

# Vjerodostojnost komunikacije putem mobilnih uređaja, društvenih mreža i digitalnih tehnologija

---

Ivica, Dino

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:575681>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-29**



**Sveučilište u Zadru**  
Universitas Studiorum  
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru  
Odjel za lingvistiku  
Sveučilišni diplomski studij  
Lingvistika



Zadar, 2024.

Sveučilište u Zadru

Odjel za lingvistiku  
Lingvistika

Vjerodostojnost komunikacije putem mobilnih uređaja, društvenih mreža i digitalnih  
tehnologija

Diplomski rad

Student/ica:

Dino Ivica

Mentor/ica:

Prof. dr. sc. Marijana Kresić Vukosav

Zadar, 2024.



## Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Dino Ivica**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Vjerodostojnost komunikacije putem mobilnih uređaja, društvenih mreža i digitalnih tehnologija** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 28. siječnja 2024.

## Sadržaj

1. UVOD .....	4
2. KOMUNIKACIJA .....	6
3. POVIJEST KOMUNIKACIJE.....	9
3.1. Verbalna komunikacija kroz povijest.....	9
3.2. Pismena komunikacija kroz povijest.....	10
3.3. Komunikacija u doba digitalne tehnologije i interneta.....	12
3.4. Komunikacija u digitalnom okruženju i pomoću mobilnih uređaja .....	14
4. KOMUNIKACIJSKE PREFERENCIJE U MODERNOM DRUŠTVU .....	16
5. PROBLEM VJERODOSTOJNOSTI KOMUNIKACIJE .....	19
6. HIPOTEZA .....	22
7. METODOLOGIJA RADA.....	23
7.1. Pribor .....	23
7.2. Ispitanici .....	23
7.3. Postupak .....	25
8. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I ANALIZA.....	26
9. RASPRAVA.....	51
10. ZAKLJUČAK .....	53
LITERATURA .....	55

## **Vjerodostojnost komunikacije putem mobilnih uređaja, društvenih mreža i digitalnih tehnologija**

Ovaj diplomski rad bavi se problemom vjerodostojnosti komunikacije putem mobilnih uređaja, društvenih mreža i digitalnih tehnologija. Diplomski rad prikazuje teorijsku pozadinu istraživačkog pitanja te rezultate koji su dobiveni na temelju provedenog istraživanja koje je obuhvaćalo studentsku populaciju te teorijskog dijela koji je služio kao polazište. Vjerodostojnost komunikacije putem mobilnih uređaja, društvenih mreža i digitalnih tehnologija aktualan je i sveprisutan problem današnjice u kojoj je tehnologija došla do velike razine napretka. Može se pretpostaviti da se danas komunikacija pomoću digitalnih tehnologija i interneta odvija u jednakoj mjeri kao komunikacija licem u lice. Stoga je potrebno istražiti percepciju i stavove studentske populacije o vjerodostojnosti komunikacije pomoću digitalne tehnologije. Diplomski rad se dotiče i problema pretjeranog korištenja mobilnih uređaja te njihova utjecaja na način na koji danas ljudi međusobno komuniciraju. Rezultati navedenog istraživanja prikazuju kako studentska populacija smatra komunikaciju licem u lice vjerodostojnijom vrstom komunikacije, čak iako je komunikacija licem u lice podjednako zastupljena kao i komunikacija putem mobilnih uređaja, društvenih mreža i drugih digitalnih tehnologija.

**Ključne riječi:** komunikacija, vjerodostojnost, digitalna tehnologija, mobilni uređaji, društvene mreže, komunikacija licem u lice, anketno istraživanje

## **Credibility of communication via mobile devices, social networks and digital technologies**

This thesis deals with the problem of credibility of communication via mobile devices, social networks and digital technologies. The diploma thesis presents the theoretical background of the research question and the results obtained on the basis of the conducted research that included the student population and the theoretical part that served as a starting point. The credibility of communication via mobile devices, social networks and digital technologies is a current and ubiquitous problem today, in which technology has reached a great level of progress. It can be assumed that today communication using digital technologies and the Internet takes place to the same extent as face-to-face communication. Therefore, it is necessary to investigate the perception and attitudes of the student population about the credibility of communication using digital technology. The diploma thesis also touches on the problem of excessive use of mobile devices and their influence on the way people communicate with each other today. The results of the aforementioned research show that the student population considers face-to-face communication a more credible type of communication, even though face-to-face communication is equally represented as communication via mobile devices, social networks and other digital technologies.

**Keywords:** communication, credibility, digital technology, mobile devices, social networks, face-to-face communication, questionnaire study

## 1. UVOD

Ovaj se rad bavi problemom vjerodostojnosti komunikacije putem mobilnih uređaja i društvenih mreža. U prvom je koraku važno istaknuti na što se točno pojam vjerodostojnost u komunikaciji odnosi. Pojam vjerodostojnosti može se definirati na više načina. Vjerodostojnost se može odnositi na nešto što iziskuje povjerenje te ne izaziva nikakvu sumnju. Prema Cambridge rječniku definicija vjerodostojnosti glasi; „činjenica da se nekome može vjerovati“<sup>1</sup> (*Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus* © Cambridge University Press 2024).

Iz gore navedenog se može zaključiti kako se vjerodostojnost bazira na svojstvu da se nečemu ili nekome može vjerovati. Gavranović (2009) navodi kako vjerodostojnost igra veliku ulogu u poslovnom svijetu te da laganje, manipuliranje i prikazivanje nekog drugog lica zapravo ugrožava vjerodostojnost. Ove tvrdnje jednako vrijede i u slučaju privatne komunikacije i to na način da slični faktori utječu i na vjerodostojnost komunikacije putem mobilnih uređaja i društvenih mreža. U doba gdje tehnologija prevladava postalo je neizbježno komunicirati putem mobilnih uređaja. Naše društvo se uvelike prilagodilo virtualnoj vrsti komunikacije te se, samim time, sve više može uočiti povećanje korištenja digitalne komunikacije kao sredstva komunikacije. Sponcil i Priscilia (2013) u svom radu koji se bavi korištenjem društvenih mreža od strane studenata, dolaze do zaključka kako je komunikacija putem digitalnih medija podjednako prisutna kao i komunikacija licem u lice. Također navode kako studenti komunikaciju putem digitalnih medija koriste ponajviše kako bi održali odnose s ljudima koji su udaljeni od njih.

Promjenom načina komunikacije među ljudima dolazi i do novih problema, a jedan od njih je, primjerice, gubitak koncentracije prilikom komunikacije licem u lice. Beauchamp i Baran (2017) navode kako je glavni krivac za manjak koncentracije provedeno vrijeme pred ekranom. Istraživanja su dokazala kako 71% učenika ima problem s održavanjem koncentracije kada provode više vremena pred ekranima. Također, navode kako dolazi do povećanja nelagodnih osjećaja kada učenici ne dobiju odgovor na poruke i e-poruke odmah, stoga svakodnevna komunikacija licem u lice sve više poprima pojedine značajke komunikacije putem mobilnih uređaja te mijenja način na koji se komunikacija odvija.

---

<sup>1</sup> the fact that someone can be believed or trusted  
(<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/credibility>)



Cilj ovog istraživanja ispitati je percepcije i stavove studenata o komunikaciji licem u lice i njihova vrednovanja iste, s posebnim naglaskom na pitanje smatraju li da je ona vjerodostojnija od komunikacije putem mobilnih uređaja i društvenih mreža. Pitanje vjerodostojnosti u kontekstu digitalnih medija može se smatrati važnim iz razloga što komunikacija licem u lice obuhvaća sve aspekte komunikacije, od vizualnih aspekata do slušnih. Kod komunikacije putem digitalnih medija to je svedeno na vizualne ili slušne aspekte. Bez svih aspekata komunikacije može doći do manjka vjerodostojnosti navedene komunikacije. Relja i Božić (2012) proveli su istraživanje o socio-ekonomskom utjecaju korištenja mobilnih uređaja, međutim ovo će istraživanje više biti bazirano na povjerenju i komunikaciji putem mobilnih uređaja. Kroz istraživanje nastojat će se doći do uvida u to jesu li mobilni uređaji glavno sredstvo komunikacije za istraživanu skupinu ispitanika. Istraživanje je relevantno u trenutnim uvjetima i kontekstima komunikacije s obzirom na to da je čovjek u modernom društvu konstantno izložen tehnologiji, stoga se uz pomoć ovog istraživanja želi doći do uvida u način na koji tehnologija utječe na vjerodostojnost komunikacije. Navedeno istraživanje empirijskog tipa ima za cilj steći uvid u vidove komunikacije studenata. Istraživanje je provedeno na temelju kvantitativnog istraživačkog pristupa. Anketa je provedena na uzorku od 83 studenta, od kojih 31 muškog i 52 ženskog spola, uz pomoć aplikacije *Google forms* u kojoj su ispitanicima ponuđena anketna pitanja. Pomoću anketnog istraživanja nastojat će se dobiti uvid u komunikacijske preferencije studenata te njihovo mišljenje o vjerodostojnosti komunikacije putem digitalnih medija. U drugom poglavlju će se čitatelja uvest u teorijski okvir rada. Treće poglavlje se bavi poviješću vrstama komunikacije te njenom razvoju kroz povijest. Četvrto poglavlje se bavi komunikacijom u modernom društvu. Peto poglavlje se bavi problemom vjerodostojnosti komunikacije. Šesto poglavlje predstavlja hipotezu na kojoj se diplomski rad bazira, dok se sedmo i osmo poglavlje bavi metodologijom rada te rezultatima istraživanja.

## 2. KOMUNIKACIJA

Opće je poznato da je komunikacija svojevrsna razmjena informacija između dviju ili više osoba. Međutim, postoji bezbroj definicija vezanih za komunikaciju, primjerice definicija autora Foxa (2006):

„Komunikacija (*communicare* lat. učiniti općenitim) je, najjednostavnije rečeno, razmjena informacija, ideja i osjećaja verbalnim i neverbalnim sredstvima, prilagođena društvenoj prirodi situacije tj. situacijskom kontekstu.“ (Fox, 2006, str. 133).

S obzirom na prethodno navedeno, jasno je kako Foxova definicija komunikacije pobliže opisuje samo značenje pojma, međutim potrebno je mnogo više od toga kako bi se moglo dokučiti istinsko značenje komunikacije.

Elezović (1992) za komunikaciju kaže kako je ona u društvenim znanostima definirana tako da označuje povezanost članova nekog društva. Nadalje, ističe kako je komunikacija ključna i u razvoju međuljudskih odnosa te da je, između ostalog, neizostavna za povezivanje ljudi. Međutim, komunikacija je zapravo puno kompleksniji proces – ne služi isključivo samo za komunikaciju. Kako Beauchamp i Baran (2017) navode, komunikacija nam služi da bismo stekli kontrolu nad našom okolinom. Omogućuje nam da upoznamo sami sebe, ali isto tako i druge osobe. Beauchamp i Baran (2017) u svojoj knjizi navode sljedeće:

„Communication, the process of mutual creation of meaning, is breathtakingly simple and often maddeningly complex.“ (Beauchamp., Baran., 2017, str. 29).

S obzirom na prethodni ulomak, možemo zaključiti kako je komunikacija zapravo više od obične razmjene podataka. Komunikacija može oslikavati našu osobnost, otkriti naše mane, ali i vrline. Komunikacijom ljudi stvaraju i značenja, stoga je upravo to ono što komunikaciju čini ključnom u ljudskoj vrsti. Ona nam omogućava da se ne osjećamo izoliranim, s obzirom na to da smo bez komunikacije izolirani od ostalih, jednako tako lišeni i znanosti, umjetnosti te mnogih drugih stvari.

Fox (2006) navodi da je, kako bi komunikacija bila uspješno provedena, potrebno uspješno baratati govornim vještinama ili vještinama pisanja. Naravno da uspješnost provedbe komunikacije ne ovisi samo o tim faktorima – neverbalni aspekti kao što su osmijeh, pogled ili čak šutnja također su relevantan dio uspješne komunikacije.

Iako postoji bezbroj različitih definicija koje se odnose na komunikaciju, Croucher (2016) navodi kako sve one ipak imaju i neke sličnosti. Kao prvu sličnost navodi to što se komunikacija sastoji od prenošenja određenih simbola. Drugim riječima, simbolom se može smatrati objekt

koji predstavlja nešto, to jest nosi neko značenje. To može biti riječ, pismo, fraza i slično. Kako bi se moglo shvatiti značenje simbola, potrebno je znati značenje dvaju pojmova: označitelja i označenog. Croucher (2016) za primjer daje riječ „mobilni uređaj“. Sama riječ „mobilni uređaj“ je označitelj, dok ulogu označenog nosi fizički objekt mobilnog uređaja. Ovaj odnos čini se sasvim logičnim i jednostavnim za pojmiti, međutim neki ljudi imaju različite mentalne koncepte određenih objekata koji se nazivaju referentima. Kao primjer može se navesti kako neke osobe na spomen pojma „mobilni uređaj“ pomisle na uređaj za komunikaciju, dok druga osoba može reći kako ih on podsjeća na uređaj za igranje igrice ili za 'razbibrigu', a treća će ga povezati, primjerice, s ovisnošću.

Croucher (2016) također navodi kako postoje i razlike u definicijama komunikacije. Dvije točke koje se najviše ističu su: treba li komunikacija biti namjerna ili ne, te je li komunikacija društvena aktivnost. Kao jedan od primjera navodi situaciju u kojoj osoba prisustvuje na predavanju i sluša profesоровo tumačenje lekcije, a istovremeno se dopisuje putem mobitela. Postavlja se pitanje: Komunicira li učenik s profesorom? Postoje dva gledišta: jedno je to da učenik komunicira s profesorom (zato što iskazuje nezainteresiranost, nepoštivanje i slično), a druga točka gledišta navodi kako to možda i nije namjera te osobe. Nastavno na prethodno navedeno, može se zaključiti kako se može smatrati da se komunikacija odvija tek kada postoji naša namjera da komuniciramo s nekim. Međutim, i ta je tvrdnja sporna jer mi možemo s nekim komunicirati i indirektno. Druga točka razilaženja je ta da je komunikacija društvena aktivnost. Postavlja se pitanje je li potrebno više osoba za komunikaciju? Interpersonalna komunikacija, primjerice, zahtijeva dvoje ili više ljudi kako bi se ona odvijala. Međutim, što kada je komunikacija intrapersonalna, to jest unutar pojedinca? Znanstvenici smatraju kako ona ima ulogu u komunikaciji, ali na kraju se sve svodi na to da je komunikacija društvena aktivnost ako uzmemo u obzir činjenicu da kada se komunikacija odvija s drugom osobom međusobno se dijele misli, osjećaji i pokušavamo doći do nekog međusobnog razumijevanja. Dakle, upravo kroz komunikaciju ljudi pokušavaju utjecati na ljude oko sebe. Uzevši u obzir sve definicije komunikacije koje su iznijeli navedeni autori potrebno je formulirati definiciju koja će biti temelj ovog rada kao analize koja će uslijediti. Naime, komunikacija može biti shvaćena kao jedna vrsta društvene aktivnosti u kojoj se odvija određena izmjena informacija. Beauchamp i Baran (2017) navode još tri funkcije komunikacije. Komunikacija se može percipirati kao ritual. To je najbolje uočljivo u religiji gdje se u crkvama, džamijama ili sinagogama moli na glas. Pod ritualne funkcije jezika spadaju i zdravice i pozdravi na vjenčanjima ili drugim društvenim zbivanjima. Druga funkcija koja se navodi se je

imaginativna funkcija. Ona se najbolje očituje u pjesmama koje pjevamo sebi ili bližnjima, stihovima koje možemo recitirati svome partneru ili partnerici. Pod imaginativnu funkciju spadaju i igre riječima. Posljednja funkcija koja se navodi je ekspresivna funkcija. Ona služi kako bi mi izrazili svoje osjećaje, misli i stavove. Kada netko napravi nešto što nama nije po volji mi to nezadovoljstvo izrazimo time što drugoj osobi ukažemo kako nam određena radnja smeta. Ekspresivnom funkcijom dajemo do znanja ono što mislimo. Isto tako, za uspješnu komunikaciju potrebno je steći povjerenje u sugovornika jer u protivnom komunikacija može biti neiskrena i nepotpuna. Iako prijenos informacija u komunikaciji može biti ispunjen i lažnim informacijama, takav odnos može narušiti vjerodostojnost u određenu osobu. Posljedično može doći do potpunog gubitka povjerenja u tu osobu.

### 3. POVIJEST KOMUNIKACIJE

Kako bi se shvatila sama srž komunikacije i njezino značenje za čovjeka, potrebno je steći uvid u njezin povijesni razvoj i način na koji se razvijala u korak s razvojem čovječanstva. Komunikacija je oduvijek pratila razvoj čovječanstva, a njezinim početkom može se uzeti trenutak kada je *homo sapiens* za komunikaciju počeo koristiti jezik. S vremenom su se razvili i drugi načini komuniciranja, poput raznih neverbalnih signala, gestikulacija ili kada je u pitanju bila komunikacija na daljinu, dimni signali. Dimni signali mogu se smatrati prvim načinom daljinske komunikacije, a ljudi su ih primarno koristili kako bi jedni druge upozorili o nadolazećim opasnostima.

#### 3.1. Verbalna komunikacija kroz povijest

Agičić (2015) navodi kako su u staroj Grčkoj i u afričkim plemenima postojale osobe koje su bile zadužene za prijenos informacija i priča iz povijesti. U staroj Grčkoj Herodot je (484. - 424. prije Krista) bio pripovjedač. Naime, on je putovao Grčkom te sakupljao priče o raznim događanjima kao što su bitke, političke novosti i slično. Zapisivao je sve dobivene podatke, pa se stoga smatra prvim povjesničarom. U 13. stoljeću je Marko Polo (1254. -1324.), poznati trgovački putnik, u svojoj knjizi „Livre des merveilles du monde“ („Knjiga čudesa svijeta“) opisao svoja putovanja po Aziji. Knjiga je nastala tako da je on prepričao svoje priče jednom zatvoreniku kada se nalazio u tamnici, a zatvorenik ih je zapisao na francuskom. Kao što su istraživači i putnici doprinijeli razvoju komunikacije, tako su i trgovci uvelike zaslužni protoku informacija. Upravo zbog toga što su oni stalno putovali, vijesti su uglavnom pratile trgovačke rute pa su uz svoju robu na taj način prenosili i vijesti. Trgovačka središta poput Venecije, Amsterdama smatrana su središtima novosti.

U srednjem vijeku su putnici i moreplovci, među njima i glasoviti Marko Polo, pisali putopise o nepoznatim krajevima, a potom se u 15. stoljeću razvila i prva poštanska služba putem koje su se prenosile važne vijesti s jednog kraja Europe na drugi. Tada je komunikacija putem pisama za današnje standarde bila spora, međutim važno je naglasiti da su pismonoše mogli prijeći do 200 kilometara u danu, stoga su vijesti ipak mogle relativno brzo doći do primatelja. Također i izumom tiska se ubrzao proces prenošenja informacija za veće mase pa su se i na taj način novosti približile ljudima (Agičić, 2015).

