РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Меѓународен славјански универзитет, Свети Николе
Факултет за психологија

Поврзаност помеѓу користење на Инстаграм, самодоверба и депресија кај адолесцентите

Кандидат

Габриела Димитриевска

Ментор

Слаѓана Ангелкоска

Свети Николе

Август, 2025

Содржина

1. Вовед.....
3**Error! Bookmark not defined.**

2. Адолесценција.....
6**Error! Bookmark not defined.**

2.1. Физички промени во пубертетот..... 8

2.2. Когнитивни промени..... 8

Error! Bookmark not defined.2.3. Ментални промени..... 9

3. Преглед на генерациите бејби-бум, X, Y, Z..... 12

3.1. Бејби-бумери..... 12

3.2. Генерација X…….. 14

3.3. Генерацијата Y..... 14

3.4. Генерацијата Z..... 15

4. Адолесцентите и социјалните мрежи……18**Error! Bookmark not defined.**

4.1. Инстаграм……...
21**Error! Bookmark not defined.**

4.2. Сопствена презентација и оставање впечаток…….……25 **Error! Bookmark not defined.**

4.3. Позитивни аспекти на користењето на социјалните мрежи..... 27

4.4. Негативни аспекти на користењето на социјалните мрежи..... 28

5. Самодоверба..... 30

5.1. Корелации на самодоверба и развојна возраст..... 34

5.2 Училиштен успех..... 34

5.3. Физички изглед..... 35

5.4. Врски со значајни други..... 36

5.5. Среќа..... 36

5.6. Социјалните мрежи и популарноста..... 36
5.7. Обликување на самопочит и самоконцепт преку социјалните мрежи..... 37
6. Самопочит во адолесценцијата..... 39
7. Самопочитувањето и социјалните мрежи..... 40
8. Депресија..... 43
9. Релевантни истражувања..... 46
10. Предмет, цели и хипотези на истражувањето..... 59
10.1. Предмет на истражувањето..... 59
10.2. Целта на истражувањето..... 60
10.3. Основно истражувачко прашање..... 61
10.4. Цели на истражувањето..... 61
10.5. Истражувачки хипотези..... 61
11. Методологија..... 63
11.1. Примерок..... 63
11.2. Методи за собирање податоци..... 64
11.3. Процедури и мерни инструмент за собирање податоци..... 64
11.4. Обработка на податоци..... 65
12. Резултати..... 66
13. Анализа..... 89
14. Препораки за понатамошно истражување..... 91
15. Заклучок..... 92
16. Користена литература..... 94

1. Вовед

Луѓето во 21 век стануваат робови, зависни од технологијата и не се ни свесни за влијанието што таа го има врз нив. Со користењето на мобилните телефони, луѓето речиси секогаш имаат информации при рака и можат да ги следат најновите настани и трендови.

Со доаѓањето на новите технологии, сè повеќе луѓе се движат од физичкиот кон виртуелниот свет. Овој виртуелен свет понекогаш му обезбедува на човекот сигурност и заштита од реалните животни ситуации, афирмација на неговите вредности, а со тоа и бегство од суровата реалност. Но, со сите позитивни аспекти на интернетот, човекот не може да ги избегне негативните аспекти кои можат да влијаат врз неговиот живот. Всушност, најголемиот проблем се јавува кај младите луѓе чиј физички и ментален развој сè уште е во нагорна линија, кога немаат чувство за припадност и се чувствуваат поинакви од другите. Кога бегаат од реалноста, тие често се губат во некои примамливи содржини на интернет, без да размислуваат како и колку тоа ќе влијае на нивното ментално здравје. Времето поминато на социјалните мрежи, количината и разновидноста на мултимедијалните содржини, сеприсутноста и достапноста на интернет, се сите ставки кои имаат краткорочни и долгорочни последици врз животот на една личност. Денес, животот без екран во неговите различни форми, од мобилните телефони и компјутери до телевизијата, е незамислив. Децата се особено изложени поради тоа што долго време се оставени сами на себе, што доведува до фактот дека виртуелниот свет станува засолниште кон кое сè почесто се прибегнува.

Општо земено, екранот го обесхрабрува читањето што предизвикува размислување и има негативен ефект врз менталниот развој. Се залажуваме себеси дека добиваме повеќе знаење со гледање, а всушност добиваме помалку. Американскиот универзитетски професор Г. Сартори (G. Sartori), по повод објавувањето на неговата книга „Homo videns“,

изјавува: 65 % од Италијанците рекле дека никогаш не прочитале ниту една книга, а 62 % дека не читаат ни спортски весници. Во Америка, 70 милиони луѓе се неписмени. Најновото истражување вели дека 106 милиони Американци не знаат да читаат без правопис... Еден од тројца американски студенти не знае кои биле нацистите, кога се родил Христос, четири од десет од нив не го ни поврзуваат календарот што го користат со него, а да не зборуваме дека повеќе од половина немаат поим кои се Ајнштајн, Ганди, Дикенс, Ван Гог, но ги знаат сите имиња на НБА кошаркарите. Вистина е дека една слика вреди илјада зборови, но ниту милион слики не можат да пренесат ниту еден концепт. Ниту една идеја. „Пишаниот збор“, вели авторот, „ја создал западната култура, а сликата ја разбива, а парадоксално, развојот на науката е проследен со зголемено незнаење.“ Во позадина стои, логично, распаѓањето на личноста. Способноста за критичко разбирање и набљудување отстапува место за пасивност и усогласеност (Muzic, 2104). Употребата на интернетот од година в година се зголемува кај сите луѓе од целиот свет, а платформите за социјално вмрежување како Фејсбук, Инстаграм, Твитер и Ватсап станаа секојдневие за младите луѓе, без разлика од каде доаѓаат. Појавата на различни социјални медиуми значи напредок на комуникацијата која не е ограничена со никаков простор или време (Raguz, 2018). Но, се случува и нешто друго, Европската Унија, односно Комитетот за граѓански слободи, правда и внатрешни работи, подготвува закон според кој на сите деца помлади од 16 години ќе им треба согласност од родителите да користат социјални мрежи, некои интернет-услуги, но и да инсталираат апликации на мобилните телефони... Возрасната граница за користење на мрежата на социјалните мрежи, како и многу други интернет-услуги, моментално е 13 години. Наскоро, за сите членки на Европската Унија, таа граница треба да скокне на 16 години.

Реалниот живот е под зголемен притисок од виртуелниот свет, па некои го гледаат како вистинска „војна против реалноста“ која „не е само губење на реалноста, објективноста, познатиот и прочовечки свет, туку и губење на друга, вистинска и постојана осаменост“, чиј составен дел е и сајбер-сексот. Сопственото непосредно искуство сè повеќе се намалува и се повлекува пред посредуваното и туѓото искуство (Muzic, 2014).

Социјализацијата се бара на социјалните мрежи, но тие само ја зголемуваат осаменоста и депресијата. Се постигнуваат врски со голем број луѓе, но тие се површни и

често празни, што само ја зголемува тагата и го оддалечува од вистинска средба. „Не постои автентична врска, врска што би воспоставила комуникација и средба, без посредство на јазикот, а исто така и од телесните емоции: од можноста за гледање в лице и размена на ракување, смеење и придружување на збор со гест што го проширува неговото значење. Така, компјутерската ера се карактеризира со фатален ризик од радикализирање на осаменоста и празнење на психолошките и човечките односи од значајна емоционална содржина (Muzic, 2014).

Освен негативните страни, социјалните мрежи имаат и позитивни страни, особено ако адолесцентите ги користат умерено, живеејќи подеднакво во реалниот и виртуелниот свет. На тој начин, секој современиот човек останува во постојана поврзаност со другите и во текот на настаните во сопствената средина и пошироко (Galina, 2017).

Целта на овој труд е да се прикаже функционирањето и функциите на социјалните мрежи и да се утврди степенот и какво влијание имаат социјалните мрежи врз менталното здравје на адолесцентите (депресија и самодоверба).

Првиот дел од трудот се занимава со дефинирање на адолесценцијата, претставувајќи ги денешните адолесценти, со објаснување на генерациите бејби-бум, X, Y и Z, со акцент на генерацијата Z како денешни адолесценти. Понатаму, следува краток преглед на дефиницијата за ментално здравје (самодоверба и депресија) и неговото значење. Во третиот дел е објаснет концептот на социјалните мрежи и дадено е кратко објаснување за најпопуларната мрежа на денешницата Инстаграм, на чиј крај е прикажана употребата на интернетот кај адолесцентите. Конечно, постои анализа на истражување кое покажува како социјалните мрежи можат негативно и/или позитивно да влијаат на менталното здравје на адолесцентите.

2. Адолесценција

Адолесценцијата често се опишува како развоен период на „бура“ што доведува до неповратна транзиција од детството во зрелоста. Нормалниот премин низ адолесценцијата вклучува одредена количина на нарушување, како на чувствата и ставовите во себе, така и во однос на другите. Младите стекнуваат ново искуство за себе и за нивните физички, ментални и емоционални способности, вклучувајќи го и искуството на сопствената индивидуалност и лична вредност. Процесот на рана адолесценција кај девојчињата започнува околу две години порано отколку кај момчињата. Девојките мора да се прилагодат на реалноста дека стануваат сè поголеми и позрели на порана возраст. Таквата состојба може да претставува голем, а за некои и преголем притисок за нив, што може да доведе до психопатолошки разрешници (Rudan, 2004).

Адолесценцијата е развојна фаза која го опфаќа временскиот период приближно помеѓу 10 и 22 години, а пубертетот често се користи за означување на физичките манифестации на сексуално созревање. Адолесценцијата може да се гледа како севкупен обид психолошки да се прилагоди на состојбата на пубертетот, на новите внатрешни и надворешни ендогени и егзогени состојби со кои се соочува личноста. Потешко е да се дефинира крајот на адолесценцијата бидејќи повеќе е одреден од психолошките и социолошките закони отколку од физичките или биолошките промени.

