

Jelena Opsenica Kostić

PUTOVANJE KROZ DIGITALNI PROSTOR –
Uvod u sajberpsihologiju



<https://doi.org/10.46630/pdp.2022>

Glavni i odgovorni urednik:
Prof. dr Dušan Stamenković

Recenzenti:
Doc. dr Dobrinka Kuzmanović
Prof. dr Marija Zotović Kostić
Prof. dr Tatjana Stefanović Stanojević

Jelena Opsenica Kostić

PUTOVANJE KROZ DIGITALNI PROSTOR –
Uvod u sajberpsihologiju

Filozofski fakultet u Nišu

2022.

SADRŽAJ

Prvi deo – Na peronu

1. NOVA PROSTRANSTVA.....	13
2. OBEĆANJA PUTNICIMA.....	21
3. MOŽDA ĆE VAM IPAK USPUT BITI I MALO MUKA.....	29

Drugi deo – Krećemo na put

4. PSIHOLOGIJA U NOVOM PROSTORU.....	41
5. OSOBENOSTI ONLAJN KOMUNIKACIJE.....	45
5.1. Tekstualna vs audio-vizuelna komunikacija.....	46
5.2. Sinhrona vs asinhrona komunikacija.....	49
5.3. Anonimnost vs identifikabilnost.....	50
5.4. Druge značajne odlike onlajn komunikacije.....	52
5.5. Vanjezička sredstva onlajn komunikacije.....	55
6. TE LOPOVSKE NOVE TEHNOLOGIJE: MULTITASKING I DIGITALNE DISTRAKCIJE.....	65
6.1. Digitalne distrakcije procesa učenja.....	69
6.2. Digitalne distrakcije interpersonalnih odnosa.....	81

Treći deo – Neka konkretna pitanja sa kojima se putnici sreću

7. DRUŠTVENI MEDIJI I FoMO.....	107
7.1. Upotreba onlajn društvenih mreža.....	109
7.2. Strah od propuštanja (FoMO).....	117
8. NASILJE U DIGITALNOM PROSTORU.....	131
9. PROBLEMATIČNI BORAVCI U SAJBER PROSTORU.....	151
POGOVOR.....	168
REFERENCE.....	169

Predgovor

MAGIČNO POZORIŠTE!
ULAZ NIJE ZA SVAK...

Svuda, na bezbroj vrata, mamili su natpisi:
MUTABOR
PREOBRAŽAJ U BILO KOJU ŽIVOTINJU ILI BILJKU

KAMASUTRA
UČENJE INDIJSKIH LJUBAVNIH VEŠTINA
KURS ZA POČETNIKE: ČETRDESET DVE RAZNE METODE
LJUBAVNIH VEŽBI

SAMOUBISTVO PUNO UŽIVANJA
UMREĆEŠ OD SMEHA

HOĆETE LI DA SE PRODUHOVITE?
MUDROST ISTOKA

OH, DA, IMAM HILJADU JEZIKA!
SAMO ZA GOSPODU

[...]
PUSTINJAČKE IGRE
POTPUNA ZAMENA ZA SVAKU DRUŠTVENOST

Beskrajan je bio niz natpisa. Jedan od njih je glasio:
UPUTSTVO ZA IZGRAĐIVANJE LIČNOSTI
USPEH ZAJAMČEN.
Ovo mi se učinilo dostojno pažnje i ušao sam na ta vrata.

Stepski vuk, Herman Hese

Sajberprostor je pravo magično pozorište. Možete bolje upoznati svoju ‘takozvanu ličnost’ i igrati sa figurama koje nemaju mnogo prilika da se pojave pod svetlima oflajn pozornica. Možete upoznavati ljude iz različitih krajeva sveta, a da se fizički ne pomerite iz sobe. Pratićete, manje ili više svesno, reakcije publike, i na dešavanja u kojima učestvujete, i na ona u kojima niste akter. Možete pretraživati mora informacija, učiti i zabaviti se, prikazivati svoje umotvorine i rukotvorine, gledati šta rade, znaju i mogu drugi, a možete biti i dezinformisani, zavedeni, maltretirani i opljačkani. Koje predstave će se odigravati na vašim digitalnim daskama umnogome zavisi od toga kako koristite magično pozorište, u koje se danas najčešće ulazi pomoću laganog, prenosivog uređaja koji imaju i od kojeg se ne odvajaju gotovo svi ljudi. Ne morate čekati da se pojave treperava svetla – ona će zaigrati u vašoj ruci kada god poželite (a i mimo vaših želja). Jednostavno pritisnete neki od malih šarenih kvadrata na svom svetlećem ekranu i eto vas – u magičnom pozorištu sajberprostora. Ulaz je tako dostupan svima i u svako doba, mada bi neki ljudi, možda, bili srećniji da nije.

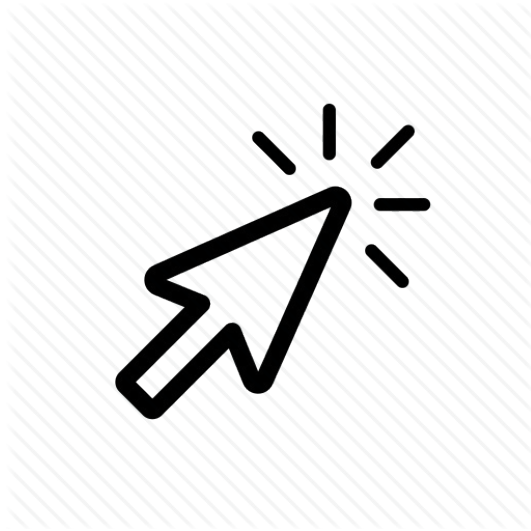
Ova monografija skromnog obima zaista predstavlja samo osnovno – uvod u digitalni prostor i ljudske interakcije u njemu. Naravno, neizbežno je pominjanje ukrštanja naših digitalnih putovanja i naših oflajn životnih puteva. Ta prožimanja mogu biti mogu biti, za neku osobu, bilo gde na skali od ‘sjajno’ do ‘potpuna propast’. Na sreću, ne morate biti Majstor igre da biste dobro uklapali svoje perle onlajn i oflajn ponašanja. Najčešće je dovoljno sasvim prosečno znanje o sebi i (digitalnom) svetu i prosečna volja da idete putem koji je dobar za vas. Ne treba zaboraviti da vam niko ne zabranjuje da izmenite svoje odluke i krenete u drugom smeru. Ovu knjigu možete shvatiti i kao džepni vodič za prva putovanja: Kuda idem i šta se, zapravo, dešava? Nadam se da će vas sadržaji podstaći da se kasnije sami vratite onim domenima koji su vam bili najinteresantniji. Na engleskom jeziku već godinama postoje obimne monografije, a i udžbenici, iz oblasti sajberpsihologije. Zato su mnogi termini dati i u originalu, da ih lakše možete naći sami u literaturi na engleskom. Neke knjige iz ove oblasti jesu prevedene na srpski jezik, ali se radi, uglavnom, ili o popularnoj literaturi ili o knjigama koje se bave specifičnim problemima. Ovaj vodič je namenjen malo ozbiljnijim, ali još uvek ne dovoljno iskusnim, putnicima. Ja vam želim da ga što pre prevaziđete i da vam ostane draga uspomena na vašu prva naučna, psihološka, razgledanja sajberprostora.

Najpre ćemo imati mali uvod – o čemu bi moglo da se razmisli na peronu, pre nego zaista krenemo na put kroz osnovna pitanja sajberpsihologije. Završićemo odabranim konkretnim temama, koje su i naučno i životno aktuelne.

Proverite vodu, hemijsku olovku i marker. (Pisanje po vodiču je obavezno!) Krećemo!

aprila, 2022. godine

Jelena OK



Na peronu

*Nowdays, one of the most exciting social, as well romantic,
sites to visit is cyberspace.
Jedno od najuzbudljivijih društvenih i romantičnih mesta
koje danas možete posetiti jeste sajberprostor.*

Aaron Ben-Ze'ev, Love online (2004)

*Danas se krećemo u dva ravnopravna životna prostora koja postoje paralelno,
u svom oflajn i u svom onlajn svetu.*

Katarina Kacer, Sajberpsihologija (2019)

NOVA PROSTRANSTVA

Gde je početak priče o sajberprostoru? Mogla bi se ispričati drugačije, ali možemo početi i ovako: dogodile su se promene u životima ljudi koje su otvorile nove prostore – u nekim zemljama silinom eksplozije, sa značajno izmenjenom okolinom; u nekim tek otvarajući pukotinu kroz koju se nazire novi svet. Kao u pravoj bajci, broj promena je tri: nezaustavljiv razvoj interneta, komunikacije putem mobilnih uređaja i umrežavanja posredstvom društvenih mreža (Čejko, 2019). Ta tri trenda se mogu nazvati i trostrukom revolucijom koja se dogodila u prvoj deceniji XXI veka (Rainie & Wellman, 2012). Šta to zapravo znači?

Verovatno će svako ko čita ovu knjigu moći da dođe do nekih ‘školskih’ sećanja o industrijskim revolucijama i njihovom značaju za promene u društvu i promene u životima ‘običnih’ ljudi, radnika. Prva industrijska revolucija vezana je za upotrebu parne mašine i kraj XVII veka. Druga industrijska revolucija je počela polovinom XIX veka, masovnom upotrebom električne energije. Treća revolucija je digitalna: počela je 80-ih godina 20. veka i vezana je za razvoj elektronike, kompjutera, interneta i nuklearne energije kao snažnih podsticaja društvenih promena. Sada smo na pragu četvrte revolucije, za koju se očekuje da će je obeležiti veštačka inteligencija¹. Zašto onda Rejni i Velman, istraživači društvenih mreža, govore o posebnoj trostrukoj revoluciji na početku XXI veka, ako je digitalna revolucija počela dvadesetak godina ranije? Zbog veličine promene. Krajem prošlog veka za pristup internetu bio vam je potreban računar, modem i telefonska linija (dial-up konekcija). Morali ste da budete na određenom mestu, pored računara, a protok informacija je bio značajno ograničen. Onlajn zajednice su bile tek u povoju. Promene jesu počele, ali su imale ograničene efekte na manji deo populacije. Sa ulaskom u XXI vek put u sajberprostor postaje mnogo lakši, znatno jeftiniji i počeli su da putuju mnogi ljudi. Dovoljno je imati pametni telefon; internet konekcija je dostupna i jeftina, na mnogim mestima besplatna, a većina ljudi je povezana

1 Kratak tekst o industrijskim revolucijama možete pogledati na <https://manufacturingdata.io/newsroom/timeline-of-revolutions/>

sa drugima putem neke – bar jedne – aplikacije za društveno umrežavanje. Odnosno, za putovanje u digitalni svet danas je dovoljno da izvadite telefon iz džepa, gde god da se nalazite. Toliko jednostavno. (Mogli bismo reći i ovako: trostruka revolucija je omogućila početak ‘komercijalnih letova’ u sajberprostor – i odigrala se u XXI veku. Tu prekretnicu možemo posmatrati i kao klimaks treće industrijske, digitalne, revolucije.)

Koji naziv ćemo koristiti za nova prostranstva? U naučnoj literaturi na engleskom jeziku (u nazivima knjiga, časopisa, konferencija, članaka) koristi se termin nastao u književnosti – sajberprostor. Kada je Vilijem Gibson 1984. godine u svom romanu *Neuromant*² (*Neuromancer*) upotrebio reč *cyberspace* nije mogao ni da zamisli da je skovao termin koji će biti toliko široko upotrebljavan (a nije mu se ni dopao taj razvoj događaja). Gibsonov roman prati Kejsa, koji pripada novoj vrsti pljačkaša – pomoću tehnologije i talenta, Kejs se povezuje na Mrežu i njegov um krstari sajberprostorom u potrazi za (isplativim) informacijama. Danas se termin koristi u suštinski istom smislu: sajberprostor je elektronski medijum, prostor koji nastaje upotrebom digitalnih tehnologija³. Merijam-Vebster rečnik jednostavno kaže da je to onlajn svet kompjuterskih mreža, pre svega interneta⁴. Osoba u sajberprostoru (engl. cybernaut – sajbernaut) može da istražuje sama, ali važna odlika sajberpostora je mogućnost socijalne razmene, koja će biti više puta pominjana u ovoj knjizi. Pored termina sajberprostor, moguće je koristiti i termin digitalni svet. Upravo tako se zove novi predmet u osnovnoj školi, koji je pokrenut 2020. godine u Republici Srbiji. S jedne strane, izbegava se prefiks sajber (cyber), koji se ne može prevesti, a označava nešto što za svoju osnovu ima elektroniku. Reč digitalno označava nešto što je izraženo brojevima, a digitalne tehnologije su (setite se revolucije!) kompjuteri i informacione tehnologije. Termin digitalni (svet) možda i nešto manje zvuči kao strana, pozajmljena reč u odnosu na termin sajber (prostor). Drugi razlog u prilog upotrebe ovog termina u okviru osnovnog obrazovanja je važniji: termin digitalni svet vezuje se za novu značajnu veštinu kojom treba ovladati – to je digitalna pismenost. U vezi sa tim je i termin digitalna podela (engl. digital divide), prvobitno upotrebljavan da označi one koji imaju i one koji nemaju pris-

2 Ranija izdanja na srpskom nose naziv *Neuromanser*. Verzija koju autor ima je izdanje Miba Books iz 2017. godine i naslov je preveden kao *Neuromant*.

3 <https://www.techopedia.com/definition/2493/cyberspace>

4 <https://www.merriam-webster.com/dictionary/cyberspace>

tup digitalnim tehnologijama, a danas korišćen da označi podelu na one koji umeju da upotrebljavaju digitalne tehnologije zarad svoje dobrobiti (digitalno pismeni) i one koji nemaju te veštine. U tekstu koji je pred vama termini sajberprostor i digitalni prostor/digitalni svet biće korišćeni kao sinonimi. Iako autori mogu imati jezičke preferencije ili neki konteksti mogu biti pogodniji za upotrebu termina sajberprostor, odnosno digitalni prostor, suštinski se radi o istom fenomenu. (Ovo se ne odnosi i na naziv nove discipline, koji definitivno glasi *sajberpsihologija*.)

Koje nazive nećemo koristiti? Iako je internet važna komponenta za nastanak i održavanje sajberprostora, to nisu sinonimi. Internet je mreža, globalni sistem elektronskih komunikacija koji povezuje kompjuterske mreže ('network of networks', mreža nad mrežama⁵). Za emitovanje, čuvanje, kreiranje, deljenje ili razmenu informacija/sadržaja, što su akcije koje kreiraju sajberprostor, osim interneta, potreban je i adekvatan uređaj. Zapravo, moglo bi se reći da je sajberprostor (digitalni prostor) prostor koji nastaje upotrebom informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT), a internet je samo jedna od njih. IKT alati i resursi uključuju kompjutere, mobilne telefone i druga sredstva komunikacije (videti npr.⁶). Ovo je i dobar trenutak da kažemo da će u ovom tekstu imenica internet biti pisana malim početnim slovom – to nije lična imenica; aktuelni pravopis je prepoznaje kao zajedničku. I u engleskom jeziku, van SAD, uobičajenije je pisanje malim početnim slovom⁷. Drugi termin koji neće (i ne treba) da bude korišćen za označavanje digitalnog prostora je virtuelni prostor. Reč virtuelno označava nešto što je nestvarno, zamišljeno, nešto što je (samo) privid. Sajberprostor je sasvim stvaran i deo je naše realnosti. Upotreba termina virtuelni prostor/mreže/odnosi implicira da govorimo o nekim fenomenima koji nisu stvarni, koji su zamišljeni i ne postoje u realnosti – što nije tačno. Iz tog razloga treba biti oprezan sa upotrebom ovog termina. U nekim situacijama jeste važno (i jezički izazovno) izraziti razliku između onog što se odvija u sajberprostoru i onog što se odvija u 'realnom', oflajn svetu. Idealnog rešenja nema. U daljem tekstu će za suprotstavljanje fenomena iz sajberprostora i fizičkog sveta najčešće biti korišćeni termini *onlajn* i *oflajn*, osim kada je potrebno

5 <https://www.merriam-webster.com/dictionary/Internet> , <https://en.wikipedia.org/wiki/Internet>

6 <https://techterms.com/definition/ict> ili <http://uis.unesco.org/en/glossary-term/information-and-communication-technologies-ict>

7 <https://www.merriam-webster.com/dictionary/Internet>

napraviti alteraciju zbog ponavljanja. Upotreba termina virtuelan u vezi sa sajberprostorom može biti opravdana samo ako se želi izraziti nepostojanje fizičkog oblika.

Postoji jedan izraz koji bi se mogao koristiti kao naziv novog prostora, ali ga nećete često sretati u ovom tekstu. U svojoj knjizi *Superpovezani: internet, digitalni mediji i tehno-društveni život* (2019), Meri Čejko polazi od toga da ljudi inače koriste medije i tehnologije za konstruisanje okruženja u kojima žive i uspostavljaju odnose – to, naravno, važi i za korišćenje digitalnih tehnologija. Nastalo okruženje predstavlja sociomentalni prostor „jer se veze uspostavljaju među ljudima (otud ono *socio*), a nastaju i održavaju se više kognitivno nego fizički (otud ono *mentalni*)” (Čejko, 2019, str. 55). Iako postoje i digitalni prostori koji nisu socijalni (npr. kompjuterske/video igre koje igrač igra sam – engl. *single player games*), veze sa drugima jesu važna odlika sajberprostora – o tome će biti više reči u narednim poglavljima. Što se tiče drugog aspekta, čak i ljudi u najbliskijim ličnim ‘oflajn’ odnosima mogu biti povremeno razdvojeni (o čemu piše i Čejko), što će učiniti njihov odnos *sociomentalnim*. Iz ovoga proizilazi da sajberprostor nije jedini sociomentalni prostor, tj. to nije njegova distinktivna odlika, ali se zaista može okarakterisati kao takav. Odnosno, Čejko, koja najčešće koristi termin digitalni prostor, smatra da bi se, podjednako adekvatno, moglo reći i sociomentalni ili umreženi *prostor*. U ovom tekstu termin ‘sociomentalni’ nećemo često koristiti, jer on nije odomaćen u psihološkoj literaturi, mada sama suština termina jeste u skladu sa onim što psiholozi smatraju važnim odlikama sajberprostora. Na ovom mestu možemo reći i sa kojim nazivima se Čejko ne slaže. Jedan smo već pomenuli – virtuelno. „Upotreba reči virtuelno može navesti na pogrešan zaključak – da je nešto maltene, ali ne i zaista, stvarno. Za digitalne prostore to naprosto ne važi.” (Čejko, 2019, str. 57). Sociolozi, kao i psiholozi, prepoznaju značaj subjektivne realnosti. Čejko na ovom mestu citira poznatog sociologa Vilijema Isaka Tomasa, čija je izreka postala poznata kao Tomasova teorema: ako ljudi „situaciju definišu kao stvarnu, ona je stvarna po svojim posledicama” (Thomas & Thomas, 1928; prema Čejko, 2019, str. 57). Drugi termin koji Čejko smatra neadekvatnim je – sajberprostor! Zašto? Prefiks sajber, po ovoj autorki, odslikava tehnološki determinizam. To je teorija, odnosno stav, da su tehnologije primarni uzrok društvenih promena (makrosocijalni nivo) i da imaju suptilan, ali dalekosežan psihološki uticaj na ljude (mikrosocijalni nivo). Ovaj poslednji

uticaj se ostvaruje kroz svakodnevno korišćenje određenih alata (npr. svakodnevno korišćenje veb-sajtova za društveno umrežavanje, veb-sajtova za kupovinu ili veb-sajtova koji nude pornografske sadržaje). Teorija je sociološka, ali, ako ste psiholog, verovatno ste se sada setili Lava Vigotskog i njegove kulturno-istorijske teorije, koja je instrumentalistička – specifična kulturno-potporna sredstva su izuzetno važna za razvoj vrste i pojedinca (Vigotski, 1983). Ovo, verovatno, ne biste osporavali. U tom smislu, sredstva IKT su aktuelni, moćni kulturni posrednici razvoja. Međutim, ono što se zamera tehnološkom determinizmu je to što tehnologiju predstavlja kao autonomnu (a ne kao nešto što su razvili i što dalje oblikuju ljudi, kako tvorci, tako i korisnici) i što se svaki značajniji tehnološki napredak sagledava dramatično – kao neizbežni uzrok velikih (pozitivnih ili negativnih) promena. Za Čejko upotreba termina sajberprostor znači odricanje od odgovornosti i prebacivanje zasluga ili krivice za posledice upotrebe tehnologije upravo i isključivo tehnologiji, a ne ljudima koji je koriste (Čejko, 2019, str. 17-18). „Prefiks *sajber* podrazumeva da je sama tehnologija najbitnija u određenoj tehnološkoj pojavi, te da ona, a ne njen korisnik, izaziva posledice.” (Čejko, 2019, str. 59). U ovoj knjizi se ne zastupa tehnološki determinizam. Iako se autor slaže sa Čejko da su reči važne, termin sajberprostor jednostavno (i kratko) označava prostor koji nastaje tako što ljudi upotrebljavaju sredstva IKT. Kao što je napred rečeno, *akcije korisnika* kreiraju sajberprostor, ne stvaraju ga digitalne tehnologije same po sebi. Uostalom, ako je prefiks sajber problem u ovom smislu, onda bi se isto moglo reći i za upotrebu reči digitalni, koju Čejko koristi.

Neke značajne činjenice

Sajberprostor u Republici Srbiji. Podaci Republičkog zavoda za statistiku pokazuju da preko 80% domaćinstava u Srbiji ima pristup internetu; računare poseduje oko 75% domaćinstava, a mobilni telefon ima oko 95% stanovništva (Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2020). Mobilni telefon uglavnom nemaju samo pojedine starije osobe, jer podaci pokazuju da od 99,1 do 100 procenata osoba uzrasta 16-24 i 25-54 godine ima telefon (Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2020). Mobilni uređaj (telefon ili tablet) je najčešće sredstvo za pristupanje internetu, a internet se najviše koristi za kontakt sa drugim ljudima (Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2019; 2020⁸). Ovi podaci su dosta

slični podacima dobijenim u SAD, razvijenim zemljama sveta, odnosno u zemljama Evrope (Oberlo; Pew Research Center, 2021a, 2021b; Statista, 2021).

Postoje i detaljni podaci o tome za šta je korišćen internet (u privatne svrhe, u poslednja tri meseca u vreme ispitivanja; Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2020) – pogledajte Sliku 1. Podaci su dobijeni na uzorku od 2800 ispitanika, uzrasta između 16 i 74 godine.

Граф. 1.26. Типови коришћења интернета (у приватне сврхе) у последња три месеца (%)



71,2% интернет популације има налог на друштвеним мрежама (Facebook, Twitter)

Slika 1: Tipovi korišćenja interneta, preuzeto iz Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji, 2020 (Republički zavod za statistiku, 2020⁹)

bilo omogućeno da odaberu nekoliko ponuđenih odgovora. Na osnovu dobijenih rezultata, od ukupnog broja domaćinstava koja poseduju internet priključak, DSL (ADSL) ima 44,9%, kablovski internet 46,8%, mobilni telefon putem 3G mreže 71,1% domaćinstava.” Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2019, str. 14 <http://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G201916014.pdf>. Podaci za narednu godinu su drugačije prikazani, ali su suštinski isti: fiksnu širokopojasnu internet konekciju ima 90,5% domaćinstava, a mobilnu širokopojasnu internet konekciju 71,9% domaćinstava (Republički zavod za statistiku Republike Srbije, 2020, str. 14 <http://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G202016015.pdf>).

9 <http://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G202016015.pdf>

Potražite trenutno aktuelne podatke!

Nešto zanimljivo

Guglova Zemlja. Ukoliko koristite internet, vrlo verovatno koristite i Gugl (Google). Gugl je američka javna korporacija, specijalizovana za internet pretragu i reklamiranje na internetu. Guglov poslovni cilj je „da organizuje svetske informacije i učini ih svetski dostupnim i korisnim¹⁰”. Verovatno ste čuli i za Gugl Ert (Google Earth), program koji iscrtava 3D prikaz Zemlje na osnovu satelitskog snimanja. Onlajn je dostupan vrlo interesantan članak Vilijema Gibsona, simbolično nazvan „Guglova Zemlja” (engl. Google’s Earth¹¹) (članak pročitajte ili iskopirajte čim ga otvorite, jer će nakon nekoliko otvaranja sajt *The New York Times* registrovati da ste dostigli svoj limit besplatnog pristupa). Iako je tekst publikovan pre jedanaest godina, čini se da je danas još aktuelniji nego kada je napisan. Tiče se našeg stava prema Guglu i stava Gugla prema nama. U kratkim crtama, suština je sledeća: sajberprostor je (na početku XXI veka) bio prostor koji se nalazi negde drugde, koji je posećivan ponekad, u koji smo virili iz fizičkog sveta. U međuvremenu, sajberprostor je narastao, ‘preokrenuo se’ i kolonizovao fizički svet, a Gugl je centralna strukturalna jednica ne samo sajberprostora, nego sveta uopšte. A ko smo mi? Gibson smatra da smo neplaćeni stvaraoci sadržaja za Gugl. („Google is made of us, a sort of coral reef of human minds and their products.”) U Guglu mi smo istovremeno „nadzirani i individualne retinalne ćelije onog koji nadzire” i u ovom procesu učestvujemo stalno, velikim delom nesvesno. Mi smo građani jedne post-geografske, post-nacionalne super-države – Gugla. A nemamo mnogo građanskih prava. Tekst jeste pomalo ‘mračan’, ali će vas naterati da se zamislite nad našom upotrebom Guglovih servisa (pominju se i onlajn društvene mreže, koje su tema sedmog poglavlja ove knjige).

10 <https://sr.wikipedia.org/wiki/Google>

11 <https://www.nytimes.com/2010/09/01/opinion/01gibson.html>

2 OBEĆANJA PUTNICIMA

Ljude najčešće i ne treba mnogo terati da probaju nove stvari – ali, generalno, nakon što neko ‘probije led’. Ta faza u vezi sa upotrebom sredstava IKT je davno prošla. Vrlo brzo smo se navikli na kompjutere, a onda i na pametne telefone, koji su jeftiniji, prenosni, a zamjenjuju više uređaja: ‘klasični’ telefon, umnogome i desktop i laptop računar, foto-aparat, audio i video-plejer, skener, uz to imaju i pristup internetu. Očigledno je da nam upotreba novih tehnologija zadovoljava (ili prvo stvara, a onda zadovoljava?) značajne potrebe. U suprotnom, ne bismo toliko često odlazili u sajberprostor i manje bismo se zadržavali u njemu. Pre nego što predstavimo potrebe ‘sajbernauta’ i dileme koje su se otvorile, pozvaću vas da se priselite neke reklame za telefon i/ili telefonski paket. (Ukoliko se pitate zašto baš telefon, pogledajte *Neke činjenice* iz prethodne teme.) Čak i ako izbegavate TV program i reklame, čak i ako imate program za blokiranje reklama na kompjuteru, sustigao vas je neki billboard. (Ili nemate program za blokiranje na telefonu, pa vas zaskoči vrišteća reklama kada je jedino što želite „10 sati braon šuma za spavanje“.) Šta nam te reklame obećavaju i nude?

„Budi u kontaktu.” „Sačuvaj sve svoje uspomene.” „Ponesi ceo onlajn život gde god želiš, uz provereno najbrži internet.” „Više snage, veća brzina, više memorije.” „Zamisli sve.” „Sve što ti je potrebno.” „Od tebe počinje.” „Sve zbog vas.” Prilično ambiciozno. Kako izgledaju neke duže verzije poruka?

„Eksperimentiši. Testiraj. Proveravaj. Zaviri svuda. Saznaj sve. I videćeš da uvek ima još. Zamisli budućnost i zamisli da je već tu, u tvojim rukama. (Ime kompanije.) Zamisli sve.” (Dobićeš šta god poželiš?)

„Jednom kada si na konju. Izuješ tesne cipele. Pobeđiš strah. Jednom kada rešiš. Promeniš pravila. Shvatiš da možeš. Raširiš osmeh. Jednom kada osetiš slobodu. Nema nazad. Konačno beskonačni internet, minuti i poruke.” (Menjamo život iz korena. Kupovinom tarifnog paketa.)

„Imam minut. Imam minut da se setim. Imam minut da ti kažem ko je važan. Da ti posvetim trenutak. Da ti prvom javim nešto važno, novo. Uvek imam minut da ti kažem: Hvala, neograničeno, što ceo život plešeš sa mnom. Za sve naše starije neograničeni minuti, poruke i Vajber u posebnoj 65+ tarifi i posebna podrška u (kompanija). Jer najvrednije što vam možemo posvetiti je vreme.” (Kupićeš bliskost?)

Mladi ljudi u prirodi, odmaraju ili se bave rekreativnim aktivnostima, a reklama sugerise da oni, zapravo, rade. „Moj *kanc* je tamo gde ja hoću. Zato biram ceo paket za svoj onlajn život. Samo sada – izaberi (ime paketa) net sa puno gigabajta...itd.” (Samo kupi taj paket i moći ćeš da radiš u prirodi? Koliko ljudi znate da im je *kanc* tamo gde oni hoće?)

Reklama koja implicira ono što psiholozi znaju već neko vreme – mi ostvarujemo afektivnu vezu sa svojim pametnim telefonom. (Telefon se obraća vlasnici) „Ja sam ti i bilo nam je najjače od prvog dana. Hladno sam ti odmah ispaio iz kutije! `e l` se sećaš? Realno, naše vreme će proći. Ti i ja, finito, kapiraš? Ali nemoj da me pustiš da negde trunem dvesta godina i skupljam prašinu. Daj da napravimo magiju za kraj. Kad odlučiš da ti je drugi telefon bolji od mene, odneseš me u (kompanija) i tamo će me reciklirati. Ko zna, možda postanem nešto još bolje! A ti dobiješ popust do xx hiljada dinara za kupovinu novog telefona.” (Tvoj telefon je (kao) tvoj partner – važan i zamenljiv?) (Inače, nije greška u kucanju, ‘telefon’ jasno kaže hladno, ali zato odmah posle toga kaže `e l` (se sećaš...))

Reklama za telefon bez naratora: dinamična muzika, dinamične scene, mladić vozi skejt u skejt-parku; pošto to nema nikakve veze sa telefonom, vidimo i mladića koji snima/slika, možda skejter pravi selfije u pauzama. Smenjuju se skejting i mladić koji se osmehuje svom mobilnom telefonu. U skejt-parku je i pas, koliko god to nepraktično bilo. Pred kraj reklame se (ipak) ispostavlja da su u parku dva mladića (i pas). „Upoznaj novi (telefon).” Sledi spisak dostupnih boja, pa informacije o četiri kamere koje telefon ima, o ekranu, procesoru, memoriji i bateriji – informacije se kao tekst smenjuju na ekranu. (Bićeš neverovatno kul ako kupiš ovaj telefon?)

Reklame inače služe da ubede potencijalne kupce u korisnost proizvoda. I, istini za volju, nisu ovo jedine reklame koje preteruju u ubeđivanju. Šta nam obećavaju/poručuju? Telefon i određeni tarifni paket, sa pristu-

pom internetu, predstavljaju ulaznicu za novi, bolji, uzbudljiviji život. Za procenu tebe kao osobe važan je tvoj mobilni telefon – telefon/paket će ti omogućiti da budeš bolji/uspešniji/zabavniji/lepši čovek. Odnosno, efikasna poruka namenjena srednjoj (a ne mlađoj) generaciji može biti ovakva: „Znamo da ste generacija u sendviču. Imate osećaj krivice jer ste nedovoljno posvećeni roditeljima? To je bar lako, kupite im naš tarifni paket!” Da i ne pominjemo koliko je važno biti u toku sa dešavanjima u bližoj i daljoj okolini, to je pravi melem za vaše subjektivno blagostanje (nećete valjda da budete poslednja osoba koja je čula da je Jovana objavila fotografiju sa Urošem (pogotovo ako je neko od to dvoje vaš bivši parner) ili koja nema pojma čemu se danas „smeje cela Srbija”, možda čak i „ceo svet”). Svu tu magiju možete kupiti za samo xx dinara mesečno, odnosno na rate, koje ćete plaćati dve godine (sitnica). Onda će izaći nešto još magičnije, a mi smo tu za vas i učinimo vam uslugu tako što ćemo vam prodati i to – kroz novu seriju dvogodišnjih rata! Zaista, kako odoleti?

Nadam se da vam nije smetalo malo sarkazma. Sada ćemo videti šta psihologija ima da kaže na temu osnovnih potreba ljudi. Šta želimo?

Krajnji cilj ovog dela teksta je bolje razumevanje naše upadljive vezanosti za sajberprostor i za sredstva koji nam omogućavaju da odemo tamo, sa aspekta zadovoljavanja univerzalnih ljudskih potreba. U te svrhe može poslužiti bilo koja sveobuhvatna teorija ljudske motivacije - npr. Maslovljeva hijerarhija potreba ili teorija samoodređenja, Rajana i Decija, sa potrebama za autonomijom, kompetencijom i povezanošću. Ovde će prednost dobiti Erik Bern, zbog njegove izuzetne pronicljivosti kada je u pitanju razmatranje ponašanja ‘običnih’ ljudi i dara da piše i objašnjava vrlo pristupačno. Mi - ljudi imamo određene gladi, koje su urođene i jake kao i ‘prava glad’ za hranom - to su glad za stimulacijom, glad za priznanjem i glad za strukturom vremena (Bern, 1988; prvi put objavljena 1964. godine). Kasnije, u knjizi *Seks u ljubavi* (Bern, 2014; original iz 1970 godine) Bern piše o šest gladi - šest osnovnih potreba koje nas navode na akciju i koje možemo shvatiti kao razradu prvobitno pretpostavljene tri. Predstavićemo ih u tabeli koja sledi.

Tabela 1: Šest gladi Erika Berna, prema Bern (1976, 1998, 2014¹²)

12 Iz nekog razloga, u srpskom prevodu knjige *Seks u ljubavi*, šest gladi (engl. six hungers) prevedeno je kao šest žeđi. Iako je suština metafore slična, originalni termin *glad* je i na srpskom jeziku potpuno prikladan i zadržan je u ovom tekstu.

Glad za stimulacijom

Mi imamo čula i potrebno nam je da ih koristimo. Kao što telo propada bez hrane i vitamina, tako nervni sistem propada bez stimulacije. Vrlo neprijatno stanje koje izaziva senzorna deprivacija može se koristiti i kao kazna (ili oblik mučenja). Optimalni nivo stimulacije dovodi do otpuštanja neurotransmitera koji nas dovode u stanje prijatne uzbuđenosti. Stimulacija može biti i intelektualna ili emocionalna, kada smo, na primer, uzbuđeni zbog nove knjige ili uznemireni zbog određenih događaja u zemlji i svetu. Uglavnom, stimulacija (senzorna, intelektualna i/ili emocionalna) nam je neophodna i mi tragamo za njom.

Glad za kontaktom

Posebno je važna ljudska potreba za fizičkim dodirrom. Ona je vrlo očigledna kod beba i male dece, i u tom periodu se najslobodnije zadovoljava. Fizički kontakt stvara osećanje povezanosti i prijatnosti. Odraslim ljudima je takođe potreban fizički dodir, maženje, grljenje, ljubljenje. Međutim, odrasle osobe (osim ako nisu u vrlo bliskim odnosima) obično prave kompromis – dodiri su simbolički: razmenjuju se osmesi, odobravajuća klimanja glavom. Odnosno, glad za kontaktom se delimično može zadovoljiti kroz simboličke dodire (vidi glad za priznanjem ispod), ali potreba za fizičkim dodirrom ne nestaje.

Glad za priznanjem

Priznanje od strane drugih ljudi nam pruža tzv. potvrdu postojanja. Razmena ovih potvrda čini transakciju – jedinicu društvenog opštenja. Krajnje jednostavan primer bi izgledao ovako: koračate ulicom i poznanik vam ide u susret. Vi se osmehnete i vedro kažete „Zdravo!”, a poznanik vas ne primeti, bez reči prođe pored vas ili zbunjeno, u poslednjem prenutku, promrmlja „Zdravo”, očigledno nesiguran kome se javio. U ovom slučaju vi niste dobili priznanje i osećaćete se neprijatno. Ukoliko se poznanik osmehne kao i vi i odgovori „Zdravo!” - dobili ste potvrdu postojanja (zapravo dve, koliko ste i dali: osmeh i „Zdravo”), transakcija je komplementarna. Glad za priznanjem je povezana sa osećanjem pripadanja i poštovanja.

Glad za seksom

Evoluciona potreba za razmnožavanjem (u nedostatku ‘nežnije’ reči) esencijalna je za opstanak svake vrste, pa i ljudske. Mi dosta često posmatramo druge kao potencijalne partnere i zamišljamo kakav bi bio seks sa njima. Ova glad je povezana i sa strašću i ljubavlju uopšte, ne samo u vezi sa fizičkim činom seksa; može se shvatiti i kao potreba da budemo uzbuđeni na specifičan način. Ovako shvaćena, ova glad se može zadovoljiti i flirtovanjem, igranjem (*dancing*, ne *gaming!*), pričanjem erotskih dogodovština ili viceva, kroz zadovoljstvo sopstvenom femininošću ili maskulinošću, kroz oslikavanje tela (engl. *body painting**).

Glad za strukturom

„Večna muka ljudskog bića je kako da strukturirše one sate svog života koje provodi na javi.” (Bern, 1998, str. 11). Potreba za strukturisanim vremenom je povezana sa pitanjem šta radimo u svom životu da izbegnemo dosadu i bol, a da osetimo da naš život ima smisla. Zato planiramo događaje u svom životu, upisujemo ih u kalendare. Idemo na posao (ili u školu, na fakultet), planiramo izlaske, odmore, vreme za hobije, dodatne edukacije, rekreaciju. Ispunjavamo život stvarima koje ćemo raditi. Međutim, kao što je premalo strukture vremena loše (da li vam je nekad postalo dosadno tokom raspusta?), i potpuno strukturisani, do kraja isplanirani dani neće proizvesti prijatnosti, već osećaj pritiska, ograničenja, ‘otetog’ života. Ukoliko je glad za strukturom jaka, a osoba ne može da je zadovolji, može je zameniti glad za incidentima - osoba pravi nepravilike sebi ili drugima, samo da bi joj se nešto dešavalo u životu („Dokone ruke đavo lako zaposli”, narodna izreka).

Glad za incidentima

Tesno povezana sa glađu za stimulacijom je glad za incidentima. Mi želimo da vidmo/čujemo nešto što je vrlo neuobičajeno, izuzetno – neki skandal. Možemo da pokušamo da sami zadovoljimo svoju glad za incidentima („Kaži šta ima novo?”), ali najveći izvor ‘hrane’ po ovom pitanju su mediji, koji, opravdano ili ne, različite događaje predstavljaju kao incidente, kroz najave video priloga ili naslove tekstova koji su namerno senzacionalistički („Nećete verovati...”, “10 stvari koje morate znati o...”, “7 stvari koje radite pogrešno”, “12 najopasnijih namirnica” i tome slično). Ako već čitamo vesti, verovatno ćemo kliknuti na neki od ovih naslova, iako već imamo iskustva sa njima. Isto ćemo raditi i sutra, jer u nekom trenutku sadržaj stvarno ‘isporučiti’ incident, a delimično potkrepljenje je vrlo efikasno za učvršćivanje radnji.

* *Napomena:* Umetnost tela (body art), koja uključuje tetoviranje i pirs-

inge, može biti način za zadovoljenje gladi za seksom ili zadovoljenje gladi za dodirrom kroz doživljavanje bola; podrobnija razmatranja prevazilaze i kompetencije autora i namenu ove knjige.

Erik Bern je umro prerano – od srčanog udara u šezdesetoj godini života, kalendarske 1970-te. Prerano sa aspekta očekivanog životnog veka, prerano u smislu da ljudima koje cenimo želimo da žive ‘dugo i srećno’, kao u bajci, i prerano sa aspekta ove knjige – nije mogao da vidi kakav je ‘švedski sto’ postavljen za ljude u sajberprostoru. Bilo bi mu vrlo zanimljivo. U vremenu i mestu u istoriji, u kojem je Bern živeo i radio, postojale su dve ljudske aktivnosti koje, po njegovom mišljenju, mogu da zadovolje sve potrebe koje imamo *odjednom*: to je seks, kao fizički čin, i igranje (uz muziku, engl. dancing). Iako fizička komponenta nedostaje, potpuno ili delimično zadovoljenje svih potreba može se ostvariti u sajberprostoru. Glad za stimulacijom i glad za incidentima: u mnogim slučajevima mi odlazimo u digitalni prostor upravo da razbijemo monotoniju, da vidimo i čujemo nešto lepo, smešno, uzbudljivo. Vesti i tračevi, video-klipovi, mim-sajtovi – obilje ‘polja’ u digitalnom svetu nudi upravo ovakve sadržaje. Glad za kontaktom i glad za priznanjem: gotovo da nije potrebno završiti ovu rečenicu – sajтови društvenih mreža su izgrađeni upravo na njima. Pošto fizički dodir nećete dobiti onlajn – da li to znači da nema šta se pojede kada se javi glad za seksom? Ni iz bliza. Osim sajtova koji su namenjeni gledanju, razmeni i kupovini erotskih i pornografskih sadržaja, korisnici se vrlo lepo snalaze i sami, preko ‘običnih’ aplikacija: za seksting i sajbering je dovoljno da je moguća razmena poruka¹³. Glad za strukturom: zamislite sledeću situaciju – putujete sami, došao je trenutak da promenite prevoz i sada treba da čekate sat i po. Vrlo je verovatno da će vam to vreme strukturisati sadržaji digitalnog prostora koje vam nudi vaš mobilni telefon. Poruke, možda poziv, malo čitanja vesti/tračeva, slušanje muzike, možda ćete čak pogledati i celu epizodu neke serije. Spaseni ste! Nema dosade i ‘praznog’ vremena. (A sad, čisto zbog poređenja, zamislite istu situaciju, ali sa telefonskom baterijom na 2%. Ne, nema gde da se dopuni.) Kada držim prezentacije na ovu temu, nakon predstavljanja naših gladi, obično prikazem slajd sa hipnotičkim krugovima preko pozadine koja ilustruje sajberprostor, a naslov kaže – „On ima SVE”. (Isto se može

13 Seksting (engl. sexting) je slanje seksualno eksplicitnih poruka i fotografija; sajbering, odnosno sajberseks (engl. cybering; cybersex) je izvođenje seksualne aktivnosti onlajn, putem četa ili video poziva, i često uključuje real-life/oflajn masturbaciju.

tvrditi i za telefon, koji je danas najčešći uređaj koji nas vodi u digitalni svet.) Uglavnom, putnici kroz digitalne prostore zaista mogu da zadovolje sve svoje potrebe, neke potpuno, a neke delimično, u novim prostranstvima.

Probajte sami

Druga teorija motivacije. Odaberite neku teoriju motivacije koja se vama dopada, odnosno, za koju smatrate da najbolje odlikava ljudske potrebe, i pokušajte da predstavite korišćenje novih tehnologija u tom svetlu.

Nove reklame – iste poruke? Potražite/obratite pažnju na aktuelne reklame za digitalne uređaje/tarifne pakete koji uključuju internet: koje poruke se šalju potencijalnim kupcima? Možete uraditi analizu sadržaja na, recimo, reklamama koje su se pojavile u proteklih godinu dana.

MOŽDA ĆE VAM IPAK USPUT BITI I MALO MUKA

Razvoj tehnologija, a naročito razvoj mobilnih tehnologija, podstakao je istraživače iz oblasti društvenih nauka na razmatranje svojevrstih paradoksa u vezi sa njihovom upotrebom (npr. Mick & Fournier, 1998; Jarvenpaa & Lang, 2005). Radi se o tome da korisnici (u duhu našeg teksta – putnici!) zaista istovremeno, u vezi sa istom aktivnošću, doživljavaju suprotna stanja: i vrlo prijatna i vrlo neprijatna. Odnosno, paradoks, u ovom kontekstu, predstavlja situaciju ili ponašanje koje ima kontradiktorne ili nekonzistentne odlike (Jarvenpaa & Lang, 2005). Svim sajbernautima sajberprostor ponekad zadaje glavobolje. Interesantno je pogledati tu široku sliku, našu rastrzanost upotrebom tehnologije. Ovo je važno i zbog toga što svi paradoksi nisu, za sada, podjednako istraživani u psihologiji, te ih u daljem tekstu neće biti iz tog razloga ili prosto zato što jedna knjiga ne može da obuhvati sve (a treba saznati čega još ima). Postoji još jedan razlog, koji ćemo izneti na kraju.

Tabela 2: Paradoksi upotrebe tehnologije, navedeni pre svega sa aspekta upotrebe sredstava mobilnih tehnologija. Nazivi i delovi opisa su dati prema Mick & Fournier (1998) i Jarvenpaa & Lang (2005).

Paradoks

Opis

Osnaživanje/ porobljavanje

Stalna mogućnost komunikacije vezana za posao, porodicu ili prijatelje, sa bilo kog mesta, osnažuje ljude, pruža slobodu u komuniciranju, sigurnost. Danas je zaista moguće momentalno stupiti u kontakt gotovo sa bilo kim, a ta opcija ne donosi neko posebno finansijsko opterećenje, dostupna je ljudima. Ranije je telefonski poziv u inostranstvo bio skup. Danas je, preko aplikacija za umrežavanje (npr. Viber ili WhatsApp) moguć i jeftin ne samo audio, nego i video poziv. Međutim, ova ista mogućnost povezanosti sprečava održavanje distance – dostupnost 24/7 nas porobljava. Ne dozvoljava nam da se odmorimo, opustimo, distanciramo ili posvetimo sadašnjem trenutku; zamagljuje granicu između radnog i slobodnog vremena. Postaje teško da se sklonite od ljudi sa kojima, u tom momentu, radije ne biste komunicirali. Na različitim internet sajtovima se često može videti citat, uz sliku starog fiksnog telefona (autor nije poznat): „Kada je telefon bio vezan žicom, ljudi su bilo slobodni” (engl. „When the phone was tied with a wire – humas were free.”)*

**Napomena:* Portugal je upravo u vreme nastanka ovog teksta, 5. novembra 2021, godine, doneo zakon koji zabranjuje poslodavcima da kontaktiraju zaposlene/šalju poruke vezane za posao nakon završetka radnog vremena. Zbog pandemije virusa korona mnogi radnici su radili od kuće, što je dodatno otežalo razdvajanje posla i slobodnog vremena i bez pritiska nadređenih. Ti pritisci su, u Portugalu, postali nelegalni.

**Nezavisnost/
zavisnost** Telefon ‘radi’ sve, može da obavi akcije za koje je ranije bilo potrebno više uređaja – ovo korisnicima daje osećaj nezavisnosti. Međutim, navikavanje na sve te mogućnosti, a pogotovo na stalnu internet konekciju, deluje, rečima jednog ispitanika „kao da imate elektronski okov” (Jarvenpaa & Lang, 2005, p.12). Korisnici postaju zavisni od svog uređaja, tj. od opcija koje on nudi. Iako je moguće ne koristiti uređaje/aplikacije neko vreme (npr. za vikend, na izletu/u šetnji) mali broj ljudi bira tu mogućnost. (Kada ste poslednji put *svesno* ostavili svoj mobilni telefon kod kuće? Da li možete da se setite svoje reakcije kada ste izašli i shvatili da ste zaboravili svoj telefon? A reakcije kada ste pomislili da ste ga izgubili?) Sami istraživači kažu da bi ovo mogao biti i poseban slučaj prethodnog paradoksa.

**Ispunjavanje
potreba/
stvaranje
potreba** Ispunjavanje potreba za, na primer, informisanošću, komuniciranjem, posedovanjem lepog i pouzdanog uređaja, lakšim obavljanjem poslova stvorilo je i nove potrebe ili preuveličalo stare. Tako ‘pratimo’ i komentarišemo ljude koje ne poznajemo, kupujemo telefone koji su iznad naših realnih ekonomskih mogućnosti, očekujemo da sve informacije/usluge budu dostupne onlajn. Jednostavan primer kruga ispunjavanja/stvaranja potreba je potreba roditelja da znaju gde je dete i šta radi. Pre mobilnih telefona, dete bi reklo gde želi da ide, dobilo bi dozvolu i uputstva za ponašanje i – otišlo bi. Potreba roditelja da prati aktivnosti deteta je bila (u većini slučajeva) zadovoljena. A onda su se stvarale, i ispunjavale, nove potrebe: javi se porukom/odgovaraj na poruke; javi se kad te zovem; uključi kameru/pokaži mi. Postoje programi za praćenje telefona, postoje satovi koji se dobijaju uz telefone za decu i reklamiraju kao neophodni ‘lokatori’ deteta. Lestvica se stalno podiže, tako da nije teško zamisliti kako će dete uskoro nositi stalno aktiviranu kameru, a roditelji displej na kojem ga nadgledaju.

Kompetentnost/ nekompetentnost Posredstvom IKT uređaja mogu se obaviti mnoge radnje koje čine da se korisnik oseća inteligentno i kompetentno (npr. korišćenje usluga elektronskog banкарства ili navigacije). Međutim, ukoliko osoba ne uspe da uradi nešto (bilo da se radi o lošem dizajnu ili nepoznavanju aplikacije) javiće se osećaj nekompetentnosti. Nekompetentnost može proizaći i iz toga što obilje informacija koje uređaj nudi/omogućava ometa fokusiranje na zadatak koji osoba izvršava.

Planiranje/improvizacija Mobilne tehnologije mogu biti i efikasna sredstva za planiranje različitih aktivnosti, sa podsećanjem na njihov raspored. Međutim, ovo može da navede korisnike da ulažu manje truda u planiranje rasporeda (npr. zaboravljanje na vreme koje je potrebno za dolazak na određište), što se na kraju završava improvizacijom.

Efikasnost/ neefikasnost Upotreba sredstava novih tehnologija omogućava ulaganje manje truda u neke aktivnosti i tako povećava efikasnost. Međutim, stvaraju se i nove obaveze – treba ulagati još truda, što korisnici ne pretpostavljaju da će se desiti dok ne probaju ili ne poseduju tehnologiju. Jednostavan primer: sajtovi društvenih mreža i aplikacije za umrežavanje će vam slati notifikacije kada vaši kontakti objave ili lajkuju nešto. To bi trebalo da vam poveća efikasnost, jer ne morate proveravati sami – obaveštenje stigne, vi, ako želite, reagujete. Međutim, ista ova situacija vrlo lako može rezultirati i gomilom obaveštenja koja treba pregledati, što će vam oduzeti vreme i potencijalno vas dovesti u stanje neefikasnosti.

<p>Uključenost/ Isključenost</p> <p>ili</p> <p>Asimilacija/ izolacija</p>	<p>Mobilne tehnologije omogućavaju korisnicima da odaberu kada će se uključiti u razgovor ili u dešavanja u neposrednoj okolini, a kada će se ‘isključiti’ i preći u digitalni prostor. Međutim, korisnici često pokušavaju da se bave paralelnim aktivnostima – da čitaju poruke sa telefona tokom razgovora (da ostanu uključeni), što rezultira narušavanjem ili prekidanjem razgovora (događa se isključenost).</p> <p>Paradoks asimilacija/izolacija je suštinski isti, samo što se fokusira na krajnji ishod: tehnologija može da podstakne zajedništvo ljudi, a može da podstakne i suprotno – separaciju od drugih.</p>
<p>Javno/privatno</p>	<p>Mobilni uređaji bi trebalo da budu lična sredstva za privatnu komunikaciju. Međutim, postalo je vrlo uobičajeno da ljudi svoje privatne razgovore obavljaju na javnim mestima (i to tako da ih drugi ljudi mogu čuti). Danas je paradoks javno/privatno snažno prisutan i u postovanju vrlo ličnih sadržaja na društvenim mrežama.</p>
<p>Iluzija/ otrežnjenje</p>	<p>Ovaj poslednji paradoks je bio daleko prisutniji na ranijim stadijumima razvoja mobilnih uređaja, kada su reklame stvarale nerealna očekivanja – iluzije, a korisnici su kroz upotrebu doživljavali ‘otrežnjenje’. (Na primer, obećava se da ćete biti uvek umreženi, uvek u toku, a onda se ispostavi da na mnogim mestima telefon jednostavno ‘ne hvata’ mrežu. Ovo se danas vrlo retko događa.) Mobilne tehnologije su napredovale, a korisnici postali malo manje naivni u pogledu očekivanja, tako da je ovo paradoks koji je, najvećim delom, pregazilo vreme, ako mislimo na aktuelne IKT uređaje i digitalni prostor. Međutim, za tehnologije koje su nam manje poznate i manje dostupne, kao što su novi sistemi veštačke inteligencije – socijalni roboti, još uvek imamo iluzije. Koje će, verovatno, u budućnosti biti razbijene.</p>

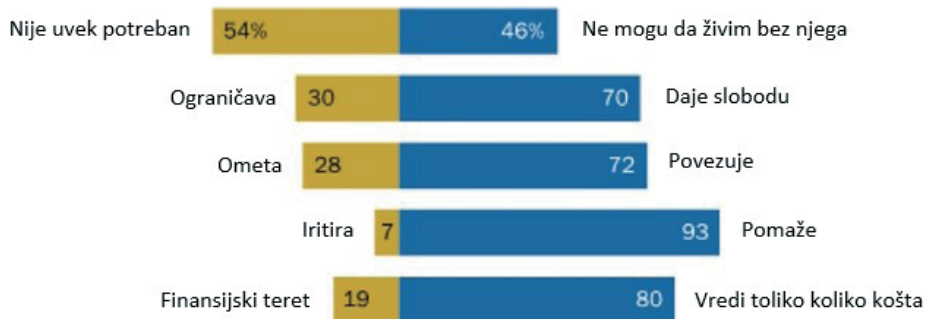
Novo/zastarelo Nove tehnologije korisniku pružaju nedavno, najskorije razvijene primene naučnog znanja (koje će doneti određene blagodeti korisniku). Međutim, nove tehnologije će, ubrzo nakon puštanja na tržište, biti prevaziđene. Jednostavno rečeno, šta god da ste upravo kupili – nov uređaj ili novu verziju nekog softvera – to će jako brzo postati *staro*. U vreme kada nešto ulazi u prodaju, već se priprema nova verzija istog (pa makar i ne postojala realna potreba za daljim unapređivanjem ili suštinska razlika između prethodnog i narednog modela/verzije).

Angažovanost/deangažovanost Ovo je paradoks uočen u vezi sa tehnologijom uopšte (Mick & Fournier, 1998), a istraživači ga smatraju najapstraktnijim. Međutim, ako prenesemo ovu kontradikciju u sadašnji trenutak, videćemo da je vrlo prisutna i ne-apstraktna. Sajtovi društvenih mreža mogu da podstaknu uključenost i aktivnost, mogu da pokrenu ljude da se angažuju u vezi sa nečim i izazovu promenu – da organizuju protest, spreče iseljenja/rušenja, sakepe/urade nešto što je potrebno. Pored ovih akcija u oflajn okruženju, moguće su i akcije onlajn – aktivno podržavanje/kritikovanje neke ideje ili kampanje. Neki korisnici se angažuju kroz ‘haktivizam’ (‘hacktivism’; Postmes, 2010) – menjaju sadržaje sajtova, blokiraju usluge ili otimaju sajt. Međutim, moguća je i suprotna varijanta, da ljudi, kroz intenzivno korišćenje novih tehnologija zapadnu u deangažovanost: svakodnevno pristiže mnoštvo informacija, od kojih su mnoge uznemirujuće. S jedne strane, ljudi se navikavaju na to da se stalno događaju neke katastrofe, a s druge strane, pošto svi znaju za to – odvija se i difuzija odgovornosti, što zajedno može dovesti do stanja deangažovanosti. (Ovo poslednje je potpuno u duhu Oldusa Hakslija, pogledajte deo *Nešto zanimljivo*.)

