МЕЃУНАРОДЕН СЛАВЈАНСКИ УНИВЕРЗИТЕТ
СВЕТИ НИКОЛЕ – БИТОЛА
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА



ФАКУЛТЕТ ЗА ПСИХОЛОГИЈА

СТУДИСКА ПРОГРАМА:
ПСИХОЛОГИЈА ВО СОЦИЈАЛНА ЗАШТИТА

МАГИСТЕРСКИ ТРУД

УЛОГАТА НА СОЦИЈАЛНИТЕ МРЕЖИ ВО ФОРМИРАЊЕТО НА ЛИЧНИОТ ИДЕНТИТЕТ КАЈ АДОЛЕСЦЕНТИТЕ

СТУДЕНТ: СЛОБОДАНКА ЈАНЕВА
БРОЈ НА ИНДЕКС: М244010
МЕНТОР: **ДОЦЕНТ Д-Р. ЕЛЕНА ЗЛАТЕВА**

Свети Николе, 2025

АПСТРАКТ

Онлајн социјалните мрежи се многу популарни денес и се дел од секојдневниот живот на луѓето, а се особено привлечни за адолесцентите. Бидејќи адолесценцијата е период на откривање на сопствениот идентитет, овие два феномена станаа предмет на многу истражувања. Оваа магистерска работа има за цел да ја истражи врската помеѓу различните димензии на формирањето на личниот идентитет и навиките и однесувањето на адолесцентите на онлајн социјалните мрежи. Резултатите покажуваат дека користењето на социјалните мрежи кај адолесцентите делува позитивно при формирањето на личниот идентитет. Од податоците за нивните навики и однесување на Фејсбук, може да се види дека тие имаат еден кориснички профил преку кој споделуваат разни содржини со прилично голем број онлајн пријатели, честопати откривајќи приватни информации, ставајќи се во потенцијално опасни ситуации. Негативните искуства при користење на оваа социјална мрежа кај анкетираните адолесценти се ретки, а комуникацијата со странци е единственото нешто што се издвојува како нешто што го доживеал поголем број испитаници. Конечно, се покажа дека постојат врски помеѓу формирањето на личниот идентитет и навиките и однесувањето на Фејсбук, иако корелациите се слаби. Добиените резултати укажуваат на потребата од едукација на децата и родителите за безбедно користење на интернетот и социјалните мрежи на интернет, потребата од поттикнување на развојот на позитивна слика за себе, квалитетна организација на слободното време на децата и младите и зајакнување на културата на дружење.

Клучни зборови: онлајн социјални мрежи, Фејсбук, самоперцепција, слика за себе, адолесценти

ABSTRACT

Online social networks are very popular today and are part of people's everyday lives, and are especially attractive to adolescents. Since adolescence is a period of discovering one's own identity, these two phenomena have become the subject of much research. This master's thesis aims to explore the relationship between different dimensions of personal identity formation and adolescents' habits and behavior on online social networks. The results show that the use of social networks by adolescents has a positive effect on the formation of personal identity. From the data on their habits and behavior on Facebook, it can be seen that they have one user profile through which they share various contents with a fairly large number of online friends, often revealing private information, putting themselves in potentially dangerous situations. Negative experiences when using this social network among the surveyed adolescents are rare, and communication with strangers is the only thing that stands out as something that a larger number of respondents experienced. Finally, it was shown that there are connections between the formation of personal identity and habits and behavior on Facebook, although the correlations are weak. The results obtained indicate the need to educate children and parents about the safe use of the internet and online social networks, the need to encourage the development of a positive self-image, quality organization of children and youth's free time, and strengthening the culture of socializing.

Keywords: online social networks, Facebook, self-perception, self-image, adolescents

С О Д Р Ж И Н А

АПСТРАКТ 2

ABSTRACT 3

1. ВОВЕД 5

1.1. Актуелност на проблематиката, научен и општествен контекст 5

1.2. Цели и предмет на истражување 8

1.3. Медотологија на истражување 9

1.4. Структура на магистерската 9

2. Адолесценцијата како клучен период за изградба на идентитетот 10

3. Осврт на социјалната мрежа: Фејсбук 14

4. Влијанието на социјалните мрежи врз личниот идентитет на адолесцентите 17

4.1. Причини за користење на социјалните мрежи 18

4.2. Негативни аспекти и ризици 19

4.4. Социјална споредба 21

4.4.1. Социјална споредба на социјалните мрежи 24

5. Опис на проблемот на истражување 25

6. Емпириски дел на трудот 26

6.1. Методологија на истражување 26

6.2. Резултати од истражувањето 32

7. Психолошки и педагошки импликации 92

8. Заклучок 97

9. Користена литература 101

1. ВОВЕД

1.1. Актуелност на проблематиката, научен и општествен контекст

Областа на истражување поврзана со онлајн социјалните мрежи е многу широка. Со оглед на нивната популарност и испреплетеност со секојдневниот живот на луѓето, не е изненадувачки што многу истражувачи одлучиле да се занимаваат со ова прашање и неговата поврзаност со различни аспекти од нашите животи. Особено е интересно да се проучи улогата на онлајн социјалните мрежи во животот на популацијата на која тие се најпривлечни, односно во животот на адолесцентите, и токму кон тоа е насочена оваа теза. Бидејќи оваа област на истражување е многу широка, подолу накратко ќе ги презентираме претходните истражувања што се релевантни за темата на овој труд - од мотивацијата зад приклучувањето кон онлајн социјалните мрежи, целта на нивното користење и навиките и однесувањето на корисниците, до поврзаноста на овие услуги со самоперцепцијата на адолесцентите.

Истражувачите во своите истражувања идентификувале четири потреби зад користењето на онлајн социјалните мрежи: дружење, забава, истражување на сопствениот статус и информации (Park, Kee and Valenzuela, 2009, според Orcahrd et al., 2014), каде што е утврдено дека мотивацијата за користење на онлајн социјалните мрежи може да биде под влијание на личноста, возраста и полот на лицето (Orchard et al., 2014). Ridings and Gefen (2004, според Gangadharbatla, 2008) истакнуваат дека луѓето ги користат онлајн социјалните мрежи од различни причини, како што се одржување контакт со пријатели и најблиски, правење планови со општеството и наоѓање нови пријатели или романтични врски. Како други можни причини, тие наведуваат чувство на припадност, барање информации, постигнување цели и истражување на сопствениот идентитет и вредности. Urista, Dong и Day (2009, според Orchard, Fullwood, Galbraith, и Morris, 2014) ги наведуваат можностите за комуникација, љубопитноста за другите, популарноста и формирањето врски како мотиватори во контекст на приклучување кон онлајн социјалните мрежи. Raacke и Bonds-Raacke (2008, според Orchard и др., 2014) ги истакнуваат одржувањето контакт со постоечките пријатели, споделувањето фотографии, креирањето нови и пронаоѓањето и повторното поврзување со старите пријатели како најчести причини.

Истражувањето спроведено од Kušić (2010) имаше за цел да го утврди начинот на користење на Фејсбук кај учениците од повисоките одделенија од основно училиште и да идентификува различни однесувања на учениците на Фејсбук. Резултатите покажаа дека мнозинството од анкетираните ученици од основно училиште имаат профил на Фејсбук, од кои некои пристапуваат до мрежата дури и пред да ја достигнат поставената возрасна граница. Kušić (2010) истакнува дека учениците поминуваат значително време учествувајќи во активностите на Фејсбук, што вклучува рутина, дневна проверка на вести, содржина споделена од други корисници (фотографии, музика), додавање нови пријатели и ажурирање на профилите.

Patra (2015) спроведе истражување кај постарата возрасна група (15-22 години), користејќи комбинација од квалитативни и квантитативни истражувачки пристапи за да добие подобар увид во навиките и однесувањата на испитаниците на социјалните мрежи Оркут и Фејсбук. Резултатите што ги добил покажуваат дека 67,6% од испитаниците поминуваат најмногу време прегледувајќи статуси и нови информации споделени од други корисници и коментирајќи ги нивните објави. Потоа следува проверка на онлајн пријатели, што сочинува 17,2% од испитаниците, и учество во онлајн дискусии (13,1%), додека 9,7% од нив се допишуваат или разговараат со други корисници. 12,4% од испитаниците го прават сето погоре наведено. Активностите што одземаат најмногу време се наведени на следниов начин: онлајн дискусии (37,3%), преписка (36,7%), проверка на нови информации, статуси и коментари (22%) и барање онлајн пријатели (14%) (Patra, 2015).

Како што веќе споменавме, адолесцентите водат во користењето на онлајн социјалните мрежи во споредба со другите возрасни групи: само 35% од возрасните Американци имаат профил на една од онлајн социјалните мрежи, за разлика од 65% од адолесцентите (Valkenburg and Peter, 2010). Сепак, фреквенцијата на користење е особено нагласена во еден аспект, имено онлајн комуникацијата, која, како што истакнуваат Valkenburg and Peter (2010), станала центар на нивниот општествен живот. Авторите изразуваат загриженост за можноста адолесцентите да станат жртви на онлајн изнуда или сајбер малтретирање преку онлајн поврзување со странци. Тие, исто така, наведуваат дека постои врска помеѓу различните форми на онлајн комуникација и самодовербата на адолесцентите, но во позитивна насока. Имено, тие тврдат дека почестата употреба на онлајн социјалните мрежи

е поврзана со почести реакции и повратни информации, а колку се почести реакциите, толку се попозитивни. Со текот на времето, овие позитивни реакции водат до подобра самодоверба, истакнуваат авторите. Тие наведуваат дека само 7% од испитаниците имале негативни реакции, а нивната самодоверба била нарушена (Valkenburg and Peter, 2010).

Pradeep и Sriram (2016) спровеле студија со адолесценти од Мумбаи на возраст од 13 до 18 години. Тие откриле дека 72,2% од испитаниците напишале повеќе статуси кога биле среќни отколку кога биле тажни, што ја одразува потребата селективно да се прикаже особено среќна слика, криејќи ги негативните аспекти од сопствениот живот. Авторите изразиле загриженост дека ваквите платформи можат да се користат за споредување на поединецот со другите. Бидејќи профилите можат да се уредуваат и презентираат како што сакаат корисниците, постои општа тенденција да се споделуваат среќни, позитивни и возбудливи вести на сметка на прикажување на „темната“ страна од животот. Ако корисникот се најави на својата сметка и види многу среќни објави од други корисници, ова може да предизвика негативни емоции кај таа личност, т.е. да ги натера да чувствуваат дека нивниот живот не може да се спореди со среќните животи на другите луѓе (Pradeep и Sriram, 2016). Ова е поткрепено со резултатите од истражувањето спроведено од Chou и Edge (2012, според Pradeep и Sriram, 2016) со 425 американски студенти, кое покажа дека оние кои поминуваат повеќе време на Фејсбук имаат поголема веројатност да веруваат дека нивните пријатели водат посреќен живот од самите себе. Се покажа дека девојчињата имаат поголема веројатност да споредуваат фотографии, а момчињата имаат поголема веројатност да споредуваат други аспекти како што се бројот на пријатели, статусот и објавите. Ваквите социјални споредби можат да имаат многу длабоко влијание врз психолошката благосостојба на поединецот, особено кај тинејџерите и младите луѓе склони кон притисок од врсниците. Покрај тоа, исклучителната достапност и интимната природа на информациите на онлајн социјалните мрежи многу лесно може да предизвика зависност, до тој степен што може да доведе до „Fear of Missing Out“ (FOMO) (Chen, 2011, според Pradeep и Sriram, 2016), или чувство на вознемиреност предизвикано од мисли дека нешто возбудливо и интересно се случува некаде токму сега.

1.2. Цели и предмет на истражување

Целта на овој труд е да се испита врската помеѓу формирањето на личниот идентитет и однесувањето на социјалните мрежи кај адолесцентите. Во согласност со горенаведеното, овој труд ќе се обиде да одговори на прашања за тоа како социјалните мрежи влијаат на формирањето на личниот идентитет кај адолесцентите, земајќи ги предвид различните димензии на овој феномен (самооценка на академската компетентност, социјална компетентност и блиски пријателства, физички изглед, романтична привлечност, регулирање на однесувањето и општа перцепција за самовредност), и да утврди дали постојат разлики во нивната самоперцепција во однос на возраста, полот и училиштето што го посетуваат. Потоа, ќе се разгледаат навиките и однесувањата на адолесцентите на онлајн социјалната мрежа Фејсбук и дали постои врска помеѓу овие навики и однесувања и различните димензии на сликата за себе.

Според тоа, целта на овој труд не е само да се утврди дали адолесцентите имаат позитивна или негативна слика за себе, туку дали нивната перцепција за себе е поврзана со тоа како ги користат онлајн социјалните мрежи и како тоа влијае на формирањето на личниот идентитет. Со добивање одговори на горенаведените прашања, би се добил појасен увид во ова прашање, а би се поставиле и темелите за истражување на меѓусебното влијание на сликата за себе и однесувањето на онлајн социјалните мрежи, што во голема мера би можело во иднина да придонесе за планирање активности насочени кон спречување на ризични однесувања во онлајн светот.

1.3. Медотологија на истражување

Во рамките на ова истражување беше развиен сеопфатен план за анализа на психосоцијалните аспекти на адолесцентскиот развој и користењето на социјалните мрежи. Методолошкиот пристап се насочува кон неколку поврзани подрачја: индивидуалната слика за себе, влијанието на демографските фактори (возраст, пол, образовна средина) врз самоперцепцијата, како и карактеристиките на онлајн однесувањето на младите. Истражувањето опфаќа проценка на можните разлики меѓу различни подгрупи на адолесценти и испитување на потенцијалната поврзаност меѓу самодоживувањето и навиките на користење социјални мрежи. Посебно внимание е посветено на различните димензии на самоперцепцијата – од општото чувство за самодоверба до социјалните компетенции и меѓучовечките односи – и нивната релација со моделите на комуникација и активност на интернет. Примарните податоци се прибрани преку анкетно истражување спроведено во четири средни училишта во Скопје: СУГС „Марија Кири Склововска“, СУГС „Георги Димитров“, СУГС „Никола Карев“ и СУГС „Орце Николов“. Овој избор овозможи опфат на ученици од различни образовни профили и социјални средини, што ја зголемува релевантноста и репрезентативноста на резултатите. Истражувањето се темели на комбинација од секундарни извори (релевантна научна литература, стручни написи и електронски публикации) и примарни податоци собрани преку современ онлајн формат на анкетирање, кои овозможуваат брза и економична дистрибуција и обработка на податоците. Таквиот дизајн овозможува поширока слика за врската меѓу личниот идентитет на адолесцентите и нивното присуство на социјалните мрежи, без ограничување на поединечни примери или тесни хипотези.

1.4. Структура на магистерскиот труд

Оваа магистерска работа се состои од 2 дела: првиот дел е теоретски дел од трудот, каде што читателот се запознава со прашањата на темата и се наведуваат главните цели и теми обработени во магистерската. Вториот дел од магистерската работа, е истражувачкиот дел каде што се презентирани примарните истражувања за влијанието врз ставовите на потрошувачите. Затоа, првото поглавје од оваа магистерска е воведно поглавје и дава

преглед на темата и целите на работата. Главен предмет на овој труд е анализата на социјалните медиуми при керирањето на идентитетот. Како социланите медиуми влијаат на сликата за себе кај адолесцентите и како сето тоа влијае на креирањето на идентиетот. Затоа, во овој труд ќе бидат претставени теоретски знаења за адолесценцијата и креирањето на идентиетот, однесувањето на адолесцентите на социјалните мрежи, формирањето на идентитетот на социјалните мрежи, како и социјалната споредба на социјалните мрежи.

Понатаму, во емпирискиот дел на трудот ќе бидат прикажан детален опис на проблемот на истржаување, методологијата којашто се користеше за време на истражувањето, како и добиените резултати од истражувањето.

Во завршниот дел од трудот ќе дадеме осврт од педагошко-психолошка еперспектива, а ќе биде даден и соодветен заклучок и препораки.

2. Адолесценцијата како клучен период за изградба на идентитетот

Адолесценцијата е важен период од животот на поединецот исполнет со брзи развојни промени и зголемени барања од околината, очекувања што адолесцентите често си ги поставуваат, потреба да заземат свој став, да развијат стил на однесување и да се стремат кон развој на сопствениот идентитет (Lebedina-Manzoni и Lotar, 2011). Адолесценцијата

често се опишува како период на „бури и превирања“ што е пресвртница и неповратен премин од детството во зрелоста. Лицето стекнува нови искуства за себе и за своите физички, ментални и емоционални способности, додека акцентот се става на чувствата за сопствената индивидуалност и лична вредност. Адолесценцијата е развојна фаза што го опфаќа временскиот период помеѓу приближно 10 и 22 години. Адолесценцијата може да се гледа и како период во кој младите луѓе се обидуваат да се прилагодат на промените што ги носи пубертетот. Адолесцентите се чувствуваат поинаку од тоа како се чувствувале како деца, а оваа разлика ги збунува. Адолесценцијата најчесто се дели на подфази: рана, средна и доцна адолесценција (Rudan, 2004).

Во текот на адолесценцијата, се појавуваат две клучни развојни задачи и се обидуваат да се остварат во овој период, имено развојот на идентитетот и воспоставувањето автономија, како и припадноста и прифаќањето од страна на врсниците (Lackovic-Grgin, 2005). Физичкиот изглед е една од истакнатите грижи со кои се соочуваат адолесцентите. Јазот помеѓу идеалниот и перцепираниот физички изглед станува сè поизразен, со што адолесцентите често се незадоволни и се сметаат себеси за непривлечни. Сликата што ја гледаат во огледалото отстапува од нивните идеали за убавина, што е од исклучително значење во адолесцентните години (Erceg и Kuterovac-Jagodić, 2016). Адолесценцијата е период кога младите луѓе активно ја градат својата личност и се обидуваат да се изразат преку изборот на облека, музика, должина и боја на косата, а потоа и преку формирање на ставови, вредности и мислења. Тие се оддалечуваат од своите родители и стануваат позаинтересирани за светот на своите врсници. Системот на вредности на младите луѓе во адолесценцијата е многу променлив, па кога се опкружени со своето семејство, тие веруваат во традиционалните вредности од почит кон своите родители, додека во училишна средина се поотворени за промени, подготвени да учат и да ги изразат своите мислења за нови работи (Daniel et al., 2012). Место каде што адолесцентите често наоѓаат одговори во пронаоѓањето на себеси се групите врсници. Врз основа на реакциите на врсниците, физичкиот изглед и однесувањето се обликуваат и корегираат така што тие не се разликуваат значително од другите членови, а таквите корекции и прилагодувања се прават врз основа на коментарите, мислењата и однесувањето на врсниците, со што се гради слика за себе, без разлика дали е позитивна или негативна. Во овој развоен период, припадноста на група е многу важен фактор во социјалниот и емоционалниот развој на адолесцентите.

Групите врсници играат значајна улога во потрагата и воспоставувањето на личниот идентитет. Тие претставуваат модели за учење улоги и одредуваат стандарди на однесување во улогите (Lackovic-Grgin, 2005). Со поминување време со врсници кои ги разбираат и им пружаат помош и поддршка, адолесцентите пореално и попрецизно ќе им дадат значење на различните животни ситуации во кои се наоѓаат, што ќе им го олесни градењето на својот личен идентитет. Поединците ќе се обидат да се прилагодат на очекувањата на своите врсници во нивната околина и на тој начин ќе откријат кои улоги им одговараат најмногу, додека реакциите на нивните врсници на таквите однесувања и промени ќе имаат исклучително влијание. Причината за релативно големото влијание на врсниците врз конструкцијата на идентитетот е секако неговата нестабилност, минливост, дифузност и кршливост, бидејќи тој сè уште е во развој (Ѓурановиќ, 2013). Формирањето на сопствениот идентитет започнува кога адолесцентите почнуваат да ги доведуваат во прашање, трансформираат и реорганизираат своите детски верувања и цели во согласност со нивните таленти, интереси и способности и препознаваат нови вредности, верувања и животни цели и аспирации. Постои промена од конкретната форма на размислување на детето кон адолесцентно, формално размислување (Rudan, 2004). Erikson (1950, 1968) одигра важна улога во создавањето на теоретската основа за развој на идентитетот. Некои клучни придонеси на неговата теорија во областа на адолесцентниот развој и развојот на идентитетот вклучуваат концепт на идентитет на егото, развојната фаза на „создавање идентитет наспроти конфузија на улоги“, процесот на формирање на идентитет, криза на идентитетот и феноменот на психосоцијален мораториум.

Под идентитет на егото, Erikson (1968) се однесува на свесното чувство за индивидуална уникатност и несвесната аспирација за континуитет на искуството. Процесот на формирање на идентитетот ја вклучува способноста на егото да синтетизира и интегрира важни претходни идентификации во нова, единствена форма. Создавањето идентитет наспроти конфузија на улогите ја означува петтата од осумте развојни фази на Erikson, која доаѓа до израз за време на адолесценцијата и во која адолесцентите се стремат да избегнат конфузија на улогите и да постигнат идентитет. Можеби еден од најчесто користените концепти на Ериксон е оној за криза на идентитетот, кој се однесува на критични пресвртници во животот на поединецот, во кои развојот може да продолжи само преку нови насоки (Kroger, 2006). Највлијателната емпириска елаборација на теоријата на идентитетот на Erikson е

парадигмата за статусот на идентитетот на Jamesa E. Marcie (1966). Marcie (1966) го концептуализирала развојот на идентитетот како процес на истражување и посветеност или посветеност, каде што истражувањето се однесува на активното преиспитување на различни алтернативи на идентитетот, а посветеноста или посветеноста вклучува цврст избор во доменот на идентитетот.

Marcie (1966) идентификува четири различни статуси во кои адолесцентите пристапуваат кон улогите и вредностите што го дефинираат идентитетот: поединците со постигнат идентитет презеле истражувања на значајни животни насоки пред да се посветат на една, додека во претпоставениот или затворен статус на идентитет, посветеностите се формираат без значајно претходно истражување, честопати преземајќи ги изборите и посветеностите на значајните други. Во статусот на мораториум, адолесцентите активно го истражуваат својот идентитет, но сè уште не се обврзале цврсти, додека оние во дифузниот статус се чини дека не се заинтересирани да пронајдат лично експресивни возрасни улоги и вредности и не се вклучуваат во истражување (Marcie, 1966). Ериксон го сметал психосоцијалниот мораториум за важен развоен процес во кој младите возрасни слободно експериментираат со различни можни возрасни улоги со цел да пронајдат една што се чувствува единствено нивна (Erikson, 1968). Идентитетските статуси може да се гледаат глобално, но се оценуваат и преку процеси на истражување и посветеност во различни домени на идентитетот, на пример, во однос на занимањето, политичките ставови, религијата, односите со другите, родителството и родовите улоги (Marcie, 1966).

Во текот на изминатите неколку децении, развиени се неколку теоретски модели кои се стремат да ја прошират работата на Erikson (1950) и Marcie (1966) за подобро да го опфатат процесот на развој на идентитетот за време на адолесценцијата. Еден од доминантните пристапи во литературата е трофакторскиот модел предложен од Crocetti и сор. (2008). Нивниот пристап тврди дека идентитетот се обликува и модифицира преку континуираната интеракција на три критични димензии на идентитетот: посветеност, длабинско истражување и преиспитување на посветеноста. Посветеноста во овој случај се дефинира како тековни избори што поединците ги прават низ домени и чувството на сигурност во овие избори. Длабинско истражување се случува кога поединците свесно ги испитуваат и размислуваат за своите тековни избори и обврски и бараат дополнителни информации за

нив, додека преиспитувањето на посветеноста вклучува преглед и споредување на тековните обврски со алтернативите.

Адолесцентите можат да ги истражат своите тековни избори и обврски преку детално истражување, и ако веруваат дека нивните избори се во согласност со нивните целокупни способности, таленти и потенцијал, тогаш тие се оправдани и потврдени. Доколку деталните истражувања ги наведат адолесцентите да ги преиспитаат своите идентитетски обврски, тие потоа ќе ги споредат своите сегашни обврски со поатрактивни алтернативи, а доколку ги сметаат своите претходни избори за несоодветни, ќе ги ревидираат. Авторите ја нагласуваат важноста на синтезата на идентитетот за психосоцијалното функционирање и прилагодување на адолесцентите (Crocetti et al., 2008). Со оглед на мноштвото притисоци и конфликти што ги претставува современото општество, тешкотиите со развојот на идентитетот се чини дека се чест проблем за денешната младина (Yang et al., 2018). Во споредба со претходните генерации, поединците сега се соочуваат со зголемен број избори за тоа што вреднуваат и како сакаат да живеат, делумно затоа што општеството станало многу посложено, поразновидно и меѓусебно поврзано (Berman et al., 2004). Тешкотиите во развојот на идентитетот може да бидат особено очигледни кај адолесцентите во време на влијателни промени, кога идентитетот е помалку цврсто дефиниран меѓу познати луѓе и контексти. Транзицијата кон колеџ претставува еден таков период, кој се јавува во доцната адолесценција. Оваа транзиција честопати повлекува чувство на загуба и дисконтинуитет, бидејќи учениците ги напуштаат зад себе познатите средини и социјалната поддршка, честопати се наоѓаат себеси и мора да се прилагодат на нова средина далеку од дома, што предизвикува да изгубат дел од претходното чувство на припадност и да го реконструираат своето знаење за себе и за својата околина (Chow и Healey, 2008).

3. Осврт на социјалната мрежа: Фејсбук

Во 2004 година, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hughes и Eduardo Saverin ја лансираа социјалната мрежа Фејсбук (Facebook), која тогаш била наменета само за студентите на Универзитетот Харвард. Кратко потоа, универзитетите Стенфорд, Колумбија и Јеил, исто така, почнале да ја користат мрежата, а помалку од една година по нејзиното лансирање, дури еден милион студенти се приклучиле на мрежата (Facebook, 2017; Mabić,

2014). Потоа мрежата се проширила во средните училишта, а во 2006 година стана достапна за сите. Единственото ограничување е возраста, па Фејсбук им овозможува на сите над 13 години да станат регистриран корисник. При регистрација на мрежата, потребно е да се наведе годината на раѓање, иако тоа го оневозможува контролирањето дека помладите деца не креираат профил, што е често случај (Duggan и Smith, 2013, според Pradeep и Sriram, 2016).

Покрај многуте онлајн социјални мрежи што се појавија низ годините, Фејсбук ја задржа супериорноста како мрежа што собира најголем број корисници (Pradeep и Sriram, 2016). Во 2012 година, Фејсбук го надмина бројот од една милијарда активни корисници, со што стана првата социјална мрежа што некогаш го постигнала ова (Statista, 2017). 1,32 милијарди дневни активни корисници и 2,01 милијарди месечни активни корисници денес го прават Фејсбук една од најпопуларните социјални мрежи (Facebook, 2017).Фејсбук е основан со мисија да им даде на луѓето моќ да градат заедница и да се поврзуваат и да го зближуваат целиот свет (Facebook, 2017). Според самата компанија, луѓето го користат Фејсбук за да останат во контакт со семејството и пријателите, да дознаат што се случува во светот и да споделат и изразат што е важно за нив (Facebook, 2017).

