

Otuđenje na društvenim mrežama

Drobnjak, Jelena

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:698751>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-14**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Jelena Drobnjak

OTUĐENJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, lipanj 2022.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

ZAVRŠNI RAD

OTUĐENJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Mentor: doc. dr. sc. Ivan Perkov

Zagreb, lipanj 2022.

SAŽETAK

Teorija otuđenja sastavni je dio misli, spisa i određenja njemačkih filozofa Georga Wilhelma Friedricha Hegela i Karla Marxa. Hegel je definirao otuđenje kao racionalnu teološku spekulaciju, odnosno kao razliku svijesti i samosvijesti, subjekta i objekta. U tom je kontekstu Hegel samosvijest izjednačio sa shvaćanjem čovjeka. Hegelove misli i rad utjecali su na Karla Marxa, iako na određene postavke Hegelove teorije on nije gledao blagonaklono. Jedan od uzroka Marxove kritike je prvenstveno Hegelov idealizam i shvaćanje otuđenja. Marx je smatrao da je otuđenje fenomen koji se javlja u procesu samoproizvodnje i samoostvarenja čovjeka nakon gubitka generičkih moći ili sredstava. Iako je Karl Marx svoje teze iznio u 19. stoljeću, problem otuđenja u nešto drugačijem obliku prisutan je u suvremenom društvu. Tehnološki razvoj doveo je do izmjene potreba i želja ljudi što je dovelo do stvaranja umreženog društva (Castells). Umreženo se društvo temelji na brzom protoku informacija, umreženom gospodarstvu i ekonomiji te virtualnoj kulturi. Informacijsko-komunikacijske tehnologije koje su se pojavile stvorile su nove društvene mreže i oblikovale društvene odnose i način komunikacije. Internet je postao dio svakodnevnice. Učestalo korištenje društvenih mreža počelo je utjecati na način formiranja ljudskih misli, djelovanja i osjećaja. Iako su društvene mreže povezale mnoge ljude zahvaljujući njihovoj mogućnosti da premoste vremenske i geografske razlike, one su uvelike utjecale na izoliranje i međusobno udaljavanje ljudskih bića. Izbjegavanje komunikacije licem-u-lice pomoću kreiranja avatara i profila na društvenim mrežama postupno je dovelo do fenomena stranca i socijalnog eskapizma.

Ključne riječi: *društvene mreže, internet, otuđenje, identitet, cyber svijet, virtualnost, tehnologija*

ABSTACT

The theory of alienation is an integral part of the thoughts, writings and determinations of the German philosophers Georg Wilhelm Friedrich Hegel and Karl Marx. Hegel defined alienation as rational theological speculation, apropos as a difference between consciousness and self-consciousness, subject and object. In this context, Hegel equated self-awareness with the understanding of a man. Hegel's thoughts and work influenced the work of Karl Marx but he did not look favorably on certain tenets of Hegel's theory. One of the causes of Marx's critique is primarily Hegel's view on idealism and understanding of alienation. Marx believed that alienation is a phenomenon that occurs in the process of self-production and self-realization of man after the loss of generic powers or means. Although Karl Marx presented his theses in the 19th century, the problem of alienation is slightly modified but still a part of the society of the 21st century. Technological development had changed the needs and desires of society which has led to the creation of a networked society. The new society is based on the rapid flow of information, networked economy and virtual culture. The information and communication technologies that had emerged have created new social networks, shaped social relations and the way of communication. The internet is a part of everyday life. Frequent use of social networks began to affect the way human thoughts, actions and feelings are formed. Although social networks have connected many people thanks to their ability to cross temporal and geographical differences, they lead to isolation and alienation of human beings. Avoiding face-to-face communication by creating avatars and profiles on social networks has guided to the phenomenon of foreigners and social escapism.

Keywords: social networks, internet, alienation, identity, cyber world, virtuality, technology

Sadržaj

1. UVOD	1
2. KONCEPTI OTUĐENJA	3
2.1. Povijesni kontekst razvoja koncepta otuđenja	3
2.2. Otudenje prema Georgu Wilhelmu Friedrichu Hegelu	4
2.3. Otudenje prema Karlu Marxu	5
3. DRUŠTVENE MREŽE	8
3.1. Društveni kontekst razvoja društvenih mreža	8
3.2. Povijesni pregled razvoja društvenih mreža	10
3.3. Terminološka pojašnjenja	10
4. OTUĐENJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA	17
4.1. Tranzicija društva	17
4.2. Virtualnost i stvarni svijet	20
4.3. Opasnosti od otuđenja na društvenim mrežama	21
5. ZAKLJUČAK	26
6. LITERATURA	28

1. UVOD

Tema je ovoga rada otuđenje ili alijenacija na društvenim mrežama u vrijeme umreženog društva s naglaskom na povijesni aspekt teorije otuđenja Karla Marxa.

Otuđenje ili alijenacija označavaju stanje čovjekove izolacije ili odvajanja, a prve teze o alijenaciji proizlaze iz doba Antike. Temelje koncepta alijenacije uspostavili su Georg Wilhelm Friedrich Hegel i Karl Marx. Karl Marx, mislilac 19. stoljeća, definirao je otuđenje kao ljudsko stanje u kojemu radnika proizvodi njegova rada nadvladavaju, odnosno postaju mu strani i tuđi. U procesu rada čovjek se otuđuje primarno od proizvoda svoga rada, od procesa rada, od svoje generičke biti te naposljetku od drugog čovjeka. Uspostava interneta i društvenih mreža te proces digitalizacije, promijenio je način života te ljudske potrebe i želje. Društvo je doživjelo tranziciju iz potrošačkog i industrijskog u postindustrijsko¹ (Daniel Bell) i umreženo društvo² (Manuel Castells). Suvremeno je društvo ovisno o brzom protoku informacija i globalnoj povezanosti koju omogućavaju nove tehnologije poput društvenih mreža. Društvene su mreže postale dio svakodnevnog načina života što se reflektiralo na ljudsko ponašanje; ljudi su postupno počeli svoj materijalni život prenositi u virtualnu sferu. Virtualni svijet pružio je ljudskom biću novu dimenziju u kojoj sve njegove želje postaju stvarnost te je svaka promjena moguća uz jednostavni klik mišem. Obuzeti mogućnostima društvenih mreža, ljudi su postupno počeli graditi svoj život izvan materijalnog i realnog svijeta što je dovelo do izolacije, izbjegavanja kontakata licem-u-lice te otuđenja. Otuđenje, koje je Karl Marx definirao kroz proces rada i radnog odnosa, u modernom društvu nastaje kao rezultat pretjeranog izlaganja modernoj tehnologiji i korištenju društvenih mreža. Radni odnos u kojemu čovjek počinje gubiti svoju autonomiju te naposljetku postaje sam sebi stranac, zamijenjen je odnosnom čovjeka prema tehnologiji koja pruža mogućnost korištenja društvenih mreža te jednako tako dovodi do alijenacije.

¹ „Koncept postindustrijskog društva naglašava centralnu ulogu teorijskog znanja oko kojeg će nova tehnologija, ekonomski rast i stratifikacija društva biti organiziran (Bell, 1999; prema: Peračković, 2010: 98).“

² „Najvažnija strukturna posljedica utjecaja nove informacijske tehnologije na gospodarstvo, ali i na sva ostala područja koja se razvijaju u ovisnosti o protoku informacija, od urbanog planiranja do medija ... To je mreža, odnosno umreženo društvo. Prvi put u povijesti, osnovna jedinica ekonomske organizacije nije pojedinac, obitelj, poduzeće ili država, nego upravo mreža (Katunarić, 2000: 17).“

Cilj je ovog rada prikazati nastajanje i glavne karakteristike otuđenja čiji su uzrok u modernom društvu društvene mreže te sve promjene do kojih prekomjerna upotreba društvenih mreža dovodi.

U drugom dijelu rada prikazat će se povijesni pregled nastanka teorije otuđenja u čijem je fokusu rad i djelo Karla Marxa. U trećem dijelu rada prikazat će se razvoj, definicija i karakteristike interneta i društvenih mreža kroz proces digitalizacije. U posljednjem poglavlju razrade, prikazat će se promjene koje su uzrokovale društvene mreže na području kulture, formiranju identiteta, razmišljanja i djelovanja ljudskih bića s naglaskom na proces izolacije.

2. KONCEPTI OTUĐENJA

U ovom dijelu rada prikazat će se glavne karakteristike teorije otuđenja ili alijenacije. Prikazat će se povijesni kontekst i prvobitna razmišljanja o pojmu otuđenja te razmišljanja Georga Wilhelma Friedricha Hegela. Također, bit će predstavljen razvoj teorije alijenacije prema Karlu Marxu.

2.1. Povijesni kontekst razvoja koncepta otuđenja

Teorija otuđenja ili alijenacije kroz kritička promišljanja o čovjeku kao dijelu društva i povijesti razvila se tek u novije doba. Ipak, prvi pokušaji formiranja koncepta otuđenja potječu iz doba Antike, za vrijeme Platona i Aristotela. Aristotel je problem alijenacije analizirao kroz promišljanja o radu, slobodnom vremenu i dokolici. Ideal kojemu ljudsko biće, a potom i društvo teži, ne postiže se kroz rad ni kroz slobodno vrijeme. Ideal ljudskog života može se postići isključivo u dokolici u kojoj će čovjek izvršavati određenu plemenitu aktivnost poput stjecanja znanja, proučavanja filozofije i umjetnosti. Aristotelova dijalektika odnosa gospodara i roba imala je poseban utjecaj na Georga Friedricha Hegela u kontekstu oblikovanja teorije otuđenja. Hegel je Aristotelovu dijalektiku iskoristio da izrazi suvremene društvene odnose. Dijalektika gospodara i roba temelji se na tezi da je ropstvo opravdano po prirodi. Aristotel nastoji opravdati robovlasničku strukturu konstatacijom da je normalno da rob služi i izvršava radne zadatke koje mu gospodar da, jednako kao što je po prirodi određeno da duša vlada, a tijelo sluša i pokorava se. Uloga roba je predodređena zato što je on fizički snažniji i može podnijeti sve teške i naporene fizičke poslove. Njegova prednost je njegova fizička konstrukcija i snaga. Nasuprot tome, nalazi se gospodar koji je iznad roba zato što se služi razumom, a ne samo tijelom kao rob. Rob pripada gospodar, ali gospodar ne pripada robu, već samome sebi, svom svijetu slobodnih ljudi i dokolici (Sergejev, 1986: 7 – 8).