Познатиот писател Чарлс Дикенс (според Рудан, 2004) сликовито ја опишал адолесценцијата со неколку зборови: „Тоа е најдобриот период од животот, тоа е најлошиот период од животот, тоа е доба на мудроста, тоа е доба на глупоста.“ Детален графички опис на адолесцентите даде Ана Фројд во нејзиното дело „Его и ИД во пубертетот“. Тоа секако е период на големи промени, физички и психолошки, кои предизвикуваат нестабилност и осцилации во расположението и однесувањето на адолесцентите. Тешко е верно да се

прикажат адолесцентскиот нескротлив дух и младешка возбуда кои се менуваат со моменти на неволност, гнев, кавга и зголемена чувствителност. Нивниот однос со светот на возрасните е комплексен. Тие често предизвикуваат завист и неодобрување на возрасните. Сепак, точно е дека адолесцентите се многу зависни од возрасните, кон кои имаат многу поделени и спротивни чувства.

Интересно е да се навратиме на идеите на Фројд од почетокот на дваесеттиот век и неговите коментари за специфичните задачи на адолесценцијата, а тоа би било формирање на сексуален идентитет, пронаоѓање на предметот на љубовта надвор од семејството и обединување на двете компоненти на сексуалноста, сензуалноста и нежноста. Овие три адолесцентски задачи не се разликуваат во никој случај денес од времето кога Фројд првпат ги опишал.

Како основни развојни задачи на тој период од животот можеме да го издвоиме прифаќањето на одговорноста, кое вклучува усвојување морални и етички вредности на општествено дејствување, постигнување социјален статус на патот кон осамостојување од родителите и другите воспитувачи и усвојување родова улога. Адолесцентите почнуваат критички да ги испитуваат вредностите, нормите, законите и правилата што ги усвоиле од нивните родители и воспитувачи како авторитети (Novak, 2017).

Психологот Г. Стенли Хол (Granville Stanley Hall) беше првиот што ја опиша адолесценцијата како посебна развојна фаза и ѝ го даде името адолесценција од латинскиот збор *adolescentia*, што значи младост. Ставот на Хол за адолесценцијата беше прифатен од многу автори. Меѓутоа, за постоењето на адолесцентната „стурм и дранг“, „бунт, пресврти“ или „немир“ („превирања“), имиња кои најчесто се користат како синоними, постојат многу различни ставови во психоаналитичките и психолошките кругови. Сепак, многу лекари сè уште го тврдат спротивното и веруваат дека адолесцентите обично доживуваат немир. Адолесцентите се чувствуваат поинаку од начинот на кој се чувствувале како деца и разликите ги збунуваат, тие знаат дека нивните тела се менуваат, забележуваат дека се понерасположени, но не разбираат од каде доаѓа тоа нерасположение, тие препознаваат дека нивните чувства кон родителите се промениле и тоа често ги вознемирува. Сето ова укажува дека внатрешните превирања или немири се многу реално искуство за адолесцентот. Но, дали тоа ќе ги натера да преземат некои активности се разликува од личност до личност,

иако, особено раните адолесценти, често повеќе се склони да манифестираат конфликтна состојба преку глумење отколку преку размислување и вербализирање. Причините за „немир“ произлегуваат од осцилациите помеѓу регресивните и прогресивните процеси во адолесценцијата и бројните трансформации во физичките, когнитивните и психолошките области на раст и развој.

2.1.Физички промени во пубертетот

Физичките промени го започнуваат адолесцентниот процес. Времето на почетокот и природата на пубертетот главно се одредуваат од генетскиот потенцијал. Сепак, постојат докази дека тежината, исхраната и општата здравствена состојба влијаат на начинот на кој се реализираат овие генетски потенцијали. Генерално, девојчињата влегуваат во пубертет две години порано од момчињата. Во последните неколку децении, просечната возраст на пубертет се намалува за околу четири месеци на секои десет години. Овие промени имаат големо лично и општествено значење бидејќи значат дека девојчињата и момчињата сè порано и порано се соочуваат со својата улога во зачнувањето и носењето дете, за што ниту едните, ниту другите не се подготвени. Откако ќе започне процесот на пубертет, тој главно се одвива на однапред одреден начин: хипоталамусот лачи гонадотропин - ослободувачки хормон (GnRH) кој ја стимулира предната хипофиза, која потоа произведува хормон за стимулирање на раст (кој влијае на стапката на раст) и гонадотропини, кои го стимулираат гонади (сексуални жлезди). Женските полови жлезди се јајниците кои произведуваат естроген и прогестерон и машките тестиси кои произведуваат тестостерон (Rudan, 2004).

2.2.Когнитивни промени

Адолесцентите се перципираат себеси и светот околу нив на начини кои се многу различни од детството. Во адолесценцијата, идеите и концептите, светот на апстрактното размислување, стануваат разбирливи на нов начин. Тие им овозможуваат на адолесцентите да можат да размислуваат за процесот на размислување, да можат да развијат претпоставки и да размислуваат за иднината. Така, пред нив се отвораат филозофски, политички, естетски и духовни светови на начини кои се недостапни за децата. Адолесцентите развиваат теории за тоа како треба да биде светот, односно разгледуваат различни можности и се обидуваат да ја проверат валидноста на нивните хипотези преку внимателно набљудување. Доаѓа и до

промена од конкретен начин на размислување на детето во адолесцентен, формален начин на размислување.

Когнитивните промени придонесуваат за зголемено чувство на автономија кај адолесцентите. Адолесцентите појасно го гледаат својот внатрешен, интрапсихички и надворешен, реален свет и ги гледаат нивните сложености, тие ги перципираат и прифаќаат нејаснотиите и неодреденоста. Тие, исто така, ги гледаат своите родители во поинакво светло. Од семоќни и сезнајни идоли, тие стануваат обични смртници, промена што честопати адолесцентите тешко ја прифаќаат.

2.3.Ментални промени

Според Рудан, (2004) менталните промени во адолесценцијата, иако често се помалку опипливи и потешки за прикажување од физичките, исто така претставуваат животна задача. Адолесценцијата често се опишува како преоден период кој води до неповратна транзиција од детството во зрелоста, од состојба да се биде нечие дете до состојба да се стане нечија мајка или татко. Писателот Парсонс (Parsons) многу сликовито ја опишува оваа транзиција: „Сите претпоставени знаци на мажественост, губење на невиноста, добивање возачка дозвола, првото гласање беа само надворешните предградија на мојата младост.“

Младите луѓе стекнуваат ново искуство за себе и за нивните физички, ментални и емоционални способности, вклучувајќи го и искуството на сопствената индивидуалност и личните вредности.

Адолесценцијата најчесто се дели на потфази: рана, средна и доцна адолесценција. Раната адолесценција започнува со пубертетот и ја опфаќа возраста помеѓу 10 и 14 години. Средната адолесценција ја опфаќа возраста помеѓу 15 и 18 години, додека пак доцната адолесценција е потфаза, чиј крај е особено тешко да се процени и се става во периодот помеѓу 19 и 22 години (според некои автори, до 25 години). Овие потфази можат попрецизно да се дефинираат според нивните карактеристики, а хронолошката старост е само груба мерка. Адолесцентите на оваа возраст имаат зголемена способност да согледаат што навистина се случува, а не што би сакале да се случи, во однос на себе и на другите. Пријателите, родителите и самите тие изгледаат помалку идеални. Овој процес на

напуштање на идеализацијата е многу важен и, во психолошка смисла, го иницира излегувањето на адолесцентот од детството. Се отфрлаат самозаблудите и илузиите од детството, а им се дава приоритет на сложените гледишта засновани на реалноста.

Адолесцентите мора да го свртат вниманието кон себе затоа што фундаменталните промени што мора да ги направат во адолесценцијата налагаат да го сторат тоа. Тие мора да бидат способни да се потпрат на сопствените чувства, мисли и реакции и затоа мора да имаат доверба во овие внатрешни процеси за да функционираат автономно. Без доверба во нив, тие би морале постојано да се потпираат на ставовите, мислењата и верувањата на другите за да станат посвесни за сопствените набљудувања. На адолесцентите им е потребен овој период на егоцентричност, кој започнува на почетокот, трае на средината и се решава во доцната адолесценција. Во доцната адолесценција, постои уште една нарцисоидна промена, што доведува до поголемо изедначување на фокусот на вниманието кон себе и другите (Rudan, 2004).

Исто така, актуелните економски, социјални и политички услови во кои растат децата и младите имаат трајни последици врз нив. Со други зборови, искуствата што се живеат во детството и адолесценцијата ги создаваат и дефинираат карактеристиките на припадниците на младите генерации. Овие социјални ознаки создаваат парадигми преку кои генерации деца и млади луѓе го гледаат светот и преку кои донесуваат одлуки. Современите адолесценти пораснаа во ерата на интернет, кабелска телевизија, глобализација, пораст на консумеризмот, терористички напади и загриженост за одржливиот развој. Историски гледано, денешните адолесценти остануваат млади подолго од кога било досега, гледани низ призмата на зголеменото времетраење на образованието и економската зависност, но во исто време порано стануваат независни кога станува збор за сексуалноста, слободното време и консумеризмот (Gadlin, 1978, според Car 2013).

Ако се вратиме неколку децении наназад, можеме да ги анализираме општествените настани што доведоа до промени во разбирањето и „живеењето“ на детството и адолесценцијата. Семејниот историчар Хју Канингем (Hugh Cunningham, 1995) смета дека во 1950-тите почнале да се случуваат промени во општеството кои имале големо влијание врз растот на децата и младите, до тој степен што овој автор зборува за исчезнувањето на детството. Различните општествени промени доведоа до промени во формата и статусот на

семејството, а со тоа и до исчезнување на моралните авторитети, (пре)попустливото родителство, предвременото изложување на децата и младите на различни содржини од светот на возрасните (најмногу преку медиумите) и фрустрација на родителите поради неможноста да ги заштитат сопствените деца од влијанијата надвор од домот.

Со доаѓањето на електронските медиуми, сè се менува. Електронските медиуми откриваат сè, веќе нема тајни, а без тајни - нема детство. Детската љубопитност се заменува со цинизам и ароганција, а децата добиваат одговори на прашања што никогаш не ги поставиле (Postman, 1982, според Car, 2013).