Kao što je obećano, sledi poslednji razlog za prikaz paradoksa: mogućnosti koje nove tehnologije nude nisu, same po sebi, ni dobre ni loše, ali, u zavisnosti od toga *kako ih koristimo*, mogu biti i dobre i loše. Market-

ing kojem smo izloženi govori samo o jednoj strani upotrebe tehnologije (obećanja putnicima), a vrlo je verovatno da će nam ponekad biti i malo muka (negativni ‘pol’ paradoksa). Ukoliko pratite savremena psihološka istraživanja, ispada da će nam biti loše većinu vremena. Odnosno, veliki broj istraživača fokusiran je na ispitivanje negativnih aspekata upotrebe digitalnih tehnologija. Izraženo terminima prikazanih paradoksa, najviše su istraživani problemi koji se tiču relacija oslobađanja – porobljavanja, uz nezavisnost – zavisnost, potpom problemi iz oblasti uključenost – isključenost, odnosno asimilacija – izolacija (prema David & Roberts, 2017). Jednostavno istraživače (oduvek) više privlače negativni fenomeni; možda se može reći da upoznavanje tih, potencijalno opasnih, aspekata upotrebe ima i više praktičnog značaja. Sajberprostor može biti sjajno mesto, a može biti i prava noćna mora. Zависи gde i sa kim putujete, šta radite na tom putu.

Nešto zanimljivo



Slika 2: Kako vlasnici smartfona vide svoje telefone? Prilagođeno iz Smith (2015a).

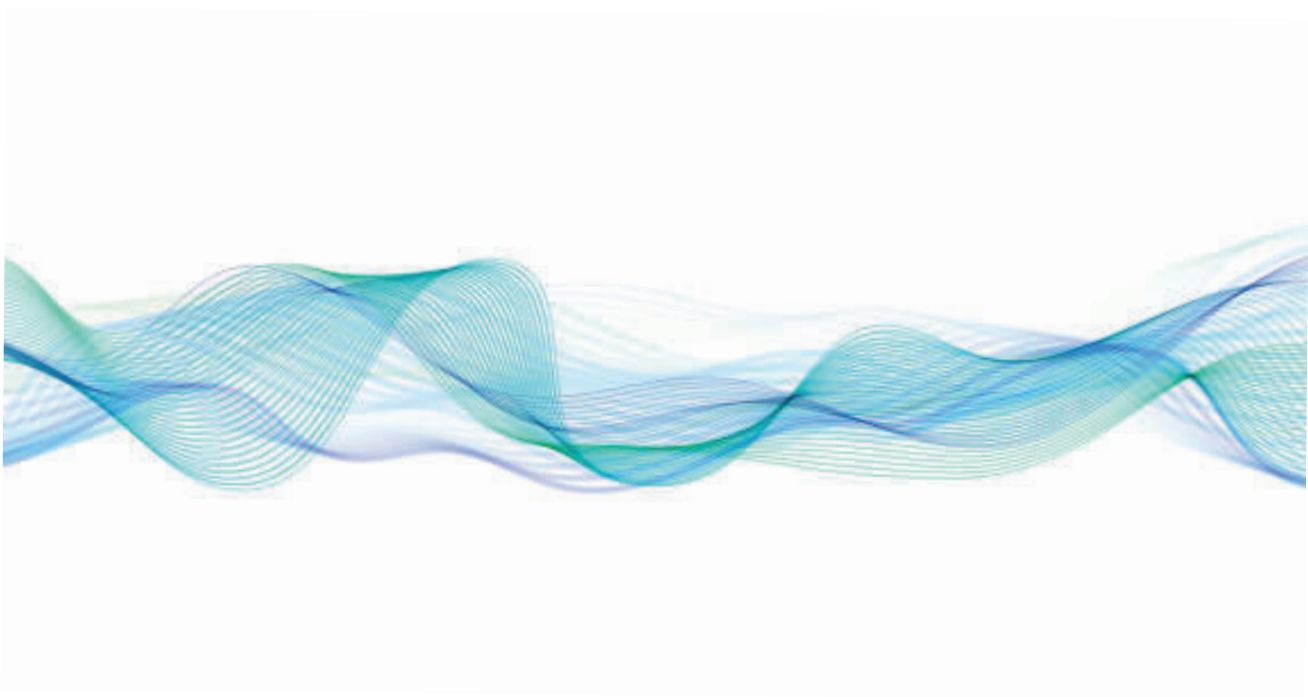
Termin korisnici. U okviru prethodne teme više, u vezi sa upotrebom sredstava novih tehnologija, više puta je upotrebljene termin „korisnici”. On se koristi i u tekstovima na engleskom – *users*. U tom smislu je interesantno zapažanje novinara časopisa Wired (njegovo ime se ne pominje) koje prenosi Edvard Tafti (Edward Tufte): „postoje samo dve industrije koje svoje mušterije zovu korisnicima – droga i kompjuteri”. Ovo zvuči nešto bolje na engleskom: „there are only two industries which refer to their customers as users, drugs and computers”¹⁴. Mlađe generacije se, najverovatnije, ne sećaju BlackBerry telefona, koji su bili vrlo popularni, pogotovo kod poslovnih ljudi u Severnoj Americi (vrhunac popularnosti

14 Computer Literacy Bookshops Interview, https://www.edwardtufte.com/tufte/complit_9497 Copyright © 1997, Computer Literacy Bookshops Inc.

je bio 2013. godine, posle čega sledi pad). Međutim, ako bar znate da su postojali, lako je shvatiti šalu: pošto se vlasnici jednostavno nisu odvajali od svojih telefona, skovan je termin ‘Crackberry’ (Middleton, 2007; crack - krek je najjeftiniji oblik kokaina). U istom duhu su zapažanja Adama Altera o ljudima koji su u vrhu industrije hardvera i softvera, ali koji svojoj deci ne dozvoljavaju, odnosno značajno ograničavaju upotrebu IKT sredstava, kao da „prate osnovno pravilo dilovanja droge: nikad ne koristi ono što prodaješ“ (Alter, 2017, str. 2; predgovor njegove knjige *Addicted* upravo nosi naziv *Never get high on your own supply*).

O jednom paradoksu. U vezi sa paradoksom angažovanost/deangažovanost obećan je link – pročitajte tekst i pogledajte strip na blogu *Paradoksija* <http://paradoksija.blogspot.com/2012/05/orvel-ili-haksli-ko-je-bio-u-pravu.html> .

Krećemo na put



*(Internet) is an alien life form.
(Internet) je vanzemaljski oblik života.*

David Bowie, BBC intervju, 1999.¹⁵

15 <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2016/01/12/462744754/david-bowie-the-internet-visionary>

Sajberprostor je nastao i održava se ljudskom aktivnošću – kao takav on privlači pažnju društvenih nauka. Pravo, ekonomija, politologija, komunikologija, sociologija – sve te discipline oprobavaju primenu svojih dosadašnjih saznanja u novom polju i formulišu nove ideje, probleme i rešenja. Naravno da ni psiholozima nisu mogle da promaknu svakodnevene virtuelne migracije ljudi. Po mišljenju Grejn Kirvan, jednog od poznatih sajberpsihologa, verovatno najznačajnija promena u ljudskom ponašanju i interakcijama u poslednje dve decenije vezana je, uopšteno gledano, za porast popularnosti interneta; odnosno, specifičnije, za rapidni porast popularnosti onlajn društvenih mreža i onlajn interakcija (Kirvan, 2016). Kao što je već pomenuto na početku, ova nova oblast psihologije nazvana je sajberpsihologija (engl. *cyberpsychology*). Predmet proučavanja sajberpsihologije je „javljanje, izražavanje, aktualizacija i artikulacija ljudskog ponašanja u vezi sa kompjuterizovanim prostorima ili unutar njih, ili interakcija sa kompjuterizovanim sistemima.” (Guitton, 2021, str. 1). Može se i jednostavno reći da ova nova disciplina proučava ukrštanje psiholoških procesa i korišćenja kompjuterskih tehnologija (Elhai & Rozgonjuk, 2020).

Definicije su, po svojoj prirodi, apstraktne. Moguće je da se i dalje pitate šta to zapravo proučava sajberpsihologija. Iako je realno stanje stvari najčešće složenije nego predložena kategorizacija, ipak, razjašnjenja radi, možemo reći da postoje dva osnovna polja istraživanja. S jedne strane, ispituje se kakve efekte korišćenje kompjuterskih tehnologija ima na ljudsko ponašanje (Elhai & Rozgonjuk, 2020). Ti efekti mogu biti pozitivni, kao što je uvećavanje socijalnog kapitala, olakšano učenje, poboljšan pristup uslugama vezanim za mentalno zdravlje. Efekti mogu biti i negativni. Oni su češće predmet naučnih istraživanja, recimo posledice preterane upotrebe (korišćenje uređaja, npr. telefona, ili upotrebe aplikacija, npr. sajtova društvenih mreža) ili digitalne distrakcije – ometanja koje tehnologija unosi u procese rada, učenja i socijalnih interakcija. Ponekad efekti, vezani za isti fenomen, mogu biti i pozitivni i negativni: na primer, nove tehnologi-

je mogu i unaprediti i potkopati ljubavne veze. Drugo polje istraživanja bavi se pitanjima razvijanja i korišćenja kompjuterskih tehnologija u cilju rešavanja ‘starih’ psiholoških problema, najčešće iz oblasti mentalnog zdravlja, odnosno subjektivnog blagostanja: npr. razvijanje kompjuterskih igara za korišćenje u psihoterapiji dece i adolescenata ili korišćenje virtualne realnosti u svrhe terapije ili učenja/uvežbavanja specifičnih veština. Ima autora koji smatraju da postoji i treće polje (Kirvan, 2016), mada je možda realnije reći da je to oblast povezana sa sajberpsihologijom (Elhai & Rozgonjuk, 2020): interakcija čovek – mašina (engl. human-computer interaction). Osnovni predmet interesovanja u ovoj oblasti je očigledan iz naziva – to je interakcija ljudi i računara, gde je posebno važan dizajn kompjuterske tehnologije, jer je cilj učiniti računare prikladnijim i lakšim za korišćenje. Za rad u ovoj interdisciplinarnoj oblasti, pored poznavanja psihologije i dizajna, potrebna su i znatna tehnička znanja. Sada kada smo videli šta sve proučava sajberpsihologija, možemo izneti još jednu definiciju. Sajberpsihologija je grana psihologije koja proučava kako stupamo u interakcije sa drugima koristeći tehnologije, kako upotreba tehnologija može uticati na naše ponašanje i na naša psihička stanja i kako tehnologije mogu biti razvijene tako da odgovaraju našim potrebama (prema Kirvan, 2016). Najviše je proučavana upotreba interneta (u različite svrhe, u poslednje vreme pažnju najviše privlače sajтови društvenih mreža). Međutim, iako se ponekad sreće i termin psihologija interneta, on nije pogodan za celu oblast jer tako ostaju izostavljeni važni istraživački problemi: igranje igara (preko različitih uređaja; onlajn i oflajn), virtualna i proširena stvarnost, veštačka inteligencija.

Korišćenje novih tehnologija donelo je i nove istraživačke probleme postojećim psihološkim disciplinama. Na primer, za proučavanje razvoja dece sve značajniji postaje fenomen ‘izloženosti ekranu’ (engl. screen exposure). (Radi se o tome da deca, čak i na najranijem uzrastu, dosta vremena provode za (i sa) nekim uređajem – najčešće telefonom ili tabletom, što ima brojne posledice po razvoj; na ovo ćemo se vratiti u delu o digitalnim distrakcijama). Socijalna psihologija i psihologija komunikacije ne mogu da ‘zaobiđu’ sajtove društvenih mreža. Istraživanja kognitivnih procesa moraju da uzmu u obzir rapidni porast interakcija čovek – mašina putem digitalnih interfejsa. Istraživanja emocija i bliskih, ljubavnih odnosa uključuju onlajn veze i onlajn dejting, a istraživanja procesa učenja uključuju kompjuterizovane alate i prostore. Klinička psihologija i proučavanje za-

visnosti su dobili ceo spektar problematične upotrebe interneta, čiji su deo ekscesivno igranje kompjuterskih igara i problematična upotreba onlajn društvenih mreža (ili ‘zavisnost’ od njih). Ovakva lista novih istraživačkih problema je jako dugačka. „Nijedno polje psihologije nije ‘pošteđeno’: generalno gledano, psihologija ne može da zanemari sajber dimenziju.” (Guitton, 2021, str. 1). Zapravo se može reći da sajberpsihologija nije (samo) nova oblast psihologije; sve psihološke discipline su zakoračile u novi prostor. „Sajberpsihologiju možemo shvatiti kao dodatni sloj neophodan za istraživanje i razumevanje bilo kojeg psihološkog fenomena.” (Guitton, 2021, str.1).

Neki termini

Prethodni tekst je sadržao neke termine za koje sigurno pretpostavljate šta znače, ali možda niste potpuno sigurni. Ukoliko je potrebno, razjašnjenja slede.

- *Proširena stvarnost* (Augmented reality, AR) – vizuelno prikazivanje virtuelnih objekata preko prikaza realnog sveta, pomoću tehnologija kao što su kamere i ekrani. Odnosno, proširena realnost ili dopunjena realnost je termin koji opisuje korisnikovo viđenje sveta prošireno kompjuterski generisanim tekstom, slikom i zvukom. Sličan ovom konceptu je koncept virtuelne stvarnosti, u kojoj se stvaran svet zamenjuje virtuelnim. Uz pomoć proširene realnosti digitalne informacije su postavljene preko stvarnog sveta¹⁶. Najpoznatiji primer proširene stvarnosti, za koji ste gotovo sigurno čuli, je *Pokemon Go*¹⁷.
- *Virtuelna stvarnost/virtuelna realnost* (Virtual reality, VR) – korišćenje kompjuterskih tehnologija za stvaranje trodimenzionalnih virtuelnih svetova ili objekata sa kojima korisnici mogu da stupaju u interakciju. Virtuelna realnost zahteva određenu opremu (npr. VR head-set) koja će omogućiti doživljavanje sklopa vizuelnih, zvučnih, dodirnih, ponekad i drugih čulnih iskustava. Proširena stvarnost se pojavljuje *preko* stvarnog, fizičkog sveta, kojeg korisnik

16 Preuzeto sa https://sr.wikipedia.org/wiki/Проширена_стварност, više na https://en.wikipedia.org/wiki/Augmented_reality.

17 https://www.buzzfeed.com/nicolenguyen/how-new-pokemon-go-iphone-ar-mode-works?utm_term=.okjAEWzkW#.cdB7BqWkq

nastavlja da doživljava uz sadržaje proširene realnosti. Kod virtualne stvarnosti korisnik je potpuno u toj novoj realnosti i, u tom trenutku, to je jedina stvarnost koju doživljava¹⁸.

- *Veštačka inteligencija* (Artificial intelligence, AI) – stvaranje inteligentnih mašina ili kompjuterskih sistema. Iako vam se možda čini da se niste sretali AI, sigurno jeste, i to pre nego sa AR ili VR. Gugl pretraga (Google search) koristi AI algoritme, isto kao i sistemi preporuka na YouTube, Netflix-u ili nekom razvijenijem sajtu za onlajn kupovinu. Softveri Siri i Alexa (personalni asistenti) takođe spadaju u AI, kao i roboti za seks ili roboti namenjeni za pomoć starima¹⁹. Pošto se ova knjiga neće baviti našim odnosom prema robotima, čitaocu se najtoplije preporučuje knjiga Šeri Terkl *Sami zajedno* (2011) – prvi deo knjige („Nove intimnosti u samoći: robotski momenat”) bavi se upravo našom ogromnom ranjivošću i željom da uspostavimo odnos *sa*, a ne odnos *prema*, inteligentnim programima i mašinama.

Nešto zanimljivo

Master sajberpsihologije. Danas možete pronaći dosta studijskih programa koji vam omogućavaju sticanje zvanja master sajberpsihologije (engl. MSc in Cyberpsychology). Nakon (uspešnog) završetka kursa, polaznici stiču znanja važna za rad u bilo kojoj organizaciji koja postoji (i) onlajn. Npr. razumeće šta čini sajt ili aplikaciju privlačnijom; kako iskoristiti onlajn društvene mreže za bolje funkcionisanje kompanije; koji su psihološki faktori (različitih formi) onlajn kriminala. Osim psiholozima, ovi master programi se obično nude i novinarima, stručnjacima za marketing i ljudima koji rade u različitim oblastima IT. Pokušajte pretragu sami i pogledajte predmete koje polaznici imaju i sadržaje kurseva.

18 Pogledajte https://sr.wikipedia.org/sr-ec/Виртуелна_реалност ili https://en.wikipedia.org/wiki/Virtual_reality.

19 Možete pogledati https://sr.wikipedia.org/sr-ec/Вјештачка_интелигенција ili https://en.wikipedia.org/wiki/Artificial_intelligence.

5 OSOBNOSTI ONLAJN KOMUNIKACIJE

Prisetite se svoje komunikacije sa drugima u poslednja dvadeset četiri časa. Jedan deo se, verovatno, odvijao u fizičkom svetu – pričali ste sa ukućanima, kolegama, radnicima u prodavnici, razmenjivali pozdrave sa komšijama. Drugi deo vaše dnevne komunikacije je, pretpostavljam, bio onlajn i kompjuterski posredovan – razmenjivali ste poruke preko neke aplikacije (kao što je Viber²⁰), preko sajtova društvenih mreža, možda ste primili i napisali mejl. Ako igrate neku kompjutersku igru onlajn, verovatno ste i tamo, makar kratko, komunicirali sa nekim. Možda ste aktivni na nekim forumima – o kućnim ljubimcima, kozmetici, automobilima – moguće je da ste baš danas dobili savet ili ste nekom ponudili svoje mišljenje/iskustvo. Kakav je bilans – sa koliko ljudi ste kontaktirali oflajn, a sa koliko onlajn? Da li biste rekli da ima dana kada je vaša komunikacija u digitalnom prostoru učestalija nego komunikacija u fizičkom? Jedna lična ilustracija: danas sam komunicirala oflajn sa suprugom i dostavljačem. Ovog istog dana održala sam čas onlajn (sa uključenom kamerom) i razgovarala sa studentima (koji obično ne vole da uključuju kamere, ali,

20 Bilo bi dobro praviti razliku između *social networking apps* (npr. WhatsApp, Messenger, Viber) i *social networking sites* (npr. Facebook, Instagram). Aplikacije za umrežavanja (kod nas je jedna od popularnijih aplikacija Viber) podržavaju komunikaciju jedan na jedan ili u grupi, ali korisnici nemaju svoju stranicu sa koje (mogu da) plasiraju sadržaje i da gledaju ‘tuđe’, kao kod sajtova društvenih mreža. Ova razlika može biti važna, jer ljudi verovatno češće (na dnevnom nivou) koriste aplikacije za umrežavanje, gde poruke idu ka odabranoj osobi ili odabranoj grupi. Svima koje ‘imate’ na Viberu poruku ćete poslati, verovatno, samo ako menjate broj telefona; razlika u odnosu na sajtove društvenih mreža je u tome što ljudi često postuju sadržaj koji vide *svi* njihovi kontakti – dobar deo komunikacije je ‘jedan ka mnogima’, što je još jedna važna razlika. Naravno da možete slati lične poruke i preko sajta društvene mreže, samo treba uvideti ovu razliku u okruženju iz kojeg/u kojem se komunicira. Ukoliko se istraživač i ispitanici ne sporazumeju dobro na šta se misli, mogu se dobiti nejasni rezultati, npr. da jedan ljubavni par dobar deo dana komunicira preko onlajn društvene mreže, a oni zapravo komuniciraju preko aplikacije za umrežavanje, što je drugačiji kontekst. Na ovo pitanje ćemo se vratiti opet u delu o onlajn društvenim medijima.

na sreću, hoće da pričaju), napisala sam nekoliko mejlova, razmenjivala poruke preko Viber-a i kratko komunicirala sa drugim igračima u onlajn igri koju volim. Od početka pandemije virusa korona ovo je prilično standardan dan za mene: komunikacija u sajberprostoru vodi sa velikom razlikom. Međutim, interakcija sa drugima u različitim domenima digitalnog prostora je različita. Da stvari budu komplikovanije, većina savremenih veza (poslovnih, prijateljskih, romantičnih) koje se održavaju (i) onlajn je najčešće i multi-medijalna i multi-modalna (Parks, 2017): ljudi koriste više različitih komunikacionih platformi unutar istog odnosa, a komuniciraju putem različitih simbola i komunikacionih sistema – tekst, fotografije, glas i/ili video. Savremena istraživanja i teorije kompjuterski posredovane komunikacije moraju uzeti u obzir činjenicu da ljudi danas održavaju multi-medijalne i multi-modalne odnose (engl. mixed-media relationships; Parks, 2017). Teško je obrazložiti neslaganje sa ovakvim stavom. Međutim, činjenica je da istraživači najčešće moraju da ograniče problem svog istraživanja na jedan medij ili mod, kao što je u prikazima često neophodno razdvojiti komponente fenomena koje se inače ne javljaju odvojeno jedne od drugih. (Drugim rečima, veštački pojednostavljujemo realnost u svojim pokušajima da je razumemo.) Ovde ćemo pokušati da izdvojimo odlike kompjuterski posredovane komunikacije²¹ koje su ključne za njeno odvijanje. Te odlike se van teksta, pa čak ni u njemu, ne mogu javiti nezavisno jedne od drugih.

5.1. Tekstualna vs audio-vizuelna komunikacija

Prvo, komunikacija se može odvijati samo putem teksta, a može uključivati i glas, odnosno glas i sliku. Na samom početku kompjuterski posredovana komunikacija je bila pretežno tekstualna, zbog ograničenih mogućnosti koje su se nudile širokom krugu korisnika - danas je i audio-vizuelna komunikacija dostupna većini. Komunikacija putem teksta ima značajne prednosti (kao što je izjednačavanje statusa, koje će biti pomenuto kasnije u ovom poglavlju), ali sa stanovišta samog komunikacionog procesa, tekst se može posmatrati kao siromašan medijum (siromašan u odnosu na video-poziv, recimo). U teoriji bogatstva medija (engl. media richness theory) bogatstvo informacija je određeno kapacitetom informacije da omogući razumevanje u određenom vremenskom

21 Engl. computer mediated communication, CMC. To je svaka komunikacija koja uključuje kompjuterske tehnologije kao medijum (dakle, obuhvata i komunikaciju putem pametnih telefona).

intervalu (Daft & Lengel, 1986). U bogatoj komunikaciji se relativno lako prevazilaze različiti referentni okviri učesnika, blagovremeno se razjašnjavaju dvosmislena pitanja i razumevanje se postiže relativno brzo. Nasuprot tome, komunikacija u kojoj je potrebno duže vreme za postizanje razumevanja ili u kojoj se ne mogu prevladati različite perspektive učesnika, je manje bogata, odnosno – siromašna je. Teorija bogatstva medija pretpostavlja da učesnici u komunikaciji teže da prevladaju dvosmislenost i neizvesnost, da znaju ‘na čemu su’. Ovo će lakše i brže biti postignuto u audio-vizuelnoj komunikaciji, u odnosu na tekstualnu. Prethodni stav nas vodi do još dve starije teorije koje razmatraju kompjuterski posredovanu komunikaciju i povezane su sa ovom temom – komunikacija putem teksta naspram audio-vizuelne komunikacije: to su teorija socijalnog prisustva (engl. social presence theory) i teorija znakova društvenog konteksta (engl. social context cues theory). Ove teorije ističu da onlajn komunikaciji (tekstualnoj!) nedostaju neverbalni i paralingvistički znaci, što vodi ekstremno niskom osećanju socijalnog prisustva (prema Whitty, 2008). U takvoj situaciji redukovana je percepcija sebe i sopstvene odgovornosti, odnosno podstaknuta je de-individuacija – umanjenje svesti o sebi kao zasebnoj, odgovornoj individui, odnosno minimizacija samoposmatranja i samoevaluacije (Spears et al., 2010; Perfumi, 2020). De-individuacija, kao psihološki fenomen, dovodi do istog ishoda o kojem govore pomenute teorije komunikacije: redukovana percepcija sebe pokreće određeni gubitak kontrole nad ponašanjem, jer je i percepcija socijalnih normi slabija (Zimbardo, 1969; prema Perfumi, 2020). Treba primetiti da slabija kontrola ponašanja i antinormativno ponašanje ne vode nužno javljanju antisocijalnog ponašanja – ponašanje može jednostavno biti nekonformističko. Vratimo se tekstualnoj komunikaciji: tu je socijalno prisustvo (osećaj ili stepen jasnoće da je osoba zaista *sa* drugom osobom, u socijalnoj interakciji) nisko ili bar niže u odnosu na audio-vizuelnu komunikaciju. Takođe, u tekstualnoj komunikaciji nedostaju znaci društvenog konteksta – signali izraženi licem, telom, glasom, pokretom. Ovo su znaci koji se u komunikaciji licem u lice prenose neverbalno, a ukazuju na to šta bi bilo poželjno, normativno ponašanje u datom kontekstu (Walther, 2011), odnosno služe da se prilagodimo situaciji (Kiesler & Sproull, 1992). Na primer, osoba kaže da je sve u redu, ali uz tužan izraz lica ili plačnim glasom, što je potpuno drugačiji kontekst od ‘sve je u redu’ izrečenog sa osmehom – ovo bi bili znakovi konteksta vezani za lične karakteristike. Znakovi konteksta mogu biti i demografski, kao što su uzrast, pol, rasa (prema Li et al., 2015). To je takođe teže videti iz teksta, pa se može dogoditi da vrlo grubo odgovorite staroj

osobi ili detetu, polazeći od pretpostavke da je poruku/komentar napisala odrasla osoba. Znakovi društvenog konteksta se mogu podeliti i na statičke (npr. karakteristike osobe ili situacije, kao što je raspored sedenja) i na dinamičke (njih pruža opservacija ponašanja, npr. klimanje glavom) (Kiesler & Sproull, 1992). Suština ostaje ista: ljudi su naviknuti da koriste socijalne znakove da bi se prilagodili društvenim situacijama – njihov nedostatak čini ljude usmerenim na sebe, dezinhibiranim i manje sposobnim da se prilagode ulogama i normama koje situacija zahteva, koje su najprikladnije u toj situaciji (Kiesler & Sproull, 1992). Jednostavno rečeno – teško je komunicirati kada nije jasno ko je naš partner i kada smo daleko svesniji sebe nego njega. Ako sagledamo sve zajedno, siromašan medij, koji daje nisko osećanje socijalnog prisustva i malo znakova društvenog konteksta, provocira komunikaciju koja teži da bude bezlična, dezinhibirana i/ili agresivna (Hiltz et al., 1986; Sproull & Kiesler, 1986; Kiesler & Sproull, 1992). Iz toga se može zaključiti da je komunikacija putem teksta generalno manje poželjna nego audio-vizuelna komunikacija, koja učesnicima pruža daleko više informacija i omogućava bolje razumevanje. Video-poziv i jeste razgovor licem u lice (koji je najbogatija komunikacija), ali posredovan tehnologijom. U tom smislu je, naročito u istraživanjima, važno razgraničiti o kakvoj onlajn (tj. kompjuterski posredovanoj) komunikaciji se radi. Međutim, odmah možemo primetiti da neće u svim digitalnim prostorima komunikacija bazirana na tekstu izazvati dezinhibiciju i slanje neprilagođenih poruka – npr. komunikacija putem mejla nije takva. Opet, mejlovi se najčešće razmenjuju u poslovne svrhe (hijerarhija i norme su jasni) i tu učesnici u komunikaciji nisu (ili bar nisu potpuno) anonimni, što razmenu mejlova čini značajno drugačijom od, na primer, razmene poruka na forumima, iako se u oba slučaja radi o komunikaciji putem teksta. U jednom eksperimentalnom istraživanju od ispitanika je tražena diskusija u parovima putem teksta, gde su neki ispitanici imali informacije – socijalne znakove o sagovorniku (fotografija i ime), a drugi nisu (sivi kvadrat umesto fotografije, sa rečenicom ‘lične informacije nisu dostupne’; Tannis & Postmes, 2007). Rezultati pokazuju da je u bogatijoj interakciji, uz znakove, interpersonalna evaluacija bila pozitivnija (niža dvosmislenost, viša pozitivnost; primer tvrdnji „Imam jasan utisak o tome kakva je ovo osoba”, odnosno „Imam pozitivan utisak o ovoj osobi”); ali, za korisnike iskusne u onlajn komunikaciji, prisustvo znakova je smanjivalo opuštenost i zadovoljstvo medijumom (primer tvrdnji „Osećam se prijatno u ovom trenutku”, odnosno „Smatram da je ovaj medijum zgodan za korišćenje”). Takođe, učesnici su smatrali da je zadatak-diskusija izveden

bolje u situaciji bez znakova, što je, kako sami istraživači kažu, paradoksalni efekat socijalnih znakova u kompjuterski posredovanoj komunikaciji (Tanis & Postmes, 2007). (Već smo se dotakli i nekih drugih važnih odlika onlajn komuniciranja. Kao što je napred rečeno, te odlike inače ne postoje nezavisno jedne od drugih i mogu biti razdvojene samo za potrebe prikaza, kao što je sada slučaj.)

5.2. Sinhrona vs asinhrona komunikacija

Drugu važnu razliku predstavlja sinhrona naspram asinhrona komunikacije (Kirwan, 2016). Komunikacija je sinhrona kada učesnici komunikacije simultano razmenjuju poruke. U oflajn kontekstu sinhrona komunikacija je ‘klasičan’ razgovor; u onlajn kontekstu primeri sinhrona komunikacije su sastanci koji se realizuju preko odgovarajućih aplikacija (kao što su Zoom ili Google Meet), odnosno razgovori igrača u multi plejer igrama (npr. preko Discord-a). Sastanci i časovi, koji su od početka pandemije virusa korona ‘prešli’ u digitalni prostor, obično podrazumevaju audio-vizuelnu komunikaciju; dok drugi primer (komunikacija igrača tokom igre) najčešće znači audio komuniciranje, jer je vizuelni kanal rezervisan za igru. Neki digitalni prostori su razvijeni za asinhronu komunikaciju – kao što su imejl ili forumi. Ovde učesnici ne komuniciraju simultano, već, najčešće, prolazi određeno vreme između poruka. Nije uvek lako odrediti da li je komunikacija sinhrona ili asinhrona. Na primer, u aplikacijama za umrežavanje dvoje ili više učesnika mogu simultano slati poruke i te poruke vide svi na svojim ekranima, odgovaraju ili reaguju na njih. Tačno je da izvesno odlaganje odgovora postoji, ali je ova komunikacija bliža sinhronoj. Ovo nas dovodi do jednog važnog očekivanja koje postoji u sinhronoj komunikaciji – radi se o očekivanju da naš sagovornik odgovori, da reaguje. Ako jedan učesnik u ‘tekstualnom razgovoru’, u razmeni poruka preko aplikacije, u nekom trenutku prestane da učestvuje – to će se primetiti (narušeno je očekivanje, nema reagovanja, što će drugi učesnici pokušati da interpretiraju zavisno od konteksta). U asinhronoj komunikaciji učesnici su pripremljeni na čekanje, odnosno na odloženi odgovor. Period između slanja poruka (u asinhronoj komunikaciji, koja je najčešće tekstualna) može biti iskorišćen za podešavanje odgovora. Možda ste na osnovu ovog kratkog prikaza pomislili da sinhrona onlajn komunikacija ima jasnu prednost (pošto je bliža ‘prirodnom’ razgovoru i nudi više spontanih komunikacijskih znakova). Međutim, to nije (uvek) tako. Još pre pandemije virusa korona (a i tokom nje) rađena su

istraživanja koja su upoređivala sinhronu i asinhronu komunikaciju (npr. Lin & Gao, 2020; Lowenthal et al., 2017), odnosno komunikaciju licem u lice i asinhronu komunikaciju (npr. Salter et al., 2016) u onlajn nastavi/učenju i zajedničkom rešavanju problema onlajn. Rezultati pokazuju da su učestvovanje, deljenje ideja, kritičko mišljenje, pa i osećaj zajedništva, izraženi u asinhronoj tekstualnoj komunikaciji (Lin & Gao, 2020; Lowenthal et al., 2017). Takva komunikacija omogućava i da svaka tema/problem budu temeljno istraženi, pri čemu svako može da radi svojim tempom, što unapređuje razumevanje kod svih učesnika (Lin & Gao, 2020; Salter et al., 2016). Naravno, i asinhrona (tekstualna) komunikacija ima svoje nedostatke, koje sinhrona komunikacija uglavnom prevazilazi: osećaj socijalne izolacije, nedostatak spontanosti i vizuelnih znakova u interakciji, vreme koje je potrebno da se dobije povratna informacija, tj. čekanje na odgovor (Lin & Gao, 2020; Lowenthal et al., 2017).

5.3. Anonimnost vs identifikabilnost

Treće ključno pitanje kompjuterski posredovane komunikacije je distinkcija između komunikacije u kojoj su učesnici anonimni²² i komunikacije u kojoj su učesnici identifikovani ili podložni identifikaciji. Anonimnost u komunikaciji je bila moguća i pre otvaranja digitalnog prostora – na primer, anonimni pozivi (fiksni!) telefonom ili slanje anonimnih pisama. Međutim, nove tehnologije značajno olakšavaju ljudima da budu i ostanu anonimni čak i u digitalnim prostorima koje redovno posećuju (što u fizičkim prostorima nije tako lako) i omogućavaju emitovanje anonimnih poruka ka širokom krugu ljudi. Jedan od prvih istraživača koji je ukazivao na značaj anonimnosti u onlajn komunikaciji je klinički psiholog Džon Suler²³. Anonimnost je tesno povezana sa fenomenom koji je vrlo uočljiv i značajan za digitalne prostore – sa efektom dezinhibicije na mreži, odnosno dezinhibicije onlajn (engl. online disinhibition effect; Suler, 2004). Neophodno je da za trenutak skrenemo sa osnovne teme i kratko

22 Anonimnost na internetu jeste upitna, jer tehnički veštjoj osobi/osobama nije teško da otkriju lične podatke nas, običnih korisnika. Međutim, ovde se nećemo upuštati u diskusiju tog problema (možete, na primer, pogledati tekst na Wikipediji o doxingu (engl. doxing ili doxxing, <https://en.wikipedia.org/wiki/Doxing>). U kontekstu ovog teksta, važno je da li osoba uključena u onlajn komunikaciju veruje da je anonimna ili ne.

23 Suler je takođe i jedan od pionira sajberpsihologije, koji omogućava slobodan pristup značajnom delu svojih tekstova <https://truecenterpublishing.com/psycyber/psycyber.html>

objasnimo ovu pojavu. Jedan oblik dezinhibicije je kada ljudi onlajn dele vrlo lične stavove i doživljavanja, kada otkrivaju (poveravaju) svoje tajne emocije, strahove i želje. Može se dogoditi i da ljudi budu izrazito ljubazni i darežljivi prema nekome (npr. mogu da pošalju novac ili nešto drugo što je neophodno osobi sa kojom su se susreli onlajn, čak i ako nisu u bliskim odnosima sa njom). Za ove slučajeve, kada se ljudi češće ili intenzivnije otvaraju ili izlaze u susret drugom, Suler predlaže naziv benigna dezinhibicija (Suler, 2004). Shvatate šta sledi. „Međutim, dezinhibicija nije uvek tako zdrava. Svedoci smo nepristojnog govora, oštre kritike, ljutnje, mržnje, čak i pretnji. Ljudi posećuju mračno podzemlje interneta – mesta pornografije, kriminala i nasilja – mesta koja nikada ne bi istraživali u stvarnom svetu (*real world* je termin koji Suler ovde koristi, prim. aut.). Ovo možemo zvatiti toksičnom dezinhibicijom.” (Suler, 2004, str. 321). Anonimnost u onlajn komunikaciji je jedan od ključnih faktora za nastanak efekta dezinhibicije. Suler piše o disocijativnoj anonimnosti (engl. dissociative anonymity): ljudi imaju mogućnost da razdvoje svoje onlajn akcije od svog životnog stila i identiteta u fizičkom svetu, a kao rezultat toga osećaju se manje vulnerabilnim u procesima otvaranja (engl. self-disclosure) ili tokom impulsivnih, nekontrolisanih ispada (Suler, 2004, p. 232). Za javljanje dezinhibicije su, prema Suleru, između ostalog, važni i ‘nevidljivost’ – osobe ne vide jedna drugu jer je komunikacija bazirana na tekstu (o tome je bilo reči u okviru prve odlike) i asinhronost komunikacije – osoba ne mora da se suoči sa nečijom neposrednom reakcijom (druga odlika). Anonimna komunikacija je najčešća na forumima, u onlajn igrama, ali je česta i na društvenim mrežama. Nasuprot anonimne stoji komunikacija u kojoj su učesnici identifikovani ili podložni identifikaciji, odnosno komunikacija u kojoj postoji dovoljno informacija za utvrđivanje/otkrivanje identiteta. Na onlajn društvenim mrežama osobe vrlo često dobrovoljno daju obilje informacija na osnovu kojih je nedvosmisleno moguće utvrditi njihov identitet (kao i mesto stanovanja/zaposlenja, navike, kretanje, što je već prelazi u pitanje čuvanja privatnosti). Sa aspekta procesa komunikacije, ukoliko je osoba omogućila identifikaciju sebe onlajn, onda je manje verovatno da će se njeno onlajn ponašanje razlikovati od ponašanja u oflajn kontekstu – osoba će, najčešće, ‘paziti šta radi’ i ispoljavaće realni, idealni i/ili zahtevani self (a verovatno ne istinski self ili self kojeg se plašim (engl. dreaded self²⁴)). Moglo bi se tvrditi da anonimni korisnici, naročito kada se radi o

24 Predstavljanje domena selfa izlazi iz okvira ovog teksta; za odnos realnog, idealnog i zahtevanog selfa možete pogledati vrlo interesantan članak Higinosa „Self-discrep-

toksičnoj dezinhibiciji, nemaju nameru da preuzmu odgovornost za svoje postupke (Jordan, 2019), dok korisnici podložni identifikaciji najčešće shvataju da jesu/da će biti odgovorni za svoje ponašanje onlajn. Anonimnost i dezinhibicija prolaze i kroz prizmu identiteta onlajn grupe (Spears et al., 2010). Ukoliko osoba pripada onlajn grupi čiji je identitet razvijen i čvrst, anonimnost i drugi faktori de-individuacije će pojačati značaj grupe, a osoba će se povinovati grupnim normama i standardima, bilo da se radi o toksičnoj, bilo o benignoj dezinhibiciji. Ako je lični identitet čvrst i razvijen, osoba će se, čak i ako percipira da pripada određenoj onlajn grupi i anonimna je, ponašati u skladu sa ličnim normama i standardima. Kao što je napred rečeno, dobra strana anonimnosti onlajn je pružanje prilike za benignu dezinhibiciju i potpunije ispoljavanje selfa. Pored toga, postoji još jedan značajan pozitivni aspekt (koji, doduše, u mnogim slučajevima pođe naopako, videti npr. Jordan, 2019) – to je otkrivanje poverljivih informacija o organizaciji ili pojedncima, koje se obično odnose na zloupotrebe ili nedolično ponašanje (‘duvanje u pištaljku’, uzbunjivanje, engl. whistleblowing; osoba koja to uradi je uzbunjivač, engl. whistleblower). Mogućnost da se ostane anonimna olakšava uzbunjivačima donošenje teške odluke o iznošenju privatnih, poverljivih informacija, koje su od javnosti sakrivene, a koje javnost treba da sazna (kao u čuvenim Kolbergovim dilemama, osoba krši zakon, ali su njeni razlozi visoko moralni). Tako da i u vezi sa ovom trećom odlikom ne možemo reći da je jedna varijanta komunikacije očigledno povoljnija – i anonimna i komunikacija podložna identifikaciji imaju svoje potencijalne prednosti i mane.

5.4. Druge značajne odlike onlajn komunikacije

Postoji još fenomena koji bi se mogli razmatrati u kontekstu specifičnosti komunikacije onlajn naspram komunikacije u ‘stvarnom svetu’ (videti Suler, 2005). Pomenućemo još dve karakteristike, koje nismo svrstali u ključne, jer se jedna odnosi samo na anonimnu tekstualnu komunikaciju, a druge odlike korisnici najčešće nisu (dovoljno) svesni, pa je pitanje koliko utiče na svakodnevnu komunikaciju onlajn.

ancy: A theory relating self and affect” (Higgins, 1987), koji je u celini dostupan na <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.586.1458&rep=rep1&type=pdf>; o selfu uopšte možete pročitati u poglavlju knjige Handbook of self and identity (2012) „Self, Self-Concept, and Identity”, koje je takođe u celini dostupno onlajn https://dornsife.usc.edu/assets/sites/782/docs/handbook_of_self_and_identity_-_second_edition_-_ch._4_pp._69-104_38_pages.pdf.

Izjednačavanje statusa. Izostanak znakova društvenog konteksta može biti i dobar. Mi ljude svakodnevno prosuđujemo i na osnovu njihovih spoljašnjih karakteristika i stvari koje (ne)poseduju. Na primer, fizički izgled, godine starosti, garderoba, nakit/sat, telefon – sve to doprinosi utisku. Tako je moguće da neko, na primer, na račun svoje lepote i visokog materijalnog statusa bude procenjen kao inteligentniji, vredniji poverenja i/ili bolji prijatelj od nekog ko je manje lep i niskog materijalnog statusa. Saznanje o tome koliko je osoba popularna u svom socijalnom krugu takođe može biti značajno. Međutim, u anonimnoj tekstualnoj onlajn komunikaciji sve ove odlike i informacije nemaju značaja – nema vrednovanja na osnovu fizičkog izgleda, niti na osnovu socio-ekonomskog statusa ili prethodno stečenog položaja u grupi. Drugim rečima, događa se izjednačavanje statusa učesnika u komunikaciji. Ovo nije moguće u svim domenima, ali jeste slučaj na različitim, brojnim, forumima. Tu su korisnici vrednovani na osnovu svog doprinosa – svog znanja i odnosa prema drugim članovima. Ovu pojavu bismo mogli nazvati ‘internet demokratijom’ (Suler, 2005). Za neke ljude to može biti posebno osnažujuće iskustvo.

Izjednačavanje statusa može imati još jedno značenje. Pojava pametnih telefona i relativno jeftinog interneta dovela je do toga da više nema razlika u korišćenju onlajn sadržaja između adolescenata višeg i nižeg socio-ekonomskog statusa (Tvengi, 2018). Drugim rečima, smartfon je označio kraj ‘preslikavanja’ klasnih razlika na razlike u *pristupu* internetu. Ali, u komunikaciji koja je audio-vizuelna klasne razlike će doći do izražaja na drugi način – iako svi imaju jednak pristup internetu, neće svi imati iste uslove za produkcovanje sadržaja. Ovde se, pre svega, misli na postovanje fotografija i videa na onlajn društvenim mrežama.

Trajnost informacija. Kada prosečan korisnik postavi neki sadržaj onlajn (npr. objavi neke fotografije na svom profilu na nekoj mreži), on smatra da taj sadržaj može i da obriše. Međutim, svi previše često zaboravljamo da nismo vlasnici servera koji čuvaju informacije. Na primer, meni je, sa jedne strane, pravo olakšanje što mogu da pretražujem mejlove godinama unazad i da (besplatno) čuvam svoje fajlove onlajn, na Gugl drajvu. (Ovo će najbolje razumeti oni koji su bili suočeni sa užasom ‘crkavanja’ hard diska.) S druge strane, ponekad pomislim da to ‘mesto’ na kojem su moji sadržaji uopšte nije moje. Sve može da bude izbrisano koliko sutradan. Usluga može prestati da bude besplatna. (Da li da se pitamo zašto

sada jeste?) Odnosno, da se vratimo na sadašnju temu – ja svoje sadržaje mogu da obrišem, sa svog mejla, svog profila, svog komadića digitalnog prostora – ali ko mi garantuje da ih serveri i dalje ne čuvaju? Niko. Oдавно je primećeno da se, na primer, izbrisani sajt i dalje pojavljuje u Gugl pretragama. Iako vas link neće odvesti do izbrisanih sadržaja, u kratkom opisu pretrage ćete dobiti neke informacije. Ljudi, iz različitih razloga, ne žele da se sadržaji koje su obrisali pojavljuju u pretragama i opravdano se pitaju da li (ko i zašto) te obrisane sadržaje čuva. Nakon kampanje da ljudi imaju ‘pravo da budu zaboravljeni’ (engl. right to be forgotten), u Evropskoj uniji je 2014. godine donet zakon koji omogućava podnošenje zahteva da se privatne informacije o osobi uklone iz internet pretraživanja i drugih direktorijuma/baza podataka „pod određenim okolnostima”²⁵. ‘Određene okolnosti’ znače da osoba koja je nešto uradila/kojoj se nešto dogodilo u prošlosti može da traži uklanjanje tog sadržaja, jer postoji opravdana bojazan da će joj buduća reputacija (i buduće subjektivno blagostanje) biti značajno narušeni ako sadržaju ostanu dostupni. Pornografski video snimljen/postavljen iz osvete (engl. revenge porn) koji se pojavljuje kao rezultat pretrage nečijeg imena bi bio dobar primer opravdanog zahteva da se podaci uklone. Suština je u tome da se jednom postavljeni sadržaji čuvaju i mi, kao korisnici, nad tim čuvanjem i brisanjem imamo vrlo malo kontrole. Druga stvar koje ste se verovatno dosetili dok ste čitali – čak i da se sa određenog servera zaista ukloni neki sadržaj, to ništa ne znači za (potencijalno brojne) korisnike koji su sadržaj pre toga sačuvali na svojim računarima. Kompjuterski posredovana komunikacija i postavljeni sadržaji su podložni ‘skidanju’ (engl. download) ili fotografisanju ekrana (engl. screenshot), što takođe doprinosi trajnosti. S vremena na vreme se na internetu mogu videti fotografije/video klipovi za koje je neko platio uklanjanje (recimo, poznata ličnost koja vanserijski loše izgleda na fotografiji ili maltretiranje mirnih demonstranata-studenata koje bi vrlo rado da ukloni njihov univerzitet). Ovakvi sadržaji, koje su korisnici sačuvali, često se objavljuju kao šale: „Hej, platili su da ovo nestane, hajde da ih pozdravimo!” Danas nije retkost da kompanije prilikom zapošljavanja pregledavaju profile na društvenim mrežama potencijalnih kandidata i to godinama unazad. Da li će današnji adolescenti u svojim odraslim godinama moći da se sete šta su sve objavljivali, s kim su se sve dopisivali, šta su sve podržavali/osporavali i gde sve postoji određeni sadržaj? Da li su sve obrisane informacije zaista obrisane? Fotografija ili objava koja je nekad

delovala bezazleno može skupo koštati jednog dana. Serveri pamte. (A i korisnici snimaju.)

5.5. Vanjezička sredstva onlajn komunikacije

Pored lingvističkih znakova (reči usmenog i pisanog jezika) kroz audio i video komunikaciju, u onlajn komuniciranju se koriste i drugi sistemi znakova. Jedan sistem predstavlja parajezik i on nije specifična odlika komunikacije u digitalnom prostoru, dok druga dva sistema – akronimi i skraćenice, kao i emotikoni – jesu specifične odlike onlajn komunikacije.

Parajezik. Parajezik je ne-leksička komponenta govorne komunikacije. Uključuje intonaciju, frekvenciju i brzinu govora, gestove, zvukove oklevanja i slično. Paralingvistički znaci ukazuju na trenutno raspoloženje govornika, njegove emocije ili namere, odnosno pomažu u interpretaciji onoga što je rečeno. Ljudi često nisu svesni svoje upotrebe parajezika u verbalnoj komunikaciji. Uzdisanje, jači izdisaj i drugi zvuci mogu da ukažu na oklevanje, nesigurnost ili ljutnju (a da ne budu praćeni rečima). Možda biste pomislili da ovi znaci nedostaju tekstualnoj komunikaciji onlajn, ali to nije u potpunosti tačno. Paralingvistički znaci mogu biti izraženi kroz interpunkciju, korišćenje velikih i malih slova, kao i kroz ‘dupliranje’ slova. Na primer, serija tačaka kao odgovor (...) može da označava da je nešto ostalo nedorečeno ili da niste do kraja poverovali sagovorniku, da ste očekivali bolje objašnjenje. Višak slova ili prenaglašena interpunkcija može da se koristi da pokaže jaku emocionalnu reakciju (npr. !!! ili MNOGOOO). Velika slova (kucanje sa uključenim caps lock) označavaju vikanje, tj. izrazito povišen ton. U nekim slučajevima može da bude otkucana aproksimacija realnog zvuka, kao što je ‘Hmmm’, ‘Uh’ ili ‘Pffttt’. Paralingvistički znaci u tekstualnoj onlajn komunikaciji mogu da budu suptilni, kao i u svakodnevnoj glasovnoj komunikaciji, te mogu promaći nekome ko nije dovoljno vešt u onlajn komuniciranju. Na primer, pisanje tačke nakon ‘ok’ može da ukazuje na slaganje sa zahtevom komunikacionog partnera uz frustraciju ili ljutnju, dok bi pisanje bez tačke označavalo da je zahtev sasvim prihvatljiv. (Osoba može da označi i da je srećna zbog dogovora sa ‘ok :)’, ali to je već uključivanje emotikona koji će dobiti svoj poseban pasus!) Važna razlika između paralingvističkih znakova u audio-vizuelnoj (bilo oflajn bilo onlajn) i u tekstualnoj komunikaciji je to što se u tekstualnoj komunikaciji paralingvistički znaci moraju

upotrebiti svesno, sa namerom.

Akronimi i skraćenice.

Akronimi i skraćenice su popularna sredstva komunikacije uglavnom iz dva razloga – mogu da ubrzaju vreme odgovora i da omogućе korišćenje manje karaktera tamo gde su oni ograničeni (na primer, Tviter). Nekada je i treći razlog bio dosta aktuelan – duže sms poruke su značile veću cenu; danas većina tarifnih paketa nudi besplatne poruke. Korišćenjem akronima i skraćenica izbegava se ponovno pisanje ili čitanje dužih termina i fraza. Ovi znaci mogu da budu spontano kreirani od strane grupa ili pojedinaca, onda kada se pokažu potrebnim (Kirwan, 2016).

Korisnost akronima i skraćenica zavisi od toga koliko je primalac poruke upoznat sa terminom. Neki akronimi su široko poznati u svim tipovima onlajn komunikacije (kao LOL – verovatno najčešći akronim koji znači ‘umirem od smeha’, odnosno ‘laughing out loud’), dok se drugi retko viđaju izvan određenih tipova komunikacije (npr. ELI5, koji se viđa na forumima, znači ‘objasni mi kao da imam pet godina’, odnosno ‘explain like I’m 5 [years old]’). Neki akronimi se viđaju samo u komunikaciji o specifičnim temama, kao FMIL – ‘buduća svekrva’ odnosno ‘future mother in law’, koji je čest na forumima posvećenom planiranju venčanja; ili kao PEBKAC (‘problem postoji između tastature i stolice’, tj. ‘problem exists between keyboard and chair’), koji koriste poznavaoци softvera da označe grešku korisnika. Igrači kompjuterskih igara često koriste IRL (‘u stvarnom životu’, ‘in real life’) za označavanje da ne govore o in-game, već o ‘stvarnom životnom’ događaju. Neke skraćenice dobijaju i šire značenje, npr. RIP (‘počivaj u miru’, ‘rest in peace’) se često koristi da označi da su neka ideja ili dogovor propali. Gotovo svako ko je neko vreme komunicirao onlajn na engleskom vrlo brzo je shvatio šta znači, na primer, ‘brb’, ‘g2g’, ‘asap’, ‘bb, hf’ (be right back; got to go; as soon as possible; bye bye, have fun) i to su odlični primeri ubrazavanja odgovora, koji može da zbuni neiskusne korisnike, ali značajno olakšava komunikaciju iskusnijim.

Čak iako se sama komunikacija ne odvija na engleskom, u mnogim jezicima, uključujući i srpski, internet korisnici najčešće usvajaju engleske skraćenice. Manje se zna o kulturno specifičnim akronimima, mada oni sasvim sigurno postoje. Na primer, FFK (Fong Fei Kei), koji u bukvalnom prevodu znači ‘ostavljen u avionu’, na kantonskom (varijanti kineskog) znači da je osoba ostala bez planiranog sastanka ili izlaska (u našem žar-

gonu ‘ispaljena’). Za ljude koji govore tai jezikom alternativa za LOL je 5555, pošto se ‘5’ izgovara kao ‘ha’ (Kirwan, 2016).

Pošto akronime i skraćenicice deca i adolescenti široko upotrebljavaju, postoji bojazan (uglavnom vezana za englesko govorno područje) da će njihova upotreba dovesti do opadanja nivoa pismenosti. Osim toga, postoji i potreba da se sa nekim akronimima upoznaju i roditelji, da bi mogli da razumeju komunikaciju svoje dece. Na primer, PIR je akronim od ‘parent in room’, tj. označava da je roditelj u sobi (pa treba paziti šta se piše), mada se ne može sa sigurnošću tvrditi da li naši adolescenti koriste iste akronime kao adolescenti engleskog govornog područja. Istraživanje na ovu temu bi bilo i interesantno i imalo bi praktični značaj.

Emotikoni/smajliji/emodži.

U modernoj onlajn komunikaciji vrlo je lako dodati slike/fotografije ili video tekstu. Međutim, stare internet konekcije nisu mogle da omogućе brzo slanje takvih fajlova, pa su oni korišćeni značajno manje nego danas. Kada su korisnici želeli da označe svoje emocionalno stanje uz poruku, imali su na raspolaganju samo osnovni set karaktera na tastaturi: slova, brojeve, znakove interpunkcije i široko korišćene matematičke simbole. Koristeći ove karaktere, korisnici interneta počeli su da kreiraju minijaturne facijalne ekspresije - emotikone. (Otuda i naziv – engl. emoticon – emotional icon.) Emotikoni, kao i prave facijalne ekspresije, služe da izraze osećanja. Najpoznatiji emotikon je ‘smajli’ - :-).

Varijacijama emotikona davana su različita imena, kao što su ‘grafički akcenti’ i ‘emodži’²⁶ u zavisnosti od porekla i tipa (emodži, engl. emoji, jesu ideogrami i smajliji koje imamo ponuđene u opcijama pisanja

26 Oxford rečnik (Oxford Dictionaries) je 2015. za reč godine proglasio emodži Face with tears of joy – smajlija koji plače od smeha, unicode: U+1F602 https://en.wikipedia.org/wiki/Word_of_the_year#Oxford . Ovo je bio dosta interesantan događaj, jer emodži nije reč, već piktogram. Objašnjenje za ovaj odabir glasilo je da ovaj emodži najbolje odgovara idealima, raspoloženju i preokupacijama ljudi u 2015. godini. (Leksikografi oksvordskog rečnika su za reč godine u 2021. proglasili reč vax, što je sinonim za vakcinisanje i vakcinaciju (vaccine; vaccination), a korišćena je vrlo frekventno tokom godine u rečima od kojih se neke mogu čuti i u srpskom jeziku: double-vaxxed, unvaxxed and anti-vaxxer. Ovo nema veze sa sajberpsihologijom, ostaje kao zabeleška ‘ideala, raspoloženja i preokupacija’ ljudi u vreme nastanka teksta koji čitate.)

imejla ili sms-a, oni su 'sličice', za razliku od grafičkih akcenata, koji su sastavljeni od osnovnih karaktera sa tastature). Kaomodži (engl. kaomoji) su japanski emotikoni koji su horizontalni, na primer (^ . ^) – simpatično lice. Zgrade su okvir lica, znak u sredini kaomodžija su usta ili nos, mada i jedno i drugo može biti izostavljeno, češće se izostavlja okvir, npr. o_O – zbunjeno lice.

Kao i kod parajezika, različiti emotikoni mogu da modifikuju značenje poruke. Između ovih rečenica postoji razlika:

- Vidimo se večeras :-) ili – Dođi na kafu :-)

u odnosu na

- Vidimo se večeras ;-) ili – Dođi na kafu ;-)

(malo očiglednije - Dođi na kafu ^^)

Drugi set rečenica sadrži flertovanje, odnosno značajno više flerta nego prvi set, iako je korišćen sličan emotikon. Emotikoni mogu da prenesu, odnosno da označe ironiju, ljutnju, tugu i mnoga druga emocionalna stanja (Kirwan, 2016).








Postoji dosta istraživanja koja su se bavila korišćenjem emotikona. Na primer, u diskusijama koje su neformalne i emocionalnije koristi se značajno više emotikona nego u diskusijama koje su orijentisane na neki problem ili zadatak (Derks, Bos & von Grumbkow, 2007). Isti istraživači su kasnije (Derks, Bos & von Grumbkow, 2008) našli da se emotikoni koriste pre svega u pozitivnom kontekstu, da prenesu pozitivna osećanja, pre nego negativna, i da se više koriste u komunikaciji sa prijateljima. U skladu sa ovim nalazom su rezultati koji pokazuju da se malo emotikona koristi u razgovorima/diskusijama gde su prisutne negativne emocije, kao što su ljutnja ili krivica (Kato, Kato & Scott, 2009).