Alijenacija podrazumijeva otuđenje od rada, proizvoda rada, od drugih ljudi i od samoga sebe:

Otuđenje čovjeka ne znači samo njegovo otuđenje od nečeg što mu je izvanjsko, već i od nečeg što ga konstruira, što mu je svojstveno i inherentno. Isto tako, otuđenja čovjeka ne znači otuđenje nečeg što za njega nije suštinsko. Otuđenje čovjeka znači otuđenje njegovih suštinskih određenosti, tj. njegove ljudske suštine. Napokon, otuđenje čovjeka znači njegovo otuđenje od njegovih bitnih crta – njegove generičke prirode na individualnom planu, i njegove društvene suštine na planu njegovih odnosa sa drugim ljudima, tj. na planu zajednice (Leković, 1968: 147).

2.2. Otuđenje prema Georgu Wilhelmu Friedrichu Hegelu

Georg Wilhelm Friedrich Hegel i Karl Marx svrstavaju se u klasike teorije alijenacije radi opsežnog i temeljitog prikaza ideja i problema alijenacije. Osim toga, problem otuđenja u njihovim je djelima poprimio novu dimenziju s obzirom na činjenicu da su alijenaciju povezivali s evolucijom ljudskog društva. Također, njihove ideje o problemu i definiciji otuđenja potaknuli su razmišljanja o alijenaciji suvremenog doba (Sergejev, 1986: 34).

G. W. F. Hegel u svojim razmišljanjima o procesu i pojmu rada pridaje radu isključivo pozitivni predznak zato što smatra da postoji samo apstraktni duhovni rad. Čovjek se kroz svoj rad očituje što označava da je rad zapravo čovjekova suština. Za Hegela, ljudsko biće i svijest predstavljaju istoznačnicu i sinonim. Upravo zato, otuđenje čovjeka se može dogoditi samo ako dođe do otuđenja samosvijesti. Čovjek koji živi i djeluje u skladu sa samim sobom i svojim uvjerenjima označava samosvijest koja upravlja predmetnim bićem. Predmet ili dio koji se jednom otuđi može se ponovno prisvojiti kroz proces povratka predmeta u vlastitost čime ponovno biva dio svijesti (Marx i Engels, 1932/1989, 313 – 337).

Hegel rad definira kao:

...Jedini oblik opredmećenja čovjeka (ideje), preko kojeg se onda otuđena svijest vraća sebi kao viši oblik samosvijesti. Za Hegela je ova objektivacija ujedno i otuđenje, koje je, međutim, prevladano i ukinuto povratkom opredmećene čovjekove biti svojoj pleromi samosvijesti (Marinković, 1966: 33).

Hegel je tijekom svog života, a i posthumno, imao svoje vjerne sljedbenike i obožavatelje. Jedan od pobornika sličnih misli i ideja bio je i Ludwig Feuerbach. Unatoč činjenici da su Hegelova razmišljanja u Feuerbachu izazivala veliku znatiželju, to nije spriječilo Feuerbacha da oštro kritizira one postavke s kojima se ne slaže. Feuerbach je pokazao nerazumijevanje i neslaganje s Hegelovim naglašavanjem važnosti samosvijesti duha i društva te je svoje misli usmjerio na religijske koncepte (Ritzer, 1997: 19 – 20).

Pojam otuđenja kod Ludwiga Feuerbacha nije istovjetan definiciji Hegelovog otuđenja. Dok Hegel problem otuđenja analizira kroz teološku i metafizičku dimenziju, Feuerbach radikalno prekida nastavak takvih razmišljanja. Feuerbach otuđenje povezuje isključivo s čovjekom i njegovim djelovanjem čime problem otuđenja dobiva novu dimenziju, odnosno antropološko značenje. Prema Feuerbachu, religija je izvor čovjekova otuđenja. Za njega, božansko biće je slobodno duhovno biće čije su karakteristike ljudi projicirali. Stoga, božansko biće predstavlja

presliku ljudskih karakteristika, ali ujedno predstavlja i proces osiromašivanja čovjeka. Čovjek se prenošenjem svojih karakteristika na Boga suočava s gubitkom svoje ljudske suštine i kvaliteta. Odvajanjem od svog generičkog bića, čovjek zapravo vrši proces samoizolacije u kojem se distancira od svoje zajednice i postaje egoistična individua. Feuerbach smatra kako božanska religija iscrpljuje, a ujedno i osiromašuje, čovjeka te da je potrebno stvoriti religiju čovjeka kako ne bi došlo do otuđenja (Leković, 1968: 44 – 45).

Otuđenje prema L. Feuerbachu proizlazi iz religijskih postavki:

U religiji čovjek dijeli svoju prirodu na dvije različite prirode, on se suprotstavlja sebi, on vis-a-vis sebe stavlja boga kao biće suprotstavljeno svom. Suprotstavljanje i raskorak između boga i čovjeka nije ništa drugo do suprotstavljanje čovjeka samom sebi, svom svojstvenom biću (Feuerbach, 1864; prema: Leković, 1968: 45).

2.3. Otuđenje prema Karlu Marxu

Konstrukcija pojma otuđenja te teorija otuđenja K. Marxa dvoznačna je, odnosno ima povijesni i teorijski značaj. Kroz teoriju otuđenja, K. Marx opisao je proces formiranja svojih prvobitnih misli te tijekom rada čime se daje uvid u povijesni karakter stvaranja otuđenja. Teorijski okvir koncepta otuđenja odnosi se na definiranje, analizu i preispitivanje glavnih društvenih problema koji su mučili stanovništvo. Za Marxa, razor i propast društva nalazi se u problemu čovjekova oslobođenja i problemu humanizacije društvene stvarnosti (Leković, 1968: 11).

Karl Marx je proučavanjem rada i misli Geoga Wilhelma Friedricha Hegela te Ludwiga Feuerbacha izdvojio određene koncepte poput otuđenja koje je potom prilagodio te sintetizirao u svoj rad. Za Marxa, otuđenje je fenomen koji nastaje kada dođe do gubitka generičkih moći ili sredstava, a najčešće dolazi do izražaja kroz proces samoproizvodnje i samoostvarenja čovjeka. Čovjekov rad izjednačava se s proizvodnom ljudskom praksom, dok je čovjek kao izvršitelj rada shvaćen kao samoproizvodno biće. Čovjek kroz svoj rad izgrađuje sebe kao osobu i ostvaruje svoj potencijal, kroz svoj kontinuiran rad on proizvodi predmete i osigurava si životne potrebe. Predmeti koje je čovjek proizveo i smatrao svojima tijekom vremena postaju tuđa, njemu strana i neznana, životna sredstva. Otuđenje produkta rada dio je čovjekovog postupnog otuđenja zato što čovjek osjeća da gubi sebe te smatra kako počinje pripadati nekome drugome. Izvor navedenog pronalazi se u procesu rada koji je nužan i prinudan te je kao takav korijen iz kojeg nastaju svi drugi oblici otuđenja (Korać, 1987: 63).

Proizvodnja je ovisna o radniku, odnosno on svojim djelovanjem i radom utječe na proizvodnju. Kontinuiranim radom radnik povećava količinu proizvedenog i vrijednost proizvedenog, a ujedno i samoga sebe osiromašuje. Odnos između vrijednosti čovjeka i proizvoda je obrnuto proporcionalan. Vrijednost proizvedenih roba i usluga raste, a čovjek sukladno tome počinje gubiti na svojoj vrijednosti. Osim predmeta i usluga koje bivaju proizvedene radom, produkt čovjekova rada je i čovjek sam te i on postaje roba. Proizvodi nužni za normalni život poput prehrambenih namirnica i higijenskih potrepština čovjeku su nedostupni. Čovjek svakodnevno proizvodi te ulaže trud i napor u svoj rad kako bi uživao u produktima svoga rada, međutim plodovi njegova rada sve su mu manje dostupni. Kroz nemogućnost uživanja u proizvodima vlastitog djelovanja, rad i proizvodnja bivaju čovjeku strano i nepoznato tijelo. Navedeni način rada, počinje buditi ovisnost, odnosno čovjek biva podređen vlašću svoga proizvoda, preciznije rečeno kapitala. Proizvodi i usluge koje je čovjek proizvodio više mu nisu bliski niti su njegovi, već se shvaćaju kao tuđi predmeti, kao izvanjska sila koja prkosi radniku. Čovjek konstantnim ulaganjem u svoj rad koji za produkt ima određeni predmet osiromašuje svoj unutarnji svijet i sebe kao biće. Rad više ne predstavlja sredstvo koje pripomaže čovjeku u njegovom djelovanju i konstrukciji života, već preuzima kontrolu nad životom u kojem nekadašnji tvorac postaje rob. Rad postaje proces kroz koji radnik doživljava otuđenje zato što rad više nije dobrovoljan, već je prinudan. Čovjek kroz rad zanemaruje samoga sebe, biva nesretan te su njegova sloboda i duh potlačeni. Rad se više ne definira kao proces koji ispunjava čovjekove unutarnje potrebe, već samo kao sredstvo koje doprinosi zadovoljavanju potreba izvan čovjeka. Proces rada, zajedno s produktima rada više nisu radnikova vlastita djelatnost, već počinju pripadati nekome drugome, postaju tuđa. Čovjekov rad biva upotrijebljen protiv njega, odnosno čovjek polako nestaje kroz vlastiti rad. On se više ne može ostvariti kao što je to prije mogao što značajno utječe na sve aspekte njegova života. Jedino moguće čovjekovo ostvarenje je zadovoljenje osnovnih životnih potreba poput unošenja hrane i bića u organizam te kroz porođaj, dok njegove ostale ljudske funkcije mijenjaju svoju narav u životinjsku. Kao rezultat navedenog proizlazi koncept otuđenja koje se definira kroz tri dimenzije, odnosno otuđenje čiji je uzrok odnos radnika prema proizvodu, otuđenje koje nastaje kao produkt čovjekovog rada prema procesu proizvodnje unutar samoga procesa te otuđenje čovjeka od drugih ljudskih bića. Prva vrsta otuđenja proizlazi iz načina na koji čovjek definira proizvod, odnosno kroz shvaćanje proizvoda kao nepoznanicu. Iako je čovjek stvorio proizvod te je samim time proizvod produkt čovjekove djelatnosti, čovjek ne vlada njime. Osim proizvoda, čovjek i vanjski svijet smatra nepoznanicom, identificira ga kao tuđi i neprijateljski. Kroz navedeni proces, produkt čovjekova rada otuđuje se od svog proizvođača te njime vlada. Druga dimenzija otuđenja

očituje se kroz odnos radnika spram njegove djelatnosti, to jest rada. Čovjekov rad više nije njegov, već počinje pripadati drugome što dovodi do otuđenja proizvođača od procesa proizvodnje. Otušenje čovjeka od drugog ljudskog bića javlja se kao produkt prethodna dva otuđenja. Otušeni rad postupno uzrokuje ljudsko otušenje od prirode i od samoga sebe te se svakodnevno izvodi isključivo radi zadovoljenja i održavanja fizičke egzistencije. Osim rada, čovjeku biva otušeno njegovo tijelo, duh, rodni život, izvanjski svijet te su mu one predstavljane kao nedostupne i uskraćene. Otušenje proizvoda rada od proizvođača, samog procesa rada od proizvođača te naposljetku otušenje generičke suštine od čovjeka za posljedicu ima otušenje čovjeka od drugog ljudskog bića. Odnos između radnika i njegova proizvoda izjednačen je s međuljudskim odnosom. Kada je čovjeku otušena njegova suština on je automatski otušen drugome čovjeku. Čovjekov odnos prema samome sebi projicira se na njegov odnos s drugim ljudskim bićem. Rad je za običnog čovjeka, odnosno radnika prinudan i nužan te je njegova posljedica ogoljenje i otušenje čovjeka. Svojom proizvodnjom radnik ne proizvodi samo robu i usluge ili proizvod, već i samoga sebe, dok je rad za one koji posjeduju kapital izvor bogatstva. Kapital pojedincima omogućava prekrasne stvari, ljepotu, još veću zaradu i bogatstvo te lagodan život, dok radniku osigurava prijelaz iz ljudskog bića u onečovječeno biće čije potrebe i ljudske osobine gotovo i da ne postoje (Marx i Engels, 1932/1989: 244 – 267).