Општествените промени несомнено влијаат на искуствата на младите додека растат. Многу од нивните тешкотии, како и можностите, зависат од прифаќањето на овие промени. Исто како што се случи со другите големи општествени промени во различни временски периоди, тие исто така можат да имаат позитивни или негативни последици за младите. Ако ја разбереме динамиката на овие промени, можеме да ги донесеме најдобрите одлуки во однос на образованието, менталното и физичкото здравје и развојот на личните можности на адолесцентите. Уште поголем предизвик е за педагозите, наставниците и родителите да ја разберат природата на овие социјални транзиции и да ги подготват младите за иднината. Педагогијата треба конструктивно да ги интегрира надворешните влијанија врз трајните образовни вредности за да се конституира како теорија на доживотното учење и интегративна, формативна и превентивна дисциплина (Previšić, 2007, според Car 2013).

3. Преглед на генерациите бејби-бум, X, Y, Z

Различни настани (како светски војни, финансиски кризи, појава на нови технологии итн.) кои имаа глобално влијание врз општествените промени, доведоа до диференцијација на генерациите во текот на 20 век. Секоја од овие генерации на некој начин влијае една на друга, а за потребите на ова дело ќе бидат опишани, генерациите бејби-бум, X, Y и Z. Овие четири генерации го опфаќаат периодот од 1946 до 2010 година. Несомнено е дека во текот на овие години се случија многу промени, во културна, општествена и политичка смисла, поради што има потреба од раздвојување на генерациите. Секоја од овие генерации порасна под различни околности и на различен начин. Затоа генерациите се разликуваат според одредени карактеристики, однесувања и верувања, кои се клучни за нивно разграничување (Vodinelić, 2021).

3.1. Бејби-бумери - родени помеѓу 1946 и 1960 година

Именуван по очекуваниот голем скок на наталитетот по глобалната криза во Втората светска војна, т. н. бејби-бумери се родени за време на периодот на брз економски пораст на повеќето земји кои систематски закрепнуваа побрзо или нешто побавно по огромните загуби и штети, и човечки, и финансиски. Тие, родени во периодот од првата невоена година, 1946, до крајот на шеесеттите години на 20 век, беа дел од најголемата, најпрогресивната и најобразованата генерација досега во историјата на човештвото. Генерација одбележана со борбата за политички права на малцинствата и другите раси во Америка, правниот свет на бројни наркотици, масовните протести против актуелните и заканувачки војни спроведени на бројни музички фестивали кои промовираат мир и еднаквост.

Интересно е што во рамките на самите бејби-бумери наидуваме на две групи. Раните претставници на генерацијата бејби-бум, родени до раните 60-ти, пораснаа опкружени со приказни за Виетнам и Студената војна, музика во стилот на Боб Дилан и „хипи“ субкултурата. Спротивно на тоа, подоцнежната генерација на бејби-бумери е поблиску до генерацијата X, растејќи со слушање диско-музика и играјќи бројни видеоигри кои не беа

достапни за претходните членови. Припадниците на бејби-бумерите, како и членовите на традиционалистите, луѓе родени пред 1945 година, чии животи ги одбележа Втората светска војна, имаат изразени работни навики и етика, но со различни мотиви. Работата не е само заслуга и привилегија, туку е средство за постигнување подобар социоекономски статус и углед (Crowe i sur., 2016, според Fistric, 2018).). Технолошките достигнувања на оваа генерација се карактеризираат со најраспространетата иновација досега - телевизорот во боја, како и слетувањето на првиот човек на Месечината. Желбата за технолошки иновации и напредок е зачнат во текот на Втората светска војна, чиешто проширување се доживува токму во текот на растењето на оваа генерација. Луѓето се ориентирани едни кон други, користејќи исклучиво личен контакт за комуникација или сè подостапните фиксни телефони. Членовите на оваа генерација ќе се дружат со луѓе со кои споделуваат заеднички интереси за музика, филм, други уметности, пари и начин на живот (McNamara, 2015, според Fistric, 2018).

Без разлика што ова е една од карактеристиките на бејби-бумерите, може да се каже дека социјалните мрежи не само што го поттикнаа ваквото однесување туку и го направија нормално за сите денешни генерации. Навистина сме сведоци на различни групи кои се здружуваат само затоа што споделуваат исти или слични интереси, на пример, читање книги, гледање филмови или телевизиски серии. Самите социјални мрежи дозволуваат луѓето да се групираат според лични интереси, а членовите на одредени Фејсбук-групи или оние во форумските заедници не се првенствено заинтересирани за личноста со која комуницираат. Она што се бара во таквите заедници е заеднички интерес, кој обично е единствената и главна тема на нивните разговори.

3.2. Генерација X

Во периодот по светските војни, кога почнаа да се случуваат големи општествени промени, кога жените почнаа да добиваат право на глас и да излегуваат на пазарот на трудот, поточно од 1965 до 1980 година, се родила генерацијата X (Seemiller, Grace, 2016: 25, според Vodinelić, 2021). Нивното детство се совпаѓа со времето на комерцијализација на содржината и појавата на првите персонални компјутери.

Во тој период стана популарно двајцата родители да се вработат, да стекнат независност уште од мали што претставува една од карактеристиките на генерацијата X. Покрај тоа, оваа генерација често се опишува како скептична и прагматична поради одредени околности што се случиле за време на нивното воспитување. Сепак, и покрај високиот процент на разводи во тој период, генерацијата X е всушност прилично семејно ориентирана, поради што научија да балансираат помеѓу деловниот и приватниот живот (Seemiller, Grace, 2016: 25 според Vodinelić, 2021).

Тие го претставуваат мнозинството родители од генерацијата Z, коишто се обидуваат да ги балансираат своите родителски обврски со нивната работа и сакаат да поминуваат што е можно повеќе време со своето семејство. Генерацијата X е всушност најмалку набљудуваната генерација, бидејќи е меѓу двете најбројни: бејби-бумери и милениумци. Затоа тие често се нарекуваат „заборавено средно дете“ (Seemiller, Grace, 2019: 7 според Vodinelić, 2021).

3.3. Генерацијата Y

По крајот на 70-тите години на минатиот век се појави нова генерација, на почетокот наречена генерација Y (едноставно поради азбучниот редослед), но денес тие се најпознати како милениумци. Родени во периодот од 1981 до 1994 година, тие пораснаа со појавата на новите технолошки можности и првите социјални мрежи.

За разлика од генерацијата X, која научила да биде независна уште на мала возраст, милениумците се многу зависни од своите родители. Повеќе од другите генерации, тие беа под притисок на образованието и успехот во животот, што всушност резултираше со

највисок процент на високообразовани луѓе во една генерација (Seemiller, Grace, 2019: 9 според Vodinelić, 2021).

Тие често се етикетирани како генерацијата „jac, jac, jac“, поради нивното прекумерно споделување приватни информации и фотографии на социјалните мрежи (Seemiller, Grace, 2019: 11според Vodinelić, 2021). Но, и покрај негативните карактеристики што ги имаат милениумците, тие се всушност одговорни за создавањето на повеќето социјални мрежи што ги знаеме денес (*Facebook, Snapchat, Instagram, Spotify* итн.) (Seemiller, Grace 2019: 10 според Vodinelić, 2021). Нивниот придонес во комуникацијата, глобалното поврзување и споделувањето информации е непобитен. Затоа често се вели дека милениумците се оптимисти, претприемачи и иновативни.

3.4. Генерацијата Z

По генерацијата милениумци, важно е да се зборува за следната генерација, која е токму онаа во која живееме сега. Авторот Димок (Dimock, 2019) смета дека оваа генерација вклучува луѓе родени од 1997 година до денес. Но, се поставува прашањето, каде е границата помеѓу милениумската генерација и генерацијата Z? Овој автор наведува дека настаните како терористичките напади од 11 септември, војните во Ирак и Авганистан, како и дискусиите за гласањето на младите во 2008 година и изборот на првиот црн претседател на САД, биле значајни за историјата, но и искуство од генерацијата милениумци. Според гореспоменатиот автор, она што е карактеристично за генерацијата Z е тоа што гореспоменатите настани постојат од почетокот на нивниот живот (според Jurisic, 2019).

Во денешното море од информации и разновидни мултимедијални содржини, на децата им е сè потешко да се справат со животните предизвици и општествените трендови кои денес брзо се менуваат. Со овие промени дојде и појавата на нова генерација, најпозната како генерација Z.

Оваа генерација ги вклучува сите родени помеѓу 1995 и 2010 година. Со оглед на тоа дека се на преминот од 20 во 21 век, кои се многу различни, најмногу поради технолошкиот напредок и појавата на социјалните мрежи на почетокот на векот, оваа генерација може да се подели на голем Z (Big Z, 1995-2002) и мал Z (Small Z, 2003-2010) (Seemiller, Grace, 2019, според Vodinelić, 2021). Заедничко за сите нив е тоа што речиси целиот свој живот го

поминуваат и во реалниот и во виртуелниот свет. Бидејќи тие поминуваат голем дел од своето време користејќи нови технологии, не е чудно што тие се една од генерациите што најмногу користат компјутери. Оваа генерација го искористи своето ИТ-знаење за реалниот свет, во којшто се окарактеризирани како паметни и успешни луѓе кои имаат тенденција да го променат светот.

Генерацијата Z исто така беше наречена *iGeneration*, како и генерацијата на *iPhone* (Jurisic, 2019).

Тие уште од мали се опкружуваат со разни информации кои се многу лесно достапни на интернет и рано развиле критичко размислување. Развојот на критичкото размислување им овозможува многу полесно да ги разберат денешните светски и национални проблеми, со што се отвора вратата за можноста за промени.

За разлика од луѓето од генерацијата Y, кои се сметаат за највозвишени, генерацијата Z се смета за социјално ориентирана. Некои од карактеристиките на генерацијата Z се: лојалност, сочувство, отвореност, одговорност и решителност (Seemiller, Grace, 2016: 27, според Vodinelić, 2021). Иако е секако тешко да се генерализираат и да се одредат точните карактеристики на одредена генерација, фактот што генерацијата Z е ориентирана кон решавањето проблеми и помагање на другите, ни олеснува грубо да ја карактеризираме оваа генерација.