Ima i istraživanja koja su ispitivala korišćenje emotikona u odnosu na pol. Generalno, istraživači dobijaju rezultate da žene koriste više emotikona od muškaraca, ali se rezultati razlikuju po pitanju varijabilnosti emotikona: u nekim istraživanjima je dobijeno da muškarci koriste raznovrsnije emotikone, a u drugima razlika nije bilo (Kirwan, 2016).

Једноставни смајлији обично су овакви.

Типографски смешко	Објашњење
:-)	обичан насмејани с носем
:(обичан тужни с носем
:)	обичан насмејани без носа
:(обичан тужни (љутко)

Ликовно представљени емотикони могу бити овакви.

Смајли	Објашњење	Примери писања									
	једноставни смешко	:)	(:	:]	[:	=)	(=	:-)	(-:		
	збуњени емотикон	:S	S:	:/	/:	o_o	O_o	o.O	O.O		
	једноставни љутко	:():	:[]:	:():				
	шокирани емотикон	:O	O:	:o	o:						
	ругајући емотикон	:P	p:	:p	p:						
	са великим осмехом	:D	:J	[[:							
	илустрација пољупца	:*									

Slika 3. Primeri emotikona, preuzeto sa <https://sr.wikipedia.org/sr-ec/Емотикон>

Неке занимљиве чињенице

Хиперpersonalni model (Walther 1996, 2007; Walther & Witty, 2020) – како све ‘rizičnije’ одлике – асинхрона, анонимна и текстуална компјутерски посредована комуникација – могу бити сасгледане у позитивном светлу. Најпре треба разумети да је Волтер своје претпоставке уобличио крајем прошлог века – у време када је компјутерски посредована комуникација значила асинхрону комуникацију путем текста. С обзиром на то да таква комуникација постоји и данас, Волтерове идеје јесу и даље релевантне, али у поменутом контексту.

Valter objašnjava da su, krajem prošlog veka, neiskusni korisnici, a i deo stručne javnosti, verovali da je kompjuterski posredovana komunikacija bezlična (engl. impersonal; Walther, 1996). Međutim, vrlo brzo su pažnju privukli fenomeni onlajn prijateljstava, onlajn zajednica i onlajn ljubavnih veza/avantura – onlajn komunikacija je, definitivno, ‘međulična’, interpersonalna. Zapravo, kombinacija karakteristika medijuma i psiholoških karakteristika korisnika može da dovede do toga da onlajn komunikacija postane ‘hiperpersonalna’, ‘hiperlična’, i da, u tom smislu, prevaziđe interpersonalnu komunikaciju licem u lice. Odnosno, bliske veze u kompjuterski posredovanoj komunikaciji se mogu oformiti brže i mogu biti snažnije nego veze oformljene u komunikaciji licem u lice. Kako, odnosno – zašto?

Hiperpersonalni model prati kakve efekte na četiri osnovne komponente komunikacije – pošiljalac, primalac, kanal i povratna informacija – proizvodi novi medijum (Walther & Witty, 2020). Ukratko rečeno, pošiljaoci poruke, svesno ili nesvesno, vrše selektivnu samo-prezentaciju. Pošto se radi o tekstualnim porukama, pošiljaocima je relativno lako da odaberu poruke koje će preneti upravo onakav utisak kakav žele da ostvare – nema validacije kroz druge medijuma (npr. ne može se videti njihov izgled, niti ponašanje). Primaoci dobijaju te poruke i, pošto nemaju druge izvore informacija, teže da nedostajuće socijalne znakove dopune uopštavajući utisak iz teksta – popunjavaju praznine pozitivnim interpretacijama. (Ovaj proces je, zapravo, vrlo sličan solipsističkoj introjkciji o kojoj govori Suler, videćete objašnjenje u Tabeli 3, u okviru predavljanja Skale dezinhibicije onlajn). Kanal veze je takav da dopušta podešavanje poruke – pošiljalac kontroliše/menja poruke pre slanja. Kontrola nad uobličavanjem poruke je izuzetno važna komponenta za objašnjavanje privlačnosti tekstualne komunikacije (Madell & Muncer, 2007). Postoji i istraživanje koje pokazuje da je menjanje poruke (odnosno uređivanje, podešavanje sadržaja, engl. editing) pozitivno povezano sa stepenom intimnosti koje pošiljalac oseća prema primaocu (Walther, 2007). Za povratnu informaciju je značajan proces potvrđivanja očekivanja. Pošiljalac i primalac se ‘uravnotežavaju’ kroz idealizovane percepcije onog drugog, kroz slanje poruka koje prikazuju najbolje aspekte selfa, kroz optimizovanje poruke uređivanjem. Ovo međusobno oblikovanje se ne događa nužno, pa čak ne ni najčešće, zato što osobe imaju nameru da prevare onog drugog, već u težnji da budu najbolja varijanta sebe, odnosno upravo onakva osoba kakva

je partneru potrebna. Komunikacioni partneri jedan drugom daju pozitivnu povratnu informaciju (engl. feedback, na sprskom često samo *fidbek*) za ovakve napore i sve više intenziviraju proces uspostavljanja odnosa. Sve ono što je nejasno ili nedostaje u komunikaciji biće nadomešteno – tako da potvrđuje očekivanja. Pozitivan fidbek nakon selektivne samo-prezentacije onlajn čak može i da izmeni percepciju selfa u skladu sa onlajn ‘izvođenjem’ (Carr & Foreman, 2016). Uglavnom, jasno je da, ukoliko osobe komuniciraju na način na koji pretpostavlja hiperpersonalni model, relativno lako i brzo može doći do razvijanja bliskog odnosa, prijateljskog ili ljubavnog. Međutim, pomenuto ‘popunjavanje praznina’ i idealizacija koju opisani proces nosi, vrlo verovatno nije psihološki najzdraviji način povezivanja (Whitty, 2008), iako sam autor pretežno pozitivno sagledava komunikaciju unutar hiperpersonalnog modela.

Model ni u vreme nastanka nije mogao da se primeni na objašnjenje svih interakcija. Kao što sam autor piše (Walther, 1996), model ne predviđa šta se događa kada komunikator ne želi da se prikaže kao prijateljski, kompetentan ili na sličan način stereotipno pozitivan, odnosno kad ne želi da bude takav. Bez obzira na to, hiperpersonalni model i dalje može biti koristan za razumevanje razvijanja bliskosti kod pozitivno nastrojenih sajbernauta, koji komuniciraju u tekstualnom, anonimnom i, verovatno, asinhronom, digitalnom prostoru.

Skala dezinhibicije onlajn – Interesantan pokušaj merenja složenog fenomena (Cheung et al., 2020). Dezinhibicija je shvaćena kao psihičko stanje koje se odlikuje time da je osoba relaksiranija i spremnija za određena ponašanja u onlajn okruženju, u odnosu na spremnost za ta ista ponašanja u oflajn kontekstu. To nikako ne mora da bude antisocijalno ponašanje i toksična dezinhibicija, iako je tamna strana korišćenja tehnologije zastupljenija u istraživanjima. Potencijali dezinhibicije onlajn mogu se razmatrati i u pozitivnom kontekstu, na primer u vezi sa onlajn grupama podrške (Barak et al., 2008). Cheungova i saradnici su se prilikom konstrukcije instrumenta rukovodili karakteristikama internet okruženja koje omogućavaju pojavu dezinhibicije po Suleru (Suler, 2004), tako da je ovo prilika da vidimo svih šest odlika o kojima on govori (do sada je bila pomenuta anonimnost i ‘nevidljivost’; Suler je psihoanalitički orijentisan, što, verovatno, možete pretpostaviti po nazivima fenomena). Ujedno ćemo prikazati i primere stavki Skale dezinhibicije onlajn.

Tabela 3: Dimenzije dezinhibicije onlajn sa primerima stavki iz upitnika, prema Cheung et al., 2020; nazivi pod polunavidnicima su dati prema onlajn verziji članka *The Online Disinhibition Effect* (Suler, 2004²⁷)

Dimenzija	Definicija	Primer stavki
Disocijativna anonimnost ‘Ti me ne znaš’	Stepen do kojeg pojedinac smatra da može sakriti ili promeniti svoj pravi identitet u onlajn okruženju	Verujem da moj lični identitet ostaje nepoznat drugima u onlajn okruženju.
Nevidljivost ‘Ti me ne vidiš’	Stepen do kojeg pojedinac percipira da nije fizički vidljiv za druge u onlajn okruženju	Drugi me ne mogu videti u onlajn okruženju.
Asinhronost ‘Vidimo se kasnije’	Stepen do kojeg pojedinac percipira da medijum komunikacije omogućava odloženi odgovor	Ne moram odmah da ogovorim drugima u onlajn okruženju.
Solipsistička Introjkcija* ‘To je sve u mojoj glavi’	Stepen do kojeg pojedinac percipira glas ili sliku drugih osoba u svom umu u onlajn komunikaciji	Zamišljam karakter osobe sa kojom komuniciram onlajn.
Disocijativna imaginacija ‘To je samo igra’	Stepen do kojeg pojedinac smatra da je onlajn okruženje imaginarni svet koji nema dodirnih tačaka sa realnošću	Onlajn okruženje je zamišljeni svet.
Minimiziranje autoriteta ‘Svi smo jednaki’	Stepen do kojeg pojedinac veruje u odsustvo ili smanjenje uticaja vlasti iz stvarnog života u onlajn okruženju	U onlajn okruženju se osećam slobodnim od autoriteta iz realnog (fizičkog) sveta.

27

<https://truecenterpublishing.com/psycyber/disinhibit.html>

* *Napomena:* Solipsizam je verovanje da postoji samo osoba i njeno iskustvo; ovo je oblik subjektivnog idealizma (filozofija), gde osoba veruje da jedino ispravno znanje jeste ono koje je zasnovano na njenom ličnom iskustvu i doživljaju. Suler smatra da odsustvo znakova društvenog konteksta može imati zanimljiv efekat na ljude – oni mogu osećati kao da se njihov um ‘spojio’ sa umom onlajn partnera u komunikaciji. Čitanje poruke druge osobe može se doživeti kao glas u sopstvenoj glavi, kao da je ta osoba magično umetnuta, introjektovana, u našu psihi. Mi možda i ne znamo kako zapravo zvuči glas te druge osobe, ali ćemo joj u svojoj glavi dodeliti glas. Svesno ili nesvesno možemo izgraditi i vizuelnu sliku osobe i ideje o njenom ponašanju. Tako onlajn partner postaje lik u našem intrapsihičkom svetu, lik koji je delimično oblikovan time kako se osoba zapravo predstavlja putem tekstualne komunikacije, ali oblikovan i našim očekivanjima, željama, potrebama, kao i sećanjima na ljude na koje nas, po nečemu, onlajn partner podseća. Krajni ishod ovog procesa je da, verovatno nesvesno, imamo osećaj kao da razgovaramo sa sobom – a u takvim razgovorima smo spremniji da kažemo stvari koje nikada ne bismo rekli drugima. (prema <https://truecenterpublishing.com/psyber/disinhibit.html#introjection>). Ovaj fenomen sasvim sigurno postoji, vrlo je moguće i da ste ga osetili na svojoj koži pošto nije redak u onlajn komunikaciji, ali je, makar zbog naziva, iziskivao malo više objašnjenja od ostalih dimenzija.

TE LOPOVSKE NOVE TEHNOLOGIJE: MULTITASKING I DIGITALNE DISTRAKCIJE

Ovu temu nije nimalo lako započeti, jer digitalne tehnologije danas vrše ‘diverzije’ u brojnim aspektima naših života (a ne može se pisati o svemu odjednom). Mi ne bismo da odustanemo od stalne povezanosti i novih informacija koje nam se nude – setite se paradoksa osnaživanje/porobljavanje i oslobođen/zarobljen. I naše urođene ‘gladi’ nam govore da treba budno motriti na svim frontovima: možda je nešto važno u vestima, Viber grupi, na Instagramu, možda će omiljeni jutjuber danas izbaciti novi video, a TV neka ostane uključen, jer je čudno kada je tišina. Da, treba i da se uči/jede/priča sa drugima, ali to može da se radi i dok se kucaju poruke, a u pozadini ide muzika. Jer mi smo dobri u multitaskingu, zar ne? Pa... Ne.

Ljudi uopšte ne mogu da ‘multitaskuju’ - multitasking je mit (Nass, 2013a,b). Mi ne radimo više stvari odjednom, jer naš mozak nema kapaciteta za takvo funkcionisanje (Wagner, 2018). Ono što mi zapravo radimo je brzo prebacivanje sa jednog zadatka na drugi – dok se bavimo postizanjem jednog cilja dogodi se distrakcija koja postaje naš novi cilj. To će, u zavisnosti od domena u kojem se događa, imati svoju cenu.

Svaki put kada se pojavi nova tehnologija, ona ‘ukrade’ vreme od nečeg drugog – o tome govori teorija zamene medija (engl. media displacement theory). Ne radi se o tome da će zamenjeni medij biti potpuno napušten, ljudi će jednostavno imati manje vremena za njega. Najnoviji ‘hit’ će prvo ukrasti vreme od tehnologije koja mu je nasrodnija (npr. televizija je ukrala vreme od radija, internet je ukrao vreme od televizije). Međutim, kao što kaže Kliford Nas u svom interesantnom Ted Talk izlaganju (Nass, 2013a), mediji su vrlo zavodljivi, pa počinju da krađu i ono vreme koje nije bilo rezervisano za medije, već za neke druge aktivnosti. Krađu nam vreme za šetnju, za razgovor, za učenje, i naš dan postaje ispunjen medijima. Da li vam ovo zvuči neprijatno poznato? Šta se događa

kada ostanemo bez vremena od kojeg može da se krade? Nes smatra da je rešenje do kojeg smo došli jedan od izuzetno značajnih, prelomnih trenutaka za ljudsko funkcionisanje: koristićemo dva medija odjednom, udvostručićemo korišćenje. Novi mediji su nastavili da se pojavljuju i da traže našu pažnju, a mi smo onda, u duhu prve ideje, počeli da utrostručujemo i učetrostručujemo upotrebu, da ih koristimo ‘sve odjednom’. Odnosno, pošto sada znamo da multitasking ne postoji, možemo reći da smo sami sebi stvorili okolinu u kojoj više uređaja/aplikacija zahteva našu pažnju, gde pokušavamo da motrimo na više stvari odjednom i zamaramo se ‘skačući’ sa zadatka na zadatak. Nas iznosi podatak da 25% najboljih studenata Stenforda, u vreme kada koriste medije, koriste četiri ili više medija odjednom. Možemo da zamislimo studenta koji piše ili istražuje za svoj zadatak, a u isto vreme sluša muziku, koristi Fejsbuk, gleda Jutjub, piše poruke. Ova osoba bi bila primer ‘teškog’²⁸ medija multitaskera (Ophir et al., 2009; Wagner, 2018) ili hroničnog korisnika medija (Nass, 2013a), jer ima više medija/aplikacija koje (pokušava da) koristi istovremeno. Koje su posledice ovakvog ponašanja? Postoji kognitivna cena (Nass, 2013a). Hroničnim korisnicima medija je teško da filtriraju informacije, tj. da zanemare nevažne, što je tesno povezano sa drugom karakteristikom – zalučeni su otkrivanjem informacija koje smatraju relevantnim. Zato, kada se pojavi vrlo verovatno irelevantna informacija, oni ipak ne mogu da odole tome da joj posvete pažnju. Hronični korisnici imaju i problema sa radnom memorijom, jer pokušavaju da obuhvate preveliki broj informacija i zapravo su neefikasni u radu. Postoje podaci koji pokazuju efekte intenzivnog korišćenja digitalnih tehnologija na naš mozak (Smol i Vorgan, 2008). Stanje u kojem se nalaze teški multitaskeri mogli bismo nazvati i ‘stanjem stalne delimične pažnje’, gde osoba proverava sve pomalo, ali se istinski ne fokusira ni na šta (Smol i Vorgan, 2008). Međutim, naši mozgovi nisu stvoreni da održavaju takvo nadgledanje tokom dužih vremenskih perioda – pojavljuje se jedinstven tip moždanog stresa, koji bi se mogao nazvati ‘sagorevanje tehnomozga’ (Smol i Vorgan, 2008). Tokom dužeg stanja motrenja na više izvora potencijalno značajnih informacija, koje je zapravo stresno, luče se kortizol i adrenalin. „Kratkoročno gledano, ovi hormoni stresa povećavaju nivo energije i proširuju memoriju, ali s vremenom oni u stvari pogoršavaju kognitivne procese,

28 Možda ćete se setiti zapažanja o terminu ‘korisnici’; sada imamo vrlo sličnu situaciju – termin ‘teški’ se koristi za (različite tipove) zavisnika i u engleskom i u srpskom jeziku. Nije ništa bolje ni ako se upotrebi alternativni termin ‘hronični’ – asocijacija je opet patologija.

vode u depresiju i menjaju neuronski sklop u hipokampusu, amigdali i prefrontalnom korteksu – oblastima mozga koje kontrolišu raspoloženje i mišljenje.” (Smol i Vorgan, 2008, str. 38). Uglavnom, preopterećenje informacijama do kojeg nas može dovesti intenzivna upotreba novih medija nije blagotvorno za kognitivno funkcionisanje.

Nas iznosi i interesantne stavove i rezultate istraživanja u vezi sa socio-emocionalnim posledicama hronične upotrebe medija. Nikog više ne čudi prizor ljudi (bilo kog uzrasta) koji sede jedni do drugih, u zajedničkom fizičkom prostoru, a pritom su zagledani u svoj mobilni telefon, uronjeni svako u svoj digitalni prostor i rade nešto nezavisno jedni od drugih. Nas upoređuje ovo relativno novo ponašanje ljudi sa paralelnom igrom²⁹ i kaže da je to zdrav razvojni period – ali za dete između druge i četvrte godine. Jeste šala, ali obraćanje pažnje na druge ljude nikada nije bio izazov u ljudskoj istoriji – sada jeste (Nass, 2013a). Napravićemo malu digresiju sa teškog medija multitaskinga na početke upotrebe medija tokom razvoja deteta. Mala deca se, prirodno, interesuju za objekte kojima barataju odrasli, žele da ih uzmu i istraže. S obzirom na to da mladi roditelji danas gotovo uvek imaju telefon pored sebe, samo je pitanje trenutka kada će on, planirano ili neplanirano, dospeti detetu u ruke. Učenje imitacijom i učenje po modelu su moćni mehanizmi razvoja, tako da malo dete već ima ideju kako se tehnički koristi telefon (prevlači prstom po ekranu) i očekuje da vidi zanimljiv audio-vizuelni sadržaj. Ukoliko roditelji dozvoljavaju detetu da koristi telefon (odaberu pesmu ili video i daju detetu uređaj), ono će vrlo brzo shvatiti koliko različitih zanimljivih sadržaja ta ‘igračka’ nudi. S obzrom na to da im je, verovatno, stalno pred očima, stalno će ga i tražiti. Da li malo dete treba da koristi mobilni telefon? Ili bilo koji drugi uređaj novih tehnologija? Odgovor za najraniji uzrast je – ne. Američka akademija pedijatara (AAP, 2016) izdala je preporuke za korišćenje medija, koje se ponekad pominju i kao preporuke o vremenu pred ekranom (engl. screen time), a te preporuke prati i Američka asocijacija psihologa (APA, 2019), Američka akademija dečije i adolescentne

29 Paralelna igra je jedan od stadijuma koje je uočila Mildred Parten davne 1929. godine. Tokom paralelne igre deca se igraju jedna pored drugih, ali ne zajedno. Ona mogu da dele igračke ili druge resurse i posmatraće igru onog drugog deteta, odnosno druge dece, ali neće igrati jednu, istu (zajedničku) igru, niti će imati iste ciljeve u igri. Iako je prošao gotovo ceo vek od kada je Partenova definisala razvojne stadijume igre, oni se i danas smatraju najpogodnijim u istraživanjima socijalnog ponašanja dece tokom slobodne igre (Stanton-Chapman & Schmidt, 2021).

psihijatrije (AACAP, 2020) i mnoga druga udruženja koja se bave dečijim razvojem i blagostanjem. Ukratko, deca mlađa od dve godine ne bi trebalo da koriste digitalne medije, odnosno ne bi trebalo da provode vreme pred ekranom bilo kog uređaja. Izuzetak su video-pozivi, gde dete, zajedno sa odraslim, učestvuje u komunikaciji. Od druge do pete godine deca mogu da koriste medije do jedan sat dnevno. Ovakav režim korišćenja medija (naravno uz lični primer roditelja) deci treba da omogući učestvovanje u drugim aktivnostima koje su važne za njihov psihofizički razvoj i razvijanje zdravih navika korišćenja medija. Nakon šeste godine roditelji, prema interesovanjima deteta, treba da osnažuju zdravu upotrebu medija (odabrani sadržaji, sa određenim ciljem, ograničeno vreme) i da koriste medije zajedno sa decom (dakle, ne samo nadgledanje, već zajedničko korišćenje). Uređaje ne treba koristiti da bi se dete umirilo, utešilo ili nagradilo. Uređaji se isključuju za vreme obroka i zajedničkih izlazaka, a gase se (ili čak i iznose iz spavaće sobe) bar pola sata pred spavanje – ovo bi trebalo da praktikuju ljudi svih uzrasta. Zašto smo napravili ovu digresiju? Zato što gotovo niko ne poštuje ove preporuke. To se jednostavno vidi svuda oko nas. Mnogi mladi ljudi od svojih najranijih dana koriste medije i možemo reći da su odgajeni da budu hronični korisnici medija. Pri tom su mediji, smatra Nas, ukrali, a i danas krađu, vreme od emocionalnog razvoja (Nass, 2013a). Međutim, Nas iznosi i tvrdnje sa kojima se ne možemo složiti, bar ne do kraja. Jedan deo problema u vezi sa emocionalnim razvojem danas on vidi u intenzivnoj tekstualnoj komunikaciji. Tekst je, po njemu, suštinski lišen emocija i ljudski mozak nije evoluirao tako da može da detektuje emocije iz teksta (Nass, 2013a). Međutim, svi znamo da (makar) književna dela uspevaju da prenesu emocije; mi, čitaoci, ih prepoznamo iz teksta. Nas kaže da je za to potrebna veština. To je tačno, nije svaka osoba dovoljno vešta da prenese emocije putem teksta i da ih prepozna u porukama drugog (ali nije nemoguće, pa čak nije ni toliko retko). Osim toga, postoje rezultati istraživanja koji pokazuju da emotikoni (dakle, ne reči, već skup znakova kucanog teksta koji grade apstraktna lica) aktiviraju deo mozga koji je zadužen za procenu emocionalne valence stimulusa (Yuasa et al., 2006). Drugi problem sa tekstualnom komunikacijom, po Nasu, jeste to što se odvija prilično sporo. Ljudsko lice je neverovatno pokretno i može prikazati promenu emocije u desetini sekunde. I to je tačno, ali se ipak čini da suština problema nije u tekstu, nego u hroničnoj upotrebi medija i ‘paralelnoj igri’ koju nastavljamo kao odrasli. Kako? Odrastajući uz uređaje, deca imaju znatno manje interakcija licem u lice sa roditeljima i sa vršnjacima, znatno manje prilika da vežbaju svoje socijalne veštine,

između ostalog i prepoznavanje emocija i učenje adekvatnih odgovora. Zapravo, kada odrastu na ovaj način, adolescenti često ne žele da imaju interakcije licem u lice – radije će komunicirati preko poruka; o tome govore podaci iz brojnih intervjuja prikazanih u sjajnoj knjizi Šeri Terkl *Sami zajedno* (Terkl, 2011). Navika asinhronne komunikacije, zajedno sa nedovoljno uvežbanim ponašanjem u socijalnim situacijama, zaista može da dovede do manje adekvatnog emocionalnog reagovanja. Sagovorniku se ne može reći: „Da, vidim da ti se promenilo emocionalno stanje, sačekaj samo malo da razmislim šta da radim.” Osim toga (i da se vratimo osnovnoj temi), mi često želimo da nastavimo svoj teški multitasking, a sagovornik dobija deo naše stalne delimične pažnje. Čak i digitalni emigranti, koji su odrasli bez sredstava IKT, neće u ovim uslovima ispoljiti veštine emocionalne inteligencije.

Sada ćemo prikazati efekte digitalnih distrakcija tokom učenja i u interpersonalnim odnosima, teme koje su privukle dosta pažnje poslednjih godina. Proces učenja će dobiti prednost iz potpuno subjektivnih razloga: studenti već četvrti semestar nastavu prate onlajn. Sada se već sa nostalgijom sećam trenutaka u učionici kada se neko previše unese u svoj telefon, a ja ne mogu da izdržim da ne pitam: „Pa dobro, šta radite sad?” Čest odgovor mi je vrlo simpatičan (nemam iluzija o njegovoj istinitosti): „Tražim, profesorka, to o čemu pričate!”

6.1. Digitalne distrakcije procesa učenja

U školama i na fakultetima u Srbiji ne postoji praksa donošenja sopstvenih laptopova na nastavu, niti škole obezbeđuju kompjutere za sve svoje učenike. Iako se više puta tokom poslednjih godina moglo čuti da će svi učenici imati pristup računarima, jer tako mogu da uče putem digitalnih materijala, koji su im zanimljiviji od klasičnih udžbenika, ekonomska situacija čini svoje. U ekonomski bogatijim zemljama su, na početku ovog veka, pokrenute tzv. laptop inicijative (engl. laptop initiative programs) – programi koji osiguravaju da svi učenici/studenti i nastavno osoblje imaju pristup laptopovima opremljenim svim potrebnim programima i sadržajima za nastavu i učenje. Upotreba laptopova u učionici pokrenula je i naučna istraživanja. Neki rani rezultati su govorili o pozitivnim efektima – upotreba motiviše učenike i doprinosi njihovom učenju (npr. Efav et al., 2004; Trimmel and Bachmann, 2004). Međutim, ubrzo su se javili suprotni stavovi: upotreba laptopova tokom nastave ima negativne efek-

te na pažnju učenika, na motivaciju, interakciju nastavnik – učenik i na akademsko postignuće (Young, 2006; Meierdiercks, 2005). Pored laptopova, zapravo mnogo više od njih, u učionicama širom sveta prisutni su pametni telefoni. Rezultati istraživanja su ovde jasniji – upotreba telefona, koja je najčešće povezana sa korišćenjem društvenih mreža, ima štetne efekte na proces učenja (Dontre, 2021). Tokom učenja kod kuće, digitalne distrakcije i medija-multitasking mogu da zasijaju u punom sjaju. Učenik ili student, koji upotrebljava računar s ciljem da uradi određeni zadatak, vrlo verovatno ima aktivne i aplikacije koje su nevezane za cilj učenja, kao i uključen mobilni telefon pored sebe. Možemo pretpostaviti da će, u takvom okruženju, učenik tokom učenja odgovarati na poruke, proveravati društvene mreže, pogledati neki video. Ne bi bilo neobično da je u sobi i uključen televizor ili da je puštena muzika. U ovakvoj situaciji je izazov ostati fokusiran na zadatak. Da ne bismo dalje pretpostavljali šta je sve moguće, prikazaćemo neke interesantne rezultate istraživanja digitalnih distrakcija procesa učenja.

Studija Kraušara i Novaka predstavlja vrlo zanimljivo istraživanje i pruža dobar uvid u multitasking na laptopovima tokom predavanja (Kraushaar & Novak, 2010). Konačan uzorak ispitanika nije veliki (41 učenik³⁰ od inicijalnih 97, odnosno 42% prvobitnog uzorka), ali su podaci o distrakcijama, odnosno o multitaskingu, sakupljeni gotovo celog semestra, na objektivnan način - pomoću softvera. Ispitanici koji su želeli da učestvuju u ovom istraživanju su na svoje laptopove instalirali program (zapravo spyware) koji je namenjen praćenju aktivnosti na laptopu. Tokom određenih predavanja, koja su se odvijala dva puta nedeljno, učenici su podsećani da pokrenu softver i da ga na kraju predavanja ugase. (Upotreba laptopova je bila uobičajena, a amfiteatar je imao obezbeđen pristup internetu.) Predavanja su trajala 75 minuta. Studenti nisu morali da imaju pokrenut program sve vreme, ali je kriterijum za uključivanje podataka u analizu bio program uključen makar trećinu vremena (makar 25 od 75 minuta svakog časa). Odmah se nameće pitanje koje su sebi postavili i istraživači – da li se studenti koji nisu želeli da učestvuju značajno razlikuju od onih koji su pristali na instaliranje programa za praćenje aktivnosti? Moglo bi se pretpostaviti da oni koji su svesni svoje distraktivne upotrebe laptopa neće želeći da se njihove aktivnosti beleže, zato što im je neprijat-

30 Za ispitanike stoji da su na dodiplomskim studijama i 'junior-level', što bi značilo da su jedanaesti razred po obrazovnom sistemu SAD i da imaju 16-17 godina.

no ili zato što se boje sankcija. Međutim, poređenja proseka ocena i uspeha na SAT testovima (standardizovani testovi akademskog postignuća, koriste se za prijemni ispit) nisu pokazala razlike između studenata koji su pristali i onih koji nisu pristali na učestvovanje u istraživanju, pa istraživači zaključuju da ispitanici ipak adekvatno reprezentuju svoju grupu. (Možda ovo nije dovoljan dokaz, ali zaista se može pretpostaviti da su važniju ulogu u selekciji imali drugi faktori, npr. određene osobine ličnosti, a ne svest o specifičnosti sopstvene upotrebe laptopa.) Multitasking je definisan kao otvaranje novih prozora i podeljen u dve kategorije: produktivan, ukoliko je vezan za predmet, i distraktivan, ukoliko je otvoren prozor nevezan za sadržaj predmeta. Interesantno je da su učenici imali, u proseku, 65,8 aktivnih prozora po predavanju (setite se da je predavanje trajalo 75 minuta). Bilo je značajno više distraktivnih, nego produktivnih prozora (40,7 prema 25,1; odnosno 62 procenta svih otvorenih prozora je klasifikovano kao distraktivno – nevezano za sadržaje koji se obrađuju). (Najmanje jedan ispitanik je uspeo da dostigne prosek distraktivnog softver multitaskinga od 121,4 prozora po predavanju. Doduše, prosek produktivnog multitaskinga je još veći – bar jedan student je imao prosek od 122,7 aktivnih prozora. Naravno da se postavlja pitanje da li toliki broj otvorenih prozora, čak i ako su vezani sa sadržaj predavanja, može biti suštinski produktivan. Na to se osvrću i istraživači i kažu da se čini da produktivan multitasking ne postoji: broj otvorenih ‘produktivnih prozora’ je bio u negativnoj korelaciji sa gotovo svim merama postignuća.) Međutim, impresivno intenzivni distraktivni multitasking, koji je zabeležio softver, gotovo da nije bio povezan sa akademskim uspehom ispitanika (sagledanim kroz testove, projekte i konačnu ocenu). Jedino je korišćenje instant poruka (aplikacije kao što su Facebook Messenger, WhatsApp ili Viber) bilo u negativnim korelacijama sa uspehom; sve druge kategorije (surfovanje i zabava; imejl; različita podešavanja računara; i kategorija ‘razno’) nisu bile u značajnim korelacijama sa uspehom ispitanika. Moguće objašnjenje je da ispitanici nadoknađuju ono što izgube na predavanjima učeći kod kuće (Kraushaar & Novak, 2010). Da su efekti multitaskinga bili ispitivani na zadacima u okviru časa, moguće je da bi bile dobijene razlike u uspešnosti između ‘teških’ multitaskera i onih koji to nisu. Opet, ovo ne menja zaključak da značajna količina distraktivnih aktivnosti na laptopu tokom predavanja generalno nije bila povezana sa slabijim uspehom – osim korišćenja instant poruka, odnosno aplikacija za umrežavanje. Istraživači napominju da otvoren distraktivni prozor možda nije dobra mera multitaskinga, jer se zapravo ne zna koliko pažnje su studenti stvarno obratili na taj sadržaj

(Kraushaar & Novak, 2010). Još jedan rezultat ovog istraživanja na koji treba obratiti pažnju je velika razlika između samoiskaza i podataka koje je dao softver, i to naročito za instant poruke. Sagledano u procentima, podaci koje daje program pokazuju da su ispitanici u samoproceni ‘smanjili’ svoju razmenu instant poruka za 40%. Moguće je da su učenici svesni da je upotreba bila intenzivnija, ali da daju socijalno poželjne odgovore. S obzirom na to da se u istraživanjima najčešće koriste samoiskazi, a ne objektivne mere, treba imati na umu da ispitanici (iz bilo kod razloga) mogu davati podatke koji ne odgovaraju realnom ponašanju. No, to je hronična ‘boljka’ većina merenja u psihologiji. Dakle, ovo istraživanje nam pokazuje kako učenici koriste svoje laptopove tokom predavanja – uglavnom kao distrakcije, tj. nevezano za sadržaj časa. Međutim, ne postoje jasni dokazi da ovakva upotreba šteti uspehu (verovatno se odražava na kvalitet rada na času, ali konačnim ocenama, uglavnom, ne šteti). Na ovom mestu možemo pomenuti jedno istraživanje koje govori o ‘nadoknađivanju’ multitaskinga. Bovmanova i saradnici (Bowman et al., 2010) ispitivali su efekte distrakcije koja se često javlja tokom učenja – razmena poruka. Ispitanici-studenti su imali zadatak da pročitaju pasus od 3828 reči o poremećajima ličnosti. Svi studenti su kao jedan od predmeta na studijama imali i opštu psihologiju, što je trebalo da obezbedi isto predznanje. Ispitanici su tekst čitali na monitoru, na kojem su se pojavljivale i instant poruke. Poruke su bile u formi pet kratkih pitanja kakva se obično postavljaju osobi pri upoznavanju, a koja su formulisali istraživači (npr. Šta voliš da radiš u slobodno vreme?). Instrukcija je glasila da se poruke ne ignorišu i da se na njih odgovori punom rečenicom. Studenti su podeljeni u tri grupe: za jednu grupu poruke su se pojavile pre čitanja teksta, za drugu tokom čitanja teksta (ne sve odjednom), a treća grupa nije dobijala poruke. Nakon čitanja je, pretpostavljate, sledio test vezan za pročitano građivo. Polazna hipoteza istraživača je bila da će ispitanicima koji dobijaju (i odgovaraju) na poruke tokom čitanja biti potrebno najduže vreme za čitanje i da će biti najslabiji na testu. Šta su pokazali rezultati? Ispitanicima koji su čitali uz poruke-distrakcije zaista je bilo potrebno duže vreme za čitanje (21% duže, ne računajući vreme utrošeno na poruke), ali razlike u uspehu na testu između njih i ostalih grupa nisu postojale. Studenti možda misle da multitaskingom postižu više – štede vreme, ali istraživači smatraju da ovaj eksperiment pokazuje da im zapravo treba više vremena, što im ne donosi nikakvu prednost (Bowman et al., 2010). Setite se da su rezultati prethodno prikazanog istraživanja upravo govorili da su instant poruke problematične kada je akademski uspeh u pitanju. U istraživanju Bovmanove i

saradnika razlika nema, doduše samo na jednom testu, nakon kratkog perioda učenja. Kao da nam stalno nešto izmiče u vezi sa ovim problemom - opravdano se očekuju efekti koje rezultati istraživanja ne potvrđuju, bar ne u potpunosti. Teško je zahvatiti prirodne uslove učenja. Ispitanici su u eksperimentu Bovmanove i saradnika bili potpuno svesni da se sprovodi istraživanje i da će nakon pročitane pasusa raditi test. Moguće je da je upravo to razlog nepostojanja razlika. Možda bi u prirodnim uslovima, kod kuće, bili manje fokusirani na gradivo uz ometanje porukama, nego tokom sprovođenja eksperimenta; odnosno, ispitanici su tokom istraživanja dali sebi vremena da nadoknade pomeranje pažnje, kod kuće, možda, ne bi. Poznati autor Nikolas Kar, koji se bavi tehnologijom, smatra da se ne radi samo o tome da nam uz multitasking treba više vremena za izvršenje zadatka, već da je suština problema u površnom mišljenju, u izostajanju promišljanja sadržaja, izostajanju analize (Carr, 2010). Njegova knjiga, koja je bila u finalu za Pulicerovu nagradu 2011. godine, nosi upečatljiva naslov – Plićaci: Šta internet radi našim mozgovima (engl. *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*³¹). Da internet, digitalne distrakcije i multitasking imaju negativne efekte složili bi se i mnogi drugi autori (npr. Gazzaley and Rosen, 2016; Kacer, 2019), mada ima i onih koji bi izneli uzdržaniji stav – pozitivnih efekata nema (npr. Greaney, 2016). Da pozitivnih efekata ne može biti govore i proučavanja pamćenja. Dok god je osnovni zadatak (u našem slučaju određeni sadržaj koji treba naučiti ili problem koji treba rešiti) relativno poznat, dok god ne zahteva značajan kognitivni napor – zaista postoji verovatnoća da će kapacitet radne memorije, čak i uz multitasking, biti dovoljan za uspeh u zadatku. Međutim, kada treba izvesti kompleksnije zadatke, biće potrebna dublja kognitivna obrada i tu nema mesta za zauzimanje radne memorije distrakcijama. Dok smo angažovani na distrakciji, primarni zadatak je kognitivno zanemaren. Ovo vodi ka slabijem kodiranju u kratkoročnom pamćenju i vrlo je moguće da te informacije neće biti prenete u dugoročno pamćenje (prema Kraushaar & Novak, 2010). Dodatni kognitivni resursi su potrebni i kada se pažnja pomera sa distrakcije nazad na zadatak, tj. kada je potrebno izvršiti re-orijentaciju. Kada naše ograničene kognitivne resurse zahtevaju i re-orijentacija i/ili distrakcija, vrlo je moguće da pravi zadatak neće dobiti potrebne resurse, što vodi ka povećanju grešaka u učenju, vremena potrebnog za učenje, ka uznemirenosti i anksioznosti (Baliey and Konstan, 2006;

31 Postoji srpsko izdanje koje nosi naslov *Plitko: Kako internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtimo* (Kar, 2013).

prema Kraushaar & Novak, 2010). Sve ovo zvuči potpuno razložno, ali problem nije lak za ispitivanje – proces učenja je unutrašnji proces, koji se, verovatno, menja kada se na njega obrati posebna pažnja. Pošto smo videli kako su ‘prošla’ istraživanja koja su sprovodila određeni stepen kontrole (spywear kod Kraushaar & Novak, 2010; poruke u eksperimentalnim uslovima kod Bowman et al., 2010), prikazaćemo i kakve rezultate su dobili istraživači koji su se odlučili za posmatranje učenja u prirodnim uslovima. Ideja za proceduru istraživanja je vrlo interesantna, a ako ste, zbog posmatranja u prirodnim uslova, pomislili da su istraživači lakše i brže sproveli istraživanje – varate se.

Ako su samoopisi multitaskinga relativno nepouzdati, a eksperimentalna situacija može da izmeni proces (i ishod) učenja, kako onda doći do rezultata o efektima digitalnih distrakcija na učenje? Ukoliko bi istraživači sedeli pored svojih ispitanika dok ovi uče kod kuće, ne bismo dobili ništa, jer smo i na taj način narušili prirodne uslove učenja, isto kao što bi ih narušio i eksperiment. Pa... I da i ne. Rozen i saradnici (Rosen et al., 2013) su našli sledeće rešenje: istraživači će biti studenti i posmatraće svoje prijatelje! Studenti-posmatrači, njih 128, obučavani su za prirodno posmatranje bez ometanja. Tokom obuke su simulirani celi periodi planirani za posmatranje – 15 minuta učenja, uz korišćenje formulara za posmatranje učenja, konstruisanog za potrebe istraživanja. Studenti-posmatrači su za ispitanike regrutovali svoje prijatelje/poznanike, maksimalno troje, koji idu u srednju školu, odnosno na koledž. Ideja je bila da odaberu one osobe koje lično poznaju i koje će se osećati opušteno tokom opservacija. (Nisu svi posmatrali tri ispitanika, ukupan broj učesnika je bio 279.) Kako je obezbeđeno da ispitanici ponašaju ‘kako treba’? Njima je rečeno da se istražuje kako ljudi uče. Objasnjeno im je da treba da se bave nečim što im je važno, kao što je domaći zadatak, priprema za ispit ili izrada projekta, čitanje udžbenika. Znali su da je period posmatranja 15 minuta. Za to vreme je posmatrač sedeo, posmatrao učenje i popunjavao formular za svaki minut učenja. Pre posmatranja su registrovani svi IKT uređaji prisutni u okruženju u kojem se uči i svi otvoreni prozoru na kompjuteru, odnosno u pretraživaču, na početku procesa učenja. Formular je omogućavao registrovanje distrakcija, kao što je proveravanje društvene mreže (tada aktuelan Fejsbuk), razmena poruka, slušanje muzike, ali i registrovanje aktivnosti usmerenih na učenje, kao što je čitanje knjige, čitanje sa veb-sajta, zapisivanje na papiru ili kompjuteru. Nakon učenja zadat je i

niz upitnika, uglavnom vezanih za korišćenje medija i tehnologije. Nećemo prikazivati sve rezultate. Za temu kojom se sada bavimo posebno je interesantno da su ispitanici, iako su znali da se posmatra proces učenja i iako su učili nešto što im je važno, bili fokusirani na zadatak samo 65 procenata vremena. Dakle, od 15 minuta učenja, otprilike 5 minuta je klasifikovano kao bavljenje distrakcijama. Sprovedene su regresione analize u cilju predikcije usmerenosti na zadatak i ‘od zadatka’. Čitanje knjige, pisanje na papiru ili računaru i posećivanje veb-sajta čiji sadržaj je vezan za učenje su prediktori usmerenosti na zadatak. Smanjeno vreme posvećeno zadatku predviđali su: dostupnost distraktivne tehnologije na početku učenja; istezanje ili hodanje; vreme provedeno u razmeni poruka (engl. texting) na dnevnom nivou; i korišćenje Fejsbuka (Rosen et al, 2013). (Iz ovih rezultata nastao je duhovit naslov članka: „Facebook and texting made me do it: Media-induced task-switching while studying”; u nedostatku termina, slobodan prevod bi bio – „Fejsbuk i teksting su me naterali da to uradim: Task-svičing tokom učenja indukovano medijima”). I veliko pitanje na kraju – da li učenici podložni distrakcijama (ili je možda adekvatnije reći – oni koji preferiraju ili praktikuju udaljavanje od zadatka i vraćanje na njega – task-svičing) imaju slabije akademsko postignuće, sagledano kroz prosek ocena? Verovali ili ne – ne. Opet nema dokaza da multitasking narušava akademski uspeh. Jedino je dobijeno da niže ocene (u odnosu na druge ispitanike) imaju oni ispitanici koji su pristupali Fejsbuku jednom ili više puta tokom posmatranog perioda učenja. Istraživači kažu da sama studija ne daje podatke šta su učenici radili na toj društvenoj mreži, tako da nema prave osnove za objašnjenje ovog ponašanja. Međutim, oni smatraju da je prebacivanje sa učenja na Fejsbuk verovatno podstaknuto emocionalnom gratifikacijom koju pruža čitanje postova prijatelja, postovanje svojih sadržaja i ostavljanje komentara (Rosen et al., 2013). Trenutna emocionalna gratifikacija zaista jeste značajan prediktor medija multitaskinga (Baumgartner & Wiradhany, 2021). Vang i Černevev, diskutujući rezultate svog istraživanja, između ostalog pišu o zadovoljavanju emocionalnih potreba kroz multitasking (Wang & Tchernev, 2012). Na primer, ako student uči za ispit dok gleda TV, ovaj multitasking može dovesti do osećanja zadovoljstva ne zato što student oseća da je učenje uspešno, već zato što je uz TV učenje zabavno. Ova emocionalna gratifikacija asocirana sa multitaskingom čini da multitasking postaje ponašanje koje je teško prekinuti – postaje navika. Međutim, ovakvo učenje je neefikasno – emocionalne potrebe jesu zadovoljene, ali kognitivni ciljevi nisu postignuti (Greaney, 2016).

Vredi pomenuti da ima i interesantnih istraživanja o učestalosti multitaskinga gde ispitanici jesu studenti, ali multitasking nije dovođen u vezu sa akademskim uspehom. U jednom takvom istraživanju ispitanici su nosili senzor sa elektrodama na zglobu ruke tokom 10 sati, da bi se merilo fiziološko uzbuđenje organizma, a program je pravio snimke (screenshot, engl. screenshots) ekrana laptopa na svakih 5 sekundi – tako je utvrđivano da li se dogodio multitasking, odnosno task-svičing (Yeykelis et al., 2014). Istraživanje spominjemo ovde jer dobijeni podaci nisu bili podložni subjektivnim procenama, a govore o zaista brzom pomeranju pažnje: jedna petina sadržaja koje su učesnici istraživanja imali na laptopima je gledana pet sekundi ili manje; 75% sadržaja je gledano manje od jednog minuta (Yeykelis et al., 2014, str. 185). Dakle, tokom normalnog dana, tokom uobičajene upotrebe laptopa, studenti su samo četvrtinu sadržaja posmatrali duže od minut.

Iako mnoga istraživanja govore o (bar) nekim negativnim efektima multitaskinga na proces i/ili ishod učenja, ima i studija gde negativna povezanost nije pronađena (npr. Law & Stock, 2017; Wiradhany et al., 2019). Postoji noviji pregledni rad (Zamanzadeh & Rice, 2021) koji prikazuje negativne efekte multitaskinga u tri oblasti: akademska oblast, sa podoblastima kognicija, postignuće, čitanje i učenje; oblast zdravlja (pre svega mentalnog, mada je tu i fizičko, npr. povrede i smrti zbog razmene poruka tokom vožnje); i oblast interpersonalnih odnosa. Ne sumnjamo da je ovo sasvim korektan rezime rezultata koji su dobijeni istraživanjima, ali treba imati na umu da bi se mogao napraviti i drugačiji članak – pregled istraživanja koja nisu potvrdila (sve pretpostavljene) negativne efekte distrakcija, odnosno multitaskinga. Na osnovu raspoloživih nalaza se čini da, uopšteno gledano, distrakcije u procesu učenja ne dovode do najgorih mogućih ishoda – do kognitivnog prezasićenja, ‘sagorevanja mozga’, odnosno do stanja u kojem je mišljenje značajno otežano. Pravi problem je, kao što primećuje Agard (Aagard, 2019) usmeravanje pažnje ka obrazovno irelevantnim sadržajima i aktivnostima. Međutim, savremeni učenici i studenti žele da multitaskuju i tehnologija ih ohrabruje da to čine (Rosen et al., 2013). Kako se onda boriti protiv distrakcija?

Da li bi rešenje bilo restrikcija upotrebe? Mnogi nastavnici, roditelji, pa i čitave škole zabranjuju upotrebu mobilnih telefona (koji su ‘glavni krivci’ za razmenu poruka i pristup društvenim mrežama) i drugih sred-

stava IKT, sa ciljem da učenici budu usmereniji na sadržaje koje uče. To nije sjajna ideja. Učenici mogu biti anksiozni jer ne mogu da provere svoj mobilni telefon, tako da „uklanjanje eksternog distraktora ne uklanja unutrašnju distrakciju. Za mlađe učenike ‘daleko od očiju’ definitivno ne znači ‘daleko od srca’, a i internalne i eksternalne distrakcije mogu da mogu da pomere neuronsku aktivnost iz regija koje su zadužene za dublje procesiranje informacija” (Marien et al., 2012, prema Rosen et al., 2013). Ima istraživača koji smatraju da restriktivna politika prema korišćenju pametnih telefona čak može da podstakne nomofobiju (strah od nemogućnosti pristupa telefonu), što je svakako nepovoljno za koncentraciju i učenje (Al-Furiah & Al-Awidi, 2020). Kod starijih učenika zabrana korišćenja laptopova dovodi do izostanaka sa nastave (Elliot-Dorans, 2018). Pregledna studija digitalnih intervencija samokontrole za sprečavanje medija-multitaskinga pokazuje da ni te strategije ne daju dovoljno dobre učinke (Biederman et al., 2020). Ovde se misli na aplikacije koje obaveštavaju osobu da je počela da se bavi distrakcijom i na aplikacije koje blokiraju pristup distrakcijama. Jednostavno rečeno, izgleda da kod digitalnih distrakcija ne funkcioniše princip ‘klin se klinom izbija’ – aplikacije nisu efikasne u sprečavanju multitaskinga. Da li ima nečeg što jeste? Dva pristupa su obećavajuća: korišćenje ‘pauza za tehnologiju’ i razvijanje metakognitivnih veština (Rosen et al., 2012; Rosen et al., 2013). ‘Pauza za tehnologiju’ je jednostavna tehnika za otklanjanje i unutrašnjih i spoljašnjih distrakcija. Slično pauzi za kafu, pauza za tehnologiju omogućava učeniku/studentu da u određenim periodima proveri svoj telefon (ili drugo sredstvo IKT), što sprečava anksioznost koju donosi ideja da će propustiti važnu informaciju. Čas, ili učenje kod kuće, započinje kratkom proverom mobilnog telefona, nakon čega se telefon utišava i ostavlja. Telefon je sve vreme u radnom prostoru i na dohvat ruke, ali je okrenut ekranom na dole (inače bi se notifikacije videle). Nakon unapred određenog perioda vremena učenik pravi pauzu za tehnologiju i proverava svoj mobilni telefon. Rozen i saradnici (2012) su sprovedli istraživanje sa sekvencama od 15 minuta učenja, nakon čega sledi 1 minut pauze za tehnologiju. Oni smatraju da ovakav pristup podstiče pažnju i učenje. Moguće je da je novina intervencije (i to što je bila interesantna) takođe imala efekta na ishod, ali je svakako vredno učiti se ovim pauzama. Na taj način se stiče navika namernog odlaganja i namernog proveravanja telefona, nakon određenog perioda. Odnosno, razvija se specifična strategija u vezi sa učenjem i distrakcijama, što je neuporedivo bolje od nepostojanja plana i obraćanja pažnje na ometanja u trenutku kada se pojave. Bolje je i od spoljašnje kontrole – na ulazu u

školu se oduzima mobilni telefon; ko će ovako nešto raditi kod kuće? Čak i da se oduzimanje sprovodi kod kuće, da li je to uopšte dobar način izlaženja na kraj sa nametljivošću notifikacija? Zar ne bi bilo bolje da učenik sam donosi odluke? Svakako neće biti, niti treba da bude, stalno nadziran. Ovo nas vodi do sledećeg oružja u borbi protiv distrakcija: razvijanje metakognitivnih veština. Metakognicija podrazumeva znanje o sopstvenom kognitivnom funkcionisanju, kao i strategije praćenja i upravljanja sopstvenom kognicijom i ponašanjem (Kankaraš, 2004). Primećeno je da oni učenici koji odlaze reagovanje na poruke tokom predavanja pokazuju bolji uspeh na testu iz tog gradiva, od onih učenika koji odmah reaguju (Rosen et al., 2011). Odlaganje odgovaranja verovatno odražava metakognitivnu strategiju čekanja na trenutak tokom predavanja kada je sadržaj manje važan i (tek onda) obraćanje pažnje na distrakciju. Postoje istraživanja koja pokazuju da učenici sa nižim metakognitivnim sposobnostima dozvoljavaju da ih poruke prekidaju bilo kad tokom rada (Wijekumar & Meidinger, 2005). U istom istraživanju učenici sa višim metakognitivnim sposobnostima su birali da utišaju zvuk poruka i da odgovaraju (samo) tokom pauze. Dakle, metakognitivne strategije vezane za učenje se sasvim lepo uklapaju sa korišćenjem pauze za tehnologiju. Na sreću učenika koji uče u digitalnoj buci, radi se o veštinama koje uče i stižu.

U borbu za pažnju učenika trebalo bi uključiti i drugačije, savremene udžbenike. Danas možemo biti sigurni ne samo da ‘nove generacije’ multitaskuju, već i da vrlo retko čitaju knjige. (Internet se u prostoru medija ponaša kao prava ‘crna rupa’.) Žao mi je što nisam sačuvala snimak ekrana (‘skrin-šot’) razgovora sa društvene mreže koji je pre nekoliko godina dugo kružio domaćim sajtovima: na pitanje koje knjige voli da čita, mlada devojka kratko odgovara „Ne čitam knjige”. Ne radi se o toliko o tome da nas je, u tom trenutku, nečitanje iznenadilo, jači utisak je bio izostanak bilo kakvog pokušaja da se nečitanje prikrije. Dakle, to je sada sasvim prihvatljivo. Džin Tvengi, u intervjuima sa američkim učenicima, dobija jasne odgovore: knjiga se čita samo ako je to obavezno; čitanje iz zabave, kao aktivnost, ne postoji (Tvengi, 2018). Autorka smatra da je deo odgovora u tome što se knjige ne čitaju dovoljno brzo. „Za generaciju naučenu da klikom na sledeći link ili skrolovanjem niz stranicu za sekund ide dalje, čitanje knjiga prosto ne drži pažnju.” (Tvengi, 2018, str.81). Da li je drugačije sa studentima? Mnogi zaista izjavljuju da uživaju u čitanju knjiga, ali ima i onih sa izrazito negativnim stavom. („Nemam strpljenja da čitam

knjige koje ne moram”, Tvengi, 2018, str.83.) Kako onda u obrazovnom procesu izaći na kraj sa mladima koji vole da multitaskuju, a ne vole da čitaju? Mogući izlaz su interaktivne e-knige. Džin Tvengi, koja je i sama profesor, smatra da su pripadnicima aj-generacije³² potrebni udžbenici koji sadrže interaktivne aktivnosti, kao što je deljenje materijala sa drugima i popunjavanje upitnika, udžbenici koji su manje obimni i pisani više u stilu konverzacije. Pišući o studentima, Tvengi kaže: „Oni na koledž dolaze sa mnogo manje čitalačkog iskustva, pa smo primorani da ih dočekamo na njihovom nivou, a da ih ipak naučimo onome što moraju da znaju. To bi moglo značiti da se neki detalji izostavljaju, što je ipak bolja solucija nego da se studenti obeshrabre da se uopšte uhvate u koštac sa knjigom.” (2018, str.85). Novi udžbenici bi sami mogli nuditi multitasking, ali u onom obliku u kojem može da bude dobar – multimedijalni sadržaji usmereni na jedan, isti zadatak, istu temu. Ako prenesemo primer Kliforda Nasa u domaći kontekst, dok učenici pišu sastav o Nikoli Tesli, oni mogu da gledaju slike Nikole Tesle, čitaju reči Nikole Tesle, slušaju o Nikoli Tesli (Nass, 2013b; njegov primer je sa Abrahamom Linkolnom). Problem je što učenici pišu sastav o Nikoli Tesli dok se dopisuju o sinoćnom izlasku, gledaju najsmješnije video klipove Balkana i ko zna šta još.

Nešto zanimljivo

Digitalni marshmallow³³ test: test akademske marljivosti (Academic Diligence Task, ADT, Galla et al., 2014³⁴). Verovatno ste čuli za čuveno istraživanje samo-kontrole i odložene gratifikacije – za Marshmallow eksperiment (Mischel & Ebbesen, 1970). Ukratko rečeno, predškolci (deca uzrasta od 3 godine i 6 meseci do 5 godina i 8 meseci) su bili u situaciji da odlažu zadovoljenje – da ne pojedju poslasticu koja je prisutna, jer će tako dobiti bolju nagradu (poslasticu koju više žele ili dva kolačića). Originalno istraživanje je izvedeno u tri različita seta eksper-

32 iGen, ili generacija Z, je generacija koja dolazi posle milenijalaca; rođeni su između 1995 i 2012 godine. „[...]pripadnici ove generacije su odrasli uz mobilne telefone, imali stranicu na Instagramu pre nego što su krenuli u srednju školu i ne pamte vreme bez interneta.” (Tvengi, 2018, str. 10).

33 Marshmallows su slezovi kolačići, najčešće u obliku malih valjaka i, opet najčešće, bele boje (prehrambenim bojama se mogu obojiti bilo kako). Ukoliko bismo koristili prevod ‘test slezovih kolačića’ malo je verovatno da biste se setili na šta se misli – ovo istraživanje je i u domaćoj javnosti poznato kao Maršmelou eksperiment.