Со текот на годините, Фејсбук е надграден и му се додадени многу функции, како што се можноста за пишување пораки, прикачување фотографии и видеа, креирање деловни мрежи, рекламирање, реагирање на објавите на други корисници („лајкови“), креирање групи, видео повици, лоцирање пријатели кои се во близина итн. (Facebook, 2017). Во меѓувреме, покрај компјутерите, мрежата стана достапна и на други уреди како што се паметни телефони и таблети.

Некои од најважните делови на Фејсбук се корисничкиот профил, вестите, Messenger, настаните, видеата, фотографиите и страниците. Важно е да се запознаете со споменатите елементи за подобро да ги разберете резултатите од истражувањето презентирани подоцна во трудот. Затоа, подолу е нивниот резиме (Facebook, 2017):

Профил (Profile) – Со креирање и уредување на профил, корисникот може да ја изрази својата личност и настани од сопствениот живот и да избере што сака да сподели со други корисници (на пр. интереси, фотографии и видеа, но и лични информации како што се датум

и место на раѓање итн.). Caci, Cardaci, Tabacchi и Scrima (2014) истакнуваат дека креирањето и одржувањето на профил, заедно со растечката мрежа на пријатели, е една од клучните функции на Фејсбук. Личниот профил игра толку важна улога бидејќи претставува самопретставување на поединецот како желба за поврзување со други корисници (Caci и др., 2014).

Вести (News Feed) – Вестите се низа од објави од други корисници, страници, групи и настани што корисникот ги гледа кога влегува во мрежата и кои континуирано се освежуваат.

Корисникот може да коментира или да реагира на прикажаните најави, при што News Feed-от на секој корисник е персонализиран врз основа на неговите интереси и активности на мрежата.

Messenger (Messenger) – Messenger е апликација за пораки што му овозможува на корисникот да испраќа приватни пораки, да се допишува во групи и да остварува бесплатни повици дури и во странство. Според најновите податоци од 2016 година, Messenger го користат над една милијарда луѓе (Facebook, 2017; Statista, 2017).

Настани (Events) - Користејќи Facebook Events, корисниците можат да организираат настани и да испраќаат покани, известувања и потсетници до своите пријатели. Настаните ги користат месечно повеќе од 550 милиони луѓе (Facebook, 2017).

Видеа (Videos) – Видеата се најинтересниот и најпривлечниот начин да ја споделите вашата приказна, што се докажува со фактот дека корисниците на Facebook гледаат над 100 милиони часа видео секој ден (Facebook, 2017).

Фотографии (Photos) – Повеќе од 350 милиони фотографии се објавуваат на Facebook секој ден, што го прави едно од најпопуларните места за споделување содржина со слики (Facebook, 2017). Корисниците можат да објавуваат неограничен број фотографии, да креираат албуми и да додаваат детали како што се наслов или локација. Тие, исто така,

можат да тагираат пријатели на своите фотографии, автоматски споделувајќи ја содржината со нив.

Страници (Pages) – Страниците се форма на јавен профил што им овозможува на уметниците, јавните личности, бизнисите, непрофитните организации итн. да бидат присутни на Фејсбук и да се поврзат со својата заедница. Корисникот кој ќе „лајкне“ страница во својот News Feed може да ги види објавите и вестите од таа страница (Фејсбук, 2017).

4. Влијанието на социјалните мрежи врз личниот идентитет на адолесцентите

Денешните адолесценти се родени во технолошки свет каде што речиси сè е дигитализирано. Тие не го познаваат светот без стотици телевизиски програми, интернетот е нивниот главен извор на информации и забава, а би биле изгубени без мобилен телефон. Разликата помеѓу денешните и претходните генерации е најочигледна во начинот на кој се користи технологијата. Иако претходните генерации ја користеа технологијата во слободно време или извршуваа разни задачи, денес таа континуирано се користи за дружење, образование и забава, а сè повеќе и за меѓусебна интеракција (Car, 2010). Животот на адолесцентите без интернет е речиси незамислив. Тие го користат интензивно за да ги завршат училишните обврски, да собираат информации и да комуницираат.

Социјалните мрежи играат важна улога во одржувањето на постојните пријателства и воспоставувањето нови. Тие обезбедуваат различни начини на онлајн комуникација кои се фундаментални за развојот на пријателствата и на тој начин ги олеснуваат интеракциите меѓу врсниците (Glüer и Lohaus, 2016). Постои листа на најкористените социјални мрежи кои не се промениле во последните години и ова укажува на степенот до кој социјалните мрежи се присутни денес. Според статистичките податоци, тука спаѓаат Фејсбук,

Инстаграм, Снепчет, Твитер, Линкедин итн. За адолесцентите што живеат во развиени општества, дигиталната технологија стана составен дел од нивната култура, образование и живот воопшто (Allen и др., 2014).

4.1. Причини за користење на социјалните мрежи

Податоците од истражувањата покажуваат дека 96% од децата на возраст од 13 до 18 години во Обединетото Кралство имаат сметки на различни платформи на социјалните медиуми (Coughlan, 2016), а во текот на изминатата деценија, младите луѓе сè повеќе ги користат ваквите технологии како платформи за истражување на идентитетот. Ова се социјални простори кои се залагаат за слобода, привлекуваат разновиден спектар на учесници, овозможуваат комуникација меѓу корисниците и помагаат да се зближат оние со заеднички интереси (Noon, 2018). Младите луѓе на возраст од 11 до 18 години се изложени на електронски медиуми во просек до 11 часа на ден. Тие често го започнуваат и завршуваат денот со проверка на сопствените сметки и профили на социјалните мрежи (Shapiro и Margolin, 2014).

Bonds-Raacke и Raacke (2010) истакнуваат 3 значајни димензии кои ги означуваат најчестите причини за користење на социјалните мрежи: информациската димензија (објавување на социјални функции, гледање настани, споделување лични информации, академски цели, објавување/прегледување слики), димензијата на пријателството (контактирање со стари пријатели, контактирање со сегашни пријатели, пронаоѓање стари пријатели) и димензијата на поврзување (романтични запознавања, создавање нови пријателства, чувство на поврзаност). Кога се разгледува содржината на онлајн активностите во кои се вклучени младите луѓе во Македонија, причината за користење на социјалните мрежи ја наведува мнозинството учесници (90,6%). Потоа следуваат забава и релаксација (81,9%), пронаоѓање информации за теми што го интересираат тоа лице (68,3%), одржување контакт со пријатели и/или членови на семејството кои живеат далеку (63,9%), информирање за настаните во земјата и светот (52,2%), полесно следење на настаните во животот на пријателите (48,3%), полесно пишување домашни задачи и/или

учење (43,5%), запознавање нови луѓе (30,9%) и комуникација со пријатели што не ги познаваат лично (25,2%) (Вељановска,, 2022).

Поконкретно, истражувањето на Вељановска (2022) покажува дека повеќето македонски средношколци ја користат социјалната мрежа YouTube за гледање видеа и слушање музика, проследено со апликацијата Instagram каде што гледаат објавени фотографии од познаници, се допишуваат и објавуваат свои фотографии, проследено со апликации за допишување и контакт со други, како што се WhatsApp или Messenger, додека го користат Facebook за читање актуелни вести. Како што покажуваат Espinoza и Juvonen (2011), најчестите активности на тинејџерите на социјалните мрежи се проверка и писмено одговарање на коментарите на другите (81%), уредување на нивната профилна страница (на пр. додавање фотографии; 60%) и прегледување фотографии на други луѓе (46%). Голем акцент се става на одржувањето на пријателствата, што ги мотивира помладите адолесценти да ги користат социјалните медиуми (Espinoza и Juvonen, 2011). Младите луѓе кои ги користат социјалните мрежи имаат можност да создадат слика за себе преку социјалните мрежи и да го покажат своето идеално јас, а бидејќи ова е оптимално претставување на себеси, тоа води до позитивни чувства и повисоко ниво на самодоверба. Овој начин на користење на социјалните медиуми сугерира свест за важноста на доброто изгледање на ваквите веб-страници, а како резултат на користењето на социјалните медиуми, тинејџерите се посклони да инвестираат во сопствениот имиџ и да научат да се претставуваат на другите. Социјалните мрежи можат да ја подобрат самодовербата, вклучително и перцепцијата за физичкиот изглед, односите со другите и романтичните врски, особено кога лицето добива позитивни повратни информации од своите врсници, пријатели на социјалните мрежи (Вељановска,, 2022).

4.2. Негативни аспекти и ризици

Адолесцентите се сметаат за ранлива група во однос на развојот на проблематични форми на користење на интернет. Бидејќи тие се најчестите и најинтензивните корисници, повеќето од нив се онлајн секој ден и почесто се вклучени во бројни онлајн активности во споредба со општата популација. Со оглед на тоа што детството и адолесценцијата се

клучни формативни периоди на развој, злоупотребата на интернет на оваа возраст може да биде поштетна отколку на подоцнежна возраст, а штетното влијание може да се одрази во квалитетот на социјалните врски со семејството, пријателите и искуствата значајни за таа возраст (Škařupová et al., 2016). Заедно со многуте предности од користењето на интернет, постојат ризици како што се нарушена приватност и безбедност, онлајн криминал, онлајн насилство и ширење на несоодветна содржина. Изложеноста на онлајн ризици може да има долгорочни и интензивни негативни последици за сите, особено за младите луѓе, кои не секогаш ги гледаат ризиците критички и честопати дури и не се свесни за нив (Vejmelka et al., 2017).

Употребата на социјалните медиуми може да се меша во секојдневното функционирање, што може да биде особено проблематично за помладите луѓе, кои имаат пониски способности за самоконтрола (Espinoza and Juvonen, 2011). Истражувањето во оваа област на група адолесценти е важно за разбирање на однесувањето на младите луѓе во виртуелната средина, дизајнирање навремени стратегии за превенција и откривање и навремено лекување на ризично онлајн однесување (Vejmelka et al., 2017).

4.3. Формирањето на идентитетот на социјалните мрежи

Адолесцентите всушност го прават истото онлајн како и во другите форми на јавниот живот до кои имаат пристап: се дружат, се натпреваруваат за општествен статус, се претставуваат себеси и преземаат ризици за да ги проценат границите на општествениот свет (Peck, 2008). Утврдено е дека користењето на социјалните медиуми е тесно поврзано со формирањето на адолесцентниот идентитет (Yang и др., 2018). Адолесцентите активно истражуваат нови форми на самоизразување, развој на идентитетот и социјална интеракција преку социјалните мрежи. Интернетот и социјалните мрежи стануваат неограничена средина за нив да експериментираат со сопствениот идентитет и да истражуваат како се вклопуваат во светот околу нив (Car, 2010).

Теоријата за единство на самоконцептот (Valkenburg и Peter, 2011) тврди дека интернетот им дава можност на адолесцентите да експериментираат со својот идентитет и да добиваат повратни информации и потврда од другите, што пак може да ја зголеми јасноста на

нивниот самоконцепт. Веб-страниците на социјалните мрежи им даваат на тинејџерите бројни можности да го истражуваат својот идентитет, да прават социјални споредби и да го претстават своето идеално „јас“ (Valkenburg и Peter, 2011).

Учењето да се управува со впечатоците, да се добиваат повратни информации за сопствените постапки и да се прилагодува сопственото однесување кон заедницата е клучна социјална вештина стекната преку искуство. Различни социјални средини, вклучително и онлајн, им помагаат на тинејџерите да ја развијат оваа вештина. (Car, 2010). Активноста на социјалните мрежи, како и презентирањето на сопствениот профил, е позитивно поврзана со перцепцијата за поддршка од пријателите, што придонесува за поголема самодоверба (Yang и други., 2018). Младите луѓе истражуваат и експериментираат со својот идентитет преку социјалните мрежи, а истражувањата забележуваат дека најважниот мотив за ваквите експерименти е самоиспитувањето, преку кое тие ги истражуваат реакциите на другите и добиваат повратни информации, а корисниците на социјалните мрежи веруваат дека овие платформи го олеснуваат наоѓањето пријатели и создавањето нови врски и контакти (Wang и други., 2019).

4.4. Социјална споредба

Луѓето имаат постојана потреба да ги оценуваат своите способности и да ја тестираат валидноста на своите мислења. Leon Festinger (1954) ја развил Теоријата за социјална споредба, која сугерира дека луѓето имаат потреба да го дефинираат својот напредок и позиција во животот и затоа често бараат стандарди со кои ќе се споредуваат. Тој ја дефинирал социјалната споредба како процес преку кој поединецот ги оценува своите мисли, чувства, однесување и способности во однос на другите луѓе. Поединците имаат вроден инстинкт да стекнат точна и стабилна самодоверба, а во отсуство на објективни критериуми или поради несигурност за тоа што е во дадена област, тие се обраќаат кон други блиски и важни луѓе за да ги проценат своите способности и мислења. Социјалните споредби се важен механизам на самоспознание и можат да имаат длабоко влијание врз нашите проценки, искуства и однесување, вклучувајќи ја самоконцептот на една личност, нивото на аспирации и чувствата на благосостојба (Corcoran et al., 2011).

Во својата работа за идентитетот, Erikson (1968) го опишал процесот на формирање на идентитет како што најдобро се гледа во постојаниот адолесцентски напор да се дефинираат, редефинираат и редефинираат себеси и едни со други во честопати неуморна споредба. Теоријата за социјална споредба прави разлика помеѓу два вида социјални споредби; нагорни социјални споредби, или нагорни социјални споредби, кои се јавуваат кога поединците се споредуваат себеси со некој за кој веруваат дека е во подобра положба од себе, и надолни социјални споредби, или надолни социјални споредби, кои се јавуваат кога поединците се споредуваат себеси со некој за кој веруваат дека е во полоша положба од себе. Ако луѓето се обидуваат да утврдат што значи да се биде одличен, тие ќе се вклучат во нагорна социјална споредба, и често, кога се обидуваме да процениме како стоиме во однос на особина што ни е многу важна, ние исто така, користиме социјална споредба, но надолни социјални споредби за да го нахраниме нашето его. Оваа употреба на надолна социјална споредба со други кои се послаби од нас во одредена особина или способност е самозаштитна стратегија што ја зајакнува нашата самодоверба (Aronson и други, 2005).

Festinger (1954) сугерираше дека нагорните споредби можат да предизвикаат негативни последици, како што е намалена самодоверба, додека надолните споредби можат да предизвикаат позитивни последици, како што е зголемена самодоверба. Festinger (1954) исто така сугерираше дека однесувањата за социјална споредба можат да се појават во две основни форми - споредби на способности и споредби на мислења. Социјалните споредби на способности вклучуваат споредување на достигнувањата и перформансите (Yang и други, 2018) и се случуваат кога поединците сакаат да утврдат колку добро се справуваат во однос на другите (Festinger, 1954). Социјалните споредби на мислења вклучуваат споредување на сопствените верувања и преференции со оние на другите (Suls и други, 2000). Бројни автори (Festinger, 1954, Park & Baek, 2018, Suls и други, 2000) наведуваат дека чинот на социјална споредба на способностите е осудувачки и базиран на конкуренција, додека социјалната споредба на мислењата е неосудувачка и базирана на информации. Кога луѓето се вклучуваат во социјална споредба на способностите, тие ги гледаат целите со кои се споредуваат себеси како конкуренти и проценуваат дали нивните сопствени перформанси или достигнувања се супериорни или инфериорни. Спротивно на тоа, за време на социјалната споредба на мислењата базирана на информации, поединците ги гледаат

целите на споредбата како информатори, советници или модели на улоги (Festinger, 1954, Park & Baek, 2018).

Кога споредуваат мислења, наместо супериорност и инфериорност, тие ги следат сличностите и разликите во ставовите, верувањата и вредностите меѓу себе и целите и утврдуваат дали се подготвени и способни да ги прилагодат своите перспективи (Festinger, 1954). Истражувањата главно известуваат за негативни психо-емоционални импликации од осудувачката социјална споредба на способностите, вклучувајќи негативни самогледи, негативни емоции и депресивни симптоми. Социјалната споредба на мислења, или неосудувачката социјална споредба, е поврзана со подобро социјално прилагодување кај учениците (Yang и други, 2018), како и пониски нивоа на завист и депресија, а со тоа и поголемо задоволство од животот (Park & Baek, 2018). Важен заклучок за тоа што стои зад ваквите разлики е токму тоа што социјалната споредба на мислења и социјалната споредба на способности вклучуваат различни интроспективни процеси, размислување и рефлексија (Trapnell & Campbell, 1999), што може да ги влоши или ублажи тешкотиите и пречките што ги доживуваат младите луѓе во истражувањето и градењето на својот идентитет.

Размислувањето и рефлексијата се поврзани, но различни конструкции кои вклучуваат интроспекција за себеси и сопствените искуства. И покрај нивната слична природа со вниманието фокусирано на себе, тие се разликуваат во нивните основни мотивации, ориентација кон решавање проблеми и поврзаните психолошки состојби. Размислувањето е мотивирано од закани фокусирани на себе и е поврзано со невротизам. Кога луѓето размислуваат, тие се зафатени со повторувачки и вознемирени мисли за себе. Спротивно на тоа, рефлексијата е мотивирана од љубопитност за себе и е поврзана со отвореност кон искуства. Кога поединците се вклучуваат во размислување, тие ги анализираат своите мисли и чувства, честопати во обид да ги надминат проблемите. Во однос на развојот на идентитетот, рефлексијата и размислувањето можат да создадат два спротивставени пата. Размислувањето е невротично по природа и е фиксирано на негативни мисли, па затоа го инхибира решавањето проблеми и инструменталното однесување и се меша во социјалната поддршка (Trapnell and Campbell, 1999), што му отежнува на лицето кое размислува да развие кохерентен идентитет, а со тоа и размислувањето може да ги зголеми проблемите во развојот на идентитетот. Според тоа, размислувањето е негативно поврзано со

самоприфаќањето (Harrington and Loffredo, 2011), интеграцијата на идентитетот и идентификацијата со посветеност. Од друга страна, рефлексијата, која е во корелација со поголема посветеност на идентитетот (Luyckx и други, 2007), може да ги намали проблемите во развојот на идентитетот бидејќи овозможува подобро саморазбирање и разбирање на страдањето.

4.4.1. Социјална споредба на социјалните мрежи

Барањето повратни информации и социјална споредба станува сè поможно и е значително олеснето од современите технологии и зголемената достапност на социјалните мрежи. Современите технологии префрлија многу социјални односи од поприватни форми на интеракција во јавната сфера (Nesi и Prinstein, 2015). Поголемата изложеност на социјалните мрежи е поврзана со објективизација на себеси. Објавувањето фотографии на социјалните мрежи е објективна проценка на физичкиот изглед и субјективен одраз на прифаќањето или отфрлањето од страна на другите корисници преку бројот на „лајкови“ или пишани коментари (Вељановска, 2022).

Социјалната споредба е многу истакнат дел од социјалните мрежи, поради што е многу релевантна за адолесцентите. Тинејџерите многу често споделуваат разни информации и фотографии на платформите на социјалните мрежи, а ова, во комбинација со моќта на социјалните мрежи за брза и широко распространета комуникација, може да има важни последици врз приватниот, меѓучовечкиот и интраперсоналниот свет на адолесцентите (Shapiro и Margolin, 2014). Адолесцентите се особено склони кон вклучување во социјални споредби, и надолу и нагоре, а овие видови споредби имаат силно влијание врз нивната самодоверба. Социјалните медиуми во голема мера ги олеснуваат социјалните споредби преку прегледување на објавите, фотографиите и личните информации на другите. Бидејќи социјалните медиуми им овозможуваат, а понекогаш и бараат, на нивните корисници да се изразуваат преку интернет (Shapiro и Margolin, 2014), тие исто така им обезбедуваат на поединците богати можности за социјална споредба (Noon, 2018).

5. Опис на проблемот на истражување

Онлајн социјалните мрежи се многу распространети денес и станаа дел од секојдневниот живот, нивните корисници бројат милијарди и го менуваат нивниот живот на многу начини. Тие им овозможија на луѓето нови можности да се претстават себеси, да комуницираат со други, да собираат и шират информации, да ги одржуваат постојните и да создаваат нови врски и социјални мрежи (Chen и Marcus, 2012; Mabić, 2014). Меѓу бројните платформи од овој тип, Facebook се издвојува како онлајн социјална мрежа која собира најголем број корисници (Pradeep и Sriram, 2016). Како што споменавме претходно, Facebook е најпривлечен за адолесцентите (Pradeep и Sriram, 2016), а Ahmed (2015) тврди дека младите луѓе сочинуваат дури 50% од вкупниот број корисници на оваа социјална мрежа ширум светот.

Од претходно споменатото истражување, може да се заклучи дека онлајн социјалните мрежи играат значајна улога во самопрезентацијата и самоизразувањето, а со тоа и во креирањето селфи, односно креирањето идентитет како примарна задача на адолесценцијата (Rudan, 2004). Треба да се напомене дека претходните истражувања главно се фокусираа на проучување на влијанието на интернетот и онлајн социјалните мрежи врз развојот на поединците, односно нивната самоперцепција. Би било интересно да се испита врската помеѓу овие феномени во спротивна насока, односно да се утврди врската помеѓу сликата за себе и навиките и однесувањето на социјалните мрежи. Овој проблем е особено интересен ако се земе предвид дека сликата за себе влијае не само на сегашните искуства и однесување, туку и на идните одлуки и дејствија на поединецот, особено во социјалниот аспект (Lebedina-Manzoni и Lotar, 2010; Pennington, 1997). Горенаведеното води до претпоставката дека сликата за себе може да ни помогне да го предвидиме идното однесување, па затоа податоците собрани во таква студија би биле корисни за планирање активности насочени кон спречување на ризично однесување поврзано со онлајн социјалните мрежи. Оваа студија има за цел да ги постави темелите за таква акција, и поради оваа причина, ќе се направи обид да се утврди дали постои врска помеѓу двата споменати феномени, со цел да се постават насоки за понатамошно длабинско истражување на ова прашање во иднина.

6. Емпириски дел на трудот

6.1. Методологија на истражување

Согласно целта на истражувањетопроизлегоаа следните истражувачки задачи:

1. Да се испита сликата за себе кај адолесцентите;

H1: Се очекува адолесцентите да имаат позитивна слика за себе.

2. Да се испита дали постојат разлики во самоперцепцијата на адолесцентите во однос на возраста, полот и училиштето што го посетуваат;

H2: Се очекува да нема разлики во самоперцепцијата на адолесцентите во однос на возраста, полот и училиштето што го посетуваат.

3. Да се испитаат навиките и однесувањата на адолесцентите на социјалната мрежа Фејсбук;

4. Да се испита дали постојат разлики во навиките и однесувањата на социјалната мрежа Фејсбук во однос на возраста, полот и училиштето што го посетуваат;

H3: Се очекува да нема разлики во навиките и однесувањата на адолесцентите во однос на возраста, полот и училиштето што го посетуваат.

5. Да се испита дали постои врска помеѓу различните димензии на сликата за себе и однесувањето на адолесцентите на социјалната мрежа Фејсбук и како тоа влијае на формирањето на личниот идентитет, т.е. дали постои врска помеѓу:

- општата перцепција на адолесцентите за самовредност и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;

- самопроценките на адолесцентите за социјалните компетенции и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;
- самопроценките на адолесцентите за блиски пријателства и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;
- самопроценките на адолесцентите за физичкиот изглед и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;
- самопроценките на адолесцентите за романтичната привлечност и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;
- самопроценките на адолесцентите за сопственото однесување и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;
- самопроценките на адолесцентите за академската компетентност и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;

H4: Се очекува дека нема врска помеѓу горенаведените аспекти на сликата за себе и навиките и однесувањето на адолесцентите на Фејсбук и нивното влијание на формирањето на личниот идентитет.

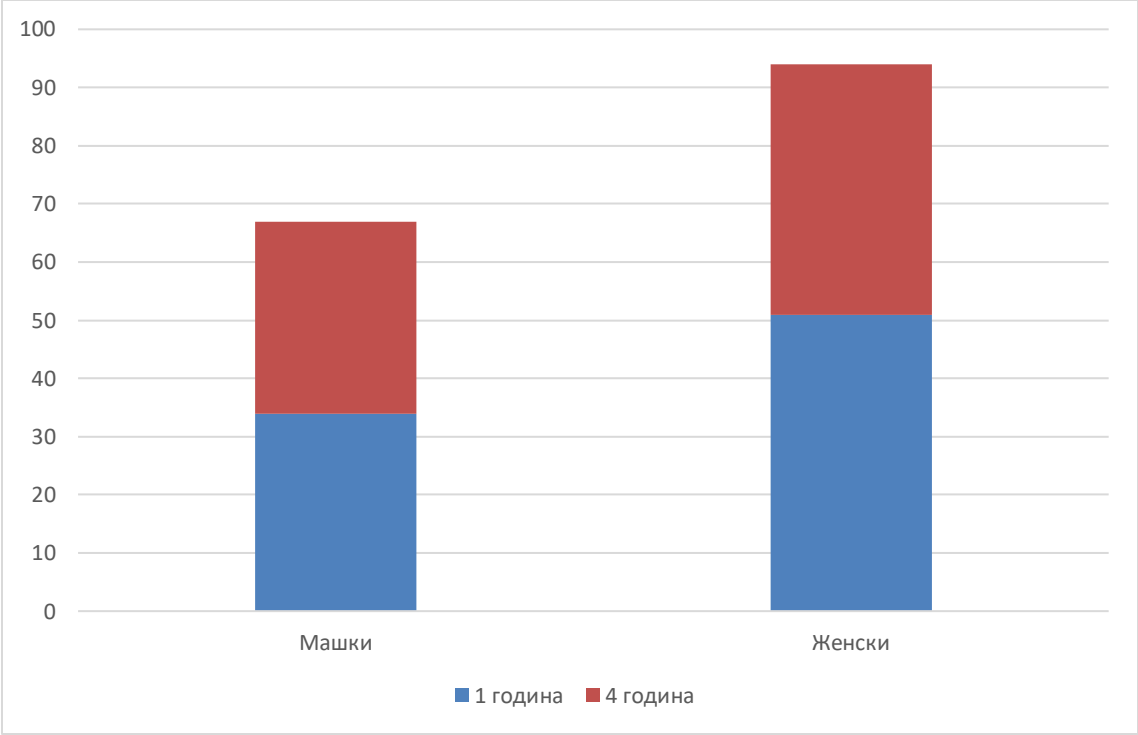
Според тоа, независните варијабли во ова истражување вклучуваат пол, година (прва до четврта година средно училиште) и училиште (СУГС „Марија Кири - Склодовска“ - Скопје, СУГС „Георги Димитров“ - Скопје, СУГС „Никола Карев“ – Скопје и СУГС „Орце Николов“ - Скопје). Со оглед на големиот број зависни варијабли, подетален увид може да се добие со преглед на Додаток 1, кои се групирани според следниве категории:

- Слика за себе и формирањето на идентитетот – вклучува неколку одделни варијабли: подскали на самоперцепција за училишните компетенции, социјални компетенции, блиски пријателства, физички изглед, романтична привлечност, регулирање на однесувањето и општо чувство за самодоверба;
- Навики и однесувања на социјалната мрежа Фејсбук – вклучува и неколку подкатегории на зависни варијабли: кориснички профил, поставки за приватност, активност на Фејсбук, пријателства на Фејсбук, цел на користење на Фејсбук, содржина на Фејсбук, сопствено однесување и искуства на Фејсбук и ставови на испитаниците за користењето на Фејсбук и влијанието на оваа социјална мрежа врз нивниот општествен живот.