Воспитувањето на оваа генерација е дефинитивно најразлично од претходните генерации, со оглед на тоа што тие се запознаени со интернетот и неговите можности уште од детството. Постарата генерација Z имаше можност да го помине своето детство подалеку од екранот до одреден степен, иако пораснаа со појавата на социјалните мрежи. За разлика од нив, помладата генерација Z, односно делот роден по почетокот на 21 век, детството сè помалку го поминуваше во реалниот свет.

Секако, растењето со развојот на социјалните мрежи и другите мултимедијални можности на интернетот ѝ помогна на генерацијата Z да се изгради како целина, но се поставува прашањето како таквиот начин на растење ќе влијае на иднината на оваа генерација. Не можеме да го знаеме овој одговор со сигурност, имајќи предвид дека оваа генерација само делумно влегува во светот на возрасните и работата. Но, затоа можеме да

ги направиме луѓето свесни за тоа колку и какво влијание имало нивното растење во виртуелниот свет врз нивното ментално здравје.

Она што е карактеристично за генерацијата Z, како што наведува американското списание „Фаст Компани“ (Fast Company) во 2016 година, е дека милениумците биле пионери на интернетот. Тие го измислија Фејсбук, купуваа онлајн и се префрлија од сателитска телевизија на „Нетфликс“ и „Хулу“. Генерацијата Z, сепак, не се сеќава на животот без овие основни работи во 21 век. Понатаму, изворот наведува дека разликата помеѓу овие две генерации е токму тоа што милениумците помогнале да се избере првиот црн претседател на Америка за да ги легализираат геј-браковите, тие станаа полнолетни за време на економската експанзија и беа подеднакво шокирани од намалувањето и неповолниот пазар на труд по факултетот. Сепак, генерацијата Z беше обликувана од рецесијата и е подготвена да се бори за да создаде стабилна иднина. Она што е исто така карактеристично за генерацијата Z според авторот Видак (Vidak, 2014) (според Jurisic, 2019) е тоа што како една од првите глобални генерации досега, тие се иницијатори на повеќето трендови во денешно време. Се нарекуваат и нето-гени и тие се побрзи, поснаодливи, потолерантни на разликите во споредба со нивните претходници. Тие често се грижат за правдата и за проблемите со кои се соочува нивното општество и многу често се ангажирани во некои граѓански активности во училиштето или во некоја друга заедница. „Нето-гените прават сериозна грешка, која сè уште не ја сфаќаат, а тоа е објавување лични информации на социјалните мрежи, што на некој начин ја загрозува нивната идна приватност“ (Vidak, 2014, 49). Пренски (Prensky) ја нарече генерацијата Z „дигитални домородци“ со образложение дека тие се способни да примаат информации многу брзо и паралелно со другите задачи, и нагласи дека членовите на оваа генерација претпочитаат графика наместо текст и бараат лесен пристап до сите информации. Генерацијата Z сигурно напредувала побрзо од која било досега, сè им е на дофат на раката, често прават неколку работи одеднаш, а недостатокот на комуникација, брзиот и стресен живот и светот на интернетот во кој се наоѓаат водат до отуѓување на младите и нивно побрзо осамостојување од нивните семејства.

4. Адолесцентите и социјалните мрежи

Теофраст, антички грчки филозоф, еднаш рекол дека „времето е највредното нешто што човек може да го потроши“ (Henderson, 2020). Што се социјалните мрежи и што ги прави социјалните мрежи толку посебни што милијарди луѓе трошат значителен дел од своето време во прелистување различни социјални мрежи секој ден? (Mamić, 2021).

Социјалните мрежи се вид на медиуми за кои не постои единствена дефиниција, токму поради широкиот опсег на платформи, односно содржината што ја опфаќаат (Carr and Hayes, 2015). Така, социјалните мрежи вклучуваат блогови, портали, деловни страници, платформи за преглед на производи, платформи за онлајн игри, платформи за споделување фотографии и/или видео итн. (Eichner and Jacob, 2015 според Kovačić, 2022).

Модерната комуникациска технологија е дел од нашиот живот и денес веќе не можеме да го замислиме животот без нив. Чалдаровиќ и Шариниќ (Ognjen Chaldarovikj, Jana Sharinikj) наведуваат:

„Современиот свет се глобализира под влијание на напредната технологија, но жителите на такво опкружување сè повеќе се локализираат, т.е. „повлекуваат“ избрани делови од глобалниот свет во нивните секојдневни простори... Во современиот високоурбанизиран свет, имаат уникатно и сè помоќно влијание на новите информатички технологии, особено оние безжични (лаптопи, мобилни телефони, интернет)“ (Chaldarovikj, Sharinikj, 2008: 58, според Čorak, 2018).

Според Толак (Tolak), новите медиуми станаа модерно и незаменливо средство за комуникација, што може да се потврди со цитат:

„Во последните две децении на дваесеттиот век, а особено на почетокот на дваесет и првиот век, новите медиумски технологии донесоа (и носат) забрзани и незапирливи промени и на медиумско и на образовно ниво, но и на целокупната социјална сцена. Телевизијата, интернетот, мобилните уреди, ајпод... се дел од секојдневието што го менува начинот на „производство“ на информации, нејзино дистрибуирање, но и нејзино декодирање“ (Tolak, 2013: 367, според Čorak, 2018).

Дека социјалните мрежи навистина се сè попопуларни, односно дека сè почесто се користат, покажуваат и бројни истражувања, како светски и европски, така и домашни. Според податоците од 2022 година (Walsh, 2022 година), моментално во светот има 4,65 милијарди корисници на социјалните мрежи, што е повеќе од половина од вкупното светско население (58,7 %). Од нив, 424 милиони се нови корисници кои се приклучиле на една или повеќе социјални мрежи во периодот помеѓу јануари 2021 и јануари 2022 година (Chaffey, 2022). Во јануари 2022 година, се покажа дека за повеќето од овие корисници социјалните мрежи служат како примарен извор на информации и тие поминуваат во просек по 2 часа и 27 минути дневно на нив, што е за 1,4 % повеќе отколку во јануари 2021 година (Chaffey, 2022). Во светот, социјалните мрежи најчесто се користат преку паметни телефони (91 % од светската популација користи социјални мрежи) (Mohsin, 2021), а најпопуларните социјални мрежи според бројот на активни корисници се: Фејсбук, Јутуб, Ватсап и Инстаграм (Chaffey, 2022; Walsh, 2022, според Kovačić, 2022).

Социјалните мрежи првпат беа формално дефинирани во 2004 година како форми на електронска комуникација преку кои се создаваат онлајн заедници за комуникација и споделување информации, идеи, лични пораки и друга содржина. Денешните услови за живот и создавањето личен и социјален идентитет неминовно бараат користење на социјалните мрежи. Најпознати социјални мрежи се Фејсбук, Снапчат, Инстаграм, Твитер и Тикток.

Студијата од 2018 година на *Hopelab* и *Well Being Trust* покажа дека 93 % од 14 до 22-годишниците најчесто користат социјални медиуми. Во опсежното глобално истражување спроведено во 2021 година меѓу средношколците, Снапчат беше најкористената социјална мрежа, а по неа се Тикток и Инстаграм. Корисниците на Снапчат ја проверуваат апликацијата во просек 30 пати на ден (според Sanela, 2022).

Начините на меѓусебно запознавање и водење разговори се многу променети во последните децении благодарение на појавата на *Web 2.0*, кој им овозможува на корисниците да преминат од пасивно во активно користење на интернет. Поедноставно кажано, *Web 2.0* е концепт кој ги вклучува корисниците во креирањето, уредувањето и споделувањето на содржините. Интерактивните опции што ги нуди интернетот го поттикнаа создавањето на социјалните мрежи што ги знаеме денес. Јозе Ван Дајк (Jose Van Dijck, 2013: 4) (според

Vodinelić, 2021) ги дефинира социјалните мрежи како „група апликации базирани на интернет кои ја формираат идеолошката и технолошката основа на *Web 2.0* и овозможуваат создавање и споделување содржина обликувана од корисниците (содржина генерирана од корисниците)“ (Jaman, 2020: 7, според Vodinelić, 2021). Социјалните мрежи овозможија глобален пристап до информации и содржина, како и запознавање нови луѓе и одржување на постоечките односи. Затоа социјалните мрежи им дозволуваат на луѓето:

(1) да изгради единствен или полујавен профил во ограничен систем,

(2) артикулираат листа на други корисници со кои споделуваат врска и

(3) да ја погледне и користи сопствената листа на врски и списоците со врски на другите во системот (Boyd, Ellison, 2008: 211; Kušić, 2010: 104 според Vodinelić, 2021).

Човекот е социјално суштество кое треба да комуницира со другите и да ги споделува своите искуства и мислења, поради што социјалните мрежи станаа толку неодоливи за луѓето. Местото каде што може истовремено да се следат туѓите мултимедијални содржини и да се објавуваат сопствените стана секојдневно опкружување за милијарди луѓе ширум светот. Дополнително, социјалните мрежи ни овозможуваат увид во најважните вести и настани, овозможуваат истражување на различни теми и го подобруваат начинот на живот, на пример, преку фитнес, исхрана, мода или забава воопшто (Seemiller, Grace, 2016: 60 според Vodinelić, 2021). Во зависност од видот на содржината и начинот на користење, правиме разлика помеѓу многу социјални мрежи, а денешните најпознати и најраспространети меѓу адолесцентите се Фејсбук, Јутуб и Инстаграм и од почетокот на пандемијата COVID-19, Тикток.