34 Dostupno preko <https://angeladuckworth.com/research/academic-diligence-task/>.

imentalnih uslova i doživelo je kasnije replikacije³⁵. Kakve to veze ima sa našim digitalnim distrakcijama procesa učenja? Distrakcije su kolačići – objave prijatelja, mimovi, smešni klipovi – sve je to ‘slatko’, slađe nego da se sedi i čita o, na primer, teorijama istine, naučnim paradigmama i eksperimentalnim nacrtima. (Moja koleginica sa studija je na koricama svoje knjige iz metodologije psiholoških istraživanja napisala „Svoju veličinu ćeš prepoznati po tome koliko si spreman da izdržiš u teškim trenucima”, što me nasmeje i dan danas kad se setim. Ako ovo čita – pozdravljam je!) Da li smo spremni da žrtvuemo trenutnu emocionalnu gratifikaciju zarad budućeg uspeha (na ispitu, na studijama, u budućem radu)? Upravo je to bila suština testa akademske marljivosti. Učenici (njih 921, high school seniors, oko 18 godina) su se našli pred sledećim izborom: na levoj strani ekrana su jednostavni zadaci iz matematike, za koje im je objašnjeno da pomažu u rešavanju problema (postoji cela instrukcija namenjena motivisanju učenika, koja počinje sa „Radiš ovo zato što ti može pomoći da postaneš pametniji”; Galla et al., 2014, str. 317). Na desnoj strani ekrana nalazili su se zabavni sadržaji: učenici su mogli da odaberu gledanje kratkih video klipova ili da igraju tetris. Tokom 20 minuta, koliko je trajao test, bilo je moguće neograničeno prebacivanje sa jednog tipa sadržaja na drugi. Koliko vremena su učenici proveli u rešavanju matematičkih zadataka? Vrlo različito: aritmetička sredina rezultata govori o 54% vremena, ali standardna devijacija iznosi čak 33% (Galla et al., 2014, str. 318). Za nas, u ovom trenutku, spremnost učenika da se angažuju ‘od zadatka’ i ‘ka distrakcijama’ više nije novost. Međutim, zanimljivo je i važno ono što se moglo predvideti skorovima na testu akademske marljivosti. ADT skorovi su, značajnije nego demografski podaci i inteligencija, predviđali prosek ocena, skorove na standardizovanim testovima akademske uspešnosti, uspešno završavanje škole (engl. graduation from high school) i upis na fakultet. (Istraživači su na neke od ovih podataka čekali godinu dana nakon što je istraživanje sprovedeno.) Sve ovo ne znači da učenici nikada ne treba ‘da jedu digitalne poslastice’, već da treba da budu sposobni da donose odgovorne odluke.

35 O istraživanju možete pročitati na https://en.wikipedia.org/wiki/Stanford_marshmallow_experiment ili <https://www.simplypsychology.org/marshmallow-test.html>.

6.2. Digitalne distrakcije interpersonalnih odnosa

Mobilni uređaji IKT mogu biti vrlo zgodni kada hoćete da izbegnete razgovor. Čak ne morate ići dotle da stavite slušalice i pustite muziku, obično je dovoljno da se zadubite u svoj ekran i poruka će (najčešće) biti shvaćena. U istraživanju Pew Research centra dobijeno je da 47% mladih ljudi uzrasta od 18 do 29 godina koristi mobilni telefon da bi izbegli ljude oko sebe (Smith, 2015b). Ovo je svesna upotreba telefona u cilju držanja ostalih ljudi na distanci. Jeste kontradiktorno da uređaj koji je originalno stvoren za komunikaciju sada služi za izbegavanje komunikacije, ali to nije ono što nas trenutno najviše zanima. Da li nas nove tehnologije, novi digitalni uređaji, navode da, nenamerno, ili bar ne potpuno svesno, zapostavljamo ljude koje ne želimo da zapostavimo, koji su nam dragi? Mi svakako imamo prava da ignorišemo ljude sa kojima ne želimo kontakt. Međutim, upravo smo, u vezi sa distrakcijama učenja, videli da digitalni sadržaji nude instant gratifikaciju i stvaraju naviku korišćenja. Ako je osoba navikla da proverava sve notifikacije, jer će neke biti zanimljive, ona će to činiti u svakom kontekstu – pa i tokom provođenja vremena sa prijateljima, porodicom, ljubavnim partnerom. (Setite se Nasa – hronični korisnici medija su zalučeni otkrivanjem relevantnih informacija). Tako da, zapravo, i nema svrhe postavljati pitanje da li postoje digitalne distrakcije (bliskih) interpersonalnih odnosa, već samo koliko su česte i šta nam donose.

Odličan uvod u ovu temu predstavljaju teorijska razmatranja socijalnog psihologa Keneta Gergena o ‘odsutnom prisustvu’ (engl. absent presence; Gergen, 2002). Možda već iz naziva naslućujete šta je to. Koliko puta smo ušli u prostoriju i zatekli članove porodice, prijatelje ili kolege zaokupljene (apsorbovane!) računarom, televizorom, telefonom, novinama, možda knjigom? Ponekad će nas pozdraviti bez oklevanja, ali ponekad će nastati pauza, možda će nas pogledati rasejano ili pomalo iznervirano što ih prekidamo. A ponekad naše prisustvo može proći potpuno neprepoznato, nepriznato – ne izazivamo nikakvu reakciju. „Mi smo prisutni, ali istovremeno doživljeni kao odsutni; izbrisani smo odsutnim prisustvom.” (Gergen, 2002, str. 227). Ekspanzija komunikacionih tehnologija, a posebno mobilnih telefona, po Gergenu, dovodi do ‘preusmerene ili podeljene svesti’ (što je suštinski slično ranije pomenutom stanju ‘stalne delimične pažnje’). Ovo deljenje ili preusmeravanje naše svesti može

dovesti do toga da smo (samo) fizički prisutni na određenom mestu (u fizičkom svetu), a da smo zapravo potpuno ‘apsorbovani tehnološki posredovanim svetom’ koji se nalazi negde drugde – apsorbovao nas je digitalni prostor. S jedne strane, ove rečenice mogu da vam zvuče naučno-fantastično – podsećaju na radnju filma *Matriks*, zar ne? Sa druge strane, ne verujem da ima čitaoca koji na svojoj koži nije osetio neprijatno iskustvo negacije sopstvenog postojanja jer je prijatelj, u pola razgovora, odreagovao na notifikaciju telefona i krenuo da se osmehuje kucajući poruku – ‘usisao’ ga je tehnološki posredovan svet pred vašim očima. Vama je ostalo samo njegovo fizičko prisustvo sa kojim niste baš sigurni šta da radite, pa ćete malo pogledati levo-desno, a onda, vrlo moguće, uzeti svoj mobilni telefon. Kako smo došli dovdje? Ukratko, Gergen govori o velikom napretku koji je civilizaciji donela štampana reč, međutim, tehnologija štampe je, po njemu, omogućila i prvo pojavljivanje fenomena odsutnog prisustva (Gergen, 2002). Knjige, novine, gramofon, radio, film i televizija, pripadaju kategoriji monološke komunikacije, što je, za ovu temu, vrlo značajno. Šta to podrazumeva? Sve te ‘stvari’ govore nama, ali mi ne možemo da govorimo direktno njima – nema dijaloga. Ta jednosmernost u komunikaciji u određenoj meri ograničava našu uključenost u ponuđene virtuelne svetove. Pored toga, monološke tehnologije su, na svom početku, uglavnom okupljale ljude – gledalo se, slušalo, igralo zajedno sa drugima. Kroz njihov razvoj, umnožavanje i dostupnost dogodila se progresivna privatizacija korišćenja. A onda se odigrao najvažniji događaj za našu temu – pojavile su se dijaloške komunikacione tehnologije, prvo telefon (sada se misli na zaboravljeni fiksni telefon), a kasnije i najvažnija dijaloška tehnologija - internet. „Za razliku od monoloških tehnologija, pojedinac ovde učestvuje u konstrukciji sveta, a ta konstrukcija omogućava jedinstveno prilagođavanje i izražavanje ličnih odlika.” (Gergen, 2002, str. 231). Tako su neki od nas dobrovoljno ušli u zamku življenja u drugom prostoru; neko putuje povremeno, a neko deluje kao da se gotovo nastanio tamo. Gergen nije jedini koji veruje da je dijalog, uz mogućnost konstrukcije, suština zavidljivosti digitalnog prostora. Aron Ben-Ze’ev, filozof koji je poznat po svojim studijama emocija (uključujući i emocije onlajn) misli vrlo slično. Nije virtuelna, imaginativna priroda (nekih domena) sajbeprostora ono što je posebno privlačno; to čak nije ni njegova jedinstvena odlika. Iako digitalni prostor uključuje imaginarne karaktere i događaje kakvi nikad ranije nisu bili viđeni, manje razvijene virtuelne realnosti jesu bile deo života ljudi i pre interneta (Ben-Ze’ev, 2004). „Sve forme umetnosti, uključujući i pećinske crteže naših predaka iz kamenog doba, uključuju neku vrstu

virtuelne realnosti. U ovom smislu sajberprostor ne nudi potpuno novu dimenziju ljudskog života” (Ben-Ze’ev, 2004, str. 2). U čemu je onda stvar? Ben-Ze’ev koristi drugačije termine, ali stvar je u tome da su ranije virtualne realnosti bile monološke. Njegov zaključak po pitanju uzroka naše hipnotisanosti sajberprostorom je suštinski isti kao i Gergenov: sajberprostor daje mogućnost interakcije. U toj interakciji, kao što i Gergen veruje, postoji velika mogućnost za konstrukciju: ljudi mogu da oblikuju, ili čak da izmisle, svoju ličnost i ličnosti drugih ljudi (Ben-Ze’ev, 2004, str. 2). Sajberprostor je radikalni pomak od pasivne imaginativne realnosti, koju pružaju npr. knjige ili filmovi, ka interaktivnoj – i to je, po Ben-Ze’evu, najprivlačnije u vezi s njim.

Kada se govori o ometanju socijalnih interakcija, ne može se zaoobići ni fenomen ‘sami zajedno’. Naziv je skovala psiholog i sociolog Šeri Terkl, koja se dugi niz godina bavi odnosom ljudi i tehnologije (što joj je olakšavala zaposlenost na čuvenom MIT-u – Tehnološkom univerzitetu u Masačusetsu (Massachusetts Institute of Technology)). Između ostalog, u svojoj knjizi, koja se i zove *Sami zajedno*, ona piše da se „privezani na mrežu preko naših mobilnih uređaja približavamo novom obliku selfa” (Terkl, 2011, str. 217). Taj self se može izolovati iz fizičkog okruženja, uključujući i ljude u njemu, gotovo kao da je izmešten. Ljudi se na mreži, odnosno na internetu, osećaju moćnije i sigurnije nego u fizičkom svetu i imaju daleko veću kontrolu nad interakcijama. „Jednom kada se sklonimo od toka fizičkog, haotičnog, nesređenog života – a to nam omogućavaju roboti i život na mreži – postajemo sve manje spremni da izađemo napolje i probamo sreću” (Terkl, 2011, str. 217). Odnosno, ostajemo umreženi sa drugima, ali sa toliko niskim očekivanjima od njih, da se osećamo vrlo usamljeno. To je stanje u kojem smo ‘sami zajedno’.

Zašto ovoliki uvod u distrakcije interpersonalnih odnosa? Zato što ovde do punog izražaja dolazi paradoks asimilacija/izolacija, odnosno uključenaost/isključenaost – sada bi mogao biti nazvan i interakcija naspram zapostavljanja interakcije. Uspeh mnogih sajberdomena se zasniva upravo na interakciji korisnika, koji zaista manje ili više podešavaju svoju onlajn personu (ili konstruišu više njih). Međutim, istovremeno se događa zapostavljanje interakcija – zapostavljanje u fizičkom svetu, naše odsutno prisustvo. Onda se može zaključiti da nije presudno to što nam je interesantna sama interakcija, već to što nam se dopada kontrola interakcije, mogućnost

podešavanja kakve nema licem u lice. Tu vrstu ‘konstrukcije’ ističu i Ger-gen i Ben-Ze’ev, a aspekt kontrole je naročito jasno opisan kod Šeri Ter-kl³⁶. Rejni i Velman optimistično pišu: “Ljudi nisu navučeni na gadžete – ljudi su navučeni jedni na druge” (Rainie and Wellman, 2012, str. 6; u originalu „People are not hooked on gadgets – they are hooked on each other”). Možda je potrebna jedna dopuna njihovog zapažanja: na druge *onlajn*. Da sada (konačno) pređemo na empirijska istraživanja efekata koje digitalne distrakcije imaju na oflajn interakcije i subjektivno blagostanje ljudi (‘korisnika’).

Ometanje tehnologijom i telegnorisanje.

Tokom 2016. godine pojavili su se članci koji su predstavili dva nova konstrukta u istraživanju efekata upotrebe tehnologije na odnos sa drugima, sa nazivima koji u originalu glase ‘technoference’ (McDaniel & Coyne, 2016a) i ‘phubbing’ (Roberts & David, 2016). Termin technoference ćemo prevesti kao ometanje tehnologijom, što je sasvim u duhu originala (engl. technology interference = technoference). Drugi naziv, phubbing, ćemo prevesti kao telegnorisanje (Opsenica Kostić i sar., 2020). Phubbing je složenica nastala od reči ‘phone’ – telefon i ‘snubbing’ – ignorisanje. U srpskom jeziku nema tolike slobode za građenje složenica kao u engleskom, ali bi bilo predugačko da koristimo opisni termin – ‘ignorisanje koje se događa zbog upotrebe telefona’, tako da i ovde zadržavamo originalnu ideju naziva³⁷.

36 U knjizi Sami zajedno, Terkl na početku pominje ‘moderne Zlatokose’, dajući primere devojaka koje koriste (isključivo) dopisivanje kao način komunikacije, čak i ako je reč o značajnim stvarima, kao što je obavještenje porodice o veridbi i datumu venčanja (veliki broj intervjuisanih mladih ljudi je izjavljivao da ne koristi mogućnost poziva). Terkl primećuje da tekstualna komunikacija (sms i mejl) nude „idealnu meru pristupa, idealnu meru kontrole” (Terkl, 2011, str. 40). Tako su ljudi ni suviše blizu, ni suviše daleko, već na idealnoj udaljenosti. A Zlatokosa u svakom trenutku može da ‘povuče svoju kosu’ i ode oflajn.

37 U srpskom izdanju knjige *Obnovimo razgovor* (Terkl, 2020) termin ‘phubbing’ je preveden kroz fonetsku transkripciju originalnog termina, tako da prevod glasi ‘fabovanje’ (str. 14). Iako postoje termini na engleskom koje nije lako prevesti na srpski (pitam se da li će moje pisanje ‘task-svičing’ preživeti lekturu), phubbing jeste prevodiv, a uvođenje nove reči – novog naziva može se opravdati jasnoćom značenja. (Inače, Terkl u knjizi odstupa od određenja telegnorisanja datog u naučnim člancima, ali knjiga je, u originalu, izdata 2015. godine, dok je prvi članak koji je predstavio telegnorisanje kao psihološki konstrukt objavljen 2016. godine.)

Brendon Makdenijel i Sara Kojn polaze od činjenice da je korišćenje tehnologije u svakodnevnom životu porodice rapidno poraslo (McDaniel & Coyne, 2016a,b). Domaćinstva imaju pristup internetu, članovi porodice poseduju mobilne telefone, desktop ili laptop računare i, vrlo verovatno, imaju profile na društvenim mrežama (setite se statističkih podataka s početka knjige). Pored toliko uređaja i aplikacija izvesno je da će se događati, ređe ili češće, prekidi započelih interakcija. Te prekide ovi autori nazivaju ometanje tehnologijom, a fenomen najpre definišu u okviru partnerskih veza, kao „svakodnevno ometanje ili prekide interakcija para ili ometanje vremena koje par provodi zajedno, koje nastaje zbog tehnologije“ (McDaniel & Coyne, 2016; p. 85). Ometanje tehnologijom se može javiti u bilo kom tipu interpersonalnih odnosa, ne samo partnerskim, i može varirati od prekida razgovora licem u lice do osećanja „upada“ ili ometanja, kada jedna osoba odluči da proveri svoj uređaj tokom zajedničkog provođenja vremena, što jeste ometanje tehnologijom čak iako se u tom momentu nije odvijala interakcija (McDaniel & Coyne, 2016a). Odmah treba reći da postoje pozitivni efekti upotrebe sredstava IKT na partnerske veze. Tehnologija omogućava partnerima da ostanu povezani tokom dana i da budu dostupni jedno drugom u trenucima stresa (Pettigrew, 2009; Dietmar, 2005; prema McDaniel & Coyne, 2016). Takođe, ima i istraživanja koja pokazuju da tehnološki posredovano održavanje odnosa može da dovede do intenzivnije privrženosti, zadovoljstva i komunikacije (prema McDaniel & Coyne, 2016a). Sve ovo je primenljivo i na održavanje odnosa sa prijateljima. Međutim, preba primetiti da nije svaka upotreba sredstava IKT ometanje – uslov je prekid interakcije, odnosno korišćenje IKT sredstva tokom zajedničkog provođenja vremena. U takvom kontekstu su mogući negativni efekti na interpersonalni odnos, čiji je sled prikazan u Figuri 1.



Figura 1: Konceptualni model koji pokazuje kako ometanje tehnologijom može da prouzrokuje konflikt, koji se onda odražava na zadovoljstvo odnosom i, u krajnjoj liniji, na subjektivno blagostanje (prilagođeno iz McDaniel & Coyne, 2016a)

Šta znači model sa slike u svakodnevnim životnim okolnostima?

Zamislamo dve osobe koje se nalaze zajedno – svejedno je da li su u partnerskim, prijateljskim ili porodičnim odnosima. Čak možemo zamisliti i da između njih u tom određenom trenutku nema interakcije (recimo da sede u istoj sobi i odmaraju uz tv program). Čuje se notifikacija sredstva IKT – to može biti poruka na telefonu ili računaru, ne mora da bude ni lična, možda je samo operativnom sistemu potrebno ažuriranje ('apdejt'). Ukoliko jedna osoba trenutno reaguje na notifikaciju i posveti joj pažnju, zajedničko vreme je 'razbijeno', dogodio se upad – ometanje tehnologijom. Ovo ometanje povećava verovatnoću konflikta, i to upravo oko korišćenja tehnologije, jer se druga osoba oseća zanemareno ili ugroženo – pažnja posvećena sredstvu IKT je pažnja uskraćena njoj (setite se ideje o tome kako mediji 'kradu' vreme). Konflikti će, vrlo verovatno, umanjiti zadovoljstvo odnosom – negativan afekat i iritiranost jednog partnera lako mogu da pokrenu negativnost kod drugog, pogotovo ako se jedan partner u interakciji oseća neshvaćeno ili potcenjeno. Rezultat nižeg zadovoljstva interpersonalnim odnosima je niže subjektivno blagostanje (koncept blagostanja obuhvata zadovoljstvo različitim aspektima života, pa i partnerskim, prijateljskim, poslovnim i porodičnim vezama). Objašnjenje za ovaj sled događaja se često daje u okvirima teorije socijalne razmene (za teoriju socijalne razmene videti npr. Kenneth, 2011). Ova teorija pretpostavlja da je socijalno ponašanje rezultat procesa razmene, koji je baziran na maksimizovanju lične dobiti i minimizovanju ličnih ulaganja ili neprijatnosti. Prema ovom modelu, osoba odmerava 'nagrade' u odnosu na 'cene' i bira da održava odnose koji su najkorisniji u ovom smislu. U kontekstu ometanja tehnologijom, negativne emocije koje se javljaju zbog upotrebe tehnologije, opažaju se kao dodatni 'trošak' u vezi, koji remeti ravnotežu dobiti i ulaganja. Takođe, ometanje tehnologijom može da bude protumačeno kao gubitak nagrada koje je određeni odnos trebalo da pruži (npr. gubitak pažnje), što remeti ravnotežu socijalne razmene i čini da jedan partner oseća nezadovoljstvo. Ovo je mehanizam koji pokreće konflikt. Ishod ne mora uvek biti niže zadovoljstvo odnosom, niti niže subjektivno blagostanje – osobe mogu ponovo uspostaviti ravnotežu kroz dogovor (npr. utišavanje/odlaganje telefona za vreme šetnje, obedovanja i/ili drugih aktivnosti koje su partnerima važne; i ovde će, vrlo verovatno, funkcionisati pauze za tehnologiju i negovanje metakognicije, preporučene u vezi sa distrakcijama procesa učenja). Međutim, kao što se naročito ispostavlja u vezi sa telefonom, održavanje ravnoteže nije lako, i često se odvija nepovoljna sekvenca događaja prikazana u Figuri 1.

Kako je naučnoj javnosti predstavljeno telegnorisanje? Telegnorisanje je ometanje interakcija i uskraćivanje pažnje koje nastaje zbog upotrebe mobilnog telefona (Roberts & David, 2016). Kao i kod ometanja tehnologijom, telegnorisanje ne mora biti bukvalno prekidanje razgovora, to može biti ignorisanje koje se događa kada se približimo drugoj osobi, ali kad ona, umesto da komunicira sa nama, nastavlja (ili počinje) da koristi svoj telefon. Telegnorisanje možemo shvatiti kao specifičan slučaj ometanja tehnologijom – verovatno najčešći danas. Opšti model iz Figure 1 je sasvim primenljiv i ovde. (Roberts i Dejvidsova u modelu prikazuju i anksioznost, kao dimenziju afektivnog vezivanja (engl. attachment anxiety), koja je mogući moderator odnosa između zapostavljanja i konflikta (Roberts & David, 2016, str.137). Verovatno da postoje i druge varijable koje posreduju u ovom procesu.) Koncept telegnorisanja nudi i specifične modele koji objašnjavaju nastanak i održavanje ovog ponašanja sa aspekta ignorisane osobe, kao i sa aspekta osobe koja započinje ignorisanje (Figura 2 i Figura 3).

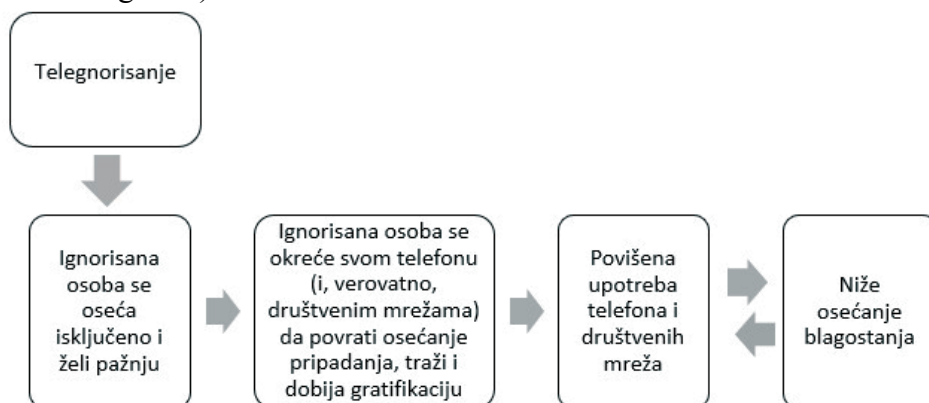


Figura 2: Telegnorisanje sa aspekta ignorisane osobe, prema opisu Dejvidove i Roberta (David & Roberts, 2017)

Ono što je posebno značajno u Figuri 2 jeste povratna sprega između povišene upotrebe telefona (i društvenih mreža) i sniženog osećanja blagostanja. Model funkcioniše i ako osoba ne koristi društvene mreže – i drugi (zabavni) sadržaji koje telefon nudi mogu pružiti utehu, odnosno neku vrstu emocionalne gratifikacije i time osobu navesti da telefon koristi još više, uz sniženo osećanje blagostanja. Razlog za upotrebu – gratifikacija – je isti kao kod distrakcija procesa učenja.

Kako se može objasniti zašto je osoba započela telegnorisanje, umesto da pruži nepodeljenu pažnju sagovorniku? Jedno objašnjenje polazi od pretpostavke, verovatno ne uvek opravdane, da osoba intenzivno koristi društvene mreže i da je navikla na emocionalnu podršku koju na njima dobija (Slika 6). Podrška se može dobiti i pasivnim korišćenjem mreža – listanjem profila koji nude zabavne sadržaje, jer na taj način osoba doživljava (kratkotrajne) pozitivne emocije. Međutim, ovakve ‘emocionalne injekcije’ pobuđuju strah od propuštanja i navode na stalno pregledavanje mreža – ulazi se u problematičnu upotrebu društvenih medija. Zato u društvu druge osobe ova prva ne može da izdrži, a da ne proverí svoj mobilni telefon, odnosno notifikacije koje je dobila – u digitalnom prostoru se možda upravo dogodilo nešto vrlo zanimljivo. Odnosno, pretpostavlja se da emocionalna podrška/gratifikacija iz digitalnog prostora indirektno utiče na pojavu telegnorisanja, preko straha od propuštanja i problematične upotrebe društvenih medija, kao što je prikazano u Figuri 3. (Ova pretpostavka je potvrđena istraživanjem, što će uskoro biti prikazano. Koncept straha od propuštanja (i onaj društvene mreže) će dobiti svoj prostor odmah nakon poglavlja o distrakcijama.)

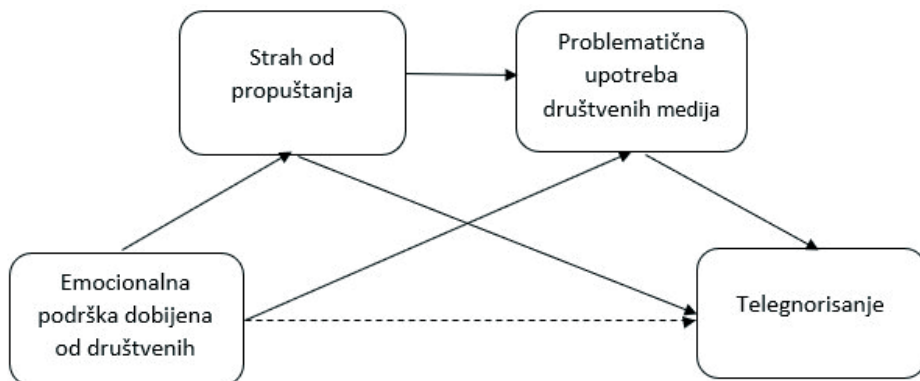


Figura 3: Model telegnorisanja sa aspekta osobe koja započinje proces, sa pretpostavkom o intenzivnom korišćenju društvenih medija (prema Fang et al, 2020)

Kako su u istraživanjima mereni ometanje tehnologijom i telegnorisanje? Najčešće preko samoprocena ispitanika. Za ometanje tehnologijom su predložene dve skale (McDaniel & Coyne, 2016). *Skala ometanja tehnološkim uređajima* (Technology Device Interference Scale, TDIS) predstavlja skalu na kojoj ispitanici procenjuju koji uređaj najviše ometa

interakciju (telefon, televizor, laptop/desktop računar, tableti). Uz nju ide *Skala primera ometanja tehnologijom u svakodnevnom životu* (Technology Interference in Life Examples Scale, TILES). Ispitanici procenjuju koliko često se događa određena situacija od pet opisanih (npr. Kada telefon ili drugi mobilni uređaj mog partnera zazvoni ili ‘zapišti’ (engl. beeps), on/ona će pogledati o čemu se radi iako smo usred razgovora). Prva verzija skale telegnorisanja je takođe vezana za partnerski odnos (Partner phubbing scale, Roberts & David, 2016), a tri ajtema su preuzeta/prilagođena iz TILES skale (članak MekDanijela i Kojnovne je objavljen kao ‘online first’ decembra 2014, tako da su ga Roberts i Dejvidsova mogli videti). Primer ajtema iz skale partnerskog telegnorisanja: Kada smo zajedno, moj partner drži svoj telefon tako da ga može videti; Ako se pojavi pauza u razgovoru, moj partner će proveriti svoj telefon (Roberts & David, 2016). Kasnije su isti autori predložili još jednu verziju skale, sa tvrdnjama formulisanim tako da se odnose na bilo koje ljude sa kojima provodimo vreme (David & Roberts, 2020). Postoje i druge skale predložene za merenje telegnorisanja (npr. Chotpitayasunondh & Douglas, 2018), mada se čini da neki ajtemi odslikavaju odnos ispitanika prema telefonu (npr. Anksiozan sam kada moj telefon nije pored mene). Iako fenomeni kao što je nomofobija (strah od nemogućnosti korišćenja mobilnog telefona) ili afektivna vezanost za telefon (da, i to postoji!) nesumnjivo utiču na pojavu telegnorisanja, ipak je potrebno razdvojiti ove koncepte prilikom merenja. Kakve rezultate su dosadašnja merenja pokazala?

Urađena je analiza članaka objavljenih od 2016. godine do aprila 2021, arhiviranih u EBSCO bazi kojoj je pristupljeno preko KoBSON-a (Konzorcijum biblioteka Srbije za objedinjenu nabavku) (Opsenica Kostić, 2022). Pretraga je vršena preko termina technoferece, odnosno phubbing, u naslovu, aspraktu ili ključnim rečima rada. Bilo je potrebno da članci predstavljaju empirijske studije iz oblasti psihologije. Analiza rezultata radova bila je usmerena na utvrđene korelate technoferece i phubbing, vezane za subjektivno blagostanje u najširem smislu. (Spisak analiziranih studija nalazi se u prilogu originalnog članka - devet radova za ometanje tehnologijom i jedanaest za telegnorisanje; Opsenica Kostić, 2022). Prenećemo i ovde šta je utvrđeno istraživanjima.

Empirijski potvrđeni efekti ometanja tehnologijom. U analiziranim člancima nalaze se dve studije koje se bave efektima ometanja

tehnologijom na vezu: u jednoj uzorak ispitanika čine samo žene koje žive u stabilnoj zajednici (McDaniel & Coyne, 2016a), a u drugoj parovi (McDaniel & Drouin, 2019). Obe studije daju slične rezultate i pokazuju negativne efekte ometanja: postoji konflikt u vezi sa upotrebom tehnologije, niže zadovoljstvo vezom, izraženiji simptomi depresije i niže zadovoljstvo životom. S jedne strane, moguće je pretpostaviti da niže zadovoljstvo vezom i depresivnost navode osobu da češće upotrebljava tehnologiju, da bi doživela pozitivne emocije (povratna veza u Figuri 2). Međutim, u studiji na parovima (McDaniel & Drouin, 2019), koja je obuhvatila ometanje putem četiri uređaja – telefona, televizoar, kompjutera i tableta, autori zaključuju da ometanje telefonom (zapravo telegnorisanje) ima značajnije efekte na raspoloženje, kvalitet interakcija i zadovoljstvo vezom od efekata koje ostvaruju osećanja depresivnosti, anksioznost u vezi i opšte nezadovoljstvo odnosom. Ovo omogućava zaključak da efekat upotrebe tehnologije (konkretno telefona) postoji nezavisno od trenutnog nivoa blagostanja para. Tri studije su vezane za efekte ometanja tehnologijom na blagostanje adolescenata, koji su procenjivali i technoferece svojih roditelja (Stockdale et al., 2018; Qiao & Liu, 2020; Liu et al., 2020). Svakako treba reći da većina adolescenata izjavljuje da tehnologija ponekad ometa njihove interakcije sa roditeljima, ali ti manji, ređi prekidi su danas normativni deo odrastanja u digitalnom svetu i ne očekuje se da oni imaju efekta na odnos roditelj – dete ili ishode u razvoju (Stockdale et al., 2018). Dakle, kada se govori o negativnim efektima, treba imati na umu slučajeve u kojima je ometanje tehnologijom učestalo. U tim okolnostima adolescenti percipiraju roditeljsku toplinu kao nižu, što je povezano sa negativnim razvojnim ishodima, odnosno nižim blagostanjem: sa anksioznošću, depresivnošću, sniženim prosocijalnim ponašanjem (Stockdale et al., 2018). Adolescenti koji percipiraju učestalije ometanje tehnologijom u odnosu sa roditeljima imaju i veću verovatnoću za razvijanje zavisnosti od telefona (Qiao & Liu, 2020), što svakako nije pozitivan razvojni ishod. Ovakav rezultat potvrđen je i istraživanjem Liu i saradnika (2020). Zapravo, i u istraživanjima ometanja tehnologijom je jasno da je ‘najopasniji’ uređaj telefon. Dva istraživanja se bave technoferece kod roditelja male dece (Sundqvist et al., 2020; Krogh et al., 2021³⁸). Ometanje tehnologijom,

38 Zapravo, postoji i treće istraživanje – McDaniel & Coyne (2016b), Technology interference in the parenting of young children: Implications for mothers’ perceptions of coparenting. Međutim, u naslovu, apstraktu i ključnim rečima se ne pominje technoferece, već se pojava označava kao ‘technology interference’ (iako je kao merni instrument upotrebljena prilagođena skala kojom su autori merili techoferece). Da ne bismo ‘usput’

koje je ispitivano kroz korišćenje digitalnih medija uopšte, povezano je sa internalizovanim i eksternalizovanim problemima kod dece uzrasta 4 i 5 godina (Sundquist et al., 2020). Interesantno je da su roditelji izjavljivali da percipiraju ometanje tehnologijom svakog dana, kako zbog svog, tako i zbog detetovog korišćenja digitalnih medija. Sećate se da je u uvodnom delu o digitalnim distrakcijama pomenuto da brojna udruženja koja se bave dečijim razvojem i blagostanjem, kao i Svetska zdravstvena organizacija, preporučuju da se deca mlađa od godinu dana uopšte ne uključuju u korišćenje sredstava IKT (World Health Organization, 2019). Međutim, u istraživanju Krgohove i saradnika (2021) ispostavilo se da deca starosti do 11 meseci ipak provode vreme za ekranom, doduše relativno kratko – između 6 i 17 minuta dnevno. Značajno je i to što se sa uzrastom deteta, u ovom istraživanju, povećavalo i vreme za ekranom i učestalost situacija u kojem je interakcija sa detetom bila prekinuta jer je majka obratila pažnju na neki od uređaja IKT (Krogh et al., 2021).

Posebno je interesantna opservaciona studija koju su sprovele Neli Elias i saradnice (Elias et al., 2020). (Uvek je zanimljivo videti kakvi rezultati se dobijaju u prirodnim uslovima. Iako eksperimentalna situacija nudi kontrolu, ona nije pogodna za sva ispitivanja, a samoprocene ispitanika su... upravo to - subjektivne percepcije sebe.) U istraživanju se govori o ometanju tehnologijom, mada se suštinski radi o 'roditeljskom telegnorisanju'. Studija polazi od fenomena koji je vrlo uočljiv u svakodnevnom životu: neki roditelji, na javnim mestima, vrlo intenzivno koriste mobilne telefone dok su u društvu svoje dece. Sigurna sam da ste više puta imali priliku da vidite majke koje guraju kolica i pričaju telefonom, ne obraćajući pažnju na bebu, i to ne dok beba spava, već dok vokalizira ili čak pokazuje znake distresa. Možda ste čuli veću decu kako kažu roditelju: Prestani više da pričaš! Zajedničko provođenje vremena van kuće je vrlo značajno za razvoj. Na primer, posete parkovima i igralištima nude stimulse koji doprinose fizičkom razvoju i povećavaju opšte znanje o svetu; nude susrete na decom/ljudima izvan uobičajene društvene mreže; nude izazovna iskustva u kojima se mogu steći važne socijalne veštine kao što je strpljenje, obuzdavanje, saradnja, čekanje na svoj red i ljubaznost (Elias

menjali kriterijum uključenja u analizu, ovaj članak je izostavljen. Istraživanje je sprovedeno na majkama i pokazalo je da majke koje percipiraju više ometanja tehnologijom izveštavaju o nižem kvalitetu ko-roditeljstva, nižem zadovoljstvu vezom i imaju izraženije simptome depresivnosti.

et al., 2020). Zajednički obroci u restoranu ili pekari mogu (treba) da nauče dete bontonu obedovanja u javnosti i pristojnom ponašanju uopšte. Međutim, ako nema dijaloga i igre roditelja i dece, ako nisu iskorišćene prilike za raznovrsne, bogate interakcije, pitanje je šta će dete naučiti. Prva studija koja se bavila korišćenjem mobilnih telefona u ovom kontekstu je takođe opservaciona i sprovedena je 2013. godine, kroz posmatranja u restoranima brze hrane (Radesky et al., 2014). U oba istraživanja (Radesky et al., 2014; Elias et al., 2020) korišćena je metoda anonimnog posmatranja bez učestvovanja (engl. anonymous nonparticipant observations). Ova metoda posmatranja je najprisutnija na polju antropologije i podrazumeva ‘stapanje’ istraživača sa okolinom u kojoj se posmatranje vrši, da se ne bi remetilo ponašanje drugih, uz detaljno beleženje ponašanja – sleda i efekata (Radesky et al., 2014). Istraživanje Eliasove i saradnica obavljeno je kroz opservacije na igralištima i mestima za obedovanje (engl. eateries), u SAD i Izraelu (Elias et al. 2020). Posmatrano je ponašanje roditelja i dece uzrasta od 2 do 6 godina; vreme posmatranja je bilo različito, u proseku oko 30 minuta. Izdvojićemo neke od rezultata. Kao što je očekivano, veliki procenat roditelja je koristio telefon barem jednom tokom boravka sa detetom/decom na igralištu, odnosno tokom obedovanja van kuće (74% do 79% za igrališta; 65% do 70% na mestima za obedovanje). Istraživači su roditelje, prema vremenu posvećenom telefonu, podelili na teške korisnike (40% do 100% vremena zagledani u telefon; u uzorku ih je bilo nešto više od trećine); umerene korisnike (16% do 39% vremena za telefonom) i lake korisnike (manje od 15% vremena; otprilike petina svih roditelja). „Dok su roditelji bili apsorbovani svojim telefonima, oni su generalno bili isključeni i nisu reagovali na zahteve deteta za pažnjom, pomoći ili pohvalom. Njihovo ponašanje je uključivalo malo ili nimalo komunikacije sa decom; oni su telom bili okrenuti od deteta, a kontakt očima su uspostavljali retko ili nikad” (Elias et al., 2020, str. 5). Pretpostavljeno je da ovakvo deangažovanje izazvano telefonom može da kompromituje bezbednost i emocionalno blagostanje dece. Iz tog razloga su dokumentovane epizode ‘problema bezbednosti’ (u originalu ‘safety concerns’) i ‘problema u vezi sa emocijama’ (u originalu ‘emotional concerns’). Rezultati pokazuju da otprilike trećina roditelja na igralištima nije primetila rizik za bezbednost dece zbog upotrebe telefona, naspram 0 – 7% roditelja koji su se poneli na isti način, a da nisu koristili telefon). Slično, trećina roditelja (nešto viši procenti nego u prethodnom slučaju) nisu primetili detetove emocionalne potrebe, naspram 8 do 9 procenata roditelja koji nisu koristili mobilni telefon. U članku su dati primeri ovih epizoda. U epizodama problema u vezi

sa emocijama, pored toga što neki roditelji nisu reagovali, tj. nisu prekidali svoju upotrebu telefona, nije bila retkost ni da roditelj prekine upotrebu i odgovori detetu ljutnjom. U diskusiji istraživači ističu da ovo istraživanje ne treba shvatiti kao zagovaranje ‘helikopter roditeljstva’ (Elias et al., 2020). Roditelji treba da podstiču svoju decu da razviju nezavisnost, rezilijentnost i sposobnosti odlaganja zadovoljenja i izdržavanja neprijatnosti. Takođe, potpuno je prikladno i da roditelju budu angažovani u aktivnostima u kojima dete nije centar. Ono što istraživanje pokazuje je da su neki roditelji bili „mentalno i emocionalno nedostupni svojoj deci, bez obzira na to šta je dete uradilo ili reklo” (Elias et al., 2020, str. 10). Odnosno, rezultati se ne odnose na debatu autoritativno ‘helikopter’ roditeljstvo naspram permisivnog ‘slobodnog odgajanja’ (engl. free range). Rezultati odlikavaju stil koji je u razvojnoj psihologiji odavno prepoznat kao izrazito nepovoljan – neangažovano, zanemarujuće roditeljstvo (Opsenica Kostić i sar., 2016; Opsenica Kostić i sar., 2017). Sa druge strane, treba prepoznati i kompleksnost roditeljstva u novom dobu, zahteve i očekivanja koji se postavljaju pred roditelje. Ove ‘roditeljske’ brige postoje uz, manje ili više izražene, ekonomske, socijalne i egzistencijalne anksioznosti. „Mobilni telefoni pružaju roditeljima predah od roditeljstva i povezuju ih sa njihovom socijalnom mrežom, sa poslom, zabavom. Nalaženje ravnoteže između različitih odgovornosti je delikatno i zavisi od mnogo faktora, uključujući osobenosti roditelja i deteta, kulturalne norme i očekivanja, jedinstveni društveni kontekst i životne okolnosti” (Elias et al., 2020, str. 11).

Prethodno opisana studija se zbog naslova i apstrakta ‘provukla’ kao ometanje tehnologijom (iako je suštinski bila o telegnorisanju) – sada i zvanično prelazimo na omiljenog negativca – mobilni telefon.

Empirijski potvrđeni efekti telegnorisanja. Od jedanaest analiziranih studija, u šest su istraživanja rađena sa odraslim ispitanicima ili na uzorku velikog uzrasnog raspona – od adolescencije do poznog odraslog doba; u pet studija ispitanici su bili adolescenti u srednjoj ili kasnoj adolescenciji (Opsenica Kostić, 2022; Prilog, Tabela 1). U studijama koje su bile prva istraživanja telegnorisanja kao posebnog fenomena (a ne u okviru ometanja tehnologijom) ispitanici su bile odrasle osobe (Roberts & David, 2016; David & Roberts, 2017; nema preciznijih podataka o godinama ispitanika). U radu Roberta i Dejvidsove (2016) potvrđena je polazna pret-

postavka da ometanja koja nastaju zbog telegnorisanja ljubavnog partnera povećavaju broj konfliktnih situacija upravo u vezi sa upotrebom telefona, a konflikt umanjuje zadovoljstvo vezom. Druga studija istih autora (David & Roberts, 2017) testira model prikazan u Figuri 2. Ignorisan osoba se oseća isključenom, a to osećanje pokreće potrebu za pažnjom – osoba se okreće društvenim mrežama, preko svog telefona, da bi povratila osećanje pripadanja. Još jednom ćemo naglasiti da je posebno važno to što se negativni efekti telegnorisanja ne završavaju povišenom (prekomernom) upotrebom društvenih medija, već nastavljaju da utiču na subjektivno blagostanje kroz viši stres i izraženija depresivna osećanja. U istraživanju Wang i saradnika (2017) vidi se validnost opšteg modela procesa ometanja tehnologijom (Figura 1) u slučaju partnerskog telegnorisanja: zabeleženi su negativni efekti na zadovoljstvo vezom, što se odrazilo na depresivnost (efekti su, verovatno, brojniji, ali jedno istraživanje može da obuhvati ograničen broj varijabli). I druga istraživanja daju vrlo slične rezultate (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018; David & Roberts, 2020). Jedino su donekle specifični rezultati dobijeni u istraživanju u Turskoj (Ergün et al., 2019): biti telegnorisan je u negativnoj korelaciji sa zadovoljstvom životom, ali i sa usamljenošću. Možemo pretpostaviti da su se telegnorisani ispitanici ponašali kako je predstavljeno u Figuri 2, ali ishod, bar u ovom konkretnom istraživanju, nije bilo sniženje svih merenih komponenti blagostanja: niža je procena zadovoljstva životom, ali ne i usamljenosti, to su ispitanici uspeli da nadoknade, verovatno kroz svoju upotrebu telefona i aplikacija za umrežavanje. Ostali rezultati ovog istraživanja su očekivani, odnosno u skladu sa onim što se do sada zna o telegnorisanju: dobijene su pozitivne korelacije sa anksioznošću, depresivnošću, doživljajem negativnog selfa i sa somatizacijom (Ergün et al., 2019). Verovatnoću da će osoba biti telegnorisana povećavaju anksioznost, negativan doživljaj selfa i hostilnost (Ergün et al., 2019). Dva istraživanja bave se efektima koje percipirano roditeljsko telegnorisanje ima na adolescente (Liu et al., 2019; Xie & Xie, 2020). Kao što je pretpostavljeno, roditeljsko telegnorisanje značajno povećava šanse za javljanje zavisnosti od telefona kod adolescenata (Liu et al., 2019). Roditeljsko telegnorisanje vodi i ka percepciji niže roditeljske topline i ka slabijem zadovoljenju potrebe za povezanošću, a krajni ishod je povišen depresivni afekat adolescenata (Xie & Xie, 2020). Ovo uopšte ne čudi, ako se setite opservacione studije Eljasove i saradnica, opisane kod ometanja tehnologijom (Elias et al., 2020). Na uzorku adolescenata potvrđen je i medijatorski efekat koji samopoštovanje ima na vezu između telegnorisanja i depresije (Xie et al., 2020). U istraživan-

ju Fang i saradnika (2019) testiran je i potvrđen model prikazan u Figuri 3 – veza telegnorisanja i upotrebe društvenih medija. Na ovo istraživanje ćemo se vratiti kod straha od propuštanja, jer je ova specifična anksioznost važan faktor u odnosu emocionalne podrške sa društvenih medija i telegnorisanja. U celini gledano, rezultati istraživanja telegnorisanja su vrlo slični ranije prikazanim rezultatima ispitivanja ometanja. Kao interesantno istraživanje mogli bismo izdvojiti opservacionu studiju koji su sproveli Vanden Abel i saradnici (Vanden Abeele et al., 2019). Ispitanici u prvom delu istraživanja nisu bili svesni da učestvuju u ispitivanju telegnorisanja – to su saznali kasnije i dali su svoj pristanak, pošto je trebalo popuniti upitnik. Istraživači su izabrali metodu opservacije kao osnovnu, jer mere samoopisa imaju relativno nisku pouzdanost – ljudima nije lako da se tačno prisete svoje upotrebe telefona, zato što se često radi o navici, o automatizovanom ponašanju koje zahteva vrlo malo kognitivnog ulaganja (Oul- asvirta et al., 2011; Bayer et al., 2016). Postoji kvalitativno istraživanje na uzorku studenata (Aagard, 2019) koje pokazuje nenamernu (nedovoljno osveščenu) tendenciju skretanja pažnje na telefon. U istraživanju Vanden Abela i saradnika ovaj problem je premošćen kroz posmatranje sto desetominutnih spontanijih dijadnih interakcija u studentskom restoranu. Dva istraživača su posmatrala par, odnosno dijadu (ne radi se o ljubavnim parovima), a treći istraživač je, nakon što je posmatranje završeno, prilazio paru sa kratkim upitnikom. Kriterijum posmatranja je bio da je par uključen u razgovor i da je razgovor trajao duže od 10 minuta. Ako se posmatrana konverzacija završila za manje od 10 minuta ili su se dijadi priključile druge osobe opservacija je prekidana. Beleženo je javljanje i trajanje korišćenja telefona tokom razgovora, kao i da li je sadržaj deljen ili ne (da li jedan učesnik u razgovoru pokazuje ekran svog telefona onom drugom ili ne). Između ostalog, rezultati pokazuju da se telegnorisanje dogodilo u 62 od posmatranih 100 dijada. Na pitanje – koliko puta –pomalo je teško odgovoriti brojevima, jer aritmetička sredina iznosi 3,16, medijana je 2, a mod 1 (mere centralne tendencije se odnose na 62 dijade, ne na ceo uzorak; Vanden Abeele et al., 2019, str. 39). Izraženo rečima: ako je telefon korišćen – to je učinjeno više puta. Prosečno trajanje telegnorisanja je bilo relativno dugo: više od jednog minuta, sa visokom varijabilnošću. Da li je korišćenje telefona jednog partnera provociralo korišćenje telefona kod telegnorisane osobe? (Setite se Figure 2!) Ne uvek, ali u značajnom broju slučajeva da; izraženo u procentima - 42,5% telegnorisanih ispitanika nije uzvratilo korišćenjem telefona, a 57,5% jeste. Deljenje ekrana je dogodilo se dogodilo u 28,7% slučajeva. (Ovde nije bilo moguće odgov-

oriti na pitanje da li se u tim situacijama ignorisani partner osećao bolje u odnosu na one osobe sa kojima nije podeljen sadržaj. Postoje istraživanja koja pokazuju da izvinjenje za upotrebu telefona ili objašnjenje šta osoba radi može da ublaži negativno iskustvo koje nastaje zbog neispunjenih očekivanja u interpersonalnoj relaciji, nastalo telegnorisanjem; Kelly et al., 2017.) Relativno malo ispitanika se tačno sećalo svoje upotrebe telefona tokom interakcije. Zanimljivo je i da je korišćenje telefona partnera u interakciji povezivano sa nižom intimnošću razgovora, ali ne i svoje lično korišćenje (Vanden Abeele et al., 2019). Dakle, primećene su dijade bez epizoda telegnorisanja, ali i dijade u kojima je telegnorisanje bilo vrlo otvoreno. „Na primer, u jednoj konverzaciji učesnik je telegnorisao svog partnera devet puta tokom perioda od deset minuta, a u pet konverzacija je primećeno da je jedan učesnik proveo više od pet minuta na svom telefonu – bez deljenja ekrana i bez da je partner u to vreme koristio svoj telefon.” (Vanden Abeele et al., 2019, str. 42). Autori zaključuju da su takve situacije ilustracija fenomena ‘odsutnog prisustva’ (Gergen, 2002) ili ‘sami zajedno’ (Terkel, 2011).

Korišćenje medija kao ometanje komunikacije licem u lice.

Ako se još uvek sećate početka teksta o lopovskim novim tehnologijama koje apsorbuju sve pred sobom, možda ste upamtili tvrdnje Kliforda Nasa da su nove tehnologije ukrale vreme i od socio-emocionalnog razvoja. Pri tom Nas posebno ističe smanjenje vremena provedenog u interakcijama licem u lice (Nass, 2013a). Sada, nakon upoznavanja rezultata koje su dala istraživanja ometanja tehnologijom i telegnorisanja, verovatno uzimate Nasove tvrdnje još ozbiljnije. Dakle, pretpostavka koju treba testirati jeste da intenzivno korišćenje medija smanjuje vreme za interakciju licem u lice, i da takve (konstantne) okolnosti odrastanja imaju nepovoljne ishode u socio-emocionalnom razvoju. Ovako ‘krupne’ hipoteze nije nimalo lako dokazati. Kao i uvek kada se pretpostavljaju negativni ishodi specifičnih razvojnih iskustava, eksperiment, iz etičkih razloga, ne dolazi u obzir. Sa druge strane, reklo bi se da na polju intenzivnog korišćenja medija imamo dovoljno ‘prirodnih eksperimenata’ za izučavanje. Sa ‘skeptične strane’ bi došla primedba da ne znamo šta je sve još delovalo zajedno sa našim pretpostavljenim antecedensima – intenzivnom upotrebom medija, tako da, čak i ako nađemo veze sa određenim odlikama, ne možemo tvrditi da su to (isključivo) konsekvence korišćenja medija. (Možda treća varijabla dovodi i do intenzivne upotrebe medija i do tih odlika.) To je trenutak u

kojem teorije treba da ‘uskoče’ i objasne zašto veze, verovatno, jesu kauzalne. Gde nas ovo razmišljanje vodi? Do studije koju su sprovedi Pea i saradnici (drugi autor je Kliford Nas; Pea et al., 2012). Studija je transferzalna i oslanja se na podatke dobijene iz samoprocena devojčica starih od 8 do 12 godina, u onlajn istraživanju. Veličina uzorka jeste imponantna: 3 461 ispitanica iz Severne Amerike. Opet, do ispitanika se došlo preko *Discovery Girls* časopisa, koji je namenjen upravo devojčicama na prelasku iz detinjstva u adolescenciju, ali je način prikupljanja ispitanika takođe ograničio uopštavanje rezultata. Jasno je da svako istraživanje u psihologiji ima svoja ograničenja, ovaj uvod služi samo da podseti na brojne izazove sa kojima se istraživači suočavaju. Određena ograničenja iznose i sami autori i podvlače da je obavljeno ‘ispitivanje odnosa među varijablama, a ne apsolutnih vrednosti’ (Pea et al., 2012, str. 329). Kratko ćemo predstaviti o kakvim je to odnosima reč.

U uvodnom delu članka Peja i saradnici (2012) polaze od savremenog ‘digitalnog odrastanja’, od okolnosti o kojima je već bilo reči: starija deca i adolescenti koriste nove medije više sati dnevno, i to kroz multitasking – dakle, vrlo intenzivno. Podaci dobijeni na uzorku reprezentativnom za SAD pokazuju da su deca/adolescenti od 8 do 18 godina koji provode više vremena uz medije manje zadovoljni – zadovoljstvo je bilo kompozitna mera sastavljena od odgovora na pitanja koliko prijatelja osoba ima, koliko dobro se slaže sa roditeljima, da li je srećna u školi, koliko joj je dosadno, koliko se oseća tužno i nesrećno i da li često upada u nevolje (Rideout et al. 2010; prema Pea et al., 2012). S druge strane, postoje i istraživanja koja govore da se mnogi razvojni zadaci mogu odvijati i onlajn, npr. razvijanje intimnosti u odnosima, razvijanje identiteta, postojećih prijateljstava, tako da je moguće i da novi mediji zapravo podstiču blagostanje (prema Pea et al., 2012). Sa ‘treće’ strane stoje saznanja razvojne psihologije o važnosti socijalnog konteksta u kojem dete raste, o važnosti izlaganja deteta karakterističnim obrascima ponašanja članova kulture kojoj pripada (Damon & Lerner, 2006; možda ste se setili i ranijih rečenica o tome zbog čega su sve važni zajednički boravci roditelja i dece van kuće). To izlaganje ponašanju i učenje ponašanja se odvija (ber se do sada odvijalo) uživo – za socijalni i emocionalni razvoj potrebna je komunikacija licem u lice sa roditeljima i vršnjacima. Peja i saradnici (2012) ističu da je njihovo istraživanje prvo koje je pokušalo da uključi, pored vremena provedenog uz medije, i vreme provedeno u komunikaciji licem

u lice. Korišćenje medija u ovom istraživanju ima šest kategorija: gledanje videa; slušanje muzike; čitanje ili izrada domaćeg zadatka; onlajn komunikacija; pričanje telefonom; komunikacija licem u lice. Varijable koje govore o socio-emocionalnom blagostanju su merene (vrlo) kratkim skalama konstruisanim za potrebe ovog istraživanja (osećanje socijalnog uspeha, odnosno povezanosti sa prijateljima; osećanje normalnosti; onlajn i oflajn prijatelji kao izvor pozitivnih ili negativnih osećanja; broj prijatelja za koje roditelji smatraju da imaju loš uticaj na ispitanicu; sati sna). U kategoriju onlajn komunikacije u ovom istraživanju spada slanje mejlova, postovanje na onlajn društvenim mrežama, slanje poruka preko onlajn aplikacija, a čini se da je video čet otišao u drugu kategoriju. Varijabla „pričanje telefonom *ili* video četovanje“ se u obradi podataka pominje samo kao pričanje telefonom. Devojčice su odgovarale i na pitanja o korišćenju više medija odjednom – o medija-multitaskingu. Sumirani, rezultati pokazuju da su gledanje videa, onlajn komunikacija i medija multitasking povezani sa nizom negativnih ishoda u socio-emocionalnom razvoju, tj. sa sniženim blagostanjem; dok je komunikacija licem u lice povezana sa pozitivnim ishodima. Količina vremena provedena u komunikaciji licem u lice je bila negativno povezana sa ‘multitaskingom licem u lice’ (Pea et al., 2012, str. 334), odnosno sa ometanjem tehnologijom. Istraživači zaključuju da ljudi koji često komuniciraju licem u lice najverovatnije imaju manje potrebe za korišćenjem drugih medija dok komuniciraju na taj način. Moguće, samo se ipak treba setiti koliko su ispitanici nepouzdati u proceni svog ignorisanja drugih putem tehnologije. Uglavnom, dosadašnja saznanja u psihologiji zaista podupiru stav da značajna i kontinuirana uskraćivanja interakcije licem u lice, kakva lako može da proizvede intenzivna upotreba IKT, ne mogu imati pozitivne ishode u razvoju. Ali istraživanja ovog tipa, kako na kraju ističu i sami autori, ne pružaju dokaze o kauzalnoj vezi, koja, ako postoji, može biti i dvostruka. Možda intenzivna upotreba medija nije prva karika. Možda deca/adolescenti nižeg blagostanja češće koriste medije, što im zapravo ne doprinosi blagostanju, ali, nemajući drugi model ponašanja, oni medije koriste još više.