Kako Ong (2002) navodi potrebno naglasiti da je oralna komunikacija primarna u povijesnoj perspektivi. Također je potrebno sagledati odnos oralne i pismene komunikacije u sinkronijskoj perspektivi. To znači kako u određenom vremenskom periodu treba usporediti dvije kulture

koje se razlikuju po načinu komunikacije. Važno je naglasiti kako su se prve ljudske zajednice bazirale na oralnoj komunikaciji dok je pismenost i korištenje pisma došlo u kasnijoj fazi razvoja ljudskog društva. Kako bi se taj razvoj mogao vizualizirati, Ong (2002) navodi kako su prvi tragovi Homo Sapiensa zabilježeni između 30 000 i 50 000 godina prije Krista, dok je prvi pisani zapis pronađen tek 6000 godina prije Krista. Dalje se navodi kako je pismenost započela prvom pojavom pisma, međutim u kasnijoj fazi je obuhvatila i tisak. Daljnjim razvitkom tehnologije se razvilo ono što Ong naziva „sporednom oralnošću“. Smatra kako se tek u digitalnom dobu razvilo razumijevanje o razlikama između oralne komunikacije i pismene komunikacije. Oralna komunikacija koja se provodi putem mobilnih uređaja, radija i televizora je u potpunosti ovisna o pisanoj komunikaciji. Oralna komunikacija je zadržala svoju važnost i ulogu u modernom društvu gdje digitalne tehnologije prevladavaju, međutim oralna komunikacija putem mobilnih uređaja ne bi mogla postojati bez pismene komunikacije te se obje vrste mogu smatrati jednako vrijednima u modernom društvu. Kao jedna od razlika između oralnih i literarnih kultura navodi se sposobnost umjetničkih izvedbi u oralnim kulturama koje su izraženije i bogatije. Kod literarnih kultura je to umjetničko izražavanje ograničeno na riječ na papiru. Literarnost je doduše zastupljenija u znanosti te se smatra nužnom u očuvanju znanja i samom napretku znanosti.

### **3.2. Pismena komunikacija kroz povijest**

Izum klinastog pisma u Mezopotamiji, oko 3,5 tisuća godina prije Krista, smatra se početkom pisane komunikacije. Kasnije se u Egiptu pojavljuju hijeroglifi koji su se s vremenom razvili u hijeratsko i demotsko pismo. Nakon dolaska Rimskog Carstva u Egipat, hijeroglifi padaju u zaborav. Klinasto pismo, koje nastaje negdje oko 12. stoljeća prije Krista, kasnije se razvilo u feničko pismo koje je putem trgovine prošireno Sredozemljem. Upravo se ono smatra inspiracijom za razvoj ostalih načina kojima su narodi pisali, kao što je, primjerice, perzijski alfabet. Klinasto pismo prvotno je bilo reducirano na 30 znakova, a nakon nekog vremena na 22 znaka i ti su znakovi bili povezani suglasnicima. Feničani su pisali s desna na lijevo pa povjesničari smatraju kako je na sličan način nastalo hebrejsko pismo. Prva abeceda, kakvu je mi danas poznajemo, nastaje u Grčkoj početkom prvog tisućljeća prije Krista. Grci su zapisivali samoglasnike i suglasnike te se grčka abeceda sastojala od 24 znaka, od čega je 17 suglasnika i 7 samoglasnika. Grci su kao Feničani u početku pisali s desna na lijevo, međutim, s vremenom su prešli na zapisivanje s lijeva na desno kako je i danas standard u većini jezika. Grčka abeceda smatra se temeljem svih ostalih europskih pisama (Agičić, 2015).

Razvitkom abecede pojavila se i potreba za zapisivanjem. U Egiptu se od močvarne biljke koja je nalik trski proizvodio papirus – materijal koji je jako sličan onome što je danas papir. U drugim zemljama se također razvila potreba za zapisom pisma pa se u staroj Grčkoj razvio materijal od kože životinje, zvan pergament. Pergament je nastao kao alternativa za papirus jer su egipatski faraoni zabranili izvoz papirusa kako bi spriječili razvoj knjižnica u drugim zemljama. Papir koji je najbliži onome što se koristi u današnjoj svakodnevnicu pojavio se u Kini početkom naše ere. Dugo godina je proizvodnja papira bila isključivo kineska tajna, sve dok se preko japanskih i korejskih trgovaca nije proširila u Arabiju te od 1100. godine u Europu i to na Pirenejski poluotok koji je bio pod arapskom vlašću. U 14. stoljeću su i mnoge kršćanske zemlje počele proizvoditi papir. Izum koji je nakon papira najviše utjecao na razvoj komunikacije u svijetu treba prepisati Johanesu Gutenbergu i njegovom izumu tiska. Unatoč tome što je otprije već bio poznat način kako umnožiti drvoreze i bakroreze, tiskarski stroj je donio promjene koje su omogućile dostupnost znanja i informacija širim masama (Agičić, 2015).

Crowley i Heyer (2015) navode kako izum tiskarskog stroja označava prijelaz iz srednjeg doba u moderno doba. Prije izuma tiskanja metalnim pločama koje je Gutenberg koristio, u Kini su se u 5. stoljeću prije Krista koristile glinene ploče. Princip je bio isti kao i kod Gutenbergovog tiskarskog stroja samo su korištene glinene ploče koje nisu bile dugog vijeka trajanja. Izum tiskarskog stroja može se smatrati pokretačem daljnjeg razvoja drugih izuma, odnosno polazišnom točkom masovne produkcije. Razvoj tiskarskog stroja pokretač je i jednog velikog religioznog pokreta u Europi koji je doveo do raskola Crkve, takozvane protestantske reformacije. Martin Luther je uz pomoć tiskarskog stroja mogao proširiti svoje ideje i time pokrenuti protestantsku reformaciju. Naime, može se zaključiti kako protestantska reformacija možda ne bi bila provedena da nije došlo do izuma tiskarskog stroja. Crowley i Heyer (2015) dalje navode kako se tiskarska revolucija nije zbila odjednom već je ona proces koji je trajao skoro dva stoljeća – toliko je bilo potrebno društvu da prihvati novi način zapisivanja i jednako toliko je bilo potrebno da se novo znanje prenese na Europu i njezine stanovnike.

Nakon izuma tiska, sljedeći važan izum koji je doprinio razvoju komunikacije se pojavio tek u 19. stoljeću, točnije 1840. godine, kada je izumljen električni telegraf. Izum telegrafa značio je brz prijenos informacija s jednog kraja svijeta na drugi. Informacije su se prenosile u obliku elektroničkog impulsa od pošiljatelja do primatelja. Sljedeći veliki izum nakon telegrafa bio je telefon – pojavio se u kasnom periodu 19. stoljeća te se bazirao na istom

principu kao i telegraf, samo što je za razliku od telegrafa telefon mogao prenositi glasovne poruke. Pojavom telefona opala je potreba za telegrafom jer je za korištenje telegrafa bilo potrebno znanje Moresova koda. Postepeno je telefon u potpunosti istisnuo korištenje telegrafa i uz pomoć Alexandera Grahma Bella u potpunosti preuzeo glavnu ulogu za dalekometnu komunikaciju (Crowley, Heyer 2015).

Izum radija 1920. godine te televizijskih medija 1940. godine označio je početak informacijskog doba. Nakon Drugog svjetskog rata dolazi do ubrzanog razvoja računalne tehnologije koja se nije prestala razvijati sve do današnjice (Agičić 2015). Štoviše, računalna tehnologija i njezina korist svakodnevno napreduje. Iako je računalo danas donekle izgubilo svoju originalnu smisao i sve manje se koristi za širenje informacija, potrebno je istaknuti kako je prvotno računalo upravo izumljeno da dovede što veći broj informacija do što šire mase ljudi (Crowley, Heyer 2015).

### **3.3. Komunikacija u doba digitalne tehnologije i interneta**

Krug (2005) navodi kako se razvitkom industrijalizacije u 18. stoljeću počeo mijenjati i svijet. Ljudi su postali vezani te ovisni o tehnologiji više nego ikada prije. Tu se vidi i začetak ovisnosti ljudi o tehnologiji i njezinom utjecaju na kulturu. Dalje Krug (2005) govori kako je porast korištenja tehnologije doveo do velikih promjena u društvu: u početku su internet, računalo i sve komunikacijske tehnologije vezane za internet omogućile umreženost korisnika što je otvorilo nove mogućnosti razmjene informacija i interakcije putem interneta. Međutim, Krug (2005) dalje tvrdi kako je zapravo komunikacija putem interneta oblikovala način na koji se komunikacija mijenja. Dakle, ljudi su smatrali kako će komunikacija putem interneta otvoriti nove mogućnosti komuniciranja među kojima će moći slobodno birati, međutim dogodilo se upravo suprotno: Internet i svi načini razmjene poruka i informacija putem digitalne mreže sve više su utjecali na međuljudsku komunikaciju i mijenjali je.

U novije doba sve je zastupljenija tekstualna komunikacija putem interneta. Prva e-pošta poslana je davne 1971. godine te se može smatrati kako je upravo ona začetnica moderne tekstualne komunikacije. Bez nje bilo bi teško zamisliti komunikaciju u doba digitalne tehnologije, međutim, važno je naglasiti da se u današnje vrijeme i e-poruka smatra donekle zastarjelom metodom komunikacije. Spomenutu e-poruku zamijenila je druga vrsta komunikacije, već sada davne 1992. godine poslana je prva tekstualna poruka i to putem mobilnog uređaja. Taj trenutak u povijesti komunikacije može se uzeti kao početak digitalne komunikacije. Croucher (2016) navodi kako su istraživanja provedena u SAD-u dokazala kako



je 2011. godine razmijenjeno više od 8 milijardi poruka, dok je drugo provedeno istraživanje koje je također proveo Croucher (2016), pokazalo je kako u 2014. godini stanovnici SAD-a dnevno provedu 40 minuta na *Facebooku* komunicirajući s drugima putem društvene mreže. Navedene brojke samo dokazuju koliko se način komunikacije uvelike promijenio izumom interneta i njegovom dostupnošću široj populaciji, te je na taj način utjecao i na naše razmišljanje i pogled na svijet. McLuhan (1967) navodi kako je tehnologija prisilila ljude da promijene način na koji razmišljaju. Iznosi sljedeće mišljenje:

„The medium, or process, of our time—electric technology—is reshaping and restructuring patterns of social interdependence and every aspect of our personal life. It is forcing us to reconsider and reevaluate practically every thought, every action, and every institution formerly taken for granted. Everything is changing—you, your family, your neighborhood, your education, your job, your government, your relation to "the others." And they're changing dramatically. (McLuhan i Fiore, 1967, str. 9)

Također je poznata McLuhanova teza *The medium is the message* koja se bazira na utjecaju medija na život osoba te njihovih aspekata. Navodi kako je osoba koja je izložena medijima pod konstantnom prijetnjom informacija koje samo naviru. Čovjek nema vremena ni sposobnost izolirati se i biti sam sa svojim mislima. Također dalje navode kako je priljev informacija razgranat, to jest dolazi iz više izvora. Prije su roditelji bili ti koji su većinski prenosili znanje. Mediji su djelomično preuzeli tu ulogu i omogućili djeci da sami dođu do tih nefiltriranih informacija. Djeca su putem televizora izloženi puno težim i ozbiljnijim temama nego su ona sposobna pojmiti. Tako na televiziji mogu čuti vijesti o ratovima, inflaciji, kriminalu i sličnim „odraslim“ temama. Vlade i državne vlasti također koriste medije kako bi proširili svoj utjecaj na građane. Uz pomoć medija vlast može utjecati na građane čak i kada su oni u svom vlastitom domu te je praktički nemoguće izbjeći njihov utjecaj.

Iz gore navedenog citata može se zaključiti kako su ljudi više postali robovima tehnologije, nego obrnuto. Dalje u svojoj knjizi navode kako tehnologija zadire u sve aspekte života: od našeg osobnog života do javnog i političkog života. Također, navode kako je sfera privatnosti izgubila na svom značenju jer je u tehnološkom dobu teže zadržati svoju privatnost. Mediji također imaju važnu ulogu u razvoju komunikacije iz razloga što zadiru u sve sfere društva: politiku, ekonomiju, etiku te utječu na javno mnijenje.

### 3.4. Komunikacija u digitalnom okruženju i pomoću mobilnih uređaja

Beauchamp i Baran (2017) navode kako se ljudi rođeni u osamdesetim godinama prošlog stoljeća mogu smatrati digitalno obrazovanim. Internet je već tada bio aktualna stvar i generacija rođena u tom vremenu ne poznaje svijet bez interneta. U 2015. godini broj povezanih ljudi putem interneta prešao je 3 milijarde, što je povećanje od 566 % naspram 2000. godine. Također, navode kako u SAD-u 80 % odraslih posjeduje pametni uređaj, bilo mobitel ili računalo.

„In 2009, for the first time, the amount of non-voice data sent over cellphones exceeded that of voice data“ (Beauchamp, Baran, 2017, str. 26).

Gore navedena informacija označava jednu važnu prekretnicu u načinu komunikacije putem mobilnih uređaja među ljudima: mlađe generacije korisnika sve se manje služe glasovnim pozivima i okreću se tekstualnoj vrsti komunikacije. U istraživanju provedenom 2012. godine istraživači su došli do zaključka da je poziv putem mobilnih uređaja tek na petom mjestu po količini vremena provedenom na mobilnom uređaju. Isto tako su pametni mobiteli (*smartphones*) premašili laptope te stolna računala kao primarnu platformu za slanje i primanje e-poruka.

Porastom broja korisnika pametnih uređaja porastao je i broj platformi, takozvanih društvenih mreža putem kojih se može odvijati komunikacija među korisnicima. Neke od popularnih društvenih mreža su Facebook, Instagram i Twitter. Tako je 1995. prva platforma za komunikaciju na internetu postala *Classmates.com* te su ubrzo slijedile i ostale platforme koje su donekle popularne i danas. Nadalje, *LinkedIn* i *MySpace* puštene su u opticaj 2003. godine. Možda i najpoznatija platforma za komunikaciju je *Facebook* koji je 2004. pokrenut od strane Marka Zuckenberg. Facebook je sa svojih 1,4 milijarde korisnika najveća društvena mreža na svijetu te omogućuje momentalnu komunikaciju s bilo kime na svijetu tko ima pristup internetu.

Takva vrsta komunikacije posjeduje i negativnu stranu, a jedna od njih je ovisnost koja se može razviti pretjeranim korištenjem mobilnih uređaja. Beauchamp i Baran (2017) navode da prosječni stanovnik SAD-a provede šest sati dnevno koristeći mobilni uređaj, a ta brojka je čak i veća kod osoba između 18 i 29 godina. Kada se zbroji količina vremena provedena na mobilnom uređaju na tjednoj bazi, dođe se do brojke od 42 sata što je ekvivalenta nekoj vrsti posla. Dalje navode kako se pod pojam internetske ovisnosti uzimaju osobe koje provedu između 40 i 80 sati tjedno koristeći internet. Osobe koje pate od internetske ovisnosti imaju problema sa spavanjem, to jest njihov bioritam je poremećen pa samim time često znaju provesti i do 20 sati u komadu na internetu. Pojedine svjetske zemlje kao što su Kina, Koreja i Tajvan internetsku su ovisnost proglasile psihološkim problemom. Uza sve koristi koje Internet

donosi, vuče za sobom i određene probleme koji mogu dovesti do ozbiljnih psihičkih i zdravstvenih tegoba stoga je potrebno pronaći balans između interneta i stvarnog svijeta.

Spitzer (2018) u svojoj knjizi navodi kako je život bez tehnologije i društvenih mreža nepojmljiv. Dvije osobe mogu se nalaziti u istom prostoru te umjesto da komunikaciju vrše licem u lice, već će koristiti svoje mobilne uređaje kako bi komunicirali sa svojim prijateljima ili koristili društvene mreže. Spitzer (2018) također dalje navodi kako je računalo omogućilo korisnicima da budu anonimni na mrežama. Posljedično je to dovelo do toga da korisnici na internetu mogu lakše lagati. Anonimnost omogućava da se korisnici ponašaju onako kako se možda ne bi ponašali inače. Kao jedan od primjera navodi se mobbing. Mobbing ili cyber-mobbing je vrsta ponašanja kada jedna osoba maltretira drugu osobu putem interneta. Uglavnom je usmjeren na jednu osobu te ostavlja žrtvu u osjećaju bespomoćnosti. Žrtve online zlostavljanja često znaju reagirati neprimjereno te svojim zlostavljačima prijetiti kako će im nauditi. Spitzer (2018) takve reakcije pripisuje anonimnosti te društvenoj nekompetentnosti korisnika internetskih mreža. Društvena nekompetentnost je dovela do toga da mlađe osobe ne znaju što je u redu reći a što ne. Ne shvaćaju potencijalnu težinu svojih riječi koje mogu drugu osobu uvrijediti. Spitzer (2018) pripisuje navedeni problem tome što mladi sve manje vremena provode tako da razgovaraju s drugim osobama, već komuniciraju pretežito putem mobilnih uređaja i interneta. Na posljepku se može zaključiti kako anonimnost interneta nije doprinijela dobro mlađim osobama kod društvenog ponašanja. Osobe koje su stekle određene društvene kompetencije koriste mobilne uređaje i internet kao pomagalo za komunikaciju. Osobe koje nisu imale prilike razviti društvene kompetencije te svoje kontakte ostvaruju putem interneta i mobilnih uređaja, imati će problema kod razvitka društvene kompetencije. Kada osoba ostvaruje društvene kontakte na internetu postoji velika šansa kako će njihove društvene kompetencije biti nerazvijene. Mlađa populacija sve manje zna što im je cilj u životu te se razvija nesposobnost rješavanja problema u realnom vremenu. Svi gore navedeni faktori doprinose povećanim stresom i dovode do demencije te postoji opasnost da online komunikacijske tehnologije dovedu do smanjivanja dijela mozga za socijalizaciju.

#### 4. KOMUNIKACIJSKE PREFERENCIJE U MODERNOM DRUŠTVU

Istraživanje će se prvotno baviti pitanjem koje se odnosi na to u kojoj mjeri studenti smatraju komunikaciju vjerodostojnom, te koje vrste komunikacije oni preferiraju koristiti. Komunikacijske tendencije su se uvelike promijenile u prošlom desetljeću. Kraljević (2012) navodi kako je nastankom ICT-a (*Internet Communication Technology*) postepeno udio komunikacije putem tehnologije viši iz godine u godinu. Geser (2004) navodi kako se začetak popularnosti mobilnih uređaja može pronaći u njihovoj cjenovnoj pristupačnosti.