Кога станува збор за мислењето на научниците за влијанието на медиумите, тие сепак се поделени околу тоа дали овие влијанија се позитивни или негативни. На пример, за разлика од марксистичката критика на Франкфуртската школа, која сметаше дека медиумите ги занемуваат масите, постмодернистот Бодријар (Boudrillard, 2001) во својата социолошка интерпретација истакнува дека современиот човек е под влијание на масовните медиуми и дека повеќе нема свои простори на реалноста бидејќи медиумите го сместија во универзумот на „симулакрумите“. Според Бодријар, медиумите произведуваат симултаност, симултаноста е татко на спектаклот, а спектаклот крај на сочувството и промисленоста.

Големиот мислител Ноам Чомски смета дека медиумите во современото општество играат клучна улога во контролата и надзорот на масите, а се управувани од приватниот капитал и јавните интереси. Уште полошо е, според Чомски, што образовните институции не прават ништо за да ги заштитат луѓето од ова, туку самите се дел од апаратот за индоктринација и дезинформација (според Jurcic, 2017).

4.1. Инстаграм

Во денешно време, користењето на социјалните мрежи стана секојдневие за многу луѓе. Потребата и бројот на корисници на социјалните медиуми се зголемува од ден на ден (Gündüz, 2017). Со оглед на тоа што социјалните мрежи значително ја променија комуникацијата во современиот начин на живот (Kross et al., 2013, според Ivic, 2023) и што овозможуваат инстантна интеракција, истражување и информации, има сè повеќе и повеќе поединци на кои социјалните мрежи им се интегрирале во нивните животи, им го промениле секојдневието и кои не можат да поминат еден ден без да ги користат (Vlajčić, 2022).

Земајќи ги предвид можностите што ги даваат социјалните мрежи, тие можат да се дефинираат како социјални медиуми (Boyd i Ellison, 2008), односно како платформа која им овозможува на своите корисници да споделуваат различни содржини, да комуницираат и да комуницираат меѓу себе и да ги изразат своите сопствени мислења и ставови (Gündüz, 2017) и емоции (Brandtzæg и Heim, 2009) преку креирање на нивниот јавен или полујавен профил (Boyd i Ellison, 2008). За да може медиумот да биде прогласен за социјална мрежа, тој мора да ги исполнува следниве критериуми: постоење онлајн платформа, списоци на пријатели или следбеници и линкови до профилите на сите тие следбеници или пријатели (Boyd i Ellison, 2008 според Ivic, 2023).

Историја на Инстаграм

Кевин Систорм, тогаш 27-годишен студент на Стенфорд, работеше во „Некстстоп“ (Nextstop), стартап за препораки за патување. Пред таа компанија, Систорм работеше во „Гугл“ како соработник за корпоративен развој и беше практикант во „Одео“ (Odeo), компанијата која подоцна ќе стане Твитер. Иако Систорм немаше формална обука за компјутери, тој научи да програмира ноќи и викенди додека работеше за „Некстстоп“. Со текот на времето, тој создаде прототип на веб-апликација наречена *Бурбн* (Burbn). Името на апликацијата е инспирирано од неговата љубов кон фините виски и бурбони. Апликацијата

Бурбн им овозможи на своите корисници да контактираат меѓу себе, да ги стават своите планови онлајн и да споделуваат слики. Иако во тоа време беше популарно да се објави моменталната локација, споделувањето фотографии беше единствено (Bylstone 2022, според Vlajčić, 2020).

Клучниот момент се случи во март 2010 година кога Систорм дојде на забавата на Ханч. На забавата, тој се среќава со двајца ризични капиталисти од *Basline Ventures* и *Andreessen Horowitz*. Откако им го покажал прототипот на апликацијата, тие решиле да се сретнат. По првата средба, Систорм одлучува да се откаже и да се фокусира на *Бурбн*. По две недели, тој собра повеќе од 500 000 долари. Систорм полека вработува, а еден од клучните вработени беше Мајк Кригер. Кригер го советувал да се фокусира првенствено на една работа, а тоа се фотографиите направени со мобилни телефони. Тие внимателно ги проучувале водечките фотографски апликации од тоа време. Апликацијата *Hipstamatic* се издвојуваше од останатите затоа што беше популарна и затоа што имаше интересни варијации кои можеа да се применат на фотографии, на пример филтри. *Бурбн* имаше само слика, дел за коментари и можност за „лајк“ по промените. Тогаш го смени името на апликацијата во Инстаграм (Instagram) со комбинирање на зборовите инстант и телеграма. Почнаа да се фокусираат и на искуството за споделување фотографии. Нивната намера за апликацијата беше да биде минималистичка и да бара што помала акција од корисникот, односно да биде што е можно поедноставна за користење. Осум недели по завршувањето на апликацијата, тие ја тестираа бета-тестирањето на пријателите за да најдат грешки што подоцна ги поправија (Bylstone 2022, според Vlajčić, 2020).

Апликацијата Инстаграм беше пуштена на платформите за преземање на 6 октомври 2010 година и веќе на првиот ден доби 25 000 корисници. На крајот на првата недела, Инстаграм беше симнат повеќе од 100 000 пати, а до средината на декември тој број порасна на еден милион. Времето на објавување на апликацијата во јавноста се покажа како идеално, бидејќи токму тогаш беше објавен *iPhone 4* на *Apple*, кој понуди подобрена камера. По огромниот раст на корисничката база на Инстаграм, сè повеќе инвеститори се заинтересираа за компанијата. До февруари 2011 година, Инстаграм доби 7 милиони долари. Иако ова им даде можност на основачите да вработат повеќе луѓе, тие одлучија дека сакаат да бидат мала компанија со 12 вработени. До март 2012 година, Инстаграм имаше повеќе од 27 милиони корисници. Голема пресвртница во иднината на апликацијата дојде

кога Марк Цукерберг и Систорм се сретнаа за време на настан, по што продолжија да комуницираат континуирано. Во април 2012 година, Фејсбук му понуди на Систорм милијарда долари во готовина и акции, на што Систорм се согласи и го остави Инстаграм во рацете на денешната компанија „Мета“ (Bylstone, 2022, според Vlajčić, 2020).

Како и Фејсбук, и Инстаграм ги проширува своите можности со доаѓањето на новите технологии. Тоа е креативна и пред сè бесплатна апликација која овозможува фотографиите и видеата да станат вирални за кратко време и да се шират низ заедницата со истото име. Она што овозможува објавите да се шират на Инстаграм со голема брзина се т. н. „хаштагови“, коишто служат за да им олеснат на корисниците да најдат фотографии според темата за која се заинтересирани“ (Markething, 2018 според Vodinelić, 2021).

Кога креираат профил на Инстаграм, корисниците избираат дали нивниот профил ќе биде јавен или приватен. Ако е јавен профил, секој може да го следи; додека случајот на приватен профил бара потврда од следениот корисник. Кога објавуваат содржина, на корисниците им е овозможено да уредуваат фотографии и видеа на самата мрежа. Покрај класичните објави на вашиот профил, Инстаграм нуди можност за објавување приказни (т. н. приказни), кои се достапни за следбениците 24 часа на ден, а можете да ги поставите вашите „најдобри приказни што сакате да ги зачувате на врвот на вашиот профил за да бидат секогаш видливи (Markething, 2018, според Vodinelić, 2021).

Оригиналноста на оваа социјална мрежа се рефлектира со појавата на нов тип видео, познат како „бумеранг“. Ова се мини видеа што се репродуцираат напред и назад (Markething, 2018 според Vodinelić, 2021) и им овозможуваат на корисниците да создаваат забавни и уникатни спомени.

Инстаграм е едноставен начин да ги споделите најважните моменти во животот на една личност со целиот свет. Корисниците можат да ги следат своите пријатели и семејството за да видат што прават и во кој дел од светот се наоѓаат. Приклучувањето на Инстаграм значи да се придружите на заедница од повеќе од 500 милиони луѓе и да се изразите себеси преку споделување на сите моменти од вашиот ден (Zrin, 2015 според Raguz, 2018).

Инстаграм е социјална мрежа за споделување слики, со околу сто милиони активни корисници од целиот свет, главно на помлада возраст (Zrin, 2015). Тој е интуитивен и многу лесен за употреба. Мобилните телефони, кои сега се секогаш при рака на голем број луѓе, овозможуваат фотографирање во секое време и секаде, и на тој начин овозможуваат да не се пропушти обележувањето на драгоцените и интересни моменти.

Да се стане корисник на Инстаграм е многу лесно, пополнете ги бараните информации, поставете ја вашата мејл-адреса и лозинка. Инстаграм, за разлика од другите социјални мрежи, ви овозможува да објавувате само фотографии и видеа. Дизајниран е на таков начин што луѓето се следат едни со други, што значи дека поединецот следи профили кои му се важни или интересни. Популарноста на профилот на Инстаграм зависи од бројот на следбеници, а профилите со поголем број се попопуларни. Инстаграм им овозможува на корисниците, заедно со објавувањето слики и видеа, да ја означат својата локација (каде што е направена), а под сликата може да се напише опис на сликата, кој често вклучува „хаштагови“. Исто така, постои можност за означување на другите личности на фотографиите. Покрај тоа, Инстаграм им нуди на корисниците можност за допишување, без разлика дали разговорот е иницран од лице кое го следи профилот на лицето на кое му е испратена пораката. Секој има опција да дозволи разговорот да започне или да го игнорира. Инстаграм стана атрактивен во деловниот свет за рекламирање, продажба, промоција, па дури и препродажба.

Според Луп (Lup) и сор. (2015), употребата на Инстаграм е поврзана со депресивни симптоми. Доколку корисникот следи повеќе луѓе кои не ги познава, симптомите на депресијата и негативните чувства се позначајни. Следејќи странци, се споредуваме со совршена претстава за нивниот живот, а бидејќи не знаеме каков е нивниот живот, тежнееме да заклучиме дека на сите им е подобро од нас. Иако постои поврзаност со симптомите на депресија, на луѓето позитивно им влијае гледањето слики од нивните пријатели и семејството, или барем можеме да знаеме дека, иако тие покажуваат сѐ совршено, каква е вистинската ситуација. Се верува дека позитивната онлајн комуникација е почеста кај луѓето кои само или најчесто следат луѓе што ги познаваат. Исто така, се смета дека употребата на Инстаграм има негативна поврзаност со самодовербата кај луѓето кои следат

повеќе странци и позитивна поврзаност со самодовербата кај оние кои следат луѓе што ги познаваат. (Lup et al. 2015, според Vlajčić, 2020).