Kontinuirani rad radnika osiromašuje, dok za one koji posjeduju kapital donosi bogatstvo:

Jer prema toj pretpostavci je jasno: ukoliko se radnik više izradi, utoliko moćniji postaje tuđi, predmetni svijet, koji on stvara sebi nasuprot, utoliko postaje siromašniji on sam, njegov unutrašnji svijet, utoliko mu manje pripada kao njegov vlastiti svijet. Isto je tako u religiji. Ukoliko čovjek više stavlja u boga, utoliko manje zadržava u sebi (Marx i Engels, 1961; prema: Sergej, 1986: 49).

Karl Marx bio je najpoznatiji teoretičar koji je postavio temelje koncepta otušenja. Prilikom definiranja koncepta otušenja usredotočio se na rad, preciznije rečeno izvor otušenja vidio je u načinu rada svoga vremena. U 19. stoljeću rad nije bio proces koji je pridonosio poboljšanju čovjekova života, već izvor neimaštine i nejednakosti koji naposljetku dovodi do alijenacije. Proces modernizacije, urbanizacije i industrijalizacije izmijenio je svijet. Tehnološki napredak restrukturirao je pogled i izvor otušenja iz domene rada u domenu tehnologije. Koncept i definicija rada Karla Marxa, u modernom svijetu bila bi umjesto na radni odnos usredotočena na društvene mreže. Stoga će se u sljedećem dijelu rada prikazati razvoj interneta i društvenih mreža te karakteristike i upotreba društvenih mreža.

3. DRUŠTVENE MREŽE

Čovjek je društveno biće kojemu komunikacija pomaže prilikom stvaranja prijateljstva, dijeljenja misli, osjećaja i ideja. Tehnološki napredak i razne promjene dovele su do novih ljudskih težnji poput želje za novim oblikom komuniciranja i razvojem zajedništva. Ljudska potreba uzrokovala je razvitak društvenih mreža koje su postupno oformile nove načine komuniciranja i socijalizacije te oblikovale novu kulturu. Pojava društvenih mreža promijenila je ljudski pogled na svijet te način komunikacije. Najdominantniji kulturni koncept današnjeg društva su društvene mreže koje postaju sve atraktivnije te bude čovjekovo zanimanje i znatiželju. Popularnost društvenih mreža sastoji se u mogućnostima koje pružaju poput upoznavanja novih pojedinaca te stvaranja prijateljstva, obnavljanja izgubljenog kontakta te primanja i dijeljenja podataka (Boyd, Elisson, 2007; prema: Grbavac, Grbavac, 2014: 207).

3.1. Društveni kontekst razvoja društvenih mreža

Suvremeno doba, odnosno početak 21. stoljeća, biva obilježeno brojnim promjenama i postignućima u domeni računalne tehnologije. Najveće postignuće tehnološkog razvoja, a ujedno i globalni fenomen, bio je internet koji je promijenio svijet i način života. Korisnici interneta svojim pridruživanjem mreži postajali su dio kibernetičkog prostora koji označava prostor u kojemu se kreiraju prijateljstva posredovana tehnologijom i mrežom (Giddens, 2007: 471).

Stvaranje interneta omogućio je razvoj vojne mreže naziva ARPANet prema podružnici američkog ministarstva obrane. Središnjica Ministarstva obrane, punog imena Advanced Research Project Agency, uspostavljena je s ciljem razvoja projekata te unaprijeđena istraživanja na američkim sveučilištima i u industrijskim laboratorijima. Primarna namjena Ministarstva obrane bila je osposobiti i financirati istraživački centar kao mjeru opreza prema Sovjetskom Savezu koji je u to vrijeme lansirao prvi umjetni satelit Sputnik te kako ne bi zaostajali u razvoju visoke tehnologije. Osim navedenog, ministarstvo je financiralo niz projekata na temu tehnologije te računalne znanosti u Sjedinjenim Američkim Državama koji je za produkt kroz razne popravke, dorade te izmjene imao nastanak interneta koji biva uključen u siječnju 1983. godine (Naughton, 2012/2014: 249).

Anthony Giddens u svome dijelu Sociologija (2007: 466) navodi četiri elementa koja su u drugoj polovici 20. stoljeća bila ključna za ubrzan razvoj tehnologije i napredovanje procesa komunikacije:

- a. Stalno poboljšanje računala i istodobni pad njihove cijene
- b. Mogućnost integracije računalne i telekomunikacijske tehnologije
- c. Razvoj satelitskih komunikacija
- d. Razvoj optičkih vlakana

Napredovanje tehnologije i interneta potaknulo je proces konvergencije te razvoj novih web sustava. Daljnji razvoj i brzo proširivanje internetske veze snažno je utjecao na televiziju, radio i tisak te djelomično izmijenio i povezo domene njihova rada. Internetska veza i umrežavanje računalne tehnologije diljem svijeta omogućilo je publici pregledavanje i izbor raznolikog sadržaja. Jedinствене karakteristike interneta i nove tehnologije približavaju nekadašnje tradicionalne medije novim medijima čime označavaju prekretnicu u ljudskome životu. Novi mediji preuzet će ulogu tradicionalnih medija u dijeljenju informacija uz dodatnu ulogu oglašivača te prenositelja zabavnih sadržaja medijskoj publici (Giddens, 2007: 452).

Tehnološki napredak doveo je i do zaokreta te modifikacije stila života, međuljudskih odnosa i potreba pojedinca. Promjena životnih navika stanovništva potaknuta globalnim umrežavanjem dovela je do unaprijeđena kvalitete komuniciranja te naposljetku i života. Prvi korak u poboljšanju međuljudske komunikacije i samog procesa komuniciranja bio je izum računala koji je postupno doveo do razvoja Interneta. Razvoj računala i njihovo globalno umrežavanje postupno je dovelo do razvoja raznih tehnoloških pomagala i konstrukcija što je za rezultat imalo početak razvitka društvenih mreža (Strujić, 2006: 443 – 444).

Na samome početku, koncept društvenih mreža podrazumijevao je da će:

Na većini područja činit će ih zemljopisno razdvojeni članovi, koji će katkad biti okupljeni u malenim skupinama, a katkad djelovati samostalno. To neće biti zajednica sa zajedničkom lokacijom, već sa zajedničkim interesima. Nećete slati pisma ili brzopjave; jednostavno ćete odrediti ljude čije bi datoteke trebale biti povezane s vašima (Licklider, Watson, 1968; prema: Kirkpatrick, 2012: 77).

3.2. Povijesni pregled razvoja društvenih mreža

Preteča društvenih mreža, odnosno prva stranica koja je bila utemeljena na konceptu i sustavu funkcioniranja današnjih društvenih mreža, bio je Unset osnovan 1979. godine. Njegova svrha bila je omogućiti korisnicima da primaju i dijele poruke unutar posebnih tematskih grupa. Broj zainteresiranih pojedinaca koji su željni sudjelovati u interakciji koja se vrši posredstvom tehnologije i interneta polako se povećavao. Pokrenuti su razni online servisi i web stranice čija je namjena bila povezivanje i komunikacija između korisnika. Osamnaest godina kasnije, odnosno 1997. godine, započinje era suvremenih društvenih mreža s pokretanjem online servisa naziva SixDegrees.com. Osnivač SixDegrees stranice, Andrew Weinreich, kreirao je stranicu s ciljem umrežavanja stvarnih osoba koji će izraditi svoj profil prilikom čega će se koristiti pravim vlastitim imenom. Ime online servisa simbolično je, odnosno označava proces povezivanja ljudi kroz stupnjeve. Prvi stupanj odnosi se na umrežavanje s neposrednim prijateljima, potom s prijateljima prijatelja i tako tvori lanac odnosa. Proces registracije započinjao je primitkom maila jednog od postojećih članova koji je služio kao pozivnica i poveznica za uključivanje na mrežu (Kirkpatrick, 2012: 77 – 79).

Veliki pomak u razvitku društvenih mreža dogodio se 2002. godine razvojem web-servisa Friendster koji je potaknuo čovjekovo zanimanje i omogućio daljnje predstavljanje te osmišljavanje novih društvenih mreža ili web-servisa (Strujić, 2006: 443 – 444).

3.3. Terminološka pojašnjenja

Weaver i Morrison (2008; prema: Grbavac, Grbavac, 2014: 208) smatraju da:

Društvenu mrežu, u principu možemo definirati kao uslugu zasnovanu na Webu koja dozvoljava pojedincu da napravi (polu)javni profil i u okviru ograničenog sustava, artikulira listu drugih korisnika s kojima dijeli povezanost te vidi i uspoređi svoju listu kontakata s onima koje su napravili drugi korisnici unutar sustava.

Boyd i Ellison (2020; prema: Biglbauer, Korajlija, 2020: 405) definiraju društvene mreže: „kao platforme koje omogućavaju korisnicima otvaranje privatnih ili javnih profila te korištenje tih profila za ostvarivanje veza s drugim korisnicima različitim vrstama interakcija“, što se preklapa s navedenom definicijom Weaver i Morrison.