Početak 21. stoljeća ljudi u manje razvijenim zemljama nisu imali financijskih sredstava da bi si mogli priuštiti računalo. Posljedično, jeftiniji mobiteli bili su pristupačnija opcija putem koje su mogli komunicirati. Na taj su način mobiteli omogućili populaciji koja je niže platežne moći da bude povezana sa svijetom bez trošenja velikih svota novca na računala. Relja i Božić (2012) navode kako su mobilni uređaji postali neizostavan aspekt u našem društvu, posebice kod adolescenata. Kroz korištenje mobilnih uređaja mladima se omogućava sve fleksibilnija komunikacija: korisnici su u mogućnosti dogovoriti ili otkazati neki dogovor u vrlo kratkom vremenu. Beauchamp i Baran (2017) navode kako je komunikacija putem tehnologija otvorila u potpunosti novi svijet i nove mogućnosti komuniciranja. Također, komunikacija putem tehnologije promijenila je i pogled na svijet te polagano mijenja i samo društvo. Primjerice, čovjeku je omogućeno da komunicira s nekom osobom koja se u tom trenutku može nalaziti na drugom kraju svijeta. Međutim, važno je naglasiti kako je korištenje tehnologije ponudilo i izvor velike količine informacija koje su ljudima dostupne u najkraćem mogućem roku pa se samim time otvara put i brojnim negativnim stranama koje takva vrsta tehnologije nudi. Dakle, koliko god da je mogućnost pristupa informacijama pozitivna stvar, važno je imati na umu i njezine negativne strane koje se u najvećoj mjeri odnose na preveliko opterećenje ljudskoga mozga. Ali kako je navedeno u tekstu: „Što mi činimo s tom moći je ono što je bitno“ (Beauchamp, Baran, 2017: str. 263).

Boateng i Amankwaa (2019) proveli su istraživanje vezano uz utjecaj društvenih mreža na studentski život. Rezultati istraživanja prikazali su kako svi studenti koriste neku vrstu društvenih platformi u procesu obrazovanja. Također, u rezultatima istraživanja navedeno je kako studenti dobivaju raspored, zadatke i materijale putem programa za komunikaciju *WeChat* i da i sami profesori koriste navedenu platformu za obavijesti o promjenama u nastavi i slično. Međutim, ne dijele svi isto mišljenje kada je u pitanju korisnost društvenih mreža u obrazovanju. Polovica smatra kako je korištenje društvenih mreža olakšalo njihovo obrazovanje

jer će se određene diskusije odvijati putem društvenih mreža, u njihovom slučaju preko *WeChat-a*. Druga polovica smatra kako im društvene mreže predstavljaju svojevrsnu distrakciju od učenja i izvršavanja njihovih zadataka: tvrde kako iskoriste više vremena komunicirajući sa svojim prijateljima ili obitelji, nego izvršavajući svoje obaveze vezane uz studij. Korištenje društvenih mreža u obrazovanju pokazalo je veliki broj prednosti, poglavito u održavanju nastave na daljinu te izvršavanje zadataka *online*. Međutim, to predstavlja i određeni rizik – otvara se mogućnost studentovog ne obraćanja pažnje na materijal i nastavu. Kada se predavanje održava uživo pažnja većinski biva usmjerena na profesora i na ono što on tumači, međutim kada se ona odvija *online* pažnja je više usmjerena na činjenicu da se ono odvija putem interneta, stoga fokus može biti usmjeren i negdje drugdje.

Sponcil i Priscilia (2013) su se u svom radu osvrnuli na same početke korištenja *Facebooka* i Interneta. Navode kako mlađi studenti više koriste *Facebook* nego stariji, i to u svrhu komunikacije s kolegama iz srednje škole ili prijatelja iz njihovih gradova. Selwyn (2012) u svom radu navodi kako studenti koji koriste društvene mreže imaju razvijenu veću sposobnost obavljanja više zadataka odjednom, to jest bolji su u *multitaskingu*. Selwyn (2012) također smatra kako studenti koji koriste društvene mreže imaju tendenciju biti autonomni i biti u kontroli onoga što oni rade. Sponcil i Priscilia (2013) se osvrću na istraživanje provedeno 2004. godine gdje je donesen zaključak kako je komunikacija putem *Facebooka* samo jedan dio sveukupne komunikacije. Isto tako se navodi kako je komunikacija licem u lice zastupljenija kada se društveni odnosi nalaze na lokalnoj razini, odnosno kada su osobe s kojima komuniciramo u području u kojem živimo, dok je komunikacija putem *Facebooka* prikladnija za komunikaciju na daljinu. Zanimljivo je istaknuti činjenicu kako se i u samim počecima komunikacija putem interneta smatrala kvalitetnom i to čak podjednako kvalitetnom kao komunikacija lice u lice.

Saleem i Bakhsh (2017) u svom radu navode kako je s povećanjem trenda korištenja mobilnih uređaja u svim društvenim skupinama došlo i do promjena u načinu pisanja. Navode kako su tekstualne poruke jedan od glavnih uzročnika pogoršanja pisanja kod studenata. Nadalje, izdvajaju i da je pristup informacijama koje korisnici mobilnih uređaja imaju veoma pozitivan jer će omogućiti širim masama pristup velikom broju informacija. Međutim, isto tako navode kako sve navedeno može ostaviti negativan utjecaj na sposobnosti pisanja, to jest da postoji mogućnost da će se one s vremenom pogoršati. Istraživanje provedeno od strane Yousafa i Ahmada (2013) nalaže kako je veće izlaganje SMS porukama dovelo do pogoršanja u kvaliteti pisanja kod studenata. Ističu i kako se pri pisanju tekstualnih poruka u većini

slučajeva ignoriraju gramatičke pogreške što je u nekim slučajevima namjerno, dok u drugim slučajno. Taj proces pisanja gramatički netočnih poruka doveo je do toga da se iste greške prenose i u akademski svijet. Studenti u svakodnevnom govoru ili na sveučilištu ponavljaju greške koje se pojavljuju u komunikaciji tekstualnim porukama. Izostavljaju interpunkcijske znakove, koriste kratice i koriste sleng koji je prisutan u komunikaciji putem mobilnih uređaja. Važno je naglasiti kako se najveći problem krije u tome što za njih to nije greška jer su sebi stvorili lažan dojam istinitosti.

Koliko god prednosti navedene tehnologije donose, isto toliko je i negativnih posljedica koje ostavljaju na komunikaciju lice u lice. -Kraljević (2012) dalje navodi kako je komunikacija licem u lice više od riječi: kada komuniciramo licem u lice možemo bolje interpretirati poruku koju nam osoba šalje jer možemo proučiti njezin govor tijela i intonaciju kojom nam se obraća. Mortensen (2017) navodi kako postoji bezbroj načina na koje možemo interpretirati ono što nam je rečeno samo uz pomoć upotrijebljene simbolike, gestike i intonacije. Poruke pisane putem mobitela ili računala ne posjeduju spomenuti aspekt govora tijela i intonacije pa onda možemo neke poruke ili informacije koje dobijemo potpuno krivo interpretirati. U komunikaciji licem u lice lakše je prepoznati kada netko prenosi lažnu informaciju, dok s druge strane Kraljević (2012) ističe kako kod komunikacije putem mobilnih uređaja pošiljatelj informacije ima vremena razmisliti što će odgovoriti drugoj osobi i nije nužno da odmah pruži odgovor na dato pitanje ili povratnu informaciju stoga se povećava i šansa za prenošenje lažnih informacija. Subramanian (2017) u svom radu također iznosi jedan od problema koji donosi pretjerano korištenje društvenih mreža: utvrđeno je kako je kod mladih koji komuniciraju putem društvenih mreža prisutan problem izolacije, odnosno sve više mladih uživa u izolaciji i nemaju potrebu družiti se s vršnjacima jer im se komunikacija svela na mobilne uređaje i društvene mreže. Problem kojim će se ovo istraživanje baviti upravo je pitanje vjerodostojnosti u komunikaciji koja se odvija putem mobitela. Ispitat će se smatraju li ispitanici komunikaciju mobitelom vjerodostojnom i koju vrstu odnosno način komunikacije oni preferiraju.

## 5. PROBLEM VJERODOSTOJNOSTI KOMUNIKACIJE

Koncept vjerodostojnosti komunikacije obuhvaća mnoštvo čimbenika. Međutim, najbitnije pitanje odnosi se na već spomenute čimbenike koji utječu na vjerodostojnost u komunikaciji. Gavranović (2009) pokušava dati odgovor iz poslovno-reklamnog pogleda. Navodi kako su najveći neprijatelji stvaranja vjerodostojnosti manipulacija i prikrivanje situacije kakva je, odnosno zamagljivanja činjenica.

Kao glavni problem se navodi prikazivanje samo pozitivne strane, točnije neprikazivanje cijele slike Gavranović (2009). Vjerodostojnost u komunikaciji ponajviše se odnosi na povjerenje, a vjerodostojna komunikacija je ona vrsta komunikacije u kojoj pošiljatelj i recipijent mogu vjerovati u istinitost informacije koju međusobno prenose. Isto tako, potrebno je i povjerenje u osobu s kojom se odvija komunikacija: skrivanje negativnih aspekata te pokazivanje samo pozitivnih aspekata osobnosti osobe može biti jako obmanjujuće te može dovesti do rušenja vjerodostojnosti. Beauchamp i Baran (2017) navode kako velika većina tinejdžera u dobi između 13 i 17 godina preferira komunikaciju licem u lice kada se ona odvija s njihovim prijateljima. Polovica adolescentske populacije koja je pristupila istraživanju smatra kako je to zabavnije, dok trećina njih smatra kako se mogu lakše sporazumjeti kada se komunikacija odvija licem u lice. Postavlja se pitanje zašto onda društvene mreže privlače toliko korisnika? Provedena istraživanja pokazuju kako društvene mreže pružaju mogućnost pripadanja, drugim riječima – korisnici korištenjem društvenih mreža razvijaju osjećaj prihvaćenosti od strane *online* korisnika. Ljudska potreba za osjećajem pripadnosti nije prisutna samo na društvenim mrežama – to pronalazimo i u našoj svakodnevnici. Međutim, važno je naglasiti da lažno predstavljanje osobe može dovesti do nepoželjnih posljedica. Postoje slučajevi kada se osoba krije iza anonimnosti koju internet pruža i ponaša se onako kako se nikada ne bi ponašala kada bi se komunikacija odvijala licem u lice.

Ovdje nailazimo na problem vjerodostojnosti komunikacije online. U svojoj knjizi, Beauchamp i Baran (2017), navode dvije teze koje su od velike važnosti za ovo istraživanje: prva je tzv. idealizirana hipoteza virtualnog identiteta<sup>2</sup> koja tvrdi da postoji “ Sklonost kreatora profila na društvenim mrežama da prikazuju idealizirane karakteristike koje ne odražavaju njihovu stvarnu osobnost”<sup>3</sup> Beauchamp, Baran, (2017: str. 298). Ova teza bazira se na tome da osobe na društvenim mrežama predstavljaju sebe u potpunosti drugačije nego što to uistinu

---

<sup>2</sup> „Idealized virtual identity hypothesis“ Beauchamp, Baran (2017: str. 298)

<sup>3</sup> „Tendency for creators of social network site profiles to display idealized characteristics not reflective of their actual personalities“ Beauchamp, Baran (2017: str. 298)

jesu: skrivaju svoje pravo lice i mane koje se negativno odražavaju na njihovom karakteru u stvarnom životu. Na internetu se, međutim, predstavljaju kao idealne verzije sebe – lišeni mana iz svog stvarnog karaktera. Upravo ovakve stvari jedan su od razloga zbog kojih komunikacija putem interneta i društvenih mreža ne može biti smatrana u potpunosti vjerodostojnom. Ljudi su sposobni i pri komunikaciji licem u lice lažno se predstavljati i kriti svoje pravo lice, međutim na internetu je to mnogo lakše.

Druga teza je hipoteza proširenog stvarnog života<sup>4</sup> “Sklonost korisnika stranica društvenih mreža da komuniciraju svoje stvarne osobnosti ”<sup>5</sup> Beauchamp, Baran (2017: str. 298) i ona je više prisutna u današnjem obliku komunikacije. Ova teza iznosi kako osobe koje komuniciraju putem interneta i svoju osobnost prenose na tu vrstu komunikacije. Istraživači su došli do zaključka zašto je hipoteza proširenog stvarnog života zastupljenija u današnjoj digitalnoj komunikaciji. Korisnici *online* platformi za komunikaciju u velikoj većini slučajeva trebaju priložiti podatke. Lažne informacije o nekoj osobi lakše se mogu razaznati jer postoje faktori na koje korisnici ne mogu utjecati, primjerice *feedback* na profilu neke osobe. Često se može vidjeti kako korisnici na profilima međusobno objavljuju određene poruke ili slike pa se po tome također može zaključiti radi li se o lažnom ili pravom profilu. Dalje Beauchamp i Baran (2017) navode kako je jedno važno obilježje internetske komunikacije to što je ona postala ekvivalent komunikacije licem u lice. Kao jednu veliku razliku navode to što se na društvenim mrežama odnos čovjeka prema čovjeku ocrta u stvarima kao što su profilna slika i objave, jer kroz navedeno na neki način iščekujemo reakcije ostalih korisnika. Kada korisnik odabere svoju novu profilnu sliku ili objavi sliku svoga rođendana, on dobije informaciju o tome kako su drugi korisnici reagirali na određenu sliku ili objavu. Na neki način korisnici koji objavljuju slike i statuse imaju kontrolu nad tim kakvim se žele predstaviti na mreži.

Nakon što se sažme sve što je navedeno gore, može se doći do zaključka kako u današnjoj internetskoj komunikaciji prevladava hipoteza proširenog stvarnog života. Razlog tome je što korisnici koriste društvene mreže kao produženu ruku komunikacije i u interesu im je prikazati svoje stvarno „ja“ kako bi dostigli povjerenje drugih korisnika i osoba s kojima komuniciraju. Isto tako je prisutna i idealizirane hipoteza virtualnog identiteta jer korisnici do određene mjere objavljuju slike ili statuse koje oni smatraju vrijednima pogleda drugih ljudi. Upravo na taj način do određene mjere prikazuju svoje dobre strane, dok svoje loše možda pokušavaju sakriti. To nije nužno zato što se žele predstaviti lažno, već se žele predstaviti u

---

<sup>4</sup> „Extended real-life hypothesis“ “ Beauchamp, Baran (2017: str. 298)

<sup>5</sup> „Tendency for social networking site users to communicate their real personalities“ Beauchamp, Baran (2017: str. 298)



najboljem svjetlu, ali kada sve na društvenim mrežama izgleda savršeno, to ne mora značiti da je tako i u stvarnom životu. Samim time, gore navedene dvije hipoteze igraju važnu ulogu u istraživanju jer utječu na stjecanje vjerodostojnosti u komunikaciji. Kada vjerujemo u ono što neka osoba prikazuje na internetu i sigurni smo u to, vjerovat ćemo i u informacije koje s tom osobom razmjenjujemo.

## 6. HIPOTEZA

Istraživačka pitanja na koja se ovim radom nastoji dobiti odgovor su sljedeća: koji način komunikacije prevladava kod studenata, u kojoj je mjeri prisutna komunikacija putem mobilnih uređaja u današnjoj studentskoj komunikaciji, koriste li se studenti mobilne uređaje i društvene mreže više nego oni to žele i smatraju li studenti komunikaciju mobilnim uređajima i putem društvenih mreža jednako vjerodostojnom kao i komunikaciju licem u lice? Također se i nastoji doći do odgovora utječe li spol na tendencije odgovora studenata ispitanika. Dvije hipoteze na kojima će se rad fokusirati su hipoteza virtualnog identiteta te hipoteza proširenog stvarnog svijeta Beauchamp, Baran (2017: str. 298). Ove dvije hipoteze su suprotne jedna drugoj te je cilj rada odrediti koja od te dvije hipoteze bolje predstavlja način na koji se ispitanici tvrde da se ponašaju.

Povećanjem udjela komunikacije putem mobilnih uređaja smanjuje se uloga mnogih senzornih osjetila u komunikaciji. Kada se komunikacija odvija putem poruka gubi se slušni aspekt komunikacije, dok kod razgovora putem mobilnog uređaja se gubi taktilni i vizualni aspekt komunikacije. Naime, kako Beauchamp i Baran (2017) navode, postoje neverbalna i verbalna komunikacija koje su usko povezane te obično ne idu jedna bez druge. Putem mobilnih uređaja prisutna je samo verbalna komunikacija, dok je kod komunikacije licem u lice prisutna i neverbalna komunikacija. Beauchamp i Baran (2017) dalje navode kako su istraživanja pokazala da se 93 % naše komunikacije odvija neverbalnim putem, a ističu i kako se značenje prenesene informacije može iščitati iz intonacije i ekspresije licem. S druge strane, 38 % značenja informacije dolazi iz intonacije, dok se preostalih 55 % doznaje iz spomenute facijalne ekspresije. Upravo na tom postotku od 93 % može se zaključiti kako većina naše komunikacije ovisi o neverbalnoj komunikaciji koja se može postići jedino komuniciranjem licem u lice i kako se zapravo putem komunikacije licem u lice može najviše saznati o prenesenoj informaciji. Ovo istraživanje je provedeno upravo s ciljem da se dobije uvid u stavove studenata i njihove preferencije u komuniciranju te s ciljem da se istraži preferira li istražena skupina studenata komunikaciju licem u lice ili putem mobilnih uređaja. Također je bitno doći do podatka koliko komunikaciju putem mobilnih uređaja smatraju vjerodostojnom.

## 7. METODOLOGIJA RADA

### 7.1. Pribor

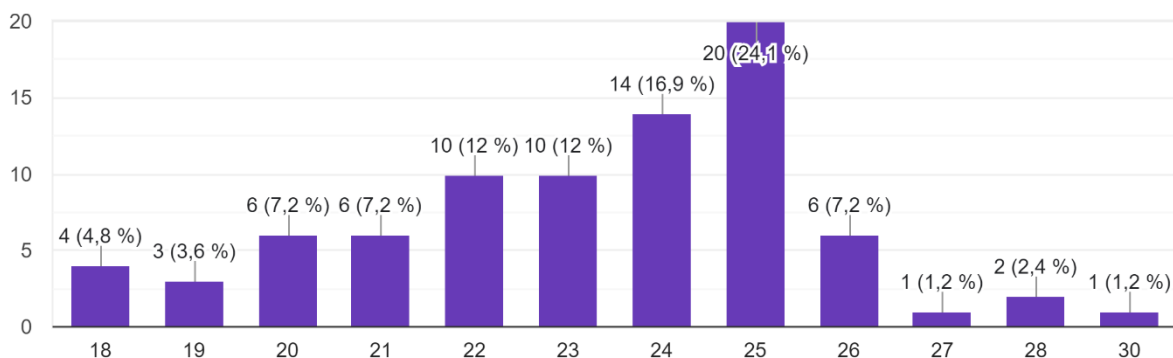
Za provođenje istraživanja korištena je online aplikacija za prikupljanje odgovora, Google dokumenti, preko koje su ispitanici dali svoje odgovore. Poveznica preko koje su ispitanici pristupili Google dokumentima je prosljeđena putem raznih komunikacijskih kanala i aplikacija dostupnih na mobilnim uređajima i računalima kao što su *WhatsApp*, *Gmail*, *Viber* i *Messenger*. Navedeni instrument za istraživanje korišten je zbog njegove jednostavnosti i lakše pristupačnosti za ispitanike. Prikupljane podataka putem Google formsa istraživaču također omogućava lakšu obradu dobivenih podataka. Daljnja obrada podataka je izvršena u programu za statističku analizu JASP.