Šta se može uraditi povodom distrakcija interpersonalnih odnosa? Ono što je rečeno kod distrakcija učenja važi i ovde, sa određenim prilagođavanjem kontekstu. Telefon (ili drugo sredstvo IKT) se isključuje za vreme razgovora – zaista nema potrebe da nešto pišti sve vreme, čak i ako nemate nameru da obratite pažnju. (Moja prijateljica je imala zvuk

mehurića vode koji se javljao na svakih 30 sekundi (subjektivni osećaj) i koji me je prilično izluđivao.) Ukoliko, iz različitih razloga, ima potrebe da se proveri telefon – sagovornik će se osećati bolje ako zna razlog. Opet, ako treba da osvestimo i verbalizujemo zašto želimo da proverimo telefon – možda ćemo shvatiti da najveći deo razloga zaista nije vredan prekidanja komunikacije licem u lice. (Na kraju krajeva, možemo se i zapitati zašto smo pristali da odemo na kafu, ako je sve bolje od razgovora sa dotičnom osobom. Mi, naravno, imamo pravo da odbijamo komunikaciju sa nekim ljudima, ali to treba da bude svesno odbijanje, a ne nedovoljno osvešćeno telegnorisanje.) Dakle, ekvivalent pauza za tehnologiju su obraćanja pažnje na nešto što je unapred određeno i najavljeno kao vredno pravljenja pauze u razgovoru. Zapravo, i za ovakve i za ostale moguće situacije moraćemo da se oslanjamo na svoju metakogniciju. To neće ići lako. Džesper Agard (Aagaard, 2019) je sproveo kvalitativno istraživanje sa studentima (intervjui nakon šest meseci posmatranja ponašanja u slušaonicama) sa ciljem da odgovori na važna pitanja: Da li su studenti nesvesni da telegnorisanje povređuje druge ili ih jednostavno nije briga? Otkrio je izraženi nesklad u odnosu studenata prema telegnorisanju: oni empatično izjavljuju da je telegnorisanje iritirajuće i da je izraz nepoštovanja, da nije moralno prihvatljivo, ali spremno priznaju da telegnorisu druge. Moglo bi se reći da se ponašaju u neskladu sa svojim ubeđenjima. Iako su lično upoznati sa neprijatnim osećanjem zapostavljanja u korist telefona, oni nastavljaju da pregledavaju Fejsbuk i Instagram dok provode vreme sa porodicom i prijateljima. „Kada objašnjavaju razloge za ovakvo ponašanje, studenti opisuju jedinstveni osećaj da ih digitalni uređaji ‘ponesu’, uprkos tome što su imali bolje namere. Za ovu nenamernu sklonost ka skretanju pažnje predlažem naziv digitalna akrazija” (Aagaard, 2019; str. 5). Akrazija je termin iz filozofije i označava stanje uma nekog ko se ponaša u neskladu sa svojim stavovima zbog nedostatka volje (da dela drugačije). Osoba zna da ono što radi nije dobro, ali joj nedostaje samokontrola da bi se uzdržala od toga. Agard piše da ovo stanje – „Želim da uradim X, ali, na žalost, umesto toga završim radeći Y” – verovatno predstavlja fundamentalno ljudsko iskustvo (Aagaard, 2019). Ono što zabrinjava u vezi sa ‘digitalnom akrazijom’ je njena rasprostranjenost i tendencija da postane prihvatljiva. Moraćemo vrlo vredno da vežbamo praćenje svojih misli i upravljanje svojim ponašanjem. Da nađemo snage (samokontrole!) za akciju na koju poziva Šeri Terkl – da obnovimo razgovor (Terkl, 2020).

Nešto zanimljivo (a ne nužno i zabavno)

Digitalne distrakcije kao opasnost po fizičko zdravlje. Brojni uređaji IKT i aplikacije koje koristimo nisu samo potencijalna pretnja različitim domenima subjektivnog blagostanja, već i fizičkog zdravlja u najužem smislu. U ranije pomenutoj preglednoj studiji Zamanzadeha i Rajsa registrovani su i ovakvi negativni efekti multitaskinga (Zamanzadeh & Rice, 2021). Navedene su povrede i smrti zbog čitanja i kucanja poruka ('tekstinga') tokom vožnje, pa i tokom hodanja. Ovde bismo mogli dodati još neke situacije, u kojima se ne događa medija multitasking, ali se događaju digitalne distrakcije vođenja računa o sopstvenoj fizičkoj bezbednosti. Iako *Pokemon Go* više nije tako aktuelan (igra je izašla 2016. godine), verovatno ste čitali o povredama, pa čak i smrtima tokom lova na pokemone. Postoji 'brojač Pokemon smrti' (<http://pokemongodeathtracker.com/>) koji će vam pokazati 22 smrti i 61 povredu vezanu za ovu igru. Ono je što danas itekako prisutno je rizično ponašanje tokom slikanja selfija ili snimanja videa za onlajn društvene mreže, koje zaista može da rezultuje težim povredama i smrću, što se ponekad i dogodi. Teško je proceniti učestalost ovog 'selfi smrti' fenomena, ali on postaje globalni problem, odnosno problem brige za javno zdravlje (Jain & Mavani, 2017). Bansal i saradnici (2018) pokušali su da procene učestalost smrti povezanih sa selfijima na osnovu vesti, pretraživanih prema ključnim rečima. Iako podaci do kojih su došli vrlo verovatno nisu najpouzdaniji, vredi pogledati njihove nalaze. Od oktobra 2011. do novembra 2017. godine pretragom je pronađeno 259 smrti tokom slikanja selfija. Poginulo je znatno više mladića nego devojaka (72,5 naspram 27,5 procenata svih smrti). Prosečan uzrast poginulih bio je 22,94 godine. Tri najčešća uzroka smrti su utapanje, smrt u saobraćaju i pad sa visine³⁹. Na mestima na kojima postoji rizik od nesreća postavljaju se novi znakovi: „Opasnost! Bez selfija!” Postoje ideje da određene zone (npr. planinski vrhovi) budu odgovarajućim propisima određene kao 'zone bez selfija' (engl. no-selfie zones), ali je pitanje ko će to nadgledati. Na nekim mestima, kao što su Diznijevi zabavni parkovi, zabranjeni su štapovi za selfi, jer je procenjeno da su postali pretnja bezbednosti gostiju i osoblja⁴⁰. (Odnosno, nije problem u samim štapovima, nego u zanesenosti

39 Jednu listu sa opisima fatalnih ponašanja možete videti na https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_selfie-related_injuries_and_deaths.

40 <https://disneyworld.disney.go.com/park-rules/>

Ljudi pokušajima da se napravi što bolji selfi, ali se to ne može ‘banovati’.) Verujem da ste, opet kroz vesti, upoznati i sa brojnim internet ‘izazovima’, od kojih su neki zaista opasni po fizičko zdravlje (dalo bi se diskutovati i o mentalnom, ali to sada nije tema). Internet izazov može biti definisan kao društvena igra koja postaje viralna, gde ljudi snimaju sebe kako izvode istu aktivnost kao i osoba koja je izazov započela. Neki izazovi mogu biti bezazleni i humanitarnog karaktera (kao ‘kofa se ledom’ u kojoj je učestvovao i naš teniser Novak Đoković), ali neki su bizarni i opasni, na primer lizanje daske wc šolje u toaletima na javnim mestima (engl. coronavirus toilet challenge), davljenje (engl. the choke challenge) ili ‘nestajanje’ na 48 sati, odnosno bežanje od kuće na dva dana (prvobitno i na 72 sata; engl. game of 72 challenge). I na kraju da pomenemo još jedan negativan efekat digitalnih distrakcija, pored kojeg autor ovih redova mirne duše može da stavi svoj selfi kao ilustraciju: dugi periodi vremena provedeni za ekranom mogu dovesti do problema sa snom i pratećim neželjenim efektima neispavanosti (Cain & Gradisar, 2010; Van der Schurr et al., 2018; prema Zamanzadeh & Rice, 2021). Plavičasto svetlo koje emituju elektronski uređaji „govore našem mozgu da je još dan, što produžava vreme potrebno mozgu da zaspi” (Tvengi, 2018, str. 144). Uspavljivanju ne pomaže ni ako je aktivnost kojom smo se bavili pred spavanje izazvala nalete emocija. Neispavana osoba će, naravno, biti umorna, a dosta je verovatna i pojava razdražljivosti, sporijih reakcija i povećana želja za hranom.



**Neka konkretna pitanja
sa kojima se putnici sreću**



Sve (ni)je super
Džin Tvengi, *Internet generacija* (2018)

DRUŠTVENI MEDIJI I STRAH OD PROPUŠTANJA

Kroz prethodna poglavlja su pominjani društveni mediji, onlajn društvene mreže, a rečeno je i da se sa njima često povezuje strah od propuštanja. (I obećano je predstavljanje.) Prvo ćemo pokušati ‘terminološko raspetljavanje’, a onda ćemo prikazati neka saznanja o ovim digitalnim poljima interpersonalnih odnosa i o osobini koja je procvetala na njima.

Termini. Da krenemo od prvog – medij. Medij je, u ovom kontekstu, svako sredstvo pomoću kojeg se prenose poruke. Društveni mediji su forme elektronske komunikacije (npr. sajtovi za društveno umrežavanje i mikroblogging), putem kojih korisnici stvaraju onlajn zajednice za deljenje informacija, ideja, ličnih poruka, videa i sličnih sadržaja⁴¹. Sajtovi za društveno umrežavanje ili onlajn društvene mreže su (onlajn) platforme koje omogućavaju korisnicima da kreiraju profil i da stupaju u interakciju sa drugim korisnicima⁴². Društvene mreže postoje i oflajn, oduvek, odnosno od kada postoje i ljudi – svi se nalazimo u nekoj mreži socijalnih odnosa. Iz tog razloga, kada se govori o sajtovima za društveno umrežavanje, ne bi bilo loše naglasiti da su to *onlajn* društvene mreže. U definiciji je pomenut i mikroblogging – šta je to? Svaka aktivnost koja uključuje postovanje kratkih poruka/sadržaja je zapravo mikroblog⁴³. Vrlo prisutni društveni mediji, pored onlajn društvenih mreža, su aplikacije za umrežavanje. Ako se sećate fusnote kod *Osobnosti onlajn komunikacije*, rečeno je da bi bilo dobro praviti razliku između ova dva tipa društvenih medija. Kod aplikacija za umrežavanje nema korisničkih profila, samim tim nema ni pregledavanja (engl. browsing) profila prijatelja ili poznatih ličnosti, što je moguće kod onlajn društvenih mreža. Ovo poslednje je važna razlika, jer onlajn društvene mreže omogućavaju (ili čak podstiču) pasivnu upotrebu – pregledavanje, dok se aplikacije za umrežavanje tipično koriste da bi se zaista stupilo u kontakt se nekim. Ova razlika je prepoznata u anketa-

41 <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media>

42 <https://www.techopedia.com/definition/4956/social-networking-site-sns>

43 <https://en.wikipedia.org/wiki/Microblogging>

ma Republičkog zavoda za statistiku i, ako se vratite na Sliku 1, možete videti da ‘naši ljudi’ internet najčešće koriste za „slanje onlajn poruka” – tj. koriste aplikacije za društveno umrežavanje; a na četvrtom mestu po učestalosti je „učesće u društvenim mrežama”, tj. korišćenje sajtova za umrežavanje (Republički zavod za statistiku, 2020; radi se o zbirnim podacima za uzorak velikog uzrasnog raspona – 16 do 74 godine, moguće je da kod adolescenata i mladih odraslih onlajn društvene mreže nisu na četvrtom mestu po svrsi upotrebe interneta, tj. nisu ‘iza’ čitanja onlajn novina i časopisa.) U svakom slučaju, čak i ako se koriste drugačiji nazivi, važno je praviti razliku između dva pomenuta tipa društvenih medija. Na primer, u jednom novom članku (Wright et al., 2021) istraživači stavljaju znak jednakosti između društvenih medija i onlajn društvenih mreža, ali kažu da je to skup različitih platformi: postoje one gde sadržaj nije namenjen, nije poslat, nikom posebno, već je jednostavno objavljen (kao na Fejsbuku, Instagramu ili Tviteru), i one gde se sadržaj šalje direktno određenom primaocu ili grupi (kao putem Vibera ili Vatsapa). Postoji još jedan element, vrlo značajan za upotrebu onlajn društvenih mreža, kojeg kod aplikacija nema. Većina onlajn mreža ne ostavlja korisnika da sam traži nove sadržaje, nove postove, već stalno nudi izveštaje o sadržajima – obaveštava korisnika šta je sve novo objavljeno u odnosu na njegovu mrežu kontakata i/ili sadržaje koje je ranije pregledavao (Verdyn et al., 2017). Malo grublje rečeno, društvene mreže su medij koji ne ostavlja korisnika na miru. Dakle, mogućnost pravljenja ličnog profila; mogućnost postovanja ‘nikom posebno’, odnosno široj javnosti; mogućnost pregledavanja tuđih profila i dobijanje obaveštenja o novim sadržajima grade značajnu podelu društvenih medija. Konkretno za onlajn društvene mreže se u psihološkim istraživanjima najčešće koristi definicija preko tri elementa, koje su predložili Boyd i Ellison (Boyd & Ellison, 2007; Ellison & Boyd, 2013): to su sajtovi koji korisnicima omogućavaju kreiranje ličnih profila, koje drugi vide; koji omogućavaju povezivanje sa drugim korisnicima sajta i formiranje liste kontakata; i omogućavaju pregledavanje liste kontakata drugih korisnika. Iako je nastalo u vreme dominacije Fejsbuka, određenje jeste upotrebljivo i danas, kada mlađe generacije preferiraju Instagram – onlajn društvenu mrežu koja je pokrenuta 2010. godine. (Fejsbuk je pokrenut 2004. godine, a danas pomalo zaboravljeni (i sada transformisani) Majspejs (Myspace) 2003. godine.) Ukoliko vas zanima koje društvene mreže trenutno najviše koriste stanovnici Srbije, možete pogledati odeljak *Nešto zanimljivo* ovog poglavlja.

7.1. Upotreba onlajn društvenih mreža

To što smo napravili razliku između onoga što platforme omogućavaju korisnicima ne znači da ih svi ljudi koriste upravo tako, niti da ih različite osobe upotrebljavaju na jedan isti način. Postoji jedno interesantno istraživanje Džin Andervud i saradnika (Undrewood et al., 2011), koje je relevantno i danas, bez obzira na to što je vezano za Fejsbuk i objavljeno pre jedanaest godina. Ovi istraživači su krenuli od rezultata prethodnih studija koji pokazuju dva modela interakcije na onlajn društvenim mrežama: jedan ka mnogima, gde je primarni tok informacija, odnosno sadržaja, od osobe ‘ka spolja’; i jedan ka nekoliko, gde je razmena sadržaja recipročna (Undrewood et al., 2011, str. 1622). Ovi tipovi upotrebe nazvani su objavljivanje (engl. *broadcasting*) i komuniciranje (engl. *communicating*⁴⁴). Pojednostavljeno rečeno, oni koji objavljuju kreiraju sadržaje namenjene javnosti, a njihova onlajn društvena mreža je u velikoj meri sastavljena od ljudi sa kojima imaju tzv. slabe veze (Haythornthwaite, 2005) ili od onih koje uopšte ne poznaju. Oni koji komuniciraju svoju onlajn mrežu grade od bliskih onlajn kontakata – prijatelja i rođaka, i sadržaje koje postuju čuvaju privatnim. Uzorak ispitanika je bio neveliki – 113 studenata sa aktivnim Fejsbuk nalogom (Undrewood et al., 2011). Međutim, klaster analizom je otkriveno, a diskriminativnom potvrđeno, postojanje tri grupe korisnika (a ne dve, kako je pretpostavljeno). Najbrojniji su bili komunikatori (N=51), potvrđeno je postojanje objavljiivača (N=26), a pojavili su se i korisnici sa intenzivnim interakcijama (N=36). Ovi poslednji su imali izražene skorove i na subskali objavljivanja i na subskali komuniciranja. Istraživači se u diskusiji fokusiraju na prve dve grupe i na rezultate primenjenih upitnika koji pokazuju da grupa objavljiivača ima najizraženiju socijalabilnost, a ujedno je i najspremnija za rizična ponašanja i za laganje u svoju korist (Undrewood et al., 2011). Tendencija ka ‘objavljiivanju’, ka ‘postovanju za javnost’, bila je u izraženoj negativnoj korelaciji sa kvalitetom interakcija. U ispitivanom uzorku među objavljiivačima je bilo više mladića, nego devojaka (Undrewood et al., 2011). Grupa sa intenzivnim interakcijama prolazi relativno nezapaženo u ovoj studiji, a zapravo je vrlo interesantna, jer pokazuje da postoje osobe čiji odnosi na onlajn društvenim mrežama spajaju dva načina interakcije koji se obično smatraju suprotstavljenim.

44 Za ova dva načina upotrebe onlajn društvenih mreža mogu se koristiti i nazivi *targeted exchange* (komuniciranje) i *nontargeted exchange* (objavljiivanje).

(Toliko o našim jednostavnim tipologijama.)

I objavljivanje i komuniciranje spadaju u aktivnu upotrebu onlajn društvenih mreža. Kao što je kratko pomenuto na početku, neki društveni mediji, kao što su onlajn društvene mreže, omogućavaju pasivnu upotrebu – pregledavanje (tuđih) sadržaja bez interakcije. „Pasivna upotreba se odnosi na praćenje života drugih ljudi bez uključivanja u socijalnu razmenu sa njima” (Verduyn et al., 2017). Doduše, ne radi se samo o pregledavanju profila drugih ljudi – svoje profile imaju i različite kompanije/organizacije, ali je svakako moguće pasivno konzumiranje sadržaja. (Svojevrсни paradoks – društvena mreža bez društvene razmene, ili, kako autorka Siva Vaidyanathan piše misleći na Fejsbuk – anti-društveni medij (Vaidhyathan, 2018).) Pravljenje razlika između pasivne i aktivne upotrebe je neophodno u istraživanjima, jer su korelati (sada namerno ne stoji *ishodi*) vrlo različiti. Poslužit ćemo se rezultatima obimne pregledne studije: pasivna upotreba je povezana sa nižim nivoima subjektivnog blagostanja – ta veza je dosta jasna u brojnim istraživanjima (Verduyn et al., 2017). Odnos aktivne upotrebe i (različitih komponenti) subjektivnog blagostanja je nešto delikatniji – tu većina, ali ne sve studije, govore o pozitivnoj vezi (Verduyn et al., 2017). Međutim, sada kada znamo da i aktivna upotreba može biti različita, ne iznenađuje što svi rezultati ne govore jasno u prilog povezanosti takve upotrebe sa izraženijim blagostanjem. Kako razumeti pronađene veze? Objašnjenje verovatno nije iscrpno, ali se može pretpostaviti da važi za veliki broj slučajeva, a oslanja se na dva elementa: socijalni kapital i socijalno poređenje. Socijalni kapital jedne osobe podrazumeva trenutne ili potencijalne resurse koji su joj na raspolaganju, a kojima osoba ima pristup zahvaljujući određenoj mreži društvenih odnosa u kojoj se nalazi (prema Burke et al., 2011). Nešto jednostavnijim rečima: sve dobrobiti koje osoba može da dobije od svojih društvenih odnosa i društvene mreže su njen socijalni kapital. Ovaj termin je nešto češći u sociologiji i političkim naukama, mada se koristi i u psihologiji. (‘Više psihološki’ termin za suštinski srodan koncept je socijalna podrška, s tim što termin ‘kapital’ više ističe krajnji ishod podrške.) Jasno je da onlajn društvene mreže imaju *potencijal* za uvećavanje socijalnog kapitala osobe. To je od izuzetnog značaja, jer bliski prijatelji i postojanje čvrste mreže socijalne podrške imaju tako izražene efekte na subjektivno blagostanje, da se čak može tvrditi da su socijalni odnosi najvažniji izvor subjektivnog blagostanja (Rais & Gable, 2003; prema Verduyn et al., 2017). Studija Dajnera i

Selidžmena o ‘vrlo srećnim ljudima’, koja je danas psihološki klasik, pokazuje da svi ispitanici koji imaju izraženo subjektivno blagostanje imaju i bogate i zadovoljavajuće društvene odnose (Diener & Seligman, 2002). Drugi element objašnjenja, teorija socijalnog poređenja, postulira da ljudi žele da imaju tačnu samoprocenu, te se, u nedostatku objektivnih informacija, porede sa drugima u cilju samoevaluacije (Festinger, 1954; prema Burnell, 2019). Međutim, sadržaji na onlajn društvenim mrežama su vrlo često selektovani i modifikovani tako da promovišu pozitivnu sliku o sebi onog ko ih je postavio. Iz ovog ugla gledano, može se reći da onlajn mreže često podstiču uzlazno socijalno poređenje. U takvim slučajevima, kada osoba poredi sebe sa drugima koji deluju bolje i uspešnije, osećaj subjektivnog blagostanja je ugrožen javljanjem negativnih osećanja, kao su utučenost, zavist ili ogorčenost (Smith, 2020; prema Burnell, 2019). Sada smo spremi da pogledamo model koji objašnjava zašto aktivna i pasivna upotreba onlajn društvenih mreža mogu imati različite efekte na subjektivno blagostanje.

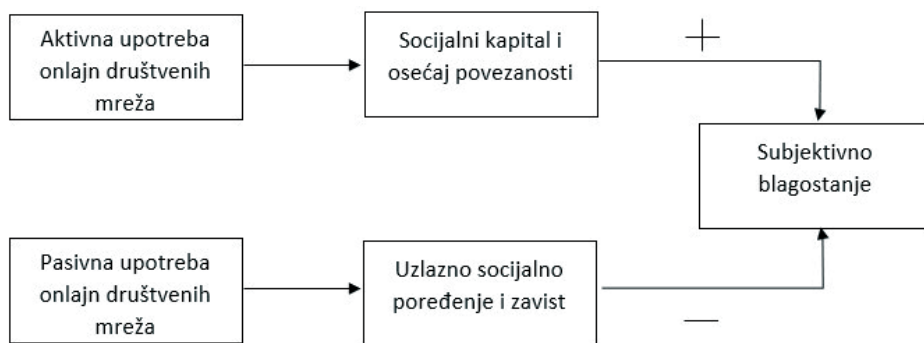


Figura 4: Model odnosa upotrebe onlajn društvenih mreža i subjektivnog blagostanja (prema Verduyn et al., 2017)

Dakle, aktivna upotreba onlajn društvenih mreža može da rezultira većim brojem prijatelja i širom mrežom socijalne podrške, što će imati pozitivne efekte na subjektivno blagostanje. S druge strane, pasivna upotreba može da izazove konstantno uzlazno socijalno poređenje, sa pratećim negativnim osećanjima, pa će efekat biti sniženo subjektivno blagostanje. Pri tom reč ‘može’ zapravo označava sintagmu ‘nije sigurno da će u svim slučajevima ishod biti takav, ali je dosta verovatno, tj. postoje velike šanse, da će biti’. (Postoji još dosta finesa vezanih za upotrebu, na primer, jedna

osoba može vrlo aktivno, ali ujedno i vrlo nevešto ili nepromišljeno, da koristi onlajn društvene mreže, što može rezultirati kompromitovanjem socijalnog kapitala te osobe. Možda su upravo značajne varijacije u konkretnim načinima aktivne upotrebe (koje su, verovatno, veće nego moguće varijacije pasivne upotrebe) razlog što neka istraživanja nisu potvrdila vezu između aktivne upotrebe i osećaja subjektivnog blagostanja.) Na kraju treba naglasiti, kao što to čine i autori modela, da društveni kapital i društveno poređenje nisu jedini mehanizmi putem kojih onlajn društvene mreže ostvaruju efekte na blagostanje, ali su često istraživani i dobro dokumentovani (Verduyn et al., 2017). S druge strane, postoji toliko varijacija upotrebe onlajn društvenih mreža i toliko razlika među ljudima, da nema hipoteze ili modela koji se ne mogu dovesti u pitanje. To su upravo sa hipotezom da pasivna upotreba onlajn društvenih mreža snižava blagostanje učinili Pati Valkenburg, dugogodišnji istraživač sajberprostora, i saradnici (Valkenburg et al., 2021). Hipoteza koju smo upoznali (i koju podržavaju mnoga istraživanja) tvrdi da pasivna upotreba onlajn društvenih mreža – pregledavanje profila, u značajnom broju slučajeva dovodi do uzlaznog poređenja i zavisti, čime ugrožava subjektivno blagostanje. Međutim, Valkenburg i saradnici (2021) dodaju sledeće: postoje studije koje pokazuju da prilikom pregledavanja profila (engl. browsing) osobe ne osećaju samo zavist, već i inspiraciju i uživanje, što može imati pozitivne, a ne negativne efekte na blagostanje (Meier et al., 2020; Krasnova et al., 2015; prema Valkenburg et al., 2021). Ispitanici u njihovom istraživanju su bili adolescenti u ranoj i srednjoj adolescenciji, koji koriste Instagram i/ili Snepčet (Snapchat). Podaci su prikupljeni tokom dvadeset jednog dana, šest puta na dan, a svaka od varijabli (pregledavanje, zavist, inspiracija, uživanje, blagostanje) merena je jednim ajtemom. Među ispitanicima su postojale značajne razlike, ali je iz podataka zaključeno sledeće: hipoteza o negativnom efektu pasivne upotrebe onlajn društvenih mreža je potvrđena kod 20 procenata ispitanika, tj. odbačena je za sve ostale – za 80 procenata. Među adolescentima koji jesu osećali zavist izazvanu pregledavanjem, 25 procenata je izvestilo o sniženom blagostanju, ne svi (mereno jednim ajtemom, „Koliko srećno se osećaš upravo sada? ”; Valkenburg et al, 2021). Među adolescentima koji su izveštavali o uživanju, 47 procenata je izvestilo o povišenom blagostanju, tj. osećali su se srećno. Naravno da ovo, kao i svako drugo, istraživanje, ima svoja ograničenja. Jednostavno treba imati na umu da ništa nije crno-belo, pa ni pasivna naspram aktivne upotrebe onlajn društvenih mreža.

Moramo se samo još jednom vratiti na socijalni kapital. Ukoliko budete čitali o istraživanjima odnosa socijalnog kapitala i onlajn društvenih mreža, moguće je da ćete naići na termine *povezujući* (engl. bonding) i *premošćujući* (engl. bridging) socijalni kapital. Razliku između ova dva tipa resursa napravio je poznati politikolog Robert Putnam (Putnam, 2000; prema Ellison et al., 2007). Povezujući socijalni kapital postoji u okviru emocionalno bliskih veza, kao što su veze sa dobrim prijateljima i/ili članovima porodice. Ljudi koji grade povezujući kapital jedne osobe se najčešće kreću u istim društvenim krugovima (kao i ta osoba). Kao što možete pretpostaviti iz samog naziva, ovaj socijalni kapital pruža osobi osećanje pripadanja, emocionalnu podršku, odnosno omogućava joj da se oseća kao deo grupe (što je jedna od osnovnih ljudskih potreba). Premošćujući socijalni kapital postoji u okviru slabih društvenih veza, gde osobe jesu u kontaktu, ali on nije blizak (npr. poznanici, komšije, kolege s posla). Osobe povezane slabim vezama se najčešće kreću u različitim društvenim krugovima i u tome je snaga ovog kapitala. Pojedincu se tako nude nove informacije i nove perspektive, koje ne bi mogao da 'izvuče' iz povezujućeg kapitala, iz bliskih veza, jer tu nema novih informacija – svi članovi imaju slična iskustva i slične perspektive (tj. obično se kaže da su informacije koje oni imaju redundantne, jer se, kao što je malopre rečeno, kreću u istim krugovima). Premošćujući i povezujući socijalni kapital ne isključuju jedan drugog – ovo je, opet, samo još jedna tipologija koja treba da nam ukaže na značajne razlike. Na ova dva tipa kapitala možemo gledati i kao na različite dimenzije resursa u okviru (oflajn) društvenih mreža (Burke et al., 2011). Preneto na onlajn društvene mreže i povezano sa onim o čemu je već bilo reči, mogli bismo reći da se komunikatori oslanjaju na povezujući kapital, objavljivači imaju značajno bolji pristup premošćujućem kapitalu, a osobe sa visokim interakcijama na onlajn društvenim mrežama imaju, verovatno, pristup i jednom i drugom tipu resursa.

Komunikacija na onlajn društvenim mrežama može se sagledati i iz jednog specifičnijeg ugla, kroz dve suprotstavljene hipoteze, koje su formulisane u kontekstu onlajn komunikacije uopšte (dakle, ne odnose se isključivo na onlajn mreže, već i na komunikaciju na forumima ili u onlajn kompjuterskim igrama, na primer). Pitanje glasi: ko ima najviše koristi od onlajn komunikacije? Ili, ako smo trenutno usmereni na onlajn društvene mreže – ko ima najviše koristi od njih? Oba predložena odgovora polaze od oflajn mreže odnosa, tj. od oflajn socijalnog kapitala koji jedna osoba

ima, ali se razilaze u predviđanjima (Cheng et al., 2019). Hipoteza ‘bogati postaju bogatiji’, odnosno hipoteza socijalnog uvećanja (engl. rich-get-richer hypothesis; social enhancement hypothesis) pretpostavlja da osobe koje imaju veći oflajn socijalni kapital imaju i više koristi (više dobrobiti) od onlajn društvenih mreža, jer je za njih to još jedan kanal za održavanje i unapređivanje socijalnih odnosa, u čemu su već vešte. Hipoteza ‘siromašni postaju bogatiji’, odnosno hipoteza socijalne kompenzacije (engl. poor-get-richer hypothesis; social compensation hypothesis), pretpostavlja da osobe koje nemaju dovoljno oflajn socijalnog kapitala imaju više koristi od onlajn društvenih mreža, jer im one služe kao dodatno sredstvo za sticanje resursa. U vezi sa hipotezom socijalne kompenzacije često se pominje socijalna anksioznost – pretpostavka je da će osobe koje su socijalno anksiozne (i koje zbog toga imaju manje ili veće teškoće u formiranju oflajn mreže interpersonalnih odnosa i oflajn socijalnog kapitala) moći da komuniciraju slobodnije u onlajn okruženju i da tako steknu mrežu podrške i socijalni kapital. Sa druge strane, za ‘funkcionisanje’ hipoteze socijalnog uvećanja važna je izražena ekstraverzija. Koja hipoteza je tačna? Odgovor vas možda neće zadovoljiti, jer se može reći da su tačne obe. U zavisnosti od uzorka ispitanika, verovatno i od primenjenih instrumenata/odabranih varijabli, podršku dobija i hipoteza bogati postaju bogatiji (npr. Liu & Brown, 2014; Wilson et al., 2010), hipoteza siromašni postaju bogatiji (npr. Hu et al., 2017; Rains & Keating, 2011), a ima i rezultata gde su na istom uzorku potvrđene obe hipoteze (npr. Desjarlas & Willoughby, 2010). Dakle, slobodno se možete upustiti u istraživanja, istina je još uvek (negde) tamo. Šalu na stranu, ni obimne pregledne studije ne mogu konačno da reše ovo pitanje, jer važnu ulogu u ‘pribavljanju dobrobiti’ od onlajn društvenih mreža igra veliki broj faktora – preveliki da bi bili obuhvaćeni jednim istraživanjem. Takođe, većina postojećih studija je ispitivala korišćenje Fejsbuka, a ti rezultati ne moraju da važe za upotrebu drugih onlajn mreža. Naravno, uvek je interesantno pogledati do čega se preglednim studijama došlo. Jednim takvim istraživanjem obuhvaćeno je 178 uzoraka iz različitih delova sveta, a uzrast ispitanika je bio u rasponu od 13 do 68 godina (Cheng et al., 2019). Dobijena je kompleksna slika. Upotreba onlajn društvenih mreža je bila u pozitivnim korelacijama i sa ekstraverzijom i sa socijalnom anksioznošću, s tim što je veza sa anksioznošću bila izraženija za uzorke odraslih, u odnosu na adolescente (Cheng et al., 2019). Onlajn socijalni kapital bio je pozitivno povezan ekstraverzijom, a negativno sa usamljenošću. Zaključci ove pregledne studije su sledeći: ekstravertne osobe koriste onlajn društvene mreže kao dodatnu mogućnost za socijalne

interakcije, kao što pretpostavlja hipoteza socijalnog uvećanja, i te osobe mogu obezbediti sebi više onlajn društvenih resursa. Odrasle osobe koje su socijalno anksiozne koriste društvene mreže da bi popunile svoje socijalne deficite, ali u tome ne uspeavaju – njima angažovanje na mrežama ne obezbeđuje dodatne resurse. Čeng i saradnici ističu i da socijalno uvećanje i socijalna kompenzacija najverovatnije nisu međusobno isključujući procesi u korišćenju onlajn društvenih mreža (Cheng et al., 2019). Takođe smatraju da treba ispitati mnogo više varijabli od onih koje se obično biraju za testiranje ovih hipoteza: ekstraverzija nasuprot socijalnoj anksioznosti i usamljenosti. To je zaista vrlo štur pristup za ispitivanje kompleksnog pitanja. Jedan interesantan zaključak koji oni iznose se nameće se, zapravo, i samim razmišljanjem, naročito o drugoj pretpostavci. Zastanite za trenutak i promislite: koliko je verovatna hipoteza socijalne kompenzacije? Pod kojim uslovima se može odvijati proces povećanja socijalnog kapitala, kao što pretpostavka predviđa? Samo ukoliko osoba ima zadovoljavajuće socijalne veštine, odnosno ukoliko je njen razlog za siromašnu oflajn društvenu mrežu nešto drugo, a ne socijalna nekompetentnost – na primer život u malom, izolovanom mestu, slab socio-ekonomski status ili neke nepovoljne fizičke karakteristike. Onda ta osoba od početka i nije socijalno siromašna, ne na način na koji to pretpostavlja hipoteza socijalne kompenzacije. Čeng i saradnici (Cheng et al., 2019) smatraju je hipoteza ‘bogati postaju bogatiji’ dobar kandidat za objašnjavanje sticanja socijalnog kapitala, samo bismo je mogli modifikovati, tako da obuhvata i ‘siromašni kraj’ dimenzije. Odnosno, iznose da njihova meta-analiza izdvaja dva ključna faktora za određivanje dobrobiti od korišćenja onlajn društvenih mreža: (ne)postojanje problema u socijalnim relacijama i kvalitet korišćenja društvenih mreža. Onlajn socijalni kapital steći će one osobe koje nemaju probleme u socijalnim relacijama (odnosno, one koje imaju dobre socijalne kompetencije i nisko socijalno izbegavanje) i koje kvalitetno koriste onlajn društvene mreže, što ovi autori definišu kao psihoško angažovanje i samoizražavanje (ispoljavanje selfa; da ne ulazimo sada u raspravu kog selfa) (Cheng et al., 2019). U literaturi možete naići na još jednu hipotezu koja po nazivu asocira na prethodne dve: ‘siromašni postaju siromašniji’, odnosno hipoteza socijalne deterioracije (engl. poor-ger-poorer hypothesis; social deterioration; npr. Winstone et al., 2021). Razlika je u tome što se ne radi o pokušaju objašnjenja ko ima više dobrobiti od onlajn komunikacije – kao što se već iz naziva vidi, stvari ne stoje dobro. Međutim, moguće je da ova hipoteza zapravo dopunjava hipotezu socijalne kompenzacije i da važi u slučajevima kada osoba nema zadovoljavajuće socijalne veštine.

Dakle, osoba je socijalno siromašna, nema osećaj socijalne povezanosti u oflajn kontekstu i okreće se onlajn društvenim mrežama da bi dobila osećaj pripadanja, bliskosti sa drugima, socijalnu podršku i mogućnosti za otvaranje – za iznošenje ličnih informacija i ispoljavanje selfa. Da bi se ostvarila ovakva socijalna povezanost, koja jeste kompleksna, potrebne su socijalne veštine: osoba treba da zna kako da komunicira, kako da pita za pomoć, kako da zadovolji svoje potrebe na prikladan način, da ne ulazi u nepotrebne sukobe, da zna da se zaštititi i slično. Kao što je ranije rečeno, ako osoba ima socijalne veštine, a u oflajn kontekstu joj mrežu odnosa ‘sabotira’ nešto drugo (siromaštvo, bolest, invaliditet...) stvari mogu da se odvijaju na način koji predviđa hipoteza ‘siromašni postaju bogatiji’. Međutim, ako osoba ima siromašnu mrežu oflajn odnosa zbog nedostatka socijalnih veština, ona ni u prostoru onlajn društvenih mreža (ili onlajn komunikacije uopšte) neće moći da ostvari bolje veze, niti da uveća svoj socijalni kapital. A zašto će postati siromašnija? Zato što će, kroz bavljenje onlajn društvenim mrežama, zapostaviti i ono malo oflajn veza koje ima. Ovo naročito može važiti u specifičnom slučaju usamljenosti u porodici (u slučaju ‘siromašnih’ porodičnih veza). Verovatno predviđate mogući sled događaja: osoba se oseća nepovezano sa članovima svoje porodice, bliskost traži na onlajn društvenim mrežama, ali, čak i da je nađe, usamljenost u porodici ne samo da će ostati, nego ima velike šanse da se produbi, jer se osoba okrenula onlajn mrežama i zapostavila pokušaje povezivanja sa porodicom.

Postoje još dve povezane hipoteze koje se pominju u vezi sa korišćenjem onlajn društvenih mreža i interpersonalnih odnosa: hipoteza zamene i hipoteza stimulacije (engl. displacement hypothesis; stimulation hypothesis). Hipoteza zamene je formulisana u prvim istraživanjima korišćenja interneta, a može se sresti i danas (Kraut et al., 1998; Bessière et al., Winstone et al., 2021). Radi se o dvostrukoj zameni. Sa jedne strane, korišćenje interneta, u našem kontekstu – korišćenje onlajn društvenih mreža, može zameniti oflajn društvene aktivnosti. Ovo možda neće imati (izražene ili čak nikakve) negativne efekte ukoliko osoba onlajn mreže koristi aktivno. Međutim, ukoliko pasivno korišćenje društvenih mreža zauzme vreme koje je ranije korišćeno za socijalne aktivnosti (npr. za telefonski razgovor ili odlazak na kafu) onda osećaj socijalne povezanosti zaista može da bude ugrožen. (Zapravo, očigledno da je moguća neka vrsta balansirane zamene, ali ova hipoteza treba da predstavlja negativne efekte,

nasuprot hipotezi stimulacije.) Druga zamena koja može da se dogodi jeste zamena jakih veza slabim. Odnosno, osoba može zanemariti svoje oflajn prijatelje ili članove porodice zarad održavanja slabih kontakata sa prijateljima/pratiocima na onlajn društvenim mrežama. Naravno da ni ovo nije neizbežno, ali jeste moguće. Ukoliko neko provede dva sata pokušavajući da napravi novi selfi ili da pronade interesantan sadržaj za deljenje na onlajn društvenoj mreži, zaista podređuje, bar u tom trenutku, jake veze slabim. Hipoteza stimulacije jednostavno pretpostavlja da korišćenje onlajn društvenih mreža unapređuje socijalni kapital osobe kroz održavanje postojećih kontakata i sticanje novih (Best et al., 2015; Nowland et al., 2018). Nijednu od ovih ideja ne srećemo prvi put. Hipoteza zamene je sadržana u tekstu o distrakcijama (novi mediji koji apsorbuju vreme za stare medije, a onda i za druge aktivnosti), a hipoteza stimulacije je vrlo srodna hipotezi ‘bogati postaju bogatiji’. Međutim, svakako je bilo potrebno spomenuti ih, jer je moguće da ćete naići na ove pojmove ukoliko budete nastavili čitanje tekstova iz ove oblasti.

7.2. Strah od propuštanja (FoMO)

Iako je ova knjiga zamišljena kao uvod u relativno novu oblast kroz osnovne pojmove i najšire teme, potrebno je da se upoznamo sa jednim specifičnim konstruktom – sa strahom od propuštanja (engl. fear of missing out; široko prihvaćen akronim FoMO). Ovaj fenomen je vrlo prisutan i u medijima i u naučnim istraživanjima, tako da ga zaista ne možemo zaobići. Nalazi se u odeljku o društvenim medijima, jer su upravo oni krivi za narastanje ove (nove?) vrste anksioznosti. Istraživači definišu FoMO pozivajući se na vrlo zapažen članak Andreja Przibilskog i saradnika iz 2013. godine, u kojem je predstavljena (prva) skala za merenje ovog fenomena (Przybylski et al., 2013). Na članak, definiciju i skalu ćemo se svakako vratiti, a najpre bismo mogli da zadovoljimo običnu radoznalost: ko je prvi primetio FoMO? Ko je prvi skovao ovaj popularni termin? Przibilski i saradnici jednostavno konstatuju da se radi o „relativno novom fenomenu za koji se koristi termin strah od propuštanja, sa popularnim nazivom FoMO” (Przybylski et al., 2013; p. 1841), tako da su u pomoć prizvani Gugl i Vikipedija. Da li će vas iznenaditi koliko smo popularan predmet proučavanja kao *korisnici*? Fenomen je opisao marketinški stručnjak Dan Herman, mada nije eksplicitno istakao termin ‘fear of missing out’ (Herman, 2000); naziv i skraćenicu je skovao student Harvardske poslovne škole Patrik Mekginis, pišući članak za studentski

časopis *Harbus* (Mekginis, 2021; članak je izašao 2004. godine). Prvi autor, Herman, govori o krizi velikih brendova koja se dešava jer potrošači nisu lojalni – stalno probaju nove proizvode i nove brendove. Dve savetnice za prodaju su ove neuhvatljive ‘korisnike’ nazvale ‘leptir-potrošači’ (O ‘dell & Pajunen, 2000; prema Herman, 2000). Šta se to događa? Ljudi u modernim društvima se susreću sa jako velikim brojem mogućnosti na svim poljima. „Revolucije na polju transporta, komunikacija i informacija čine svet sve pristupačnijim” (Herman, 2000, str. 333). Ljudi su izloženi različitim kulturama, pogledima na svet i životnim stilovima, izloženi su bogatim ponudama u različitim aspektima života – i treba da naprave izbor. Herman sam odlično sumira svoja interesantna zapažanja potkrepljena podacima: „Portret koji se pojavljuje je osoba i potrošač vođena novom osnovnom motivacijom: ambicijom da iscrpe sve mogućnosti i strah da će nešto propustiti” (str. 335). Imajte na umu da je ovo napisano pre više od dve decenije od današnjeg dana. Drugi autor, Mekginis, danas se, pored preduzetništva, povremeno bavi i strahom od propuštanja, na način koji se obično označava kao ‘popularna psihologija’. Svoju knjigu o FoMO-u, objavljenu 2020. godine (sprsko izdanje 2021.) Mekginis počinje istim objašnjenjem izloženosti, kao i Herman, samo što se sada u igru upliću i onlajn društvene mreže (Mekginis, 2021). On postavlja pitanje: „Da li vam se desi da osetite stres kada se pred vama na društvenim mrežama nađu očaravajuće (čitaj: pažljivo probrane, isfiltrirane i sečene tj. „kropovane”) fotografije vaših prijatelja, šire porodice i poznatih ličnosti?” (Mekginis, 2021, str. 2). Vi sada znate da je ovo pasivna upotreba društvenih mreža i da Mekginis govori o uzlaznom socijalnom poređenju. A osećaj da drugi ljudi žive mnogo raskošnije, zanimljivije, uzbudljivije i uspešnije živote naziva se FoMO (Mekginis, 2021, str.2). FoMO može biti pokrenut i van onlajn društvenih mreža, ali ga one intenziviraju. Sada kada smo ‘odali počast’ pionirima straha od propuštanja, možemo da se vratimo u polje svoje nauke.

Kao što je pomenuto, u psihologiji su konstrukt straha od propuštanja prvi operacionalizovali Przibilski i saradnici (2013). I oni svoju priču počinju od svojevrstne izloženosti modernog čoveka – društveni mediji su omogućili da, lakše nego ikad, saznamo za brojne oflajn i onlajn socijalne aktivnosti. Dobra strana ovog fenomena jeste potencijalno uvećanje socijalnih resursa – pružaju se različite mogućnosti za interakciju, što bi moglo da rezultira većim socijalnim kapitalom jedne osobe. Loša strana ove dži-

novske oglasne table je to što se nudi mnogo više opcija u odnosu na ono što osoba zaista može da isproba - iako informisana, susreće se sa različitim praktičnim ograničenjima. Tako dolazimo do straha od propuštanja, koji ovi autori definišu kroz dve komponente: osobu prožima sveprisutna bojazan da bi drugi mogli imati pozitivna, nagrađujuća iskustva iz kojih je ona isključena; i ta bojazan navodi osobu da stalno prati šta drugi rade (Przybylski et al., 2013). Ne bi bilo loše da primetimo dve stvari. Prvo, FoMO je postojao i pre društvenih medija, a i danas postoji i nezavisno od njih. Drugo, društveni mediji neće kod svih ljudi pokrenuti FoMO, neke osobe će medije zaista koristiti za nove interakcije i proširivanje mreže odnosa – za podizanje svog subjektivnog blagostanja. Tako dolazimo do pitanja kojim se bave brojna istraživanja: ko je podložan ovom strahu – sa kojim karakteristikama je FoMO povezan?

Przybylski i saradnici za teorijsko utemeljenje FoMO-a koriste teoriju samoodređenja (engl. self-determination theory, SDT; Deci & Ryan, 1985; prema Przybylski et al., 2013), mada su, verovatno, primenljive i druge opšte teorije ljudske motivacije. Teorija samoodređenja postulira da ljude pokreću tri urođene i univerzalne psihološke potrebe: kompetentnost, autonomija i povezanost. Nezadovoljenje potreba pokreće proaktivnu bihevioralnu regulaciju – drugim rečima, osoba se angažuje da dobije ono što joj treba. FoMO je, u ovom kontekstu, vrsta neadekvatnog angažovanja na zadovoljenju osnovnih potreba (kroz ekscesivno praćenje šta drugi rade). Čini se da bi to ponašanje moglo da doprinese kompetentnosti, autonomiji i/ili povezanosti (u smislu učenja od drugih), ali osoba završava ‘zaglavljena’ u praćenju mora sadržaja. Možemo se poslužiti i originalnom formulacijom: „Kroz ovaj teorijski okvir, fenomen FoMO-a može biti shvaćen kao limbo samoregulacije koji nastaje iz situacionog ili hroničnog nezadovoljenja psiholoških potreba” (Przybylski et al., 2013; str. 1842). (Limbo jeste odličan izbor za opis, ali se ova reč dosta retko upotrebljava, pa je iz tog razloga u objašnjenju zamenjena ‘zaglavljivanjem’, što ne remeti suštinu.) Kada smo već kod osnovnih potreba, moguće su dve pretpostavke u vezi sa intenzitetom upotrebe društvenih medija. Jedna je pretpostavka o direktnoj vezi – osobe koje nisu zadovoljile svoje potrebe teže korišćenju društvenih medija da bi se povezale sa drugima, iskazale/razvile kompetencije, izrazile sebe (da bi ostvarile povezanost, kompetentnost, autonomiju). Druga pretpostavka govori o indirektnoj vezi i uključuje FoMO – nezadovoljene potrebe će voditi ka (intenzivni-

joj) upotrebi društvenih medija samo ako su povezane sa strahom od propuštanja. Odnosno, FoMO je medijator koji povezuje psihološke deficite sa upotrebom društvenim medija (Przybylski et al., 2013). Istraživanja mahom potvrđuju hipotezu o medijaciji – izražen FoMO je ono što vodi ka intenzivnijoj upotrebi ili čak ka zavisnosti od društvenih mreža, tj. ova osobina je značajnija za predikciju upotrebe onlajn društvenih mreža od drugih koje su merene u istraživanjima: npr. stepen zadovoljenja osnovnih potreba, zadovoljstvo životom, ekstraverzija, neuroticizam, stil afektivne vezanosti, potreba za pripadanjem (Beyens et al., 2016; Blackwell et al., 2017; Przybylski et al., 2013).

Kako se meri ovaj mali unutrašnji demon? Sa samo deset stavki! Przubilski i saradnici su krenuli od 32 ajtema koji reflektuju strahove, brige i anksioznosti koje ljudi mogu imati u vezi sa događajima, iskustvima i razgovorima koji se odvijaju u njihovom širem socijalnom krugu (Przybylski et al., 2013). Izdvojeno je deset tvrdnji koje zahvataju individualne razlike u izraženosti straha od propuštanja, na primer: *Bojim se da drugi ljudi imaju više zanimljivih iskustava od mene; Kada se dobro zabavljam, važno mi je da to podelim onlajn (da objavim); Ponekad se pitam da li provodim previše vremena prateći šta se dešava.* Konstrukcija skale je samo prva studija objavljena u pomenutom članku. Druga studija je testirala (i potvrdila) hipotezu o medijaciji, to je već kratko spomenuto; uzorak ispitanika je bio nacionalno reprezentativni za odrasle osobe uzrasta 22 do 65 godina. U tom istraživanju je dobijeno i da je FoMO izraženiji kod mlađih ispitanika, pogotovo kod mlađih muškaraca (Przybylski et al., 2013). Međutim, postoje i rezultati koji govore da uzrasnih razlika nema, odnosno da FoMO nije generacijski fenomen, već da spada u osobine, u individualne razlike (Berry & Wong, 2020; ovde nema podataka za razlike po polu, a u nekim uzrasnim grupama je bilo vrlo malo muškaraca). Treća studija je sprovedena na manjem uzorku studenata (M godina je ravno 20). Ovde nisu nađene razlike po polu, a ispostavilo se da ispitanici kod kojih je FoMO izraženiji više vremena provode na Fejsbuku, imaju ambivalentne emocije kada koriste Fejsbuk, a za njih je i verovatnije da će koristiti društvene mreže tokom predavanja i da će pokušavati da prate notifikacije dok voze (Przybylski et al., 2013).

I danas ostaje otvoreno pitanje šta (sve) zapravo pokreće FoMO, jer to nije samo nezadovoljenje bazičnih psiholoških potreba ili samo os-

obine ličnosti, niti karakteristike odnosa sa drugima. Verovatno se radi o složenom sklopu ‘preduslova’ koje nije moguće zahvatiti jednim istraživanjem. (Vi, naravno, možete zadati i deset i dvadeset strana upitnika svojim ispitanicima, ali se zapitajte kako biste vi sami odgovarali u takvoj situaciji.) Sa druge strane, jasno je da FoMO pokreće intenzivnu upotrebu društvenih medija. Sama intenzivna upotreba nije nužno loša, to smo, nadam se, razjasnili na početku ovog poglavlja. Ali intenzivna upotreba *pokrenuta* strahom od propuštanja je specifičan slučaj. Opet, ni ovde nije sve crno – belo. Jedno interesantno istraživanje pokazuje da je FoMO u pozitivnim korelacijama sa intenzitetom upotrebe društvenih medija, u negativnim sa osećajem socijalne povezanosti, a takođe je i negativni prediktor subjektivnog blagostanja (Roberts & David, 2019) – dovde je sve očekivano. Međutim, testovi medijacije pokazuju složeniju sliku. FoMO ima indirektan pozitivni efekat na blagostanje preko intenziteta upotrebe društvenih medija i socijalne povezanosti. Odnosno, FoMO može imati pozitivne efekte na blagostanje *ukoliko* navodi na korišćenje društvenih medija usmereno na razvijanje društvenih veza (Roberts & David, 2019). Dakle, ako vas FoMO navodi na aktivnu upotrebu, onda, možda, i nije tako loš.

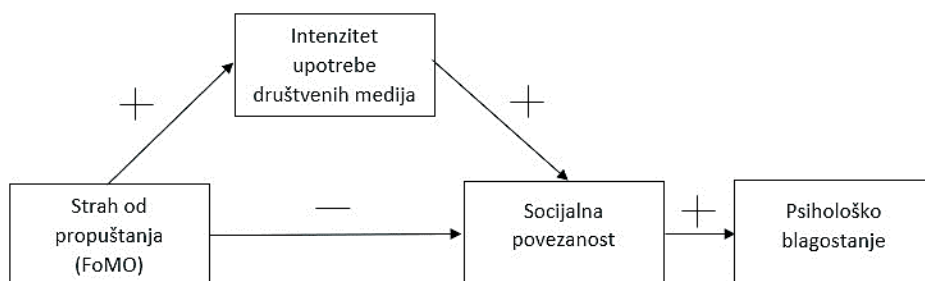


Figura 5: Model odnosa koji pokazuje da strah od propuštanja može imati i pozitivne efekte (prema Roberts & David, 2019)

Pokušaj razjašnjenja šta su to problematične, a šta zdrave posete sajbeptoruru biće dat u poslednjem poglavlju. Ipak, ovde kratko moramo odrediti problematičnu upotrebu onlajn društvenih mreža, da ne bi bilo zabune. Najjednostavnije rečeno, to je nedostatak samokontrole nad korišćenjem društvenih mreža koji dovodi do negativnih posledica u svakodnevnom funkcionisanju (Andreassen & Pallesen, 2014). Već duže vreme postoji i ideja da se jedan deo problematične upotrebe može nazvati adik-

cijom (npr. Kuss & Griffiths, 2011), jer neke osobe imaju simptome koji se tipično javljaju kod drugih poznatih adikcija. Meta-analize povezuju FoMO kako sa ‘regularnom’, tako i sa problematičnom upotrebom onlajn društvenih mreža (Fioravanti et al., 2021). Na ovom mestu je važno razumeti da se potencijalni pozitivni efekti straha od propuštanja odnose na ‘regularnu’ upotrebu, na korišćenje koje ne remeti život osobe. ‘Obična’ upotreba društvenih mreža (uobičajeno engl. SNS use) i problematična upotreba onlajn društvenih mreža (engl. problematic SNS use, PSNSU) predstavljaju zasebne fenomene i ispituju se različitim instrumentima.