Fenomen društvenih mreža pokorio je svijet radi svojih posebnih karakteristika. Izuzetno jednostavno korištenje i registracija korisnika čini društvene mreže atraktivnim. Osim u

privatne svrhe, za povezivanje s obitelji, održavanje kontakta s prijateljima te razmjenu romantičnih poruka s partnerom, online servisi koriste se za zabavu, oglašavanje te za proširenje poslovnih veza. Za korištenje društvenih mreža potreban je stabilan internet koji će korisnicima omogućiti nesmetano slanje, primanje i dijeljenje informacija, poruka, slika, videa i zvučnih zapisa. Prijava na online servis zahtjeva izradu vlastitog profila s popunjavanjem upitnika o osobnim podacima kao što su ime, prezime, datum rođenja, spol, mjesto rođenja te stupanj obrazovanja. Nakon toga slijedi popunjavanje dodatnih informacija poput opisivanja interesa, hobija i preferencija. Vlastiti profil na društvenim mrežama jedan je od oblika samoprezentacije izvršen posredstvom tehnologije i interneta. Društvene mreže unaprjeđuju kvalitetu življenja pojedinca te život zato što omogućavaju nadogradnju znanja, održavanje kontakta s udaljenim prijateljima ili članovima obitelji, stjecanje novih prijatelja, stvaranje romantičnih odnosa, praćenje vijesti te primanje i dijeljenje podataka i informacija, osnivanje udruženja te proširivanje poslovnih veza. Uz mnoge prednosti koje društvene mreže imaju, također karakteriziraju ih mnogi nedostaci i opasnosti poput ugrožavanja privatnosti, krađa podataka i identiteta, lažno predstavljanje, razni oblici nasilja poput cyber nasilja, uhođenja i phishinga te razvoj ovisnosti čime se zanemaruju stvarni svijet i međuljudski odnosi što dovodi do otuđenja (Mabić, 2014: 374 – 375).

Popularnost društvenih mreža nalazi se u samoj njihovoj konstrukciji. Stotine milijuna ljudi pretvaraju se u korisnike društvenih mreža radi modela rada koja se temelji na Web 2.0 tehnologiji. Navedena tehnologija postavlja u središte pozornosti samog korisnika što označava da korisnik sam može kreirati, brisati, izmjenjivati i razmjenjivati sadržaj s drugim korisnicima (Kosić, 2010: 104).

Kontinuirana upotreba društvenih mreža svoj temelj pronalazi u osnovnim ljudskim potrebama. Dva osnovna motiva, odnosno razlog konstruiranja online identiteta i odvijanja interakcija putem društvenih mreža definira se kroz osobne i društvene motive. Ljudsko biće prema piramidi potreba ima težnju za pripadnošću, uključenošću u društvenu skupine te potrebu za priznanjem, prestižem ili nekom vrstom nadmoći. Navedene potrebe, osim u društvenim odnosima, moguće je primijeniti i uvidjeti pri ponašanju korisnika na internetu. Na društvenim mrežama ljudi potražuju dimenziju društvenosti u kojoj su jednaki s drugima ili imaju status moćnijeg. Da bi zadovoljili svoje potrebe, želje i nagone ljudi se odlučuju na formiranje veza koje su u većini slučajeva privremene i površne (Ljubomir, 2006; prema: Porča, 2018: 52 – 53).

Danah Boyd i Nicole Ellison (2007; prema: Kirkpatrick, 2012: 79), dvije sociologinje koje su se bavile proučavanjem funkcije i strukture interneta, definirale su značajke društvenih mreža:

- a. Servis na kojemu korisnici mogu izraditi javni ili polujavni profil
- b. Artikulacija popisa drugih korisnika
- c. Pregledavanje popisa i veza drugih korisnika
- d. Online profil koji se temelji na stvarnom identitetu

Društvene mreže temelje se na neuobičajenoj strukturi te funkcioniraju prema pet specifičnih pravila. Pojedinci, odnosno korisnici, konstantno namjerno oblikuju rad, strukturu i djelovanje društvenih mreža. Korisnici društvenih mreža samostalno biraju s kime žele ostvariti komunikaciju, povezati se i razvijati daljnji kontakt ovisno o zajedničkom interesnom stupnju. Napredak početnog odnosa temelji se na homofiliji, odnosno u ljudskim bićima prevladava tendencija da se povežu sa sličnim ljudima, odnosno s onima s kojima imaju zajedničke interese ili jednaka razmišljanja. Drugo pravilo društvenih mreža odnosi se na tezu da društvene mreže oblikuju djelovanje i misli korisnika unatoč činjenici da korisnik ima pravo samostalnog odlučivanja. Pojedinač čija je lista prijatelja i poznanika duga imat će drugačiji život, od onih čija je lista kraća ili ne-postojeća. Utjecaj društvenih mreža na korisnika ne mjeri se samo kroz utjecaj bliskih prijatelja i obitelji na njega samoga, već i kroz utjecaj šireg kruga poznanika, odnosno prijateljevih prijatelja. Svaka veza koja uključuje drugo ljudsko biće u većoj ili manjoj mjeri, pozitivno ili negativno utječe na razmišljanje, osjećaje, ponašanje i život osobe. Posljednje pravilo prema kojemu djeluju i funkcioniraju društvene mreže odnosi se na činjenicu da mreže imaju svoj život, odnosno one posjeduju određene karakteristike koje nitko ne nadzire i ne provjerava. Navedene značajke i uloge moguće je shvatiti isključivo proučavanjem cjelokupne zajednice i njihovih veza (Christakis, Fowler, 2010: 24 – 32).

Postoje dva načina mogućeg pristupa društvenim mrežama, a to su: aktivni i pasivni oblik pristupa online društvenim mrežama. Koncept aktivnog angažmana uključuje neposredan učinak koji se odnosi na razmjenu poruka s drugim korisnicima, prikazivanje i dijeljenje vlastitih fotografija, označavanje statusa i slika drugih korisnika s oznakom „sviđa mi se“ ili njihovo komentiranje. Korisnici koji se služe aktivnim pristupom u mogućnosti su doznati aktualne i inovativne podatke o drugim korisnicima koje će u bliskoj budućnosti osigurati jednostavniju, brzu i ugodniju komunikaciju s vršnjacima. Osim toga, navedeni pristup radi na osiguravanju i poboljšavanju postojećih društvenih odnosa te na pojačavanju zajedništva kroz

osjećaj potpore i prihvaćenosti, bliskosti te međusobnog razumijevanja. Korištenje aktivnog oblika u većoj mjeri rezultirat će pozitivnim učincima kao što su razmišljanje o osobnoj dobrobiti te rad na poboljšanju socijalnih odnosa. U suprotnosti s aktivnim pristupom je pasivni angažman koji podrazumijeva da korisnici društvenih mreža isključivo gledaju objavljeni sadržaj bez interakcije. Pasivni način korištenja društvenih mreža stimulira komparaciju kroz koju korisnici uspoređuju svoj vanjski izgled, socijalni status, bogatstvo i životne prilike s drugim korisnicima. Proces socijalne usporedbe karakteriziraju osjećaji osobnog nezadovoljstva, ogorčenosti, ljubomore, mržnje i osvetoljubivosti (Trifiro, 2018; prema: Galant, 2020: 133).

Pri korištenju društvenih mreža potrebno je osvijestiti da:

Kao dio svakodnevice, društvene mreže imaju veliki utjecaj na ljudski život i djelovanje. Stvaranje nove virtualne dimenzije u koju je čovjek previše uključen, donosi razor u njegov stvarni i prirodni život. Stoga, potrebno je odgovorno i pravilno koristiti nove mogućnosti kako one ne bi predstavljale opasnost, rizik i prijetnju, već kako bi pomogle učvrstiti međuljudske odnose (Spadaro, 2010; prema: Labaš, 2011: 48).

3.4. Opasnost otuđenja na društvenim mrežama

Utjecaj interneta te utjecaj društvenih mreža koje su se pojavile kao rezultat tehnološkog napretka može se podijeliti u dvije grupe. Prva kategorija obuhvaća afirmativno djelovanje interneta i društvenih mreža na čovjeka, odnosno podrazumijeva da korištenje interneta predstavlja dopunu ljudskoj interakciji. Implicira poboljšanje trenutačnih odnosa te potiče razvoj novih odnosa. Vremenske razlike i geografske udaljenosti više ne predstavljaju nepremostivi problem zato što ljudi mogu jednostavno, brzo i efikasno komunicirati putem interneta i društvenih mreža. Razvoj novih odnosa započinje kada se korisnici pridruže kibernetičkom prostoru i registriraju se u takozvanim „brbljaonicama“ gdje kroz priču dijele svoje interese i mišljenja. Prvobitan kibernetički kontakt potom polako može prerasti u pravo prijateljsko koje svoj puni potencijal dostiže u odnosima licem-u-lice. Internetski korisnici, kroz raznolike online zajednice, postaju dio samoga početka razvoja društvenih mreža. Druga kategorija odnosi se na definiciju interneta i društvenih mreža kroz njihove opasnosti. Društvene mreže omogućuju svojim korisnicima da komuniciraju neovisno o vremenskim ili geografskim zaprekama. Atraktivnost društvenih mreža nalazi se u činjenici da su svojim korisnicima konstantno na raspolaganju te im omogućavaju da provjere sve bitne informacije i dijele poruke iz udobnosti svoga doma. Kontinuirana online komunikacije negativno utječe na

interakciju u fizičkom svijetu, odnosno smanjuje izravnu međuljudsku interakciju. Daljnjim razvojem interneta i širenjem upotrebe društvenih mreža povećava se društvena izolacija, preciznije rečeno javlja se problem otuđenja (Giddens, 2007: 471 – 472).

Društvene mreže izmjenjuju način komuniciranja te nameću novu formu društvenosti koja uključuje preoblikovane obrasce ponašanja i socijalizacije. Dolazi do tvorbe novih kulturnih značajki i promjena u izražavanju. Društvene mreže strukturirane su na različitim tehničkim komponentama, među kojima se ističe mogućnost kreiranja vidljivog profila. Profil je jedinstvena oznaka koju pojedinac stvara prema svojim željama i karakteristikama. Kroz razne deskriptivne varijable kao što su spol, dob, interes pojedinac stvara svoj virtualni avatar koji biva obogaćen multimedijским sadržajem i vlastitim opisima. Društvene mreže pružaju ljudskim bićima mogućnost samoprezentacije kroz pisanje statusa i dijeljenje slika, slanje zahtjeva za prijateljstvo i tvorbu prijateljskih/romantičnih odnosa, pisanje i razmjenu poruka/slika/ videa i drugih multimedijških sadržaja. Servisi za online društvene mreže potiču korisnika na aktivno sudjelovanje u oblikovanju i dijeljenju sadržaja u skladu s istinom. Međutim, stupanj iskrenosti razlikuje se od pojedinca do pojedinca što uzrokuje problem lažnog predstavljanja koji potom otežava i onemogućava normalan rad sustava (Kosić, 2010: 105 – 106).