### 7.2. Ispitanici

Ispitanici za navedeno istraživanje pronađeni su uz pomoć društvenih mreža (Instagram, Facebook, WhatsApp) i to međusobnim dijeljenjem poslanih poveznica na anketu. Navedeni uzorak ispitanika je ostvaren putem metode snježne grude. Metoda snježne grude može biti definirana na sljedeći način „metoda uzorkovanja koja se temelji na ciljanome odabiru uskoga kruga ljudi koji zatim šire uzorak, upućujući istraživača na druge osobe koje bi mogao ispitati“ (Milas, G., 2005). Do većeg broja ispitanika pokušalo se doći putem objave u grupi na *Facebooku* čiji su članovi pretežito studenti, međutim taj se način prikupljanja ispitanika nije pokazao uspješnim. Pojedini ispitanici su se sami ponudili ispuniti anketu, ali većina njih anketu je ispunila nakon što ih je istraživač putem osobne ali i komunikacije putem mobilnog uređaja pozvao na sudjelovanje. Istraživanje je provedeno putem već spomenutog *Google formsa* te je sveukupno obuhvatilo 83 studenta i studentice. Upitnik se sastoji od 30 pitanja uz pomoć kojih su prikupljene osnovne demografske informacije o studentima: dob, spol i godina studija. Također, prikupljene su informacije o komunikacijskim preferencijama: koje komunikacijske metode koriste i koliko vremena, prema samoprocjeni, provode na mobilnom uređaju. Nadalje su postavljena pitanja vezana uz vjerodostojnost i oblike komunikacije s prijateljima te obitelji. Pitanja su bila zatvorenog tipa; studentima su bila postavljena pitanja vezana uz temu vjerodostojnosti komunikacije putem mobilnih uređaja te društvenih mreža. Anketa je anonimna, međutim, neki podatci kao dob, spol, studijska godina i smjer studiranja bili su potrebni za istraživanje, ali oni u prikazu podataka nisu povezani s imenima ispitanika.

### Dob (u godinama)

83 odgovora

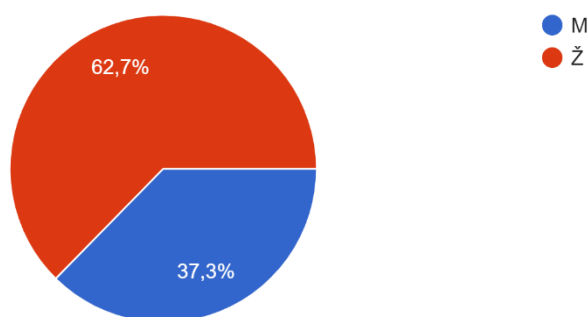


Slika 1.

U istraživanju su sudjelovali ispitanici u dobi između 18 i 30 godina. Izračunom aritmetičke sredine izračunata je prosječna dob ispitanika koja iznosi 23,23 godine. Prosječna dob odgovara životnoj dobi studenata koji su bili ciljana grupa ispitivanja.

### Spol

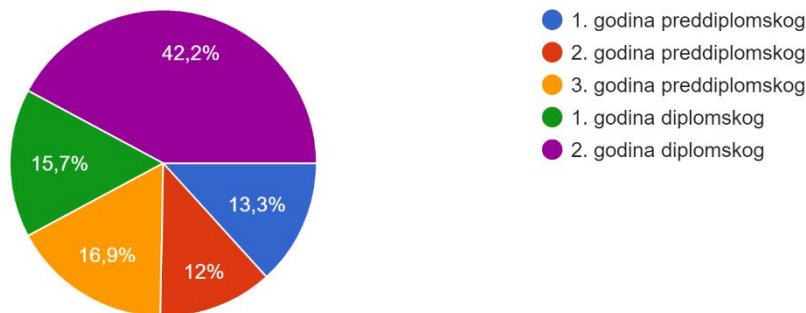
83 odgovora



Slika 2

U istraživanju je sudjelovalo ukupno 83 studenata i studentica. Od 83 ispitanika, 52 je bilo ženskog roda što iznosi 62,7 % ispitanika, a 31 muški ispitanik donosi udio od 36,9 %. Kada se budu analizirali konačni rezultati istraživanja, potrebno je uzeti u obzir neravnomjernu raspodjelu muških i ženskih ispitanika, odnosno činjenicu da je sudjelovao veći broj ženskih ispitanika u istraživanju.

Studijska godina  
83 odgovora



Slika 3.

U prilog istraživanju ide raznolikost studijskih godina jer se na taj način mogao dobiti uvid u odgovore studenata na različitim studijskim godinama. Većinski dio ispitanika pohađa 2. godinu diplomskog studija, točnije njih (42.2 %). Potom su redom zastupljeni: 3. godina preddiplomskog (16,7 %), 1. godina diplomskog (15,5 %), 1. godina preddiplomskog (13,1 %) i najmanje zastupljena 2. godina preddiplomskog (11,9 %). Studijski smjerovi koje navedeni ispitanici pohađaju su raznovrsni i sežu od humanističkih znanosti (germanistika, lingvistika pedagogija) do STEM područja (biologija i kemija, održivo upravljanje vodenim ekosustavima i nautika). Za potrebe istraživanja ispitanici nisu bili primorani istaknuti koje sveučilište pohađaju. Za očekivati je da je varijabla „studijski smjer“ utjecala na odgovore ispitanika, da su studenti psihologije, primjerice, dali druge odgovore od studenata informatike s obzirom na pitanje vjerodostojnosti komunikacije putem mobilnih uređaja.

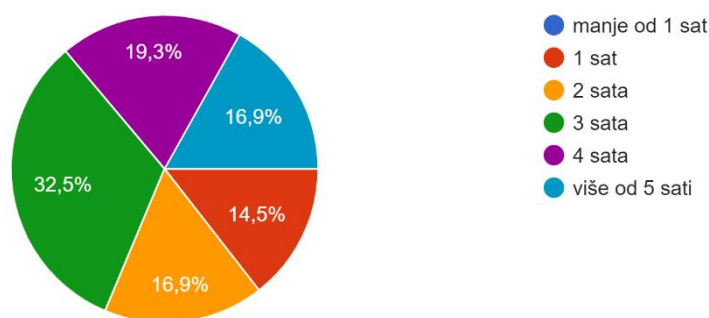
### 7.3. Postupak

Istraživanje je provedeno na način da je sastavljena anketa koja sadrži odgovore zatvorenog i otvorenog tipa. Anketa je poslana ispitanicima putem maila te preko aplikacija WhatsApp i Instagram. Svoje odgovore bilježili su putem mobilnih uređaja ili putem računala. Nakon što je skupljen dovoljan broj ispitanika, anketa je pregledana te su se dobili podaci za daljnju analizu. Rezultati su analizirani uz pomoć Google dokumenata te JASP-a za daljnju statističku analizu te su dobiveni rezultati zabilježeni u izvještaju o istraživanju.

## 8. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I ANALIZA

U ovom poglavlju će se analizirati rezultati istraživanja. Za obradu rezultata istraživanja su korištene metode koje je preporučio Petz (2004) u svojem udžbeniku namijenjenom za ne matematičare, koji je korišten kako bi se detaljnije prikazali rezultati i njihova relevantnost za istraživanje. Metode koje su korištene za obradu podataka su: aritmetička sredina, T-test te deskriptivna statistika.

Koliko dnevno provedete vremena na mobitelu?  
83 odgovora



Slika 4.

Za daljnju analizu istraživanja bilo je potrebno doći do podataka koji su vezani uz korisničke tendencije ispitanika, to jest saznati u koje svrhe ispitanici najviše koriste mobilne uređaje i društvene mreže. Prvo pitanje koje su ispitanici morali ispuniti odnosilo se na vremenski opseg dnevne uporabe mobilnih uređaja. Iz rezultata se potom moglo zaključiti koliko su mobilni uređaji postali neizostavan dio ljudske svakodnevnice. Pitanje je bilo zatvorenog tipa, a nijedan ispitanik nije odabrao odgovor da provodi manje od sat vremena na mobilnom uređaju. Prosječni broj ispitanika koji provodi 3 sata na mobilnom uređaju je 32,5 % dok su na drugom mjestu ispitanici birali opciju više od 4 sata (19,3 %). Najmanje su zastupljene bile opcije od 1 sat (14,5 %) te 2 sata (16,9%) što ukazuje na veliki vremenski udio korištenja mobilnih uređaja u dnevnom rasporedu ispitanice skupine studenata. Korištenjem deskriptivne statistike dolazi se do zaključka kako i u slučaju muške i ženske populacije ispitanici provode najčešće 3 sata na mobilnim uređajima. Kod ženske populacije taj je broj

veći zbog broja ispitanika. Međutim 36,54 % ženskih ispitanika provodi vremenski 3 sata na mobilnim uređajima, dok je kod muške populacije taj postotak niži te on iznosi 25,8 %

#### Frequency Tables ▼

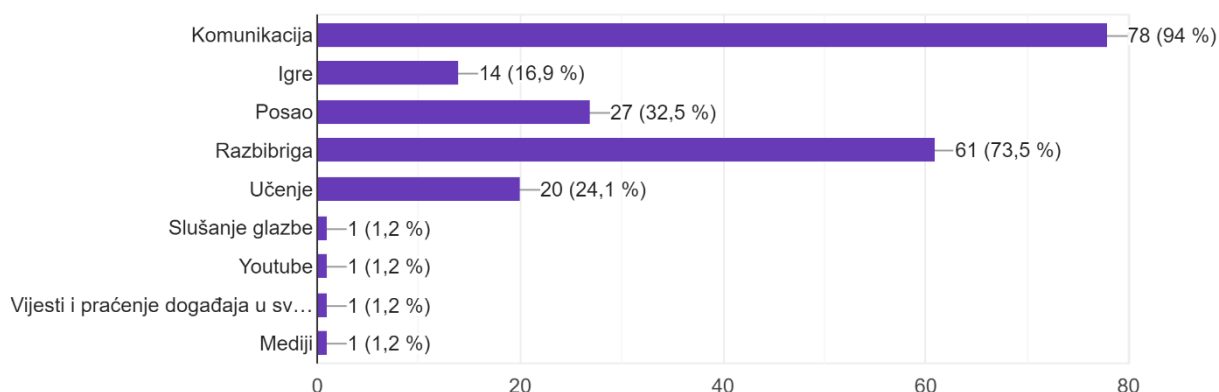
Frequencies for Koliko dnevno provedete vremena na mobitelu? ▼

Spol	Koliko dnevno provedete vremena na mobitelu?	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
M	1 sat	6	19.355	19.355	19.355
	2 sata	5	16.129	16.129	35.484
	3 sata	8	25.806	25.806	61.290
	4 sata	5	16.129	16.129	77.419
	više od 5 sati	7	22.581	22.581	100.000
	Missing	0	0.000		
	Total	31	100.000		
Ž	1 sat	6	11.538	11.538	11.538
	2 sata	9	17.308	17.308	28.846
	3 sata	19	36.538	36.538	65.385
	4 sata	11	21.154	21.154	86.538
	više od 5 sati	7	13.462	13.462	100.000
	Missing	0	0.000		
	Total	52	100.000		

Slika 4.1.

Za što pretežito koristite mobilni uređaj?

83 odgovora



Slika 5.

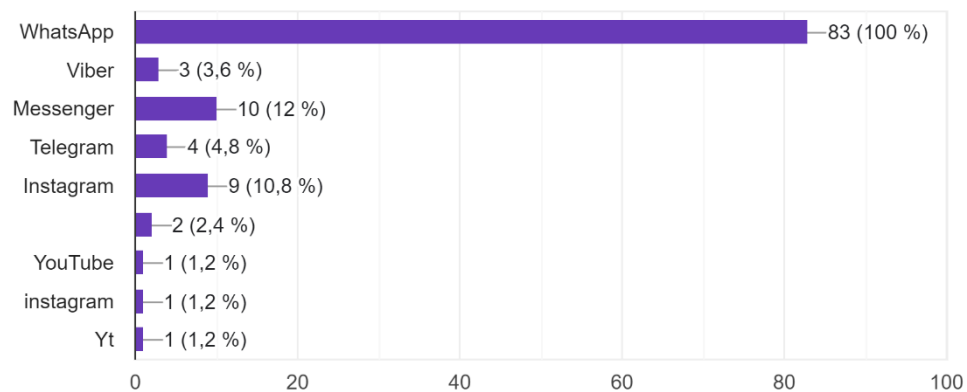
Sljedeće pitanje je bilo zatvorenog tipa, međutim otvorena je i opcija slobodnog unosa. Pitanje se odnosilo na korištenje mobilnog uređaja svaki dan te su ispitanici mogli odabrati više opcija: 94 % ispitanika se izjasnilo kako mobilni uređaj koriste za komunikaciju, dok korištenje mobilnog uređaja za razbibrigu označuje 73,5 % ispitanika. Zanimljivo je kako viši postotak ispitanika, 32,5 %, koristi mobilni uređaj za posao i komunikaciju vezano uz posao, dok njih 24,1 % koristi mobilni uređaj za učenje. Ispitanici najmanje koriste mobilni uređaj za igrice – njih samo 16,9 %. Ispitanicima je ponuđena i opcija „Ostalo“ pod kojom su ispitanici naveli opcije kao slušanje glazbe, *YouTube* te Mediji, što se može svrstati u rubriku razbibriga, dok je

jedan ispitanik naveo kako koristi mobilni uređaj za vijesti i praćenje događaja u svijetu što dokazuje koliko nam opcija omogućuju mobilni uređaji.

Relja i Božić (2012) su u svom radu iznijeli kako postoje četiri načina na koje se mobilni uređaj može koristiti kao sredstvo zabave. Kao prvo navodi zabavu, a pod zabavom smatra igranje igrice, fotografiranje, slušanje glazbe i slično. Za drugo navodi personalne odnose gdje je fokus stavljen na održavanju komunikacije s bližnjim osobama i prijateljima. Kao treće navodi osobni identitet i ističe kako razni mediji mogu pomoći korisniku u izgradnji svog identiteta, ali isto tako ističe da ga mogu i ugroziti. Četvrto je nadzor: tu se ističe kako je korisnik uvijek u tijeku događaja i želi znati što se zbiva u svakom trenutku. Samim time, korisnik ima osjećaj stalne dostupnosti.

Koje komunikacijske aplikacije najčešće koristite?

83 odgovora



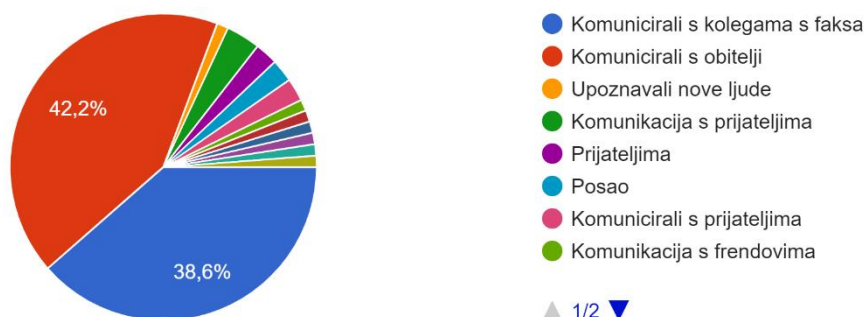
Slika 6.

Od komunikacijskih aplikacija koje su aktualne, 100 % ispitanika se izjasnilo kako koriste *WhatsApp* za komunikaciju. Od ostalih aplikacija *Messenger* je drugi po rasprostranjenosti sa 12 %. Isti postotak nosi *Instagram*, iako se *Instagram* ne može smatrati primarno komunikacijskom aplikacijom, ona je svejedno moguća na navedenoj platformi.



### Komunikacijske aplikacije pretežito koristite kako bi ste...?

83 odgovora

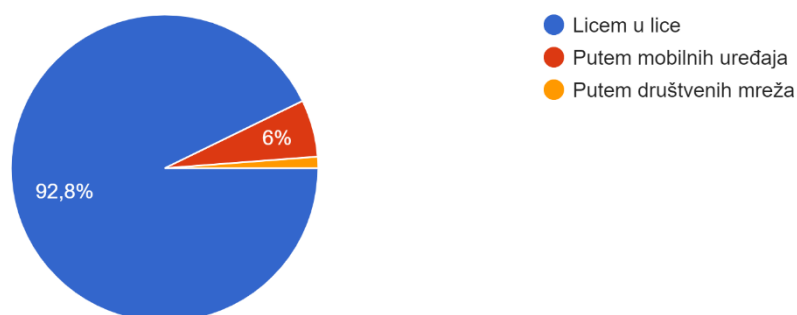


Slika 7.

Ispitanici komunikacijske aplikacije koriste kako bi komunicirali s obitelji, 42,2 %, dok njih 38,6 % koristi u svrhe komunikacije s kolegama sa studija. Među ostalim odgovorima treba istaknuti kako su se ispitanici izjasniti da aplikacije za komunikaciju koriste i kod komunikacije s prijateljima. Iznenadujuće je da ispitanici komunikacijske aplikacije ne koriste više za komunikaciju s prijateljima. Također, pod odgovorima je navedena i opcija: djevojka, dopisivanje sa ženom te posao.

### Koju vrstu komunikacije preferirate kada komunicirate s obitelji?

83 odgovora

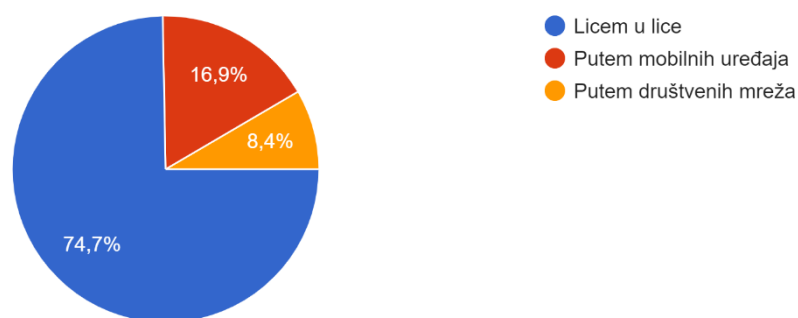


Slika 8.

Kada je u pitanju komunikacija s obitelji, očekivano je najzastupljeniji odgovor kako ispitanici preferiraju komunicirati s obitelji licem u lice. Sarwar (2020) je proveo istraživanje u Pakistanskom gradu Lahoreu, u kojem se bavio utjecajem mobilnih uređaja na obiteljski život.

Zanimljivo je istaknuti što su ispitanici odgovorili na pitanje koje se ticalo korištenja mobilnih uređaja za vrijeme obiteljskog druženja. Naime, ispitanici su odgovorili kako korištenje mobilnih uređaja za vrijeme obiteljskog druženja negativno utječe na osjećaje ostalih članova obitelji. Ti rezultati mogu biti i jedan od mogućih razloga zašto su ispitanici u anketi provedenoj za potrebe ovog diplomskog rad pokazali naklonost komunikaciji licem u lice kada je u pitanju obitelj. Muška i ženska populacija podjednako preferira komunikaciju s obitelji licem u lice. Putem deskriptivne statistike rezultati prikazuju sljedeće; 93,5% muških ispitanika preferira komunikaciju s obitelji vršiti licem u lice. Kod ženskih ispitanika je postotak veoma sličan te on iznosi 92,3%. Iz navedenih rezultata se može uočiti kako i muška i ženska populacija preferira komunicirati licem u lice kada je u pitanju obitelj.