4.2. Сопствена презентација и оставање впечаток

Самопретставувањето е неизбежно на социјалните мрежи кои, од една страна, служат за оваа цел. Нормално е да се претпостави дека кога се претставувате на профилите на социјалните мрежи, ќе се обидете да оставите најдобар можен впечаток кај другите.

Двата поими, „самопретставување“ и „впечаток“ се користат за да се опишат нечии напори да се остави позитивен впечаток кај другите луѓе. Тешко е да се повлече линија помеѓу двата поима. Според теоријата, самопретставувањето е вид на однесување што се користи за да се создаде слика за себе што ја презентираме на другите. Поединците формираат слика за себе со цел да го искористат својот личен идентитет и да се претстават себеси на начин што е конзистентен со посакуваната слика (Zhang, 2015, според Galina, 2017). Самопретставувањето е важен аспект од секојдневниот живот и луѓето го користат за да можат другите да ги перципираат позитивно, на начин што ги сметаат за сигурни, компетентни, пријателски расположени и грижливи. Поединците често користат повеќекратни тактики за самопрезентација за да создадат позитивна слика за себе (Rosenberg i Egbert, 2011 според Galina, 2017). Посакуваниот впечаток е впечатокот што човекот сака да им го претстави на другите. Посакуваните впечатоци полесно се манипулираат во онлајн средина отколку во интеракцијата лице в лице. Пред да применат тактики за самопрезентација и да остават впечаток на социјалните мрежи, луѓето прво мора да одлучат каков впечаток сакаат да остават. Соодветно на тоа, се верува дека главната цел е да се стекне позитивен впечаток и по идентификувањето на таа цел, поединците ќе користат тактики за самопретставување и впечаток за постигнување на целта (Zhang, 2015, според Galina, 2017). Луѓето, не само што се обидуваат да ги убедат другите да ги гледаат како фер, ценети и морални луѓе, туку и другите луѓе сакаат да ги задржат позитивните впечатоци што ги стекнале за нив претходно (Rosenberg i Egbert, 2011, според Galina, 2017).

Валкенбург (Valkenburg) и сор. (2006), според Галина (2017), веруваат дека момчињата и девојчињата се разликуваат во видот на информации што погрешно ги прикажуваат во онлајн интеракциите. Младите мажи се преправаат дека се повеќе „мачо“,

додека девојките се преправаат дека се постари и се трудат да изгледаат поубаво. Девојките кои се опишуваат како паметни или љубезни офлајн имаат поголема веројатност да објавуваат на социјалните мрежи дека се забавни, смешни или друштвени, а девојките со ниска самодоверба имаат поголема веројатност да се опишат како секси и луди (Carmon, 2010: Herring i Kapidzic, 2015, според Galina, 2017). Луѓето со високо ниво на самодоверба, исто така, имаат поголема веројатност да користат истакнат стил на презентација кој бара општествено одобрување, додека луѓето со ниско ниво на самодоверба веројатно ќе сакаат да се заштитат себеси обидувајќи се да спречат или намалат какво било социјално неодобрување (Zywica, 2008 според Galina, 2017). Додека адолесцентите свесно ја искривуваат вистината за да изгледаат поприврлечни, тие имаат помала контрола врз тоа како нивната личност потсвесно влијае на описите на нивните профили (Herring i Kapidzic, 2015, според (Galina, 2017).

Трифиро ((Trifiro, 2018, според Галант (Galant 2020)) во своето дело наведува дека има голема разлика во активниот и пасивниот пристап до социјалните мрежи. Активниот ангажман вклучува директно влијание врз содржината на другите корисници, како што се кореспонденција, „лајкување“ и коментирање туѓа содржина - слики и статуси, но и објавување сопствени фотографии. Спротивно на тоа, со пасивниот пристап, корисниците само „скролаат“ низ содржината на другите луѓе и ги прегледуваат објавените фотографии. Трифиро (2018) известува дека постои позитивна врска помеѓу активното користење на социјалните мрежи и субјективната благосостојба, квалитетните социјални односи и задоволството од животот. Имено, со активен пристап, поединците учат нови информации за корисниците, а гореспоменатите вести им помагаат да воспостават комуникација со своите врсници. Исто така, се одржуваат социјалните односи, што резултира со емоционална поддршка поради што корисниците имаат поголемо чувство за поврзаност и заедништво (Trifiro, 2018). Од друга страна, пасивниот пристап доведува до развој на завист и незадоволство поради процесот на социјална споредба. Корисниците на социјалните мрежи се споредуваат со другите луѓе во однос на социјалниот живот, патувањата и слободното време и општото задоволство од животот. Доколку се објавуваат позитивни содржини според споменатите фактори, што е случај во повеќето случаи, корисниците пријавуваат пониска субјективна благосостојба и самодоверба и социјална завист (Trifiro, 2018 според Galant, 2020).

Тие денес се еден од најголемите пороци, особено кај младите, поради што се разговараше на оваа тема. Со цел младите да се претстават што подобро себеси и својот живот, со желба да ги насмеат и забавуваат своите виртуелни пријатели, денес многумина од нив го прикажуваат својот живот покриен со лажен екран, кој го прават вештачки фотографии на идеални места. Се чини дека на социјалните мрежи има тренд кој почнува да ги насочува младите кон тоа дека е нормално да го објавуваат речиси секој сегмент од нивниот живот и да го споделат со голем број луѓе со кои инаку не би имале чест контакт, а исто така е нормално да си дозволите луксузни работи и патувања (Rotim, 2017).

4.3. Позитивни аспекти на користењето на социјалните мрежи

Развојот на технологијата доведе до социјалните мрежи. Тие ни овозможија подобро да комуницираме, да запознаваме нови луѓе и полесно да извршуваме одредени задачи. Секако, социјалните мрежи имаат своја позитивна страна, која е важно да се истакне (Stanojević, 2011, според Jurisic, 2019).

Интернетот со својот развој стана еден од најважните медиуми за маркетинг, кој во иднина ќе биде неизбежен фактор во деловното работење во компаниите. Со појавата на социјалните мрежи, имаше големи промени во начинот на кој компаниите и потрошувачите комуницираат. Рекламирањето на интернет е главната карактеристика на успехот на компанијата, а повеќето луѓе денес дознаваат за производите преку интернет-маркетинг и рекламирање на интернет. „Членовите на социјалните мрежи повеќе не се само студенти и помлади луѓе во потрага по слободно време, расеаност и размена на различни битови, туку сè повеќе се интелектуалци и деловни луѓе од целиот свет“ (Stanojević 2011, 165). Според Воларевиќ и Бебиќ (Volarević, Bebić, 2013, според Jurisic, 2019), социјалните мрежи исто така го променија корпоративниот бизнис, маркетингот и односите со јавноста, а потоа следеа промени во новинарството. Според авторите, еден од првите чекори на хрватската влада бил отворањето на фејсбук-профилите и твитер-профилите на социјалните мрежи и управувањето со нив. Исто така, голем број министри ги користат своите профили на социјалните мрежи за да комуницираат со своите избирачи. „Денес, големи количини на информации се достапни на јавноста на бројни онлајн платформи, што исто така го промени процесот на пребарување, обработка и маркетинг на вестите“ (Volarević, Bebić 2013, 62). Станојевиќ (2011) забележува дека експертите за маркетинг во иднина ќе мора да се свртат

кон поиновативни стратегии за да го изненадат пазарот за рекламирање, како и примателите на маркетинг-пораки. Новак (Novak, 2017) истакнува дека кога зборуваме за адолесцентите и нивната употреба на социјална омраза, треба да бидеме многу внимателни за тоа што се објавува на таквите платформи. Потребно е да се води сметка токму за тој аспект од нивната комуникација, каде што преку интернет на социјалните мрежи разменуваат пораки не само со луѓе кои ги среќаваат во нивната околина, туку и со луѓе чиј идентитет воопшто не е проверен. Во одредени ситуации ваквата форма на комуникација е позитивна работа за младите, но секако дека овој тип комуникација може да има и лоша конотација. „Истовремено, медиумите пребрзо и премногу често се прогласуваат за дежурен виновник, без да се почитува истражувањето кое тврди дека, на пример, насилството или зависничкото однесување се за многу посложени меѓусебни општествени односи“ (Livazović 2012, 2.). Роботиќ (Robotić (2015, според Jurisic, 2019) наведува некои од предностите на интернетот, а тоа се: брз и лесен пристап до информации, мотивација за учење, извор на забава, овозможува брза и лесна комуникација без разлика каде се наоѓаме, а исто така ни овозможува размена на информации, искуства и мислења за одредена тема, а во одредени сегменти се подобруваат вештините за пишување и се поттикнува креативноста.

4.4. Негативни аспекти на користењето на социјалните мрежи

Иако младите често ја нагласуваат позитивната страна на социјалните мрежи, секогаш има и друга страна, а тоа е негативната страна. Колку и да набројуваме предности, од друга страна, секогаш има негативни, токму оние за кои треба почесто да се грижиме и да предупредуваме. Куниќ, Матиќ и Синдик (Kunić, Matić, Sindik, 2016) забележуваат дека негативните страни на социјалните мрежи се поврзани со ризиците од зависности, дебелина, губење на социјалните вештини, затапување поради премногу информации, омраза, сајбер-малтретирање, повреда на приватноста и ризиците од изложување на порнографија и опасностите од педофилија. Карактеристични се токму поради тоа што сè повеќе млади денес го поминуваат слободното време на интернет, со социјална омраза. „Интернет зависноста е опишана како состојба во која поединецот ја губи контролата врз користењето на интернет и продолжува да го користи прекумерно, до точка каде што доживува проблематични исходи кои негативно влијаат на неговиот живот (Young i deAbreu, 2011, според Vejmelka, Stablić, Jazvo, 2017, 60). Тоа денес е застапено во сите форми, но особено

кај младите генерации и оние кои доаѓаат и растат со интернетот и социјалните мрежи. „Сите вакви однесувања на интернет се прават со цел да се нападне нечиј емоционален, психолошки, социјален или морален интегритет.