Internet i društvene mreže omogućavaju povezivanje ljudskog roda te nastoje svojim korisnicima djelovati kao sigurno mjesto čijim korištenjem će zasigurno ispuniti osnovnu ljudsku potrebu za ljubavlju, poštovanjem i prihvaćanjem. Korištenje društvenih mreža i predstavljanje pojedinca preko društvenih mreža veoma je blisko teoriji Ervinga Goffmana, odnosno njegovoj dramaturgiji. Goffmanova dramaturgija temelji se na tezi da postoje poveznice između ljudskog djelovanja i interakcije s glumom u kazalištu. Interakcija ovisi o društvenim izvedbama što znači da ako je uloga pogrešno ili loše izvedena može doći do narušavanja normalne socijalne interakcije. Društvena interakcija podrazumijeva postojanje prednjeg plana kroz koji se pojedinci predstavljaju svijetu na van te zadnji plan koji podrazumijeva prikrivanje određenih aspekata svoje ličnosti. Čovjek se uvijek trudi predstaviti samoga sebe na najbolji mogući način, odnosno pružiti idealiziranu sliku samoga sebe. Upravo zato, pojedinac smatra da je to moguće jedino ako svoje mane i nedostatke zataška i priкри. Dramaturška koncepcija E. Goffmana idealno odgovara načinu predstavljanja i funkcioniranja društvenih mreža. Korisnik svojim uključivanjem na društvene mreže vrši proces izlaganja svijetu koji je veoma sličan izlasku na pozornicu. Korisnik, kako bi postao dio zajednice društvenih mreža, mora kreirati svoj profil koji uređuje prema vlastitim željama i kroz koji želi

predstaviti samo svoje vrline. Jednako kao i u stvarnome životu, i na mrežama se pojedinac nastoji predstaviti u najboljem svijetlu. Takozvana predstava koja se odvija na društvenim mrežama može uvelike utjecati na razmišljanje pojedinca te naposljetku utjecati na njegovo ponašanje u stvarnome životu u mjeri da korisnik preuzme svoju virtualnu ulogu i prenese je u stvarni svijet (Hajdarović, 2005: 13 – 14).

Primarna ideja i funkcija društvenih mreža bila je usmjerena prema procesu socijalizacije, odnosno cilj društvenih mreža bio je stvoriti mnoga prijateljstva između velikog broja ljudi. Međutim, odnosi i veze koje su bile produkt društvenih mreža okarakterizirane su kroz pridjeve plitki i jednodimenzionalni. Isprazni odnosi povećavali su pritisak na korisnika što je postupno vodilo prema razvoju sve intenzivnijih osjećaja tjeskobe, bespomoćnosti, potištenosti i udaljavanja od vanjskog svijeta. Svakodnevni stvarni život postaje nezanimljiv i odbojan naspram savršenog virtualnog svijeta. Društvene mreže koje su trebale zblžiti ljudski rod, postale su sredstvo alijenacije kroz koje se pojedinac otuđuje od autentičnog života, svijeta oko sebe i ljudi koje ga okružuju (Mužić, 2014: 400).

Strah od propuštanja ili FOMO (fear of missing out) je fenomen koji se odnosi na strah pojedinca da će izgubiti vrijedne trenutke, odnosno da drugi imaju dragocjene trenutke koje subjekt nema zato što je odsutan. Upravo zato, pojedinac ima potrebu biti stalno u toku, odnosno kontinuirano uključen u sve što se događa. Suvremeno doba strah od propuštanja povezuje se sve češćom upotrebom društvenih mreža, pogotovo omladine. Fenomen straha od propuštanja ima tri aspekta, odnosno uključuje postojanje straha pojedinca da će izgubiti vrijedan trenutak, pojedinčev strah da će izgubiti dragocjene trenutke koje su druge grupe imale i želju pojedinca da ostane u toku s događanjima i s onime što drugi rade (Przybylskom et al., 2013; prema: Anwar, Fury, Fauziah, 2020: 184).

FOMO fenomen je sve češće zastupljen u društvu virtualne stvarnosti. Individue žele pratiti trendove što uzrokuje osjećaj straha zato što pojedinac ne želi propustiti ako se nešto novo događa. Ubrzani način života i društvene mreže označile su eru u kojoj se svake sekunde nešto novo događa što pojačava osjećaj FOMO te utječe na pojedinca i od njega zahtjeva da svaki trenutak ažurira društvene mreže kako bi mogao pratiti i biti u korak s vremenom (Anwar, Fury, Fauziah, 2020: 184).

Društvene mreže predstavljaju mjesto gdje: „Iznova stvaramo sebe kao ličnost na internetu i darujemo si novo tijelo, dom, posao i ljubav. Ali unatoč svemu, u polutama virtualne zajednice

ponekad se osjećamo potpuno sami. Dok se unaokolo razbacujemo, možda zapravo napuštamo sami sebe (Turkle, 2011/2012: 29).

Tehnološki razvoj imao je za produkt formiranje društvenih mreža koje su promijenile način razmišljanja pojedinaca te život. Restrukturacija određenih domena svijeta omogućila je umrežavanje velikog broja ljudi, stvaranje i održavanje međuljudskih odnosa te učenje i informiranje o događajima na drugom kraju svijeta. Osim mnogih pozitivni aspekata, društvene mreže imale su i mnoge nedostataka poput mogućnosti lažnog predstavlja i cyber bullyinga te otuđenja pojedinca ulaskom u virtualni svijet prilikom kojeg napušta stvarni svijet i postaje anksiozan od odnosa licem-u-lice. U sljedećem dijelu rada prikazat će se kako je spomenuti razvoj društvenih mreža utjecao na društvo i pojedinca.

4. OTUĐENJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Ljudi su danas dio računalno posredovane stvarnosti; prijateljstva, intimnost, povezanost bivaju posredovani pametnim telefonima koje omogućuju pristup društvenim mrežama. Visoki postotak učestalosti korištenja društvenih mreža i njihova kontinuirana okupacija svih sfera ljudskog života dovodi do sjedinjenja čovjeka s tehnologijom te do njegovog odsustva i izolacije od stvarnog svijeta poput šetnji parkom ili ulicama grada (Chambers, 2013; prema: Ivasović, Burić, 2019: 33).

Komunikacija koja se odvija u realnom vremenu, preciznije rečeno interakcija licem-u-lice definirana je kao sinkroni tip komunikacije, a anonim mu predstavlja asinkroni tip komunikacije čije je obilježje vremenska i prostorna reduciranost. U sferi tehnologije i društvenih mreža, asinkroni tip predstavlja izrada profila putem raznih društvenih mreža putem kojih se korisnik predstavlja na internetu, odnosno u virtualnom svijetu. Međutim, društvene mreže, u manjoj mjeri, omogućuju i sinkroni oblik komunikacije putem raznih internetskih platformi kao što su Zoom i Google Meet koje omogućavaju interakciju licem-u-lice u realnom vremenu. Ipak, navedena komunikacija predstavlja samo jedan oblik simulacije interakcije licem-u-lice. Prilikom izrade profila i stranica na društvenim mrežama korisnik nije vremenski ograničen te ne osjeća pritisak i strah od pogreške što mu pruža određeni osjećaj sigurnosti i olakšanja što osigurava popularnost i proširivanje sfere društvenih mreža (Perkov, Šarić, 2021: 636).

Manuel Castells (2003: 131) u svojoj knjizi *Internet galaksija: razmišljanja o Internetu, poslovanju i ekonomije* ističe kako kritičari interneta smatraju da: „... širenje Interneta vodi do društvene izolacije, do sloma društvene komunikacije i obiteljskog života budući da pojedinci primjenjuju nasumičnu društvenost napuštajući face-to-face (licem u lice) interakciju u stvarnom prostoru“.

4.1. Tranzicija društva

Krešimir Peračković (2004: 489) u svome članku *Sociologija tranzicije: strukturalni, sociokulturni i neomodernizacijski pristup* ističe da je tranzicija: „... pojam koji se može definirati u širem smislu kao proces društvene promjene, kako društvene strukture tako i društvenih vrijednosti, s ciljem stvaranja nove strukture i novih društvenih vrijednosti kao smjernica za nove (poželjne) oblike društvenoga djelovanja“.

Pojavom informacijsko-komunikacijskih tehnologija (ICT) i njihovim razvojem društvo je doživjelo tranzicijsku promjenu iz industrijskog u informacijsko društvo. Izmjena društva dogodila se zahvaljujući transformacijskoj ulozi tehnologije koja je utjecala na pojedinca i njegovo djelovanje, ekonomiju, komunikaciju, shvaćanje religije, politike, znanosti te na kulturu društva. Tehnologija je omogućila brzi prijenos informacija, misli i ideja s jednog mjesta na drugo te je potaknula stvaranje raznih pomagala koje osiguravaju svojim korisnicima da pristupe virtualnoj stvarnosti. Globalne društvene promjene u velikoj su mjeri utjecale na preobrazbu ljudskog ponašanja i način percepcije svijeta i ljudi. Velike promjene koje je uzrokovala informacijsko-komunikacijska tehnologija dovele su do novog načina shvaćanja svijeta, odnosno došlo je do nove antropološke i sociološke slike svijeta čije odlike su visoki postotak čovjekove ovisnosti spram novih informatičkih pomagala, sve veća zastupljenost video sadržaja, minimalizacija tekstualnih sadržaja i modifikacija društvenih dimenzija (Milardović, 2010: 15 – 17).

Milardović (2010: 79) smatra da je:

Današnje informacijsko društvo društvo zamijenjene stvarnosti, kibernetičkog simboličkog interakcionizma, dominacije znakova i slika/simulakruma. Iskustvo postmodernog čovjeka i čovjeka druge moderne ili informacijskog društva iskustvo je simulirane stvarnosti. Virtualni, simulirani, hiperrealistični svijet, svijet je različitih kodova/znakova, slika, hladnih informacija koje struje kroz još hladnije kibernetičke strojeve i otuđene ljudske glave.

Obilježja nove informacijske epohe i društva razlikuju se od karakteristika industrijskog društva prvobitno u činjenici da naglasak više nije stavljen na hijerarhijski oblik poduzeća. Silu i pokretač informacijskog doba predstavlja tehnologija i način transmisije podataka koja uvjetuje ekonomski i društveni napredak. Tehnološki posredovana komunikacija i razvoj računalne tehnologije omogućuje stvaranje umreženog gospodarstva te naposljetku umreženog društva. Iako društvo više nije organizirano prema strogoj hijerarhiji, i dalje postoje određeni centri moći i odlučivanja. Informacijsko, umreženo društvo razvilo se zahvaljujući dva povijesna procesa, odnosno nastalo je kao produkt informatičke revolucije i procesa reorganizacije industrijskog kapitalističkog modela. Značajke novog gospodarskog i društvenog sustava su: informacijska ekonomija, globalna ekonomija, novi organizacijski oblik odnosno mrežno poduzeće, preobrazba načina rada i zaposlenja, postavljen je fokus na proces socijalne polarizacije i marginalizacije te izmjena kulture u kulturu realne virtualnosti. Umreženo društvo čija je glavna značajka i razlog promjene tehnološki napredak sa sobom donosi promjene na području ekonomije, politike i kulture. Dolazi do izmjene načina ponašanja ljudskih bića te promjeni

percipiranja svijeta, djelovanja, razmišljanja te do krize patrijarhata i modifikacije obrazaca međuljudskih odnosa. U području kulture dolazi do izmjene percepcije stvarnosti, do sada ljudsko djelovanje u neposrednoj stvarnosti biva promijenjeno. Mediji dobivaju ulogu stvaralaca, kompozitora i tumača slika ljudske stvarnosti što znači da je kultura informacijskog doba zapravo kultura virtualne stvarnosti. Virtualni svijet predstavlja neki oblik bijega za čovjeka zato što pokušava svijet kreativnosti i imaginacije pretvoriti i prenijeti u stvarni materijalni svijet (Mesarić, 2005: 390 – 391).