Koju vrstu komunikacije preferirate kada komunicirate s prijateljima ili kolegama s faksa?  
83 odgovora



Slika 9.

Kod komunikacije s prijateljima te kolegama s faksa situacija je malo raznovrsnija: komunikacija licem u lice je i dalje najzastupljeniji oblik komunikacije, sa 74,7 %, međutim, povećan je postotak ispitanika koji komunikaciju s kolegama preferiraju obavljati putem mobilnih uređaja, njih 16,9 %, te putem društvenih mreža, njih 8,4 %. Iz priloženih rezultata može se zaključiti kako je komunikacija licem u lice najzastupljeniji oblik komunikacije među ispitanicima, posebice kada je u pitanju komunikacija s obitelji. Povećanje tendencije komuniciranja putem mobilnih uređaja i društvenih mreža u većem se broju javlja kada je u pitanju komunikacija s kolegama i prijateljima. U ovom slučaju se može uočiti povećana tendencija komunikacije putem mobilnih uređaja kod ženske populacije. Naime 21,2% ženskih ispitanika preferira komunikaciju s prijateljima i kolegama sa fakulteta putem mobilnih uređaja. Kod muške populacije ispitanika je taj broj svega 9,7%.

Smatrate li kako je komunikacija putem mobilnih uređaja vjerodostojna?

83 odgovora



Slika 10.

Ispitanicima je postavljeno pitanje „Smatrate li kako je komunikacija putem mobilnih uređaja vjerodostojna?“ što je ujedno i glavna tema ovog istraživanja. Ispitanicima su ponuđene opcije „da“ i „ne“ te je ostavljena i opcija slobodnog unosa odgovora. Odgovori su bili veoma slični po postotku, 45,8 % ispitanika je odgovorilo „ne“ na postavljeno pitanje te ne smatraju komunikaciju putem mobilnih uređaja vjerodostojnom, dok se njih 42,2 % izjasnilo kako je ona ipak vjerodostojna. Također, ispitanici su imali i opciju unosa svog vlastitog odgovora pa je tako manji broj ispitanika unio opciju kako vjerodostojnost komunikacije preko mobilnih uređaja ovisi o situaciji i o osobi s kojom se komunicira. Navedeni odgovori dokazuju kako poznanstvo i povjerenje u drugu osobu ima značajnu ulogu kod vjerodostojnosti u komunikaciji. Jedan od ispitanika je, primjerice, naveo sljedeći odgovor: „S obzirom da kod ovog tipa komunikacije nismo u mogućnosti svjedočiti govoru tijela te ostalim faktorima neverbalne komunikacije poput tona glasa, što nam je za percepciju bitnije od samih riječi, smatram da često nije vjerodostojna“.

Iz navedenog odgovora da se sažeti kako je ispitanicima kod komunikacije licem u lice uvelike bitan i neverbalni aspekt komunikacije. Kod komunikacije putem mobilnih uređaja im neverbalni aspekt komunikacije ne predstavlja veliku važnost.

Za daljnje istraživanje bilo je potrebno doći do uvida u to što vjerodostojnost uistinu znači za ispitanike, stoga su ispitanici ukratko iznijeli svoje definicije vjerodostojnosti. Za svrhe izrade diplomskog rada neće biti unesene sve, već samo najrelevantnije definicije:

„Vjerodostojnost može bit epitet koji povezujemo s osobom kojoj potpuno vjerujemo.“

„Pojam koji se odnosi na postojanje povjerenja, bez sumnje.“

„Vjerodostojnost predstavlja podudaranja nekakvih činjenica ili pojmova, istinite iskaze.“

„Vjerodostojnost se može smatrati općenito kao svojstvo validnosti prema sugovorniku.“

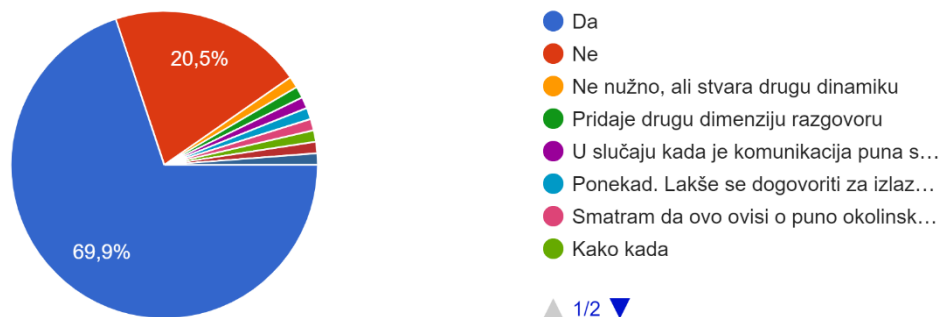
„Nešto zaista jest onakvim kakvim se čini te ne izaziva sumnju. Ako netko izgovori jednu stvar vjerodostojnost te izjave značila bi da osoba nije bila sarkastična niti imala ikakvih skrivenih motiva već je mislila točno ono što je rekla a mi to možemo lako prepoznati.“

„Vjerovati da netko govori istinu.“

Sama srž i cilj ovog istraživanja sročena je u posljednju definiciju: „Vjerovati da netko govori istinu.“ Ovo je istraživanje provedeno upravo s ciljem da se dođe do uvida možemo li vjerovati nekoj drugoj osobi (govori li nam istinu) ako se komunikacija odvija putem mobilnih uređaja te društvenih mreža.

Smatrate li kako komunikacija putem mobilnih uređaja narušava kvalitetu komunikacije?

83 odgovora



Slika 11.

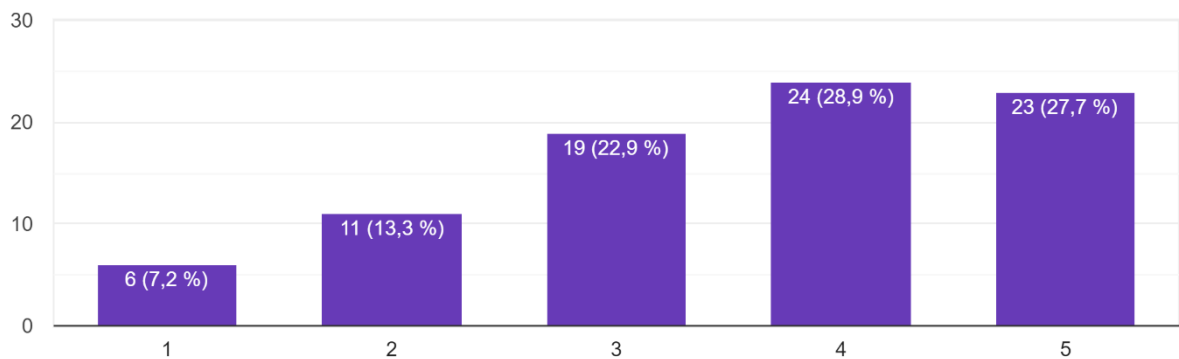
Ispitanici u većinskom broju, svega njih 69,9 %, smatraju kako mobilni uređaji narušavaju kvalitetu komunikacije. S druge strane, njih 20,5 % smatra kako komunikacije putem mobilnih uređaja ne narušava kvalitetu te da je ona podjednaka odvijala se licem u lice ili putem mobilnih uređaja. U navedenom pitanju je, kao i u prethodnim, ostavljena opcija otvorenog odgovora. Jedan od dva ispitanika je napisao kako komunikacija putem mobilnih uređaja pridaje novu dimenziju razgovoru, dok drugi smatra kako se lakše dogovoriti s prijateljima putem mobilnih uređaja. Kod ovog primjera se također uz pomoć deskriptivne

statistike došlo do zaključka kako ženska populacija smatra kako komunikacija mobilnim uređajima narušava kvalitetu komunikacije. 78,85 % ženskih ispitanika smatra kako je kvaliteta komunikacije narušena kada se ona odvija putem mobilnih uređaja. Kod muških ispitanika je taj postotak znatno manji te on iznosi 54,84%. Može se uočiti kako ženske ispitanice smatraju kako je komunikacija putem mobilnih uređaja zaslužna za umanjenje kvalitete komunikacije, to jest da ne doprinosi u pozitivnom smislu.

Nakon uvodnog dijela ankete ispitanicima su ponuđene tvrdnje koje se odnose na komunikaciju putem društvenih mreža i mobilnih uređaja, i trebali su procijeniti u kolikoj mjeri se slažu s određenom tvrdnjom. Odgovori su se bilježili na Likertovoj ljestvici prema sljedećim stupnjevima:

- 1 - Ne slažem se uopće
- 2 - Ne slažem se
- 3 - Niti se slažem niti se ne slažem
- 4 - Slažem se
- 5 - U potpunosti se slažem

Prekomjerno se koristim mobilnim uređajem  
83 odgovora

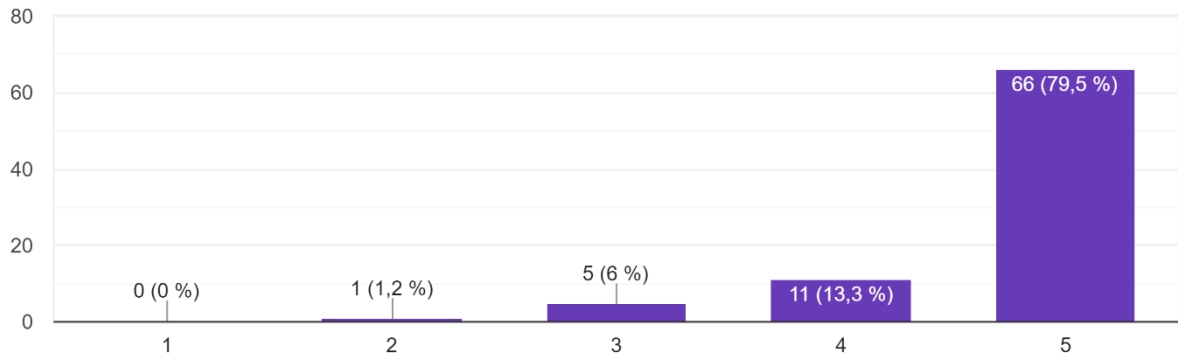


Slika 12.

Odgovori na ovo pitanje ukazuju na svijest ispitanika o prekomjernoj uporabi mobilnih uređaja. Odgovori ispitanika poklapaju se s istraživanjima vezanima uz prekomjerno korištenje mobilnih uređaja. Istraživanje koje su proveli Allena, Seamana i Geretta (2007) prikazuje kako je 90 % studenata koji su ispitanici, prvi mobilni uređaj dobilo u osnovnoj školi. Svega šest ispitanika (7,2 %) od 84 ne slaže se uopće s time da prekomjerno koriste mobilni uređaj, 11 ispitanika (13,3 %) se ne slaže, dok se 47 ispitanika slaže (28,9 %) ili u potpunosti slaže (27,7

%) kako se prekomjerno služe mobilnim uređajima. Suzdržano je ostalo 19 ispitanika (22,9 %) te oni smatraju kako se njima ne koriste ni previše ni premalo.

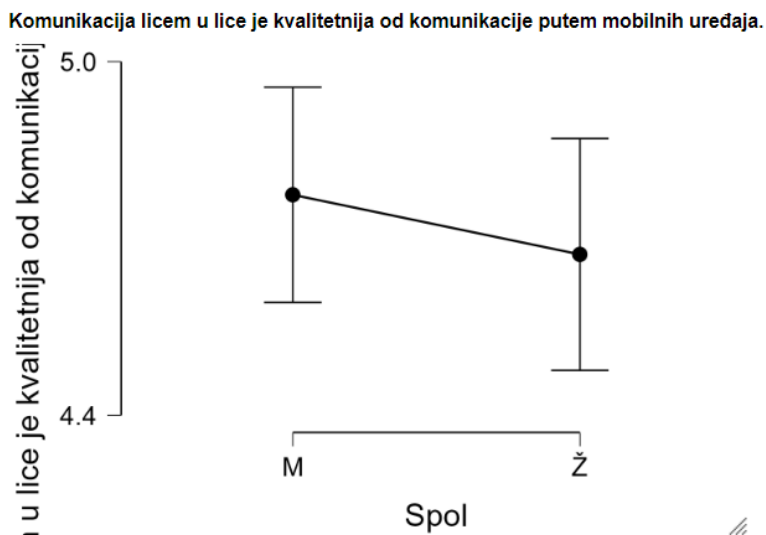
Komunikacija licem u lice je kvalitetnija od komunikacije putem mobilnih uređaja,  
83 odgovora



Slika 13.

Velika većina ispitanika, njih 66 (79,5 %) se u potpunosti slaže i smatraju da je komunikacija licem u lice kvalitetnija od komunikacije putem mobilnih uređaja i društvenih mreža. Pod kvalitetom komunikacije se smatra svojstvo da se komunikacija provede bez poteškoća u prijenosu informacija između sugovornika. Za kvalitetnu komunikaciju je također potrebno povjerenje između dva ispitanika. Unatoč prednostima koje nudi komunikacija mobilnim uređajima, kao što je povezanost s ljudima iz svih dijelova svijeta i dostupnost, ispitanici ipak smatraju kako ona nije jednako kvalitetna kao komunikacija licem u lice. Njih jedanaest (13,3 %) slažu se s navedenom tvrdnjom, petero ispitanika (6 %) je suzdržano, dok se samo jedan ispitanik (1,2 %) ne slaže kako je komunikacija licem u lice kvalitetnija od komunikacije putem mobilnih uređaja. Na temelju navedenih odgovora možemo doći do zaključka kako studenti unatoč prekomjernom korištenju mobilnih uređaja i društvenih mreža svejedno i dalje smatraju kako ona ne može kvalitetom u potpunosti zamijeniti komunikaciju licem u lice. Kao jedan od razloga bi se mogao uzeti faktor neverbalne komunikacije. Kako Beauchamp i Baran (2017) navode, kroz neverbalnu komunikaciju osoba može izreći puno više nego riječima. Kod verbalne komunikacije se koriste samo riječi, dok kod neverbalne komunikacije do izražaja dolaze pokreti tijela koji mogu otkriti je li osoba nervozna ili ne. Također i grimase lica mogu otkriti smatra li osoba ono o čemu priča sugovornik zanimljivim ili ne. Neverbalnom komunikacijom se uključuju sva osjetila, stoga putem nje možemo izreći

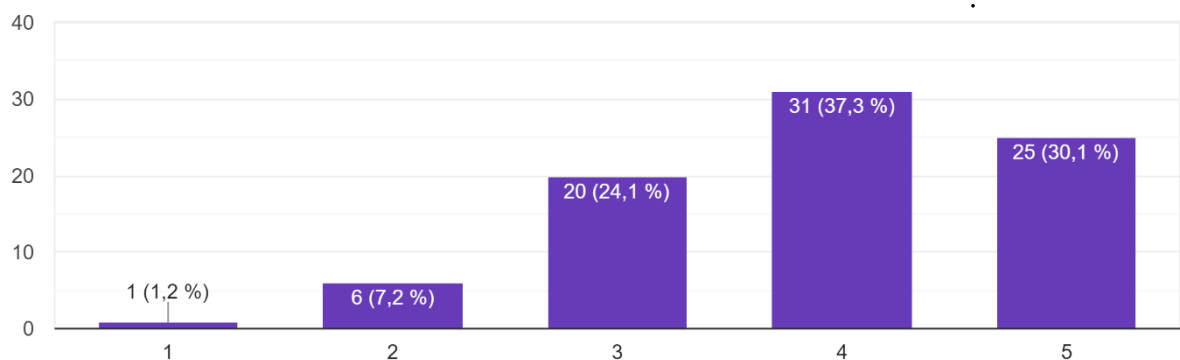
ono što riječima ne možemo. Kada se uzmu u obzir svi aspekti komunikacije licem u lice, jasno je zaključiti kako ona ima više prednosti od komunikacije putem mobilnih uređaja. Za daljnju analizu je korišten t-test kako bi se dobio uvid o utjecaju spola na navedene odgovore. Kao što se može uočiti na grafu razlika je neznatna. Kod muških ispitanika se vidi povišena tendencija u mišljenju kako je komunikacija licem u lice kvalitetnija od komunikacije putem mobilnih uređaja, međutim ona je neznatna.



Slika13.1.

Komunikacija putem mobilnih uređaja je zastupljenija od komunikacije licem u lice.

83 odgovora

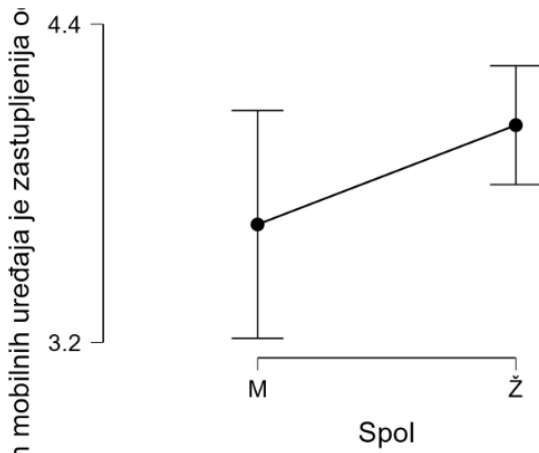


Slika 14.

Kada je u pitanju zastupljenost komunikacije mobilnih uređaja u usporedbi s komunikacijom licem u lice, dolazi se do zaključka kako se 30,1% ispitanika u potpunosti slaže s tvrdnjom, a 37,3 % ispitanika se slaže s tvrdnjom. Iako veliki broj ispitanika smatra da je komunikacija licem u lice kvalitetnija od komunikacije putem mobilnih uređaja, njih 72,9 %

tvrdi kako je komunikacija putem mobilnih uređaja zastupljenija od komunikacije licem u lice. Nadalje, 24,1 % ispitanika ostalo je suzdržano, dok se njih 7,2 % to jest 1,2 % ne slaže s navedenom tvrdnjom. Navedeni odgovori daju uvid u oblik komunikacije koji je najzastupljeniji kod studenata. U ovom slučaju se također pomoću t-testa analiziraju rezultati te se dolazi do zaključka kako je kod ženskih ispitanika povišena tendencija ispitanika koja smatra kako je komunikacija putem mobilnih uređaja zastupljenija nego komunikacija licem u lice. Kod ženskih ispitanika se može uočiti kako su se pretežito slagale s tvrdnjom, dok su muški ispitanici bili uglavnom suzdržani.