Насилството преку интернет се нарекува и виртуелно насилство, сајбер-малтретирање (Matijević, 2014, 40). Вилард (Willard, 2004, Li, 2010, Đuraković, 2012, според Jurisic, 2019) наведува дека, генерално, насилството преку интернет вклучува седум различни форми на насилство, и тоа: 1. изразување гнев, т.е. испраќање лути и вулгарни пораки до други луѓе; 2. вознемирување, т.е. испраќање заканувачки пораки на друго лице; 3. демнење преку интернет; 4. клевета, односно испраќање навредливи, невистинити или злобни пораки за некоја личност на други луѓе; 5. маскирање, т.е. преправање дека се личност што не се; 6. предавство или измама, што вклучува испраќање информации што вклучуваат чувствителни, приватни или засрамувачки информации за друго лице; 7. исклучување или исклучување на лице од онлајн група. Се разбира, многу е важно да се контролира и да се внимава кога децата и адолесцентите поминуваат време на социјалните мрежи. Тие често наивно мислат дека сè е за забава, но тоа може да се претвори во посериозен проблем каде што понекогаш мора да реагира и полицијата. Социјалните мрежи денес се лесно достапни и затоа на децата им е потребен соодветен надзор. Ние сме во свет со толку брз ритам што не обрнуваме внимание на содржината што ја објавуваат медиумите, ниту на тоа што младите читаат од таа содржина (Jurisic, 2019).

5. Самодоверба

Самодовербата е исклучително важна во секој аспект од човечкиот живот, а особено во животот на младите, бидејќи ако пораснат во самоуверени луѓе, ќе ја добијат довербата на другите луѓе, а довербата на другите е една од клучни начини на кои самоуверената личност успева во животот (Raguz, 2018).

Денес, во ерата на модерните комуникации, корисниците на социјалните мрежи имаат големи можности преку нив да ја усовршат својата самодоверба, бидејќи на тие мрежи можат да се претстават какви што навистина сакаат да бидат. Тие можат, на пример, бескрајно да ги уредуваат своите дигитални профили и „селфи“ пред да ги објават на интернет или да ги испратат на пријателите. Научниците денес често се прашуваат дали оваа способност на социјалните мрежи е поврзана со зголемување на самосвеста и самодовербата кај корисниците или ги претвора во нарцисоидни поединци.

Фејсбук се потруди да се погрижи да не ги изгуби своите млади корисници со создавање Снапчат и Инстаграм апликации. Овие случувања покренуваат голем број прашања. Дали користењето на социјалните медиуми води до плитки врски и осаменост - или ја зголемува самодовербата, самодовербата и социјалните вештини (Christakis, Fowler, 2010 според Raguz, 2018). Пријателството е една од најголемите придобивки од заедничкиот тип на меѓучовечки односи и голема предност на пријателството е социјалната и материјалната поддршка во стресни ситуации. Мрежното пријателство е со послаб квалитет од традиционалното пријателство бидејќи традиционалното пријателство има поголема широчина, длабочина, повеќе разбирање, меѓусебна зависност, предности и конвергенција од онлајн пријателството, земајќи го предвид нивниот ризик (Alić, 2010 според Ragaz, 2018). Според наодите (Chang, Chen, 2013), разликата во квалитетот на двата типа на пријателство зависи од времетраењето на врската, а истражувањата покажале дека разликите биле минимални во врските кои траат повеќе од една година.

Адолесцентите се подложни на ниска самодоверба поради споредба со врсниците, родителска критика, физички изглед, нереални очекувања, недостаток на родителско

внимание, траума и малтретирање. Важен фактор позитивно поврзан со самодовербата е нивото на прифаќање од другите. Следствено, прифаќањето на адолесцентите од другите, а со тоа и од нивните врсници, ја подига нивната самодоверба, додека отфрлањето води до ниска самодоверба. Истражувањата покажаа дека ниската самодоверба може да го наруши менталното здравје и да го фаворизира развојот на депресивни растројства, да предизвика злоупотреба на дрога и напуштање на училиштето и да биде причина за ризично сексуално однесување и тинејџерска бременост (Sanela, 2022).

Тоа е дејствие што поединецот го создава или одржува за себе, а кое го рефлектира него самиот, односно како вреднување или оценка за себе. Куперсмит (Coopersmith, 1967) под поимот самопочит разбира евалуација - ја дефинираме самодовербата како резултат на формиран концепт, став на прифаќање или отфрлање и се однесува на нивото на кое поединецот се доживува себеси како способен, успешен, значаен и вреден (според Jelic, 2011). Тој ја дефинира самопочитта како евалуација на сопствената слика за себе, односно општиот позитивен или негативен став што поединецот го има кон некоја личност, мерките за самопочит се обидуваат да ги доловат токму мислењата што се цитирани во литературата, врз основа на проценката на општиот став на поединецот. Така, истражувачите се вратија на почетната точка дека самопочитта има специфични аспекти, односно домени до кои таа се однесува. Најчеста во истражувањето била академската или училишната компетентност, атлетската компетентност кога примерокот се состоел од инструмент за мерење на самодовербата - скалата на Розенберг (Rosenberg) на лична самодоверба и најчесто исклучува два фактора со факторска анализа (Jelic, 2011).

Затоа, истражувачите разликуваат поединечни домени на самопочит, но исто така го прифаќаат концептот на општа самодоверба како општо чувство на самопочит (Coopersmith, 1967.; Harter, 1999). Ваквиот пристап нè прави прифатливи и логични, бидејќи секој поединец може да има различна проценка за сопствената компетентност во различни области на самопочитта, тие се хиерархиски организирани, но сепак општа оценка за себе како повеќе или помалку вредна личност.

Сепак, останува нејасно колку тие се важни или пресудни за нивото на општата самодоверба. Моделот се враќа на првичното прашање, дали сакаме да ја измериме самодовербата како општа самоевалуација и единствена конструкција.

Речиси и да нема прирачник, списание или веб-локација на тема применета психологија што на некој начин не го допира прашањето за самодовербата. Знаејќи дека самодовербата е негативна или позитивна слика за себе, така ја цениме што правиме, што сме и резултатите што ги постигнуваме, а самодовербата често се третира како магичен, клучен концепт што доведува до идејата дека самодовербата е клучот за сè; личен и деловен успех, креативност, спортски достигнувања итн. Лаичката дефиниција за самодоверба главно е да се чувствувате добро со себе, да се чувствувате удобно во сопствената кожа, да чувствувате дека сè е добро и сл. (Vasta et al., 1998 според Raguz, 2018). Често се споменува фразата: „Самодовербата е клучот за успехот.“ Сепак, речиси секој може од лично искуство да забележи дека е многу тешко да се постигне ваквото чувство и таквиот однос кон секојдневните обврски и настани, особено кога нешто не оди според планот. Еден од најпознатите, ако не и најпознатиот истражувач во областа на самодовербата е Розенберг, кој по примерот на Џејмс ја застапува тезата дека самопочитта е еднодимензионална конструкција (Lacković-Grgin, 1994, според Fidrmuc, 2020). Розенберг (1979) ја дефинира самопочитта како став што човекот го има кон себе, кој може да биде позитивен или негативен. Една од општествените околности што влијае ставот да биде попозитивен (т.е. повисока самодоверба) е поголемата посветеност и интерес на родителите за децата (според Bezinovikj, 1988).

Врз основа на неговото истражување, Куперсмит (1967; Lacković-Grgin, 1994, според Vlajčić, 2020) дошол до заклучок дека луѓето ја засноваат својата самодоверба на четири критериуми:

1. важност – степен на љубов и прифаќање на другите;
2. компетентност - во извршувањето на задачите кои им се важни,
3. чувство за вредност - постигнати морални и етички стандарди;
4. моќ – степенот до кој поединецот влијае врз неговиот и животот на другите.

Натаниел Бранден (Nathaniel Branden, 1994), канадско-американски психотерапевт и автор ја гледа самопочитта како вроден квалитет на поединецот да се гледа себеси како

компетентен за предизвиците што ги претставува животот и како личност достојна за среќа. Дури и Маслов (Maslow, 1943, според Fidrmuc, 2020) ја препозна важноста на самодовербата, која се наоѓа во неговата хиерархија на човечки потреби, и ја дефинира самодовербата како достигнување на поединецот и како почит и поддршка од другите. Самопочитта е многу важна конструкција, бидејќи во голема мера влијае на сознанието, емоциите и однесувањето, а поединците со висока самодоверба имаат тенденција да размислуваат постојано добро за себе, без оглед на секојдневните настани што ги снашле.

Кога животот на човекот му оди добро, тој се чувствува добро, му се чини дека можел сè, накратко, се чувствува самоуверено. Од друга страна, кога ќе се редат неуспесите, тешко дека ќе се води од истото чувство и во следните ситуации. Истражувањата покажаа дека високата самодоверба сама по себе не предизвикува речиси ништо, самоуверените студенти не покажаа значително повисоки резултати на испитите од другите, а истото беше и со успешноста на вработените. Затоа, самодовербата не е причина, туку показател за успех (Vasta et al., 1998). Секако, погрешно е да се заклучи дека самодовербата воопшто не е важна во животот. Ниската самодоверба обично е придружена со други негативни емоции и состојби, на пример, безволност, безнадежност или дури и депресија (Vasta et al., 1998). Ниската самодоверба ја доведува во прашање и подготвеноста за прифаќање нови задачи и ситуации, како и успехот во нивното совладување. Исто така, луѓето сакаат да бидат опкружени со самоуверени луѓе, несвесно, но прецизно перципирајќи ја оваа нивна карактеристика како знак на успех и задоволство од животот (Vasta et al., 1998, според Raguz, 2018).