Upotreba onlajn društvenih mreža kod adolescenata

Korišćenje onlajn društvenih mreža adolescenata privlači dosta pažnje i u stručnoj i u široj javnosti. Adolescenti ostvaruju sve veću autonomiju u svim segmentima života, pa i u korišćenju interneta. Pristup internetu putem pametnog telefona čini upotrebu privatnijom u odnosu na vreme kada je za pristup bio potreban desktop računar. Značajno mesto u onlajn aktivnostima adolescenata zauzima korišćenje onlajn društvenih mreža (kao i aplikacija za umrežavanje). Gotovo da se može reći da svi adolescenti imaju profil na nekoj društvenoj mreži. U skorijem domaćem istraživanju na uzorku od 576 adolescenata uzrasta 15 do 19 godina, dobijeno je da 99 procenata ispitanika ima profil na Fejsbuku, 85,6 procenata na Instagramu, isto toliko i na Jutjubu; slede Snepčet i TikTok sa 83,7, odnosno 60,1 procentom (Dinić i sar., 2021). Sada već postoji dugogodišnja debata među istraživačima o tome kakvi su efekti korišćenja onlajn društvenih mreža na blagostanje adolescenata. Jedna starija pregledna studija sumira rezultate istraživanja objavljenih u periodu od 2003. do 2013. godine (Best et al., 2014; analizirana su 43 istraživačka članka). Zaključeno je da su benefiti od onlajn umrežavanja povišeno samopoštovanje, veća percipirana socijalna podrška, uvećan socijalni kapital, bezbedan način za eksperimentisanje sa identitetom i povećane mogućnosti za otvaranje, tj. za ispoljavanje selfa. (Ovakvi efekti ili korelati onlajn socijalnog umrežavanja nađeni su u 13 studija, od pomenute 43. Opet, treba imati na umu da istraživanja koja su fokusirana na negativne efekte neće uključiti merenje pozitivnih karakteristika, tako da ne mogu ni izvestiti o njima, ali i vice versa.) Ovi pozitivni efekti su najvećim delom indirektni i vezani za percipiranu socijalnu podršku i povezanost. Povećana mogućnost za socijalno povezivanje podiže samopoštovanje i osećaj pripadanja, što

onda ima indirektni efekat na osećaj subjektivnog blagostanja (ovo zapravo predviđa model sa Figure 5, samo što nas sad ne zanima FoMO) (Best et al., 2014; Opsenica Kostić & Panić, 2017). Postoje i značajni negativni efekti: potencijalna izloženost štetnim i/ili uznemirujućim sadržajima, gde se posebno izdvaja onlajn maltretiranje (engl. cyberbullying), osećaj socijalne izolacije i javljanje depresivnih osećanja. Ova dva poslednja efekta bismo očekivali u sklopu uzlaznog socijalnog poređenja. Autori zaključuju da postoje kontradiktorni nalazi o efektima društvenih medija na blagostanje adolescenata, s tim što je ključni faktor za pozitivne ishode korišćenje mreža u svrhe komunikacije, tj. aktivno korišćenje (Best et al., 2014). Pažljivog čitaoca ovo neće iznenaditi: kontradiktorni nalazi su očekivani, jer je fenomen korišćenja onlajn društvenih mreža složen – postoje različiti načini upotrebe i o njima je bilo reči. Takođe, čini se da aktivno korišćenje onlajn društvenih mreža (tj. korišćenje u svrhe komunikacije) ima značajno veću verovatnoću da dovede do pozitivnih ishoda, u odnosu na pasivnu upotrebu. Postoji novija pregledna studija koja je fokusirana na odnos korišćenja onlajn društvenih mreža i socijalne podrške kod adolescenata (Liu et al., 2018). Istraživači su imali više kriterijuma za uključivanje članaka u analizu; za nas je trenutno važno da je jedan od kriterijuma bio uzorak učenika/studenata, tako da se uzrast ispitanika kreće u rasponu od 15 do 28 godina. (To jeste izvan gornje hronološke granice adolescencije, ali su se ispitanici još uvek školovali, tako da bi zaključci mogli da važe za starije adolescente i za mlade koji se nalaze u odraslom dobu u nastajanju (engl. emerging adulthood).) Ukratko, rezultati ove pregledne studije govore da upotreba onlajn društvenih mreža može obezbediti, odnosno poboljšati, informacionu i emocionalnu podršku. Ono što se, generalno, ne dobija onlajn jeste instrumentalna podrška (direktna pomoć) i podrška samopoštovanju (engl. esteem support ili appraisal⁴⁵), koja podrazumeva komunikaciju koja pomaže osobi da povрати/uspostavi pozitivnu validaciju selfa (Liu et al., 2018). I ovde je dobijeno da je aktivno učešće na onlajn mrežama bolje za korisnike. Što se tiče razlika po uzrastu i polu: stariji ispitanici i devojke su dobijali više socijalne podrške od korišćenja onlajn društvenih mreža. Dakle, korišćenje sajtova za socijalno umrežavanje može i da poboljša,

45 Ako se socijalna podrška deli na četiri, a ne na tri tipa, tj. ako se pored emocionalne, instrumentalne i informacione podrške izdvaja i podrška proceni-podrška samopoštovanju, onda je razlika između emocionalne i ove poslednje podrške sledeća: emocionalna podrška podrazumeva izražavanje empatije, ljubavi, poverenja i brige; a podrška samopoštovanju podrazumeva pružanje informacija koje su korisne za validaciju selfa. U svakodnevnom životu ova dva tipa socijalne podrške nije tako lako razdvojiti.

ali i da potkopa osećaj subjektivnog blagostanja adolescenata. Moguće je da upotreba onlajn društvenih mreža na način koji najviše koristi osobi zahteva određenu socijalnu i emocionalnu zrelost, pa bi stariji adolescenti tu bili u prednosti. Kod mlađih adolescenata nedovoljna zrelost, zajedno sa nedostatkom životnog iskustva, može dovesti do loše procene efekata određenog ponašanja onlajn, uključujući i društvene mreže, što nas vodi ka sledećim poglavljima.

Nešto zanimljivo

Upotreba društvenih mreža u Republici Srbiji, prema podacima istraživanja agencije Pioniri za 2020. i 2021. godinu⁴⁶. Istraživanja su sprovedena na uzorku od 1000 pripadnika onlajn populacije uzrasta 12 do 64 godine. U tom uzrasnom rasponu, nalog na nekoj društvenoj mreži (bar na jednoj) imalo je 92 procenta u 2021, odnosno 98 procenata ispitanika u 2020. godini. U istraživanju iz 2021. godine 92 procenata korisnika je imalo nalog na Fejsbuku. U istraživanju 2020. godine ovo je bilo malo drugačije – 98 procenata korisnika je imalo nalog, a konkretno Fejsbuk nalog – 88 procenata ispitanika. Deo razlika možda reflektuje specifičnu uzrasnu strukturu ispitanika određene godine, ali svakako izgleda da je Fejsbuk i dalje najkorišćenija društvena mreža u Srbiji. Sledi Instagram, sa 75, odnosno 76 procenata svih naloga (u 2021. i 2020. godini), a TikTok beleži značajan porast – od 7 procenata svih naloga u 2020. godini, do 20 procenata u 2021. godini. Istraživači su imali uvid i u podatke po uzrasnim grupama, tako da tvrde da je porast naloga na TokTok-u „mnogo veći kada se radi o ispitanicima starosti 12-17 i 18-24 godine”⁴⁷. Podaci iz 2021. i 2020. godine pokazuju i da je najčešći razlog za korišćenje mreža povezivanje sa prijateljima (73%), a odmah zatim razmena poruka i dopisivanje (71%; bilo je moguće biranje više odgovora). Dakle, čini se da je, pre svega, reč o ‘komuniciranju’, a ne o ‘objavljivanju’ (prethodni tekst) i o aktivnoj upotrebi. Mada, ni pasivna upotreba nije retka: zabava i ubijanje dosade (razlog za korišćenje mreža kod 67% ispitanika), informisanje (52%); pretraga ljudi, kompanija i brendova (41%); da budem u toku i ne propustim nešto (33%). A koliko dnevno provedemo na mrežama? Ispitanici saopštavaju da na Fejsbuku i Instagramu provode do 30, odnosno

46 Podaci su dostupni na <https://pioniri.com/sr/socialserbia2020/>, odnosno <https://pioniri.com/sr/socialserbia2021/>. Postoje i rezultati za 2019. i 2018. godinu.

47 <https://pioniri.com/sr/socialserbia2021/>

između 30 i 60 minuta dnevno (ne zaboravite veliki uzrasni opseg i (ne) pouzdanost samoopisa!). „Na Instagramu se, značajno duže nego ostali, zadržavaju mlađi od 25 godina, te čak četvrtina njih kaže da na ovoj mreži u toku dana provede između 2 i 4h. Ako ovoj količini vremena dodamo i ono provedeno na YouTubeu i ostalim platformama, kod određenih delova populacije stići ćemo do broja od nekoliko sati.”⁴⁸

I onlajn društvene mreže isporučuju ljude. Sada davne 1973. godine umetnik Ričard Sera i producent Šarlota Fej Šulman su napravili video ‘Televizija isporučuje ljude’⁴⁹. Radi se o kritici masovnih medija, s krajnjom porukom – Ti si produkt televizije. Tv program, tada besplatan, predstavlja sredstvo koje isporučuje potrošače oglašivačima, odnosno sredstvo koje izlaže ljude (različitoj) propagandi. *Ako je nešto besplatno – proizvod si ti.* Danas je jasno da i onlajn društvene mreže sakupljaju, obrađuju i prodaju podatke svojih korisnika – isporučuju ljude organizacijama. S vremena na vreme to pitanje dospe u žižu javnosti, ali se proces ne prekida.

Šerenting: roditeljsko obožavanje ili javno ponižavanje? (engl. Sharenting: Parental adoration or public humiliation?; deo naslova članka Ouvrein & Verswijel, 2019). Naziv ovog kontroverznog fenomena je teško (kratko) prevesti na srpski jezik. ‘Sharenting’ je reč nastala od reči ‘share’ – deljenje i ‘parenting’ – roditeljstvo. Označava „deljenje reprezentacija sopstvenog roditeljstva ili dece onlajn” (Blum-Ross & Livingstone, 2017; str. 1). Reprezentacije (tj. predstave) mogu biti u formi teksta, slike ili videa, a neki savremeni roditelji su neumorni u postovanju. Zapravo, određena količina ‘šerenting-a’ je postala sastavni deo života mnogih roditelja u modernim društvima (Broch, 2016). Manji broj roditelja na ovaj način zarađuje (reklamirajući proizvode i usluge). Pitanja su brojna, između ostalog i sledeća: Da li se na ovaj način povređuje detetovo pravo na privatnost? Da li se dete izlaže pedofilima ili onlajn ‘grumingu’⁵⁰? Da

48 <https://pioniri.com/sr/socialserbia2021/>

49 https://en.wikipedia.org/wiki/Television_Delivers_People, kako je izgledao taj jednostavan video možete pogledati npr. ovde https://www.youtube.com/watch?v=8FqP6A0kh8Q&ab_channel=bxk.

50 Onlajn ‘grooming’ (možda bi se moglo reći i onlajn zblizavanje, mada je reč grumning ušla i u naš jezik bez prevoda) jeste izgrađivanje poverenja i emocionalne povezanosti sa osobom, najčešće sa detetom ili mlađim adolescentom, sa krajnim ciljem

li je legalno uključivati dete u proces rada putem ‘deljenja roditeljstva’ na onlajn društvenim mrežama (ukoliko roditelj zarađuje na detetu)? Da li ‘šerenting’ ugrožava blagostanje deteta u budućnosti? Za sada znamo da adolescenti ne odobravaju šerenting, uglavnom sa idejom da to sramoti dete i da je beskorisno (Ouvrein & Verswijel, 2019; Verswijvel et al., 2019). Istraživanja koja uključuju roditelje, između ostalog, uzimaju u obzir i to da je roditeljstvo poslednjih decenija ‘intenzivirano’ i ispunjeno anksioznošću, pogotovo za majke iz srednje klase (Hays, 1998; prema Blum-Ross & Livingstone, 2017). One se suočavaju sa visoko romanti-zovanom i vrlo zahtevnom slikom majčinstva, gde su standardi uspeha toliko visoko da su nedostižni. U ovom kontekstu, postovanje roditeljstva je način da se ovekoveče, obznane naponi koje roditelj ulaže, ali i način prevladavanja stresa koji donosi roditeljska uloga (Blum-Ross & Livingstone, 2017). Šerenting može da bude eksploatatorski, narcistički ili prosto naivan akt, ali može biti i forma negativnog, stresnog samonadzora, gde se u nedogled postavljaju zahtevi za poboljšanjem. Odnosno, može da bude negativan činilac blagostanja roditelja, kao i dece. U svakom slučaju, stres roditeljske uloge ne može da opravda neselektivno deljenje slika deteta sa kontaktima (‘prijateljima’) koje roditelj ima na onlajn društvenoj mreži (jedno istraživanje govori da to čini oko 40% roditelja), a pogotovo ne deljenje slika gde je dete delimično razodeveno i njegov identitet može biti utvrđen (što čini oko 20 procenata roditelja; Kopecky et al., 2020). Kroz postovano roditeljstvo se sukobljava pravo deteta na privatnost i zaštitu sa pravom roditelja na slobodno deljenje informacija. Jasne zakonske smernice, osim za ekstremne slučajeve, ne postoje. Međutim, moguće je dati preporuke roditeljima (Kopecky et al., 2020; Otero, 2017). Vrlo je važno da roditelji promisle da li materijal koji postuju može biti zloupotrebljen, ne samo u tom trenutku, već da li postoji mogućnost zloupotrebe ili negativnih efekata na dete u budućnosti. Roditelji treba da pitaju dete, da dobiju njegovu saglasnost za postovanje, tj. dete treba da ima mogućnost da zabrani postovanje sadržaja koji se odnose na njega (i mala deca mogu da se (ne)slože da se njihove slike ili video pokažu drugim ljudima; jeste diskutabilno na osnovu čega će doneti tu odluku). Ne treba deliti previše lične, intimne, sadržaje kao ni fotografije/videoa na kojima je dete razodeveno (engl. in any state of undress). Ne bi trebalo ne-anonimno deliti ni informacije o detetovim zdravstvenim problemima i bolestima. Svakako ne treba zaboraviti da deljenje informacija o odgajanju dece predstav-

eksploatacije te mlade osobe (u različite svrhe).

ja i formu brige o deci, tj. šerenting ima potencijal da promoviše zdrav razvoj (Otero, 2017). Takođe, istraživanja pokazuju da je deci-adolescencima drago i da su ponosna kada primete da roditelji postuju o njihovim postignućima (npr. uspeh u sportu, školu, nekom hobiju) ili kada postuju fotografije koje reflektuju njihov srećan porodični život (Lipu & Siibak, 2019). Jednostavno se radi o klizavom terenu gde stvari lako mogu da odu u neplaniranom smeru.

Traženje ljubavi onlajn – dejting sajtovi. Kod distrakcija interpersonalnih odnosa moglo se naslutiti da je tehnologija prodrla i u ljubavni život. Razmere ovog ‘zauzimanja terena’ su velike. Na mreži „Mi proširujemo svoje opcije zabavljanja i upoznajemo ljude koje inače ne bismo upoznali, pozivamo jedni druge na sastanke, istražujemo živote potencijalnih partnera, izjavljujemo ljubav, govorimo povređujuće i podržavajuće stvari, okončavamo svoje veze i posmatramo svoje bivše partnere nakon raskida” (Fox Hamilton, 2016, str. 71). S obzirom na to da je u ovom poglavlju bilo reči o onlajn društvenim mrežama, trebalo bi makar kratko pomenuti dejting sajtove. To su mesta u digitalnom prostoru gde ljudi (zvanično) traže partnera za ljubavni i/ili seksualni odnos. Kao i na drugim mrežama, onlajn dejting servisi svojim članovima omogućavaju kreiranje profila, kao način predstavljanja drugim članovima. Sajtovi se razlikuju po tome da li korisnik može sam da pregledava sve druge profile ili će mu biti ponuđeni samo oni za koje je procenjeno da mu odgovaraju; takođe se razlikuju i po tome da li su besplatni ili ne. Kembridž rečnik daje sledeću definiciju onlajn zabavljanja (engl. online dating): „način započinjanja romantične vezu na internetu, davanjem informacija o sebi ili odgovaranjem na informacije koje je postavio neko drugi”⁵¹. Sa druge strane, Merriam-Webster rečnik daje jednu grubo realnu definiciju samog dejting sajta: „biznis koji se sastoji u upoznavanju ljudi jednih sa drugima kako bi mogli da odluče da li žele da se zabavljaju”⁵². Traženje pomoći u pronalaženju ljubavnog partnera nije nov fenomen. U zbližavanju ljudi su asistirali članovi porodice, prijatelji, provodadžije, u novije vreme lični oglasi u novinama. Poslednjih godina traženje ljubavi onlajn je postalo sve češće i sve prihvaćenije. Postoje parovi koji su započeli svoj odnos u digitalnom prostoru i uspešno ga preneli u oflajn svet. Koliko ih ima? Neke procene, doduše dobijene u SAD, mogu se dati na osnovu istraživanja Pew Research Centra sprovede-

51 <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/online-dating>

52 <https://www.merriam-webster.com/dictionary/dating%20service>

nog 2019. godine⁵³. Ako se posmatra celokupna populacija odraslih osoba, 30 procenata ljudi je bar jednom koristilo dejting sajt ili dejting aplikaciju, a 12 procenata je stupilo u brak ili ozbiljnu vezu sa osobom koju su upoznali na taj način. Međutim, kao što možete pretpostaviti, procenti se razlikuju ako se posmatraju uzrasne grupe. Osobe od 19 do 29, odnosno od 30 do 49 godina značajno češće koriste dejting sajtove nego stariji (48, odnosno 38 procenata), a unutar tih uzrasnih kategorija ima i više ozbiljnih veza i brakova započelih kao onlajn dejting (17, odnosno 16 procenata). Takođe se primećuje razlika između strejt i LGB populacije: 28 procenata strejt odraslih je koristilo onlajn dejting, naspram 55 procenata ispitanika LGB populacije, gde j i najviši procenat ozbiljnih veza i brakova započelih na ovaj način – 21%. Vredi pomenuti da je, u istom istraživanju, 57 procenata korisnika izjavilo da su imali generalno pozitivno iskustvo sa ovim platformama. Trenutno je najpopularnija aplikacija za onlajn upoznavanje – Tinder⁵⁴.

Istražujući onlajn dejting u Kanadi, Brim i Lenton (Brym & Lenton, 2003; prema Whitty, 2007) su identifikovali četiri glavne društvene promene koje su dovele do porasta onlajn dejtinga – te društvene sile nisu izgubile na snazi sa godinama, naprotiv. Prvo, povećan je broj ‘samaca’ (engl. singles) u populaciji, velikim delom zbog toga što ljudi (u razvijenim zemljama) odlažu stupanje u brak za sve kasniji životni period. Drugo, ljudi ulažu mnogo vremena i napora u razvoj karijere, tako da traže nove, efikasnije načine za upoznavanje drugih ljudi za ljubavne odnose. Treće, ljudi koji nisu u braku češće pristaju na poslovne mobilnosti, što im otežava upoznavanje potencijalnih partnera. I četvrto – ‘romanse na radnom mestu’ (engl. workplace romance) sve su ređe, jer je stvorena klima velike osetljivosti na seksualno uznemiravanje. Neke kompanije mogu od svojih radnika eksplicitno tražiti izjavu da se neće upuštati u ljubavne veze sa kolegama.

Popularnost Tindera bi dala povoda i za pisanje o *hookup culture* –

53 dostupno na <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/02/06/10-facts-about-americans-and-online-dating/>

54 <https://www.statista.com/statistics/1200234/most-popular-dating-apps-world-wide-by-number-of-downloads/>). Kojih još aplikacija i sajtova ima možete pogledati npr. na <https://observer.com/2021/06/top-25-dating-sites-and-apps-of-2020-a-to-z-list-of-the-best-free-and-paid-dating-websites-for-2021/>.

kod nas prevedeno kao ‘kultura muvanja’ (Tvingi, 2018, osmo poglavlje), mada je to pre kultura spajanja – trend prihvatanja i podstcanja neobaveznih seksualnih odnosa. Međutim, to prevazilazi namenu ove knjige, što vas ne sprečava da istražujete sami!

8 NASILJE U DIGITALNOM PROSTORU

Nasilje je jedna od najzabavnijih stvari za gledanje.

Kventin Tarantino

*Ni ljubav, ni prijateljstvo, ni poštovanje
ne mogu toliko da zbliže ljude koliko zajednička mržnja.*

Anton Pavlovič Čehov

I u sajberprostoru možete biti prevareni, opljačkani, povređeni, zlostavljani kao i bilo gde drugde. Gotovo da nema onlajn domena u kojem ljudi, u nekom trenutku, ne postanu previše grubo jedni prema drugima. Neka nasilna ponašanja su polu-prikrivena i perfidna, neka vulgarno otvorena. Pažnju javnosti relativno često privlače slučajevi sajbermaltretiranja. Taj fenomen je i najviše empirijski istraživani, ali nećemo početi od njega. Počecemo kao što i nasilje često počinje – provokacijama i vređanjem, sporadičnim aktima agresije.

Onlajn provociranje

Za čitaoce sa engleskog govornog područja tekstovi o internet trolovima ponekad polaze od trolova u bajkama, s obzirom na to da su po njima dobili ime. U našem folkloru trolova nema; oni, originalno, pripadaju kulturi skandinavskih naroda i predstavljaju bića koja se kriju u mraku, hostilna prema ljudima. U modernim pričama za decu trolovi često žive ispod mostova i maltretiraju putnike⁵⁵, odnosno čekaju da naiđe pogodan, naivni/nezaštićeni putnik da bi mogli da rade svoj trolovski posao. Na vrlo sličan način 'operišu' i onlajn trolovi. Oni vrebaju na forumima i

55 <https://www.britannica.com/topic/troll>

četovima različitih onlajn zajednica i „čekaju pogodan trenutak da napadnu provokativnim komentarom pre nego što sednu i gledaju kako varnice lete” (Barton, 2016). Poštoji i nešto drugačije određenje: trolovanje je antagonistička interakcija koja se javlja u onlajn razgovorima (diskusijama) i predstavlja namerni pokušaj da se isprovocira reagovanje drugih učesnika, što će poremetiti komunikaciju, a verovatno je i skrenuti sa originalne teme (prema Hopkins, 2013). Šta je razlika između ovih određenja? Trolovima nije nužno cilj da ‘polete varnice’, odnosno da započnu ‘verbalni rat’. Zabava za trola može biti i relativno bezazlena šala (npr. trol se pretvara da je neiskusni i ne mnogo pametni korisnik nečega i traži savete, uživajući u mukama i trudu onih koji mu izlaze u susret, ali sam ne vređa nikoga; ako se dogodi da pomagači krenu da se svađaju – to je njihova stvar i bonus za trola). Međutim, trolovanje se proteže od takvih, relativno bezazlenih, preusmeravanja onlajn diskusija, pa do postavljanja postova prepunjenih mržnjom i trolovanja porodica i prijatelja umrlih ili nestalih osoba (Phillips, 2013). Kao što ćemo videti malo kasnije u slučaju sajbermaltretiranja, i prilikom proučavanja trolovanja treba praviti razliku između onih koji su prisustvovali trolovanju (posmatrač, engl. bystander), koji su bili trolovani (engl. trolled) i koji troloju (engl. troll), samo što su ovakva istraživanja dosta retka (npr. Sanfilippo et al., 2018). Opisi trolovanja, stavovi i iskustva će se bitno razlikovati u odnosu na to kojoj grupi osoba, najčešće, pripada – i to će se reflektovati na rezultate istraživanja. Na primer, nema svrhe ispitivati motivaciju za trolovanje na uzorku ispitanika u kojem nema trolova ili ih ima samo nekoliko, i to takvih koji se razlikuju po ‘težini’ svojih dela. Proučavanje trolovanja na Vikipediji otkrilo je da su osnovni razlozi za trolovanje dosada, traženje pažnje i osveta (Barton, 2016). Kako prepoznati trola? Kako shvatiti da je u komunikaciju bačen mamac? Iako sledeći kriterijumi neće filtrirati isključivo trolovanje, to jesu značajne odlike poruka trola (Herring, 2002; prema Barton, 2016): poruke izgledaju ‘čudno’ ili preterano iskreno, tj. kako druga grupa autora kaže – pseudo-iskreno (Sanfilippo et al., 2018); poruke su namerno sročene tako da provociraju (traže) reakciju; i sročene su tako da traće vreme učesnika kroz (praznu) raspravu. „Trolovi dobijaju zadovoljstvo gledajući kako drugi učesnici reagiju na njihov mamac i nastavljaju da ih ‘navlače’ kroz još provokativnije komentare” (Barton, 2016, str. 60). Postoji predlog podele trolovanja na ozbiljno i duhovito (Sanfilippo et al., 2018). Ozbiljna trolovanja su namerno provokativna i pseudoiskrena ponašanja koja reflektuju društveno značajna mišljenja i vrednosti. Ova ponašanja nije baš lako razlikovati od ne-trolovanja istog sadržaja; razliku

bi činila pseudoiskrenost i to što ovo ponašanje treba da bude bezazleno, a ne maliciozno kao pravi ekstremizam, tj. trebalo bi da bude satira ekstremizma (što neće shvatiti svi učesnici, inače ne bi bilo trolovanja, ali to onda dovodi u pitanje pretpostavljenu bezazlenost). Duhovito trolovanje je više okrenuto ka ličnoj ili društvenoj zabavi i usmereno na testiranje granica društvo prihvatljivog (Sanfilippo et al., 2018). U svakom slučaju, čak i kada u aktu trola, po sadržaju, nema nasilja, sam akt jeste provokacija koja može da eskalira uvredama – da dovede do agresije, i onda cela diskusija prelazi u flejming. Osim toga, naivnog i dobronamernog korisnika trol može prilično da namuči. Ukoliko pomagač shvati da je bio meta trola, može se osetiti povređeno, tj. može doživeti sebe kao žrtvu. Dakle, ovo bi bilo ‘predvorje pakla’. Idemo dalje.

Onlajn agresija

Sa onlajn agresijom nedvosmisleno dolazimo na teren nasilja. Svetska zdravstvena organizacija definiše (oflajn) nasilje na sledeći način: „namerno korišćenje fizičke snage ili moći, kao pretnja ili akcija prema samom sebi, prema drugoj osobi ili prema grupi ljudi ili čitavoj zajednici, što bi moglo da rezultira ili rezultira povredom, smrću, psihološkim posledicama, nerazvijenošću ili deprivacijom” (WHO, 2002). Da pogledamo jednu definiciju digitalnog nasilja. To su slučajevi „kada neko koristi elektronske uređaje (mobilni telefon, kameru, računar i sl.) da bi drugoga namerno uplašio, uvredio ili ponizio. Digitalnim nasiljem ne smatramo slučajno, nenamerno nanošenje štete i povređivanje, kao ni prijateljska zadirivanja i prepirke preko telefona ili interneta” (Popadić i Kuzmanović, 2016). Možda bismo samo, po ugledu na definiciju oflajn nasilja WHO, mogli dodati „kada neko koristi ili preti da će koristiti”, zato što i ozbiljne pretnje mogu biti čin nasilja. Forme digitalnog nasilja su vrlo raznovrsne; to mogu da budu tekstualne poruke, fotografije ili video-klipovi, isključivanje (izbacivanje) osobe iz onlajn grupe. Međutim, čini se da bi, kao i kod oflajn nasilja, bilo korisno napraviti razliku između nasilnih onlajn ponašanja koja predstavljaju čin agresije, koja nisu maltretiranje i onih koja to jesu. (Ako pozajmimo malo pravničke terminologije, nisu sva izvršena dela podjednake težine. Jasno je da postoje nasilni akti onlajn koji su lakši i oni koji su teži. Ono što nije potpuno jasno jeste na osnovu kojih kriterijuma ćemo ih razlikovati.) U pokušaju razlikovanja koristićemo termin onlajn agresija, koji, u ovom tekstu, označava onlajn nasilje koje ne spada u kategoriju maltretiranja. Šta je onda onlajn agresija? To su

sporadični slučajevi onlajn nasilja, koji se događaju u nekom ograničenom trenutku u određenom digitalnom prostoru, i najčešće podrazumevaju recipročnost. Zamislite onlajn diskusiju u kojoj se učesnici ne slažu – imaju različite stavove u vezi sa politikom, napuštenim životinjama, estetskim korekcijama, stajlingom xx u novom spotu, šta god. (Možete zamisliti i jednog trola u diskusiji.) Recimo da se na početku učesnici trude da iznose argumente za svoj stav i da civilizovano odgovaraju ‘suprotnom taboru’. Argumenti počinju da se vrte u krug, neki učesnici se, sa ili bez pomoći trola, nerviraju. Nastaje mali vorteks koji vrlo lako može da se otme kontroli i poleti uvis kao pravi tornado uvreda koji razbija sve norme lepog ponašanja, kojih se inače, najčešće, držimo. Počinju da padaju teške reči na račun intelektualnih sposobnosti, načina života, porodice, a možda i fizičkog izgleda učesnika. Uvreda lete na sve strane. Jedni i dalje veruju da im je primarni cilj da dokažu ispravnost svog stava (ovo bi bila instrumentalna agresija), drugi zaboravljaju od čega je svađa počela jer se osećaju posebno pogođeni nekim komentarom i lansiraju uvrede u tom smeru (afektivna ili impulsivna agresija). Ovakve epizode razmene agresivnih poruka bi bile dobar primer onlajn agresije i zaista nisu retkost u digitalnom prostoru. Doduše, kod onlajn agresije ne mora uvek da se radi o razmeni, bar ne ovako intenzivnoj. U zavisnosti od domena, na nečiji agresivni akt prosto možete odgovoriti blokiranjem te osobe i epizoda se završava. (Dobro, možda ćete biti iznervirani ili povređeni još neko vreme, ali ograničeno, relativno kratko vreme.)

Onlajn agresija može imati različite razmere. Katarina Kacer pominje tri fenomena u kojima možemo prepoznati onlajn agresiju: šitstorm (engl. shitstorm) – digitalne huškačke kampanje i talasi ogorčenja; flejming (engl. flaming) – agresivni polemički komentari, tj. agresija koja se događa u diskusijama; a izdvaja i (jednostavno) vređanje (engl. bashing) – javno psovanje i verbalne napade (Kacer, 2019, str. 89). (Engleska reč shitstorm je usvojena u nemačkom jeziku još 2012. godine; prevodeći knjigu Katarine Kacer, koja je u originalu na nemačkom, naš prevodilac ju je ostavio transkribovanu (Kacer, 2019). S obzirom na to kako bi izgledao prevod i ovde će biti zadržana transkripcija. Šitstorm označava javno ispoljavanje velikog nezadovoljstva, Kacer samo dodaje da ta ispoljavanja mogu biti rezultat huškačke kampanje, a ne isključivo spontani izraz javnog mnjenja.) Naš primer iz prethodnog pasusa opisuje flejming. Ovi fenomeni nisu dobro istraženi u psihologiji, tako da se ne može izneti mnogo empirijskih podataka. Može se ponuditi (još jedna) definicija flejminga: „Fle-

jming se javlja kada se u komunikaciji sa drugim učesnicima u diskusiji koriste lične uvrede. Flejming može da uključuje i verbalnu agresiju, kroz psovanje i upotrebu uvredljivih reči”, Barton, 2016). Dakle, flejming može da uključuje i bašing. U svakodnevnom digitalnom životu ovo nije baš lako razdvojiti; mada su lične uvrede moguće i bez psovanja, one svakako jesu verbalna agresija. Možda bi o flejmingu i drugim formama onlajn agresije bilo korisnije razmišljati u pravcu potencijalne recipročnosti. (Korisnije, u smislu pravljenja razlike između onlajn agresije i onlajn maltretiranja, što je naša sledeća tema.) Ukoliko se onlajn vređanje odvija između učesnika od kojih svako ima podjednake šanse da uzvрати – to je onlajn agresija. Ukoliko vređanje ide ka osobi/grupi koja ne može lako da se odbrani – to bi pre bilo onlajn maltretiranje. Opet, šitstorm usmeren ka ideji/predlogu nije dovoljno dobro obuhvaćen na ovaj način (osoba zaista ne može lako da se odbrani, ali ideja sama po sebi ne može da se brani nikako). Moguće je da bi uz recipročnost, za definisanje onlajn agresije trebalo pomenu-ti i pretpostavljene posledice po subjektivno blagostanje. Onda bi to bili sporadični slučajevi onlajn nasilja, koji se događaju u nekom ograničenom trenutku u određenom digitalnom prostoru, najčešće podrazumevaju recipročnost, i ne nose ozbiljan rizik od narušavanja mentalnog zdravlja.

Onlajn agresija se objašnjava toksičnom dezinhibicijom i de-individuacijom – fenomenima koji se vezuju za anonimnu tekstualnu onlajn komunikaciju, o čemu je bilo reči u petom poglavlju. Za objašnjavanje flejminga se mogu koristiti i specifičniji termini, odnosno fenomeni – okidač i odmazda (Wallace, 1999; Wallace, 2016). Okidač može biti bilo šta u onlajn komunikaciji što, u tom trenutku, prelazi naš prag za agresivni odgovor. Odnosno, okidač je određena poruka drugog učesnika koju smo protumačili kao potpuno neprihvatljivu. (Sada biste mogli da se setite teorija komunikacije koje govore o nedostatku socijalnih znakova u onlajn komunikaciji i drugih ideja o tekstualnoj komunikaciji kao siromašnom medijumu. Možda poruka zaista jeste neprikladna, ali možda se radi i o kombinaciji nečijeg nespretnog izražavanja i naše nezasnovane, preterane interpretacije.) Najviše efekta će imati poruke za koje nam se čini da napadaju naš karakter, kompetencije ili fizički izgled (Wallace, 1999; Wallace, 2016). Tada krećemo u odmazdu! Problem je u tome što će naša odmazda biti napad iz ugla drugog učesnika, pa će i on poželeti da se osveti. Moguće je da će uskočiti i drugi – neki jer žele da podrže jednu stranu, neki sa idejom da smire situaciju, a često oba motiva imaju isti ishod – produblјivanje svađe i pokretanje flejminga. Zašto se ne smirimo, zašto ne prekinemo ovu

interakciju, već je pogoršavamo? Sada stupa na scenu teorija kognitivne disonance Leona Festignera (prema Wallace, 1999; Wallace, 2016). Upravo smo uradili nešto što se kosi sa našim stavovima, verovanjima ili predstavama – npr. nakon što je neko rekao (ili nagovestio) da smo neznalica (okidač), mi smo odgovorili (ili nagovestili) da je on idiot (odmazda, ali se kosi sa našim stavovima o međuljudskim odnosima i našom slikom o sebi – zbog toga se osećamo neprijatno, što je suština kognitivne disonance). Novonastala tenzija nas motiviše da nađemo način za uravnotežavanje naših uverenja i našeg ponašanja. Pošto ne možemo da poništimo ono što smo uradili (otkucali!), vrlo je verovatno da ćemo revidirati percepciju osobe koja nas je uvredila i percepciju problematične poruke, opazajući ih još gorim nego što zaista jesu. Ovaj „mentalni revizionizam” (Wallace, 2016, str. 109) omogućava nam da opravdamo svoje ponašanje – da eliminišemo disonancu. A onda, pošto na taj način utvrdimo da se ‘zaista radi o neviđenom idiotu’, možemo da poželimo da izrazimo još malo svojih misli. (U tom slučaju bi ovo bio dobar primer pretrane odmazde (engl. overretaliation). Ako se ‘događaj’ odvijao pred publikom, moguće je da će se priključiti drugi, iz svojih razloga – smirivanje, trolovanje, instrumentalna ili afektivna agresija.) Iako je ovo ponašanje daleko od pozitivnog, ukoliko je sporadično i postoji mogućnost za recipročnost (nije usmereno u više navrata ka istoj osobi/istoj grupi; osoba/grupa ima načina da uzvrati), ono spada u ‘lakša nasilna dela onlajn’ – u onlajn agresiju.

Onlajn maltretiranje

Na početku ćemo se kratko osvrnuti na određenje tradicionalnog, oflajn maltretiranja u odnosu na agresiju, jer su te odrednice važne, a deluju problematično (ili specifično) u sajbeprstoru. Moguće je da ste ih naslutili iz teksta o agresiji onlajn. Oflajn maltretiranje podrazumeva ponavljanje akta, a agresija izolovani čin; maltretiranje karakteriše disbalans moći između nasilnika i žrtve, dok se agresija može odvijati između osoba jednake moći (Olweus, 1993; prema Dooley et al., 2009). Da li je (kako je) ovo primenljivo na maltretiranje onlajn?

U radovima na engleskom jeziku fenomen o kojem sada govorimo se daleko najčešće naziva sajbermaltretiranje - cyberbullying⁵⁶, i taj termin

56 U nekim starijim člancima možete sresti termine *online* ili *Internet harassment*.

ćemo koristiti kao sinonim za onlajn maltretiranje. Moglo bi se reći i elektronsko ili digitalno maltretiranje i te nazive ćemo ovde koristiti kada treba izbeći preterana ponavljanja iste reči. Najšira određenja ovog fenomena kažu da je to otvoreni, namerni čin agresije prema drugoj osobi na mreži, tj. čin agresije onlajn (Ybarra & Mitchell, 2004) ili, jednostavno, da je to korišćenje sredstava IKT da bi se maltretirali drugi (Li, 2007). U prvom slučaju nije jasno po čemu je taj čin agresije specifičan, a i u drugom slučaju će nam ostati suštinski isto pitanje – kako određujemo šta je maltretiranje onlajn? Kao što u svojim preglednim studijama primećuje više autora, postoje određene razlike i neslaganja kada treba specifičnije odrediti fenomen sajbermaltretiranja (Slonje et al., 2013; Tokunaga, 2010; Zych et al., 2016). Najvažnija neslaganja se odnose upravo na odrednice koje služe za razlikovanje onlajn agresije i onlajn maltretiranja – pitanja ponavljanja akta i disbalansa (nesrazmere) moći (Slonje et al., 2013; Popadić i Kuzmanović, 2016). Pažljivo pročitajte sledeće određenje, koja će nam poslužiti kao primer. Sajbermaltretiranje je „voljno i ponavljano nanošenje štete (ili zla; engl. harm) korišćenjem kompjutera, mobilnih telefona i drugih elektronskih uređaja” (Hinduja & Patchin, 2009, str. 5). Diskutabilni deo ove definicije je pitanje repeticije. Tradicionalno maltretiranje podrazumeva da nasilnik ponavlja svoj čin, a kod sajbermaltretiranja to može da bude slučaj, ali nije i obavezno tako. Jedan akt nasilja izvršen onlajn može pokrenuti lavinu reakcija drugih ljudi i da na taj način postati maltretiranje. Konkretan primer je postavljanje fotografije koja osobu (žrtvu) predstavlja u kompromitujućem svetlu – nju dalje mogu distribuirati i komentarisati drugi ljudi, a da ‘inicijalni nasilnik’ ne učini išta više. „Tako jedan čin jednog izvršioca mogu mnogo puta ponavljati drugi, pa će ga i žrtva doživeti mnogo puta” (Slonje et al., 2013). Doduše, može se reći da ovde posmatrači nastavljaju ulogu nasilnika, tj. da oni ponavljaju nasilni akt. Čak i ako niko od posmatrača ne prosledi dalje problematičan sadržaj, žrtva zna (ili osnovano pretpostavlja) da su mnogi sadržaj videli – i to se može doživeti kao višestruko povređivanje, odnosno kao maltretiranje. Kao što stoji u jednoj dosta staroj definiciji, onlajn maltretiranje su i uvredljivi sadržaji postovani onlajn da bi ih drugi videli (Finkelhor et al., 2000). Ova deljenja i/ili verovanje da su sadržaje videli mnogi se zaista mogu shvatiti kao repeticija specifična za digitalni prostor.

Sledeći problem u definisanju sajbermaltretiranja je disbalans moći između nasilnika i žrtve. Kao primer će nam poslužiti sledeća definicija: agresivni, namerni čin koji izvodi grupa ili pojedinac putem elektronske

komunikacije, ponavljano ili tokom dužeg perioda vremena, usmeren na žrtvu koja ne može lako da se odbrani (Smith et al., 2008, str. 376). Kod tradicionalnog maltretiranja postoji nesrazmera moći između nasilnika i žrtve – nasilnik je fizički jači ili ima viši socijalni status, što mu daje prednost u odnosu na žrtvu. Odnosno, ukoliko više osoba maltretira jednu, njihova snaga je u brojnosti. Ovi faktori najčešće ne igraju ulogu u sajber-maltretiranju ili bar ta uloga nije tako istaknuta kao kod tradicionalnog maltretiranja. Žrtva zaista ne može lako da se odbrani, ali su razlozi u digitalnom prostoru drugačiji. U nekim slučajevima je moguće da žrtva nema dovoljno tehničkih znanja da bi se odbranila, npr. da bi zaštitila svoje podatke. Ali u većini slučajeva onlajn maltretiranja nesrazmera tehničkih znanja ne igra (nikakvu) ulogu. Kao što pišu Slonje i saradnici, ne treba mnogo veštine da se osoba fotografiše sa namerom da se ta fotografija zloupotrebi (Slonje et al., 2013); isto važi i za postovanje tekstualnih sadržaja. Faktor koji potencijalno gradi disbalans moći u sajbermaltretiranju je anonimnost nasilnika. Istraživanja su pokazala da žrtve često ne znaju ko ih maltretira onlajn, što otežava efikasno suočavanje sa novonastalom situacijom (Slonje et al., 2013). Ako žrtva zna ko je nasilnik, onda mogu ponovo stupiti na scenu prednosti nasilnika iz tradicionalnog maltretiranja – veća fizička/psihološka snaga i veća popularnost u grupi, jer osoba-žrtva može da se boji konfrontacije onlajn zbog mogućih posledica oflajn (Slonje et al., 2013). Čini se da jedini faktor koji postojano gradi disbalans moći u svim, ili bar u većini situacija sajbermaltretiranja, jeste trajnost postavljenih sadržaja, činjenica da žrtva materijal koji je postavljen onlajn teško može da ukloni (ili da ga izbegava), što čini da se oseća nemoćnom (Dooley et al., 2009). Nasuprot tome, nasilniku je vrlo lako da sadržaj postavi. Ovo jeste lični stav, ali i povodom drugog kriterijuma – disbalans moći – možemo tvrditi da postoji nesrazmera, specifična za digitalni prostor.

Šta zaključiti? Kao što je rečeno na početku, ponavljanje akta i disbalans moći su važne odrednice tradicionalnog maltretiranja, to je ono što razlikuje maltretiranje od agresije. (Agresija podrazumeva jedan čin i može se odvijati između osoba jednakih po moći.) Međutim, kod sajbermaltretiranja, kao što smo upravo videli, i jedan čin može postati maltretiranje, a nesklad moći, u klasičnom smislu, ne postoji. Opet, ako razmislimo, u digitalnom prostoru jedan čin postaje maltretiranje zato što ga ponavljaju drugi ili zato što žrtva zamišlja da su ga drugi videli – tako da specifična vrsta ponavljanja postoji i ovde. Što se tiče nesklada moći,

faktor koji pominju Duli i saradnici (Dooley et al., 2009) je, po mišljenju ovog autora, suština disbalansa u maltretiranju onlajn – postavljeni sadržaji su trajni, žrtvi je vrlo teško da sadržaj ukloni (a nasilniku je vrlo lako da sadržaj objavi). Odnosno, i ponavljanje i nesklad moći postoje, ali su njihove forme u digitalnom prostoru specifične. Sa ovim se ne moraju svi složiti. Šta je onda ‘bezbedna’ definicija sajbermaltretiranja? Izgleda da bismo za to morali da se vratimo najširim određenjima – to je namerni čin nasilja onlajn (nema svrhe ponavljati da je cilj da se osoba povredi, ponizi, uplaši, tj. da pretrpi ozbiljne posledice, jer je to sadržano u pojmu ‘nasilje’). Namera da se vrši nasilje pravi razliku između maltretiranja i nekih prethodno opisanih fenomena. Na primer, trollove na akciju ne pokreće ideja o vršenju nasilja, oni bi, uglavnom, da začikavaju druge. Iako nije nemoguće da iz neke epizode trolovanja nastane maltretiranje, to bi bio ‘nusprodukt’ koji se ne javlja često. Flejmeri mogu da dođu do tačke kada žele da povrede i ponize drugog (tj. mogu početi da rade to), ali ni oni nisu krenuli u akciju sa idejom da vrše nasilje; oni bi, najčešće, da dokažu ispravnost svog gledišta. Ukoliko iz neke epizode flejminga nastane maltretiranje, što nije nemoguće, važno bi isto što i u prethodnom slučaju – redak nusproizvod. Za razliku od trollova i ljudi uključenih u flejming, onlajn nasilnici kreću s namerom da vrše nasilje. Problem koji ostaje je taj što, ako ne prihvatimo nikakavu formu repetitivnosti i disbalansa moći, nećemo imati na osnovu čega da izdvojimo sajbermaltretiranje od ‘običnih’ formi nasilja koje se dosta često javljaju u različitim domenima digitalnog prostora, nećemo imati liniju razgraničenja između onlajn agresije – namernog vređanja, pretnji i ponižavanja koja nisu maltretiranje i onih koji to jesu. A doživeti agresivni akt i biti maltretiran (ipak) nije isto, ni u digitalnom, kao ni u fizičkom prostoru. Vrlo prihvatljivom se čini definicija koju daje Tokunaga: „Sajber maltretiranje je svako ponašanje koje se izvodi putem elektronskih ili digitalnih medija, od strane pojedinaca ili grupa koji ponavljano komuniciraju neprijateljske ili agresivne poruke, sa ciljem nanošenja štete ili neprijatnosti drugima” (Tokunaga, 2010, str. 278). Ovo određenje je dosta slično određenju Hinduje i Pačina koje je dato na početku teksta o onlajn maltretiranju; značajna razlika je deo ‘sa ciljem nanošenja štete’ (kod Tokunage), gde se maltretiranje određuje sa aspekta počinioca. Ukoliko bi pisalo „voljno i ponavljano nanošenje štete” (Hinduja & Patchin, 2009, str. 5), onda maltretiranje određujemo po posledicama koje trpi žrtva (a koje su, možda, srećno izbegnute, pa će ispasti da (pokušaja) maltretiranja nije ni bilo).

(Ne)razlikovanje onlajn agresije od onlajn maltretiranja imaće efekte na načine merenja, tj. na sadržaj upitnika za merenje maltretiranja i viktimizacije, a onda i na rezultate istraživanja. Deo ovog problema vrlo lepo ilustruje pregledna studija autora iz SAD (Selkie et al., 2016), koji su pokušali da utvrde prevalencu sajbermaltretiranja među učenicima srednje i visoke škole u toj zemlji (to je uzrast od 11 do 18 godina). Ovi autori su izvršili pretragu velikih baza medicinskih članaka i članaka iz oblasti društvenih nauka, koji pružaju podatak o prevalenci onlajn maltretiranja na uzrastu od 11 do 18 godina; istraživanja su inače pokazala da je u tom periodu adolescencije maltretiranje najučestalije. Iz analize su isključena istraživanja koja su se bavila isključivo učenicima sa invaliditetom ili LGBTQ učenicima, jer je poznato da su oni u većem riziku od maltretiranja, tako da to nije moglo da ‘odvuče’ rezultate. Konačna analiza je sprovedena na rezultatima 58 studija (81 članak, ali su neki odnosili na isto istraživanje). Dobijena je sledeća zastupljenost: sajbermaltretiranje, odnosno izvršenje akta, 1 do 41 procenat; viktimizacija 3 do 72 procenta (Selkie et al., 2016). Kako autori objašnjavaju ovako veliku varijabilnost u prevalenci izvršenja i viktimizacije? Prva stavka je upravo problem kojim smo se bavili od početka: nekonzistentno definisanje je dovelo do toga da su studije merile različite ishode. Dati su primeri gde se vidi da su neki istraživači pitali za ponavljane pokušaje povređivanja (tu je prevalenca viktimizacije bila 9 procenata), a neki samo o korišćenju tehnologije u svrhe maltretiranja, pretnji ili posramljivanja (tu je prevalenca viktimizacije bila 31 procenat) (Selkie et al., 2016, str. 7). Mogli bismo reći da je u prvom primeru mereno onlajn maltretiranje, ali u drugom, najverovatnije, velikim delom onlajn agresija. Velika varijabilnost rezultata objašnjena je i time što su ispitanici bili pitani da se prisete različito dugih perioda (npr. u poslednja tri meseca ili u poslednjih godinu dana ili bilo kada); različitim načinom odgovaranja – negde su odgovori bili binarnog tipa, a negde je korišćena Likertova skala; i na kraju je postavljeno pitanje o pouzdanosti i valjanosti primenjivanih instrumenata. „Studije koje ispituju tradicionalno maltretiranje imaju prednost jer postoji konsenzus u vezi sa definicijom predmeta merenja, dok varijabilnost upitnika za merenje sajbermaltretiranja, najverovatnije, odslikava nepostojanje saglasnosti u vezi sa definicijom sajbermaltretiranja” (Selkie et al., 2016, str. 7). Iz ovog razloga su prethodne strane bile posvećene pokušaju razgraničenja onlajn agresije i onlajn maltretiranja.

Postoji nekoliko uloga koje osoba može igrati u onlajn maltretiran-

ju. Jasno je da postoje oni koji su nasilnici, odnosno počinioci, i oni koji su žrtve. Kao i kod tradicionalnog maltretiranja, postoji grupa i posmatrača, tj. svedoka, koja u slučaju sajbermaltretiranja može da bude vrlo brojna. Četvrta grupa su nasilnici-žrtve, osobe koje su i mete nasilja i nasilnici. Nasilnika-žrtava ima srazmerno malo u okvirima tradicionalnog maltretiranja; u digitalnom prostoru je ovu ulogu lakše igrati jer je žrtvi lakše da agresivno uzvraća na doživljeno nasilje (Law et al, 2012). Malopre smo videli različite procene prevalence nasilništva i viktimizacije; isto istraživanje iznosi da se preklapanje izvršenja i viktimizacije (kategorija nasilnik-žrtva) kretalo u rasponu od 2,3 do 16,7 procenata (Selkie et al., 2016). U jednom domaćem istraživanju na uzorku starijih adolescenata je čak 26 procenata ispitanika svrstano u grupu nasilnik-žrtva (na osnovu upitnika samoprocene; primarno nasilnika je bilo 6 procenata, a žrtvi 12,6%) (Opsenica Kostić i sar., 2015). Kada smo već pomenuli upitnike samoprocene, možemo reći i da većina studija podrazumeva ovaj način merenja sajbermaltretiranja; u dosta malom broju sprovedenih istraživanja korišćene su vršnjačke nominacije kao način merenja (oko 10 procenata dosadašnjih istraživanja), a još manji broj istraživača koristio je oba načina (prema Zych et al., 2016).

U vezi sa sajbermaltretiranjem moguće je proučavati faktore rizika, protektivne faktore i/ili posledice i kod počinioca i kod meta maltretiranja. Najpre će biti prikazana saznanja vezana za decu i adolescente. Za pružanje informacija o rezultatima dosadašnjih istraživanja, poslužićemo se, uglavnom, dvema novim preglednim studijama (Camerini et al., 2020; Zhu et al., 2021). Faktori rizika, kao i protektivni faktori, mogu biti svrstani u tri grupe: faktori ličnosti, faktori povezani sa korišćenjem medija i sredinski faktori. Odlike vezane za ličnost, koje doprinose riziku od onlajn viktimizacije u ranijim životnim dobima su depresivnost, socijalna anksioznost, granični poremećaji ličnosti, poremećaji ishrane, deprivacija spavanja i suicidalne misli i planovi (Camerini et al., 2020; Zhu et al., 2021). Takođe, istraživanja dosledno pokazuju da su devojčice i devojke u većem riziku od viktimizacije. Što se korišćenja medija tiče, više vremena provedenog onlajn i intenzivnije korišćenje onlajn društvenih mreža takođe povećavaju verovatnoću viktimizacije. Analiza sredinskih faktora može podrazumevati odnose u porodici, odnose sa vršnjacima i/ili odnose u školi i stav škole prema maltretiranju. Ovde su faktori rizika restriktivna roditeljska medijacija vezana za upotrebu novih medija, tj. neadekvatno nadgledanje aktivnosti, roditeljsko zanemarivanje i zlostavljanje, problemi

u komunikaciji (Camerini et al., 2020; Zhu et al., 2021). Što se tiče škole, istaknuti su faktori koji doprinose smanjenju viktimizacije (protektivni faktori; može se pretpostaviti da bi opoziti toga predstavljali rizik): generalno pozitivna klima u školi, koja podrazumeva percipirano poštenje i jednakost, uključenost roditelja, dobri interpersonalni odnosi između učenika i učenika i nastavnika (Camerini et al., 2020). Koje odlike su povezane sa izvršenjem maltretiranja? Neadekvatna regulacija emocija, depresivna osećanja, ljutnja i anksioznost, kao i različiti problemi u ponašanju: agresivno ponašanje, zloupotreba supstanci, krađe, samopovređivanje, česte su odlike počinitelaca (Camerini et al., 2020). Takođe, stariji tinejdžeri, oni koji imaju više od 15 godina, češće su izvršioc, u odnosu na mlađe (Zhu et al., 2021), a počinioci imaju i niže nivoe empatije (Zych et al., 2019; takođe pregledna studija). Za korišćenje medija i izvršenje važi isto što i za viktimizaciju – veća izloženost povećava verovatnoću pojave. Među faktorima okruženja izdvaja se preterana roditeljska kontrola – autoritarno roditeljstvo, a neadekvatno porodično funkcionisanje doprinosi pojavi izvršenja, kao i viktimizaciji, s tim što se kod izvršenja pominju i roditeljsko nasilje i konflikt između sibringa (Camerini et al., 2020) – sasvim razumljivo, jer se radi o izloženosti modelu nasilja u odnosima. Odnos između popularnosti pre izvršenja akta maltretiranja i izvršenja ima oblik U krive – među počiniocima sajbermaltretiranja ima više onih sa visokom ili niskom popularnošću među vršnjacima (u odnosu na adolescente srednjeg nivoa popularnosti), mada su, verovatno, razlozi za maltretiranje drugih različiti kod popularnih i nepopularnih učenika (Camerini et al., 2020). Postoje studije koje ukazuju da popularnost počinioca raste nakon izvršenja akta (Wegge et al., 2016; prema Camerini et al., 2020). Dalje, snažan uticaj vršnjaka, ali i vršnjačko odbacivanje, značajni su prediktori izvršenja. Tradicionalno maltretiranje je povezano sa sajbermaltretiranjem, na ovom uzrastu (deca i adolescenti). Izvršenje tradicionalnog maltretiranja, kao i viktimizacija u oflajn okruženju, značajni su prediktori istih uloga u digitalnom prostoru. Neki protektivni faktori (u vezi sa školskom klimom) već su pomenuti. Među osobinama ličnosti, čini se da je viša emocionalna inteligencija važna za neuključivanje u izvršenje maltretiranja, a istovremeno predstavlja i protektivni faktor u doživljavanju maltretiranja (Zhu et al., 2021; Camerini et al., 2020). Značajni protektivni faktori i za izvršenje i za viktimizaciju su bliski odnosi sa roditeljima i otvorena komunikacija između roditelja i dece. Treba pomenuti i da neke studije ne nalaze značajnu povezanost između roditeljskog nadgledanja i uključenosti u sajbermaltretiranje (Zhu et al., 2021). Moguće je da se kod starijih adolescenata, koji imaju veću

autonomiju, neposredno roditeljsko nadgledanje aktivnosti više ne odvija ni u jednoj sferi, pa ni u onlajn aktivnostima. Instruktivna i aktivna roditeljska medijacija (zajedničko korišćenje i razgovori o korišćenju) izdvojena je kao protektivni faktor u nekim studijama, a restriktivna kao faktor rizika (kao što je ranije navedeno), ali je moguće da su ovi faktori značajni (samo) kod dece i mlađih adolescenata⁵⁷.

I ostaje nam ono zbog čega je sajbermaltretiranje jedna od najzloglasnijih pojava digitalnog prostora – posledice viktimizacije. Najčešće posledice, i to ne samo trenutne, već utvrđene i longitudinalnim studijama, jesu socijalna aksioznost, usamljenost i depresivna osećanja (prema Camerini et al., 2020). Manje studija izveštava o emocionalnim problemima, negativnim mislima o sebi, nepoverenjem i percepcijom da osobi nešto nedostaje (engl. defectivness), negativnoj slici tela i pojavi ljutnje nakon doživljavanja onlajn maltretiranja. Doduše, aksioznost, usamljenost i depresija su i daleko najčešće istraživane pojave u vezi sa sajberviktimizacijom. Moguća je i zloupotreba supstanci i pojava somatskih problema (prema Dorol–Beauroy-Eustache & Mishara, 2021). Vrlo je značajan i rezultat da učestala viktimizacija vodi ka nižem stepenu socijalne podrške od roditelja i prijatelja, a ka višem stepenu vršnjačkog odbacivanja (Smokowski et al., 2014). Ono što najviše zabrinjava jeste pojava suicidalnih misli, pokušaja suicida, samopovređivanja i samog suicida. Kod adolescenata koji percipiraju doživljeno maltretiranje kao ozbiljno (kao tešku povredu) tri puta je verovatnija pojava suicidalnih misli i pokušaja (Hinduja & Patchin, 2018). Veća učestalost sajberviktimizacije je povezana sa učestalijim suicidalnim mislima i samopovređivanjem, čak i godinu dana nakon događaja (prema preglednoj studiji Dorol–Beauroy-Eustache & Mishara, 2021). Ovo je vrlo značajno, jer postoje indicije

57 U istraživanju sprovedenom 2012. godine u našoj zemlji utvrđeno je da „polovina učenika, bar što se tiče roditelja, ima neograničen vremenski pristup internetu i nisu savetovani kako da koriste internet. Roditelji uglavnom odustaju od nadzora, pogotovu što su deca starija” (Kuzmanović i sar., 2016, str. 113; uzorak ispitanika (učenici, roditelji i nastavnici) iz 34 osnovne i srednje škole u Srbiji, stratifikovan po regionu, veličini mesta i tipu škole. Da se rezultati na ovom polju pomalo menjaju sa vremenom pokazuje istraživanje *EU kids online*. Istraživanje je sprovedeno u 19 zemalja, od jeseni 2017. do leta 2019. godine, a ispitanici su bili uzrasta 9 do 16 godina, učestovala je i Srbija (Smahel et al., 2020). U 12 zemalja više od polovine dece i adolescenata je izvestilo da roditelji često ili ponekad razgovaraju sa njima o korišćenju interneta, što spada u aktivnu medijaciju. Konkretno za Srbiju procenti su sledeći: 40% u kategoriji često ili vrlo često; 26% ponekad; 33% nikad (Smahel et al., 2020, str. 108). Naravno, postoje razlike u odnosu na uzrast: sa decom od 9 do 11 godina roditelji iz Srbije su često ili ponekad razgovarali u 72 procenata slučajeva; naspram 58 procenata na uzrastu od 15 do 16 godina.

da, kao što je malopre rečeno, osobama koje su ponavljano žrtve počinje da ponestaje podrške roditelja i prijatelja. Određeni faktori rizika za pojavu ovih najtežih posledica onlajn viktimizacije su: stepen distresa, prisustvo negativnih emocija, usamljenost, prethodni problemi sa mentalnim zdravljem, nasilno ponašanje i zloupotreba supstanci, neke nepovoljne fizičke karakteristike kao što je gojaznost, seksualna orijentacija (različita od heteroseksualne) i, najverovatnije, pol – čini se da su devojke sklonije suicidalnim mislima, pokušajima i samopovređivanju (Dorol–Beauroy-Eustache & Mishara, 2021).