Tehnologija je promijenila međuljudske odnose te utjecala na njihovo oblikovanje. Korisnici novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija zamjenjuju interakciju licem-u-lice u stvarnom, materijalnom, realnom svijetu s komunikacijom koja se odvija u virtualnom svijetu koji nije ni prostorno ni vremenski omeđen. Novi svijet virtualnosti i cyber prostora odnosni se na izravno povezivanje korisnika posredstvom strojeva i mreža. U procesu komuniciranja s drugim korisnicima, pojedinac ostvaruje ujedno i vezu s tehnološkom napravom čime se zamjenjuje stvarni osjećaj međuljudskog kontakta što dovodi do novog tipa društvenog i kulturnog otuđenja (Turkle, 2011/2012: 29).

Tehnologija je promijenila način života:

Internet se uvlači u domaći život, pri čemu nestaju granice razdvajanja između posla i kuće: mnogi zaposleni nastavljaju raditi kod kuće i poslije službenog radnog vremena – provjeravaju e-mail ili obavljaju poslove koje nisu mogli završiti tijekom dana. S kolegama se sve manje razgovara, osobni odnosi su loši, tradicionalni oblici zabave, poput kazališta i knjiga, zapostavljeni su, a društveni život slabi (Giddens, 2007: 472).

Karakteristike novih tehnologija, odnosno računala, pametnih telefona i tableta su fleksibilnost, lakoća korištenja i raznolike mogućnosti poput informiranja, istraživanja, obrazovanja, ali i organizacije privatnih i poslovnih zadaća. Ujedno, nove tehnologije, mijenjaju način socijalizacije, odnosno mjesto socijalizacije više ne predstavlja isključivo škola, obitelj i prijatelji, već i online grupe te online poznanici. Virtualne društvene mreže u suprotnosti su s „tradicionalnim“ oblikom zajednice te predstavljaju alternativnu vrstu društvenosti (Brandtzæg et al., 2010; prema: Potočnik, 2014: 377).

4.2. Virtualnost i stvarni svijet

Internet, novi mediji, a potom i društvene mreže, otvorili su mnoge nove mogućnosti za ljudski rod, odnosno za svoje korisnike. Osim pozitivnih aspekata, internet je prepun prijetnji i opasnosti. Korisnik korištenjem društvenih mreža ulazi u paralelnu dimenziju, u novi digitalni svijet kroz koji dijeli mnogobrojne privatne informacije te često zna zaboraviti da postoji realni svijet. Svojim pretjeranom involviranošću u digitalni svijet, postupno, ali sigurno korisnik se udaljava od realnog svijeta i ljudi koji ga okružuju. Korisnik u realnom svijetu vrši neki oblik samoizolacije što postupno vodi k otuđenju (Labaš, 2011: 47).

Proces digitalizacije te razvoj društvenih mreža doveo je do paradoksa, odnosno:

Suprotno svim očekivanjima virtualni svijet koji je čovjeku omogućio brzu, instant, komunikaciju s drugima i svojevrsno kloniranje samoga sebe u paralelnom, virtualnom svijetu, isprovociralo mu je neopisiv osjećaj praznine, osamljenosti i napuštenosti. Dogodilo se da je čovjek u izobilju zanimljivih sadržaja te sofisticiranih tehničkih pomagala i sredstava stvorio iluziju ostvarivanja dijaloga i očuvanja odnosa s drugim ljudima. Na taj način on je zamaskirao istinski osjećaj osamljenosti i izoliranosti u koji je zapao (Vuletić, Jeličić, Karačić, 2014: 531).

Upotreba računalnih tehnologija omogućuje stvaranje „novog svijeta“, odnosno dolazi do pojave virtualne stvarnosti. Virtualna stvarnost predstavlja bijeg od života što označava bijeg od stvarnosti te izbjegavanje odgovornosti u stvarnome svijetu prelaskom u svijet mašte, stvaralaštva i apstrakcije u kojem zakoni i sankcije ne postoje, a u kojem su ljudska bića samo male ikone ili avatari. Akteri virtualnog svijeta polako se distanciraju te na poslijetku potpuno odustaju od stvarnog svijeta i svoj smisao traže na društvenim mrežama gdje formiraju virtualne zajednice nedruštvenosti i otuđenosti. Korisnici društvenih mreža vrše socijalnu ili komunikacijsku interakciju online u kibernetičkom prostoru te nisu ni vremenski ni prostorno ograničeni. Ljudska bića koriste se društvenim mrežama gdje stvaraju različite oblike virtualnih zajednica kako bi nadomjestili razorene zajednice realnog života. Nagli završetak i prekid socijalne interakcije u realnom svijetu u čovjeku izaziva nemir i tjeskobu, stoga on potražuje alternativne načine kroz koje će kompenzirati nedostatak socijalizacije (Milardović, 2010: 81 – 80).

Razlike između online/virtualnih odnosa i odnosa licem u licem temelje se na činjenici da:

Nema autentičnoga odnosa, nema odnosa koji bi utemeljio komunikaciju i susret, koji nije posredovan jezikom, pa i tjelesnim emocijama: od mogućnosti da se gleda u lice i da se razmijeni stisak ruke, da se smije i poprati riječ gestom koji joj proširuje značenja. Doba računala tako je obilježeno fatalnim rizikom da se radikalizira samoća i da se isprazni

psihološke i ljudske odnose od značajnih emotivnih sadržaja (Borgna, 2002; prema: Mužić, 2014: 400).

Granice između stvarnosti i virtualne stvarnosti nestaju, što označava početak virtualne stvarnosti kao simulakruma. Simulakrum je kopija originala, reprezentacija koja oponaša stvarnost kroz koju se stvara hiperrealnost. Postmoderno društvo određeno je dominantnim djelovanjem medija, s naglaskom na upotrebu interneta i društvenih mreža, kroz čije djelovanje se obilježja kulture transformiraju i poprimaju nove karakteristike kulture simulirane stvarnosti (Milardović, 2010: 84).

Materijalni stvarni svijet, imaginacija i virtualni svijet postaju jedno: „Granice između „stvarne“ zbilje i „virtualne“ zbilje su pomućene, postale su nejasne i teško ih je razaznati“ (Baudrillard, 2001; prema: Labaš, 2011: 37).

Era digitalnih medija i društvenih mreža prikazuje čovjekov prelazak u virtualnu dimenziju kroz koju se odvađa od stvarnog svijeta. Umjetni virtualni svijet produkt je tehnoloških otkrića i napretka koji svojim korisnicima pruža neku vrstu bijega od stvarnosti te mijenja njegove poglede, stabilnost i orijentaciju u svijetu. Čovjek, kada postane korisnik, započinje svoju dvostruku egzistenciju, u stvarnom i virtualnom svijetu koji ga zapravo navodi da napusti stvarni svijet. Paralelni digitalni svijet predstavlja korisnika kroz drugo ja, odnosno kroz avatara koji ima osobine, prijatelje, obitelj i hobije. Simulacija života putem online mreža čini vjerodostojnu kopiju stvarnog života kroz razne prikaze interakcija s drugim ljudima. Simulacija ima izuzetnu moć nad svojim korisnicima koji kroz učestalo korištenje mreža počinju gubiti mogućnost razlikovanja i određivanja granica između stvarnog i virtualnog života (Vuletić, Jeličić, Karačić, 2014: 529 – 530).

Društvene mreže kreiraju ozračje u kojem:

Stvaran život je pod sve većim pritiskom virtualnoga svijeta pa neki u tome vide pravi „rat protiv stvarnosti“ koji „nije samo gubitak stvarnosti, predmetnosti, poznatoga i proljudskoga svijeta, to je u isto vrijeme i gubitak drugoga, stvarna i stalna osamljenost“ čiji je sastavni dio i cyber-seks (Jovanović, 2010; prema: Mužić, 2014: 400).

4.3. Opasnosti od otuđenja na društvenim mrežama

Pojava interneta i njegovo korištenje proizvelo je za društvo i pojedinca mnogo dobra, ali ujedno omogućilo i razvoj određenih negativnih i nepoželjnih obrazaca. Virtualne zajednice ili društvene mreže koje su nastale na internetu omogućile su online komunikaciju bez obzira na

vremenske i prostorne ograničenosti što je označilo početak novog doba i nove društvenosti te je shvaćeno kao vrhunac tehnološkog ostvarenja. Međutim, sve veće uključivanje čovjeka u virtualnu sferu dovelo je do društvene izolacije te imalo destruktivno djelovanje na međuljudske odnose i tradicionalne oblike komunikacije (Castells, 2003: 131).

Kibernetički prostor u kojem se odvija interakcija preko društvenih mreža postala je alternativa međuljudskoj komunikaciji licem u lice. Na društvenim mrežama ljudi stvaraju novi internetski identitet kojim samostalno upravljaju. U odnosu na tradicionalni oblik, komunikacija je promijenila svoje okruženje i u većini slučajeva se odvija u novom digitalnom svijetu. Dio identiteta sačinjavaju društvene mreže koje utječu na kulturni, ekonomski, socijalni i društveni život. Prekomjerno korištenje društvenih mreža dovodi do novih problema i opasnosti koje rezultiraju zanemarivanjem svijeta oko sebe prilikom ulaska u novu računalnu dimenziju, odnosno do socijalne isključenosti i otuđenja (Šlerka, Merunková, 2019: 248).

Dannah Boyd (2007: 9) definira četiri komponente kroz koje se razlikuje komunikacija i okruženje u online i stvarnom svijetu:

- 1) Postojanost – Komunikacija preko društvenih mreža ostaje postojana i nakon završetka interakcije zato što se svaka razmijenjena poruka i informacija arhivira na neodređeno vremensko razdoblje.
- 2) Mogućnost pretraživanja – Moguće je putem raznih dostupnih alata i društvenih mreža pretraživati traženu osobu putem njihova digitalnog profila.
- 3) Ponovljivost – Dok se u realnom svijetu prepričavanjem izvornih informacija mogu razviti različita pogrešna tumačenja, online prostor omogućava proces doslovnog kopiranja i premještanja teksta s jedno na drugo mjesto gdje se potom ne može uočiti razlika između originala i kopije te je prostor za pogreške sveden na minimum.
- 4) Nevidljiva publika – U stvarnom svijetu, pojedinac koji govori vidi svoju publiku, dok je u online svijetu veoma teško utvrditi tko je sve dio publike.