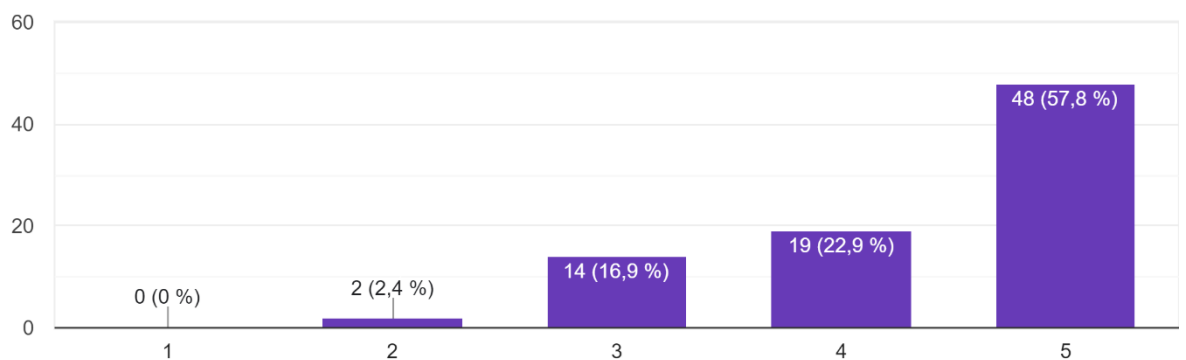
Komunikacija putem mobilnih uređaja je zastupljenija od komunikacije licem u lice. ▼



Slika 14.1.

U komunikaciji putem mobilnih uređaja je lakše lagati nego kod komunikacije liceṃ u lice.

83 odgovora



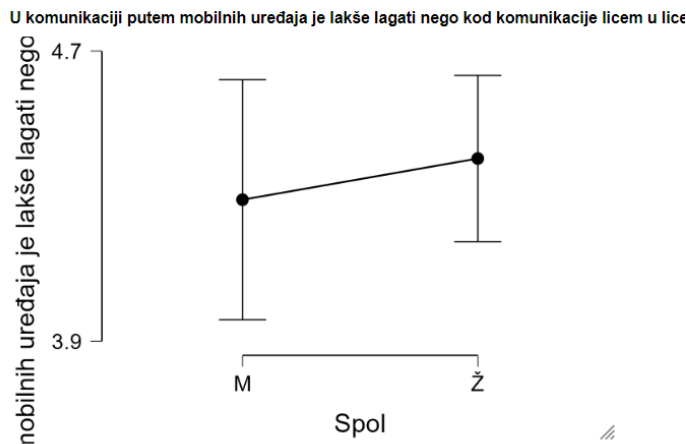
Slika 15.

Studenti također, točnije njih 48 (57,8 %), se u potpunosti slažu s tvrdnjom da je putem mobilnih uređaja lakše davati lažne informacije ili lagati, nego što je to komunikacijom licem u lice. Njih devetnaest (22,9 %) se slaže s navedenom tvrdnjom, dok je njih četrnaest (16,9 %) suzdržano. Svega dvoje ispitanika smatra kako se ne slažu s tvrdnjom. Uz pomoć t-testa se



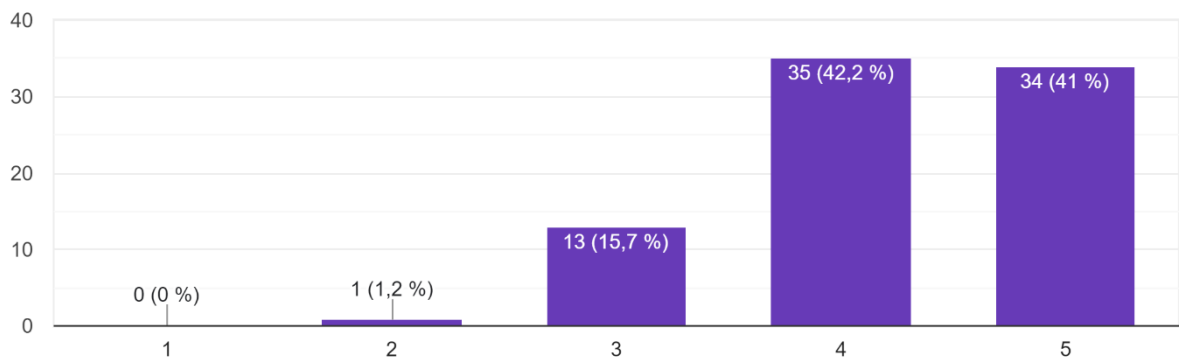
uočilo sljedeće. Za navedenu tvrdnju se može vidjeti kako je tendencija odgovora podjednaka kod muških i kod ženskih ispitanika.

Slika 15.1.



Kod komunikacije licem u lice se putem gestikulacija te izrazom lica može dokučiti laže li osoba ili ne.

83 odgovora

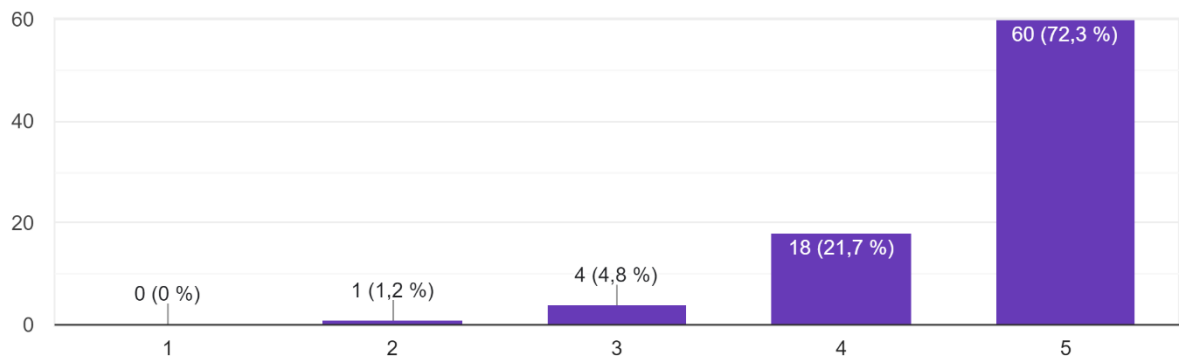


Slika 16.

Jednako tako, 41 % ispitanik se u potpunosti slaže te se jednak broj slaže i sa izrazom da je lakše dokučiti kada osoba laže uz pomoć raznih gestikulacija i izraza lica. Ova izjava se može nadovezati na izjavu sa Slike 13. uzevši u obzir kako neverbalna komunikacija igra važnu ulogu u razotkrivanja laži. Kako je već gore navedeno, neverbalnom komunikacijom izražavamo stvari koje možda ne bi htjeli izraziti verbalnim putem. Nadalje, 15.7 % ispitanika je suzdržano po pitanju izjave dok se samo jedan ispitanik ne slaže. Nastavno na prethodnu tvrdnju za očekivati su bili rezultati kako ženska i muška populacija podjednako smatra da se putem gestikulacija te izrazom lica može dokučiti laže li osoba ili ne. Posljedično su rezultati dobiveni t-testom identični kao i kod prethodne tvrdnje.

Na društvenim mrežama se lakše predstaviti kao druga osoba.

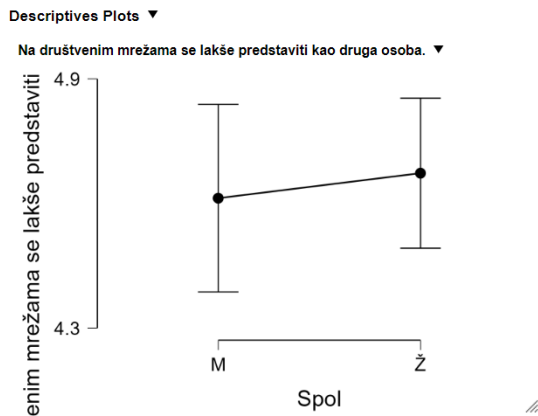
83 odgovora



Slika 17.

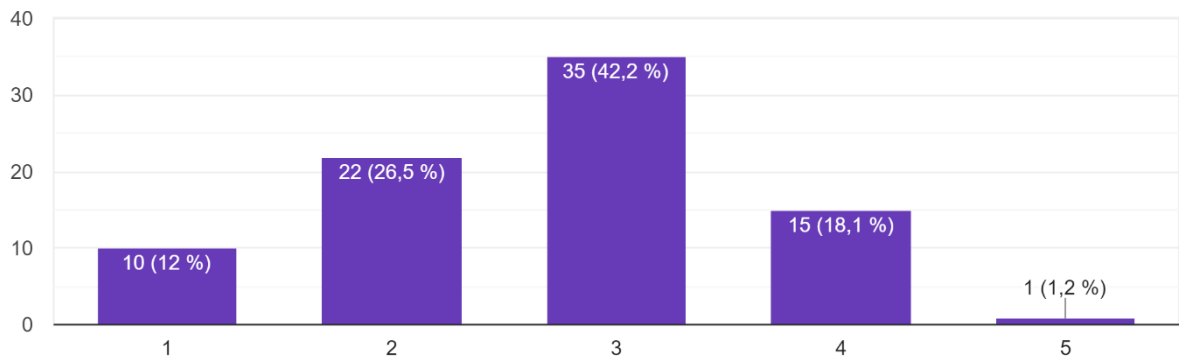
Kod sljedeće izjave dolazimo do hipoteze virtualnog identiteta Beauchamp i Baran (2017) (Idealized virtual identity hypothesis) koja je već spomenuta prije u diplomskom radu. Ukratko, u njoj se ističe kako se određene osobe u nekim slučajevima predstavljaju drugačije nego što to uistinu jesu. Predstavljaju druge osobine od onih koje ih odlikuju. U ovom slučaju ta se pojava odnosi na komunikaciju putem interneta, gdje osobe skrivaju svoje mane i koriste samo svoje pozitivne osobine kako bi prikazale lažnu sliku o sebi. S obzirom na rezultate koji su dobiveni anketom, može se zaključiti kako su se ispitanici susreli s time. Naime, 60 ispitanika (72,3 %) tvrdi kako se u potpunosti slaže s tvrdnjom da se lakše predstaviti kao druga osoba kada se komunikacija odvija putem društvenih mreža ili putem mobilnih uređaja. Daljnjom analizom uz pomoć t-testa dolazi se do zaključka kako se ženske ispitanice uglavnom slažu s gore navedenom tvrdnjom, dok je i u ovom slučaju muška populacija suzdržanija iako odgovori više ukazuju na to da i muška populacija smatra kako se lakše predstaviti kao druga osoba. Može se zaključiti kako je ženska i muška populacija ispitanika dijele isto mišljenje te smatraju kako je hipoteza virtualnog identiteta itekako moguća i prisutna u modernoj komunikaciji.

Slika 17.1.



Komunikacija putem društvenih mreža je doprinijela kvaliteti komunikacije.

83 odgovora



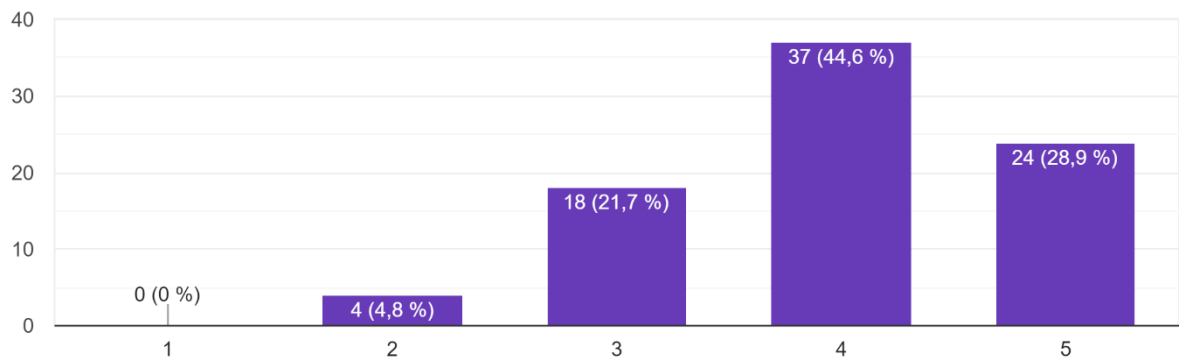
Slika 18.

Po pitanju napretka kvalitete komunikacije otkada su se pojavile društvene mreže, ispitanici su većinom suzdržani, to jest njih 42,2 % se izjasnilo kako se niti slaže, niti ne slaže da je komunikacija putem društvenih mreža doprinijela samoj kvaliteti komunikacije. Iako su istraživanja provedena na korisnicima *Facebooka*, koje je proveo Selwyn (2012), dokazala da je korištenje društvenih mreža za komunikaciju doprinijelo razvijanja sposobnosti *multitaskinga*, 33 ispitanika se izjasnilo kako ne smatra da je kvaliteta komunikacije uznapređovala. Čak 10 ispitanika (11,9 %) se uopće ne slaže s tvrdnjom, dok njih 22 (26,5 %) se slaže s tvrdnjom. Njih 16 se slaže s tim da je komunikacija putem društvenih mreža doprinijela kvaliteti komunikacije. Međutim, zanimljivo je uočiti kako ispitanici ne dijele

mišljenje sa Selwynom (2012) koji je istaknuo da su društvene mreže omogućile napredak kvalitete komunikacije.

Komunikacija putem mobilnih uređaja te društvenih mreža je korisna zato što smo odmah dostupni drugoj osobi.

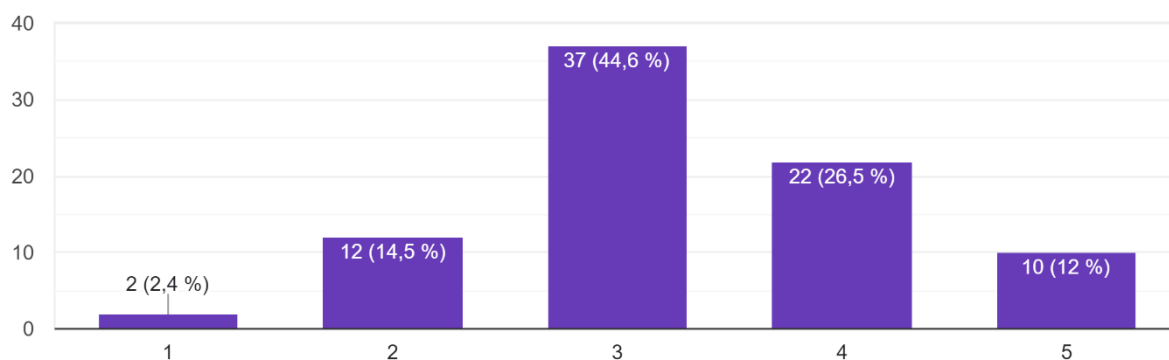
83 odgovora



Slika 19.

Jedna od prednosti komunikacije putem mobilnih uređaja i društvenih mreža, koja je na početku ovog rada navedena, povezanost je s osobama koje trenutno nisu prisutne te na taj način olakšava, primjerice, dogovaranje planova. Putem mobilnih uređaja i društvenih mreža u većini smo slučajeva dostupni odmah kada nam osoba pošalje poruku ili nas nazove, stoga se kao jedna od prednosti ističe upravo taj aspekt ove vrste komunikacije. Ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju uglavnom imaju pozitivan stav s obzirom na ovo pitanje. Njih 28,9 % se u potpunosti slaže s tvrdnjom dok 44,6 % ispitanika se slaže s tvrdnjom i nemaju problem što su osobe, kada je u pitanju komunikacija putem mobilnih uređaja, odmah dostupne. S druge strane, 21,7 % ispitanika je suzdržano po pitanju dostupnosti, dok njih 4,8 % smatra kako nije nužno dobra stvar to što su osobe odmah i uvijek dostupne.

Komunikacija gubi na vjerodostojnosti kada se odvija putem mobilnih uređaja ili društvenih mreža.  
83 odgovora

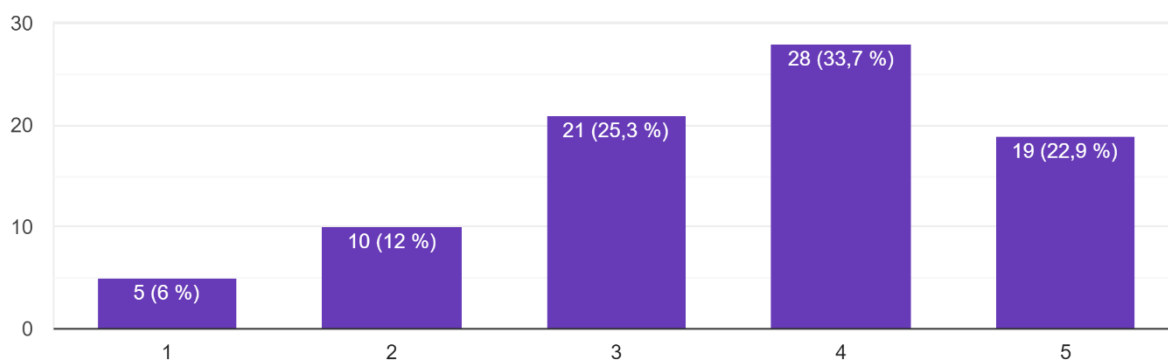


Slika 20.

Kada se dovodi u pitanje vjerodostojnost komunikacije putem mobilnih uređaja i društvenih mreža, ispitanici su u većini, njih 44,6 %, suzdržani, odnosno nemaju neki konkretan stav gubi li komunikacija vjerodostojnost ili ne. Jedan od razloga bi potencijalno moglo biti svakodnevno korištenje mobilnih uređaja za komunikaciju, pa su samim time osobe stekle osjećaj povjerenja. Također se kao faktor može uzeti to što većinu vremena provodimo komunicirajući s osobama kojima vjerujemo, kao što su prijatelji ili kolege sa studija. Nadalje, 32 ispitanika se izjasnilo kako se slažu s navedenom tvrdnjom i kako smatraju da je komunikacija putem mobilnih uređaja i društvenih mreža naspram komunikacije licem u lice ipak lišena vjerodostojnosti. Njih 14 se izjasnilo kako ne smatraju da komunikacija ne gubi na vjerodostojnosti. Navedeni rezultati pokazuju kako studenti mobilne uređaje i društvene mreže ne percipiraju kao siguran i vjerodostojan kanal komunikacije, već postoji određena doza opreza prilikom korištenja bez obzira na njezinu veliku rasprostranjenost.

Potrebno je smanjiti udio komunikacije putem mobilnih uređaja.

83 odgovora

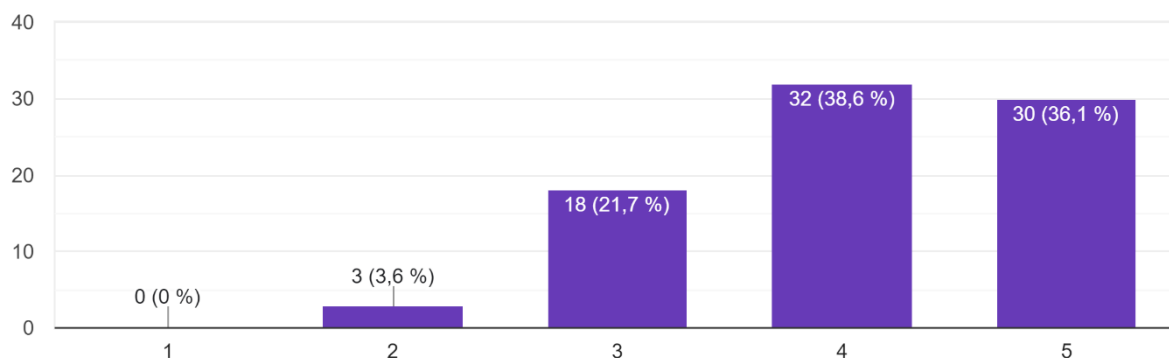


Slika 21.