Примерокот на истражувањето беше намерен, бидејќи изборот на учесници врз основа на одредени карактеристики овозможува собирање информации важни за разбирање на истражувачкиот проблем (Milas, 2005). Критериумите за избор на испитаници беа возраст (адолесценти) и отворен профил на социјалната мрежа Фејсбук. Во истражувањето учествуваа средношколци од четири училишта во Скопје, и тоа: СУГС „Марија Кири - Склодовска“, СУГС „Георги Димитров“, СУГС „Никола Карев“ и СУГС „Орце Николов“ - Скопје.

Во согласност со целта и задачите на истражувањето, во секое училиште беа анкетирани по еден ученик од прва и еден ученик од четврта година. Сите испитаници беа информирани за целта и намената на истражувањето, доброволно се согласија да учествуваат во истражувањето (малолетните испитаници го сторија тоа со писмена согласност од нивните родители), а нивната анонимност беше загарантирана.

Графикон 1. Испитаници по пол и по година во средно училиште



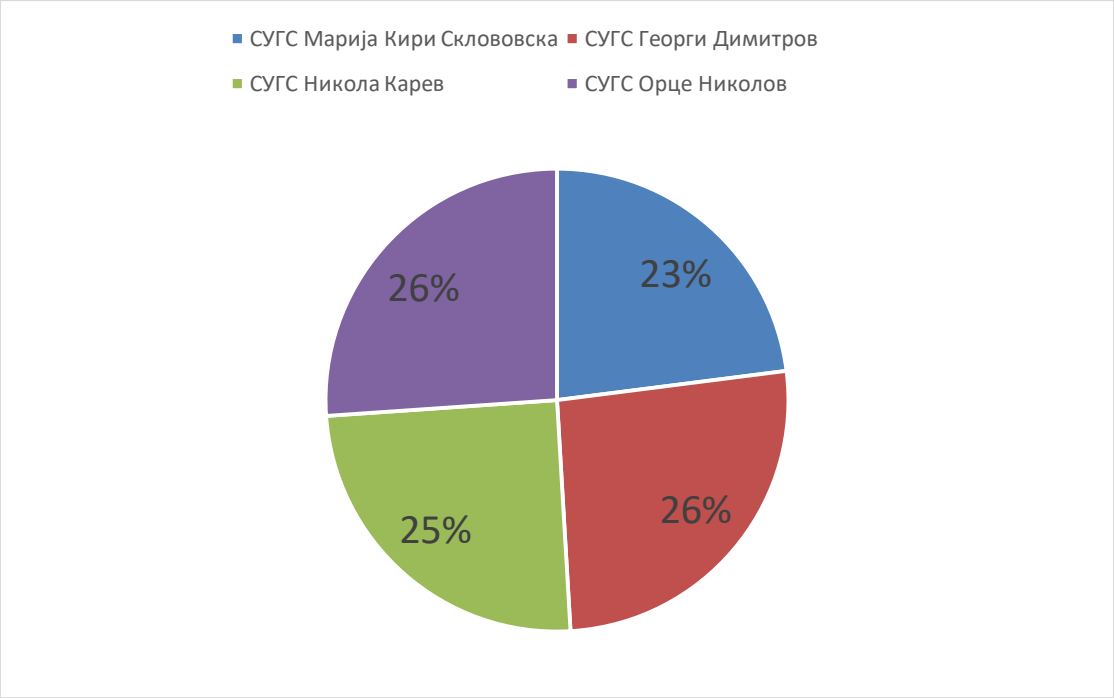
Табела 1. Испитаници по пол и по година во средно училиште

Испитаници	Машки		Женски		Вкупно
	%	*f*	%	*f*	
1 година	40	34	60	51	85
4 година	43,3	33	56,6	43	76
Вкупно		67		94	161

Во студијата учествувале вкупно 161 испитаник, од кои 58,4% биле жени, а 41,6% мажи. 53,3% од испитаниците биле на возраст од 15 до 17 години, додека 46,6% биле во возрасната група од 18 до 20 години. Сепак, најголемиот број испитаници биле 15-годишници (39,1%, f= 63) и 18-годишници (37,3%, f=60). Вкупно, ова опфаќало 85 ученици од прво одделение (52,8%) и 76 ученици од четврто одделение (47,2%).

Учествуваа приближно еднаков број ученици од секое училиште: 37 во СУГС „Марија Кири - Склодовска“ (23%), 42 во СУГС „Георги Димитров“ (26,1%), 40 во СУГС „Никола Карев“ (24,8%) и 42 во СУГС „Орце Николов“ - Скопје (26,1%).

Графикон 2. Број на испитаници по училиште



За да се постигнат наведената цел и задачи на истражувањето, како и за да се тестираат хипотезите, беше користен квантитативен метод на истражување. Постапката за собирање податоци беше анкета, каде што прашалникот „Профил на самоперцепција за адолесценти“, напишан од Susan Harter (2012.

Прашалникот е наменет за адолесценти, т.е. за возрасната група од 13-18 години. Се состои од осум специфични домени, т.е. подскали поврзани со различни аспекти на сликата за себе (академска компетентност, социјална компетентност, атлетска компетентност, физички изглед, деловна компетентност, романтична привлечност, регулирање на однесувањето и блиски пријателства) и подскала поврзана со општата самодоверба. Важно е да се нагласи дека оваа скала не претставува збир од сите други подскали, туку посебна подскала која се обидува да испита колку е задоволна поединецот од себе како личност воопшто, а не како ги оценува своите способности во специфични животни домени. Секоја подскала се состои

од пет прашања, а овој прашалник е специфичен и по начинот на кој се дизајнирани. Имено, за разлика од вообичаениот формат на прашања, во овој прашалник испитаникот се соочува со две меѓусебно спротивставени искази кои ги опишуваат тинејџерите и нивните способности во различни домени.

Накратко, адолесцентот прво мора да одлучи дали е посличен на тинејџерите опишани од левата или од десната страна, а потоа да означи на таа страна од прашалникот дали ова се однесува на него целосно или само делумно. На овој начин, се избегнуваат општествено пожелни одговори, а се одржува доволно широк опсег на можни одговори, кои подоцна се оценуваат на скала од 1 до 4. Опишаниот формат е задржан и во оваа студија, земајќи ги предвид забелешките на авторот дека какви било промени би можеле да ги поништат горенаведените предности, но и да влијаат на психометриските карактеристики на инструментот. Прашалникот, сепак, е модифициран во помала мера, во смисла дека се изоставени две подскали - деловна компетентност, бидејќи не е применлива во нашиот контекст, и атлетска компетентност, што не е релевантно со оглед на целта и задачите на истражувањето. Според авторот, горенаведените промени не предизвикуваат никакви недостатоци.

За да се испитаат навиките и однесувањето на адолесцентите на социјалната мрежа Фејсбук, беше користен втор анкетен прашалник, конструиран за потребите на ова истражување. Прашалникот содржи 26 прашања преку кои е направен обид да се испитаат навиките и однесувањата на адолесцентите во различни аспекти на користењето на социјалните мрежи, поточно на мрежата Фејсбук. Бидејќи полето на социјалните мрежи е многу широко и постојат многу аспекти што можат да се испитаат, во овој прашалник фокусот е само на основните елементи на мрежата и активностите на корисниците. Според тоа, прашањата се однесуваат на бројот на кориснички профили и информации што поединецот ги споделува со другите, т.е. неговите поставки за приватност, просечната дневна активност на Фејсбук, онлајн пријателствата, целта или целта на користењето на Фејсбук, ажурирањето на одредени елементи на профилот (статуси, фотографии и друга содржина), сопственото однесување и искуства на мрежата и конечно зависноста од Фејсбук. Форматот на прашањата е различен, а наизменично се појавуваат отворени прашања, прашања со повеќе

понудени одговори, прашања во кои е потребно да се рангираат понудените одговори и прашања со Ликертова скала.

Истражувањето е спроведено во мај 2025 година во четирите претходно споменати средни училишта во Скопје. Прашалниците им беа поделени на учениците за време на часот, поточно за време на часот, со претходна согласност од училиштето и професорите. На учениците им беа потребни во просек од 20 до 30 минути за да ги пополнат. Откако беше завршено собирањето на податоците, тие беа обработени во алатката Data analysis на софтверскиот пакер Microsoft Excel 2013. Податоците беа кодирани, а потоа анализирани според правилата на квантитативната методологија. За да се одговорат на поставените истражувачки задачи и прашања, во анализата беа користени пресметки на мерки на централна тенденција, t-тест за независни примероци, но и негова непараметриска замена, тест на Ман-Витни и ANOVA и тест на Крускал Волис, бидејќи распределбата на податоците не беше секогаш нормална, како и коефициенти на корелација на Пирсон и Спирман.

6.2. Резултати од истражувањето

Првата истражувачка задача се однесуваше на испитување на сликата за себе, која игра клучна улога при креирањето на личниот идентитет кај адолесцентите. Податоците презентирани во Табела 2 покажуваат дека адолесцентите имаат релативно позитивна слика за себе, бидејќи аритметичките средни вредности на резултатите на сите подскали варираат помеѓу 2,60 и 3,04, што е во горната половина на скалата 1,00 - 4,00. Сепак, стандардните отстапувања се движат од 0,56 до 0,83, што укажува на постоење на значајни разлики меѓу испитаниците.

Добиените резултати се нешто пониски во споредба со резултатите добиени од Harter (2012) при спроведување на студија во која е користен истиот прашалник. Во студијата учествувале четири групи средношколци од Колорадо (САД). Се покажа дека резултатите

на американските адолесценти на сите подскали се движеле околу 2,9, но и со стандардни отстапувања помеѓу 0,50 и 0,75, односно поголеми индивидуални разлики.

Резултатите презентирани во студијата на Вељановска (2022) покажуваат дека сликата за себе кај македонските адолесценти е претежно позитивна, со аритметички средни вредности кои се движат од M=2,65 до M=3,42.

Табела 2. Аритметички средни вредности на индивидуални подскали

Подскала	M	SD	Min	Max
Училишна компетентност	2,75	0,56	1,20	4,00
Социјална компетентност	2,82	0,61	1,00	4,00
Физички изглед	2,60	0,83	1,00	4,00
Романтична привлечност	2,63	0,56	1,20	4,00
Регулирање на однесувањето	2,90	0,62	1,40	4,00
Блиски пријателства	3,04	0,63	1,00	4,00
Општа самодоверба	2,89	0,69	1,00	4,00

Извор. Сопствено истражување

Корелација помеѓу подскалите

Табела 3 ги прикажува податоците добиени со пресметување на Пирсоновиот коефициент на корелација (r), кои покажуваат дека постојат корелации помеѓу сите подскали. Износите на коефициентот на корелација се движат помеѓу 0,01 и 0,69. Резултатите покажуваат дека општата самодоверба е најтесно поврзана со самооценувањето на физичкиот изглед ($r=0,691$, $p<0,01$, ($p=0,000$)) и социјалните компетенции ($r=0,536$, $p<0,01$, ($p=0,000$)). По нив следат подскалите на самооценки на романтична привлечност ($r=0,471$, $p<0,01$, ($p=0,000$)) и блиски пријателства ($r=0,468$, $p<0,01$, ($p=0,000$)), кои имаат еднаква врска со општата самодоверба на адолесцентите. Сите корелации се позитивни, што значи дека повисоките резултати на подскалите се поврзани со повисоки резултати на општата самодоверба.

Општата самодоверба го дели најголемиот процент на варијанса со самооценувањето на физичкиот изглед (47,7%), по што следува самооценувањето на социјалната компетентност

(28,7%). Потоа следуваат подскалите на самооценување на романтичната привлечност (22,1%) и блиските пријателства (21,9%). Општата самодоверба го дели најмалиот процент на варијанса со подскалите на училишна компетентност (9,4%) и регулирање на однесувањето (5,4%).

Многу слични податоци се добиени во нивната студија од Вељановска (2022), која исто така пронајдоа највисока корелација помеѓу подскалата на општата самодоверба и другите подскали. Разликата помеѓу резултатите добиени во оваа студија и резултатите на гореспоменатите автори е што самооценувањето на училишната компетентност дели многу мал процент на варијанса со општата самодоверба, додека податоците на авторите покажуваат дури 19% од заедничката варијанса на овие две подскали.

Сепак, обете студии откриja дека самооценувањето на физичкиот изглед и социјалните компетенции се значајно поврзани со општата самодоверба. Денес, стандардите поврзани со физичкиот изглед се поставени многу високо (и нереални), особено во светот на познатите личности, што може многу да влијае на физичката самоконцепција на поединецот преку медиумите. Ова е особено точно за адолесцентите, кои се многу чувствителни на својот физички изглед во овој период, што силно влијае на креирањето на личниот идентите. Затоа, можеме да претпоставиме дека причината за важноста на самопроценката на физичкиот изглед за општата самодоверба е зголемената самосвест во однос на физичкиот изглед поради бројните промени низ кои поминува телото за време на адолесценцијата, како и културните стандарди што се наметнуваат во околината на поединецот.

Важноста на самопроценката на социјалните компетенции за општото искуство на сопствената вредност исто така не е изненадувачка, со оглед на тоа што ова е фаза на одвојување од родителите, автономија и екстремна ориентација кон врсниците.

Табела 3. Коефициенти на корелација (r) за индивидуални подскали за самооценување

Подскала	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
(1) Училишна компетентност	0,327**	0,265**	0,369**	0,311**	0,268**	0,308**
(2) Социјална компетентност	1	0,488**	0,487**	0,079	0,616**	0,536**

(3) Физички изглед		1	0,513**	0,116	0,388**	0,691**
(4) Романтична привлечност			1	0,008	0,301**	0,471**
(5) Регулирање на однесувањето				1	0,258**	0,233**
(6) Блиски пријателства					1	0,468**
(7) Општа самодоверба						1

**p<,01; *p<,05

Извор. Сопствено истражување

Табела 4, ги прикажува резултатите од испитаниците на сите подскали на самоперцепција. Во продолжение ќе разгледаме дали постојат разлики во самоперцепцијата на адолесцентите во однос на возраста и полот на испитаниците и училиштето што го посетуваат.

Табела 4. Аритметички средни вредности на поединечни подскали во однос на година на учење и пол

Подскала	1 Година						4 година					
	Машки		Женски		Вкупно		Машки		Женски		Вкупно	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Училишна компетентност	2,90	0,52	2,63	0,54	2,74	0,54	2,65	0,63	2,87	0,55	2,77	0,59
Социјална компетентност	2,85	0,57	2,87	0,55	2,86	0,55	2,82	0,68	2,74	0,66	2,78	0,66
Физички изглед	2,89	0,81	2,44	0,78	2,62	0,81	2,88	0,77	2,33	0,83	2,57	0,85
Романтична привлечност	2,62	0,46	2,57	0,53	2,59	0,50	2,68	0,62	2,66	0,62	2,67	0,62

Регулирање на однесувањето	2,95	0,51	2,85	0,64	2,89	0,59	2,85	0,70	2,94	0,64	2,90	0,66
Блиски пријателства	3,06	0,63	3,09	0,62	3,08	0,62	2,92	0,67	3,08	0,60	3,01	0,63
Општа самодоверба	3,14	0,62	2,74	0,71	2,90	0,70	3,01	0,65	2,78	0,71	2,88	0,69

Извор. Сопствено истражување

Табела 5 ги прикажува аритметичките средни вредности на резултатите на индивидуалните подскали во однос на полот на испитаниците. Спроведен е t-тест за независни примероци за да се утврди дали постојат статистички значајни разлики помеѓу групите испитаници на сите наведени подскали во однос на независната варијабла Пол.

Табела 5. Аритметички средина на поединечни подскали во однос на полот

Подскала	Машки				Женски			
	M	SD	Min	Max	M	SD	Min	Max
Училишна компетентност	2,77	0,58	1,40	4,00	2,74	0,55	1,20	4,00
Социјална компетентност	2,83	0,62	1,40	4,00	2,81	0,60	1,00	4,00
Физички изглед	2,88	0,78	1,20	4,00	2,39	0,80	1,00	4,00
Романтична привлечност	2,65	0,54	1,20	4,00	2,61	0,57	1,20	3,80
Регулирање на однесувањето	2,90	0,61	1,40	4,00	2,89	0,64	1,60	4,00
Блиски пријателства	2,99	0,65	1,00	4,00	3,09	0,61	1,60	4,00
Општа самодоверба	3,07	0,63	1,20	4,00	2,76	0,71	1,00	4,00

Извор. Сопствено истражување

Резултатите презентирани во Табела 6, покажуваат дека постојат статистички значајни разлики на подскалите Физички изглед ($t=3,892$, $df=159$, $p=0,000$, $p<0,05$) и Општа самодоверба ($t=2,931$, $df=159$, $p=0,004$, $p<0,05$). Машките испитаници го оценуваат својот физички изглед попозитивно ($M=2,88$, $SD=0,78$) во споредба со женските испитаници ($M=2,39$, $SD=0,80$), при што индексот на големината на ефектот ($\eta^2=0,07$) укажува дека 7% од варијансата во самопроценката на физичкиот изглед може да се припише на варијаблата пол.

Машките испитаници имаат и повисоки резултати на подскалата за самопроценка на општата самодоверба (M=3,08, SD=0,63) во споредба со девојчињата (M=2,76, SD=0,71). Големината на ефектот е мала и изнесува η^2=0,05, што значи дека 5% од варијансата во самопроценката на општата самодоверба може да се припише на варијаблата пол.

Добиените резултати се во согласност со резултатите од истражувањето на Harter (2012) и Вељановска (2022), кои исто така покажаа дека постојат статистички значајни разлики во однос на полот на подскалите Физички изглед и Општа самодоверба, при што машките испитаници се оценети попозитивно од женските испитаници. Сепак, податоците добиени од Harter (2012) покажуваат и дека постои статистички значајна разлика на подскалата Блиски пријателства, каде што женскиот дел од примерокот има повисоки резултати од машките испитаници, со што се согласуваат и Вељановска (2022). Тие додаваат дека машките испитаници се оценети попозитивно во однос на романтичната привлечност, додека девојчињата имаат значително повисоки резултати на подскалата Регулирање на однесувањето (Вељановска, 2022). Анализата на податоците добиени од ова истражување не откри такви разлики.

Табела 6. Резултати од t-тестот на подскалите на адолесцентната самоперцепција во однос на полот на испитаниците (прикажани се само статистички значајни разлики)

Варијабла	Пол	M	SD	t	p	η^2
Физички изглед	Машки	2,88	0,78	t(159)=3,892	0,000	0,07
	Женски	2,39	0,80			
Општа самодоверба	Машки	3,08	0,63	t(159)=2,931	0,004	0,05
	Женски	2,76	0,71			

Извор. Сопствено истражување

Со спроведување на t-тест за независни примероци на одделни групи испитаници според возраста или класот што го посетуваат, беше утврдено дека постојат статистички значајни разлики меѓу групите во однос на полот (Табели 7 и 8).

Табела 7. Резултати од t-тестот на подскалите за самооценување на адолесцентите во однос на полот на испитаниците – 1 клас (прикажани се само статистички значајни разлики)

Варијабла	Пол	M	SD	t	p	η^2
Физички изглед	Машки	2,89	0,81	t(83)=2,560	0,012	0,06
	Женски	2,44	0,78			
Општа самодоверба	Машки	3,14	0,62	t(83)=2,694	0,009	0,07
	Женски	2,74	0,71			
Училишна компетентност	Машки	2,90	0,52	t(83)=2,268	0,026	0,06
	Женски	2,63	0,54			

Извор. Сопствено истражување

Табела 8. Резултати од t-тестот на подскалите за самооценување на адолесцентите во однос на полот на испитаниците – 4 клас (прикажани се само статистички значајни разлики)

Варијабла	Пол	M	SD	t	p	η^2
Општа самодоверба	Машки	2,88	0,77	t(74)=2,946	0,004	0,11
	Женски	2,33	0,83			

Извор. Сопствено истражување

Статистички значајни разлики меѓу учениците од прв клас постојат на подскалите Училишни компетенции (t=2,268, df=83, p=0,026, p<0,05), Физички изглед (t=2,560, df=83, p=0,012, p<0,05) и Општа самодоверба (t=2,694, df=83, p=0,009, p<0,05). На сите три подскали, машките испитаници имаат повисоки резултати, т.е. подобра самооценка на училишните компетенции (M=2,90, SD=0,52) и физичкиот изглед (M=2,89, SD=0,81), како и подобра општа самодоверба (M=3,14, SD=0,62) во споредба со женските испитаници, чии аритметички средни резултати на подскалата Училишни компетенции се M=2,63, SD=0,54, Физички изглед M=2,44, SD=0,78 и Општа самодоверба M=2,74, SD=0,71.

Индексот на големината на ефектот покажува дека варијаблата по пол може да објасни 6% од варијансата во самооценувањето на училишните компетенции (η^2=0,06), 7% од варијансата во самооценувањето на физичкиот изглед (η^2=0,07) и 8% од самооценувањето на општата самодоверба (η^2=0,08).

Разлики во самоперцепцијата на адолесцентите според возраста

Табела 9. Аритметички средни вредности на индивидуалните подскали во однос на возраста

Подслака	1 година				4 година			
	M	SD	Min	Max	M	SD	Min	Max
Училишна компетентност	2,74	0,54	1,00	4,00	2,77	0,59	1,40	4,00
Социјална компетентност	2,86	0,55	1,00	4,00	2,78	0,66	1,60	4,00
Физички изглед	2,62	0,81	1,20	4,00	2,57	0,85	1,00	4,00
Романтична привлечност	2,59	0,50	1,60	4,00	2,67	0,62	1,20	4,00
Регулирање на однесувањето	2,89	0,59	1,40	4,00	2,90	0,66	1,40	4,00
Блиски пријателства	3,08	0,62	1,00	4,00	3,01	0,63	1,00	4,00
Општа самодоверба	2,90	0,70	1,20	4,00	2,88	0,69	1,00	4,00

Извор. Сопствено истражување

Табела 9 ги прикажува аритметичките средни вредности на резултатите на индивидуалните подскали за самооценување во однос на годината на учење во средното училиште, односно возраста на испитаниците. Спроведен е t-тест за независни примероци за да се утврди дали постојат статистички значајни разлики помеѓу групите испитаници на сите споменати подскали во однос на независната варијабла Година. Резултатите покажаа дека нема статистички значајни разлики на ниту една од споменатите подскали во однос на возраста на испитаниците. Ова не е во согласност со резултатите презентирани од Вељановска (2022), според кои имало статистички значајни разлики во однос на возраста во два аспекта: самооценување на училишните компетенции и романтична привлечност. Помладите испитаници имале повисоки резултати на подскалата Училишни компетенции, додека постарите испитаници се оцениле себеси подобро на подскалата Романтична привлечност.

Разлики во самоперцепцијата на адолесцентите врз основа на училиштето што го посетуваат

Беше спроведена еднонасочна анализа на варијансата за да се утврди дали постојат статистички значајни разлики во самоперцепциите на адолесцентите во однос на варијаблата училиште. Податоците презентирани во Табела 10 покажуваат дека постои статистички значајна разлика на подскалата Физички изглед ($F(3,157)=3,27$, $p=0,023$, $p<0,05$), при што варијаблата училиште објаснува 6% од варијансата во самопроценката на физичкиот изглед (делумно $\eta^2=0,059$). Пост хок повеќекратен споредбен тест во парови (Tukey HSD) утврди дека учениците од СУГС „Орце Николов“ го оцениле својот физички изглед попозитивно ($M=2,84$, $SD=0,75$) во споредба со учениците од СУГС „Марија Кири - Склодовска“ ($M=2,36$, $SD=0,85$). Немаше статистички значајни разлики помеѓу другите групи. Статистички значајна разлика беше пронајдена и во подскалата за општа самодоверба ($F(3,157)=3,492$, $p=0,017$, $p<0,05$), при што варијаблата „Училиште“ објаснува 6% од варијансата во самопроценката на општата самодоверба (делумно $\eta^2=0,063$).

Тестот „Пост хок“ со повеќекратни споредби во парови (Tukey HSD) покажа дека учениците од СУГС „Орце Николов“ - Скопје имале повисоки резултати за самооценување на подскалата за општа самодоверба ($M=3,14$, $SD=0,60$) во споредба со студентите од СУГС „Марија Кири - Склодовска“ ($M=2,71$, $SD=0,68$). Не беа пронајдени статистички значајни разлики помеѓу другите групи.

Табела 10. Анализа на варијансата (ANOVA) на подскалите за самопроценка (прикажани се само подскалите со статистички значајни разлики)

Варијабла	Училиште	M	SD	F	p	η^2	Разлика
Физички изглед	СУГС „Орце Николов“	2,84	0,75	F(3,157)=3,27	0,023	0,059	1>4
	СУГС „Георги Димитров“	2,46	0,81				
	СУГС „Никола Карев“	2,76	0,83				
	СУГС „Марија Кири - Склодовска“	2,36	0,85				

Општа самодоверба	СУГС „Орце Николов“	3,14	0,60	F(3,157)=3,49	0,017	0,063	1>4
	СУГС „Георги Димитров“	2,76	0,74				
	СУГС „Никола Карев“	2,99	0,68				
	СУГС „Марија Кири - Склодовска“	2,71	0,68				

Извор. Сопствено истражување

Презентираните податоци делумно ја побиваат почетната хипотеза која претпоставува дека нема разлики во самоперцепцијата на адолесцентите во однос на возраста, полот и училиштето што го посетуваат. Утврдено е дека нема разлики во самоперцепцијата во однос на возраста, но постојат разлики во однос на полот и училиштето. Сепак, потребни се дополнителни истражувања за да се потврди дали навистина станува збор за разлика во однос на видот на средно училиште, бидејќи гимназиите и стручните училишта не беа подеднакво застапени во ова истражување, додека учениците од уметничките училишта воопшто не учествуваа во истражувањето.

Навики и однесувања на адолесцентите на социјалната мрежа Фејсбук

Во овој дел од трудот ќе бидат презентирани резултатите од истражувањето за навиките и однесувањата на адолесцентите на социјалната мрежа Фејсбук, а кои влијаат на формирањето на личниот идентите, кое вклучува осум категории:

- кориснички профил,
- поставки за приватност,
- активност на Фејсбук,
- пријателства на Фејсбук,
- целта на користење на Фејсбук,
- содржина на Фејсбук,
- сопствено однесување и искуства на Фејсбук, и

- ставови на испитаниците за користењето на Фејсбук и влијанието на оваа социјална мрежа врз нивниот општествен живот.

