована пријатељства)

Молим Вас да пре него кренете да одговарате на следећа питања прочитате одређење појмова: **Пријатељство** овде подразумева однос разумевања, узајамног поштовања и подршке. **Офлајн пријатељства**: подразумевамо особе за које

сматрамо да су нам веома добри пријатељи, а које смо упознали уживо и првенствено се дружимо и већи део времена проводимо уживо. **Онлајн пријатељства** су пријатељи које смо упознали путем различитих платформи и са којима се првенствено дружимо и највећи део времена комуницирамо онлајн.

○ **Колико имате БЛИСКИХ особа:**

	1-2	3-5	6-8	Више (упиши број)
Чланови уже фамилије који не живе са Вама				
Други рођаци				
Комшије				
Онлајн пријатељи				
Људи из организација (клуб, фитнес, удружење)				
Офлајн пријатељи				

○ **Да ли су Интернет и друштвене мреже неопходни за одржавање офлајн пријатељства?** ○ У потпуности се слажем ○ Делимично се слажем ○ Делимично се не слажем

○ У потпуности се не слажем

○ Уопштено говорећи, да ли бисте Ви рекли да: **„Никада не можете бити довољно опрезни у односу са људима или да се већини људи може веровати.** Молимо Вас да ваш одговор изразите бројем од 0 до 10, где 0 значи да никад не можете бити довољно опрезни, а 10 значи да се већини људи може веровати. **1 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10**

- **Да ли је, по Вашем мишљењу, могуће изградити поверење са људима које упознајете и са којима се дружите онлајн? Молимо Вас да ваш одговор изразите бројем од 0 до 10, где 0 значи да није могуће изградити поверење, а 10 значи да је могуће у потпуности изградити поверење.**

**1 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10**