Na početku istraživanja ispitanicima je postavljeno pitanje o vremenu provedenom na mobilnim uređajima. Njih 69 %, što je većina, provodi više od tri sata koristeći mobilni uređaj svaki dan. 56,6% ispitanika smatra kako se slažu i u potpunosti slažu s tvrdnjom kako bi trebali smanjiti udio komunikacije putem mobilnih uređaja. S druge strane, 25,3 % ispitanika navodi da ne smatraju da bi trebali smanjiti, niti povećati udio komunikacije mobilnim uređajem, dok 6 % ispitanika smatra kako nije potrebno smanjiti udio komunikacije putem mobilnih uređaja jer smatraju kako ne provode previše vremena komunicirajući putem mobilnih uređaja. Također je kroz istraživanje zaključeno kako dob ne igra ulogu u vremenu provedenom na mobilnim uređajima, niti u udjelu komunikacije putem mobilnih uređaja jer je prosječna dob od 23,3 godine zastupljena kod ispitanika koji mobilne uređaje koriste više od 3 sata i manje od 3 sata.

Način na koji osoba komunicira se razlikuje kada se ona odvija putem mobilnih uređaja ili licem u lice.

83 odgovora

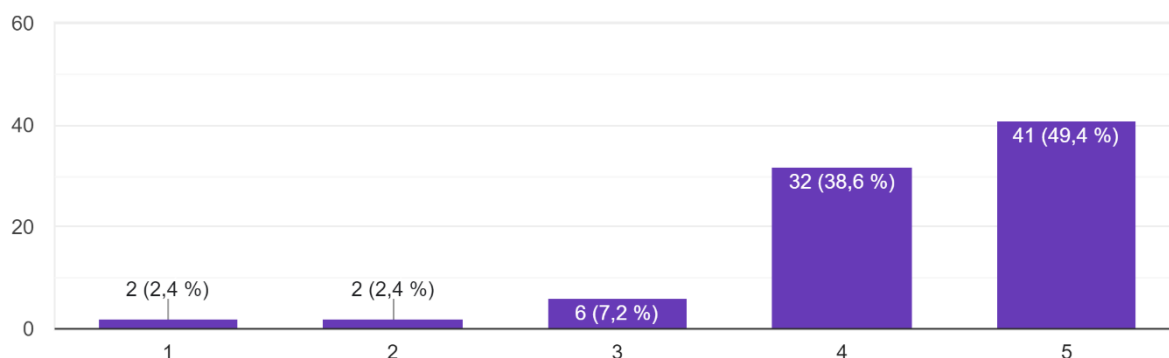


Slika 22.

Način na koji osobe komuniciraju putem mobilnih uređaja i licem u lice se razlikuje po tome što je komunikacija licem u lice kompletnija i sadrži više aspekata: uključena su sva osjetila – od vida, sluha pa čak i njuha. Komunikacija putem mobilnih uređaja se, s druge strane, svodi samo na vizualno i slušno – nema gestikulacija licem pa samim time ne možemo u potpunosti otkriti namjeru i osjećaje osoba. Saleem i Bakhsh (2017) također navode kako se promijenio i način pisanja, a kao razlog navode ubrzano širenje tekstualne komunikacije. To se odražava i u svakodnevnoj komunikaciji: 62 ispitanika smatra kako osobe drugačije komuniciraju putem mobilnih uređaja nego uživo. Njih 18 smatra kako se ne razlikuje način komuniciranja putem mobilnog uređajem i licem u lice. Svega 3 studenata se ne slaže s tvrdnjom i ne smatraju da se komunikacija licem u lice i mobilnim uređajem razlikuje u načinu na koji se ona odvija, već da je istovjetna.

Putem komunikacije licem u lice se može lakše doznati kakva je ona osoba.

83 odgovora



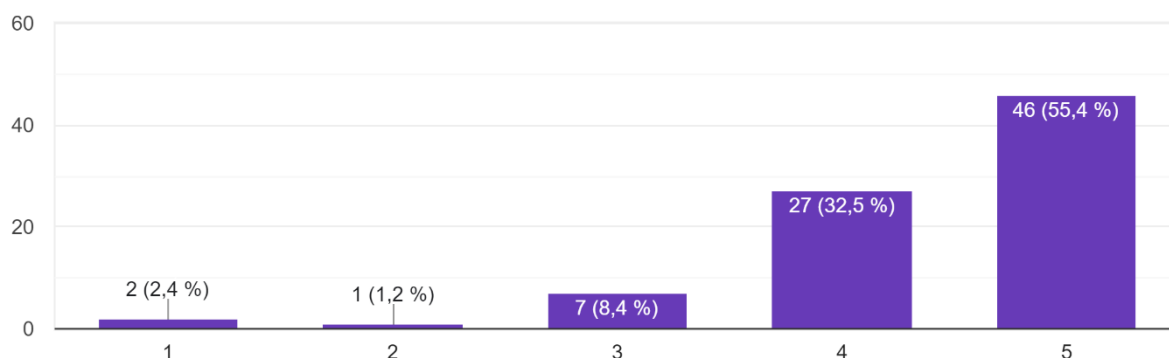
Slika 23.

Kod navedene izjave potrebno je iznova osvrnuti se na tezu koja se pojavljuje u ovom diplomskom radu, a to je hipoteza virtualnog identiteta (Virtual identity hypothesis) Beauchamp, Baran (2017). Razlog zbog kojeg ju se ponovno ističe leži u činjenici da je direktno vezana za temu diplomskog rada te je u okvirima današnjih oblika komunikacije veoma aktualna. Kao što je u navedenoj tezi navedeno, osobe se na mreži mogu predstaviti drugačije. One mogu istaknuti samo svoje pozitivne strane te zanemariti mane i time se predstaviti drugačije nego što one uistinu jesu. To je jedan od problema s kojima se susrećemo kod komunikacije putem mobilnih uređaja i društvenih mreža. Važno je naglasiti i kako u nekim slučajevima osoba niti ne zna s kime komunicira jer je komunikacija anonimna. Ispitanici smatraju da je lakše doznati kakva je osoba kada se komunikacija odvija licem u lice. Njih 49,4 % se u potpunosti slaže s gore navedenom tvrdnjom, dok se njih 38,6 % slaže s tvrdnjom. Stoga većina, dakle 86,1 % ispitanika smatraju da je lakše doznati kakva je osoba zaista (sve njene mane i vrline) kada se komunikacija odvija licem u lice. Njih 7,2 % je suzdržano, to jest niti se slažu, niti se ne slažu s tvrdnjom. Dok se 4,8 % studenata ne slaže s tvrdnjom i smatra kako ni u komunikaciji licem u lice nije moguće doći do saznanja kakvog je karaktera sugovornik. Odgovor na izjavu sa slike 23. se može smatrati očekivanim.



Osobama se lakše lažno predstavljati kada se komunikacija odvija putem mobilnih uređaja.

83 odgovora

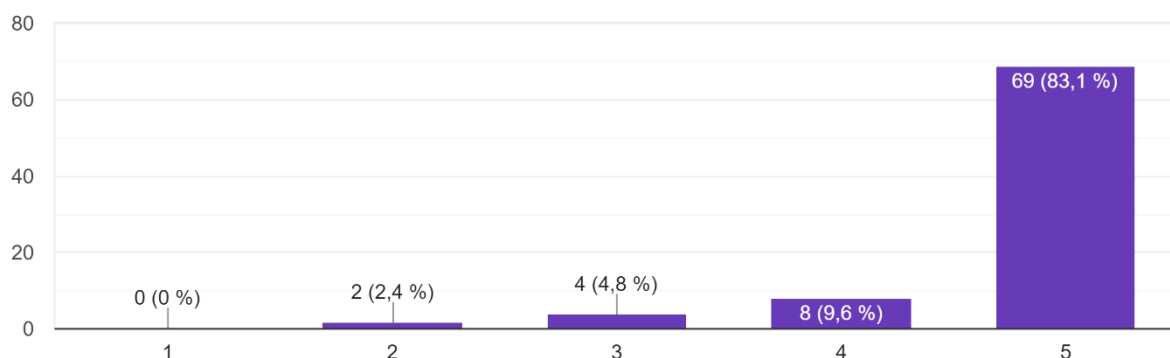


Slika 24.

Kao što je navedeno na prethodnoj stranici, korisnici se lakše mogu pretvarati da nisu kakvima se čine kada se komunikacija odvija putem društvenih mreža i mobilnih uređaja. Stoga je za potrebe istraživanja trebalo ispitati mišljenje ispitanika o tome je li se lakše predstaviti lažno kada se komunikacija odvija putem mobilnih uređaja. Ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju, njih 86,9 %, se u većini slažu kako je lakše lažno predstavljanje putem mobilnih uređaja. U manjini su ispitanici koji smatraju kako je to teže, njih 3,6 %, dok je 8,4 % ispitanika suzdržano. Prema Hipotezi virtualnog identiteta (Beauchamp, Baran (2017) u online komunikaciji se korisnici lako mogu predstaviti lažnim imenom ili lažnim odnosno drugim identitetom, zbog anonimnosti komunikacije i činjenice da korisnici nisu prisutni u istom prostoru te nisu vidljivi jedni drugima. U današnje vrijeme kada se većina komunikacije odvija putem mrežnih puteva znatno je lakše lažirati identitet. Posebice se to ističe kada se koriste aplikacije za upoznavanje novih osoba kao što je, primjerice *Tinder*. Akhsaniyah (2023) u svom radu navodi kako osobe stvaraju lažne profile da bi prikrile mane svojeg pravog „ja“. Navodi kako u novije vrijeme, kada je zavlada komunikacija pametnim mobitelima, sve se manje čini potrebna komunikacija licem u lice primjerice za rješavanje određenog problema s drugom osobom. Osim toga, lakše se razvijaju odnosi među osobama koje se možda nikada nisu upoznale uživo.

Mobilni uređaji su postali neizostavan dio naše svakodnevnice.

83 odgovora

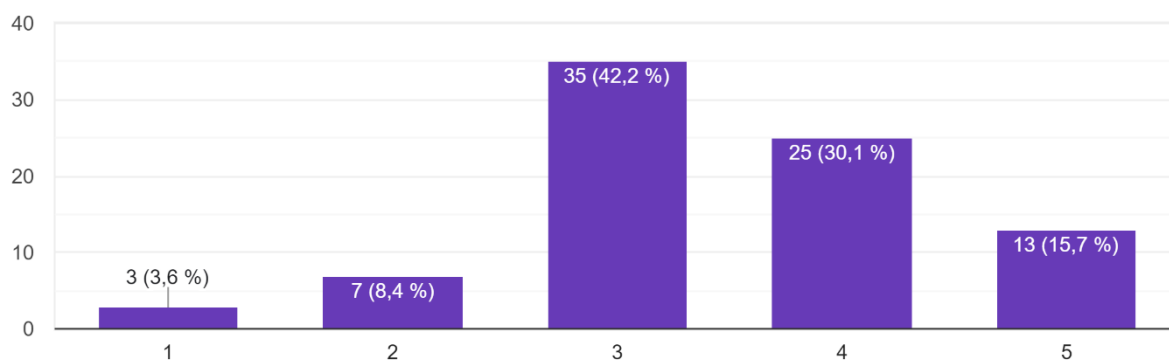


Slika 25.

Potrebno je doći do mišljenja ispitanika o temi mobilnih uređaja u svakodnevnicu. Rezultati su očekivani. Čak 83,1 % ispitanika se u potpunosti slaže kako su mobilni uređaji postali neizostavan dio naše svakodnevnice, dok se njih 9,6 % slaže s tvrdnjom. Nadalje, 77 ispitanika od 84 smatra da čovjek u modernom društvu ne može bez mobilnog uređaja, 4,8 % ispitanika je suzdržano, dok samo 2,4 % ispitanika smatra kako mobilni uređaji nisu dio svakodnevnice. Navedeni odgovori se poklapaju (ili potvrđuju) s istraživanjima koje su proveli Relja i Božić (2012), gdje su došli do zaključka kako je mobilni uređaj postao neizostavan dio svakodnevne komunikacije i svakodnevnice općenito. Sama činjenica da su u istraživanju provedenom od strane Relje i Božića (2012) svi ispitanici u posjedovanju barem jednog mobilnog uređaja dokazuje koliki dio svakodnevnice on zapravo je.

Mobilni uređaji te tehnologija općenito utječu negativno na međuljudske odnose.

83 odgovora



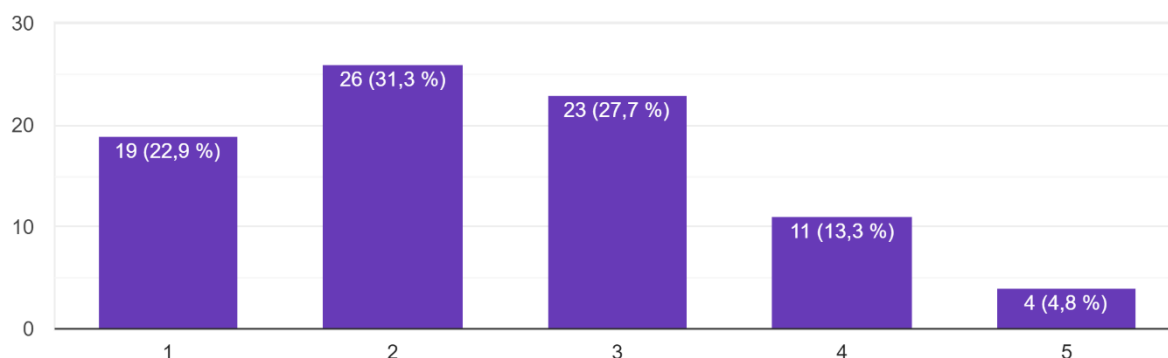
Slika 26.

Relja i Božić (2012) u svom radu navode kako se porastom korisnika mobilnih uređaja povećao i broj žrtava vršnjačkog nasilja putem istih. To se naziva *cyberbullying*, odnosno nasilje putem tehnologije. Dalje navode kako je nasilje putem mobilnih uređaja u dosta slučajeva ima teže psihološke posljedice nego kada se ono odvija licem u lice. Kao glavni razlog navode to da se u verbalnom napadu neke riječi i uvrede mogu i zaboraviti, dok tekstualna poruka ostaje zapisana. Još jedna negativna strana je ta što je nasilje putem tehnologije moguće bilo kada i nema ograničenja kada osoba može biti napadnuta. Anonimnost pruža nasilnicima osjećaj sigurnosti i snage jer se mogu sakriti iza svojih riječi i ne odgovarati ni za što.

Ispitanici su uglavnom suzdržani, njih 42,2 % niti se slaže niti ne slaže s tvrdnjom da tehnologija općenito utječe na međuljudske odnose, a 30,1 % ispitanika se slaže s navedenom tvrdnjom. Njih 15,7 % se u potpunosti slaže s tim da tehnologija negativno utječe na međuljudske odnose. U manjini su ispitanici koji se ne slažu s navedenom tvrdnjom, njih 8,4 %, dok se njih 3,6 % uopće ne slaže te smatraju kako tehnologija ne utječe loše na međuljudske odnose.

Komunikacija putem tehnologije će u potpunosti istisnuti komunikaciju licem u lice.

83 odgovora

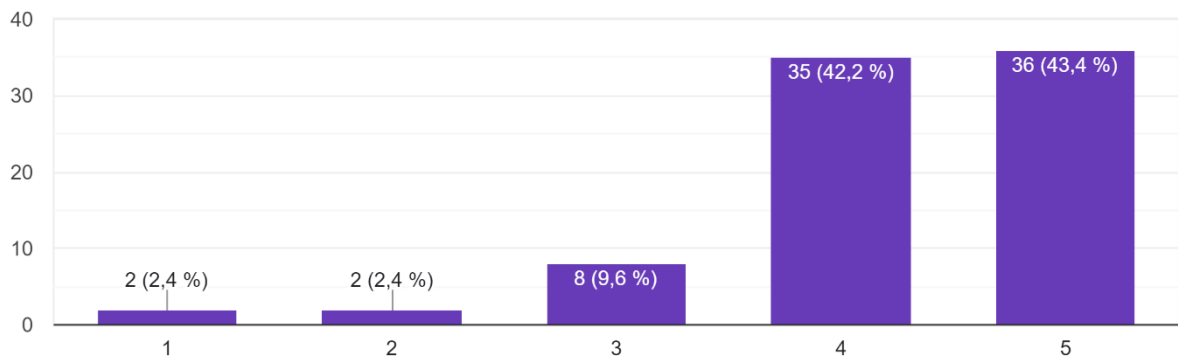


Slika 27.

Kako je ranije već istaknuto, komunikacija se razvija zajedno s ljudskom vrstom, a u novije vrijeme i s tehnologijom. Od samih početaka – kada su se informacije širile usmenim putem, potom pismenim putem pa putem printanih novina i knjiga – do današnjeg trenutka u kojem nam na raspolaganju stoje visoko razvijene digitalne i umrežene tehnologije komunikacije i elektronički prijenos informacija, tehnologija je uznapredovala do te razine da su informacije dostupne odmah te se, figurativno i doslovce, stalno nalaze na dlanu ruke. Unatoč visokoj zastupljenosti tehnologije u današnjoj komunikaciji te općenito u svakodnevnicima, ispitanici su skeptični po pitanju hoće li komunikacije putem tehnologije u potpunosti potisnuti komunikaciju licem u lice. Njih 22,9 % se uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok se 31,3 % ne slaže da će u bližoj budućnosti komunikacija putem tehnologije istisnuti komunikaciju licem u lice. Čak 27,7 % ispitanika je suzdržano po pitanju naveden izjave, dok se njih 18,1 % slaže s navedenom tvrdnjom i smatra kako će tehnologija doći do te razine gdje će komunikacija licem u lice biti stavljena u drugi plan i postati u potpunosti istisnuta.

Komunikacija licem u lice nam omogućava da budemo iskreniji prema sugovorniku.

83 odgovora



Slika 28.

Kako navode Beauchamp i Baran (2017) navode, kroz komunikaciju mi ne doznajemo samo određene informacije koje nas zanimaju ili koje nas se tiču, već ljudi kroz komunikaciju mogu upoznati druge osobe, otkrivaju njihove osobnosti, vrline, ali i mane. Komunikacija licem u lice u usporedbi s komunikacijom putem mobilnih uređaja ima nekoliko prednost: Kraljević (2012) navodi kako kod komunikacije licem u lice čovjek može iščitati neverbalni dio poruke koju mu sugovornik želi reći bez da je navedeni išta rekao. Komunikacija se sastoji od mnogo više faktora, ne samo od pisanih i izgovorenih riječi. Gestikulacija, intonacija, grimase – sve to omogućava osobi da prepozna govori li druga osoba istinu i je li zainteresirana za određenu temu i slično. Međutim, važno je naglasiti da je nekada ono što se kaže riječima pak nedovoljno, potrebno je sagledati cijelu sliku. Sličnog mišljenja su i ispitanici: 85,6 % ispitanika smatra kako nam komunikacija licem u lice omogućava da budemo iskreniji prema sugovorniku, primarno zato što osoba može pročitati znakove tijela kada komunicira s drugom osobom. S druge strane, 9,6 % ispitanika je suzdržano, dok se njih 4,8 % ne slaže s navedenom tvrdnjom da komunikacija licem u lice omogućuje veći stupanj iskrenosti. Navedeni odgovor je bio očekivan.