Мнозинството испитаници, 64,3% (N=99), отвориле само еден кориснички профил откако почнале да го користат Фејсбук (D=1, Min=1, Max=10). Потоа, 27,3% од испитаниците (N=42) отвориле 2 профили на оваа социјална мрежа, додека девет (5,8%) отвориле 3 профили. Само четири испитаници (2,5%) отвориле повеќе од 3 профили откако почнале да го користат Фејсбук.

Резултатите добиени од Вељановска (2022), исто така, покажуваат дека мнозинството студенти (85,4%) имаат еден Фејсбук профил, додека значително помал број, 11%, користат два профила, а 3,6% користат три или повеќе. Вељановска (2022) наведува како едно можно објаснување за потребата од користење на поголем број профили лажно претставување и давање невистинити лични информации, што не е невообичаено. Всушност, проблемот со лажно претставување на Фејсбук е толку голем што дури има и телевизиски емисии за тоа, а на терминот catcish му е додадено ново значење.[1] Сепак, важно е да се земе предвид и можноста поединците да креираат нови профили бидејќи нивниот претходен профил бил „хакиран“ и тие повеќе не можат да пристапат до него. 98,7% од испитаниците моментално имаат само еден активен кориснички профил (N=153), а само 1,3% од испитаниците имаат два активни профили на Фејсбук (N=2).

Табела 11. Број на отворени профили од почетокот на користење на Фејсбук

Број на профили	f	%
1	99	64,3
2	42	27,3
3	9	5,8
>3	4	2,5

Извор. Сопствено истражување

Табела 12. Број на моментално активни кориснички профили

[1] Терминот catfish се однесува на лице кое користи лажен личен профил на онлајн социјална мрежа со цел измама или измамување (Merriam-Webster, 2017).

Број на профили	f	%
1	153	98,7
2	2	1,3

Извор. Сопствено истражување

Постојат два вида податоци што корисниците на Фејсбук можат да ги споделат на своите профили: примарни и секундарни. Примарните податоци директно покажуваат одредена карактеристика на поединецот на кого се однесуваат овие информации (на пр. име или место на живеење), додека секундарните податоци даваат увид во нивните преференции (на пр. омилен филм, спортски клуб итн.), истакнува Mandzuka (2016). Иако авторот тврди дека најчесто се споделуваат секундарни податоци како јавно достапни информации, резултатите од ова истражување покажаа дека испитаниците најчесто прикажуваат фотографии на своите кориснички профили (92,3%, N=144) и училиштето што го посетуваат (80,8%, N=126). Загрижувачки е фактот што дури 69,9% (N=109) од испитаниците прикажуваат информации за своето место на живеење на своите профили. Потоа, 66,0% од нив споделуваат информации за својата возраст со други (N=103), додека 25,6% (N=40) откриваат и дали се во врска или се слободни. 15,4% од испитаниците (N=24) ја прикажуваат својата моментална локација на својот профил, а 9,6% (N=15) го прикажуваат својот број на мобилен телефон.

Затоа е можно да се забележи дека адолесцентите споделуваат значителна количина на примарни податоци или приватни информации на своите профили на Фејсбук, што може да биде многу опасно, посебно во оваа фаза од развој кога се формира нивниот идентитет. Mandzuka (2016) тврди дека дури и споделувањето секундарни податоци претставува потенцијална опасност, бидејќи истражувањата покажаа дека е можно многу лесно да се извлечат заклучоци за примарните карактеристики на една личност само врз основа на секундарни податоци, со изненадувачка точност. Сето погоре наведено укажува на потребата од едукација на децата и младите за начините за заштита на нивната приватност и безбедност на социјалните мрежи на интернет, поготово во оваа фаза од нивниот развој.

Табела 13. Информации што испитаниците ги прикажуваат на својот кориснички профил

Информации прикажани на профилот	f	%

Фотографии	144	92,2
Училиште	126	80,8
Живеалиште	109	69,9
Возраст	103	66,0
Статус на врска	40	25,6
Локација	24	15,4
Број на мобилен телефон	15	9,6

Извор. Сопствено истражување

Фејсбук им овозможува на корисниците да ги прилагодат своите поставки за приватност, така што за секоја поединечна содржина што ја објавуваат, можат да одредат кои луѓе ќе ја видат, а кои не. На корисниците им се нудат следниве опции: само јас, пријатели, прилагодено (повеќето пријатели, освен неколку луѓе или само неколку пријатели) и јавно (CARNet, 2015). Бидејќи корисникот може да ги прилагоди овие поставки за секоја поединечна објава, многу е тешко да се испитаат општите навики на адолесцентите во контекст на заштитата на приватноста. На пример, корисникот може да означи дека неговите фотографии генерално можат да бидат видливи за сите (јавно). Меѓутоа, при додавање на секоја нова фотографија, може да ги означи поставките за секоја поединечна објава различно - една фотографија ќе биде видлива за сите, друга само за неговите пријатели, а можеби и само за едно лице. Поради оваа причина, ова истражување се фокусира само на општите поставки за приватност.

Гледајќи ги податоците презентирани во Табела 14, може да се види дека прилично мал број испитаници ги поставиле своите поставки за приватност за сите наведени елементи од нивниот кориснички профил на „јавни“. Процентот на испитаници чиј телефонски број е јавно достапен на нивниот кориснички профил е особено низок (1,2%), што укажува дека тие се загрижени за својата безбедност и се обидуваат да ги заштитат доверливите информации за себе. Поголемиот дел од информациите на корисничките профили на испитаниците можат да ги видат само нивните пријатели на Фејсбук: статуси (76,4%), фотографии (72,5%), други објави (73,3%) и објави во кои корисникот е тагнат (63,4%). Исто така, 78,9% од испитаниците истакнале дека само пријателите на Фејсбук можат да објавуваат на нивниот ѕид. Може да се каже дека адолесцентите се внимателни во врска со

тоа кој може да ги види информациите што ги објавуваат, но под претпоставка дека не прифаќаат секого како пријатели на Фејсбук, туку луѓето што ги познаваат во реалниот живот и кои ги познаваат не претставуваат потенцијална закана, што секако позитивно влијае при формирањето на личниот идентитет.

Livingstone (2008) нуди можно објаснување за парадоксот според кој адолесцентите се грижат за сопствената приватност, но сепак откриваат приватни информации за себе на социјалните мрежи. Факт е дека некои тинејџери споделуваат лични информации со голем број луѓе што ги познаваат само површно. Сепак, тоа не значи дека не се грижат за својата приватност. Имено, авторот верува дека во овој случај приватноста не е поврзана со откривање на одредени информации, туку е насочена кон контрола врз тоа кој знае нешто за поединецот (Livingstone, 2006, според Livingstone, 2008).

Според тоа, Stein и Singha (2002, според Livingstone, 2008) ја дефинираат приватноста како „право на поединецот да ужива автономија, да биде оставен сам и да утврди дали и на кој начин информациите за него ќе бидат откриени на други“, додека Mandzuka (2016: 2) ја дефинира приватноста како „право на поединец, група или институција сами да одредат кога, како и во кој обем информациите за него се проследуваат до други“.

Табела 14. Поставки за приватност на корисничките профили на испитаниците

Поставки за приватност	Никој/само јас		Само неколку пријатели		Повеќе пријатели освен неколку		Пријатели		Сите/јавно	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Кој може да го види твојот телефонски број?	125	77,6	12	7,5	0	0,0	22	13,7	2	1,2

Кој може да ги види твоите статуси?	5	3,1	3	1,9	8	5,0	123	76,4	22	13,7
Кој може да ги види твоите фотографии?	2	1,2	4	2,5	6	3,8	116	72,5	32	20,0
Кој може да ги види вашите други објави?	7	4,3	3	1,9	11	6,8	118	73,3	22	13,7
Кој може да објави на твојот ѕид?	14	8,7	6	3,7	7	4,3	127	78,9	7	4,3
Кој може да види објави на кои си означен/а?	6	3,7	4	2,5	11	6,8	102	63,4	38	23,6

Извор. Сопствено истражување

Друг начин да се заштити приватност на корисниците е да се блокираат други корисници или страници на Фејсбук. Ова е исто така единствениот начин поединецот да спречи други корисници да испраќаат пораки или да вознемируваат на кој било начин (Facebook, 2017). Оттука, 85,7% (N=138) од испитаниците навеле дека блокирале други корисници или страници додека ја користеле оваа социјална мрежа, додека само 14,3% (N=23) не го сториле тоа. Испитаниците најчесто блокираат други корисници и страници на Фејсбук затоа што им одат на нерви (71,9%, N=97), затоа што се лажни кориснички профили (56,3%, N=76) или затоа што не го познаваат лицето кое се обидува да ги контактира (42,2%, N=57).

Помал број испитаници наведуваат дека не ги делат истите мислења со таа личност или страница како причини за блокирање (18,5%, N=25), потоа постоењето на разлика во возраста (17,8%, N=24) и недостатокот на заеднички пријатели (13,3%, N=18), а неколку од нив блокираат и корисници од странски земји (12,6%, N=17).

Табела 15. Причини за блокирање на други корисници на Фејсбук

Причини за блокирање	f	%
Особата ми оди на нерви	97	71,9
Лажен профил	76	56,3
Не ја познавам особата	57	42,2
Не делиме исто мислење	25	18,5
Особата е повозрасна од мене	24	17,8
Немаме заеднички пријатели	18	13,3
Особата е странски државјанин	17	12,6

Извор. Сопствено истражување

Понатаму, 55,4% (N=82) од испитаниците го проверуваат Фејсбук еден до пет пати на ден, додека 27,7% (N=41) го прават тоа шест до десет пати на ден. 8,1% (N=12) од испитаниците проверуваат вести петнаесет пати на ден, а 9,0% (N=13) го прават тоа почесто, односно повеќе од петнаесет пати на ден.

Од сето погоре, следува дека испитаниците го проверуваат Фејсбук во просек десет пати на ден (M=9,14, SD=13,03; D=10). Gangadharbatla (2008) дошол до малку поинакви резултати, според кои испитаниците го проверуваат Фејсбук поретко од адолесцентите кои учествувале во ова истражување: 92% ја проверуваат мрежата барем еднаш на ден, додека само 6% го прават тоа до десет пати на ден. Pradeep и Sriram (2016) веруваат дека присуството на паметни телефони и таблети драстично влијаело врз користењето на дигиталните медиуми, менувајќи го начинот на кој луѓето пристапуваат до содржината и каде и колку често ја користат. Се чини дека преносните уреди како што се мобилните телефони и таблетите (заедно со сеприсутноста на Интернет) придонесуваат за почест и полесен пристап до онлајн социјалните мрежи и поврзаните апликации (на пр. Messenger). Исто така, потребно е да се земе предвид потенцијалната опасност што ја носи зголемената достапност, имено развојот на зависност од онлајн социјалните мрежи, феномен што би било пожелно да се истражи подетално во идните истражувања.

Табела 16. Број на проверки на Фејсбук дневно

Број на посети	f	%
1 до 5 пати	82	55,4

6 до 10 пати	41	27,7
15 пати	12	8,1
Повеќе од 15 пати	13	9,0

Извор. Сопствено истражување

Покрај тоа колку често корисниците на Фејсбук ја посетуваат социјалната мрежа за да проверат за ажурирања, интересно е да се испита и колку време поминуваат активно учествувајќи таму. Резултатите покажуваат дека 25,2% (N=39) од испитаниците поминуваат до 30 минути дневно на Фејсбук. 33,1% (N=57) од испитаниците се активни на Фејсбук еден час дневно, а 1,3% (N=2) поминуваат дополнителни половина час таму. 18,8% (N=29) од испитаниците поминуваат дури два часа дневно на социјалната мрежа, додека 21,2% (N=33) поминуваат повеќе од два часа на такви активности секој ден.

Според тоа, резултатите покажуваат дека испитаниците поминуваат просечно два и пол часа дневно на Фејсбук (M=2,38, SD=3,55). Добиените резултати се во согласност со оние на Kušić (2010) и Muller и др. (2015), кои наведуваат дека учениците поминуваат просечно повеќе од два часа дневно на Фејсбук. Сепак, ова е многу повеќе од податоците објавени од Hepburn (2010, според Kušić, 2010), според кои просечниот корисник поминува еден час дневно на Фејсбук, или Gangadharbatla (2008), кој наведува дека корисниците поминуваат од 2 до 5 часа неделно на Фејсбук. Ваквите разлики може да се објаснат со претходно споменатиот брз развој на технологијата, која стана сеприсутна во секојдневниот живот, што секако придонесе за зголемената употреба на онлајн социјалните мрежи (на пр. Фејсбук и Messenger сега се достапни како апликации на паметни телефони, овозможувајќи им на поединците да пристапат до својот кориснички профил со еден клик, да гледаат вести на мрежата, да испраќаат инстант пораки до други корисници итн.).

Табела 17. Времето што испитаниците дневно активно го поминуваат на Фејсбук

Број на посети	f	%
До 30 мин	39	25,2
1 час	57	33,1
1 час и 30 минути	2	1,3
2 часа	29	18,8

Повеќе од 2 часа	33	21,2

Извор. Сопствено истражување

Во однос на бројот на пријатели на Фејсбук, најчестиот одговор беше илјада пријатели, иако овој број значително варира меѓу испитаниците (D=1000, Min=5, Max=3252). Во просек, бројот на пријатели е околу 650 (M=645,40, SD=528,22). Оттука, 51,1% (N=76) од испитаниците имаат до 500 пријатели на Фејсбук, додека 37,9% (N=56) имаат од 501 до 1000 пријатели. Понатаму, 7,6% (N=11) од испитаниците имаат до 1500 пријатели, а за 2,7% (N=4) од нив овој број се зголемува на дури 2000 пријатели. 2,7% (N=4) од испитаниците навеле дека имаат повеќе од 2000 пријатели, при што еден испитаник (0,7%) има повеќе од 3000 пријатели.

Постои несовпаѓање помеѓу овие резултати и оние на Kušić (2010), кој наведува дека мнозинството испитаници имаат просечно 300 онлајн пријатели, со максимум 1000 онлајн пријатели. Резултатите, исто така, значително се разликуваат од податоците што ги дава Hepburn (2010, според Kušić, 2010), според кои просечниот корисник на Фејсбук има 130 пријатели. Kušić (2010) го објаснува големиот број пријатели на Фејсбук со различното значење на терминот „пријател“ во онлајн и офлајн средината и нагласува дека природата на овие односи не е иста. Покрај тоа, тој верува дека голем број онлајн пријатели станале еден вид статусен симбол и мерка за популарност кај децата и младите (Hepburn, 2010).

Големата разлика во бројот на онлајн пријатели можеби може да се објасни со експанзијата на онлајн социјалните мрежи во изминатите десет години. Претходно во трудот беше истакнато дека бројот на корисници на Фејсбук значително се зголемил и достигнал огромни бројки, што може да резултира со поголемо вмрежување на корисниците, односно зголемување на бројот на пријатели на мрежата. Сепак, едно од можните објаснувања е популарноста на социјалните мрежи во однос на почестата употреба и „преместувањето“ на социјалниот живот во онлајн средина. На сметка на комуникацијата и дружењето во реалниот живот, стекнувањето пријатели на улица, во парк или кафуле, бројот на инстант пораки испратени преку Messenger и барања за пријателство на Фејсбук се зголемува.

Бројот на пријатели во реалниот живот е многу помал, па затоа најчестиот одговор на испитаниците овде беше 10 пријатели, повторно со големи индивидуални разлики (D=10,

Min=0, Max=1000). Податоците добиени со пресметување на аритметичката средина покажуваат дека испитаниците имаат просечно околу сто пријатели во реалниот живот (M=103,57, SD=194,25). Најголем број испитаници (63,5%, N=86) веруваат дека имаат до 50 пријатели, а 18,5% (N=25) од нив наведуваат број до 100 пријатели. За еден испитаник (0,7%), овој број се искачува на 150, додека еден (0,7%) наведува дека има до 200 пријатели. 11,8% (N=16) од испитаниците имаат повеќе од 200 пријатели.

Бидејќи овие податоци се собрани врз основа на отворени прашања, прашање е што испитаниците мислат под терминот „пријател“ и дали значењето на овој термин е исто за секој испитаник. Ова треба дополнително да се истражи во идните истражувања и може да се претпостави дека добиените податоци би се разликувале значително доколку концептот на пријателство беше јасно дефиниран однапред. Ова е неопходно бидејќи опкружувањето на адолесцентите сериозно влијае на формирањето на нивниот личен идентитет. Па оттука, без разлика дали станува збор за онлај пријателство или пријателство од реалниот живот, овие форми на пријателство кое се секојдневно пристувни во животот на адолесцентите сериозно влијаат на начинот на кој тие го формираат својот идентитет.

Табела 18. Број на пријатели на Фејсбук и во реалниот живот

Број на пријатели на Фејсбук	f	%	Број на пријатели во реалниот живот	f	%
до 500	76	51,1	до 50	86	63,5
501-1000	56	37,9	51-100	25	18,5
1001-1500	11	7,6	101-501	1	0,7
1501-2000	4	2,7	151-200	1	0,7
>2000	1	2,7	>200	16	11,8

Извор. Сопствено истражување

Со оглед на податоците што покажуваат дека адолесцентите имаат прилично голем број пријатели на Фејсбук, потребно е да се проучи што стои зад ваквите бројки, односно каква е мотивацијата на адолесцентите и што претставува големо „општество“ на мрежата за нив и како сте тоа влијае на формирањето на нивниот личен идентитет.

Од испитаниците беше побарано да ги рангираат понудените одговори на скала од 1 до 5, а резултатите покажуваат дека најголемиот број испитаници го рангирале тврдењето дека лице со голем број пријатели на Фејсбук сака да биде популарно на прво место (42,4%, N=56). Потоа следува тврдењето дека ова лице сака да има голем број „лајкови“ (39,4%, N=52), додека на трето место е тврдењето дека ова лице бара внимание (55,0%, N=72). На четврто место, испитаниците го рангирале тврдењето дека станува збор за лажен профил (65,4%, N=85). Последниот одговор е Нешто друго (64,2%, N=52), а испитаниците веруваат дека лице со голем број пријатели на Фејсбук всушност нема никакви пријатели (N=2), или, обратно, е едноставно друштвена личност и познава голем број луѓе (N=7). Други веруваат дека таквите луѓе само сакаат да се фалат дека имаат голем број пријатели и да бидат во центарот на вниманието (N=5), додека некои наведуваат други можни причини, како што се желба за истражување, прифаќање на сите без проверка и игри кои се исто така дел од Фејсбук, во кои не е лоша идеја да се има голем број пријатели.

Табела 19. Ставови на адолесцентите за важноста од голем број пријатели на Фејсбук

Ставови	D	f
Личноста сака да е популарна	1	56
Личноста сака да има голем број на лајков	2	52
Личноста сака внимание	3	72
Се работи за лажен профил	4	85
Нешто друго	5	52

Извор. Сопствено истражување

Како и со речиси секој елемент на социјалните мрежи, вклучувајќи го и Фејсбук, пријателствата се поврзани и со прашањето на заштитата на приватноста и личната безбедност. Во овој контекст, потребно е да се спомена резултатите според кои 26,9% (N=43) од испитаниците прифаќаат непознати луѓе како свои пријатели на Фејсбук. Најчести причини за ваквите постапки се заедничките пријатели (25,6%, N=11) и запознавањето нови луѓе (16,3%, N=7). Други одговори вклучуваат чувство на популарност, романтични интереси, љубопитност, собирање „лајкови“, игри, интересни профили, луѓе од ист град или врсници и имање што е можно повеќе пријатели на Фејсбук. Речиси исти резултати доби и Kušić (2010), кој изјави дека 28% од испитаниците прифаќаат непознати

луѓе како пријатели на Фејсбук. Сепак, треба да се напомене дека мнозинството испитаници, дури 73,1% (N=117), не прифаќаат непознати луѓе како свои пријатели на мрежата.

Во исто време, интересно е да се спомене дека претходните истражувања за користењето на онлајн социјалните мрежи од страна на тинејџерите и младите луѓе покажуваат дека тие не се чувствуваат загрозени од поврзувањето со странци, туку се најнесигурни во односите со своите познаници (Boyd, 2008; Green et al., 2011; Livingstone, 2008; Livingstone et al., 2011). Иако авторите не се обидуваат да објаснат зошто е тоа така, воспоставувањето врски помеѓу адолесцентите и непознати лица на онлајн социјалните мрежи би можело да се гледа во контекст на самоистражување. Адолесцентите се обидуваат да откријат какви се преку интеракција со што е можно повеќе различни личности, споредувајќи се себеси со другите, експериментирајќи со сопствената самопрезентација, откривајќи ги квалитетите на другите луѓе што се пожелни за нив и слично. Иако доаѓањето во контакт со непознати луѓе ги става во потенцијално опасни ситуации, би можело да се каже дека ова е едноставно резултат на нивното истражување при формирањето на личниот идентитет идентитет.

Критериумите според кои тие прифаќаат други корисници да им станат пријатели на Фејсбук најчесто се познаници во реалниот живот (96,2%, N=153) и заеднички пријатели преку интернет (42,1%, N=67). Нешто помал број испитаници прифаќаат пријатели затоа што го сметаат нивниот кориснички профил за интересен (20,8%, N=33) или се привлечени од нивната слика на профилот (25,2%, N=40). Потоа, 3,1% (N=5) од испитаниците наведуваат други критериуми, како што се заеднички интереси, семејни врски (сродство), нови познанства или претходно споменатите игри. Добиените резултати се во согласност со резултатите од истражувањето спроведено од Kušić (2010), според кое 92,7% од испитаниците избираат пријатели според критериумот познаници во реалниот живот, 42,7% го прават тоа врз основа на заеднички пријатели, а 9,6% врз основа на интересноста на профилот на другиот корисник. Додавањето пријатели на Фејсбук првенствено врз основа на познанства од реалниот живот не е изненадувачки со оглед на примарната намена и цел на оваа социјална мрежа. Сепак, овие податоци може да се сметаат како еден показател за транзицијата на општествениот живот од реалната во онлајн средина.

Табела 20. Критериуми за прифаќање пријатели на Фејсбук

Ставови	f	%
Познанство во реалниот живот	153	96,2
Заеднички пријатели на Фејсбук	67	42,1
Интересен профил	33	20,8
Привлечна профилна фотографија	40	25,2
Нешто друго	5	3,1

Извор. Сопствено истражување

Според податоците во Табела 21, може да се види дека испитаниците главно го користат Фејсбук за кореспонденција со пријатели (M=4,27, SD=1,008), при што 80,0% од нив го прават тоа често или секогаш. Ова е во согласност со резултатите добиени од Kušić (2010), според кои повеќето испитаници (78%) го користат Фејсбук токму за да контактираат со пријатели преку пораки. Покрај кореспонденцијата со пријателите, 75,0% од испитаниците често или секогаш го користат Фејсбук за комуникација со блиски луѓе кои не се блиски со нив (M=3,96, SD=1,173), додека 67,1% од испитаниците гледаат фотографии и видеа на Фејсбук (M=3,79, SD=1,057). Во истражувањето на Kušić (2010), бројот на испитаници кои го користат Фејсбук за оваа намена е нешто помал, на 51%. Фејсбук се користи нешто помалку за комуникација со партнер (M=3,27, SD=1,650), при што 17,2% од испитаниците го користат често за оваа намена, а 35,7% секогаш.

Интересно е што помал, но сепак значаен број испитаници ја користат оваа социјална мрежа како помош за препишување за испити или однапред добивање испитни материјали (M=3,11, SD=1,517). Бројот на оние кои го прават ова често или секогаш (42,3%) е еднаков на бројот на оние кои никогаш не го користат Фејсбук за оваа намена (35,1%). Сепак, постои голема разлика помеѓу испитаниците кои секогаш го користат Фејсбук за препишување (26,9%) и испитаниците кои го користат за учење (M=2,16, SD=1,263), од кои само 5,0%. Дури 62,7% од испитаниците никогаш или многу ретко го користат Фејсбук за учење.

Kušić (2010) истакнува дека 9,6% од испитаниците го користат Фејсбук за учење, што би можело да укаже дека оваа социјална мрежа почесто ја користи за оваа намена помладата популација (испитаниците биле ученици од повисоките одделенија на основно училиште). Сепак, потребни се понатамошни истражувања за да се извлечат вакви заклучоци. Претходните истражувања укажуваат на потенцијалот на онлајн социјалните мрежи во

образовниот аспект. Имено, резултатите од истражувањето спроведено од Casey и Evans (2011, според Dolphy, 2015) покажуваат дека социјалните мрежи им даваат можности на адолесцентите за интеракција, поттикнуваат чувство на заедница, овозможуваат креирање и споделување содржини и бараат активно учество од учениците. Исто така, резултатите од студија спроведена со адолесценти на возраст од 13-16 години покажуваат дека онлајн социјалните мрежи овозможуваат формирање групи, ги стават учениците во улога на истражувачи и креатори на содржини, поттикнуваат евалуација од страна на врсниците, но и самоевалуација, ја зајакнуваат креативноста и ја зголемуваат употребата на мултимедијални содржини итн. (Dolphy, 2015). Од перспектива на наставниците кои ги користеле онлајн социјалните мрежи како алатка во образованието, нивните придонеси се повеќекратни: учениците учат едни од други, нивната рефлексија и учење се одвива надвор од училницата, се олеснува комуникацијата меѓу наставниците и учениците и учениците меѓу себе и се гради заедница за учење (Ng'ambi, 2013, според Dolphy, 2015). Затоа е очигледно дека онлајн социјалните мрежи кријат многу потенцијал во овој поглед, но за жал се многу слабо искористени. Едукацијата на наставниците за ова прашање би можела да го поттикне користењето на онлајн социјалните мрежи за нови и попозитивни цели.

Понатаму, Фејсбук се користи во помала мера за запознавање нови луѓе (M=2,19, SD=1,175), а 16,8% од испитаниците го користат често или секогаш за оваа намена, додека 68,4% од нив никогаш или многу ретко запознаваат нови луѓе на овој начин. Ова не е во согласност со резултатите добиени од Kušić (2010), кој наведува дека 37% од испитаниците го користат Фејсбук најчесто за запознавање нови пријатели. Според добиените резултати, се чини дека испитаниците најмалку го користат Фејсбук за користење разни апликации (M=1,95, SD=1,229) или играње игри (M=1,58, SD=1,064). Само 5,0% од испитаниците ги наведуваат апликациите како примарна цел на користење на Фејсбук, додека бројот на оние кои го нагласуваат спротивното е многу поголем (52,2%). Слично на тоа, голем број испитаници (67,7%) никогаш не ја користат мрежата за играње игри, додека само 5,0% од нив секогаш го прават тоа. Повторно, постојат големи разлики помеѓу горенаведените резултати и оние добиени од Kušić (2010), кој истакнува дека дури 45% од испитаниците го користат Фејсбук за играње игри и користење апликации.