Nasuprot ekstenzivnom istraživanju sajbermaltretiranja kod adolescenata, istraživanja na populaciji odraslih su dosta retka. Osim toga, većina tih istraživanja je sprovedena na studentima (Jenaro et al., 2018), koji ispunjavaju samo hronološki kriterijum za svrstavanje u odraslo doba (samim tim što još uvek nisu završili svoje školovanje oni pre pripadaju odraslom dobu u nastajanju). Među istraživačima generalno prevladava stav da je pojava sajbermaltretiranja manje učestala na univerzitetu, nego u školama, mada ima i onih istraživanja koja pokazuju sličnu prevalencu (Jenaro et al., 2018). Dobar deo istraživanja na (mladim) odraslim osobama zapravo ne ispituje onlajn maltretiranje uopšte, već sajber-zlostavljanje od strane partnera – čini se da je to dominantna forma onlajn maltretiranja na ovom uzrastu (prema preglednoj studiji Kristine Dženaro i saradnika; Jenaro et al., 2018). Što se posledica tiče, najupadljivija je depresija, i to podjednako zastupljena kod oba pola. Nisu sve žrtve podjednako pogođene: od situacionih karakteristika najvažnija je socijalna podrška, kao protektivni faktor, a od osobina ličnosti značajne su emocionalna inteligencija, saradljivost, empatija, strategije prevladavanja i optimizam. Kod žena su problemi sa mentalnim zdravljem često posredovani ruminacijom (prema Jenaro et al., 2018). Ukoliko je onlajn maltretiranje vezano za posao, mogu se javiti zdravstveni problemi i nezadovoljstvo poslom. Čini se da u sajbeoprostoru onlajn nasilje i češće doživljavaju i češće vrše muškarci; mada ima i studija koje pokazuju da su u većem riziku od maltretiranja žene – možda se radi o razlici između maltretiranja uopšte i partnerskog onlajn maltretiranja, pošto žene jesu vulnerabilnije za ovo drugo. Upuštanje u rizičnu i/ili anonimnu onlajn komunikaciju doprinosi verovatnoći javljanja viktimizacije, kao i slabije socijalne veštine i veštine komunikacije (Jenaro et al., 2018). Slabije socijalne veštine su i moguće karakteristike izvršioca, uz depresiju, impulsivnost, psihopatiju, traženje uzbuđenja. Onlajn nasilnici su često uključeni i u oflajn nasilje, a mogući

su i problemi sa zloupotrebom supstanci. Sve ovo je zapravo dosta slično odlikama nasilnika u adolescentnom periodu, uključujući i nisku empatiju prema žrtvama. Značajno je, a i zabrinjavajuće, da su posmatrači (engl. bystanders) zaista više (pasivni) svedoci onlajn maltretiranja, nego učesnici (Selkie et al., 2016). Neki istraživači smatraju da nereagovanje posmatrača može uvećati štetne efekte maltretiranja na žrtvu (Brody & Vangelisti, 2016). Ukoliko se neko od posmatrača suprotstavi nasilniku i podrži žrtvu, tj. ukoliko eksplicitno uskrati podršku maltretiranju (engl. dissenter effect), stvara se klima da i drugi reaguju na isti način (Anderson et al., 2014). Ovakvo aktiviranje posmatrača je efikasan način za sprečavanje maltretiranja. Međutim, da bi se to dogodilo, posmatrači treba da osećaju povezanost sa žrtvom i treba da veruju da su oni sami bezbedni, da neće postati (nove) žrtve (prema Jenaro et al., 2018). Jedno istraživanje ukazuje da za neaktivne posmatrače postoji veća verovatnoća da će postati žrtve ili agresori, dok je za posmatrače koji intervenišu suprotno (Ferreira et al., 2016). Može se pretpostaviti da posmatrači koji intervenišu imaju više empatije i bolje socijalne veštine, što bi trebalo da ih sačuva i od uloge žrtve i od uloge nasilnika.

Dakle, sajbermaltretiranje može imati vrlo ozbiljne posledice ukoliko meta nasilja postane vrlo (ili ekstremno) uznemirena i/ili ako se boji potencijalnih efekata incidenta (Finklehor et al., 2000), što je češće ispitivano na uzorcima adolescenata, nego kod odraslih. I programi prevencije sajbermaltretiranja su brojniji za adolescente, za školsku populaciju. Programi se razlikuju po tome koliko su interaktivni (da li se samo pružaju informacije ili postoje i aktivnosti koje se izvode) i po tome da li uključuju nastavnike i/ili roditelje učenika. To jest, rečima autora nove pregledne studije, razlikuju se po fokusu na intrapersonalno učenje, interpersonalno učenje ili na aktivnostima usmerenim na zajednicu (Lan, 2022). Nažalost, ova studija pokazuje da su efekti programa, u celini gledano, dosta skromni. Konkretno, programi koji uključuju interpersonalne interakcije i aktivnost učesnika, koji su namenjeni i učenicima i nastavnicima, pokazuju određenu delotvornost u prevenciji izvršenja i viktimizacije (Lan, 2022). Jednostavno pružanje informacija, kao što se moglo i pretpostaviti, nije dovoljno.

Nešto zanimljivo

S obzirom na specifičnost teme, možda i ovde treba naglasiti da zanimljivo ne znači da je nešto ujedno i zabavno. (Ovim se ne negira da ljude zaista privlači nasilje, odnosno da je nekim ljudima nasilje zabavno, kao što to konstatuje Tarantino. Ali tim aspektom pitanja se na bavimo u ovoj knjizi.) Jednostavno treba pomenuti još neke fenomene vezane za nasilje onlajn, važne (interesantne) sa naučnog aspekta.

Onlajn nasilje prema samom sebi. Kao što je pomenuto u tekstu o onlajn agresiji, Svetska zdravstvena organizacija u određenje nasilja uključuje i pretnju ili akciju prema samom sebi – tu su žrtva i počinitelj jedno⁵⁸. SZO procenjuje da oko 50 procenata svih smrti izazvanih nasiljem čine smrti gde je nasilje samonaneto (WHO, 2002; prema Pickard, 2015). Međutim, monografije koje se bave nasiljem često potpuno izostavljaju ili vrlo malo mesta posvećuju nasilju prema sebi (engl. self-directed violence) (Pickard, 2015). „[...] uprkos tome što je Svetska zdravstvena organizacija (SZO) prepoznala da nasilje može biti samonaneto, društvu je teško da uopšte konceptualizuje samopovređivanje i samoubistvo kao nasilje” (Pickard, 2015). Nasilje prema sebi se odvija i u onlajn kontekstu i zaista nije dovoljno proučeno. Što se samopovređivanja tiče, postoji bojazan da sadržaji koji prikazuju samopovređivanje (engl. self-harm content) na društvenim mrežama vode ka pokušajima imitiranja i ‘glamurizaciji’ samopovređivanja (prema Winter & Lavis, 2020). Međutim, izgleda da ovakve sadržaje postuju i da im pristupaju pre svega mladi sa prehodnom istorijom samopovređivanja (Jacob et al., 2017; Lavis & Winter, 2020). Postovanje, često, služi normalizaciji samopovređivanja; pri tom se postuju fotografije, koje imaju značajnije efekte nego tekstualni opisi. „Fotografije izazivaju fizičke reakcije i inspirišu ponašanje [...] Pregledavanje fotografija” (uglavnom na platformama koje omogućavaju anonimno deljenje) „ima ključnu ulogu u samopovređivanju mnogih mladih ljudi, kao deo rituala” (Jacob et al., 2017, str.140). Nažalost, vrlo su ograničene mogućnosti prevencije i intervencija samopovređivanja onlajn. Ukoliko bi se preduzele akcije uklanjanja sadržaja (teksta, slika, videa) koji prikazuju samop-

58 Ako je potrebno podsećanje, definicija glasi ovako: „namerno korišćenje fizičke snage ili moći, kao pretnja ili akcija prema samom sebi, prema drugoj osobi ili prema grupi ljudi ili čitavoj zajednici, što bi moglo da rezultira ili rezultira povredom, smrću, psihološkim posledicama, nerazvijenošću ili deprivacijom” (WHO, 2002).

ovređivanje postoji mogućnost da bi to imalo negativne efekte, jer se mladi ljudi mogu okretati društvenim medijima i da bi razumeli svoje ponašanje i zatražili pomoć (Lavis & Winter, 2020). Iako postoji opravdana bojazan da se značajan deo interakcija odvija u smeru podstcanja ili opravdavanja samopovređivanja, neka istraživanja pokazuju da učesnici često razmenjuju informacije u vezi sa smanjivanjem nagona za samopovređivanjme ili ideje kako zameniti ovaj akt drugim, koji ne podrazumeva nasilje (Lavis & Winter, 2020). Kada je suicid u pitanju, najveću opasnost predstavljaju prosuicidni veb-sajtovi, a po štetnim efektima nisu mnogo daleko ni pro-anoreksija (pro-ana) sajtovi. Dobar deo ovih sadržaja pripada dark web-u i ne može mu se pristupiti preko tradicionalnih pretraživača. Te domene digitalnog prostora (a i druge skrivene oblasti) odlično je opisao Džejsmi Bartlet u svojoj knjizi *Dark Net* (Bartlet, 2016). “Kada sam prvi put pose- tio te stranice, bio sam preneražen izgladnelim telima, blaziranim razgovorima o smrtonosnim koktelima ili ljudima koji traže samoubilačke pak- tove, eksplicitnim fotografijama samopovređivanja. To sve brzo izbledi” (Bartlet, 2016, str. 210). Radi se o tome što sve savete, trikove i metode za izgladnjivanje, samopovređivanje i samoubistvo, za nasilje prema sebi, iznosi naizgled brižna zajednica, kojoj osoba oseća da pripada (‘drugi ljudi koji su kao ja’).” Moglo bi se reći da gotovo svaki postupak, bez obzira koliko pogrešan i štetan, brzo može postati prihvatljiv – pa čak i pohva- lan – ako verujete da i drugi to isto rade.” (Bartlet, 2016, str. 210)⁵⁹. Iako je važno da ljudi imaju mesto (u onlajn kao i u oflajn prostoru) gde mogu otvoreno da govore o samopovređivanju, samoubistvu i poremećajima ish- rane, veliki je broj neobučenih, bolesnih ili zlonamernih ljudi koji slušaju, nude savete i informacije. Digitalni prostori koji se bave nasiljem prema sebi ne mogu biti korisni svojim posetiocima ukoliko nemaju stručne i iskusne moderatore. Naprotiv.

Drugi oblici nasilja. Najpre treba pomenuti da ima autora koji

59 Postoji domaće istraživanje korišćenja digitalnih tehnologija na nacionalno reprezentativnom uzorku učenika; publikacija je dostupna na https://www.unicef.org/serbia/media/12511/file/koriscenje_interneta_i_digitalne_tehnologije_kod_dece_i_mladih_u_Srbiji.pdf. Između ostalog, tu možete pročitati sledeće: „59% učenica i 54% učenika uzrasta 14-17 godina videlo je sadržaje sa načinima na koje čovek može sebe da povredi; 57% učenica i 38% učenika istog uzrasta videlo je sadržaje sa načinima na koje se može postati mršav odnosno sadržaje koji ohrabruju anoreksična i bulimična ponašanja (engl. pro-ana i pro-mia sadržaji); 57% učenica i 47% njih videlo je sadržaje sa tuđim iskust- vima uzimanja droge. Kako se može počinuti samoubistvo na internetu je videlo 44% devojčica i 36% dečaka istog uzrasta.“ (Kuzmanović i sar., 2019).

partnersko nasilje onlajn (koje smo pominjali) izdvajaju kao poseban oblik nasilja, tj. ne razmatraju ga u okviru sajbermaltretiranja. Partnersko maltretiranje onlajn podrazumeva ponašanja usmerena ka kontroli, praćenju, prinudi, uznemiravanju i/ili uhođenju ljubavnog partnera (engl. dating partner) korišćenjem digitalne tehnologije kao i onlajn nadzora partnera. Ova ponašanja su pokrenuta anksioznošću, kao dimenzijom afektivne vezanosti, besom, ljubomorom i drugim negativnim emocijama (prema Paat & Markham, 2020). Jasno je da su ovo ponavljana ponašanja koja mogu da budu vrlo različita po vrsti i stepenu nasilja, kao i po efektima na metu (žrtvu). Postoji i niz oblika nasilja vezanih za seksualne sadržaje. Tu spada seksualni napad na daljinu (zapravo je engleski termin vrlo ilustrativan, ali se ne može prevesti na srpski, sextorsion, od reči sex i extortion – ucena). Ovde izvršilac dolazi u posed seksualno eksplicitnih sadržaja koji uključuju žrtvu, na različite načine (npr. žrtva se možda dobrovoljno upustila u sajberseks sa izvršiocem, ne verujući da će sadržaj biti snimljen i korišćen za ucenu ili joj je hakovan pasvord za pristup ličnim fotografijama ili, recimo, kamera). Izvršilac preti da će objaviti te fotografije ili video-materijale, ukoliko žrtva ne pristane na onlajn seksualne aktivnosti, produkciju pornografskog materijala ili na (oflajn) seksualne odnose (Paat & Markham, 2020). Pritom izvršilac stalno podseća žrtvu na moguće posledice ‘neposlušnosti’. Ova vrsta nasilja ima vrlo ozbiljne posledice – strah, bespomoćnost, stid, očaj. Za seksualne aktivnosti je vezan još jedan čest oblik nasilja, koji je postojao i ranije, ali je sa novim tehnologijama dobio veliki zamah – osvetnički porno klipovi (engl. revenge porn). Radi se o deljenju seksualno eksplicitnog elektronskog materijala bivših partnera, kojem su posvećeni i celi sajtovi (kako u inostranstvu, tako i kod nas...). Ukoliko neko ko poznaje žrtvu naiđe na ove materijale ili žrtva na drugi način sazna da su seksualno eksplicitne fotografije ili klipovi objavljeni, vrlo verovatno će biti pokrenute negativne posledice. (Kratko razmatranje onlajn seksualnih aktivnosti je ostavljeno za poslednje poglavlje – *Problematične i zdrave posete sajberpstoru*. Ove aktivnosti se ne smatraju uvek problematičnim, ali zaista mogu da postanu oruđe nasilja.) S nasiljem može biti povezan i fenomen ‘ketfšinga’ (engl. catfishing). U suštini, to je obmana (koja ne mora da ima za cilj bilo kakvo nasilje) – proces tokom kojeg se jedna osoba pretvara da je neko drugi, obično ciljajući pojedinca, drugi osobu (ili, da kažemo, žrtvu), mada obmanjivač može da bude usmeren i na grupu. Motivi za ketfšing mogu da budu dosada, usamljenost, nesigurnost, osveta, ali i neka vrsta eksploatacije. Ketfšing je nasilje ukoliko se odvija s ciljem da se meta kompromituje, da joj se nanese šteta (emocionalna ili materijalna). Postoji mnogo životnih primera ketfšin-

ga; u vreme nastanka ovog rukopisa bio je aktuelan (konkretan) prevarant sa Tindera (poznat u medijima kao ‘Tinder swindler’), koji je svojim dobro osmišljenim obmanjivanjem žena na prevaru uzeo, navodno, čak 10 miliona dolara. Ukoliko je diskutabilno da li je uzimanje novca na prevaru nasilje, možemo dodati da je nekim žrtvama, nakon što su shvatile prevaru, prećeno da ćute. Ketfišing može da bude uvod u seksualni napad na daljinu (sextortion) ili deo gruminga, koji je pominjan u vezi sa šerentingom.

Na kraju treba reći i nekoliko reči o sajberuhođenju (engl. cyberstalking). To je korišćenje interneta i uređaja IKT za nadgledanje ili uznemiravanje druge osobe na način koji je preteći i/ili zastrašujući (Marcum & Higgins, 2021). Ovaj fenomen je tesno povezan sa uhođenjem oflajn. Domaći krivični zakonik prepoznaje uhođenje od 2017. godine; termin koji se koristi je proganjanje, a obuhvata i sajberuhođenje ili proganjanje u digitalnom prostoru. To je član 138a, koji glasi: „Ko u toku određenog vremenskog perioda uporno: 1) drugo lice neovlašćeno prati ili preduzima druge radnje u cilju fizičkog približavanja tom licu protivno njegovoj volji; 2) protivno volji drugog lica nastoji da sa njim uspostavi kontakt neposredno, preko trećeg lica ili putem sredstava komunikacije; 3) zloupotrebljava podatke o ličnosti drugog lica ili njemu bliskog lica radi naručivanja robe ili usluga; 4) preti napadom na život, telo ili slobodu drugog lica ili njemu bliskog lica; 5) preduzima druge slične radnje na način koji može osetno da ugrozi lični život lica prema kome se radnje preduzimaju, kazniće se [...]”⁶⁰. Kazne su različite (teže) ukoliko je, kako se pravnici izražavaju, ‘ugrožen život, zdravlje ili telo’ ili ako je nastupila smrt, kao ishod proganjanja. Možda se može reći da je sajberuhođenje (samo) uhođenje koje koristi izvore na internetu za sakupljanje informacija, praćenje i/ili kontakt sa žrtvom (McGrath & Casey, 2002), odnosno da je to zaista samo deo/aspekt šireg fenomena uhođenja. Bilo da se radi o aspektu već postojećeg fenomena ili o zasebnom entitetu, sajberuhođenje ‘podiže proganjanje na novi nivo’, jer digitalna prostranstva pružaju velike mogućnosti progoniteljima. Ozbiljan problem može nastati iz težnje nekih mladih ljudi da budu popularni onlajn i da zarađuju novac putem onlajn društvenih mreža – da budu influencersi. U nastojanjima da to dostignu otkrivaju previše detalja iz svog ličnog života, plan svog kretanja, a zakazuju i sastanke sa pratiocima-obožavaocima. Neki mladi ljudi jednostavno strimuju kako provode (ceo) dan. Pri tom je poželjno obraćati se publici, koja zaista može biti raznolika i može različito da tumači poruke koje se šalju. Ovakvo ponašanje olakšava, možda bismo

mogli reći i ohrabruje, ‘približavanje tom licu protivno njegovoj volji’. Iako sajber-proganjanje može biti usmereno prema bilo kojoj osobi, ostavljanje ličnih informacija generalno čini ljude vulnerabilnim za ovu vrstu nasilja. Takođe, poznate ličnosti su, čini se, češće mete uhođenja. Progonitelj ne mora da preti, on može (samo) da šalje neželjene poklone; pravi pritisak je svest mete o tome da neko pomno prati njen život, uz neizvesnost šta bi mogao biti sledeći korak opsesivnog obožavaoca. Generalno, za smanjenje rizika od sajberuhoda preporučuje se aktivno čuvanje privatnosti onlajn, kroz podešavanja privatnosti u softverima i aplikacijama, kao i kroz instaliranje posebnih softvera koji štite IKT uređaje i mrežu koje osoba koristi (Barton, 2016). Na žalost, sve ovo može biti nedovoljno. Dobra ilustracija toga šta su sve obožavaoci spremni da izvedu je hapšenje mladića u Japanu koji je uhodio i seksualno napao mladu pop zvezdu, za koju je saznao gde živi tako što je prepoznao stanicu reflektovanu u njenom oku, sa selfija koji je postovala onlajn⁶¹.

61 <https://www.bbc.com/news/world-asia-50000234>

PROBLEMATIČNI BORAVCI U SAJBER PROSTORU

*Sve stvari su otrovne i ništa nije bez otrova;
samo je doza ono što čini da neka stvar nije otrov.*

Paracelzus

Ovo poglavlje je najveći izazov za pisanje, odnosno za objašnjavanje fenomena kojim se bavi. Ima toliko različitih, specifičnih domena sajberprostora da je teško bliže odrediti šta je problematična upotreba interneta – problematičan boravak u sajberprostoru – uopšte. Verovatno je većina čitalaca čula za termin ‘zavisnost od interneta’. Sa mog, neizbežno subjektivnog, stanovišta, ovo je relativno ‘prazan pojam’ – ne govori nam gotovo ništa o specifičnosti fenomena. (Ovaj stav, koji nije samo moj i koji ću se potruditi da obrazložim, sasvim sigurno određuje sadržaje uključene u ovaj deo teksta.) Internet je sistem računarskih mreža. Uopšte ne tvrdim da osoba ne može da doživi stanje slično apstinencijalnoj krizi ako joj je onemogućen pristup internetu (izražena tuga, anksioznost ili iritabilnost) – može, i to vrlo intenzivno. Važna kritika koncepta zavisnosti od interneta polazi od toga da je usmeravanje ‘krivice’ na internet, a ne na specifičnu onlajn aktivnost, obmana – problem nije internet per se, nego specifičan sadržaj koji osoba traži onlajn (Shaffer et al., 2000; prema Morahan-Martin, 2007). I prema ovom stavu možemo biti kritični (mada dijagnostičarima ovo, možda, neće biti važno) – da li je specifičan onlajn sadržaj ono što treba da bude u fokusu? Šta to osobi, zapravo, nedostaje? Gde bi ‘otišla’ i šta bi radila da ‘ima’ internet, i još važnije – zašto? Napravićemo kratku digresiju, potreban nam je primer.

Ovaj uvod u sajberpsihologiju ne uključuje poglavlje o gejmingu

– o igranju kompjuterskih igara. Razlog je, između ostalog, i praktičan – zbog ograničenog vremena za pisanje, pored opštih tema, trebalo je odabrati samo nekoliko najvažnijih, aktuelnih i konkretnih pitanja, i izbor je pao na društvene mreže, onlajn nasilje i ovo poslednje pitanje – određenje problematičnih boravaka u digitalnom prostoru. Gejming je vrlo složen fenomen (i moja omiljena predstava u ‘magičnom pozorištu’), fenomen koji može imati brojne pozitivne ishode, tako da se osećam prilično krivom što prvo značajnije mesto u knjizi dobija ovde (pokušaću da se bar malo iskupim u odeljku *Nešto zanimljivo*). Međutim, istini za volju, od svih aktivnosti u koje se osoba može upuštati kada dospe u sajberprostor, samo je ‘poremećaj igranja kompjuterskih igara’ dobio svoju dijagnostičku kategoriju u Internacionalnoj klasifikaciji bolesti Svetske zdravstvene organizacije 2018. godine (International Classification of Diseases, ICD-11). Druga poznata klasifikacija je ona koju određuje APA, Američka asocijacija psihijatarata - Dijagnostički i statistički priručnik za mentalne poremećaje (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, DSM) i tu se, za sada, opreznije navodi da je poremećaj igranja igara fenomen koji zahteva još istraživanja da bi se zaključilo da li je to stanje *specifičan* mentalni poremećaj^{62, 63}. Psihodijagnostika ne spada u moje kompetencije, tako da ćemo se zadržati samo na sledećem – jedan deo stručnjaka smatra da ima osnova za tvrdnju da, pod određenim uslovima, gejming može predstavljati vrlo problematičan boravak u sajberprostoru. Koji su to uslovi? Osoba ima narušenu kontrolu nad igranjem (tj. vrlo joj je teško da prekine igranje), daje sve veći prioritet igranju u odnosu na druge aktivnosti i ranije interese, tako da igranje postaje aktivnost kojoj se sve drugo podređuje. Takođe, osoba nastavlja da igra (ili čak igra još više) uprkos negativnim posledicama po svoje funkcionisanje. Da bi ovakav obrazac ponašanja bio dijagnostikovao kao poremećaj igranja igara, SZO smatra da je neophodno da on bude očigledan najmanje dvanaest meseci i da je doveo do značajnih negativnih posledica u ličnoj, porodičnoj, društvenoj, obrazovnoj, profesionalnoj ili drugoj važnoj oblasti funkcionisanja. Šta nam ovaj primer

62 Da podvučemo još jednom, zavisnost od interneta *nije* dijagnostička kategorija.

63 Vrlo informativno sumiranje kontroverzi oko definisanja gejminga kao poremećaja možete pročitati u članku Darie Kus i saradnika *Chaos and confusion in DSM-5 diagnosis of Internet Gaming Disorder: Issues, concerns, and recommendations for clarity in the field* (Kuss et al., 2017). Časopis *Journal of Behavioral Addictions* je u istom broju objavio i komentar Vladana Starčevića *Internet gaming disorder: Inadequate diagnostic criteria wrapped in a constraining conceptual model* (Starcevic, 2017). Kompletne reference nalaze se na spisku korišćene literature.

može reći o odlikama problematičnog boravka u digitalnom prostoru? Zapravo, ništa novo, ništa što već nismo znali o problematičnim ponašanjima generalno, a reklo bi se da nismo saznali ništa specifično za gejming. Bilo koje ponašanje, u fizičkom ili onlajn svetu, nad kojim osoba ima slabu kontrolu, koje ima upadljivo negativne posledice po funkcionisanje i koje perzistira kroz duži vremenski period, jeste problem. Na ovaj način, problematičan boravak u sajbe prostoru može predstavljati i upotreba onlajn društvenih mreža, gledanje pornografije onlajn, gledanje zabavnih sadržaja onlajn, sajberseks, klađenje onlajn, onlajn kupovina i nadmetanje na onlajn aukcijama, zapravo svaka onlajn aktivnost može (i ne mora) da bude problematična. Kada je konkretno u pitanju gejming, osoba igra zato što postiže gratifikaciju, taj deo nije diskutabilan. Ali gratifikacija se u gejmingu može postići na različite načine (Errity et al., 2016). Možda je najlakše da se ponovo pozovemo na teoriju samoodređenja, koja je pominjana u vezi sa strahom od propuštanja. Prema toj teoriji, popularnost jedne video-igre je bazirana na njenom kapacitetu za ispunjavanje tri osnovne potrebe: potrebe za kompetentnošću, autonomijom i povezanošću sa drugima. Bilo koja od ovih potreba može da navede osobu da prekomerno igra, ali je igrač koji igra primarno zbog kompetentnosti (ljudi koji upadljivo teže ostvarivanju svih postignuća koja postoje u igri, što zahteva mnogo vremena, energije i veštine) drugačija osoba od igrača koji primarno igra zbog povezanosti sa drugima ili od igrača koji primarno igra zbog osećaja autonomije (jer mu, na primer, zdravstveno stanje oduzima taj osećaj). Svima može biti dijagnostikovana 'poremećaj igranja kompjuterskih igara', ali je pitanje da li su ti ljudi zaista dovoljno slični da bi bili u istoj kategoriji. Tek će biti ogromnih razlika ako sva problematična onlajn ponašanja upakujemo zajedno i nazovemo ih 'zavisnost od interneta'. Odnosno, ako se vratimo na početak ovog poglavlja, konkretno onlajn ponašanje koje dovodi do problema u funkcionisanju je važno, jer motivacija za ekscitivne boravke u različitim domenima sajbe prostora nije ista. Upravo smo došli do važnih pitanja koja još uvek pokreću diskusije: odnos prethodno postojećih problema i problematičnih ponašanja u digitalnom prostoru; i ideja/teorija o kompenzatornoj upotrebi interneta.⁶⁴ Da bismo to razjasnili,

64 Odličan tekst (rasprava) o problematičnoj upotrebi interneta predstavlja poglavlje „Upotreba i zloupotreba interneta i psihološki problemi” (Morahan-Martin, 2007; „Internet use and abuse and psychological problems”), iz knjige pod naslovom *Oksford priručnik psihologije interneta – Oxford handbook of internet psychology*. U tom trenutku, 2007. godine, činilo se da je naziv adekvatan (psihologija interneta). Novo izdanje knjige (iz 2019. godine) nosi naziv *Oksford priručnik sajberpsihologije - Oxford hand-*

ipak ćemo morati da se kratko pozabavimo i konceptom ‘zavisnosti od interneta’.

Internet adicija je, pod ovim nazivom, proučavana od kraja prošlog veka, kada je Kimberli Jang pokazala da postoje osobe čiji obrazac korišćenja interneta ispunjava kriterijume adicije (Young, 1996; Young, 1998). Ovo je bio pionirski rad na novom polju – ne gubite iz vida da sajbeprstor krajem prošlog veka i sajberprstor danas nisu isti, niti su uporediva znanja koja su postojala o psihološkim aspektima upotrebe sredstava IKT tada i sada (kao ni sama sredstva). Istraživači su pokušavali da pronađu termine za problematičnu upotrebu nove tehnologije koja je uočena kod nekih osoba. Neki od predloga su bili ‘preterano korišćenje tehnologije’ (engl. technological overuse), ‘zavisnost od kompjutera’ (engl. computer dependency) ili specifično – ‘opsesivno igranje video igrara’ (engl. obsesive video game playing; prema Young, 1998). Jang je svoj rad predstavila kao rešenje praktičnog pitanja: ne postoji dijagnostička kategorija u koju bi bili svrstani ljudi sa očiglednim problemima *vezanim za korišćenje interneta* (italik je moj) i ona je nudi. Daje joj ime ‘zavisnost od interneta’ (engl. internet addiction) i koristi DSM IV kriterijume za patološko kockanje, jer su, po njenom mišljenju, ova dva fenomena vrlo slična. „Koristeći patološko kockanje kao model, zavisnost od interneta može biti definisana kao poremećaj kontrole impulsa koji ne uključuje korišćenje supstance” (Young, 1998, str. 238). Dakle, osnovna pitanja koja su korišćena u istraživanju objavljenom 1998. godine, kao i aktuelna verzija testa⁶⁵, prate kriterijume drugog poremećaja – kockanja. (Ukoliko vas eksplicitno zanima koji su to kriterijumi lako ih možete naći pretražujući reči ‘patološko kockanje’ i ‘DSM’). Nešto kasnije je za ne-hemijske, bihevioralne adicije, set suštinski sličnih kriterijuma predložio Grifits, pokušavajući da postavi biopsihosocijalni okvir istraživanja zavisnosti (Griffiths, 2005). Ako se pažljivije pogleda, mogu se prepoznati svi krit-

book of cyberpsychology. Sadržaj novog priručnika (ne dajte da vas naziv zavara, radi se o gotovo 800 strana većeg formata) nije organizovan tako da se (samo jedno) posebno poglavlje bavi problematičnom upotrebom. Problematici aspekti su, koliko je potrebno/prikladno, obrađeni u okviru specifičnih tema knjige. Ipak, tekst koji je napisala Morahan-Martin je i petnaest godina kasnije sjajna rasprava i navodi vas na mnoga značajna pitanja za razmišljanje i istraživanje. Iako je poglavlje koje pišem nesumnjivo pod uticajem njenog teksta, on ovde nije i ne može biti prenet.

65 Test možete pogledati na <http://www.iitk.ac.in/counsel/resources/IATManual.pdf>.

erijumi kockanja iz DSM-a – oni su kod Grifitsa smešteni u manji broj širih kategorija. Radi se o specifičnostima koje treba da pomognu da se, grubo rečeno, ‘obično’ problematično ponašanje razlikuje od ozbiljnijeg problema – adikcije. To su: preokupiranost (engl. salience – mera u kojoj određena aktivnost postaje dominantna u životu osobe); kontrola emocija (engl. mood modification); tolerancija (engl. tolerance); apstinencijalni sindrom (engl. withdrawal; neprijatna psihološka i fiziološka stanja nastala prekidom ili iznenadnom redukcijom aktivnosti); postojanje konflikta (engl. conflict; može biti i interpersonalni i intrapersonalni); recidivizam, tj. povratak (engl. relapse; tendencija da se obrasci ponašanja, za koje se činilo da su prevaziđeni (‘izlečeni’) pojave opet, prema Griffiths, 2005). Pored ovakvog pristupa problematičnim boravcima u sajbeprstoru (oslanjanje na postojeće kategorije poremećaja – patološko kockanje ili zavisnost od supstanci), postoji i kognitivno-bihejvioralni pristup – značajno drugačije usmerenje, o kojem će posebno biti reči. (Interesantan pregledni rad o instrumentima za merenje zavisnosti od interneta je istraživanje Laconi et al., 2014; upravo tu je lako videti teorijsku osnovu upitnika). Vratimo se kriterijumima (bihejvioralnih) zavisnosti: verujem da vam oni zvuče sasvim umesno (na kraju krajeva, to jesu važni, ošteprihvaćeni, kriterijumi adikcije), ali i da shvatate problem istaknut na samom početku: oni nam neće pomoći da saznamo šta konkretno osoba radi onlajn, niti zašto. Istraživanja koja prate takve i slične kriterijume će ljude, koji iz značajno različitih razloga borave u različitim domenima sajberprostora, svrstati u istu grupu – grupu ‘zavisnika od interneta’. Kao što se još 2013. godine pitao Vladan Starčević, autor i koautor mnogih članaka koji se bave različitim problematičnim ponašanjima vezanim za upotrebu novih tehnologija: „Od čega su ‘internet zavisnici’ zavisni?” (Starcevic, 2013, str. 17). „Iako je internet adikcija postala široko korišćeni termin, naziv je pogrešan i trebalo bi da bude napušten” (Starcevic, 2013, str. 17). Napušten, zbog toga što je koncept vrlo heterogen i zbog toga što biti zavistan od interneta implicira zavisnost od ‘načina dostave’ (‘delivery mechanism’⁶⁶, Sim et al., 2012, prema Starcevic, 2013), od medija ili sredstva kojim se postiže nešto (pri čemu je važno to ‘nešto’, a ne sredstvo). Na taj način je ‘termin zavisnost od interneta’ smislen kao i termin ‘zavisnost od kazina’ (Starcevic, 2013, str. 17), ili, kako ja često kažem, ‘zavisnost od struje’ (Starčević pominje kazino, jer pravi poređenja sa patološkim kockanjem, koje, po

66 Možete razmisliti da li vam i zavisnost od igranja kompjuterskih igara liči na zavisnost od ‘načina dostave’.

njemu, jedino ispunjava sve kriterijume bihevioralnih zavisnosti (ti kriterijumi su nabrojani, setite se Grifitsa), a smatra da nije sigurno da pomenute kriterijume ispunjava ni zavisnost od interneta, ni druge predložene aktivnosti vezane za upotrebu interneta.) Međutim, treba priznati da je koncept internet adikcije podstakao mnoga istraživanja, koja jesu dovela do značajnih saznanja i uočavanja važnih problema vezanih za ekscesivne boravke ljudi u digitalnom prostoru (među kojima je i pomenuto neslavno izdvajanje gejminga; preporuka da se razmotri ekscesivna upotreba onlajn društvenih mreža, pošto su i mreže vremenom prepoznate kao specifičan digitalni prostor). Odnosno, pokrenute su mnoge debate koje su unapredile znanja na polju sajberpsihologije. Termin ‘zavisnost od interneta’ ne samo da je široko korišćen, već je i najviše zaživeo u odnosu na slične konstrukte, predložene samo nekoliko godina kasnije: patološka upotreba interneta (Davis, 2001; to je termin kognitivno-bihevioralnog modela o kojem će biti reči) i problematična upotreba interneta (Caplan, 2002; takođe kognitivno-bihevioralni pristup). Pored svega ovoga, i danas se u uglednim časopisima mogu pročitati naučni članci koji se bave ‘zavisnošću od interneta’. U tom smeru svakako dalje možete istraživati sami. Inače, istraživačima na polju negativnih psiholoških fenomena ‘zavisnost’ predstavlja privlačan (poznat?) pojam, pa je tako i intenzivna separaciona anksioznost u odnosu na mobilni telefon, tzv. nomofobija, dobila i drugi naziv (koji takođe nije dijagnostička kategorija...) – ‘zavisnost od mobilnog telefona’. Postoji vrlo interesantan članak (zapravo komentar na drugi tekst, koji se upravo bavio smartfon adikcijom), naslovljen: „*Dijagnostička inflacija*” neće rešiti taksonomske probleme u istraživanjima adiktivnih onlajn ponašanja (Starcevic et al., 2020). Autori zaključuju da „dijagnoze treba prvenstveno da se odnose na prisutnu disfunkciju unutar pojedinca, a ne tehnologiju koja tome doprinosi. Bolji pristup bi mogao biti ispitivanje interakcija između individualnih karakteristika i vulnerabilnosti i digitalnih tehnologija” (Starcevic et al., 2020, str. 918). Ovaj citat najbolje sumira jednu od najvažnijih poruka koju jedan nekliničar pokušava da vam prenese u ovom poglavlju. (Trebalo mi je ‘samo’ sedam strana autorskog teksta da nas dovedem do ovde. Nadam se da vrludavi put kojim smo išli ka ‘vidikovcu’ ipak smatrate, bar delimično, opravdanim.)

Dakle, proučavanje zloupotrebe interneta je brzo pokazalo da osobe sa izraženim problemima vezanim za korišćenje interneta imaju i brojne druge teškoće, uključujući depresiju, anksioznost, zloupotrebu supstanci,

kompulsivno seksualno ponašanje, visoke nivoe distresa, odnosno vrlo stresne životne događaje (prema Hernández et al., 2019; Morahan-Martin, 2007). Često se spominju i usamljenost, stidljivost, socijalna anksioznost, odnosno socijalna (ne)kompetentnost, impulsivnost, hostilnost (prema Anderson et al., 2017; Morahan-Martin, 2007). Kako razumeti odnos drugih problema i (ekscesivne) upotrebe interneta? Model ovog odnosa možete zamisliti kao kontinuum gde je na jednom kraju ideja da je ‘sve proisteklo iz upotrebe interneta’, upotreba interneta je (isključivi) uzrok različitih problema; na drugom kraju je ideja da je ‘sve proisteklo iz prethodno postojećih osobina i problema osobe’, pa je prekomerna upotreba interneta samo simptom nečeg drugog, ili jedna od posledica drugog, opštijeg problema ili poremećaja. Odgovor sa kojim ćete u psihologiji gotovo uvek najmanje pogrešiti je ‘interakcija’. U različitim situacijama karakteristike sajberprostora i karakteristike osobe različito doprinose pojavi problema; nije verovatno da se može naći jedna ‘razmera’ koja će važiti za sve. U složenom spletu osobina i okolnosti, nekada je zaista moguće da opcije koje daje internet mogu, malo po malo, da izvuku najdublje porive koji bi inače, bar kod nekih ljudi, ostali neispoljeni, a osoba van problema (pročitajte poglavlje *Tri klika* iz knjige *Darknet*, Bartlet, 2014; tekst je vezan za dečiju pornografiju, a ovde, pre svega, mislim na deo *Pregledači*). Opet, nije internet *stvorio* problem ni iz čega, ali je možda odigrao presudnu ulogu u manifestaciji. S druge strane, sigurno je da postoje i okolnosti kada osobine koje su postojale pre i nezavisno od interneta, na primer anksioznost i socijalna izolacija, privuku osobu digitalnom prostoru toliko snažno, da se iz toga može izroditi problematična upotreba (verovatno ne baš interneta u celini, već specifičnog domena). Jedna od hipoteza koju možemo smatrati podržanom je da usamljene ljude privlači sajberprostor (Morahan-Martin, 2007). Kod hronično usamljenih osoba je, najverovatnije, izraženija i samosvest, introverzija, socijalna inhibicija i osetljivost na odbijanje (Russell et al., 1980; Bruch et al., 1988; Solano & Koester, 1989; prema Morahan-Martin, 2007). Nedostatak socijalnih veština i negativna očekivanja u vezi sa socijalnim interakcijama značajno doprinose hroničnoj usamljenosti (Burger, 2004; prema Morahan-Martin, 2007). U digitalnom prostoru usamljene osobe mogu da kontrolišu svoju samoprezentaciju i interakcije na način koji ublažava deficit veština i negativna očekivanja. Onlajn anonimnost može da oslabi socijalnu inhibiciju, tako da će se usamljena osoba ‘otvarati’ onlajn i sklapati prijateljstva, čime će biti umanjen osećaj izolacije i eventualna depresivna osećanja. Međutim, sve ovo može dovesti do problematične upotrebe, tj. do takvih boravaka

u sajberprostoru koji značajno narušavaju funkcionisanje osobe van njega (jer osoba precipira da najbolje funkcioniše u sajberprostoru i ne želi da ga napušta).

Upravo su nas problemi koji koegzistiraju sa problematičnim onlajn ponašanjima doveli do ideje o kompenzatornoj upotrebi interneta. Već smo je i upoznali, ali ne pod tim imenom. Model kompenzatorne upotrebe pretpostavlja da teške, stresne životne situacije mogu da povećaju motivaciju za odlazak onlajn, koji je u funkciji stišavanja ili prevazilaženja negativnih osećanja. Srž problema, prema ovom modelu, jeste reakcija osobe na njenu životnu situaciju, koja je podstaknuta određenom onlajn aplikacijom (Kardefelt-Winther, 2014). Primer za ovo smo imali na kraju prethodnog pasusa – usamljena osoba odlazi u sajberprostor, gde ima mogućnosti za druženje, npr. na onlajn društvene mreže ili u onlajn igre. Ovo ponašanje će imati svoje benefite kroz socijalne interakcije koje osoba ostvaruje onlajn, ali može postati i ozbiljan problem, što je takođe već rečeno – osoba može potpuno odustati od interakcija u fizičkom svetu. Svođenje socijalne stimulacije samo na onlajn socijalnu stimulaciju nije pozitivan ishod za blagostanje ličnosti. Ono što model kompenzatorne upotrebe želi da naglasi je da upotreba interneta, čak i kada je problematična, nije kompulsivna, nema tu prirodu prisile koja postoji kod zavisnosti. To je razumljiv način i praktično sredstvo da osoba dobije nešto što joj treba. Međutim, navika da se potrebe ispunjavaju onlajn „može dovesti do negativnih posledica i simptoma nalik adikciji zbog količine kompenzacije koja je potrebna da bi se prevazišla negativna osećanja” (Kardefelt-Winther, 2014, str. 353). Za osobe koje imaju permanentna ograničenja u ‘stvarnom životu’, kao što su fizički hendikepi, i potreba za kompenzacijom može biti permanentna. Ovo ne znači da će osoba razviti patološke obrasce upotrebe interneta, već samo podvlači razliku između takvih slučajeva (stalna potreba za kompenzacijom) i slučajeva kada je osobi potrebna kompenzacija u nekom određenom, kraćem vremenu (tokom posebno stresnog perioda u životu). Tačno je da veći rizik postoji tamo gde je potreba za kompenzacijom permanentna, ali ‘u igri’ je mnogo različitih psihosocijalnih faktora. Jedna od važnih implikacija teorije jeste potreba za ispitivanjem motivacije i psihološkog blagostanja u kontekstu ekscesivne upotrebe interneta.

Dakle, određenje problematičnih boravaka u sajberprostoru, tj. postavljanje određenja na prave osnove nije tako jednostavno kako vam

se, možda, činilo. Kad smo kod ne-jednostavnog – došao je trenutak za kratak prikaz Dejvisovog kognitivno-bihejvioralnog modela patološke upotrebe interneta (Davis, 2001). Iako bi trebalo dati prednost simboličkoj reprezentaciji, nije loše da prvo pogledamo grafički prikaz modela.

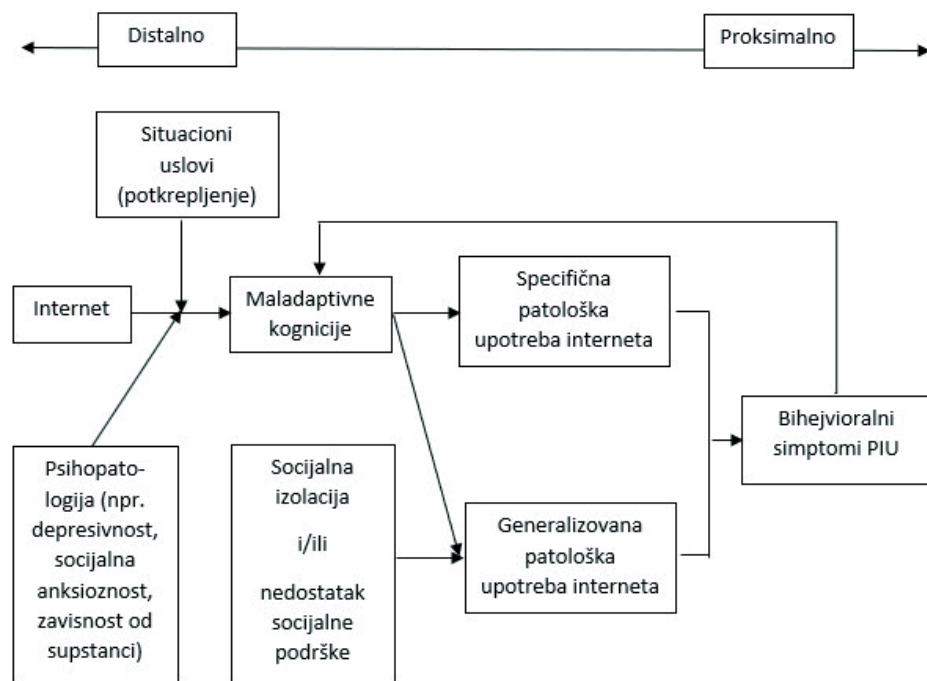


Figura 6: Kognitivno-bihejvioralni model patološke upotrebe interneta (pathological internet use – PIU; Davis, 2001, str. 190)

Šalu na stranu, suština kognitivno-bihejvioralnog modela je jednostavna, ali uključuje više konstrukata, pa može biti korisno ako se odmah vidi kako su smešteni u model. U tekstu će biti zadržan originalni akronim – PIU, a sva razjašnjenja su data na osnovu Dejvisovog članka iz 2001. godine, *Kognitivno-bihejvioralni model patološke upotrebe interneta* (Davis, 2001), koji je, u naučnim radovima, citiran više od četiri hiljade puta. Dejvis najpre iznosi da je termin ‘adikcija’ rezervisan za fiziološku zavisnost koju osoba ima u odnosu na neki stimulus, najčešće u odnosu na određenu supstancu. I on se osvrće na kockanje, koje ima svoje mesto u klasifikaciji poremećaja, i podvlači da je ovo ponašanje označeno kao

patološko, a ne kao zavisnost. Ovu razliku smatra važnom i, za tada novi fenomen, predlaže termin patološka upotreba interneta – PIU. Kao što se može videti u modelu (Figura 6), Dejvis pravi razliku između specifične i generalizovane PIU. Specifična PIU se odnosi na one slučajeve kada je osoba zavisna „samo od jednog aspekta interneta” (Davis, 2001, str. 188), na primer od onlajn kockanja, onlajn trgovanja deonicama, onlajn pornografije, a danas bismo mogli dodati – ili od onlajn društvenih mreža. (Dejvis ne koristi termin *addiction*, već *dependence*, ali se u srpskom jeziku ta razlika ne može napraviti.) Generalizovana PIU predstavlja multi-dimenzionalnu ekscesivnu upotrebu interneta, koja nije vezana za jedan domen sajberprostora, a može da uključuje i gubljenje vremena onlajn, bez jasnog cilja. Sada dolazimo do suštine modela i do značajnog napora koji treba da bude učinjen u svakom sučeljavanju sa novim fenomenom – etiologija PIU. Dejvis smatra da PIU nastaje kada se problematične kognicije udruže sa ponašanjima koja održavaju ili intenziviraju maladaptivni odgovor; tj. kognicije su „osnovni izvor abnormalnog ponašanja” (Davis, 2001, str. 188). U razmatranjima simptoma (ili indikatora) PIU najistaknutije mesto dobijaju afektivni i bihejvioralni simptomi, sa čime se Dejvis ne slaže. On ističe da kognitivni simptomi PIU često prethode i zapravo dovode do afektivnih i bihejvioralnih simptoma, a ne vice versa. (Ubrzo ćemo pogledati i strukturu instrumenta za merenje PIU, proizašlog iz kognitivno-bihejvioralnog modela, što će takođe doprineti razumevanju cele ideje). Dejvis se poziva na razlike između neophodnog (engl. *necessary*), dovoljnog (engl. *sufficient*) i doprinosećeg (engl. *contributory*) uzroka simptoma (Abramson et al., 1989; prema Davis, 2001). Neophodan uzrok je etiološki faktor koji mora biti prisutan da bi se simptomi javili. Međutim, treba primetiti da simptomi ne moraju da se pojave kada je neophodan uzrok prisutan – on je neophodan, ali ne i dovoljan. Dovoljan uzrok je faktor čije prisustvo garantuje pojavu simptoma. Doprinosići uzrok je etiološki faktor koji povećava verovatnoću da će se simptomi pojaviti, ali on nije ni neophodan ni dovoljan. U vezi sa ovom razlikom između uzroka je i razlika između distalnih i proksimalnih faktora, koju predstavlja gornja linija (dimenzija) na modelu (Figura 6). U etiološkom lancu, neki uzroci za nastanak simptoma (u ovom slučaju PIU) se nalaze na početku lanca, dalje od simptoma (distalni uzroci), a neki su na kraju, bliže setu simptoma (proksimalni uzroci) (Abramson et al., 1989; prema Davis, 2001). Pogledajmo levu stranu modela – tu su smešteni distalni uzroci, koji su, po Dejvisu, doprinoseći. Mehanizam delovanja distalnih doprinosećih uzroka na pojavu PIU predstavljen je dijateza-stres modelom. Problematično

ponašanje je rezultat predispozicije, tj. vulnerabilnosti (dijateza) i životnih događaja (stres). Model pretpostavlja da je prethodno postojeća psihopatologija dijateza i da predstavlja distalni neophodni uzrok simptoma PIU. To znači da psihopatologija mora biti prisutna, ali da sama po sebi neće dovesti do simptoma. Recimo da je osoba depresivna, sa simptomima PIU – tretman bi trebalo da se fokusira na depresiju, a ne na PIU. Međutim, Dejvis smatra da je, u ovom primeru, depresija (samo) vulnerabilnost, i da će set simptoma biti specifičan za PIU, tako da ih treba proučavati/tretirati odvojeno. Stres, odnosno stresor, jeste sam internet, tj. neke nove mogućnosti koje se osobi pružaju onlajn (te mogućnosti su bile drugačije na samom početku ovog veka, ali to ne smeta primeni modela). Stresor može biti događaj poput prvog susreta sa pornografijom onlajn, prvo učešće na onlajn aukciji, početak trgovanja deonicama onlajn ili četovanje u tzv. ‘so-bama’ (engl. chat-rooms; onlajn društvene mreže, onakve kakve imamo danas, nisu postojale). Stres je takođe distalni neophodni uzrok – mora biti prisutan, zasebno ne vodi javljanju simptoma, ali jeste katalizator njihovog javljanja (Davis, 2001). Ključni trenutak u onlajn iskustvu jeste potkrepljenje koje osoba dobija korišćenjem neke aplikacije. Kada osoba prvi put isproba neku mogućnost (recimo da se prvi put upusti u sajberseks), potkrepljenje koje je dobijeno umnogome određuje dalji tok događaja. Ukoliko je potkrepljenje pozitivno, rastu šanse da se osoba opet ponaša na isti način, da bi opet dobila ‘nagradu’ koja je asocirana sa inicijalnim događajem. Kao i u svakom procesu uslovljavanja, bilo koji stimulus koji je asociran sa primarnim može postati sekundarni potkrepljivač. Odavno više nema karakterističnog zvuka koji je proizvodio modem prilikom povezivanja na internet, ali postoje druge draži, kao što su taktilne senzacije i zvuk kucanja na tastaturi ili dolazak osobe na primarno mesto korišćenja interneta (ovo može da važi i dalje ukoliko osoba prvenstveno koristi desktop računar – sedanje na stolicu, stavljanje slušalica, uključivanje kamere, primicanje miša i tastature mogu delovati kao sekundarni potkrepljivači). I sada dolazimo do proksimalnih uzorka – maladaptivnih kognicija. One su dovoljni uzrok za pojavu seta simptoma PIU. Postoje dve osnovne grupe maladaptivnih uverenja: uverenja o sebi i uverenja o svetu. Uverenja o sebi najčešće podrazumevaju i ruminiranje, koje će rezultirati izraženijim simptomima PIU. Druge kognitivne distorzije koje izdvaja Dejvis su sumnja u sebe, niska samoefikasnost i negativne samoprocene. Kognitivne distorzije o svetu podrazumevaju tumačenje pojedinačnih događaja kao opštih trendova, uz ‘sve ili ništa’ model razmišljanja. Na primer, osoba može biti uverena da *jedino* onlajn dobija ljubav ili poštovanje, a da je u

oflajn svetu *uvek* tretirana negativno ili ne-fer. U okviru kognitivno-bihejvioralnog pristupa ekscesivnoj, tj. patološkoj upotrebi interneta razvijena je Skala onlajn kognicija (Online cognition scale, OCS; Davis et al., 2002). Instrument se sastoji od četiri subskale – četiri dimenzije koje su indikatori PIU. Za svaku subskalu biće dat primer stavki. Prva je subskala socijalne utehe: Najprijetnije se osećam kada sam onlajn; Voleo bih da moji prijatelji i porodica znaju kakvom me osobom smatraju ljudi onlajn. Druga je subskala usamljenosti/depresije: Malo me ljudi voli, osim onih koje sam upoznao onlajn; Ne mogu da zamislim sebe bez interneta na duže vreme. Treća subskala je smanjena kontrola impulsa: Često mislim o nečemu što sam doživeo onlajn i nakon što više nisam logovan; Iako ponekad to poželim, ne mogu da smanjim svoje korišćenje interneta. Četvrta je subskala distrakcije: Ne razmišljam o svojim obavezama kada sam onlajn; Često koristim internet da bih izbegao neprijatne obaveze. (Ima stavki gde reč internet, bar danas, deluje pomalo neprikladno, npr. Kad nisam onlajn, često mislim o internetu. Nije verovatno da osoba misli o internetu u celini, pre će biti da misli na određene onlajn sadržaje/aktivnosti, tako da bi neke stavke mogle biti prilagođene.) U svakom slučaju, Dejvisov kognitivno-bihejvioralni model pruža priliku za sagledavanje pitanja koje je pominjano više puta u ovom tekstu: zašto osoba preteruje sa svojim posetama sajberprostoru.

Dejvis primećuje još nešto: toliko je diskusija vođeno o patološkoj upotrebi interneta, a tako malo se govori o zdravoj upotrebi interneta (engl. healthy Internet use; Davis, 2001, str. 193). Da li postoji tako nešto? Njegov odgovor glasi – naravno! Milioni ljudi širom sveta koriste internet da bi došli do informacija, komunicirali sa prijateljima, radili, igrali se i uz to funkcionišu dobro u svom okruženju. „Internet ne treba da bude sagledavan kao negativan resurs, niti ga treba ocrnjivati. Naprotiv, internet je uzbudljivi novi medijum koji stalno evoluirao i koji je postao neodvojivi deo svakodnevnog življenja” (Davis, 2001, str. 193). Međutim, moramo biti svesni negativnih posledica preteranog korišćenja interneta i sposobni da razumemo ponašanje ljudi koji internet (odnosno određene onlajn sadržaje) koriste na patološki način.