Za kraj je potrebno istaknuti kako su sve navedene tvrdnje podvrgnute t-testu kako bi se došlo do informacije utječe li spol na odgovore koje su ispitanici priložili.

Group Descriptives						
	Group	N	Mean	SD	SE	Coefficient of variation
Komunikacija putem društvenih mreža je doprinijela kvaliteti komunikacije.	M	31	2.677	1.107	0.199	0.414
	Ž	52	2.712	0.848	0.118	0.313
Komunikacija putem mobilnih uređaja te društvenih mreža je korisna zato što smo odmah dostupni drugoj osobi.	M	31	4.000	0.931	0.167	0.233
	Ž	52	3.962	0.791	0.110	0.200
Komunikacija gubi na vjerodostojnosti kada se odvija putem mobilnih uređaja ili društvenih mreža.	M	31	3.161	1.157	0.208	0.366
	Ž	52	3.404	0.799	0.111	0.235
Potrebno je smanjiti udio komunikacije putem mobilnih uređaja.	M	31	3.323	1.376	0.247	0.414
	Ž	52	3.692	0.981	0.136	0.266
Način na koji osoba komunicira se razlikuje kada se ona odvija putem mobilnih uređaja ili licem u lice.	M	31	4.032	0.875	0.157	0.217
	Ž	52	4.096	0.846	0.117	0.207
Putem komunikacije licem u lice se može lakše doznati kakva je ona osoba.	M	31	4.226	0.956	0.172	0.226
	Ž	52	4.346	0.861	0.119	0.198
Osobama se lakše lažno predstavljati kada se komunikacija odvija putem mobilnih uređaja.	M	31	4.194	0.980	0.176	0.234
	Ž	52	4.481	0.804	0.112	0.179
Mobilni uređaji su postali neizostavan dio naše svakodnevnice.	M	31	4.710	0.824	0.148	0.175
	Ž	52	4.750	0.556	0.077	0.117
Mobilni uređaji te tehnologija općenito utječu negativno na međuljudske odnose.	M	31	3.323	1.107	0.199	0.333
	Ž	52	3.538	0.896	0.124	0.253
Komunikacija putem tehnologije će u potpunosti istisnuti komunikaciju licem u lice.	M	31	2.065	0.892	0.160	0.432
	Ž	52	2.692	1.197	0.166	0.445
Komunikacija licem u lice nam omogućava da budemo iskreniji prema sugovorniku.	M	31	4.129	0.922	0.166	0.223
	Ž	52	4.269	0.888	0.123	0.208

Slika 29.

Kao što se iz priložene tablice može iščitati srednja vrijednost varijable u skupini (Mean) je u svim tvrdnjama podvrgnutim t-testu poprilično slična te ne postoje velika odstupanja. To je također vidljivo i kada se uzme u obzir standardna devijacija srednje vrijednosti (SD) te standardna pogreška srednje vrijednosti (SE) koja je u svim slučajevima minimalna. Posljedično se može doći do zaključka kako spol nije imao utjecaj na odgovore ispitanika.

## 9. RASPRAVA

Iz provedenog istraživanja proizašli su zanimljivi rezultati glede vjerodostojnosti u komunikaciji putem mobilnih uređaja i društvenih mreža. Samo istraživanje je bilo potaknuto istraživanjem koje je provedeno od strane Mitje Black (2010), u kojem je istražila odražava li *Facebook* profil zapravo i osobnost i sve karakteristike korisnika. Kako je Black (2010) u svom istraživanju navela, rezultati su se više poklapali sa Hipotezom proširenog stvarnog života Beauchamp, Baran (2017), nego s Hipotezom virtualnog identiteta Beauchamp, Baran (2017). Hipoteza proširenog stvarnog života tvrdi kako korisnici društvenih mreža tvore svoj internetski profil na temelju korisnikovih osobina u stvarnom životu. Hipoteza virtualnog identiteta ističe kako korisnici na društvenim mrežama potencijalno mogu svoje mane pokušati skriti te se prikazati kao drugačije osobe nego što možda jesu u stvarnom životu. Prema tome, da se zaključiti kako su ispitanici svoje profile temeljili na svojoj osobnosti te su njihovi *online* profili preslika njihove osobnosti. U ovom dijelu će biti sažete glavne spoznaje i tendencije prema istraživanju provedenom za potrebe diplomskog rada u svjetlu navedenih hipoteza.

Zastupljenost komunikacije putem mobilnih uređaja dovela je do toga da većina ispitanika smatra kako je komunikacija putem mobilnih uređaja i licem u lice jednako vjerodostojna. Unatoč tome što smatraju da se lakše predstavljati kao druga osoba na društvenim mrežama ili da je lakše dokučiti kakva je osoba kada se komunikacija odvija licem ulice, ispitanici smatraju kako je komuniciranje putem mobilnih uređaja dosegla jednaku dozu vjerodostojnosti kao i komunikacija uživo. Takvi rezultati su ujedno zanimljivi i pomalo očekivani. Uzevši u obzir koliko su ispitanici proveli vremena koristeći se mobilnim uređajima može se očekivati kako smatraju da je komunikacija licem u lice te komunikacija mobilnim uređajima jednako vjerodostojna. Ispitanici mobilni uređaj koriste za komunikaciju s osobama koje su dio njihove svakodnevnice te posljedično tome ne postoji razlog za sumnju i narušavanje vjerodostojnosti same komunikacije kada se ona odvija s poznanicima i prijateljima. U tom slučaju mobilni uređaj korisnicima služi kao još jedan dodatak koji komunikaciju može učiniti lakšom. Upravo zato što se većina komunikacije kod ispitanika odvija s kolegama sa sveučilišta njih 38,1 % te s obitelji njih 42,9 %, ne postoji razlog za razvijanje sumnje i nepovjerenja. Komunikacija licem u lice svejedno je i dalje pretežno zastupljen način komuniciranja s obitelji i prijateljima, unatoč tome što su se skoro svi ispitanici izjasnili kako je mobilni uređaj neizostavan dio njihove svakodnevice. Uzevši u obzir količinu provedenog vremena na mobilnim uređajima te njihovu zastupljenost u svakodnevnoj komunikaciji za očekivati je bilo kako će se rezultati istraživanja

poklopiti sa Hipotezom proširenog stvarnog života. Također su rezultati podvrgnute statističkim metodama aritmetičke sredine, t-testa i deskriptivne statistike. Analizom rezultata je donesen zaključak kako spol nije faktor koji je utjecao na rezultate istraživanja. Muški i ženski ispitanici su imali slična mišljenja te je t-testom zaključeno kako standardna pogreška i standardna devijacija srednje vrijednosti nisu toliko izražene da bi utjecale na rezultate istraživanja. T- testom se dakle pokušalo doći do uvida u tendencije odgovaranja između ženskih i muških ispitanika. Sama hipoteza se bazira na tome da korisnici online komunikacijskih tehnologija sebe online prikazuju onakvim kakvi jesu i u stvarnom životu. Svoju osobnost preslikavaju iz stvarnog života u virtualni život. S obzirom kako je internetska i mobilna komunikacija postala nezaobilazan dio svakodnevnice komunikacije ne postoji potreba za time da se korisnici predstavljaju drugačije nego u stvarnom životu. Nema potrebe za razvijanjem neke vrste virtualnog identiteta koji se bazira na maskiranju određenih mana i isticanju vrlina koje možda korisnici nemaju. Dakle komunikacija licem u lice za ispitanu skupinu govornika i dalje je prvi izbor u osobnim i obiteljskim odnosima, kada i nema puno prostora, a možda ni potrebe za prikazivanjem samoga sebe na način koji ne odgovara stvarnom identitetu.

Prema prikazanim rezultatima istraživanja potvrđuje se kako je kod ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju zastupljenija Hipoteza proširenog stvarnog života (Beauchamp Baran 2017). Korisnici mobilnih uređaja i društvenih mreža ih koriste kao produžetak komunikacije. To znači kako oni na jednaki način komuniciraju s prijateljima, poznanicima i obitelji putem društvenih mreža i mobilnih uređaja te kada se ta komunikacija odvija licem u lice. Zapravo ne postoji velika razlika u načinu na koji komuniciraju s osobama koje poznaju. Iz istraživanja se može doći do zaključka kako je korištenje mobilnih uređaja u svakodnevnici rezultiralo time da oni služe kao produžetak ili neki dodatak komunikaciji licem u lice. Mobilni uređaji služe, u suštini, kao produžena ruka naše osobnosti, stoga kada se komunikacija vrši putem njih i društvenih mreža, nemamo tendenciju idealizirati sebe, već prezentirati sebe onakvim kakvi jesmo. Komunikacija putem mobilnih uređaja je postala općeprihvatljiva vrsta komunikacije koja nam omogućava da se komunikacija odvija sinkrono s osobama koje se nalaze na bilo kojem drugom umreženom mjestu. Također, omogućava nam da komuniciramo s ljudima koji nisu fizički prisutni, pa je, posljedično tome, potrebno povjerenje kako bi ta komunikacija bila uspješna. Samom promjenom načina uporabe komunikacije putem interneta i društvenih mreža se smanjila količina koja se lažno predstavlja na internetu. Stoga je u današnje vrijeme Hipoteza virtualnog identiteta zastupljena slabo ili nikako kod korisnika društvenih mreža.



## 10. ZAKLJUČAK

Istraživanje je krenulo s hipotezom kako je komunikacija licem u lice vjerodostojnija od komunikacije putem mobilnih uređaja i društvenih mreža, a samo istraživanje potom je pokazalo zanimljive rezultate. Motiv za provedbu ovog istraživanja bilo je istraživanje Mitje Black (2010), koja je došla do zaključka kako su ispitanici svoje *Facebook* profile koristili kao presliku svoje osobnosti. Također je i Hipoteza proširenog stvarnog svijeta (Beauchamp, Baran : 2017) bila važna polazišna točka ovog diplomskog rada jer se samo istraživanje dotiče navedene hipoteze. U istraživanju kojim se bavi ovaj diplomski rad ispitanici su se izjasnili kako smatraju da je komunikacija putem mobilnih uređaja i komunikacija licem u lice jednako vjerodostojna. Samim time, rezultati ovoga istraživanja ukazuju na to kako se u današnje vrijeme komunikacija putem mobilnih uređaja smatra jednako vjerodostojnom kao i komunikacija licem u lice, iako ispitanici tvrde da je komunikacija uživo kvalitetnija i konkretnija ipak je ne smatraju vjerodostojnijom.

Važno opažanje u sklopu ovog istraživanja je da 92,7 % ispitanika smatra kako je mobilni uređaj neizostavan dio ljudskog života. Mobilne uređaje korisnici upravo rabe za ono za što je prvi mobilni uređaj i dizajniran: za komunikaciju. Međutim, napretkom tehnologije svrhe mobilnog uređaja su se malo promijenile te se oni koriste i za zabavu, slušanje glazbe i slično. Mobilni uređaji su preplavili našu svakodnevicu te se može smatrati kako se komunikacija licem u lice sve više služi mobilnim uređajima kao još jedan dodatan aspekt koji potencijalno može obogatiti komunikaciju. Iako komunikacija putem i uz pomoć mobilnih uređaja može doprinijeti komunikaciji kvaliteti komunikaciji licem u lice, potrebno je više vrednovati komunikaciju licem u lice jer ona u puno većoj mjeri može otkriti osobnost druge osobe i stoga može biti vjerodostojnija, bliskija, autentičnija i iskrenija. Rezultati provedenog istraživanja se ponajviše poklapaju s većinom istraživanja provedenih od strane Relje i Božić (2012) koje se bavilo socio-ekonomskim aspektima korištenja mobilnih uređaja među mladima, međutim, najviše se poklapa s Hipotezom proširenog stvarnog života prikazanom od strane Beauchampa i Barana (2017). Prema ovoj hipotezi korisnici društvenih mreža svoje profile baziraju na svojoj stvarnoj osobnosti te su oni, zapravo, preslika njihove osobnosti. Rezultati provedenog istraživanja dokazali su da iako ispitanici smatraju kako je komunikacija licem u lice kvalitetnija od komunikacije putem mobilnih uređaja, jednako su vjerodostojne te ne postoji razlog da je komunikacija putem mobilnih uređaja manje vjerodostojna. Također je kroz fazu analize t-testom donesen zaključak kako varijabla spol nije utjecala na konačne rezultate

istraživanja. Iako je ženskih ispitanika bilo brojčano više, srednja vrijednost zavisne varijable je i za mušku populaciju i žensku bila minimalno različita. To znači kako su muški i ženski priložili slične odgovore te se može zaključiti kako spol nije utjecao na rezultate ovoga istraživanja.

Navedeni rezultati mogu pomoći u daljnjem istraživanju utjecaja mobilnih uređaja na komunikaciju u današnjici. Jednako tako, mogu pomoći u razumijevanju u kolikom je razmjeru komunikacija mobilnim uređajima postala nešto što se koristi u svakodnevici. Također, ovo istraživanje može biti korisno pri daljnjim istraživanjima o promjenama u tendencijama komuniciranja te o potencijalnom pitanju koje se odnosi na to hoće li mobilni uređaji potisnuti komunikaciju licem u lice u skoroj budućnosti? Ispitanici navedenog istraživanja su pretežito složni u mišljenju kako se to neće ubrzo dogoditi, međutim, upravo to pitanje otvara prostor za daljnja istraživanja. Tehnološke mogućnosti komunikacije sve više napreduju i nameću se kao primarne metode komunikacije. Sve veća rasprostranjenost virtualne realnosti kroz komunikaciju putem digitalnih tehnologija možda je tek početak postupnog prijenosa komunikacije u virtualni svijet. Komunikacija se prilagodila tehnološkom napretku te je u doba tehnologije komunikacija bez ikakvog tehničkog pomagala teško zamisliva. Primarno zato što komunikacija u doba tehnologije omogućuje korisnicima da su dostupni momentalno. Ispitanici su kroz istraživanje prikazali kako je tehnologija neizostavan dio njihove svakodnevne komunikacije te je koriste kako bi komunicirali s prijateljima i obitelji. Može se reći kako su mobilni uređaji, komunikacijske tehnologije te aplikacije za tehnologiju postali oruđe komunikacije koje otvara nove mogućnosti u komunikaciji. Napredak tehnološke komunikacije otvara nova pitanja za daljnja istraživanja. Postoji li u budućnosti mogućnost kako će se komunikacija u potpunosti provoditi putem digitalnih tehnologija? Prema rezultatima provedenog istraživanja, komunikacija licem u lice je i dalje zastupljeniji oblik komunikacije, međutim postoji trend povećanja komunikacije putem digitalnih tehnologija te to otvara daljnja istraživačka pitanja i mogućnosti za istraživanje.

## LITERATURA

1. Agičić M. N. (2015). *Povijest novinarstva: Kratki pregled*. Ibis grafika: Sveučilište Sjever.
2. Agyenim-B., R., and Afua A. (2019). *The Impact of Social Media on Student Academic Life in Higher Education*. Publisher: Global Journals Inc. (USA)
3. Kristy, A. & Krisdinanto, N. & Akhsaniyah, A.. (2023). *Two Face Personality in Identity Falsification and Catfishing Behavior on Online Dating Tinder*. Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi.
4. Back, M. D., Stopfer, J. M., Vazire, S., Gaddis, S., Schmukle, S. C., Egloff, B., & Gosling, S. D. (2010). *Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization*. *Psychological Science*, 21(3), 372-374. <https://doi.org/10.1177/0956797609360756> 19.10.2023.
5. Beauchamp, S. R., Baran S. J. (2017). *Introduction to Human Communication: Perception, Meaning, and Identity*. Oxford University Press.
6. Croucher, S. M. (2016). *Understanding Communication Theory*. New York: Routledge, pdf.
7. Crowley, D., & Heyer, P. (2015). *Communication in history: Technology, culture, society*. Routledge.
8. Elezović, S. (1992.) *Povijesni razvoj komuniciranja : vrste i oblici kroz stoljeća / Slobodan Elezović. - Zagreb [i.e. Samobor] : "A.G. Matoš"*
9. Fox, R. (2006). *Poslovna komunikacija*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
10. Gavranović, A. (2009). *Vjerodostojnost – temelj medijskog djelovanja*. *MediAnali*, 3 (6), 121-132. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/44537> 16.10.2023.
11. Kathleen K. R. (1998). *Interpersonalna komunikacija*, Zagreb: Alinea
12. Kraljević, R., Gujić, M. i Kraljević, I. (2012). *Nove dimenzije komunikacije: prednosti i prepreke uporabe interneta kod studenata*. *Logopedija*, 3 (1), 19-25. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/12381> (18.10.2023)
13. Kristy, A. & Krisdinanto, N. & Akhsaniyah, A. (2023). *Two Face Personality in Identity Falsification and Catfishing Behavior on Online Dating Tinder*. Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi. 7. 1-20. 10.15575/cjik.v7i1.26102.
14. Krug G. (2005), *Communication, Technology and Cultural change*, SAGE Publications London

15. McLuhan M., Fiore Q. (1967). *The medium is the message*, Gingko press
16. Milas, G. *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*. Jastrebarsko : Naklada Slap, 2005.
17. Mortensen, C. D. (ed.). (2009). *Communication theory*. New Brunswick/London: Transaction Publishers.
18. Ong, W. J. (2002.). *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, Routledge London and New York.
19. Petz, B. (2004). *Osnove statističke metode za nematematičare- 5 izdanje*, Naklada Slap Jastrebarsko
20. Relja, R. i Božić, T. (2012). *Socio-ekonomski aspekti korištenja mobitela među mladima*. *Media, culture and public relations*, 3 (2), 138-149. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/8776> (12.10.2023).
21. Saleem, M. & Bakhsh, M. (2017). *Impact of Mobile Phone Usage on Students' Writing Skills: A Case Study of University of Peshawar*. *Journal of Distance Education Research*. 2. 41-50.
22. Selwyn, N. (2012). *Social media In Higher Education*. *Social Media in Higher Education*, n.d.
23. Sponcil, M, and Priscilla G. (2013). *Use of social media by college students: Relationship to communication and self-concept*. *Journal of Technology Research* 4.1, 37-49.
24. Spitzer, M. (2018). *Digitalna demencija: Kako mi i naša djeca silazimo s uma*. Naknada Ljevak d.o.o., Zagreb
25. Subramanian, K.. (2017). *Influence of Social Media in Interpersonal Communication*, u: *International Journal Of Scientific Progress And Research (IJSPR)*, 109: str. 70-75.
26. Vishnuvardhan, B. & Bairam, Dr. Manjula. (2017). *Mobile Communication: Implication Issues*. *IJCTT*. 49. 9-14. 10.14445/22312803/IJCTT-V49P102.
27. Yousaf, Z. & Ahmad, M. (2013). *Effects on SMS on writing skills of the university students in Pakistan (A case study of University of Gujrat)*. *Asian Economic and Financial Review*, 3 (3), 389-397.
28. credibility. *Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus* © Cambridge University Press 2024. Pristupljeno 27.01.2024. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/credibility>