Društvena uključenost pojedinca, prisnost i međuljudski odnosi bivaju narušeni unaprjeđenjem društvenih mreža, odnosno ugrožavaju psihološku i socijalnu dobrobit društva. Korištenjem društvenih mreža biva narušen socijalni kontakt, odnosno ljudi zamjenjuju razgovor licem-u-lice, šetnje u prirodi s prijateljima i obitelji te odlazak na društvene događaje dopisivanjem i pregledavanjem društvenih mreža. Napuštajući stvaran, realan, materijalni svijet čovjek vrši izolaciju i otuđenje što dovodi do internet paradoksa. Pojam internet paradoks označava

fenomen istiskivanja pozitivne funkcije interneta u službi povećavanja društvenih kontakata u svrhu povećanja društvene izolacije (Kraut et al., 2001; prema: Vasić, 2010: 15).

Društvene mreže u određenom visokom postotku čine od svojih korisnika pasivne članove koji svojim učestvovanjem sudjeluju u vlastitom otuđenju kao dio potrošačkog sustava. Korisnici društvenih mreža svrstani su u skupinu proizvođača sadržaja, međutim osim stvaranja i dijeljenja sadržaja oni se ujedno i pokoravaju djelovanju interneta i društvenih mreža koje se temelja na ekonomskom sustavu. U procesu podvrgavanja društvenim mrežama, korisnicima bivaju otuđeni osobni podaci, odnosno online platforme prikupljaju osobne informacije koje potom koriste kako bi nenametljivo korisnicima prodali određenu uslugu ili izvršili nekakvu razmjenu (Proulx et al., 2011; prema: Reveley, 2013: 87).

Ekonomsko otuđenje na društvenim mrežama javlja se u obliku marketing strategija kompanija i organizacija koji profiliraju korisnike društvenih mreža. Otuđenje je u tom kontekstu ukorijenjeno u društvenoj podjeli rada, odnosno vlasništvo predstavlja ključni aspekt kojeg nad društvenim mrežama imaju kompanije. Karl Marx je u svojoj definiciji koncepta otuđenja razradio postavku kako se u procesu rada, radnik postupno otuđuje od proizvoda svoga rada, pa od procesa rada te od svoje generičke biti, a naposljetku i od drugih ljudi. U kontekstu društvenih mreža, najistaknutije je otuđenje podataka koje se može izjednačiti s idejom Karla Marxa kao otuđenjem stvari koje se potom sukobljavaju sa radnikom, odnosno svojim proizvođače, kao s stranim objektom (Revely, 2013: 90 – 91).

Aktivno sudjelovanje pojedinca u korištenju društvenih mreža utječe na njegovu percepciju drugih, života i svijeta te započinje proces socijalizacije koji postupno tvori i oblikuje hibridni identitet. Osim toga, društvene mreže omogućavaju svojim korisnicima kreativno izražavanje te preuzimanje različitih okosnica tuđih identiteta, odnosno eksperimentiranje s novim identitetima. Dok se u prošlosti proces promjene i izmjene identiteta izvršavao kroz različite fizičke dimenzije poput promjene stila oblačenja te načina uljepšavanja kao što su friziranje i šminkanje, u modernom svijetu eksperimentiranje prilikom pronalaženja vlastitog identiteta odvija se putem društvenih mreža u prisustvu anonimnosti koja omogućava korisnicima da izmjene starosnu dob, spol te druge aspekte. Korisnicima društvenih mreža postaje normalni dio svakodnevice vrijeme provodi pretražujući i provjeravajući profile, slike i statuse drugih korisnika (Kosić, 2010: 105).

Milardović (2010: 100) smatra da:

...Tehnološki posredovane društvene mreže ukidaju stari tip društvenosti i socijalne interakcije uvodeći virtualnu socijalnu na temelju koje se uspostavljaju virtualni identiteti i prijateljstva. Tako se konstruira nešto što bi se moglo nazvati virtualnim društvom. To virtualno društvo plod je književne, estetske i znanstveno fantastične imaginacije koja je zahvaljujući ICT-u postala neka druga stvarnost. Za tu drugu virtualnu stvarnost rabi se termin drugi život (second life).

Čovjekov prijelaz iz stvarnog u virtualni svijet i korištenjem raznih internetskih mogućnosti mreža ugrožava stvarne međuljudske odnose i narušava unutarnji svijet. Čovjek počinje gubiti povjerenje u druge ljude i u stvarni svijet u kojemu zapravo živi. Karakteristike komunikacije u online prostoru su vizualne, odnosno korisnici se izražavaju slikom ili simbolima što u negativnoj mjeru utječe na maštovitost, originalnost, društvenost i emocije. Virtualna zajednica koja je zamijenila stvaran život oblikuje veliki broj anonimaca koji komuniciraju te se povezuju preko društvenih mreža. Određene odlike tradicionalne zajednice poput kreativnosti i autentičnosti kompromitiralo je čovjekovo drugo ja koje nastaje kao produkt virtualnog svijeta i društvenih mreža. Sve veća involviranost te premještanje stvarnog života u kibernetički prostor ozbiljno ugrožava međuljudske odnose i način života. Posljedice prekomjerne upotrebe onlinea moguće je uočiti u promjeni čovjekova pogleda na sebe samoga, na svijet oko njega, na društvo, kulturne vrijednosti, navike, način izražavanja i komunikacije te naposljetku kroz čovjekovo udaljavanje od drugih ljudi i od svijeta koji ga okružuje. Razvija se čovjekov dvostruki život, odnosno stvarni život i život koji se definira kroz korištenje interneta i društvenih mreža. Razlike između stvarnog i virtualnog svijeta teško je prepoznati te s vremenom one prestaju postojati što dovodi do povećanja egocentrizma i individualizma. Međusobno ispreplitanje i spajanje privatnog i javnog dijela života dovodi do nastanka novog psihološkog pogleda na identitet i svijet oko sebe. Pretjerani angažman pojedinac u virtualnom svijetu na duži vremenski period ima negativan utjecaj na razvoj međuljudskih odnosa, zdrave odnose pretvara u toksične odnose, donosi razor u normalni tijek života te stvara socijalnu distancu (Vuletić, Jeličić, Karačić, 2014: 531).

Iako društvene mreže predstavljaju mjesto na kojem se mogu ostvariti prijateljstva, ta prijateljstva se uvelike razlikuju od shvaćanja pojma prijateljstvo u stvarnome svijetu. Virtualno prijateljstvo omeđeno je kao isključivo digitalna socijalna kategorija te ona ne mora biti stvarni prikaz prisnosti i socijalne blizine između dvoje korisnika. Virtualni prijatelji fokusirani su na susret isključivo unutar virtualnih zajednica i društvenih mreža koje bivaju posredovane tehnološkim napravama. Virtualno društvo predstavlja paradoks zato što je ona samo brojčano

društvena, dok stvarna društvenost izostaje. Iako bi društvene mreže prema svojem imenu trebale predstavljati neku formu društvenosti, ona u pravom obliku te riječi ne postoji. Društvene mreže zanemaruju i ostavljaju postrani karakteristike tradicionalnih zajednice te stavljaju naglasak na individualizam i društvenu izoliranost. Virtualna stvarnost ili drugi život (second life) ostvaruje se u kibernetičkom ili metaprostoru. Pojedinčevo uključivanje u virtualnu stvarnost zapravo predstavlja bijeg iz stvarnog socijalnog svijeta, međuljudskog odnosa, komunikacije licem u lice i od odgovornosti, preciznije rečeno simbolizira bijeg i strah od stvarnog života. Osim navedenog, virtualna stvarnost potiče održavanje socijalne distance što dovodi do ljudskog otuđenja. Nova informacijsko-komunikacijska tehnologija koja je temelj informacijskog društva uzrokuje sve veću udaljenost među ljudskim bićima te potiče potištenost i otuđenost. Društvene mreže daju čovjeku privid zajednice i prihvaćanja, dok ga zapravo udaljavaju od stvarnog kontakta i stvarnog svijeta. Dok čovjek smatra kako postaje pripadnik društvenih mreža i virtualnih zajednica, on je zapravo samo jedan maleni dio u bespuću interneta. Iako društvene mreže i tehnologija djeluju na čovjeka relaksirajuće, također dovode do modifikacije ljudskog života i proizvode nove oblike otuđenja. Cyberprostor ili kibernetički prostor u kojemu se odvija djelovanje čovjeka, u ovom kontekstu avatara, prostor je otuđenosti zato što u njemu djeluju stranci. Postalo je nemoguće razaznati stvarnost od imaginarnog. U virtualnoj stvarnosti sve je dopušteno, a podaci koji se međusobno dijele nisu provjereni te je teško utvrditi predstavlja li se osoba lažno putem izmišljenog identiteta (Milardović, 2010: 108 – 113).

5. ZAKLJUČAK

Cilj je ovog rada bio prikazati kako je proces digitalizacije, odnosno razvoj društvenih mreža utjecao na društvo te postupno dovelo do alijenacije.

U drugom dijelu razrade iznesena je povijest razvoja teorije otuđenja s naglaskom na osnovne misli o alijenaciji Karla Marxa. U trećem dijelu razrade, prikazan je proces digitalizacije, razvoj novih komunikacijsko tehnoloških pomagala te definicija i osnovna obilježja društvenih mreža. U četvrtom dijelu rada, prikazana je teorija alijenacije kao posljedica prekomjerne upotrebe društvenih mreža. Također, prikazan je razvoj novog umreženog društva i nove virtualne kulture.