Покрај горенаведеното, испитаниците истакнаа дека го користат Фејсбук за рекламирање, самопромоција (на пр. свој бенд), следење спортски настани, гледање мемиња[2] или од досада. Од сето погоре, може да се заклучи дека Фејсбук е главно комуникациска алатка што им олеснува на корисниците да одржуваат контакт со познати и блиски луѓе. Ова веројатно се должи и на исплатливоста на овој метод на комуникација, бидејќи пораките, повиците и видео повиците преку Фејсбук и Messenger се бесплатни.

Табела 21. Цел или намена на користење на Фејсбук

Цел	Воошто не го користам	Малку го користам	Понекогаш го користам	Често до користам	Секогаш го користам	M	SD
	%						
Допишување со пријатели	3,1	2,5	14,4	24,4	55,6	4,27	1,008
Комуникација со блиски особи кои не ми се во близина	5,6	8,8	10,6	34,4	40,6	3,96	1,173
Преглен на фотографии и видеозаписи	4,3	6,8	21,7	39,8	27,3	3,79	1,057
Нешто друго	9,1	9,1	18,2	27,3	36,4	3,73	1,348
Комуникација со дечко/девојка	28,0	5,7	13,4	17,2	35,7	3,27	1,650
Препишување на тест / добивање тест однапред	23,8	11,3	21,9	16,3	26,9	3,11	1,517
Запознавање на нова особа	34,2	34,2	14,9	11,8	5,0	2,19	1,175
Учење	44,7	18,0	19,3	13,0	5,0	2,16	1,263
Користење апликации	52,2	21,1	11,2	10,6	5,0	1,95	1,229
Играње игри	67,7	19,3	5,0	3,1	5,0	1,58	1,064

Извор. Сопствено истражување

[2] Мемиња се содржина (слики, видеа, делови од текст итн.) кои најчесто се хумористични и се шират многу брзо на Интернет (Oxford Dictionary, 2017). Терминот сè уште не е преведен на македонски јазик, но се користи во неговата оригинална форма.

Во продолжение ќе се дискутира содржината што корисниците на Фејсбук ја споделуваат на оваа социјална мрежа, поточно статуси и фотографии, но и друга содржина како што се видеа, музика, линкови и слично.

Резултатите прикажани во Табела 22 покажуваат дека корисниците ретко ги ажурираат своите статуси на Фејсбук. Дури 62,6% (N=97) од испитаниците објавуваат статуси еднаш или неколку пати годишно, додека 24,5% (N=38) го ажурираат својот статус еднаш месечно. Помал број испитаници го прават тоа почесто, т.е. еднаш неделно (5,8%, N=9). 2,6% (N=4) од испитаниците истакнуваат дека ги ажурираат своите статуси неколку пати неделно, а 1,3% (N=2) еднаш дневно. Само 3,2% (N=5) од испитаниците ги ажурираат своите статуси неколку пати на ден. Постојат големи разлики помеѓу добиените резултати и податоците дадени од Kušić (2010), според кои 80,5% од испитаниците ги менуваат своите статуси на Фејсбук во многу поголема мера отколку што додаваат друга содржина како што се фотографии, музика, приказни итн. Резултатите добиени во ова истражување покажуваат дека ситуацијата е токму спротивна, при што статусите се чини дека се најзанемареният елемент на профилот на Фејсбук кај адолесцентите.

Табела 22. Фреквенција на ажурирања на статуси на Фејсбук

Фреквенција на ажурирање на статуси	f	%
Еднаш годишно	46	29,7
Неколку пати годишно	51	32,9
Еднаш во месец дена	38	24,5
Неколку пати неделно	9	5,8
Еднаш неделно	4	2,6
Еднаш дневно	2	1,3
Неколку пати дневно	5	3,2

Извор. Сопствено истражување

Во контекст на причините за пишување статуси, најистакната е желбата на корисниците да ги споделат сопствените искуства со другите, што мотивира 36,2% (N=55) од испитаниците. 27,6% (N=42) од испитаниците пишуваат статуси со цел да ги изразат сопствените мисли, додека 11,2% (N=17) го прават тоа за да откријат мислења на други луѓе за одредена тема.

4,6% (N=7) од испитаниците пишуваат статуси на Фејсбук за да го привлечат вниманието на другите корисници. 34,2% (N=52) од испитаниците наведоа други причини што ги наведуваат да пишуваат и објавуваат статуси, меѓу кои пишувањето статуси од досада е најистакната. Другите причини се однесуваат на друга интеракција со другите корисници, честитки за празници, давање увид во сопствените дневни активности и навики и обврската за објавување поради спонзорство.

Во овој дел, важно е да се истакне дека некои испитаници (24,8%, N=40) додадоа објаснување на заокружениот одговор „нешто друго“ велејќи дека никогаш не пишуваат статуси на Фејсбук. Со оглед на несовпаѓањето помеѓу податоците добиени од ова и претходното прашање, кои се однесуваа на тоа колку често го ажурираат својот статус на Фејсбук, треба да се претпостави дека испитаниците погрешно го разбрале претходното прашање и можно е да одговориле имајќи предвид колку често објавуваат на таа мрежа. Затоа, потребно е терминологијата што се користи овде да се дефинира различно во идните истражувања со цел да се избегнат недоразбирања и да се соберат посакуваните податоци.

Табела 23. Причини за пишување статус на Фејсбук

Причини за пишување на статуси	f	%
Споделувам искуство со други	55	36,2
Нешто друго	52	34,2
Да го изразам своето мислење	42	27,6
Да слушнам друго мислење за некое прашање	17	11,2
Да привлечам внимание	7	4,6

Извор. Сопствено истражување

Покрај тоа што ретко објавуваат статуси, резултатите покажуваат дека испитаниците многу ретко ги менуваат своите профилни фотографии. Имено, 49,0% (N=76) од испитаниците ја менуваат својата профилна фотографија само еднаш годишно, додека 34,8% (N=54) го прават тоа малку почесто, т.е. неколку пати годишно. 14,2% (N=22) од испитаниците ја менуваат својата профилна фотографија еднаш месечно, а само мал број од нив ја менуваат својата фотографија еднаш неделно (0,6%, N=1), неколку пати неделно (0,6%, N=1) или неколку пати на ден (0,6%, N=1).

Табела 24. Фреквенција на промена на профилната слика

Фреквенција на промена на профилна слика	f	%
Еднаш годишно	76	49,0
Неколку пати годишно	54	34,8
Еднаш во месец дена	22	14,2
Неколку пати неделно	1	0,6
Еднаш неделно	1	0,6
Еднаш дневно	0	0,0
Неколку пати дневно	1	0,6

Извор. Сопствено истражување

Понатаму, 40,0% (N=60) од испитаниците поставиле селфи како своја профилна слика, т.е. фотографија на која се гледа нивното лице, а 37,3% (N=56) го покажуваат целото тело на нивната профилна слика, при што 2,0% (N=3) од испитаниците фотографирале полуголо тело. 7,3% (N=11) од испитаниците поставиле фотографија од себе со сакана личност како своја профилна слика. 2,0% (N=3) од испитаниците не поставиле фотографија од себе, туку од други, добро познати луѓе. Ист процент од испитаниците поставиле профилна слика на која се гледа нивното домашно миленичe (2,0%, N=3), пејзаж (2,0%, N=3) или порака/изрека/поговорка (2,0%, N=3). Додека пак, 5,3% (N=8) од испитаниците изјавиле дека нивната профилна слика моментално прикажува нешто друго, најчесто поврзано со спорт: нив за време на тренинг, спортот што го играат или нивниот омилен спортист.

Табела 25. Предмет на профилни фотографии на адолесценти на Фејсбук

Фреквенција на промена на профилна слика	f	%
Моето лице	60	40,0
Цело тело	56	37,3
Полуголо тело	3	2,0
Јас и блиска особа	11	7,3
Некоја позната особа	3	2,0
Домашно миленичe	3	2,0

Пејзаж	3	2,0
Порака/изрека/поговорка	3	2,0
Нешто друго	8	5,3

Извор. Сопствено истражување

За да се утврди што најчесто се прикажува на фотографиите што адолесцентите ги објавуваат на Фејсбук, од испитаниците беше побарано да ги рангираат понудените одговори. Како што може да се види од податоците презентирани во Табела 27, адолесцентите најчесто објавуваат фотографии од себе и пријателите (46,0%, N=58), или само од себе, т.е. популарното селфи (36,1%, N=44). По нив следат фотографии од корисници со своето семејство (родители, браќа, сестри), кои беа рангирани на трето место од 26,5% (N=31) од испитаниците. На четврто место се фотографиите што прикажуваат некои посебни настани (23,8%, N=29), додека на петто место се делат слики од патувања, кои беа рангирани таму од 24,8% (N=31) од испитаниците, и слики од ноќни излегувања, кои беа рангирани тука од 19,5% (N=23) од испитаниците. По нив следат фотографии што покажуваат што прави корисникот во моментов, кои беа рангирани на седмо место од 23,3% (N=27) од испитаниците. На осмото место се фотографиите со напишани пораки, изреки или поговорки (27,0%, N=31), додека на деветтото место се фотографиите од домашните миленици на корисникот (33,0%, N=38). На последното, десетто место е одговорот „нешто друго“ (60,3%, N=35), при што испитаниците наведуваат дека прикачуваат фотографии на кои се прикажани фудбалери, пејзажи и познати личности.

Табела 26. Фреквенција на објавување фотографии со оглед на тоа што покажуваат фотографиите

Фотографии	D	f
Јас и пријатели	1	58
Јас (селфи)	2	44
Јас и фамилија	3	31
Посебен настан	4	29
Слика од патување	5	31
Слика од излегување/диско	6	23

Тоа што моментално го работам	7	27
Порака/изрека/поговорка	8	31
Домашен миленик	9	38
Нешто друго	10	35

Извор. Сопствено истражување

Покрај статуси и фотографии, корисниците можат да објавуваат и други содржини на Фејсбук, како што се видеа, музика, линкови до други страници и содржини, текстови, настани и слично. Резултатите добиени од ова истражување покажуваат дека испитаниците најчесто објавуваат музика (40,1%, N=59). Линкови до други страници и содржини (23,8%, N=35), најави за настани или таканаречени настани (21,8%, N=32) и видеа (21,1%, N=31). Испитаниците ретко објавуваат текстови на својот Фејсбук профил (9,5%, N=14) и други содржини како што се спортски натпревари или сопствена локација (3,4%, N=5).

Табела 27. Содржина објавена од испитаниците на Фејсбук

Содржина	f	%
Музика	59	40,1
Линкови	35	23,8
Настани	32	21,8
Видеа	31	21,1
Текстви	14	9,5
Нешто друго	5	3,4

Извор. Сопствено истражување

По прегледот на резултатите за содржината што испитаниците ја објавуваат на своите Фејсбук профили, ќе бидат презентирани и резултатите поврзани со нивното однесување и искуства на гореспоменатата социјална мрежа. Во овој дел, целта беше да се испита дали испитаниците доживеале одредени, претежно негативни и непријатни искуства додека го користеле Фејсбук, а од друга страна, дали самите манифестирале такви однесувања. Ова е посебно битно бидејќи ваквите ситуации сериозно влијаат на формриањето на идентитетот кај адолесцентите.

Имајќи ги предвид анализираните податоци прикажани во табела 28, може да се забележи дека аритметичката средина на резултатите за речиси сите ставки е помеѓу 1 и 2, па може да се претпостави дека испитаниците ретко се наоѓаат во опишаните ситуации што би можеле да бидат непријатни или дури и опасни за нив додека ја користат оваа социјална мрежа. Се нагласува дека тие најчесто добиваат барања за „лајкови“ од други корисници (M=3,06, SD=1,273), што се случува често или многу често кај 35,5% од испитаниците. Дури можете да се заработи пари од „лајкови“, па затоа не е изненадувачки што истите се толку барани. Сепак, поинтересно е во овој контекст да се сметаат „лајковите“ како извори на повратни информации важни за формирање на личниот идентитет. Според тоа, постои можност адолесцентите со пониска самодоверба да бараат повеќе „лајкови“, што ќе биде потврдено подоцна во трудот. Втората ставка што се издвојува се однесува на примањето пораки од непознати лица (M=3,03, SD=1,203), што е загрижувачки факт бидејќи 35,2% од испитаниците добиваат вакви пораки често или многу често, а уште 33,3% од испитаниците понекогаш. Дополнително, на 10,7% од испитаниците тоа им се случува често или многу често, а 18,2% понекогаш добиваат покани за средба со непознато лице (M=1,94, SD=1,187).

Ваквите податоци укажуваат на потенцијалните опасности што се кријат на социјалните мрежи, а се особено вознемирувачки кога станува збор за деца и малолетници. Социјалните мрежи им олеснуваат на педофилите пристап до децата преку креирање лажни профили, по што многу лесно можат да стапат во контакт со нив и да почнат да ги манипулираат и злоупотребуваат. Лажните профили ги создаваат различни луѓе, не само сексуални предатори, а ова се нарекува мачкино ловење (catfishing).

Иако лажните профили се голем проблем на социјалните мрежи, само 1,9% од испитаниците изјавиле дека некој погрешно се претставил во комуникацијата со нив, додека 82,4% од нив немале такво искуство (M=1,67, SD=0,831). Исто така, мал процент од испитаниците изјавиле дека некој креирал лажен профил користејќи ги нивните податоци (M=1,15, SD=0,530), па само 1,2% од испитаниците се соочиле со ова често, додека 89,9% од нив никогаш не го доживеале. Следуваат податоци за примање и испраќање несоодветни фотографии, кои покажуваат дека испитаниците почесто добиваат таква содржина (M=1,83, SD=1,135) отколку што се бара од нив самите да ја испратат (M=1,63, SD=0,960). Потоа, 13,3% од испитаниците понекогаш добиваат несоодветни фотографии, додека за 10,8% од

нив ова се случува често или многу често. Од друга страна, 15,2% понекогаш добиваат барања за испраќање несоодветни фотографии до други корисници, а само 5,1% го прават тоа често или многу често. Кога сме кај фотографиите, важно е да се напомене дека корисниците на Фејсбук можат да објавуваат фотографии од други луѓе без дозвола од лицето на фотографијата. Сепак, 80,5% од испитаниците никогаш или многу ретко го прават тоа (M=1,70, SD=0,991).

Испитаниците ретко доживеале некој да шири лажни информации за нив на Фејсбук (M=1,65, SD=0,820), а 84,9% од испитаниците немаат такви искуства. Исто така, многу ретко некој напишал негативни коментари за нив (M=1,42, SD=0,660), при што 93,0% од испитаниците изјавиле дека ова никогаш не им се случило. Заканите преку Фејсбук се исто така ретки искуства за испитаниците од ова истражување (M=1,39, SD=0,674), а 91,8% од нив никогаш не биле во таква ситуација, или тоа било многу ретко. Конечно, резултатите во врска со хакирањето на корисничките профили се исто така позитивни, при што 1,9% од испитаниците изјавиле дека ова им се случува често или многу често, додека 96,2% од нив немале хакиран профил.

Табела 28. Искуства на испитаниците на Фејсбук

Иксуство	Воошто не го користам	Малку го користам	Понекогаш го користам	Често до користам	Секогаш го користам	M	SD
	%						
Некој ме замолил за лајк	13,9	19,0	31,6	18,4	17,1	3,06	1,273
Непозната особа ми испрати порака	13,2	18,2	33,3	22,6	12,6	3,03	1,203
Непозната особа ме покани на средба	50,9	20,1	18,2	5,0	5,7	1,94	1,187
Некој ми испратил непристојна фотографија	55,7	20,3	13,3	7,0	3,8	1,83	1,135
Некој објавил моја фотографија без моја дозвола	57,9	22,6	11,9	6,3	1,3	1,70	0,991

Некој лажно се претставувал во комуникација со мене	52,8	29,6	15,7	1,3	0,6	1,67	0,831
Некој ширел лажни информации за мене	53,5	31,4	12,6	1,9	0,6	1,65	0,820
Некој побарал да му пратам непримерни фотографии	63,3	16,5	15,2	3,8	1,3	1,63	0,960
Некој пишал негативен коментар за мене	66,0	27,0	5,7	1,3	0,0	1,42	0,066
Некој ми се заканувал	70,4	21,4	6,9	1,3	0,0	1,39	0,674
Профилот ми бил хакиран	80,5	15,7	1,9	1,3	0,6	1,26	0,618
Некој направил лажен профил и се претставил на другите во мое име	89,9	6,9	1,9	0,6	0,6	1,15	0,530

Извор. Сопствено истражување

Од резултатите прикажани во табела 29, може да се забележи дека аритметичката средна вредност за сите ставки е исто така многу ниска, помеѓу 1 и 2, што укажува на ниска стапка на манифестирање на непожелни однесувања на Фејсбук од страна на испитаниците. Од сите наведени однесувања, испитаниците најчесто комуницираат со странци (M=1,99, SD=1,061). Иако овие податоци изгледаат загрижувачки, процентот на испитаници кои го прават ова често или многу често е мал и изнесува 10,0%, додека 18,1% од нив комуницираат со странци само понекогаш. Од друга страна, 71,9% од испитаниците никогаш не воспоставуваат контакт со странци. Ова е поткрепено со податоците според кои 91,2% од испитаниците никогаш или многу ретко договориле средба со странец, додека ова однесување е често кај 4,4% од испитаниците (M=1,34, SD=0,808).

Дополнително, испитаниците почесто прикачуваат фотографии од други луѓе без претходна дозвола од лицето на фотографијата (M=1,64, SD=0,980), иако само мал процент, 5,0%, го прават ова често или многу често. Во контекст на однесувањето поврзано со фотографиите, вреди да се спомене и дека 3,8% од испитаниците често или многу често бараат од други корисници да им испраќаат несоодветни фотографии (M=1,36, SD=0,827). Сепак, бројот на

оние кои го прават ова многу ретко или никогаш е многу поголем, имено 90,7%. Од друга страна, само 1,2% од испитаниците испраќаат несоодветни фотографии до други, додека 91,9% многу ретко или никогаш не испраќаат такви фотографии (M=1,25, SD=0,664).

Споредувајќи ги овие податоци со податоците споменати претходно, може да се забележи дека процентот на испитаници од кои се бара да испраќаат несоодветни фотографии (5,2%) е поголем од бројот на испитаници кои всушност го прават тоа (1,2%), што покажува дека адолесцентите се способни да се спротивстават на онлајн притисоците. Исто така, бројот на испитаници кои добиваат несоодветни фотографии (10,8%) е многу поголем од бројот на испитаници кои бараат од други корисници да им испратат такви фотографии (3,8%).

Ваквите податоци укажуваат дека адолесцентите добиваат несоодветни фотографии без претходно да побараат од друго лице да им испрати такви фотографии, што би можело да значи дека се изложени на сексуално вознемирување преку социјалните мрежи, па затоа овој аспект треба да се истражи подетално во идните истражувања. Конечно, се покажа дека процентот на испитаници кои често објавуваат провокативни фотографии како профилни слики на Фејсбук е многу мал (M=1,22, SD=0,671). Само 2,4% од испитаниците го прават ова често или многу често, додека 95,0% од нив објавуваат такви профилни фотографии многу ретко или никогаш.

Во однос на штотуку споменатите податоци, процентот на испитаници кои напишале лажни информации за себе на своите Фејсбук профили е малку поголем (M=1,58, SD=1,004), при што 7,5% од испитаниците го прават тоа често или многу често. Од друга страна, податоците покажуваат дека 98,1% од испитаниците многу ретко или никогаш не шират лажни информации за другите (M=1,22, SD=0,461). Сепак, некои од нив (1,8%) често или многу често погрешно се претставувале во комуникацијата со другите, иако ова е многу мал процент, а од резултатите може да се претпостави дека таквото однесување е многу ретко кај анкетираните адолесценти (M=1,25, SD=0,643).

Kušić (2010) потенцира дека двојно е поголем процент на испитаници кои дале лажни информации за себе на Фејсбук (14,6%). Иако процентот е мал, тој би можел да укажува на поголема стапка на вакви однесувања на порана возраст (испитаниците се ученици од основно училиште), што би можело да укажува дека поединците во раната адолесценција

повеќе експериментираат и го истражуваат сопствениот идентитет користејќи ги можностите што ги нудат онлајн социјалните мрежи во споредба со постарите адолесценти. Сепак, ова истражување не собра податоци што би овозможиле слични заклучоци и потребно е дополнително да се истражи споменатото прашање. Понатаму, Orchard и други (2014) наведуваат дека машките испитаници се посклони да експериментираат со информациите што ги прикажуваат на своите профили, односно почесто лажат и измамуваат во онлајн комуникацијата, што е потврдено и со други истражувања (Whitty, 2002, според Orchard и други, 2014). Во ова истражување, не се пронајдени разлики во споделувањето лажни информации или лажно претставување на онлајн социјалните мрежи во однос на полот.

Понатаму, резултатите покажуваат дека испитаниците имаат подеднаква веројатност да им се заканuваат на другите преку Фејсбук (M=1,34, SD=0,767) и да пишуваат негативни коментари за други корисници (M=1,34, SD=0,733), иако процентот на оние кои го прават ова често или многу често е низок (табела 29). Ова секако е поткрепено од анонимноста што ја обезбедува онлајн комуникацијата, што може да влијае на поимпулсивно донесување одлуки, што потоа може да резултира со поагресивно однесување на онлајн социјалните мрежи, па дури и сајбер малтретирање (Valkenburg и Peter, 2010).

Сепак, вреди да се разгледа и можноста испитаниците кои манифестираат такво однесување да не користат лажни профили што би ја обезбедиле нивната анонимност, туку да комуницираат со други корисници под нивните вистински имиња и презимиња. Во овој случај, постои друго логично објаснување, кое треба да се земе предвид, со оглед на тоа што онлајн комуникацијата во контекст на Фејсбук најчесто се однесува на интеракција базирана на инстант пораки и коментари.

Valkenburg и Peter (2007, според Pradeep и Sriram, 2016) истакнуваат дека оваа форма на комуникација обезбедува широк спектар на слобода на изразување што би било тешко да се постигне во реална средина, која тие ја нарекуваат ограничена и контролирана. Бидејќи интеракциите преку Фејсбук се одвиваат на таков начин што испраќачот на пораката не може да го види примателот, и обратно, оваа форма на комуникација го намалува ефектот на инхибиција, т.е. ги намалува социјалните ограничувања и резервите што инаку би биле присутни во комуникацијата лице в лице. Може да се претпостави дека таквата

комуникација може да резултира со почести демонстрации на непожелни однесувања како што се закани и вербално (но всушност текстуално) малтретирање меѓу врсниците.

Сепак, вреди да се разгледа и попозитивната страна на недостатокот на инхибиција. На пример, некој во реалниот живот се плаши да каже што навистина мисли затоа што се срами или се плаши од реакцијата на неговата околина. Онлајн комуникацијата му обезбедува на ова лице поголема слобода затоа што притисоците што нормално ги чувствува не се директни и затоа се чини дека се намалени. Дополнително, онлајн комуникацијата е асинхрона, што значи дека поединецот не мора нужно веднаш да одговори на некого, туку има повеќе време да размисли повторно и да го презентира она што сака да го каже на одреден начин. Ова овозможува создавање на посакуваниот впечаток/искуство за себе, го намалува стресот од спонтано одговарање и му дава на поединецот чувство дека има повеќе можности да се претстави токму онака како што сака (Suler, 2005, според Pradeep и Sriram, 2016). Иако некои ќе тврдат дека ова им овозможува на поединците да претстават искривена слика за себе, мора да се земе предвид и спротивната можност, а тоа е можноста да се претстават себеси какви што навистина се.

Како што се очекуваше, бројот на испитаници кои ги хакирале профилите на други корисници на Фејсбук е многу мал (M=1,14, SD=0,523). Релативно малку испитаници навеле дека често или многу често бараат „лајкови“ од други корисници, имено 3,1% (M=1,31, SD=0,792), што е во голема непропорција со податоците од претходниот дел, според кои 35,5% од испитаниците често или многу често добиваат вакви барања од своите пријатели на Фејсбук.

Земајќи ја предвид претходната претпоставка дека лицата со пониска самодоверба почесто бараат „лајкови“, податоците што покажуваат дека учесниците во ова истражување ретко го прават тоа може да се објаснат со резултатите поврзани со сликата за себе, кои покажуваат дека таа е претежно позитивна. Сепак, не е можно да се извлечат заклучоци само врз основа на овие податоци. Конечно, интересно е да се забележи дека 3,1% од испитаниците навеле дека често го менуваат своето мислење за еден од своите онлајн пријатели врз основа на неговите објави на Фејсбук (M=1,54, SD=0,829). Иако ова е мал број испитаници, овие податоци може да укажуваат на тоа дека поединците се чувствуваат послободно да ги споделат своите искрени мислења на Фејсбук отколку во реалниот живот,

или обратно, се преправаат дека се нешто што не се на Фејсбук, а нивните пријатели го менуваат своето мислење за нив врз основа на тоа.

Табела 29. Фреквенција на испитаници кои покажуваат одредени однесувања на Фејсбук

Однесување	Воошто не го користам	Малку го користам	Понекогаш го користам	Често до користам	Секогаш го користам	M	SD
	%						
Комуницирам со непознати особи	412,4	30,6	18,1	7,5	2,5	1,99	1,061
Постирам туѓи фотографии без дозвола	63,1	16,3	15,6	3,1	1,9	1,64	0,980
Пишувам неточни информации за мене	68,9	13,7	9,9	5,6	1,8	1,58	1,004
Променувам мислење за пријатели заради некои негови објави	63,4	23,0	10,6	2,5	0,6	1,54	0,829
Барам од други да ми пратат непримерни фотографии	79,4	11,3	5,6	1,9	1,9	1,36	0,827
Им се заканувам на други	77,6	14,9	5,0	0,6	1,9	1,34	0,767
Пишувам негативни коментари за други	77,0	16,1	4,3	1,2	1,2	1,34	0,733
Договорарам средби со непознати особи	80,6	10,6	4,4	3,1	1,3	1,34	0,808
Барам од други лајк на мои објави	82,6	8,7	5,6	1,2	1,9	1,31	0,792
Им праќам непримерни фотографии на други	85,0	6,9	6,9	0,6	0,6	1,25	0,664

Лажно се претставувам во комуникација до други	83,2	11,2	3,7	1,2	0,6	1,25	0,643
Ширам лажни информации за други	79,5	18,6	1,9	0,0	0,0	1,22	0,461
Поставувам провокативни фотографии за профилна фотографија	86,3	8,7	2,5	1,2	1,2	1,22	0,671
Имам хакирано туѓ профил	90,7	6,2	1,9	0,6	0,6	01,14	0,523

Извор. Сопствено истражување

Последната категорија на податоци се однесува на ставовите на испитаниците кон користењето на Фејсбук и влијанието на оваа социјална мрежа врз нивниот општествен живот, а според резултатите презентирани во табела 30, може да се забележи дека испитаниците не покажуваат знаци на прекумерна употреба на оваа социјална мрежа. Тие главно се согласиле со тврдењето дека претпочитаат да се дружат со пријателите лично (M=4,34, SD=1,066), при што само 7,8% од испитаниците не се согласуваат. Исто така, вреди да се напомене дека 67,7% од испитаниците веруваат дека Фејсбук не дал позитивен придонес во нивниот општествен живот (M=2,19, SD=1,264).