Šta je onda zdrava upotreba interneta, šta su dobri, pozitivni boravci u digitalnim prostranstvima? Zdrava upotreba interneta odnosi se na posete sajberprostoru sa određenom svrhom, u razumnom vremenskom iznosu

i bez pratećih kognitivnih ili bihevioralnih neprijatnosti. Dejvis smatra i da 'zdrav' internet korisnik može da odvoji onlajn komunikaciju od komunikacije u stvarnom životu; on upotrebljava internet kao korisno sredstvo, a ne kao izvor identiteta. Ne postoji specifično vremensko ograničenje, niti 'kritični simptom'. (Popularno pitanje 'Koliko sati dnevno...') Kako onda povući granicu između zdrave i patološke upotrebe interneta? Model koji predlaže Dejvis govori o kontinuumu funkcionisanja, sa zdravom upotrebom interneta na jednoj i nezdravom upotrebom na drugoj strani. Između njih nema jedinstvene granice koja bi bila označena određenim ponašanjem, pa čak ni kognitivnim funkcionisanjem. Osoba je ta u odnosu na koju se određuje šta su adaptivni, a šta maladaptivni boravci u sajberprostoru. I svako mora da postavi svoje personalizovane 'znake zaustavljanja' (Kacer, 2019).

Čovek je merilo svih stvari: onih koje jesu da jesu, a onih koje nisu da nisu.

Protagora

Nešto zanimljivo

(Nikada) nije sve tako crno: Igranje kompjuterskih (ili video) igara – gejming. Sa stanovišta očuvanja jezika se zaista može reći da upotreba transkripcije – gejming – nije opravdana, jer se može upotrebiti sintagma 'igranje kompjuterskih igara'. Opet, verujem da shvatate privlačnost upotrebe jedne reči umesto tri. Za kompjuterske igre se i danas može čuti korišćenje deminutiva ('igrice'), što odslikava nerazumevanje kompleksnosti igara. Neke igre zaista jesu jednostavne i namenjene maloj deci, ali su mnoge napravljene za odrasle igrače, koji su kognitivno, emocionalno i socijalno zreli. Do zabune kome je igra namenjena ne može doći, jer sve igre nose oznaku PEGI, panevropskog sistema za procenjivanje uzrasne podobnosti sadržaja video-igara (engl. Pan-European Game Information) ili drugog srodnog sistema. Ukoliko roditelji nisu sigurni kakva je preporuka, uvek mogu proveriti <https://pegi.info/> – ovaj sistem je i nastao kao pomoć pri donošenju adekvatnih odluka u vezi sa kupovinom video igara za decu. No, obećano je nekoliko lepih reči o magičnom svetu video igara, koje će biti napisane sa stanovišta igara za adolescente i odrasle. Od kada postoje ljudi postoji rad, ali i igra. Kroz celu istoriju čovečanstva

Ljudi su igrali igre da zabave sebe i druge. Tokom igranja se razvijaju i određene veštine, ali zaista nema ničeg lošeg u čistoj zabavi, da bismo je krili kao razlog za aktivnost. Kompjuterske igre vas mogu zabaviti na više načina i mogu vam darovati različite stvari. Igre nude specifično iskustvo prisustva (engl. presence), uranjanje (engl. immersion) u svet igre, koje je potpomognuto kvalitetnim i raznovrsnim senzornim informacijama koje dolaze do igrača, a, u zavisnosti od igre, i ‘pričom’ (engl. story, storyline) – događajima u kojima učestvujete. Ovo iskustvo je uporedivo sa doživljajem toka (engl. flow; Errity et al., 2017). Igre koje se igraju sa drugim igračima pružaju osećaj socijalne povezanosti kroz razvijanje odnosa sa članovima tima, koji sarađuju da bi ostvarili određene ciljeve. Uspešno igranje sa drugim igračima podrazumeva razvijene socijalne veštine – u suprotnom igrač, najverovatnije, neće dugo biti deo tima. Igranje sa drugima pruža brojne prilike za upoznavanje ljudi iz različitih krajeva sveta i razgovore o životnim temama, pitanjima nevezanim za igru, što obogaćuje iskustva igrača. Igre daju i osećaj zadovoljstva kroz postizanje određenih ciljeva u igri (na primer, vaša grupa je upravo ubila teškog neprijatelja, na čemu ste radili satima, možda i danima; ili ste vi sami završili poslednji u dugom nizu koraka i dobili posebno oružje, čiji je upečatljiv izgled simbol posvećenosti i veštine, što prepoznaju i drugi igrači). Na kraju krajeva, igre zaista mogu da pruže beg ili predah od trenutnih životnih problema, kao i da strukturisu vreme (da ‘ubiju dosadu’). Doduše, igranje igara zbog dosade, kao i igranje zbog katarze, povezano je sa slabijom prilagođenošću igrača, za razliku od igranja iz zabave ili radi druženja (Verheijen et al., 2020). Igranje video-igara može biti nečija strast. Gledano iz ugla psihologije, da bi neka aktivnost postala strast, ona mora biti visoko vrednovana u odnosu na zadovoljenje osnovnih psiholoških potreba (teorija samoodređenja). Gejming (i bilo koja druga aktivnost) može biti strast koja doprinosi subjektivnom blagostanju, ali samo ako je harmonična (Holding et al., 2021). Harmonična strast podrazumeva balansirano angažovanje – osoba se upušta u aktivnost kada želi i može, ali se uzdržava od aktivnosti kada okolnosti to traže. Drugim rečima, osoba kojoj je igranje harmonična strast uživa u blagodetima igre, bez ugrožavanja drugih ciljeva, obaveza i odgovornosti. Nasuprot harmoničnoj je opsesivna strast, gde, kao što pretpostavljate, osoba ima osećaj da mora da igra i čini to bez obzira na negativne efekte koji se stvaraju i umožavaju u drugim aspektima života. Gejming ima i jedan specifičan pozitivni aspekt – može naučiti osobu da ne odustaje, što je potvrđeno na ‘kratke staze’. Kompetitivni aspekti igre podstiču osobu da bude perzistentna u oflajn ponašanju koje sledi igru

(Velez et al., 2021). Ukoliko ćete verovati autoru na reč, uspešno savladani kompetitivni aspekti podstiču i istrajnost generalno, samo što to nije lako obuhvatiti istraživanjem. I na kraju, ako vas nisam dovoljno ubedila koliko su igre sjajne, možda će vam značiti da čujete da su tek kvalifikovani hirurzi gejmeri bolji u izvođenju laparoskopskih operacija od onih koji ne igraju kompjuterske igre (Sammut et al., 2017). Uostalom, kako je rekao Dušan Radović: „Ko ume da se igra nikad neće ostariti!” Pa vi sad odlučite.

Problematična upotreba interneta, Kaplan. (Problematic internet use, PIU). Ranije je spomenut još jedan model ekscesivne upotrebe interneta, nastao u okviru kognitivno-bihejvioralnog pristupa. To je Kaplanov model, sa instrumentom koji je operacionalizacija Dejvisovog koncepta generalizovane patološke upotrebe, GPIU (akronim je isti, ali Kaplan koristi termin problematična, ne patološka upotreba) (Caplan, 2002). Faktorskom analizom izdvojeno je sedam subdimenzija GPIU: kontrola raspoloženja; percepcija socijalnih dobiti dostupnih onlajn; negativni ishodi povezani sa upotrebom interneta; kompulsivna upotreba interneta; preterane količine vremena provedene onlajn; simptomi slični apstinencijalnim kada osoba nema pristup internetu; percepcija kontrole koja je dostupna onlajn. Ovaj instrument nije zaživeo u istraživanjima. Jedan od Kaplanovih rezultata koje bismo ovde mogli da izdvojimo jeste usamljenost, kao varijabla koja objašnjava značajan procenat varijanse negativnih ishoda povezanih sa upotrebom interneta (Caplan, 2002).

Problematična onlajn iskustva. Postoje i drugačiji pokušaji utvrđivanja šta određuje problematične boravke u sajberpostoru (bez oslanjanja na patologiju). Jedan od takvih primera je Indeks problematičnih onlajn iskustava (Index of Problematic Online Experiences, I-POE; Mitchell et al., 2013). Tvrdnje ovog instrumenta predstavljaju bihejvioralne indikatore da osoba koristi internet na način koji dovodi do problema. Interesantno je da su gotovo isti indikatori visko diskriminativni i na originalnom (SAD) i na domaćem uzorku: osoba je ostala bez prijatelja zbog svoje upotrebe interneta; porodica ili prijatelji su se obraćali za pomoć u vezi sa upotrebom interneta osobe; osoba je upoznala onlajn nekog ko ima problema sa zakonom; događalo se da osoba preskoči tuširanje dva ili više dana za redom zbog vremena provedenog onlajn (Mitchell et al., 2013; Opsenica Kostić et al., 2018). Indikator koji nije bio visoko diskriminativan na domaćem uzorku tiče se nastajanja problema u školi povezanih sa up-

otrebom interneta.

Rizična upotreba društvenih mreža kod adolescenata. Postoji novo, obimnije istraživanje rizične upotrebe društvenih mreža na domaćem uzorku - kod adolescenata u Vojvodini (Dinić i sar., 2021⁶⁷). Istraživači smatraju da deset procenata adolescenata iz uzorka (N=576, uzrast 15 do 19 godina) ispunjava kriterijume adiktivne upotrebe društvenih mreža, pri čemu se u preko 90% slučajeva radi o devojkama. Adolescenti sa izraženijom problematičnom upotrebom izveštavaju i o većoj učestalosti rizičnih ponašanja onlajn, kao što je olako davanje ličnih informacija i stupanje u kontakt sa nepoznatim osobama (Dinić i sar., 2021). Problematična upotreba korelira sa nižim samopoštovanjem i teškoćama u emocionalnoj regulaciji. U istoj publikaciji možete čitati i o digitalnom vršnjačkom nasilju i sekstingu u adolescenciji. Onlajn seksualne aktivnosti (engl. online sexual activities, OSAs; Wéry & Billieux, 2016) kod odraslih ljudi oba pola, generalno gledano, ne dovode do negativnih ishoda na ličnom, društvenom ili profesionalnom nivou, ali je situacija kod adolescenata značajno drugačija (Opsenica Kostić et al., 2016). Kao akt nasilja, seksting se u adolescenciji najčešće manifestuje prosleđivanjem tuđih slika i video-zapisa, a najčešći oblik viktimizacije je pritisak na osobu da pošalje svoje slike ili videa seksualne prirode (Dinić i sar., 2021; Opsenica Kostić et al., 2016).

Korišćenje interneta i digitalnih tehnologija kod dece i mladih u Srbiji⁶⁸. Radi se o izveštaju koji prikazuje najvažnije rezultate istraživanja Deca Evrope na internetu (engl. EU Kids Online), koje je realizovano u školama u Srbiji krajem 2018. godine. U istraživanju je učestvovalo 1150 učenika, uzrasta od 9 do 17 godina (odatle su rezultati pomenuti u fusnoti teksta *Nasilje prema samom sebi*; u originalnoj publikaciji ti podaci se nalaze u delu *Izloženost štetnim sadržajima*). To je prvo istraživanje na nacionalno reprezentativnom uzorku u Srbiji, koje obuhvata veliki broj tema iz oblasti upotrebe digitalnih medija kod dece i mladih, između ostalog i *ekscesivnu upotrebu interneta*. Autori ovakav način upotrebe definišu kao „smanjenu sposobnost za kontrolu upotrebe interneta i usled toga nastale probleme u komunikaciji sa okolinom. Ovaj termin, dakle, ne upuću-

67 Monografija je dostupna na <https://digitalna.ff.uns.ac.rs/sites/default/files/db/books/978-86-6065-650-8.pdf>.

68 Publikacija je dostupna na https://www.unicef.org/serbia/media/12511/file/koriscenje_interneta_i_digitalne_tehnologije_kod_dece_i_mladih_u_srbiji.pdf.

je nužno na psihopatologiju i adikciju, već na neuspešnu samoregulaciju ponašanja [...]” (Kuzmanović i sar., 2019, str. 58). Najčešći problemi, kako istraživači ističu, bili su vezani za vreme provedeno onlajn, a kod starijih ispitanika indikatori ekscesivne upotrebe interneta bili su izraženiji nego kod mlađih (ispitanici su podeljeni na četiri uzrasne kategorije). U Prilozi-
ma publikacije možete pogledati (kompletan) upitnik koji je korišćen za mlađe učenike (9 i 10 godina), odnosno upitnik korišćen za starije (11 do 17 godina).

Pogovor

Πάντα ρεῖ (Panta rei)
Heraklit 'Mračni'

kretanje je stvarnost, a stabilnost iluzija

Želja da saznajete još je najbolje što ste odavde mogli dobiti. U ovu knjigu, kao što je rečeno u Predgovoru, nije stalo 'sve'. I od toga što je stalo, nešto se razvilo i izmenilo već dok je knjiga štampana. I vi, iz više razloga, niste ona ista osoba koja je počela da čita. Moja nada i iskrena želja je da se u vaš 'novi' self uvuklo malo ljubavi prema naučnim razmatranjima sajbeprorstora i da će nastaviti da raste sa vama.

REFERENCE

- AACAP (2020). *Screen Time and Children*. https://www.aacap.org/AA-CAP/Families_and_Youth/Facts_for_Families/FFF-Guide/Children-And-Watching-TV-054.aspx
- Aagaard, J. (2019). Digital akrasia: a qualitative study of phubbing. *AI & SOCIETY*. <https://doi.org/10.1007/s00146-019-00876-0>
- AAP (2016). *Media and Young Minds*. <https://publications.aap.org/pediatrics/article/138/5/e20162591/60503/Media-and-Young-Minds>
- Al-Furaih, S. A. A., & Al-Awidi, H. M. (2020). Fear of missing out (FoMO) among undergraduate students in relation to attention distraction and learning disengagement in lectures. *Education and Information Technologies*, 26(2), 2355–2373. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10361-7>
- Anderson, J., Bresnahan, M., & Musatics, C. (2014). Combating weight-based cyberbullying on Facebook with the dissenter effect. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 17(5), 281–286. <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0370>
- Anderson, E. L., Steen, E., & Stavropoulos, V. (2016). Internet use and Problematic Internet Use: a systematic review of longitudinal research trends in adolescence and emergent adulthood. *International Journal of Adolescence and Youth*, 22(4), 430–454. <https://doi.org/10.1080/02673843.2016.1227716>
- Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction – an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4053–4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- APA (2019). *Media use in childhood: Evidence-based recommendations for caregivers*. <https://www.apa.org/pi/families/resources/newsletter/2019/05/media-use-childhood>
- Bansal, A., Garg, C., Pkhare, A. & Gupta, S. (2018). Selfies: A boon or bane? *Journal of Family Medicine and Primary Care*. 7(4): 828–831. https://doi.org/10.4103/jfmpe.jfmpe_109_18

- Barak, A., Boniel-Nissim, M. and Suler, J. (2008). Fostering empowerment in online support groups. *Computers in Human Behavior*; (24)5, 1867-1883. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.004>
- Barry, C., & Wong, M. Y. (2020). Fear of missing out (FoMO): A generational phenomenon or an individual difference? *Journal of Social and Personal Relationships*, 1-15. <https://doi.org/10.1177/0265407520945394>
- Bartlet, Dž. (2016). *Darknet*. Laguna.
- Baumgartner, S. E., & Wiradhany, W. (2021). Not all media multitasking is the same: The frequency of media multitasking depends on cognitive and affective characteristics of media combinations. *Psychology of Popular Media*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1037/ppm0000338>
- Bayer, J. B., Campbell, S. W., & Ling, R. (2016). Connection cues: Activating the norms and habits of social connectedness. *Communication Theory*, 26(2), 128–149. <https://doi.org/10.1111/comt.12090>
- Barton, H. (2016). The dark side of the Internet. In I. Connolly, M. Palmer, H. Barton and G. Kirwan (eds.) *An introduction to cyberpsychology* (pp. 58-70). Routledge.
- Ben-Ze'ev, A. (2004). *Love online: emotions on the internet*. Cambridge University Press.
- Bern, E. (1988). *Koju igru igraš?* Ne&Bo, Liberetto.
- Bern, E. (2014). *Seks u ljubavi*. Psihopolis.
- Berne, E. (1976). *Sex in human loving*. Penguin Books.
- Bessière, K., Kiesler, S., Kraut, R., & Boneva, B. S. (2008). Effects of Internet use and social resources on changes in depression. *Information, Communication & Society*, 11(1), 47–70. <https://doi.org/10.1080/13691180701858851>
- Best, P., Manktelow, R., Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27–36. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2014.03.001>

- Best, P., Taylor, B., & Manktelow, R. (2015). I've 500 friends, but who are my mates? Investigating the influence of online friend networks on adolescent wellbeing. *Journal of Public Mental Health, 14*(3), 135–148. <https://doi.org/10.1108/jpmh-05-2014-0022>
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). “I don't want to miss a thing”: Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior, 64*, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Biedermann, D., Schneider, J., & Drachslar, H. (2021). Digital self-control interventions for distracting media multitasking – A systematic review. *Journal of Computer Assisted Learning, 37*(5), 1217–1231. <https://doi.org/10.1111/jcal.12581>
- Blackwell, D., Leaman, C., Tramposch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences, 116*, 69–72. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>
- Blum-Ross, A., & Livingstone, S. (2017). Sharenting: parent blogging and the boundaries of the digital self. *Popular Communication, 15* (2), 110–125. <https://doi.org/10.1080/15405702.2016.1223300>
- Bowman, L. L., Levine, L. E., Waite, B. M., & Gendron, M. (2010). Can students really multitask? An experimental study of instant messaging while reading. *Computers & Education, 54*, 927–931. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.09.024>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*, 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brody, N., & Vangelisti, A. L. (2016). Bystander intervention in cyberbullying. *Communication Monographs, 83*(1), 94–119. <https://doi.org/10.1080/03637751.2015.1044256>
- Brosch, A. (2016). When the child is born into the internet: Sharenting as a growing trend among parents on Facebook. *The New Educational*

- Review*, 43(1), 225–235. <https://doi.org/10.15804/tner.2016.43.1.19>
- Burke, M., Kraut, R., & Marlow, C. (2011). Social capital on facebook. *Proceedings of the 2011 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems – CHI '11*. <https://doi.org/10.1145/1978942.1979023>
- Burnell, K., George, M. J., Vollet, J. W., Ehrenreich, S. E., & Underwood, M. K. (2019). Passive social networking site use and well-being: The mediating roles of social comparison and the fear of missing out. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(3). <https://doi.org/10.5817/CP2019-3-5>
- Camerini, A.L., Marciano, L., Carrara, A. & Schulz, P.J. (2020). Cyberbullying perpetration and victimization among children and adolescents: A systematic review of longitudinal studies. *Telematics and Informatics*, 49, 101362. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101362>
- Caplan, S. E. (2002). Problematic internet use and psychosocial well-being: Development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computers in Human Behavior*, 18(5), 553–575. [https://doi.org/10.1016/s0747-5632\(02\)00004-3](https://doi.org/10.1016/s0747-5632(02)00004-3)
- Carr, N. (2010). *The shallows: What the Internet is doing to our brains*. New York: W.W. North & Company.
- Carr, C. T., & Foreman, A. C. (2016). Identity shift III: Effects of publicness of feedback and relational closeness in computer-mediated communication. *Media Psychology*, 19(2), 334–358. <https://doi.org/10.1080/15213269.2015.1049276>
- Cheng, C., Wang, H.-y., Sigerson, L., & Chau, C.-l. (2019). Do the socially rich get richer? A nuanced perspective on social network site use and online social capital accrual. *Psychological Bulletin*, 145(7), 734–764. <https://doi.org/10.1037/bul0000198>
- Cheung, C. M. K., Wong, R. Y. M., & Chan, T. K. H. (2020). Online disinhibition: conceptualization, measurement, and implications for online deviant behavior. *Industrial Management & Data Systems* (121), 1, 48-64. <https://doi.org/10.1108/imds-08-2020-0509>
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). Measuring phone snubbing behavior: Development and validation of the Generic Scale of

Phubbing (GSP) and the Generic Scale of Being Phubbed (GSBP). *Computers in Human Behavior*, 88, 5–17. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.06.020>

Čejko, M. (2019). *Superpovezani*. Klio.

Daft, R., & Lengel, R. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554–571.

Damon, W. & Lerner, R.M. (eds.) Eisenberg, N. (vol.ed.) (2006). *Handbook of Child Psychology, Vol. 3 Social, Emotional, and Personality Development*, 6th Edition. Wiley.

David, M. E., & Roberts, J. A. (2017). Phubbed and Alone: Phone Snubbing, Social Exclusion, and Attachment to Social Media. *Journal of the Association for Consumer Research*, 2(2), 155–163. <https://doi.org/10.1086/690940>

David, M. E., & Roberts, J. A. (2020). Developing and Testing a Scale Designed to Measure Perceived Phubbing. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21), 8152. <https://doi.org/10.3390/ijerph17218152>

Davis, R. A. (2001). A cognitive-behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187–195. [https://doi.org/10.1016/s0747-5632\(00\)00041-8](https://doi.org/10.1016/s0747-5632(00)00041-8)

Davis, R. A., Flett, G. L., & Besser, A. (2002). Validation of a New Scale for Measuring Problematic Internet Use: Implications for Pre-employment Screening. *CyberPsychology & Behavior*, 5(4), 331–345. <https://doi.org/10.1089/109493102760275581>

Derks, D., Bos, A.E.R. & von Grumbkow, J. (2007). Emotions and social interactions on the Internet: The importance of social context. *Computers in Human Behavior*, 23(1), 842–849. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.11.013>

Derks, D., Bos, A.E.R. & von Grumbkow, J. (2008). Emotions in computer mediated communication: Social motives nad social context. *Cyberpsychology & Behavior*, 11(1), 99–101. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9926>

- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2002). Very Happy People. *Psychological Science*, 13(1), 81–84. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00415>
- Dinić, B, Petrović, J., Zotović Kostić, M., Milovanović, I. I Mihić, V (2021). *Rizična upotreba društvenih mreža kod adolescenata*. Filozofski fakultet Novi Sad.
- Dontre, A. J. (2020). The influence of technology on academic distraction: A review. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(3), 379–390. <https://doi.org/10.1002/hbe2.229>
- Dooley, J.J., Pyzalski, J., & Cross, D. (2009). Cyberbullying versus face-to-face bullying: A theoretical and conceptual review. *Zeitschrift für Psychologie/Journal of Psychology*, 217, 182–188. <https://doi.org/10.1027/0044-3409.217.4.182>
- Dorol–Beauroy-Eustache, O. & Mishara, B.L. (2021). Systematic review of risk and protective factors for suicidal and self-harm behaviors among children and adolescents involved with cyberbullying. *Preventive Medicine*, 152, 106684. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2021.106684>
- Elias, N., Lemish, D., Dalyot, S., & Floegel, D. (2020). “Where are you?” An observational exploration of parental technoference in public places in the US and Israel. *Journal of Children and Media*, 1–13. <https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1815228>
- Elliot-Dorans, L. R. (2018). To ban or not to ban? The effect of permissive versus restrictive laptop policies on student outcomes and teaching evaluations. *Computers & Education*, 126, 183–200. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.07.008>
- Ellison, N. B., & Boyd, D. M. (2013). Sociality through social network sites. In W. H. Dutton (Ed.), *Oxford handbook of Internet studies* (pp. 151–172). Oxford University.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>

- Efaw, J., Hampton, S., Martinez, S., Smith, S. (2004). Miracle or Menace: Teaching and Learning with Laptop Computers in the Classroom. *EDUCAUSE Quarterly*, 27(3), 10-19.
- Elhai, J.D. & Rozgonjuk, D. (2020). Editorial overview: Cyberpsychology: reviews of research on the intersection between computer technology use and human behavior. *Current opinion in psychology*, 36, iv-vii. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.11.001>
- Ergün, N., Göksu, İ., & Sakız, H. (2019). Effects of Phubbing: Relationships With Psychodemographic Variables. *Psychological Reports* 0(0), 1–36. <https://doi.org/10.1177/0033294119889581>
- Errity, A., Rooney, B. & Tunney, C. (2016). Gaming. In I. Connolly, M. Palmer, H. Barton and G. Kirwan (eds.) *An introduction to cyberpsychology* (pp. 260–270). Routledge.
- Fang, J., Wang, X., Wen, Z., & Zhou, J. (2020). Fear of Missing Out and Problematic Social Media Use as Mediators between Emotional Support from Social Media and Phubbing Behavior. *Addictive Behaviors*, 107, 106430. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106430>
- Ferreira, P.C., Veiga Simão, A.M., Ferreira, A., Souza, S., & Francisco, S. (2016). Student bystander behavior and cultural issues in cyberbullying: When actions speak louder than words. *Computers in Human Behavior*, 60, 301–311. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.059>
- Finkelhor, D., Mitchell, K. J., & Wolak, J. (2000). *Online victimization: A report on the nation's youth*. National Center for Missing and Exploited Children Bulletin - #6-00-020.
- Fioravanti, G., Casale, S., Benucci, S. B., Probst, A., Falone, A., Ricca, V., & Rotella, F. (2021). Fear of missing out and social networking sites use and abuse: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 122, 106839. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106839>
- Fox Hamilton, N. (2016). Love and relationships online. In I. Connolly, M. Palmer, H. Barton and G. Kirwan (eds.) *An introduction to cyberpsychology* (pp. 71-85). Routledge.
- Gazzaley, A. & Rosen, L.D. (2016). *The distracted mind: ancient brains in*

a high-tech world. MIT Press.

- Greaney, J. (2016). Attention and distraction online. In I. Connolly, M. Palmer, H. Barton and G. Kirwan (eds.) *An introduction to cyberpsychology* (pp. 86-97). Routledge.
- Griffiths, M. (2005). A “components” model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Guitton, M. (2021). Lessons from a crisis: The future of cyberpsychology. *Computers in Human Behavior*, 125, 106978. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106978>
- Gruber, M., Mayer, C., & Einwiller, S. A. (2020). What drives people to participate in online firestorms? *Online Information Review*, 44(3), 563–581. <https://doi.org/10.1108/oir-10-2018-0331>
- Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication & Society*, 8(2), 125–147. <https://doi.org/10.1080/13691180500146185>
- Herman, D. (2000). Introducing short-term brands: A new branding tool for a new consumer reality. *Journal of Brand Management*, 7(5), 330–340. <https://doi.org/10.1057/bm.2000.23>
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94(3), 319–340. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.94.3.319>
- Hiltz, S., Johnson, M., & Turoff, M. (1986). Experiments in group decision making: Communication process and outcome in face-to-face versus computerized conferences. *Human Communication Research*, 13, 225–252.
- Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2009). *Bullying Beyond the Schoolyard: Preventing and Responding to Cyberbullying*. Sage Publications.
- Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2018). Connecting Adolescent Suicide to the Severity of Bullying and Cyberbullying. *Journal of School Violence*, 18(3), 333-346. <https://doi.org/10.1080/15388220.2018.1492417>
- Holding, A. C., Verner-Filion, J., Lalande, D., Schellenberg, B. J. I., &

- Vallerand, R. J. (2021). The Roles of Need Satisfaction and Passion in Symptoms of Behavioral Addiction: The Case of Video Gaming and Gambling. *Motivation Science*, 7(3), 345-355. <https://doi.org/10.1037/mot0000241>
- Hopkinson, C. (2013). Trolling in Online Discussions: From Provocation to Community-building. *Brno Studies in English*, 39(1), 5–25. <https://doi.org/10.5817/bse2013-1-1>
- Jacob, N., Evans, R., & Scourfield, J. (2017). The influence of online images on self-harm: A qualitative study of young people aged 16–24. *Journal of Adolescence*, 60, 140–147. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.08.001>
- Jain, M. J., & Mavani, K. J. (2017). A comprehensive study of worldwide selfie-related accidental mortality: a growing problem of the modern society. *International Journal of Injury Control and Safety Promotion*, 24(4), 544–549. <https://doi.org/10.1080/17457300.2016.1278240>
- Jordan, T. (2019). Does online anonymity undermine the sense of personal responsibility? *Media, Culture & Society*, 41(4), 572–577. <https://doi.org/10.1177/0163443719842073>
- Kacer, K. (2019). *Sajberpsihologija*. Laguna.
- Kankaraš, M. (2004). Metakognicija – nova kognitivna paradigma. *Psihologija*, 37(2), 149-161.
- Kato, S., Kato, Y. & Scott, D. (2009). Relationships between emotional states and emoticons in mobile phone email communication in Japan. *International Journal of E-Learning*, 8(3), 385-401.
- Kelly, L., Miller-Ott, A. E., & Duran, R. L. (2017). Sports scores and intimate moments: An expectancy violations theory approach to partner cell phone behaviors in adult romantic relationships. *Western Journal of Communication*, 81(5), 619–640. <https://doi.org/10.1080/10570314.2017.1299206>
- Kenneth, A. (2011). *The Social Lens: An Invitation to Social and Sociological Theory*. 3rd ed. SAGE Publications, Inc.
- Kiesler, S., & Sproull, L. (1992). Group decision making and commu-

- nication technology. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 52(1), 96–123. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(92\)90047-b](https://doi.org/10.1016/0749-5978(92)90047-b)
- Kirwan, G. (2016). Introduction to cyberpsychology. In I. Connolly, M. Palmer, H. Barton and G. Kirwan (eds.) *An introduction to cyberpsychology* (pp. 3–14). Routledge.
- Kopecky, K., Sztokowski, R., Aznar-Díaz, I., & Romero-Rodríguez, J.-M. (2020). The phenomenon of sharenting and its risks in the online environment. Experiences from Czech Republic and Spain. *Children and Youth Services Review*, 110, 104812. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.104>
- Kraushaar, J.M. & Novak, D.C. (2010). Examining the effect of student multitasking with laptops during the lecture. *Journal of Information Systems Education*, 21(2), 241-251.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017–1031. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.53.9.1017>
- Krogh, M.T., Egmoose, I., Stuart, A.C., Madsen, E.B., Haase, T.W., & Skovgaard Væver, M. (2021). A longitudinal examination of daily amounts of screen time and technoference in infants aged 2–11 months and associations with maternal sociodemographic factors. *Infant Behavior and Development*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.infbbeh.2021.101543>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction – a review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528–3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Kuss, D. J., Griffiths, M. D., & Pontes, H. M. (2017). Chaos and confusion in DSM-5 diagnosis of Internet Gaming Disorder: Issues, concerns, and recommendations for clarity in the field. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(2), 103–109. <https://doi.org/10.1556/2006.5.2016.062>
- Kuzmanović, D., Pavlović, Z., Popadić, D. i Milošević, T. (2019). *Ko-*

rišćenje interneta i digitalne tehnologije kod dece i mladih u Srbiji: rezultati istraživanja Deca Evrope na internetu. Beograd: Institut za psihologiju Filozofskog fakulteta u Beogradu.

- Laconi, S., Rodgers, R. F., & Chabrol, H. (2014). The measurement of internet addiction: A critical review of existing scales and their psychometric properties. *Computers in Human Behavior*, 41, 190–202. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.026>
- Lan, M., Law, N., & Pan, Q. (2022). Effectiveness of anti-cyberbullying educational programs: A socio-ecologically grounded systematic review and meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 130, 107200. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107200>
- Lavis, A., & Winter, R. (2020). #Online harms or benefits? An ethnographic analysis of the positives and negatives of peer-support around self-harm on social media. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 61(8), 842–854. <https://doi.org/10.1111/jcpp.13245>
- Law, A. S., & Stock, R. (2017). Learning approach and its relationship to type of media use and frequency of media-multitasking. *Active Learning in Higher Education*, 146978741773561. <https://doi.org/10.1177/1469787417735612>
- Li, Q. (2007). New bottle but old wine: A research of cyberbullying in schools. *Computers in Human Behavior*, 23, 1777–1791. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.10.005>
- Li, S., Feng, B., Li, N. & Tan, X. (2015). How Social Context Cues in Online Support-Seeking Influence Self-Disclosure in Support Provision. *Communication Quarterly*, 63(5). <https://doi.org/10.1080/01463373.2015.1078389>
- Liang, Y. (Jake), & Walther, J. B. (2015). Computer Mediated Communication. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 504–509. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-097086-8.95090-6>
- Lin, X., Gao, L. (2020). Students' sense of community and perspectives of taking synchronous and asynchronous online courses. *Asian Journal of Distance Education*, 15(1), 169–179.
- Lipu, M., & Siibak, A. (2019). “Take it down!”: Estonian parents' and pre-

teens' opinions and experiences with sharenting. *Media International Australia*, 1-11. <https://doi.org/10.1177/1329878x19828366>

- Liu, R.D., Wang, J., Gu D., Ding, Y., Oei, T. P., Hong, W., Zhen, R. & Li, Y. M. (2019). The Effect of Parental Phubbing on Teenager's Mobile Phone Dependency Behaviors: The Mediation Role of Subjective Norm and Dependency Intention. *Psychology Research and Behavior Management*, 12, 1059-1069. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S224133>
- Liu, D., Wright, K. B., & Hu, B. (2018). A meta-analysis of Social Network Site use and social support. *Computers & Education*, 127, 201-213. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.08.024>
- Liu, Q., Wu, J., Zhou, Z., & Wang, W. (2020). Parental technofence and smartphone addiction in Chinese adolescents: The mediating role of social sensitivity and loneliness. *Children and Youth Services Review*, 118. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105434>
- Lowenthal, P. R.; Dunlap, J. C. & Snelson, C. (2017). Live synchronous web meetings in asynchronous online courses: Reconceptualizing virtual office hours. *Online Learning* 21(4), 177–194. <https://doi.org/10.24059/olj.v21i4.1285>
- Marcum, C. D. & Higgins, G. E. (2021). A Systematic Review of Cyberstalking Victimization and Ofending Behaviors. *American Journal of Criminal Justice*, 46, 882–910. <https://doi.org/10.1007/s12103-021-09653-6>
- McDaniel, B. T., & Coyne, S. M. (2016a). “Technofence”: The interference of technology in couple relationships and implications for women's personal and relational wellbeing. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(1), 85–98. <https://doi.org/10.1037/ppm0000065>
- McDaniel, B. T., & Coyne, S. M. (2016b). Technology interference in the parenting of young children: Implications for mothers' perceptions of coparenting. *The Social Science Journal*, 53(4), 435–443. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2016.04.010>
- McDaniel, B. T. & Drouin, M. (2019). Daily technology interruptions and emotional and relational well-being. *Computers in Human Behavior*, 99, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.027>

- McDaniel, B. T., & Radesky, J. S. (2018) Technoference: Parent Distraction With Technology and Associations With Child Behavior Problems. *Child Development*, 89(1), 100–109. <https://doi.org/10.1111/cdev.12822>
- McGrath, M.G., & Casey, E. (2002). Forensic psychiatry and the internet: practical perspectives on sexual predators and obsessional harassers in cyberspace. *Journal of the American Academy of Psychiatry and the Law*, 30(1), 81–94.
- Meierdiercks, K. (2005). The Dark Side of the Laptop University. *Journal of Information Ethics*, 14(1), 9-11. <https://doi.org/10.3172/JIE.14.1.9>
- Mekginis, P. (2021). *Strah od propuštanja: Praktično donošenje odluka u svetu prepunom izbora*. Finesa.
- Middleton, C. A. (2007). Illusions of Balance and Control in an Always-on Environment: a Case Study of BlackBerry Users. *Continuum*, 21(2), 165–178. <https://doi.org/10.1080/10304310701268695>
- Mischel, W., & Ebbesen, E. B. (1970). Attention in delay of gratification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16(2), 329–337. <https://doi.org/10.1037/h0029815>
- Mitchell, K. J., Jones, L. M., & Wells, M. (2013). Testing the Index of Problematic Online Experiences (I-POE) with a national sample of adolescents. *Journal of Adolescence*, 36(6), 1153–1163. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2013.09>
- Morahan-Martin, J. (2007). Internet use and abuse and psychological problems. In A. Joins, K. McKenna, T. Postmes and U.D. Reips (eds.) *The Oxford handbook of internet psychology* (pp. 164-184). Oxford University Press.
- Nass, C. (2013a). *Are You Multitasking Your Life Away?* Clifford Nass at TEDxStanford. https://www.youtube.com/watch?v=PrisFBU-5CLs&ab_channel=TEDxTalks
- Nass, C. (2013b). *The Myth Of Multitasking*. Clifford Nass at Talk of the Nation. <https://www.npr.org/2013/05/10/182861382/the-myth-of-multitasking>
- Nowland, R., Necka, E. A., & Cacioppo, J. T. (2017). Loneliness and So-

- cial Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World? *Perspectives on Psychological Science*, 13(1), 70–87. <https://doi.org/10.1177/1745691617713052>
- Oberlo. *How many people have smartphones in 2021?* <https://www.oberlo.com/statistics/how-many-people-have-smartphones>
- Ophir, E., Nass, C., & Wagner, A. D. (2009). Cognitive control in media multitaskers. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(37), 15583–15587. <https://doi.org/10.1073/pnas.0903620106>
- Opsenica Kostić, J. (2022). Effects of using information and communication technologies on relationships with others and personal well-being. *Media Studies and Applied Ethics*, 3(1), 141-156. <https://doi.org/10.46630/msae.1.2022.10>
- Opsenica Kostić, J., Nedeljković, J. i Roj Čauduri, N. (2020). Smartphone use as a potential moderator between attachment to friends and subjective well-being among high school students. *Зборник Института за педагошка истраживања*, 52(2), 379–417. <https://doi.org/10.2298/ZIPI20023790>
- Opsenica Kostić, J., & Panić, T. (2017). Internet and mental health of adolescents. *Collection of Papers of the Faculty of Philosophy of Priština XLVII* (3), in thematic section *School and Mental Health* (guest ed. Dušan Ranđelović), p.197–216. <https://doi.org/10.5937/ZRFFP47-14986>
- Opsenica Kostić, J., Panić T. i Cakić V. (2015). Karakteristike nosilaca uloga u elektronskom maltretiranju. *Primenjena psihologija*, 8 (2), str.131–146. <https://doi.org/10.19090/pp.2015.2.131-146>
- Opsenica Kostić, J., Panić, T., & Pedović, I. (2016). Problematic Online Behaviors and Experiences of Adolescents: Correlations with Parental Mediation, Information Disclosure and Personality Characteristics. *British Journal of Education, Society & Behavioural Science* 18(4), p.1–14. <https://doi.org/10.9734/BJESBS/2016/30251>
- Opsenica Kostić, J., Panić, T., i Pedović I. (2016). Rezilijentni adolescenti u svetlu PART teorije: vaspitni stil, osobine ličnosti i strategije prevladavanja. *Pedagoška stvarnost*, LXII, 1, str.184-199.

- Opsenica Kostić, J., Pedović, I. & Panić, T (2018). Problematic Internet Use among Adolescents: Psychometric Properties of the Index of Problematic Online Experiences (I-POE). *Temida* 21(2), 207-227. <https://doi.org/10.2298/TEM1802207O>
- Opsenica Kostić, J., Todorović, J. i Janković I. (2017). *Izazovi savremene porodice*. Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu.
- Otero, P. (2017). Sharenting ... should children's lives be disclosed on social media? *Archivos Argentinos de Pediatría*, 115(5), 412-413. <https://doi.org/10.5546/aap.2017.engl.412>
- Oulasvirta, A., Rattenbury, T., Ma, L., & Raita, E. (2011). Habits make smartphone use more pervasive. *Personal and Ubiquitous Computing*, 16(1), 105-114. <https://doi.org/10.1007/s00779-011-0412-2>
- Ouvrein, G., & Verswijvel, K. (2019). Sharenting: Parental adoration or public humiliation? A focus group study on adolescents' experiences with sharenting against the background of their own impression management. *Children and Youth Services Review*, 99, 319-327. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2019.02>
- Parks, M. R. (2017). Embracing the challenges and opportunities of mixed-media relationships. *Human Communication Research*, 43(4), 505-517. <https://doi.org/10.1111/hcre.12125>
- Pea, R., Nass, C., Meheula, L., Rance, M., Kumar, A., Bamford, H., Nass, M., Simha, A., Stillerman, B., Yang, S., & Zhou, M. (2012). Media use, face-to-face communication, media multitasking, and social well-being among 8- to 12-year-old girls. *Developmental Psychology*, 48(2), 327-336. <https://doi.org/10.1037/a0027030>
- Perfumi, S. C. (2020). Social Identity Model of Deindividuation Effects and Media Use. *The International Encyclopedia of Media Psychology*, 1-8. <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp015>
- Pew Research Center (2021a). *Mobile Fact Sheet*. <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/mobile/>
- Pew Research Center (2021b). *Internet/Broadband Fact Sheet*. <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/internet-broadband/>
- Phillips, W. (2013, 2021). *A Brief History of Trolls*. (Published May 20,

2013; Updated Jun 1, 2021) a <https://www.dailydot.com/unclick/phillips-brief-history-of-trolls/>

- Pickard, H. (2015). Self-harm as a violence: when victim and perpetrator are one. In H. Maraway & Widdows, H. (eds.) *Women and violence*, 71–90. Palgrave Macmillan.
- Popadić, D. i Kuzmanović, D. (2016). *Mladi u svetu interneta: korišćenje digitalne tehnologije, rizici i zastupljenost digitalnog nasilja među učenicima u Srbiji*. Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja.
- Postmes, T. (2010). The psychological dimensions of collective action, online. In A. Joins, K. McKenna, T. Postmes and U.D. Reips (eds.) *The Oxford handbook of internet psychology* (pp. 164–184). Oxford University Press.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Qiao, L., & Liu, Q. (2020). The effect of technoference in parent-child relationships on adolescent smartphone addiction: the role of cognitive factors. *Children and Youth Services Review*, 118. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105340>
- Radesky, J. S., Kistin, C. J., Zuckerman, B., Nitzberg, K., Gross, J., Kaplan-Sanoff, M., Augustyn, M. & Silverstein, M. (2014). Patterns of mobile device use by caregivers and children during meals in fast food restaurants. *Pediatrics*, 133(4), e843–e849. <https://doi.org/10.1542/peds.2013-3703>
- Rainie, L. & Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system*. Cambridge, MIT Press.
- Republički zavod za statistiku Republike Srbije (2020). *Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji, 2020*. <http://publikacije.stat.gov.rs/G2020/Pdf/G202016015.pdf>
- Republički zavod za statistiku Republike Srbije (2019). *Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji, 2019*. <http://>

- Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134–141. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.058>
- Roberts, J. A. & David, M. E. (2019). The Social Media Party: Fear of Missing Out (FoMO), Social Media Intensity, Connection, and Well-Being. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 1–7. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Rosen, L.D., Carrier, L.M. & Chever, N.A. (2013). Facebook and texting made me do it: Media-induced task-switching while studying. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 948–958. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.001>
- Rosen, L. D., Cheever, N. A., & Carrier, L. M. (2012). *iDisorder: Understanding our obsession with technology and overcoming its hold on us*. Palgrave Macmillan.
- Rosen, L. D., Lim, A. F., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. (2011). An examination of the educational impact of text message-induced task switching in the classroom: Educational implications and strategies to enhance learning. *Psicologia Educativa (Spanish Journal of Educational Psychology)*, 17(2), 163–177. <https://doi.org/10.5093/ed2011v17n2a4>
- Salter, S., Douglas, T., & Kember, D. (2016). Comparing face-to-face and asynchronous online communication as mechanisms for critical reflective dialogue. *Educational Action Research*, 25(5), 790–805. <https://doi.org/10.1080/09650792.2016.1245626>
- Sanfilippo, Madelyn R.; Fichman, Pnina; Yang, Shengnan (2017). Multi-dimensionality of online trolling behaviors. *The Information Society*, 34(1), 27–39. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391911>
- Sammut, M., Sammut, M., & Andrejevic, P. (2017). The benefits of being a video gamer in laparoscopic surgery. *International Journal of Surgery*, 45, 42–46. <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2017.07.072>
- Selkie, E. M., Fales, J. L. & Moreno, M. A. (2015). Cyberbullying Prevalence

- Among US Middle and High School–Aged Adolescents: A Systematic Review and Quality Assessment. *Journal of Adolescent Health*, 58(2), 125–133. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2015.09.026>
- Slonje, R., Smith, P.K., & Frisén, A. (2013). The nature of cyberbullying, and strategies for prevention. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 26–32. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.024>
- Smith, A. (2015a). *Chapter Two: Usage and Attitudes Toward Smartphones*. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/04/01/chapter-two-usage-and-attitudes-toward-smartphones/>
- Smith, A. (2015b). *U.S. Smartphone Use in 2015*. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/04/01/us-smartphone-use-in-2015/>
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49, 376–385. <https://doi.org/10.1111/j.14697610.2007.01846.x>
- Smokowski, P.R., Evans, C.B.R., Cotter, K.L., 2014. The differential impacts of episodic, chronic, and cumulative physical bullying and cyberbullying: The effects of victimization on the school experiences, social support, and mental health of rural adolescents. *Violence and Victims*, 29(6), 1029–1046. <https://doi.org/10.1891/0886-6708.vv-d-13-00076>
- Smol, G. i Vorgan, G. (2008). *Internet mozak: Kako digitalna civilizacija oblikuje mozgove naše dece*. Psihopolis.
- Spears, R., Lea, M. & Postmes, T. (2010). Computer-mediated communication and social identity. In A. Joins, K. McKenna, T. Postmes and U.D. Reips (eds.) *The Oxford handbook of internet psychology* (pp. 164–184). Oxford University Press.
- Sproull, L., & Kiesler, S. (1986). Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. *Management Science*, 32, 1492–1512.
- Stanton-Chapman, T. L. & Schmidt, E. L. (2021). How Do the Children Play? The Influence of Playground Type on Children’s Play Styles. *Frontiers in Psychology*, 12:703940. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.703940>

- Starcevic, V. (2013). Is Internet addiction a useful concept? *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 47(1), 16–19. <https://doi.org/10.1177/0004867412461693>
- Starcevic, V. (2017). Internet gaming disorder: Inadequate diagnostic criteria wrapped in a constraining conceptual model. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(2), 110–113. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.012>
- Starcevic, V., King, D. L., Delfabbro, P. H., Schimmenti, A., Castro-Calvo, J., Giardina, A. & Billieux, J. (2020). “Diagnostic inflation” will not resolve taxonomical problems in the study of addictive online behaviours. *Journal of Behavioral Addictions*, 9(4), 915–919. <https://doi.org/10.1556/2006.2020.00083>
- Statista (2021). *Share of households in selected European countries with internet access between 2018 and 2020*. <https://www.statista.com/statistics/185663/internet-usage-at-home-european-countries/>
- Stockdale, L. A., Coyne, S. M., & Padilla-Walker, L. M. (2018). Parent and Child Technoference and socioemotional behavioral outcomes: A nationally representative study of 10- to 20-year-old adolescents. *Computers in Human Behavior*, 88, 219–226. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.06.034>
- Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y., & Potenza, M. N. (2020). Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific internet addiction. *Computers in Human Behavior*, 113, 106480. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106480>
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Suler, J. (2005). *The Basic Psychological Features of Cyberspace*. <https://truecenterpublishing.com/psyber/basicfeat.html>
- Sundqvist, A., Heimann, M., & Koch, F.-S. (2020). Relationship Between Family Technoference and Behavior Problems in Children Aged 4–5 Years. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0512>
- Tanis, M., & Postmes, T. (2007). Two faces of anonymity: Paradoxical effects of cues to identity in CMC. *Computers in Human Behavior*,

23(2), 955–970. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.08.004>

Terkli, Š. (2011). *Sami zajedno*. Klio.

Terkli, Š. (2020). *Obnovimo razgovor*. Klio.

Tokunaga, R.S. (2010). Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization, 26(3), 277–287. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.11.014>

Trimmel, M. and Bachmann, J. (2004). Cognitive, Social, Motivational and Health Aspects of Students in Laptop Classrooms. *Journal of Computer Assisted Learning*, 20, 151-158. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2004.00076.x>

Tvengi, Dž (2018). *Internet generacija*. Psihopolis.

Underwood, Jean D.M; Kerlin, Lianne and Farrington-Flint, Lee (2011). The lies we tell and what they say about us: using behavioural characteristics to explain Facebook activity. *Computers in Human Behavior*, 27(5) pp. 1621–1626. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.01.012>

Vaidhyanathan, S. (2018). *Anti-social media: How Facebook disconnects us and undermines democracy*. Oxford University Press.

Valkenburg, P., Beyens, I., Pouwels, L., van Driel, I. & Keijsers, L. (2021). Social Media Browsing and Adolescent Well-Being: Challenging the “Passive Social Media Use Hypothesis”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(1). <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab015>

Vanden Abeele, M. P., Hendrickson, A., Pollman, M. H., & Ling, R. (2019). Phubbing behavior in conversations and its relation to perceived conversation intimacy and distraction: An exploratory observation study. *Computers in Human Behavior*, 100, 35-47. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.06.004>

Velez, J. A., Jang, W. (E.), Jordan, J. M., & Walker, W. R. (2021). “Don’t Give Up!”: Can the Competitive and Difficulty of Video Games Build Persistence for a Subsequent Non-Gaming Task?. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000313>

- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Verheijen, G.P., Burk, W.J., Stoltz, S.E.M.J., Van Den Berg, Y.H.M. & Cillessen, A.H.N. (2020). Associations Between Different Aspects of Video Game Play Behavior and Adolescent Adjustment. *Journal of Media Psychology*, 32(1), 27–39. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000253>
- Verswijvel, K., Walrave, M., Hardies, K., & Heirman, W. (2019). Sharenting, is it a good or a bad thing? Understanding how adolescents think and feel about sharenting on social network sites. *Children and Youth Services Review*, 104, 104401. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2019.104>
- Vygotski, L. (1983). *Mišljenje i govor*. Nolit.
- Wagner, A. (2018). *A decade of data reveals that heavy multitaskers have reduced memory*. <https://news.stanford.edu/2018/10/25/decade-data-reveals-heavy-multitaskers-reduced-memory-psychologist-says/>
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23(5), 2538–2557. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2006.05.002>
- Walther, J. B. (2011). Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (pp. 443–479). SAGE.
- Walther, J. B., & Whitty, M. T. (2020). Language, Psychology, and New New Media: The Hyperpersonal Model of Mediated Communication at Twenty-Five Years. *Journal of Language and Social Psychology*, 1-16. <https://doi.org/10.1177/0261927x20967703>
- Wang, Z., & Tchernev, J. M. (2012). The “Myth” of Media Multitasking:

Reciprocal Dynamics of Media Multitasking, Personal Needs, and Gratifications. *Journal of Communication*, 62(3), 493–513. <https://doi.org/10.1111/j.14602466.2012.01641.x>

- Wang, X., Xie, X., Wang, Y., Wang, P., & Lei, L. (2017). Partner phubbing and depression among married Chinese adults: The roles of relationship satisfaction and relationship length. *Personality and Individual Differences*, 110, 12–17. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.01.014>
- Wéry, A., & Billieux, J. (2016). Online sexual activities: An exploratory study of problematic and non-problematic usage patterns in a sample of men. *Computers in Human Behavior*, 56, 257–266. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.046>
- Whitty, M. (2010). Love letters: The development of romantic relationships throughout the ages. In A. Joins, K. McKenna, T. Postmes and U.D. Reips (eds.) *The Oxford handbook of internet psychology* (pp. 31–42). Oxford University Press.
- Whitty, M. T. (2008). Liberating or debilitating? An examination of romantic relationships, sexual relationships and friendships on the Net. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1837–1850. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.009>
- Wijekumar, K., & Meidinger, P. (2005). Interrupted cognition in an undergraduate programming course. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 42(1). <https://doi.org/10.1002/meet.14504201168>
- Winstone, L., Mars, B., Haworth, C.M.A. & Kidger, J. (2021). Social media use and social connectedness among adolescents in the United Kingdom: a qualitative exploration of displacement and stimulation. *BMC Public Health*, 21:1736. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-11802-9>
- Winter, R. & Lavis, A. (2019). Narrative Matters: Two decades of support: a brief history of online self-harm content. *Child and Adolescent Mental Health*, 25(2), 117-119. <https://doi.org/10.1111/camh.12356>
- Wiradhany, W., van Vugt, M. K., & Nieuwenstein, M. R. (2019). Media multitasking, mind-wandering, and distractibility: A large-scale study. *Attention, Perception, & Psychophysics*. <https://doi.org/10.3758/s13414-019-01842-0>

- World Health Organization (2002). *World report on violence and health: summary*. Geneva. Dostupno na: https://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/en/summary_en.pdf
- World Health Organization (2019). *Guidelines on physical activity, sedentary behaviour and sleep for children under 5 years of age*. Geneva. Dostupno na: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/311664>
- Wright, R., Evans, A., Schaeffer, C., Mullins, R. & Cast, L. (2021). Social Networking Site Use: Implications for Health and Wellness. *Psi Chi Journal Of Psychological Research*, 165-175. <https://doi.org/10.24839/2325-7342.JN26.2.165>
- Wu, T.-Y., & Atkin, D. J. (2018). To comment or not to comment: Examining the influences of anonymity and social support on one's willingness to express in online news discussions. *New Media & Society*, 146144481877662. <https://doi.org/10.1177/1461444818776629>
- Xie, X., Tang, X., Rapp, H., Tong, D., & Wang, P. (2020). Does forgiveness alleviate depression after being phubbed for emerging adults? The mediating role of self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 109, 106362. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106362>
- Xie, X., & Xie, J. (2020). Parental phubbing accelerates depression in late childhood and adolescence: A two-path model. *Journal of Adolescence*, 78, 43–52. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence>
- Yeykelis, L., Cummings, J. J., & Reeves, B. (2014). Multitasking on a Single Device: Arousal and the Frequency, Anticipation, and Prediction of Switching Between Media Content on a Computer. *Journal of Communication*, 64(1), 167–192. <https://doi.org/10.1111/jcom.12070>
- Yuasa, M., Saito, K., & Mukawa, N. (2006). Emoticons convey emotions without cognition of faces. *CHI '06 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems - CHI EA '06*. <https://doi.org/10.1145/1125451.1125737>
- Young, K. S. (1996). Psychology of Computer Use: XL. Addictive Use of the Internet: A Case That Breaks the Stereotype. *Psychological Reports*, 79(3), 899–902. <https://doi.org/10.2466/pr0.1996.79.3.899>

- Young, K. S. (1998). Internet Addiction: The Emergence of a New Clinical Disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237–244. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>
- Young, J. R. (2006). The Fight for Classroom Attention: Professor vs. Laptop. *Chronicle of Higher Education*, 52(39), 27–29.
- Zamanzadeh, N. N., & Rice, R. E. (2021). A theory of media multitasking intensity. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 33(4), 226–239. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000316>
- Zhu, C., Huan, S., Evans, R. & Zhang, W. (2021) Cyberbullying Among Adolescents and Children: A Comprehensive Review of the Global Situation, Risk Factors, and Preventive Measures. *Frontiers in Public Health*, 9, 634909. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.634909>
- Zych, I., Ortega-Ruiz, R., Marín-López, I. (2016). Cyberbullying: a systematic review of research, its prevalence and assessment issues in Spanish studies. *Psicología Educativa*, 22(1), 5–18. <https://doi.org/10.1016/j.pse.2016.03.002>
- Zych, I., Baldry, A.C., Farrington, D.P., & Llorent, V.J. (2018). Are children involved in cyberbullying low on empathy? A systematic review and meta-analysis of research on empathy versus different cyberbullying roles. *Aggression and Violent Behavior*, 45, 83–97. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2018.03.004>

Jelena Opsenica Kostić

Putovanje kroz digitalni prostor – Uvod u sajberpsihologiju

Izdavač

Filozofski fakultet
Univerziteta u Nišu

Za izdavača

Prof. dr Natalija Jovanović, dekan

Lektor

Prof. dr Snežana Božić

Korice

Olivera Stanković Petrović

Prelom

Olivera Stanković Petrović

Štampa

Unigraf X-copy, Niš

Tiraž

50 primeraka

Format

17x24 cm

ISBN-978-86-7379-599-7

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

316.77:159.9
004.738.5:316.4

ОПСЕНИЦА Костић, Јелена, 1976-

Putovanje kroz digitalni prostor – uvod u sajberpsihologiju / Jelena Opsenica Kostić. - Niš : Filozofski fakultet Univerziteta, 2022 (Niš : Unigraf X-copy). - 192 str. : ilustr. ; 25 cm

Tiraž 50. - Napomene i bibliografske reference uz tekst. - Bibliografija: str. 169-192.

ISBN 978-86-7379-599-7

а) Друштвене мреже -- Комуникација -- Психолошки аспект б)
Интернет -- Социјални аспект

COBISS.SR-ID 708521