Teorija otuđenja svijetu je najpoznatija prema spisima njemačkog mislioca Karla Marxa. Prema njemu, otuđenje se ogleda u gubitku generičkih svojstava koje biva posredovano radom. Čovjek svojim radom proizvodi predmete prilikom čega si osigurava nužne životne potrepštine. Međutim, tijekom vremena predmeti proizvođača njemu postaju strani i tuđi, što znači da više nisu njegovi. Navedeno predstavlja prijelaz u stanje otuđenja. Rad je nužan i prinudan te čovjek tijekom rada počinje gubiti samoga sebe te razvija osjećaj pripadnost nekom drugom. Takav čovjek više nije samostalan i svoj što označava da je rad izvor svih oblika i dimenzija samootuđenja. Teorija otuđenja Karla Marxa predstavljena je svijetu u 19. stoljeću, a danas fenomen otuđenja i stranca kulminira uspostavom društvenih mreža. Nove informacijsko-komunikacijske tehnologije izvršile su izmjenu društva u novo umreženo društvo. Društvene mreže postale su sastavni dio ljudskog života te utječu na ljudsku kreativnost pružajući korisnicima mogućnost kreiranja sadržaja, razvoja ideja, izazivanja emocija, dijeljenja vijesti te komuniciranja s prijateljima. Iako su virtualne mreže svojim razvojem otvorile nove mogućnosti, njihova tvorba potaknula je mnoga sociološka, odgojna i psihološka pitanja te dovela do procesa otuđenja. Društvene mreže brišu granicu između virtualnog i realnog svijeta što dovodi do mogućnosti lake i brze promjene identiteta, socijalnog eskapizma, razvoja i izmjene kulture u novu virtualnu kulturu, definiranja novog virtualnog života, zanemarivanja materijalnog svijeta i međuljudskih odnosa licem-u-lice te do otuđenja u svim sferama ljudskog života globalizacijom stranaca. Prema Marxu, alijenacija nastaje kao produkt radnog odnosa, odnosno kroz sferu ekonomskog djelovanja, dok je u suvremenom društvu alijenacija shvaćena kao produkt pretjerane konzumacije društvenih mreža i njihovog sadržaja. Društvene mreže nadovezuju se na koncept otuđenja Karla Marxa definirajući korisnike kao pasivnu publiku koja je dio potrošačkog sustava te kao takva sudjeluje u vlastitom

procesu alijenacije. Korisnici proizvode sadržaj, međutim oni se ujedno time podređuju pravilima i normama funkcioniranja sustava društvenih mreža i interneta. Korisnici podliježu postavljenim pravilima što omogućava tehnološko i ekonomsko skupljanje podataka i informacija. Algoritmi društvenih mreža kategoriziraju prikupljene zapise i prilažu izvještaj korporacijama i organizacijama u čijem su vlasništvu. Prikupljene informacije organizacijama služe za nenametljivo prikazivanje i prodavanje usluga ili vršenja procesa razmjene. Kod Karla Marxa shvaćeno kao otuđenje radnika od proizvoda i procesa rada, u modernom dobu biva zamijenjeno konceptom otuđenja podataka, a oba shvaćanja naposljetku postupno dovode do alijenacije od čovjekove generičke biti i društva.

6. LITERATURA

1. Anwar, Z., Fury, E. D., Fauziah, S. R. (2020.) „Fear of missing out, social media usage, adolescent“, *Proceedings of the 5th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2019)*, Atlantiss Press, 183 – 187.
2. Baudrillard, J. (2001.) *Simulacija i zbilja*, Zagreb: Jesenski i Turk.
3. Bell, D. (1999.) „The Axial Age of Technology Foreword: 1999“, u: D. Bell (ur.) *The Coming of Postindustrial Society*, New York: Basic Books, IX – LXXXV.
4. Biglbauer, S. Korajlija, A. L. (2020.) „Društvene mreže, depresivnost i anksioznost“, *Socijalna psihijatrija*, 48 (4): 404 – 425.
5. Borgna, E. (2002.) *L'arcipelago delle emozioni*, Milano: Feltrinelli.
6. Boyd, D. (2007.) “Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life”, u: D. Buckingham (ur.) *Youth, Identity, and Digital Media Volume*, Cambridge, MA: MIT Press, 119 – 141.
7. Boyd, D. M., Ellison, N. B. (2007.) „Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship“, *Journal of Computer-Mediated Communication*, sv. 13 (1): 210 – 230.
8. Brandtzæg, P. B., Lüders, M., Skjetne, J. H. (2010.) „Too Many Facebook „Friends“? Content Sharing and Sociability Versus the Need for Privacy in Social Network Sites“, *International Journal of Human-Computer Interaction*, sv. 26 (11–12): 1006 – 1030.
9. Castells, M. (2001./2003.) *Internet galaksija, Razmišljanja o Internetu, poslovanju i društvu*, prev. N. Dužanec, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
10. Chambers, D. (2013.) *Social Media and Personal Relationships: Online Intimacies and Networked Friendships*. London: Palgrave Macmillan UK.
11. Christakis, N., A., Fowler, J., H. (2010.) *Povezani: iznenađujuća moć društvenih mreža i kako one utječu na naše živote*, Zagreb: Algoritam.
12. Feuerbach, L. (1864.) *L'Essence du Christianisme*, Paris: Kessinger Publishing.
13. Galant, M. (2020.) „Utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje“, *Psychē*, sv. 3 (1): 131 – 145.
14. Giddens, A. (2007.) *Sociologija*, Zagreb: Globus.
15. Grbavac, J., i Grbavac, V. (2014.) „Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena“, *Media, culture and public relations*, sv. 5 (2): 206 – 219.
16. Hajdarović, M. (2005.) „Sociološki aspekti cyber društva“, diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu: Zagreb.

17. Ivasović, S., i Burić, I. (2019.) „Neprestana povezanost i strah od propuštanja u svakodnevnim interakcijama mladih licem u lice“, *Medijske studije*, sv. 10 (20): 31 – 49.
18. Jovanović, B. (2010.) *Digitalna despocija*, Zagreb: Sion.
19. Katunarić, V. (2000.) „Castellsova panorama nove društvene epohe“ u: M. Castells (ur.) *Uspori umreženog društva*, Zagreb: Golden Marketing, 9 – 32.
20. Kirkpatrick, D. (2012.) *Facebook efekt*, Zagreb: Lumen.
21. Korać, V. (1987.) *Marksovo shvatanje čoveka, istorije i društva*, Zagreb: Sociološka hrestomatija.
22. Kosić, S. (2010.) „Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije“, *Život i škola*, LVI (24): 103 – 125.
23. Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., Crawford, A. (2001.) „Internet Paradox Revisited“, *Journal of Social Issues*, sv. 58 (1): 49 – 74.
24. Labaš, D. (2011.) „Djeca u svijetu interneta: zatočnici virtualnog svijeta. Pedagoški modeli i otvorena pitanja“, u: L. Ciboci, I. Kanižaj, D. Labaš (ur.) *Djeca medija: od marginalizacije do senzacije*, Zagreb: Matica Hrvatska, 35 – 64.
25. Leković, D. (1968.) *Marksistička teorija otuđenja*, Beograd: Institut za izučavanje radničkog pokreta.
26. Licklider, J. C. R., Watson, R. T. (1968.) „The Computer as a Communication Device“, *Science and Technology*, sv. 76: 21 – 31.
27. Ljubomir Ž. (2006.) *Psihologija*, Beograd: Čigoja.
28. Mabić, M. (2014.) „Društvene mreže u obrazovanju: Što misle studenti Sveučilišta u Mostaru“, u: D. Mustić (ur.), *Društvo i tehnologija – dr. Juraj Plenković*, Opatija: Hrvatsko komunikološko društvo, Međunarodna federacija komunikoloških društava, Alma Mater Europaea: 374 – 378.
29. Marinović, E. (1966.) „Prilog problemu alijenacije“, *Crkva u svijetu*, sv. 1 (5): 33 – 43.
30. Marx, K., Engels, F. (1932./1989.) *Rani radovi*, prev. S. Bošnjak, Zagreb: Naprijed i Filozofska biblioteka.
31. Marx, K., Engels, F. (1961.) *Rani radovi*, Zagreb: Naprijed.
32. Mesarić, M. (2005.) „Informatička revolucija i njezin utjecaj na stvaranje informatičke, mrežne, globalne ekonomije - analiza Manuela Castellsa“, *Ekonomski pregled*, sv. 56 (5-6): 389 – 422.
33. Mužić, J. (2014.) „Štetan utjecaj virtualnog svijeta na djecu“, *Obnovljeni život*, sv. 69 (3): 395 – 404.

34. Naughton, J. (2012./2014.) *Od Gutnberga do Zuckerberga Što zaista morate znati o Internetu*, prev. M. Bender, Zagreb: Edicije Božević.
35. Peračković, K. (2004.) „Sociologija tranzicije: strukturalni, sociokulturni i neomodernizacijski pristup“, *Društvena istraživanja*, sv. 13 (3 (7)): 487 – 504.
36. Peračković, K. (2010.) *(Za)što raditi u postindustrijskom društvu? – Promjene u društvenoj podjeli rada na početku 21. stoljeća*, Zagreb: Alinea i Institut Ivo Pilar.
37. Perkov, I., Šarić, P. (2021.) „Samopredstavljanje na društvenim mrežama“, *Filozofska istraživanja*, 41 (3): 627 – 638.
38. Porča, S. (2018.) „Virtuelne društvene mreže i njihova refleksija na društvenu aktivnost“, u: S. Dušanić Gačić (ur.) *Digitalizacija medija i ekonomija postindustrijskog doba*, Banjaluka: Banjaluka College, 46 – 55.
39. Potočnik, D. (2014.) „Studenti u umreženom društvu“, u: V. Ilišin (ur.) *Sociološki portreti hrvatskih studenata*, Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, 377 – 399.
40. Proulx, S., Heaton, L., Kwok Choon, M. J., Millette, M. (2011.) „Paradoxical Empowerment of Producers in the Context of Informational Capitalism“, *New Review of Hypermedia and Multimedia*, sv. 17 (1): 9 – 29.
41. Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., Gladwell, V. (2013.) „Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out“, *Computers in human behavior*, sv. 29 (4): 1841–1848.
42. Reveley, J. (2013.) „Understanding Social Media Use as Alienation: a review and critique“, *E-Learning and Digital Media*, sv. 10 (1): 83 – 94.
43. Ritzer, G. (1997.) *Suvremena sociologijska teorija*, Zagreb: Globus.
44. Sergejev, D. (1986.) *Otuđeni čovjek: Teorija alijenacije u tradiciji i suvremenoj misli*, Školska knjiga: Zagreb.
45. Spadaro, A. (2010.) *Web 2.0 Rete di relazioni*, Milano: Edizioni Paoline.
46. Strujić, J. (2016.) „Društvene mreže, evangelizacija i kateheza“, *Bogoslovska smotra*, sv. 86 (2): 441 – 462.
47. Šlerka, J., Merunková, L. (2019.) „Goffman's Theory as a Framework for Analysis of Self Presentation on Online Social Networks“, *Masaryk University Journal of Law and Technology*, sv. 2: 243 – 276.
48. Trifiro, B. (2018.) „Instagram Use and It's Effect on WellBeing and Self-Esteem“, diplomski rad, Bryant University: Rhode Island.
49. Turkle, S. (2011./2012.) *Sami zajedno: zašto očekujemo više od tehnologije, a manje jedni od drugih*, prev. G. Blažanović, Zagreb: TIM press.

50. Vasić, M. (2010.) „Uticaj društvenih mreža Interneta na društvo“, diplomski rad, Univerzitet u Beogradu: Beograd.
51. Vuletić, S., Jeličić, A., Karačić, S. (2014.) „Bioetičke konotacije interneta“, *Diacovensia*, sv. 22 (4): 525 – 558.
52. Weaver, A. C., Morrison, B. B. (2008.) „Social Networking“, *IEEE Computer*, sv. 41 (2): 97 – 100.