Овие резултати не се во согласност со резултатите од студијата спроведена од Subrahmanyam и Greenfield (2008, според Pradeep и Sriram, 2016) со адолесценти, кои покажуваат дека 48% од испитаниците веруваат дека нивните пријателства се подобриле поради користењето на интернет, ниту со резултатите добиени од Kušić (2010), кој истакнува дека 37,9% од испитаниците веруваат дека Фејсбук им го подобрил социјалниот живот.

Се чини дека добиените резултати не ја поддржуваат хипотезата за стимулација изнесена од Valkenburg и Peter (2011, според Davis, 2013). Според оваа хипотеза, технологијата и дигиталните медиуми им обезбедуваат на адолесцентите дополнителни можности за комуникација со пријателите и со тоа го зголемуваат чувството на блискост. Спротивно на тоа, хипотезата за замена тврди дека онлајн активностите на адолесцентите го намалуваат квалитетот на нивните односи во реалниот свет со тоа што го заменуваат времето што инаку би го поминале во интеракција со пријателите лице в лице (Valkenburg и Peter, 2011,

цитирано кај Davis, 2013). Имајќи го предвид горенаведеното, добиените резултати треба да се земат со доза на претпазливост.

Иако испитаниците нагласуваат дека претпочитаат да се дружат со пријателите лично, тоа не мора да значи дека всушност го прават тоа. Kušić (2010) нагласува дека Фејсбук, но и социјалните мрежи воопшто, ја намалуваат културата на дружење во смисла на прекумерно седење, пишување и онлајн преписка на сметка на дружењето и разговорот со пријателите во реалноста. Тој верува дека виртуелните пријателства и вмрежувањето се една од карактеристиките на генерацијата Homo Zappiensa[3] (Vrcelj, Klapan, Kušić, 2009, според Kušić, 2010). Земајќи го предвид сето погоре наведено, може да се заклучи дека е потребно понатамошно и поопфатно истражување на ова прашање со цел да се утврди врската помеѓу ставовите на луѓето и вистинското однесување во овој контекст.

И покрај ова, 63,6% од испитаниците речиси никогаш не зажалиле што отвориле профил на Фејсбук (M=2,27, SD=1,258), додека 18,8% од нив имаат спротивно мислење. Сепак, постои ист број на оние кои не можат да замислат ден без да проверуваат Фејсбук, со што се согласуваат 22,0% од испитаниците (M=2,21, SD=1,431), додека 16,5% од оние кои се нервираат кога не можат да се најават на мрежата (M=2,16, SD=1,251). Речиси ист број испитаници, 16,8%, веруваат дека посветуваат премногу време на активности на Фејсбук (M=2,05, SD=1,286), а 16,2% од нив се чувствуваат исцрпено откако поминале долго време на оваа социјална мрежа (M=2,10, SD=1,199). Конечно, важно е да се напомене дека процентот на оние кои во голема мера или целосно се согласуваат со тврдењето дека не би можеле да функционираат без Фејсбук е доста низок, што го изјавиле 12,3% од испитаниците (M=2,16, SD=1,127).

Резултатите од студијата спроведена од Kušić (2010) покажуваат дека 52,4% од адолесцентите ги занемаруваат своите дневни обврски поради користењето на Фејсбук, што е значително поголем процент од 16,8% кои веруваат дека посветуваат премногу време на активности на Фејсбук. Обврските што најчесто ги занемаруваат се поврзани со

[3] Терминот Homo Zappiens првпат го употребил холандскиот универзитетски професор Wim Veen на конференција во Осло во 2010 година. Потекнува од латинскиот Homo (човек) и ономатопејата zap-zap-zap што го имитира звукот на ласерско оружје, а всушност е метафора за брзо скенирање на информации типично за генерациите родени во општество со информациска и комуникациска технологија (Vrcelj и други, 2009, според Kopričanec, 2015).

училиштето, домашните работи, грижата за домашните миленици и спортските активности. Исто така, 28% од адолесцентите изјавиле дека не можат да го замислат животот без Фејсбук (Kušić, 2010).

Но, Lwin и Lee (2017) веруваат дека во денешното, како што го нарекуваат, „поврзано општество“(connected society), количината на време што луѓето го поминуваат на онлајн социјалните мрежи не е изненадувачка. Случаите во кои луѓето поминуваат повеќе време таму отколку што самите очекувале се дефинираат како прекумерна употреба на онлајн социјалните мрежи (Caplan, 2002, според Но и други, 2017). Иако, според авторот, ова е до одреден степен очекувано, може да биде многу опасно ако навиката прерасне во многу посериозен проблем - зависност од онлајн социјалните мрежи.

Овој феномен се дефинира како преокупација на поединецот со онлајн социјалните мрежи, карактеризирана со неможност за контрола на нивната употреба, што резултира со значителни негативни последици за секојдневниот живот на таа личност (Andreassen, Torsheim, Brunborg, Pallesen, 2012; Caplan, Williams, Yee, 2009, според Но и други, 2017). Muller, Dreier, Beutel, Duven, Giralt и Wolfling (2015) на таа дефиниција додаваат желба, губење на интерес за други активности и социјално повлекување. Разликата помеѓу прекумерната употреба на онлајн социјалните мрежи и зависноста од нив е во тоа што последиците од прекумерната употреба се краткорочни, додека зависноста подразбира долгорочни последици како што се нарушувања на спиењето, полошо ментално и физичко здравје, пониски академски постигнувања, пад на квалитетот на меѓучовечките односи итн. (Andreassen et al., 2012, според Но идруги., 2017).

Табела 30. Ставови на испитаниците за користењето на Фејсбук и неговото влијание врз нивниот општествен живот

Однесување	Воошто не го користам	Малку го користам	Понекогаш го користам	Често до користам	Секогаш го користам	M	SD
	%						
Претпочитам да се дружам со пријатели лично	3,9	3,9	10,3	18,1	63,9	4,34	1,066

Понекогаш се каам што отворив профил на Фејсбук	35,7	27,9	17,5	11,7	7,1	2,27	1,258
Не можам да замислам ден без да проверувам Фејсбук	47,1	19,4	11,6	9,7	12,3	2,21	1,431
Фејсбук го подобрува мојот социјален живот	38,7	29,0	13,5	11,6	7,1	2,19	1,264
Се нервирам кога не можам да се најавам на Фејсбук	42,6	20,6	21,3	9,0	6,5	2,16	1,251
Не би можел да функционирам без Фејсбук	36,4	27,9	23,4	8,4	3,9	2,16	1,127
Се чувствувам исцрпено кога поминувам долго време на Фејсбук	43,2	23,9	16,8	12,3	3,9	2,10	1,199
Премногу време поминувам на активности на Фејсбук	49,0	21,3	12,9	9,7	7,1	2,05	1,286

Извор. Сопствено истражување

Конечно, потребно е да се погледнат податоците што укажуваат на важноста што учесниците ја придаваат на повратните информации во форма на „лајкови“, т.е. реакциите на другите корисници на нивните објави во кои изразуваат дека им се допаѓа објавената содржина. На испитаниците им беше поставено отворено прашање за тоа што им значи кога некој ќе им ја „лајкне“ објавата и какви чувства предизвикува тоа. Најголемиот број испитаници (42,9%, N=69) истакнаа дека тоа не им значи ништо и не поврзуваат никакви посебни чувства со „лајковите“. Дополнителни 6,8% (N=11) истакнаа дека воопшто не им е грижа, т.е. дека не им е грижа дали нивната објава ќе собере голем број „лајкови“ или не. 17,4% (N=28) од испитаниците се чувствуваат среќни и задоволни кога гледаат дека другите корисници ги лајкуваат нивните објави, додека еден испитаник истакна дека се чувствуваат горди кога го прават тоа. 16,1% (N=26) од испитаниците веруваат дека „лајковите“ добиени од други корисници едноставно покажуваат дека им се допаѓа содржината што ја споделиле или дека се согласуваат со нешто и не ѝ придаваат никакво дополнително значење. Напротив, некои испитаници ги доживуваат „лајковите“ како повратна информација за

сопствената личност, а не како реакција на содржината што ја објавиле, што може да се види од исказите прикажани во табела 31.

На прашањето како се чувствуваат кога некоја објава има мал број „лајкови“ или речиси никакви, 28,6% (N=46) од испитаниците одговориле дека не им е грижа или воопшто не им е грижа. Еднаков број истакнуваат дека отсуството на „лајкови“ не буди никакви чувства кај нив и се чувствуваат исто како и претходно (27,9%, N=45), а 9,9% (N=16) наведуваат дека никогаш не им се случило да немаат ниту еден „лајк“ на објава. Сепак, тие веруваат дека не би им значело многу ако тоа се случи, додека други истакнуваат дека веројатно би ја избришале објавата тогаш. 5,0% (N=8) од испитаниците се чувствуваат тажно и разочарано ако на другите корисници не им се допаѓа содржината што ја споделиле, а 9,9% (N=16) се чувствуваат лошо во овие ситуации и ја отстрануваат објавената објава. Од сето погоре, може да се заклучи дека адолесцентите ги доживуваат реакциите на другите корисници на нивните објави на Фејсбук многу поинаку, па додека некои воопшто не се засегнати од тоа, други ги доживуваат „лајковите“ како реакција на себе, а не на објавената содржина.

Во своето истражување, Livingstone (2008) не се осврнува конкретно на „лајковите“, туку зборува за важноста на позитивните повратни информации во форма на коментари на слики и други објави на корисниците, како што се „Изгледаш добро!“, „Прекрасна си“ итн. Испитаниците истакнаа дека ова покажува дека другите корисници се грижат за нив и предизвикува позитивни емоции кај нив. Valkenburg и Peter (2010) истакнуваат дека адолесцентите ја корегираат својата самопретстава врз основа на повратните информации од нивната околина, а таквите информации се интегрираат во нивното јас, помагајќи им да го истражат и потврдат сопствениот идентитет. Сето погоре наведено укажува на тоа колку влијание можат да имаат онлајн социјалните мрежи врз поединецот, врз развојот на неговиот идентитет, самодоверба и слика за себе.

Табела 31. Примери за одговори на прашања за значењето и чувствата поврзани со „лајкови“

Значењето и чувствата зад „лајковите“	Значењето и чувствата поврзани со недостатокот на „лајкови“

„Драго ми е што на луѓето им се допаѓа она што го одбирам да го споделам со нив.“ *„За мене само значи дека им се допаднала фотографијата.“* *„Не значи многу, само ми овозможува да видам кој ги видел моите објави и дали им се допаѓа.“* *„Се чувствувам добро и прифатено.“* *„Зависи од објавата и ситуацијата.“* *„Се чувствувам гордо, како да сум постигнал нешто.“* *„Значи дека им се допаѓам…“* *„Значи дека мислат добро за мене.“* *„Значи дека им се допаѓам.“*	*„Се чувствувам добро. Не ми е гајле што другите луѓе мислат за мене.“* *„Не се замарам за тоа, задоволен сум од она што сум го објавил и не ми е гајле за лајковите.“* *„Лајковите не играат никаква улога во мојот живот.“* *„Не ме засега премногу.“* *„Секогаш добивам многу лајкови ☺.“* *„Не се замарам.“* *„Се чувствувам добро и тоа не ме загрижува.“* *„Иако не обрнувам многу внимание на тоа, ако немам ниту еден лајк, би бил вознемирен, особено ако има нешто за кое ми треба нечие мислење…“*

Извор. Сопствено истражување

<u>*Разлики во навиките и однесувањата на социјалната мрежа Фејсбук*</u>

Бидејќи податоците не следат нормална распределба, тестот Ман-Витни (Mann-Whitney) беше направен како непараметриска замена за t-тестот за независни примероци, со цел да се утврди дали постојат статистички значајни разлики во навиките и однесувањата на адолесцентите на социјалната мрежа Фејсбук во однос на полот и возраста (класата), како и тестот Крускал-Валис (Kruskal-Wallis) за да се утврди дали постојат статистички значајни разлики во однос на училиштето што го посетуваат адолесцентите.

Разлики во навиките и однесувањата на адолесцентите на Фејсбук врз основа на полот

Со анализа на податоците може да се утврди дека постои статистички значајна разлика во бројот на пријатели на Фејсбук ($U=2262,5$, $z=-1,966$, $p=0,049$, $p<0,05$), како и во бројот на

пријатели во реалниот живот (U=1414,5, z=-3,480, p=0,001, p<0,05) во однос на варијаблата „Пол“.

Резултатите покажуваат дека машките испитаници имаат помалку пријатели на Фејсбук (C1=400, Q3-1=550) во споредба со женскиот дел од примерокот (C2=600, Q3-1=700), но имаат поголем број пријатели во реалниот живот (C1=100, Q3-1=188) од женските испитаници (C2=20, Q3-1=44). Беше пронајден мал ефект на полот врз бројот на пријатели на Фејсбук (r=0,16) и среден ефект на полот врз бројот на пријатели во реалниот живот (r=0,30).

Табела 32. Резултати од тестот Ман-Витни во категоријата пријателство на Фејсбук во однос на варијаблата „Пол“ (прикажани се само статистички значајни разлики)

Зависна варијабла	Пол	C	Q	U	z	p	r
Број на пријатели на Фејсбук	Машки	400	550	2262,5	-1,966	0,049	0,16
	Женски	600	700				
Број на пријатели во реалниот живот	Машки	100	188	1414,5	-3,480	0,001	0,30
	Женски	20	44				

Извор. Сопствено истражување

Табела 33. Резултати од тестот Ман-Витни во категоријата Цел на користење на Фејсбук во однос на варијаблата Пол (прикажани се само статистички значајни разлики)

Зависна варијабла	Пол	Просечен ранг	Сума на рангови	U	z	p	r
Играње игри	Машки	90,61	6071,00	2505	-2,674	0,007	0,21
	Женски	74,15	6970,00				
Препишување на тест / добивање тест однапред	Машки	89,59	5913,00	2502	-2,133	0,033	0,17
	Женски	74,12	6967,00				

Извор. Сопствено истражување

Со преглед на резултатите добиени во табела 33, може да се види дека резултатите на женските испитаници во однос на целта на користењето на Фејсбук се статистички значајно различни од оние на машките испитаници, имено кај варијаблите Играње игри (U=2505, z=-

2,674, p=0,007, p<0,05) и Препишувањето на тест/добивање тест однапред (U=2502, z=-2,133, p=0,033, p<0,05). Бидејќи распределбата на податоците на овие две групи не е симетрична (четвртата претпоставка од тестот Ман-Витни не е исполнета), резултатите треба да се толкуваат со користење на просечни рангови, кои покажуваат дека машките испитаници го користат Фејсбук во поголема мера за играње игри (90,61) од женските испитаници (74,15). Исто така, се покажа дека машките испитаници со просечен ранг од 89,59 го користеле Фејсбук повеќе за препишување на тест или добивање тест однапред, додека просечниот ранг за женските испитаници кај оваа варијабла беше 74,12. Беше пронајден мал ефект на полот врз користењето на Фејсбук за играње игри (r=0,21) и препишување на тест (r=0,17).

Истиот тест беше користен за да се провери дали искуствата на адолесцентите на оваа социјална мрежа се разликуваат во зависност од полот. Беше откриено дека постои статистички значајна разлика во шест варијабли:

- Некој ми испрати несоодветни фотографии (U=2260, z=-2,933, p=0,003, p<0,05),
- Мојот профил беше хакиран (U=2648, z=-2,070, p=0,038, p<0,05),
- Некој напиша негативни коментари за мене (U=2454,5, z=-2,529, p=0,011, p<0,05),
- Некој ме замоли за „лајк“ (U=2055, z=-3,467, p=0,001, p<0,05),
- Непознато лице ми испрати порака (U=1832, z=-4,417, p=0,000, p<0,01) и
- Непознато лице ме покани на состанок (U=2135,5, z=-3,487, p=0,000). p<0,01).

Просечниот ранг на машките испитаници, кој е 91,19, укажува дека тие добиваат несоодветни фотографии преку Фејсбук почесто од женските испитаници, чиј просечен ранг е 71,54. Големината на ефектот на полот врз оваа варијабла е средна и изнесува r=0,23. Спротивно на тоа, женските испитаници имаат повисок просечен ранг на резултатите кога станува збор за хакирање профили (84,33) во споредба со машките испитаници (73,74), што укажува дека адолесцентките се почесто жртви на вакви онлајн напади на Фејсбук. Големината на ефектот на полот врз ова искуство е мала (r=0,16). Понатаму, резултатите покажуваат дека негативните коментари за машките испитаници (89,24) може да се најдат почесто на Фејсбук отколку за женските испитаници (73,61), додека големината на ефектот на полот врз оваа варијабла е средна (r=0,20). Од друга страна, женските испитаници имаат повисок просечен ранг на резултатите поврзани со барањата од други корисници за

„лајкови“ (89,64), во споредба со машкиот дел од испитаниците (64,61). Беше утврдена средната големина на ефектот на полот, која изнесува r=0,28). Конечно, резултатите покажуваат дека женските испитаници се во поголема мера „цели“ на непознати лица, па затоа ги добиваат нивните пораки почесто (93,01) во споредба со машките испитаници (61,18), и почесто се поканети на состаноци од непознати лица (89,78) во споредба со машките испитаници (65,85). Големината на ефектот на полот врз примањето пораки од непознати лица (r=0,35), како и нивните покани за состаноци (r=0,28) е средна.

Табела 34. Резултати од тестот Ман-Витни во категоријата Искуства на Фејсбук во однос на варијаблата Пол (прикажани се само статистички значајни разлики)

Зависна варијабла	Пол	Просечен ранг	Сума на рангови	U	z	p	r
Некој ми испрати несоодветни фотографии	Машки	91,19	5836,00	2260	-2,933	0,003	0,23
	Женски	71,54	6725,00				
Мојот профил беше хакиран	Машки	73,74	4793,00	2648	-2,070	0,038	0,16
	Женски	84,33	7927,00				
Некој напиша негативни коментари за мене	Машки	89,24	5800,50	2454,5	-2,529	0,011	0,20
	Женски	73,61	6919,50				
Некој ме замоли за „лајк“	Машки	64,61	4135,00	2055	-3,467	0,001	0,28
	Женски	89,64	8426,00				
Непознато лице ми испрати порака	Машки	61,18	3977,00	1832	-4,417	0,000	0,35
	Женски	93,01	8743,00				
Непознато лице ме покани на состанок	Машки	65,85	4280,50	2135,5	-3,487	0,000	0,28
	Женски	89,78	8439,50				

Извор. Сопствено истражување

Резултатите презентирани во табела 35 покажуваат дека постои статистички значајна разлика во однесувањето на адолесцентите на Фејсбук врз основа на полот. Просечниот резултат од 89,57 укажува дека машките испитаници имаат поголема веројатност да им се

заканувааt на други корисници на Фејсбук (U=2575, z=-2,708, p=0,007, p<0,05) отколку женските испитаници (74,89). Големината на ефектот на полот врз заканите на Фејсбук е средна (r=0,21). Слично на тоа, машките испитаници имаат поголема веројатност да бараат од други корисници на Фејсбук да им испраќаат несоодветни фотографии (95,34) отколку женските испитаници (69,81; U=2121,5, z=-4,870, p=0,000, p<0,01), и да испраќаат несоодветни фотографии на други (86,90) отколку женските испитаници (76,01; U=2679,5, z=-2,359, p=0,018, p<0,05). Беше утврден голем ефект на полот врз барањето несоодветни фотографии (r=0,38) и среден ефект на полот врз нивното испраќање (r=0,19). Кога станува збор за пишување негативни коментари за другите (U=2664, z=-2,266, p=0,023, p<0,05), просечниот ранг на резултатот од 88,24 укажува на тоа дека машките испитаници почесто покажуваат такви однесувања од женските испитаници (75,84), додека големината на ефектот на полот врз оваа варијабла е средна (r=0,18). За разлика од претходно споменатите резултати, се покажа дека женскиот дел од испитаниците има повисок просечен ранг на резултатите (85,65) во споредба со машкиот дел (74,47) кога станува збор за барања за „лајкови“ (U=2711,5, z=-2,274, p=0,023, p<0,05), односно барање од други корисници на Фејсбук да означат објава со опцијата „ми се допаѓа“. Беше утврдена средната големина на ефектот на полот врз оваа варијабла (r=0,18).

Табела 35. Резултати од тестот Ман-Витни во категоријата „Однесување на Фејсбук“ во однос на варијаблата „Пол“ (прикажани се само статистички значајни разлики)

Зависна варијабла	Пол	Просечен ранг	Сума на рангови	U	z	p	r
Се заканив на некого	Машки	89,57	6001,00	2575	-2,708	0,007	0,21
	Женски	74,89	7040,00				
Побаравте од некого да ви испрати несоодветни фотографии	Машки	95,34	6387,50	2121,5	-4,870	0,000	0,38
	Женски	69,81	6492,50				
Испратив несоодветни фотографии до некого	Машки	86,90	5735,50	2679,5	-2,359	0,018	0,19
	Женски	76,01	7144,50				
Напишав негативни коментари за некого	Машки	88,24	5912,00	2664	-2,266	0,023	0,18
	Женски	75,84	7129,00				

Замолив некого за „лајк“	Машки	74,47	4989,50	2711,5	-2,274	0,023	0,18
	Женски	85,65	8051,50				

Извор. Сопствено истражување

Во категоријата ставови на испитаниците кон користењето на Фејсбук и влијанието на оваа социјална мрежа врз нивниот општествен живот, статистички значајни разлики се пронајдени помеѓу групите во однос на полот, во следните три варијабли: Се нервирам кога не можам да се најавам на Фејсбук (U=1854, z=-4,045, p=0,000, p<0,01), се чувствувам исцрпено по долго време поминато на Фејсбук (U=2240, z=-2,576, p=0,010, p<0,05) и поминувам премногу време на активности на Фејсбук (U=2296,5, z=-2,399, p=0,016, p<0,05). Просечниот резултат од 61,47 покажува дека машките испитаници се помалку оптоварени од неможноста за пристап до нивниот Фејсбук профил во споредба со женските испитаници (89,63). Големината на ефектот на полот врз оваа варијабла е средна (r=0,32). Резултатите исто така покажуваат дека исцрпеноста како резултат на долготрајна активност на Фејсбук е помала кај машките испитаници (67,50) отколку кај женските испитаници (85,38), додека големината на ефектот на полот врз исцрпеноста е средна (r=0,21). Конечно, машките испитаници се согласуваат во помала мера со тврдењето дека посветуваат премногу време на активности на Фејсбук (63,38) во споредба со женските испитаници (84,76). Средната големина на ефектот на полот врз споменатата варијабла беше одредена и изнесува r=0,19. Милер и сор. (2015) го започнаа своето истражување токму од хипотезата според која девојчињата се посклони кон развој на зависност од онлајн социјалните мрежи, што резултатите подоцна го потврдија. Затоа може да се заклучи дека резултатите добиени во ова истражување ја поддржуваат оваа хипотеза.

Табела 36. Резултати од тестот Ман-Витни во категоријата ставови на испитаниците кон користењето на Фејсбук и влијанието на оваа социјална мрежа врз нивниот општествен живот во однос на варијаблата Пол (прикажани се само статистички значајни разлики)

Зависна варијабла	Пол	Просечен ранг	Сума на рангови	U	z	p	r
	Машки	61,47	3934,00	1854	-4,045	0,000	0,32

Се нервирам кога не можам да се најавам на Фејсбук	Женски	89,63	8156,00				
Се чувствувам исцрпено откако поминав долго време на Фејсбук	Машки	67,50	4320,00	2240	-2,576	0,010	0,21
	Женски	85,38	7770,00				
Премногу време поминувам на активности на Фејсбук	Машки	63,38	4376,50	2296,5	02,399	0,016	0,19
	Женски	84,76	7713,50				

Извор. Сопствено истражување

Разлики во навиките и однесувањата на адолесцентите на Фејсбук врз основа на возраста

Покрај родовите разлики, статистички значајни разлики се пронајдени и во однос на klasot што го посетувале испитаниците, во однос на неколку варијабли (табела 37). Резултатите покажуваат дека испитаниците кои посетувале 4 клас (92,26) го користат Фејсбук за учење во поголема мера ($U=2374,5$, $z=-3,062$, $p=0,002$, $p<0,05$) од испитаниците од 1 клас (70,94). Големината на ефектот на оценката врз користењето на Фејсбук за учење е средна ($r=0,24$).

Просечниот ранг на резултатите од 87,32 укажува дека учениците од 4 клас биле почесто мети на злоупотреба ($U=2598$, $z=-2,113$, $p=0,035$, $p<0,05$) во споредба со учениците од 1 клас (73,30), односно дека имале поголемо искуство во комуникацијата со луѓе кои погрешно се претставуваат себеси. Беше утврдена средната големина на ефектот на варијаблата Оцена врз искуството со лов на сом ($r=0,17$).

Конечно, потребно е да се истакнат резултатите што покажуваат дека испитаниците од завршните одделенија во средно училиште (84,70) претпочитаат да се дружат со пријателите лично отколку преку Фејсбук ($U=2501,5$, $z=-2,074$, $p=0,038$, $p<0,05$), во споредба со учениците од прво одделение кои се согласуваат со ова тврдење во помала мера (71,88). Големината на ефектот на оценката врз оваа варијабла е средна ($r=0,17$). Не се пронајдени статистички значајни разлики кај другите варијабли.

Табела 37. Резултати од тестот Ман-Витни за разликите во навиките и однесувањата на адолесцентите на Фејсбук во однос на варијаблата Клас (прикажани се само статистички значајни разлики)

Зависна варијабла	Пол	Просечен ранг	Сума на рангови	U	z	p	r
Цел за користење на Фејсбук: Учење	1 клас	70,94	6029,50	2374,5	-3,062	0,002	0,24
	4 клас	92,26	7011,50				
Животни искуства на Фејсбук: Catfishing	1 клас	73,30	6084,00	2598	-2,113	0,035	0,17
	4 клас	87,32	6636,00				
Ставови за Фејсбук: Претпочитам да се дружам со пријатели лично	1 клас	71,88	5822,50	2501,5	-2,074	0,038	0,17
	4 клас	84,70	6267,50				

Извор. Сопствено истражување

Разлики во навиките и однесувањата на адолесцентите на Фејсбук врз основа на училиштето

Бидејќи предусловите за параметарска анализа не беа исполнети (податоците не следеа нормална распределба), беше спроведен тест на Крускал-Валис (Kruskal-Wallis) за да се утврди дали постојат разлики во навиките и однесувањата на адолесцентите на Фејсбук според училиштето што го посетувале. Бидејќи распределбата на податоците не беше симетрична, резултатите ќе бидат толкувани со користење на просечни рангирања.

Во категоријата на податоци поврзани со целта на користење на Фејсбук, беше утврдено дека постои статистички значајна разлика помеѓу групите на варијаблата Комуникација со дечко/девојка (χ^2=(3,N=157)=7,843, p<0,05). Варијаблата Училиште објаснува 5% од варијансата на зависната варијабла што ја мерење целта на користењето на Фејсбук

(η^2=0,050). Беа спроведени повеќекратни споредбени тестови со користење на тестот Ман-Витни У (Mann-Whitney U) со корекција на Бонферони (Bonferroni) за контрола на алфа грешката, а резултатите покажаа дека учениците од СУГС „Орце Николов“ - Скопје го користат Фејсбук почесто за комуникација со партнер (44,29) во споредба со учениците од СУГС „Никола Карев“ (31,41). Немаше статистички значајни разлики меѓу другите групи[4].

Податоците за искуствата и однесувањата на адолесцентите на оваа социјална мрежа покажуваат дека постои статистички значајна разлика меѓу групите на варијаблата Некој ја објави мојата фотографија без дозвола (χ^2(3,N=159)=12,755, p<0,05), при што Училиштето објаснува 8% од варијансата на оваа зависна варијабла (η^2=0,080). Тестот Ман-Витни У (Mann-Whitney U) утврди дека учениците од СУГС „Никола Карев“ го имале опишаното искуство на Фејсбук почесто (46,60) во споредба со учениците од СУГС „Орце Николов“ (30,78) и СУГС „Марија Кири - Склодовска“ (37,42). Нема статистички значајни разлики меѓу другите групи. Понатаму, статистички значајна разлика беше пронајдена помеѓу групите на варијаблата Објавување туѓа фотографија без дозвола (χ^2(3,N=160)=15,528, p<0,05), при што варијаблата Училиште објаснува 10% од варијансата на зависната варијабла (η^2=0,097).

Резултатите од тестот Ман-Витни У (Mann-Whitney U) покажуваат дека учениците од СУГС Орце Николов објавуваат фотографии од други на Фејсбук поретко без нивна дозвола (30,73) во споредба со учениците од СУГС „Никола Карев“ (46,65) и СУГС „Георги Димитров“ (45,98). Не беа пронајдени статистички значајни разлики во споредба со другите групи. Конечно, статистички значајни разлики беа пронајдени помеѓу групите на варијаблата Се чувствувам исцрпено по долг престој на Фејсбук (χ^2(3,N=155)=13,523, p<0,05), при што Училиштето објаснува 9% од варијансата на зависната варијабла (η^2=0,087). Тестот Ман-Витни У (Mann-Whitney U) утврди дека учениците од СУГС „Никола Карев“ се согласиле со тврдењето во поголема мера (46,80) во споредба со учениците од СУГС „Орце Николов“ (29,62) и СУГС „Георги Димитров“ (31,41). Не се пронајдени статистички значајни разлики помеѓу другите групи.

[4] Хипотезите беа тестирани во однос на коригираното ниво на значајност p (со оглед на тоа што постојат 4 групи на податоци или 6 пара споредби, вистинското p не е <0,05, туку <0,05/6 или p<0,008).

Табела 38. Резултати од тестот Крускал-Валис (Kruskal-Wallis) за разликите во навиките и однесувањата на адолесцентите на Фејсбук врз основа на училиштето што го посетуваат (прикажани се само варијаблите со статистички значајни разлики)

Зависна варијабла	χ^2	N	p	η^2
Цел на користење на Фејсбук: Комуникација со дечко/девојка	7,843	157	0,049	0,050
Искуства на Фејсбук: Некој објави фотографија од мене без моја дозвола	12,755	159	0,005	0,080
Однесување на Фејсбук: Објавување фотографии од други луѓе без нивна дозвола	15,528	160	0,001	0,097
Ставови кон користењето на Фејсбук: Се чувствувам исцрпено кога поминувам долго време на Фејсбук	13,523	155	0,004	0,087

Извор. Сопствено истражување

Со оглед на презентираните податоци, почетната претпоставка дека нема разлики во навиките и однесувањата на адолесцентите на социјалната мрежа Фејсбук во однос на возраста, полот и училиштето што го посетуваат може да се побие, бидејќи се пронајдени статистички значајни разлики меѓу групите во однос на сите три независни варијабли.

Врската помеѓу сликата за себе, формирањето на личниот идентитет и однесувањето на адолесцентите на Фејсбук

Една од истражувачките задачи беше да се испита дали постои врска помеѓу различните димензии на сликата за себе, формирањето на личниот идентитет и однесувањето на адолесцентите на социјалната мрежа Фејсбук, односно дали постои врска помеѓу:

- општата перцепција на адолесцентите за самовредност и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;
- самопроценките на адолесцентите за социјалните компетенции и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;

- самопроценките на адолесцентите за блиските пријателства и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;
- самопроценките на адолесцентите за физичкиот изглед и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;
- самопроценките на адолесцентите за романтичната привлечност и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;
- самопроценките на адолесцентите за сопственото однесување и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;
- самопроценките на адолесцентите за академската компетентност и нивните навики и однесување на социјалните мрежи;

Се претпоставува дека не постои корелација помеѓу горенаведените аспекти на сликата за себе, формирањето на личниот идентитет и навиките и однесувањето на адолесцентите на социјалната мрежа Фејсбук. Резултатите ќе бидат презентирани поединечно за секоја подскала или аспект на сликата за себе. Во случај на корелации, тие ќе бидат толкувани според следните вредности:

Табела 39. Вредности за толкување на јачината на корелацијата

Предзнак	Поврзаност			
	Силна	Умерена	Слаба	Многу слаба/нема поврзансот
+	0,5 - 1,0	0,3 - 0,49	0,1 - 0,29	0 - 0,09
-	-1,0 - -0,5	-0,49 - -0,3	-0,29 - -0,01	-0,09 - 0

Извор. Авторот

Општа самодоверба

Спирмановиот коефициент на корелација (r) беше пресметан за да се утврди дали постои статистички значајна разлика помеѓу општата слика за себе, формирањето на личниот идентитет и навиките и однесувањата на Фејсбук. Резултатите покажуваат дека постои

слаба, но статистички значајна и позитивна корелација помеѓу варијаблите *Општа самодоверба* и *Број на пријатели од реалниот живот* (r=0,184, p<0,05 (p=0,032)). Повисоката општа самодоверба е поврзана со поголем број пријатели од реалниот живот. Интересно е што оваа подскала е поврзана со бројот на пријатели од реалниот живот, но не и со бројот на пријатели на Фејсбук, што укажува на потребата од подлабоко истражување на прашањето за создавање пријателства во реални и онлајн средини.

Понатаму, беше откриено дека постои статистички значајна и негативна корелација помеѓу варијаблите *Општа самодоверба* и *Некој шири лажни информации за мене* (r=-0,165, p<0,05 (p=0,038)), од што следува дека повисоката општа самодоверба е поврзана со поретко искуство со ширење лажни информации за таа личност на социјалните мрежи. Сепак, ова е слаба корелација.

Во категоријата однесување на социјалните медиуми, статистички значајна и негативна, но слаба корелација беше пронајдена помеѓу варијаблите *Општа самодоверба* и *Промена на мислењето* за некого поради објава (r=-0,164, p<0,05 (p=0,038)). Повисоката општа самодоверба е поврзана со поретки промени во мислењето за поединците врз основа на нивните објави на Фејсбук.

Конечно, статистички значајна и негативна корелација беше пронајдена помеѓу варијаблите *Општа самодоверба* и *Не би можел да функционирам без Фејсбук* (r=-0,178, p<0,05 (p=0,027)). Корелацијата е слаба, и колку е поголема општата самодоверба на поединецот, толку полесно му е да функционира без Фејсбук.

Ова е во согласност со резултатите добиени од Ho, Lwin и Lee (2017), според кои поединците со повисока самодоверба имаат поголема способност да ја одржат самоконтролата во контекст на користењето медиуми и се помалку склони кон развој на овој вид зависност, што би значело дека тоа позитивно влијае на формирањето на личниот идентитет. Од друга страна, постојат истражувања кои сугерираат дека лицата со повисоко самопочитување имаат поголема веројатност да претераат со користењето на онлајн социјалните мрежи, т.е. имаат склоност кон зависност (Barker, 2009; Zhang и други, 2011; Zywica и Danowski, 2008, според Ho et al., 2017).

Некои истражувачи наоѓаат објаснување во фактот дека посамоуверените лица почесто ги користат онлајн социјалните мрежи за да ја изразат својата привлечност (Kapidzic, 2013, според Но и други, 2017), додека други студии не пронаоѓаат никаква врска помеѓу самодовербата и употребата, или зависноста, на онлајн социјалните мрежи (Baker и White, 2010; Skues, Williams, Wise, 2012; Wilson и други, 2010, според Но et al., 2017).

Muller и други (2015) пронашле врска помеѓу прекумерната употреба на онлајн социјалните мрежи и послабите резултати во процесот на учење, како и проблемите со интернализирање кај адолесцентите, нарцизмот и нарушувањата на личноста. Се чини дека резултатите од истражувањето сè уште не се доволно конзистентни за да се извлечат конкретни заклучоци на оваа тема.

Социјални компетенции

Спирмановиот коефициент на корелација (r) беше пресметан за да се утврди дали постои статистички значајна разлика помеѓу самопроценката на социјалните компетенции и навиките и однесувањето на Фејсбук кај адолесцентите. Резултатите покажуваат дека постои статистички значајна и позитивна корелација помеѓу варијаблите *Социјални компетенции* и *Број на пријатели во реалниот живот* ($r=0{,}243$, $p<0{,}01$ ($p=0{,}005$)). Корелацијата помеѓу варијаблите е слаба. Подобрите социјални компетенции се поврзани со поголем број пријатели во реалниот живот. Овие резултати се очекувани и не треба да се објаснуваат подетално. Сепак, потребно е да се разгледа недостатокот на корелација помеѓу самопроценката на социјалните компетенции и бројот на пријатели на Фејсбук, што би можело да укаже дека истите принципи за формирање социјални врски во реални и онлајн средини не важат. Сепак, за да се извлечат конкретни заклучоци, ова прашање треба да се истражи подетално.

Во категоријата *Цел на користење на Фејсбук*, пронајдена е статистички значајна и позитивна корелација помеѓу варијаблите *Социјални компетенции* и *Комуникација со дечко/девојка* ($r=0{,}162$, $p<0{,}05$ ($p=0{,}042$)), и помеѓу варијаблите *Социјални компетенции* и *Мамење на тест/полагање етст однапред* ($r=0{,}206$, $p<0{,}01$ ($p=0{,}009$)). Во двата случаи, корелацијата е слаба. Податоците покажуваат дека подобрите социјални компетенции се

поврзани со почесто користење на Фејсбук за комуникација со партнер или за мамење на испит или полагање испит однапред. Покрај тоа, пронајдена е статистички значајна и позитивна, но слаба корелација помеѓу варијаблите *Социјални компетенции* и *Фејсбук го прави мојот социјален живот подобар* (r=0,190, p<0,05 (p=0,018)). Подобрите социјални компетенции се поврзани со поголемо согласување со наведеното тврдење, т.е. поединец со подобро развиени социјални компетенции е поверојатно да верува дека Фејсбук позитивно придонесува за неговиот или нејзиниот социјален живот, што може да се протолкува како поситивен фактор кој влијае при формриањето на личниот идентитет кај адолесцентите.

Блиски пријателства

Спирмановиот коефициент на корелација (r) беше пресметан за да се утврди дали постои статистички значајна разлика помеѓу самооценувањето на адолесцентите на подскалата Блиски пријателства и нивните навики и однесувања на социјалната мрежа Фејсбук. Резултатите покажуваат дека постои статистички значајна и позитивна корелација помеѓу варијаблите *Блиски пријателства* и *Број на пријатели во реалниот живот* (r=0,179, p<0,05 (p=0,038)). Корелацијата е слаба, а повисокиот резултат на подскалата Блиски пријателства е поврзан со поголем број пријатели во реалниот живот.

Исто така, беше пронајдена статистички значајна, негативна и слаба корелација помеѓу варијаблите *Блиски пријателства* и *Значењето на голем број пријатели: дека лицето сака да биде популарно* (r=-0,256, p<0,01 (p=0,003)). Подобрата самооценка на подскалата *Блиски пријателства* е поврзана со помала согласност во мислењето дека лице со голем број пријатели на Фејсбук сака да биде популарно. Пресметката на Спирмановиот коефициент на корелација (r) откри статистички значајна и позитивна, но слаба, корелација помеѓу варијаблите *Блиски пријателства* и *Цел на користење на Фејсбук: Запознавање нови луѓе* (r=0,169, p<0,05 (p=0,032)), што укажува дека повисоките резултати на подскалата *Блиски пријателства* се поврзани со почеста употреба на Фејсбук со цел запознавање нови луѓе, што секако има свое влијание при фомриањето на личниот идентитет кај адолесцентите.

Конечно, исто така беше утврдено дека постои статистички значајна корелација помеѓу подскалата *Блиски пријателства* и две варијабли во категоријата ставови на испитаниците

кон користењето на Фејсбук и влијанието на оваа социјална мрежа врз нивниот социјален живот: *Претпочитам да се дружам со пријатели лично* (r=0,160, p<0,05 (p=0,046)) и *Не би можел да функционирам без Фејсбук* (r=-0,163, p<0,05 (p=0,044)). Повисоките резултати на оваа подскала се поврзани со посилна преференција за дружење лично во однос на онлајн средини и помало согласување со исказот Не би можел да функционирам без Фејсбук. Оттука, може да се заклучи дека социјалните мрежи имаат умерена но значајна улога при формирањето на личниот идентитет кај адолесцентите. Адолесцентите повеќе ги преферираат личните контакти, во спроедба со контактите на социјалните медиуми.

Физички изглед

Спирмановиот коефициент на корелација (r) беше пресметан за да се утврди дали постои статистички значајна разлика помеѓу самооценувањето на физичкиот изглед на адолесцентите и нивните навики и однесувања на Фејсбук. Резултатите покажуваат дека постои статистички значајна и негативна, но слаба корелација помеѓу варијаблите *Физички изглед* и *Фотографии: Што правам моментално* (r=-0,209, p<0,05 (p=0,025)). Подобрата самооценување на физичкиот изглед е поврзана со поретко објавување фотографии што покажуваат што прави корисникот моментално.

Романтична привлечност

Спирмановиот коефициент на корелација (r) беше пресметан за да се утврди дали постои статистички значајна разлика помеѓу самооценувањето на адолесцентите на подскалата Романтична привлечност и нивните навики и однесувања на социјалната мрежа Фејсбук. Резултатите покажуваат дека постои статистички значајна и позитивна корелација помеѓу варијаблите *Романтична привлечност* и *Цел на користење на Фејсбук: Комуникација со дечко/девојка* (r=0,328, p<0,01 (p=0,000)). Врската е делумна, а повисоките резултати на гореспоменатата подскала се поврзани со почеста употреба на Фејсбук за комуникација со партнер, што има своевидна улога при формирањето на личниот идентитет кај адолесцентите.

Регулација на однесувањето

Спирмановиот коефициент на корелација (r) беше пресметан за да се утврди дали постои статистички значајна разлика помеѓу самопроценките на адолесцентите на подскалата Регулација на однесувањето и нивните навики и однесувања на Фејсбук. Се покажа дека со оваа подскала се утврдени поголем број статистички значајни корелации, а тие ќе бидат презентирани подолу во однос на категориите на податоци за навиките и однесувањата на Фејсбук.

Во категоријата *Профил на корисникот*, резултатите покажуваат дека постои статистички значајна и негативна корелација помеѓу варијаблите *Регулација на однесувањето* и *Број на отворени профили* (r=-0,211, p<0,01 (p=0,008)). Корелацијата е слаба, а повисок резултат на подскалата *Регулација на однесувањето* е поврзан со помал број на отворени профили во периодот откако поединецот го користи Фејсбук.

Во категоријата пријателство на Фејсбук, беше пронајдена статистички значајна и позитивна корелација помеѓу варијаблите *Регулација на однесувањето* и *Критериуми за прифаќање на пријатели: Интересен профил* (r=0,240, p<0,01 (p=0,002)) и *Критериуми за прифаќање на пријатели: Атрактивна фотографија на профилот* (r=0,193, p<0,05 (p=0,015)). Во двата случаи, корелацијата е слаба. Повисок резултат на оваа подскала е поврзан со почесто прифаќање на пријатели на Фејсбук врз основа на интересен кориснички профил или атрактивна фотографија на профилот.

Исто така, беше пронајдена статистички значајна корелација помеѓу самопроценката на *Регулацијата на однесувањето* и варијаблата *Прифаќање на странци како пријатели на Фејсбук* (r=0,194, p<0,05 (p=0,014)). Корелацијата е позитивна, но слаба. Повисоката самопроценка на однесувањето е поврзана со почесто прифаќање на странци како пријатели на оваа социјална мрежа.

Во категоријата *Цел на користење на Фејсбук*, постои статистички значајна и негативна корелација помеѓу варијаблите *Регулирање на однесувањето* и *Препишување на тест/добивање на тест однапред* (r=-0,173, p<0,05 (p=0,029)). Корелацијата е слаба, а повисокиот резултат на подскалата е поврзан со поретко користење на Фејсбук како алатка за препишување на испит или добивање на испитни материјали однапред.

Во категоријата поврзана со содржината споделена од корисниците на Фејсбук, пронајдена е статистички значајна и негативна, но слаба корелација помеѓу варијаблите *Регулирање на однесувањето* и *Фотографии: Јас и семејството* (r=-0,208, p<0,05 (p=0,024)). Повисок резултат за самооценување на сопственото однесување е поврзан со поретко објавување фотографии на кои се прикажани корисникот и членовите на неговото семејство.

Исто така, постои статистички значајна и позитивна корелација помеѓу истата подскала и варијаблата *Фотографии: Слики од ноќни излегувања* (r=0,234, p<0,05 (p=0,011)). Наведената корелација е слаба. Повисок резултат на оваа подскала е поврзан со почесто објавување фотографии направени за време на ноќни излегувања.

Кога станува збор за корелацијата помеѓу регулацијата на однесувањето и искуствата што адолесцентите ги имале на оваа социјална мрежа, пронајдени се неколку статистички значајни корелации. Имено, постои статистички значајна и негативна корелација помеѓу варијаблата *Регулирање на однесувањето* и варијаблата *Некој ми се закани* (r=-0,181, p<0,05 (p=0,023)). Повисок резултат на оваа подскала е поврзан со помала стапка на закани што ги доживува поединецот преку Фејсбук.

Понатаму, Регулацијата на однесувањето е статистички значајно и негативно поврзана со варијаблата *Некој шири лажни информации за мене* (r=-0,244, p<0,01 (p=0,002)). Повисок резултат на подскалата е поврзан со помала согласност со наведената изјава. Понатаму, беше пронајдена статистички значајна и негативна корелација помеѓу истата подскала и варијаблите *Некој ме замоли да му испратам несоодветни фотографии* (r=-0,229, p<0,01 (p=0,004)) и *Некој ми испрати несоодветни фотографии* (r=-0,160, p<0,05 (p=0,045)). Повисок резултат за самопријавена регулација на однесувањето беше поврзан со помало искуство со примање несоодветни фотографии преку Фејсбук, како и помало искуство со примање барања за испраќање таква содржина до други корисници.

Беше пронајдена статистички значајна и негативна корелација помеѓу самопријавеното однесување и варијаблата *Некој создал лажен профил и се претставил на другите како мене* (r=-0,176, p<0,05 (p=0,026)), при што повисокиот самопријавен резултат е поврзан со помалку искуство со „кражба на идентитет преку интернет“. Исто така, статистички значајна и негативна корелација помеѓу варијаблите *Регулирање на однесувањето* и *Некој*

напишал негативни коментари за мене (r=-0,170, p<0,05 (p=0,033)) укажува дека повисокиот резултат на гореспоменатата подскала е поврзан со поретки негативни коментари за поединецот.

Конечно, беше утврдено дека постои статистички значајна и негативна корелација помеѓу самопроценката на однесувањето на адолесцентите и варијаблите *Непознато лице ми испрати порака* (r=-0,212, p<0,01 (p=0,007)) и *Непознато лице ме покани на состанок* (r=-0,196, p<0,05 (p=0,013)). Повисокиот резултат за самооценување е поврзан со поретки ситуации во кои непознати лица се обидуваат да го контактираат поединецот преку оваа социјална мрежа.

Исто така, беа пронајдени голем број статистички значајни корелации помеѓу самопријавената регулација на однесувањето и однесувањето на Фејсбук. Постои статистички значајна и негативна корелација помеѓу варијаблите *Регулација на однесувањето* и *Претев на некој* (r=-0,284, p<0,01 (p=0,000)). Повисоките резултати на оваа подскала се поврзани со поретки закани кон други корисници на мрежата.

Слично, беше пронајдена статистички значајна и негативна корелација помеѓу варијаблите *Регулација на однесувањето* и *Ширење лажни информации за другите* (r=-0,207, p<0,05 (p=0,008)), што значи дека повисокиот резултат на варијаблата *Регулација на однесувањето* е поврзан со поретко ширење лажни информации за други луѓе преку Фејсбук.

Статистички значајна и негативна корелација беше утврдена и помеѓу подскалата за регулирање на однесувањето и три варијабли поврзани со однесувањата во контекст на споделување фотографии: *Побарал од некого да ви испрати несоодветни фотографии* (r=-0,190, p<0,05 (p=0,016)), *Испрател некому несоодветни фотографии* (r=-0,176, p<0,05 (p=0,026)) и *Објавил провокативна фотографија за профилна слика* (r=-0,176, p<0,05 (p=0,025)). Повисок резултат на споменатата подскала е поврзан со поретка манифестација на однесување, како што е барање од други корисници да испратат несоодветни фотографии, испраќање такви фотографии до други и поставување несоодветна или провокативна фотографија како профилна слика на Фејсбук профил.

Понатаму, постои статистички значајна и негативна корелација помеѓу истата подскала и варијаблите *Комуницирав со непознат* (r=-0,271, p<0,01 (p=0,001)) и *Договорив состанок со*

непознат (r=-0,234, p<0,01 (p=0,003)). Повисоките резултати за самооценување на сопственото однесување се поврзани со поретка комуникација и договарање средби со странци преку Фејсбук.

Статистички значајна и негативна корелација е пронајдена помеѓу варијаблите *Регулирање на однесувањето* и *Хакирав нечиј профил* (r=-0,181, p<0,05 (p=0,022)), од што следува дека повисоките резултати на оваа подскала се поврзани со поретко „пробивање“ на корисничките профили на други луѓе на Фејсбук. Конечно, статистички значајна и негативна корелација е пронајдена помеѓу варијаблите *Регулирање на однесувањето* и *Променето мислење за пријател поради една од неговите објави* (r=-0,254, p<0,01 (p=0,001)). Повисок резултат на самооценување на адолесцентите на оваа подскала е поврзан со поретки промени во мислењето за некоја личност врз основа на објави на Фејсбук.

Иако сите горенаведени корелации се слаби, потребно е да се нагласи улогата на оваа подскала, односно самооценување на регулирањето на однесувањето, врз искуствата и однесувањето на адолесцентите на Фејсбук. Најголем број статистички значајни корелации се пронајдени во однос на оваа подскала, што наметнува потреба од понатамошно истражување и утврдување на насоката на поврзувањето.

Училишна компетенција

Спирмановиот коефициент на корелација (r) беше пресметан за да се утврди дали постои статистички значајна разлика помеѓу самооценувањето на адолесцентите на подскалата Училишна компетенција и нивното однесување и навики на социјалната мрежа Фејсбук. Резултатите покажуваат дека не постои статистички значајна врска помеѓу горенаведените конструкции.

Конечно, треба да се напомене дека последната хипотеза беше во голема мера побиена (биле пронајдени корелации помеѓу сите подскали на самооценување и навики и однесување на Фејсбук, освен подскалата Училишна компетенција), иако од сето погоре може да се забележи дека статистички значајните корелации пронајдени помеѓу различните аспекти на

самосликата на адолесцентите и навиките и однесувањето на онлајн социјалната мрежа Фејсбук се претежно слаби.

И покрај ова, пронајден е значителен број корелации помеѓу подскалата Регулирање на однесувањето и варијаблите во многу категории на користење на Фејсбук. За да се потврди постоењето на врска помеѓу горенаведените конструкции, потребни се дополнителни истражувања, кои би обезбедиле подобар увид во проблемот и би го олесниле неговото разбирање. Доколку се покаже дека навистина постои врска, потребно е да се утврди нејзината насока, а овие податоци би послужиле за спречување на непожелните ефекти од онлајн социјалните мрежи, како и несоодветното однесување во онлајн средината.

7. Психолошки и педагошки импликации

Потребно е да се разгледа оваа тема и презентираните резултати од педагошка перспектива, во два аспекта: воспитување и образование.

Главната идеја поврзана со воспитувањето во контекст на оваа тема се однесува на промените во родителската улога предизвикани од развојот на информатичката и комуникациската технологија. Имено, таа значително ја прошири „областа на дејствување“ на родителите, бидејќи тие сега мора да ги следат своите деца не само во реалната, туку и во онлајн средината. Колку се постари децата, толку потешка станува оваа задача. За разлика од помладите деца, автономијата и односите со врсниците се важни за адолесцентите. Покрај оддалечувањето од родителите, треба да се земе предвид и дека во адолесценцијата тие веќе имаат свои мобилни телефони, таблети, компјутери итн., до кои родителите имаат ограничен или никаков пристап. Затоа, секоја фаза од развојот на детето сега носи поголем пристап до технологијата и медиумите, а со тоа и нови предизвици за родителите. Како единствен начин за справување со овие предизвици, авторката Lim (2016) го истакнува феноменот на трансцендентно родителство, кој се манифестира на три начина (Lim, 2016: 8):

- *Надминување на различни медиумски средини:*

Родителите можат да ги постават условите и да го следат користењето на технологијата и медиумите од страна на нивното дете до одреден степен во домашната средина. Сепак, ситуацијата надвор од домот е многу посложена, бидејќи детето е во средини каде што родителите имаат мала контрола. Со оглед на денешната сеприсутност на технологијата, родителите треба да најдат начин да ги надминат овие ограничувања и да ги насочат децата ефикасно да ја користат технологијата и медиумите, избегнувајќи ризици и опасности.

- *Надминување на онлајн и офлајн социјалната средина на детето:*

  Развојот на технологијата им овозможи на децата бројни можности да комуницираат со другите, што носи нови предизвици што родителството мора да ги надмине. Социјалните интеракции во онлајн средината имаат свои правила и норми, и од суштинско значење е родителите да бидат запознаени со ова, како и со потенцијалните опасности од онлајн комуникацијата, и да го разберат влијанието на технологијата врз социјализацијата на децата. Покрај тоа, родителите мора да воспостават однос со детето за да знае дека има некого на кого секогаш може да му се довери.

- *Надминување на безвременското време („timeless time“):*

  Технологијата го промени начинот на кој поединците ги организираат своите животи, кој сега е прилагоден на „безвременското време“. Според тоа, родителите денес не можат да „одморат“ од своите должности дури и кога нивното дете не е во близина, туку се постојано достапни поради мобилните телефони и другата технологија, и затоа постојано се „во мирување“. Иако технологијата им овозможила да ги водат своите деца во секое време и без разлика колку се далеку, од друга страна ги лишила родителите од време за себе, тврди Lim (2016).

Трансценденталното родителство, според горенаведеното, може да вклучува употреба на разни алатки за да им се помогне на родителите да ја одржат контролата врз однесувањето на своите деца, како што се инсталирање апликации што можат да го следат детето, да ја проверуваат историјата на веб-прелистувачите, пораките итн. (Lim, 2016). Иако главната цел е безбедноста на детето, употребата на горенаведените алатки го поставува прашањето за нарушување на приватноста на детето. Многу поприфатлива опција би била родителите да се обидат да му пренесат на детето одредени вредности и вештини преку воспитувањето

што ќе му помогнат соодветно да се справи со предизвикувачките ситуации во иднина, како во реални, така и во онлајн средини. Задачата на родителите, но и на образовните работници, е да го водат детето на неговиот пат кон зрелоста, на таков начин што ќе се развие во независна индивидуа, опремена со знаења и вештини што ќе му овозможат да се справи со различни животни ситуации. Во средина карактеризирана со информатичка и комуникациска технологија, потребно е детето да биде свесно за разликата помеѓу реалноста и виртуелниот свет и да му се помогне да развие позитивна слика за себе и самодоверба без оглед на реакциите на онлајн персоните. Ова неизбежно ја менува улогата на стручните соработници во образовните институции. Од суштинско значење е експертите кои работат со деца да го разберат влијанието на технологијата врз нивните животи, или поточно како технологијата го менува развојот на детето, особено во однос на формирањето на личниот идентитет и самосликата.

Затоа е потребно да се едуцираат родителите, но и вработените во образовните институции, за прашањата поврзани со повеќекратните влијанија на информатичко-комуникациската технологија врз развојот и секојдневниот живот на децата и младите. Ова е единствениот начин да им се овозможи да станат водичи кои ќе им помогнат на децата да го извлечат најдоброто од користењето на технологијата и да ги избегнат сите потенцијални ризици и опасности што ги крие.

Од образовна перспектива, потребно е да се земе предвид потенцијалот на образовните институции во однос на подигање на свеста и едукација на заедницата со цел побезбедно користење на интернетот. Подолу се дадени неколку препораки кои можат да ги водат активностите на образовните актери во оваа област:

- *Информирајте ги и едуцирајте ги децата и родителите за безбедно користење на интернет*

  Образовните институции, особено училиштата, можат да направат многу во овој поглед, особено преку соработка со други организации кои се стремат кон истата цел. Иако информатиката се изучува како изборен предмет од петто до деветто одделение во македонските училишта, или како воннаставна активност од прво одделение, темата за безбедноста на интернет не е вклучена во таа наставна програма

(Вељановска, 2022). Во контекст на едукација на децата и младите, примарната цел би била да се воведе наставна програма фокусирана на предавање за безбедност на интернет. Дотогаш, училишниот персонал е оставен на сопствената добра волја и напор да ги освести учениците за опасностите што ги претставува интернетот и да развие вештини за негово безбедно користење. Тие можат да го постигнат ова, на пример, преку разни работилници на темата. Подеднакво важно е информирањето и едукацијата на родителите, кои самите мора да бидат добро запознаени со проблемите на интернетот, социјалните мрежи и сè што тие носат за да можат да им помогнат на сопствените деца. Во овој поглед, на образовниот персонал може да им помогнат Препораките за заштита на децата и безбедно користење на електронските медиуми (Агенција за електронски комуникации, 2016), како и многу други извори што содржат брошури, прирачници, образовни пакети, примери на работилници и слично.

- *Поттикнување на развојот на позитивна слика за себе кај децата и адолесцентите*
  Образовните професионалци, исто така, можат да влијаат на развојот на сликата за себе кај учениците. Пожелно е да се охрабрат да се истражуваат себеси со цел да ја откријат сопствената личност и да создадат слика за себе. Иако наставниците и предавачите не можат да посветат многу време на секој ученик поединечно, тие можат, на пример, да поттикнат самоевалуација во училницата, да дадат позитивни повратни информации или конструктивна критика за нивното однесување и училишна работа и да поттикнат меѓусебно почитување и ценење. Во контекст на содржините поврзани со Интернет, социјалните мрежи на интернет и слично, потребно е учениците да бидат свесни за разликата помеѓу нивната вистинска личност и презентацијата на интернет, како и да се поттикне развојот на критичко размислување во однос на содржината на интернет и нејзиното значење за развојот на сликата за себе. Работата на стручните соработници, исто така, игра одредена улога во развојот на идентитетот и сликата за себе. Од перспектива на едукаторите, акцијата за поттикнување на развојот на позитивна самоконцепција може да се реализира преку директна работа со учениците (на пр. работилници) и советодавна работа.

- *Организирање на слободното време на децата и адолесцентите*

  Потребно е слободното време на децата и адолесцентите да се организира на начин што нуди можности за задоволување на различни потреби и интереси. Ваквите активности треба да бидат фокусирани на одмор, забава и личен развој (Секуловска, 2020). Со квалитетно поминување на слободното време, може да се спречат разни непожелни и општествено неприфатливи однесувања, вклучително и прекумерна употреба на интернет и онлајн социјални мрежи и развој на зависност. Сепак, начините на кои се поминува слободното време зависат од многу фактори, како што се околината, постојните понуди, финансиските можности итн. (Секуловска, 2020), а со оглед на капацитетите, може да се претпостави дека училиштата имаат мала можност да дејствуваат во оваа област.

- Поттикнување на дружење

  Присуството на интернет и појавата на онлајн социјалните мрежи влијаеја на трансферот на социјалните односи од реалниот во виртуелниот свет и на овој начин значително ја намалија културата на дружење. Во училиштето, развојот на меѓусебни односи и комуникација може да се поттикне, на пример, преку групни активности. Сепак, надвор од училишната зграда, влијанието на училиштето врз овој аспект од животот на учениците престанува. Затоа, засегнатите страни во локалните заедници треба да се справат и со ова прашање и покрај кафулињата, парковите и улиците, да најдат простори каде што децата и младите, но и граѓаните воопшто, можат да се дружат. Планирањето активности што ги зближуваат поединците со слични интереси и цели би помогнало во поттикнувањето на повторниот развој на културата на дружење.

8. Заклучок

Резултатите од студијата, во која учествувале ученици од четири средни училишта во Скопје, покажаа дека адолесцентите имаат позитивна слика за себе (со индивидуални разлики) и тоа позитивно влијае на формирањето на личниот идентитет, што ја потврди првата хипотеза. Нивната самоперцепција е најпозитивна во однос на нивната способност да формираат блиски пријателства, да го регулираат сопственото однесување и нивното општо чувство за самовредност. Тие постигнаа најниски резултати во самооценувањето на нивниот физички изглед и романтичната привлечност. Токму последните две подскали, заедно со социјалната компетентност и блиските пријателства, се најтесно поврзани со општата самодоверба на адолесцентите. Втората хипотеза, според која нема разлики во самоперцепцијата на адолесцентите во однос на возраста, полот и училиштето што го посетуваат, беше делумно побиена, бидејќи беа пронајдени статистички значајни разлики меѓу групите во однос на варијаблите Пол и Училиште. Во однос на навиките и однесувањето на адолесцентите на онлајн социјалната мрежа Фејсбук, резултатите покажуваат дека тие најчесто имаат отворен еден кориснички профил преку кој споделуваат разни содржини со други. Иако најчесто станува збор за фотографии, покажано е дека адолесцентите прикажуваат и лични информации на своите Фејсбук профили, како што се училиштето што го посетуваат, информации за нивното место на живеење, возраст, статус

на врска, па дури и нивната моментална локација или број на мобилен телефон. Иако споделуваат приватни информации, што ги изложува на потенцијални опасности, адолесцентите ги поставуваат своите поставки за приватност на таков начин што само „пријателите“ можат да ги видат повеќето информации на нивните кориснички профили. Со овој парадокс, адолесцентите ја менуваат дефиницијата за приватност, која повеќе не е поврзана со откривање на одредени информации, туку со контрола врз тоа кој ќе ги дознае тие информации и на кој начин. Ова е поткрепено со податоците според кои мнозинството испитаници ја користат опцијата за блокирање на други корисници или страници, спречувајќи ги да ги видат нивните објави, да ги контактираат или да ги вознемируваат на кој било начин.

Адолесцентите често го посетуваат Фејсбук за да ги проверат вестите или да го ажурираат својот профил. Голем број од нив го прават тоа до десет пати на ден, додека активно учествуваат во мрежата повеќе од два часа секој ден. Со оглед на времето што адолесцентите го поминуваат на Фејсбук секој ден, како и бројот на нивните пријатели на Фејсбук, се чини дека социјалниот живот на младите се „преместил“ во виртуелниот свет. Имено, мнозинството испитаници истакнале дека имаат помеѓу 500 и 1000 пријатели на оваа социјална мрежа. Ова секако ја доведува во прашање природата на овие врски, како и дефиницијата на поимот пријателство. Ова е поткрепено и од големите индивидуални разлики во проценката на бројот на пријатели во реалниот живот (од 10 до 1000), што укажува на потребата од подлабоко истражување на значењето на поимот „пријател“ кај помладата популација.

Интересно е и тоа што, и покрај фактот дека секој има голем број пријатели на Фејсбук, испитаниците веруваат дека лице со голем број пријатели онлајн сака да привлече внимание, да биде популарно или да има голем број „лајкови“. Покрај понудените објаснувања, може да се претпостави дека голем број онлајн врски им даваат многу можности да се истражуваат себеси преку споредба со другите и интеракции со различни личности. Во овој контекст, прифаќањето на странци како пријатели на Фејсбук може да се гледа и како резултат на потрагата по сопствениот идентитет, иако тоа го прават многу мал број испитаници. Покрај тоа, повеќето од нив додаваат луѓе што ги познаваат во реалниот живот или со кои делат заеднички пријатели онлајн како пријатели, додека помал број

адолесценти создаваат врски врз основа на интересноста и привлечноста на корисничкиот профил на друго лице. Фактот дека социјалните врски и комуникацијата се движат од реалниот во виртуелниот свет е поткрепен и со резултатите според кои адолесцентите го користат Фејсбук најчесто за допишување со пријатели или комуникација со блиски луѓе кои не им се блиски. Покрај тоа, голем број испитаници ја користат оваа социјална мрежа за прегледување фотографии и видеа, додека ретко ја посетуваат за користење апликации или играње игри. Податоците што покажуваат дека адолесцентите многу ретко пишуваат статуси, прикачуваат фотографии или споделуваат каква било друга содржина на своите Фејсбук профили се изненадувачки. Кога го прават тоа, најчесто станува збор за музика или фотографии што го покажуваат нивното лице, таканаречената селфи или целото тело. Горенаведеното може да укажува на егоцентризам или нарцизам, што не е изненадувачки со оглед на тоа што ова е адолесценција, развојна фаза чија примарна задача е да се открие себеси. Адолесцентите што учествуваа во ова истражување ретко се среќавале со ситуации што би можеле да бидат непријатни или опасни за нив при користење на Фејсбук, а исто така ретко манифестирале непожелни однесувања на оваа социјална мрежа. Сепак, одреден дел од нив имаат искуства што вклучуваат примање пораки од непознати лица, како и покани за средба со нив, а помал дел од испитаниците изјавиле дека комуникацијата со непознати лица е нивно често однесување. Ваквите податоци се особено загрижувачки ако се земе предвид дека станува збор за малолетници, а тие укажуваат на опасностите што ги кријат социјалните мрежи на интернет. Тие исто така укажуваат на потребата од едукација за заштита на сопствената приватност и безбедност во онлајн средината. Понатаму, според добиените резултати, се чини дека испитаниците не покажуваат знаци на прекумерна употреба на Фејсбук. Тие веруваат дека Фејсбук не дал позитивен придонес во нивниот општествен живот и претпочитаат да се дружат со пријателите лично отколку преку интернет. И покрај ова, повеќето од нив не се каат што се приклучиле на оваа онлајн социјална мрежа.

Конечно, треба да се напомене дека е пронајдена статистички значајна корелација помеѓу сите подскали за самооценување и навиките и однесувањата на адолесцентите на Фејсбук, со исклучок на подскалата за училишна компетентност. Ова во голема мера ја поби почетната хипотеза дека нема поврзаност помеѓу гореспоменатите феномени. Најголем број корелации се пронајдени во однос на подскалата за самооценување на сопственото

однесување, и потребни се понатамошни истражувања за да се потврди постоењето на оваа поврзаност и да се идентификува насоката на поврзаноста. Генерално, во иднина се потребни подетални истражувања за ова прашање, со главна цел спречување на ризични однесувања во виртуелниот свет. Како што е наведено во воведот, ова истражување се стремеше да го постигне првиот чекор во таа насока. За време на истражувањето, се појавија некои нови истражувачки перспективи, со што се бара подлабоко истражување на развојот на зависноста од онлајн социјалните мрежи (на пример, факторите зад развојот на зависноста, постоењето на ризични групи итн.), но и на феномените што не се тесно поврзани со онлајн средината, како што е значењето на концептот на пријателство во адолесцентната култура, па дури и во различни животни фази. Второто произлегува од едно од ограничувањата на ова истражување, а тоа е недоволно јасната дефиниција на концептот „пријател“ при поставување отворени прашања за бројот на пријатели, што резултираше со големи индивидуални разлики во одговорите, најверојатно поради различното разбирање на терминот. Исто така, се чини дека испитаниците немале јасност во врска со прашањето поврзано со објавување статуси на Фејсбук, на што укажуваат и нивните контрадикторни одговори. Затоа, во идните истражувања, треба да се посвети поголемо внимание на јасно дефинирање на сите термини со цел да се обезбеди собирање на целни податоци. Друго ограничување лежи во сложеноста на феноменот што се истражува (онлајн социјалните мрежи). Најдобар пример е прашањето за заштита на приватноста - бидејќи корисникот може да ги прилагоди овие поставки различно за секоја поединечна објава, многу е тешко да се утврди точно какви се навиките на адолесцентите во ова прашање. Поради оваа причина, може да се каже дека ова истражување само „ја допре површината“ на проблемот и потребно е длабински да се испита секој поединечен елемент на онлајн социјалните мрежи. Конечно, во ова истражување е користен само еден метод на истражување. Многу подобар увид во овој специфичен проблем би се добил со комбинирање на неколку методи на истражување, на пример со анализа на содржината на профилите на социјалните мрежи, додека длабинските интервјуа со адолесценти сигурно би придонеле за подобро разбирање.

Од сето погоре наведено, произлегуваат неколку препораки или упатства за едукаторите, кои сигурно ќе се соочат со проблеми поврзани со онлајн социјалните мрежи во нивната работа со учениците, но и со родителите. Овие упатства накратко се однесуваат на потребата од информирање и едукација на децата и родителите за безбедно користење на

интернетот и онлајн социјалните мрежи, за поттикнување на развојот на позитивна слика за себе кај децата и адолесцентите, добро организирање на нивното слободно време и поттикнување на дружење. Со огромното влијание што технологијата го има врз нашите животи денес, исклучително е важно сите ние, родители и едукатори, да ги заштитиме децата и младите од потенцијални опасности и да ги опремиме со знаења, вештини и вредности што ќе им помогнат да се справат со сите предизвици и да го извлечат најдоброто од (неизбежната) технологија.

9. Користена литература

1. Ahmed, A. A. M. (2015). "Sharing is Caring": Online Self-disclosure, Offline Social Support, and Social Network Site Usage in the UAE. Contemporary Review of the Middle East, 2(3); стр. 192-219.
2. Caci, B., Cardaci, M., Tabacchi, M. E., Scrima, F. (2014). Personality Variables as Predictors of Facebook Usage. Psychological Reports: Relationships & Communications, 114(2); стр. 1-12.
3. Chen, B., Marcus, J. (2012). Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. Computers in Human Behavior, 28; стр. 2091-2099
4. Davis, K. (2013). Young people's digital lives: The impact of interpersonal relationships and digital media use on adolescents' sense of identity. Computers in Human Behavior, 29; стр. 2281-2293.
5. Dolphy, L. (2015). Social Network Sites: Facebook For Education? Достапно на: https://elearningindustry.com/social-network-sites-Facebook-for-education, пристапено: 27 август, 2025.
6. Erikson, E. H. (1968). Identity: Youth and Crisis. Norton.

7. Facebook (2017). Newsroom: Company info. Достапно на: https://newsroom.fb.com/company-info/, пристапено: 4 август, 2025.
8. Gangadharbatla, H. (2008). Facebook me: Collective self-esteem, need to belong, and Internet self-efficacy as predictors of the iGeneration's attitudes. Journal of Interactive Advertising, 8(2); стр. 5-15.
9. Harter, S. (2012). Self-perception profile for adolescents: Manual and questionnaires. University of Denver. Достапно на: https://portfolio.du.edu/SusanHarter/page/44210, пристапено: 17. август, 2025.
10. Ho, S. S., Lwin, M., Lee, E. W. J. (2017). Till Logout Do Us Part? Comparison of Factors Predicting Excessive Social Network Sites Use and Addiction Between Singaporean Adolescents and Adults. Computers in Human Behavior, 75; стр. 632-642.
11. Kralj, L. (2016). E-safety and Digital Skills as Part of School Curriculum. Medijske studije, 7(13); стр. 59-75.
12. Kušić, S. (2010). Online društvene mreţe i društveno umreţavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije. ŢIVOT I ŠKOLA: časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja, 56(24); стр. 103-125.
13. Lebedina-Manzoni, M., Lotar, M. (2010). Percepcija sebe kod adolescenata u Hrvatskoj. Kriminologija i socijalna integracija, 19(1); стр. 39-50.
14. Lim, S. S. (2016). Through the tablet glass: Mobile media, cloud computing and transcendent parenting. Journal of Children and Media, 10(1); стр. 21-29.
15. Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. New Media & Society, 10(3); стр. 393-411.
16. Merriam-Webster (2017). Definicija catfish. Достапно на: https://www.merriam-webster.com/dictionary/catfish, пристапено: 27 август, 2025.
17. Muller, K. W., Dreier, M., Beutel, M. E., Duven, E., Giralt, S., Wolfling, K. (2015). A hidden type of internet addiction? Intense and addictive use of social networking sites in adolescents. Computers in Human Behavior, 55; стр. 172-177.
18. Orchard, L. J., Fullwood, C., Galbraith, N., Morris, N. (2014). Individual Differences as Predictors of Social Networking. Journal of Computer-Mediated Communication, 19; стр. 388-402.

19. Patra, K. S. (2015). Online Participation and Self-presentation in Social Networking Sites: A Study of Selective Users of India. Journal of Creative Communications, 10(1); стр. 89-104.
20. Pennington, D. C. (1997). Osnove socijalne psihologije. Jastrebarsko: Naklada Slap.
21. Pradeep, P., Sriram, S. (2016). The Virtual World of Social Networking Sites: Adolescent's Use and Experiences. Psychology and Developing Societies, 28(1); стр. 139-159.
22. Rudan, V. (2004). Normalni adolescentni razvoj. Medix, 10(52), 36-39.
23. Sandhu, D. i Tung, S. (2006). Gender differences in adolescent identity formation. Pakistan Journal of Psychological Research, 21(1-2), 29-40.
24. Suls, J., Martin, R. i Wheeler, L. (2000). Three kinds of opinion comparison: The triadic model. Personality and Social Psychology Review, 4(3), 219–237.
25. Turkle, S. (2011). Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. Basic Books.
26. Tiggemann, M. i Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. International Journal of Eating Disorders, 46, 630–633.
27. Tobin, S. J., Vanman, E. J., Verreynne, M. i Saeri, A. K. (2015). Threats to belonging on Facebook: Lurking and ostracism. Social Influence, 10(1), 31–42.
28. boyd, danah. (2014). It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens. Yale University Press.
29. Livingstone, S., & Sefton-Green, J. (2016). The Class: Living and Learning in the Digital Age. NYU Press.
30. Goffman, E. (1959). The Presentation of Self in Everyday Life. Anchor Books.
31. Marcia, J. E. (1980). Identity in Adolescence. In Handbook of Adolescent Psychology.
32. Subrahmanyam, K., & Šmahel, D. (2011). Digital Youth: The Role of Media in Development. Springer.
33. Uski, S., Lampinen, A. (2014). Social norms and selfpresentation on social network sites: Profile work in action. New Media & Society, 18(3); стр. 447-464.
34. Zhao, S. et al. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. Computers in Human Behavior, 24(5), 1816–1836.

35. Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Social consequences of the Internet for adolescents. Current Directions in Psychological Science, 18(1), 1–5.
36. Valkenburg, P. M., Peter, J. (2010). Online Communication Among Adolescents: An Integrated Model of Its Attraction, Opportunities, and Risks. Journal of Adolescent Health, 48(2); стр. 121-127.
37. Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., Eckles, K. (2014). Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem. Psychology of Popular Media Culture, 3(4); стр. 206-222.
38. Arnett, J. J. (2015). Emerging Adulthood: The Winding Road from the Late Teens Through the Twenties. Oxford University Press.
39. Wang, W., Qian, G., Wang, X., Lei, L., Hu, Q., Chen, J. i Jiang, S. (2019). Mobile social media use and self-identity among Chinese adolescents: The mediating effect of friendship quality and the moderating role of gender. Current Psychology, 1-9.
40. Xie, B., Chou, C. P., Spruijt-Metz, D., Liu, C., Xia, J., Gong, J., ... i Johnson, C. A. (2005). Effects of perceived peer isolation and social support availability on the relationship between body mass index and depressive symptoms. International Journal of Obesity, 29(9), 1137-1143.
41. Yang, C., Holden, S. M. i Carter, M. D. K. (2018). Social media social comparison of ability (but not opinion) predicts lower identity clarity: Identity processing style as a mediator. Journal of Youth and Adolescence, 47(10), 2114-2128.
42. Арнаудова, В. (1996). Психологија на адолесценцијата.
43. Секуловска, М. (2020). Идентитетот во современото општество.
44. Вељановска, Ј. (2022). Социјалните мрежи и младинскиот идентитет. Институт за социјални студии.
45. Шупер, М. (2019). Психологија на медиуми и дигитална култура. Загреб: Школска књига.

Список на графикони

Графикон 1. Испитаници по пол и година во средно училиште

Графикон 2. Број на испитаници по училиште

Список на табели

Табела 1. Испитаници по пол и година во средно училиште

Табела 2. Аритметички средни вредности на индивидуални подскали

Табела 3. Коефициенти на корелација (r) за индивидуални подскали за самооценување

Табела 4. Аритметички средни вредности на поединечни подскали во однос на година на учење и пол

Табела 5. Аритметички средина на поединечни подскали во однос на полот

Табела 6. Резултати од t-тестот на подскалите на адолесцентната самоперцепција во однос на полот на испитаниците (прикажани се само статистички значајни разлики)

Табела 7. Резултати од t-тестот на подскалите за самооценување на адолесцентите во однос на полот на испитаниците – 1 клас (прикажани се само статистички значајни разлики)

Табела 8. Резултати од t-тестот на подскалите за самооценување на адолесцентите во однос на полот на испитаниците – 4 клас (прикажани се само статистички значајни разлики)

Табела 9. Аритметички средни вредности на индивидуалните подскали во однос на возраста

Табела 10. Анализа на варијансата (ANOVA) на подскалите за самопроценка (прикажани се само подскалите со статистички значајни разлики)

Табела 11. Број на отворени профили од почетокот на користење на Фејсбук

Табела 12. Број на моментално активни кориснички профили

Табела 13. Информации што испитаниците ги прикажуваат на својот кориснички профил

Табела 14. Поставки за приватност на корисничките профили на испитаниците

Табела 15. Причини за блокирање на други корисници на Фејсбук

Табела 16. Број на проверки на Фејсбук дневно

Табела 17. Времето што испитаниците дневно активно го поминуваат на Фејсбук

Табела 18. Број на пријатели на Фејсбук и во реалниот живот

Табела 19. Ставови на адолесцентите за важноста од голем број пријатели на Фејсбук

Табела 20. Критериуми за прифаќање пријатели на Фејсбук

Табела 21. Цел или намена на користење на Фејсбук

Табела 22. Фреквенција на ажурирања на статуси на Фејсбук

Табела 23. Причини за пишување статус на Фејсбук

Табела 24. Фреквенција на промена на профилната слика

Табела 25. Предмет на профилни фотографии на адолесценти на Фејсбук

Табела 26. Фреквенција на објавување фотографии со оглед на тоа што покажуваат фотографиите

Табела 27. Содржина објавена од испитаниците на Фејсбук

Табела 28. Искуства на испитаниците на Фејсбук

Табела 29. Фреквенција на испитаници кои покажуваат одредени однесувања на Фејсбук

Табела 30. Ставови на испитаниците за користењето на Фејсбук и неговото влијание врз нивниот општествен живот

Табела 31. Примери за одговори на прашања за значењето и чувствата поврзани со „лајкови“

Табела 32. Резултати од тестот Ман-Витни во категоријата пријателство на Фејсбук во однос на варијаблата „Пол“ (прикажани се само статистички значајни разлики)

Табела 33. Резултати од тестот Ман-Витни во категоријата Цел на користење на Фејсбук во однос на варијаблата Пол (прикажани се само статистички значајни разлики)

Табела 34. Резултати од тестот Ман-Витни во категоријата Искуства на Фејсбук во однос на варијаблата Пол (прикажани се само статистички значајни разлики)

Табела 35. Резултати од тестот Ман-Витни во категоријата „Однесување на Фејсбук“ во однос на варијаблата „Пол“ (прикажани се само статистички значајни разлики)

Табела 36. Резултати од тестот Ман-Витни во категоријата ставови на испитаниците кон користењето на Фејсбук и влијанието на оваа социјална мрежа врз нивниот општествен живот во однос на варијаблата Пол (прикажани се само статистички значајни разлики)

Табела 37. Резултати од тестот Ман-Витни за разликите во навиките и однесувањата на адолесцентите на Фејсбук во однос на варијаблата Клас (прикажани се само статистички значајни разлики)

Табела 38. Резултати од тестот Крускал-Валис (Kruskal-Wallis) за разликите во навиките и однесувањата на адолесцентите на Фејсбук врз основа на училиштето што го посетуваат (прикажани се само варијаблите со статистички значајни разлики)

Табела 39. Вредности за толкување на јачината на корелацијата