Самопочитта вклучува самопроценка на себеси, односно сопственото „јас“, кое може да биде и позитивно и негативно. Тој дефинира како човекот се гледа себеси во контекст на средината во која се наоѓа, ја мери сопствената вредност и компетентност. Во последните 20 години беа спроведени бројни студии кои ја дефинираа самодовербата како дводимензионална конструкција. Едната димензија е концептот на самопочит, кој е последица на позитивниот став на социјалната средина, додека другата димензија е проценката на сопствените способности (36,37).

Самопочитта може да се гледа како (38):

- позитивна или негативна;

- лична или социјална;

- самокомпетентност (анг. Self-competence) - самоприфаќање (анг. self-like).

Мар и сор. ја опишуваат позитивната самодоверба како здрава и пожелна, тесно поврзана со позитивното влијание. Според истите автори, негативната самодоверба е тесно поврзана со негативните влијанија како што е асоцијалното однесување (на пример, злоупотреба на дрога, злоупотреба, итн.) (според Salena, 2022).

5.1. Корелации на самодоверба и развојна возраст

Самопочитта го обликува успехот во области кои се од големо значење за поединецот. Колку се поважни областите во кои е забележан успех, толку е поголема неговата самодоверба, додека областите кои не се од некое големо значење за него имаат помало влијание врз обликувањето на самодовербата.

Голем број фактори кои најмногу влијаат на самодовербата кај адолесцентите се следните:

- физички изглед
- успех на училиште/факултет
- прифаќање од врсниците
- проблеми во однесувањето
- емоционални врски
- број на блиски пријатели
- деловна компетентност.

5.2. Училиштен успех

Истражувањата покажуваат дека високата самодоверба не е тесно поврзана со средношколскиот или академскиот успех. Спроведените студии не укажуваат на взаемна врска помеѓу нивото на самодоверба и нивото на успех во училиштето, туку укажуваат на фактот дека адолесцентите со високо ниво на самодоверба се поупорни по неуспехот да ја постигнат својата цел во споредба со оние со пониско ниво на самодоверба. Лацковиќ-Гргин наведува дека напуштањето на училиштето често има трајно негативно влијание врз самодовербата на адолесцентите (според Salena, 2022).

Истражувањето кое ја испитува врската помеѓу самодовербата и училишниот успех заклучи дека високата самодоверба им помага на поединците да се гледаат себеси како активни и способни да промовираат промени преку напор и поставување повисоки цели кои водат кон учење нови работи. Интересно, бројни истражувачи покажаа дека најдобриот начин за подобрување на постигањата на учениците е да се зголеми нивната самодоверба. Истражувањето исто така документира дека високата самодоверба игра важна улога во академските достигнувања, социјалната и личната одговорност. Оние кои имаат повисоки академски достигнувања имаат тенденција да се чувствуваат посамоуверени, за разлика од оние кои немаат доверба во себе, па тие постигнуваат помалку. Авторите наоѓаат објаснување за ова во фактот што проценката на самодовербата на поединецот секогаш се одвива во однос на блиската околина, која не мора да го смета академскиот успех како основа на сопствениот успех, односно сопствените способности.

5.3. Физички изглед

И покрај вообичаеното верување дека луѓето со висока самодоверба се поприврлечни и им се допаѓаат на другите, резултатите од истражувањето не го докажуваат тоа. Високата самодоверба не може да се поврзе ниту со значаен ефект врз должината, ниту со успехот на романтичните врски. Физичкиот изглед е критериум за оценување на околината, која позитивно го оценува физичкиот изглед во согласност со наметнатите стандарди за убавина во сопствената култура. Исто така, оние чиј физички изглед отстапува од тие стандарди често се негативно оценети. Овие реакции на околината на физичкиот изглед на поединецот создаваат чувство на прифаќање или неприфаќање и несоодветност кај поединецот. Затоа, може да се каже дека оценувањето на околината во голема мера влијае на начинот на кој поединецот се оценува себеси.

Една од важните карактеристики на физичкиот изглед е зголемената телесна тежина на децата и адолесцентите. Децата кои имаат проблеми со зголемена телесна тежина укажуваат на многу поголема веројатност за пониска самодоверба од децата со нормална телесна тежина.

5.4. Врски со значајни други

Во периодот на адолесценција, она што најмногу го обликува мислењето на адолесцентот за себе е мислењето на неговите родители, блиски пријатели и соученици. Нивниот став или нивното мислење во голема мера влијае на нивната самодоверба. Адолесцентите веруваат дека физичкиот изглед и однесувањето се основата врз која околината формира мислење за нив, на што посветуваат големо внимание и значително влијаат на поврзаноста помеѓу сопствената перцепција за себе и повратните информации што ги добиваат од луѓето од нивната непосредна околина кои имаат одредена важност за нив.

Адолесцентите најчесто живеат со своите родители, а родителското однесување кон нив исто така има значително влијание врз самодовербата на адолесцентите, која е поизразена кај момчињата отколку кај девојчињата. Покрај родителското влијание, врз самодовербата на адолесцентите големо влијание имаат и наставниците, кои се важен извор на академска самодоверба кај адолесцентите.

5.5. Среќа

Среќата е тесно поврзана со самодовербата на поединецот. Самопочитта и среќата не се нужно во причинско-последична врска, но многу автори укажуваат на фактот дека ниското ниво на самодоверба води до депресија, додека високата самодоверба генерира чувство на среќа. Исто така, потврдено е дека високото ниво на самодоверба го намалува стресот и го олеснува справувањето со него.

5.6. Социјални мрежи и популарност

Пред доминацијата на дигиталната комуникација, популарноста значеше да се биде сакан и прифатен од околината, но во модерното време популарноста е концепт кој е тесно поврзан со социјалните мрежи и дигиталната комуникација. Популарноста на социјалните мрежи се мери според бројот на следбеници и бројот на „лајкови“ што ги собира одредена објава. Ленхарт и соработниците наведуваат дека популарноста е многу важен аспект во периодот на адолесценцијата бидејќи во голема мера влијае на самоконцептот и самопочитта на поединецот. Атрактивноста на објавените содржини игра голема улога во популарноста на социјалните мрежи (Salena, 2022).

Според Зуо и соработниците, аспекти кои се важни за оценување на популарноста на социјалните мрежи се следниве:

- бројот на следбеници што ги има лицето;

- фреквенција на објави и пораки на профилот „sид“;

- групи или страници кои сопственикот на профилот ги создал или им се придружил.

Многу поединци го изразуваат своето вистинско јас преку социјалните мрежи. Популарноста што ја добиваат преку оваа форма на изразување во голема мера влијае на нивното ниво на самодоверба.

5.6. Обликување на самопочит и самоконцепт преку социјалните мрежи

Нивото на самопочит е тесно поврзано со користењето на социјалните мрежи. Далекосежното влијание на интернетот врз самоконцептот и самодовербата се проучува во последните десет години, што се карактеризира со сè поголемо време поминато на интернет. Социјалните мрежи станаа најкористениот начин на комуникација и средство со кое корисниците се претставуваат пред светот. Социјалните мрежи нудат и можност за обликување и прикажување на посакуваната слика за себе.

Начинот на кој поединецот комуницира со другите луѓе во голема мера е одреден од неговата личност и нивото на неговата сопствена самодоверба. Гонзалес (Gonzalez) и сор. заклучија дека користењето на социјалните мрежи може да го подигне нивото на самодоверба кај адолесцентите преку перцепцијата на физичкиот изглед и преку односите со другите, при што најголемо влијание имаат позитивните реакции и одобрувањето од пријателите и следбениците на социјалните мрежи. Дополнителен фактор кој влијае на подобрувањето на самодовербата е контролата на содржината преку која адолесцентот се претставува на социјалните мрежи (Salena, 2022).

Зуо ја гледа позитивната страна на социјалните мрежи преку зачувување на сопствениот интегритет и вредност преку профилот што корисникот го креира и презентира. Презентирањето на идеалното „јас“ кај адолесцентот резултира со позитивни чувства и зголемување на самодовербата.

Тафароди и Сван (Tafarodi, Swann, 2001) докажаа дека најчестиот инструмент за мерење на глобалната самодоверба (Розенберг скала за самопочит - RSES) всушност мери два различни, иако поврзани, конструкти - „самокомпетентност“ и „прифаќање и сакање на

себеси“ (самољубие) – со изразени предрасуди еден кон друг. Терминот „сопствена компетентност“ се дефинира како чувство на способност што произлегува од повеќекратните искуства на успешно барање цел (Tafarodi и Milne, 2002). Од друга страна, „прифаќањето и сакањето на себеси“ е чисто субјективна проценка на личната вредност, која не е експлицитно поврзана со однесувањето и способноста, туку е поврзана со самиот себе како општествен објект, според внатрешни критериуми на социјална вредност како што се моралот или привлечноста (Tafarodi и Swann, 2001). Терминот „прифаќање и сакање на себеси“ е најмногу сличен на она што многу истражувачи го дефинираат како самодоверба, наместо како општа самоевалуација. Тоа е афективно заснована евалуација на она што човекот го чувствува за себе. Спротивно на тоа, поимот „самокомпетентност“ е сличен на верувањата за самоефикасност кои се првенствено когнитивни отколку афективни (Lery, 2004). Овие две форми на самопочит без сомнение влијаат една на друга (на пример, ако верувате дека сте компетентни, мора да се чувствувате добро со себе), но сепак тие се различни (Mar et al., 2006 според Galina, 2017).

6. Самопочит во адолесценцијата

Растот на когнитивните способности во адолесценцијата доведува до зголемена свесност на адолесцентот за себе, неговите карактеристики и мислењето што другите луѓе го имаат за него (Lacković-Grgin, 2006 според Buder, 2020). Адолесценцијата е чувствителен период од животот во кој личното искуство на самопочит во голема мера ја одредува благосостојбата на поединците. Тоа е важен период за позитивен развој на менталното здравје (Moksnes и Reidunsdatter, 2019). Бидејќи самодовербата е главен аспект на психолошкото функционирање, високите нивоа на самопочит во адолесценцијата се неопходни за промовирање на поволно психолошко функционирање (Moksnesi et al., 2010). Според Конор (Connor и сор., 2004), високите нивоа на самодоверба во адолесценцијата обично се поврзуваат со чувството на благосостојба, додека ниските нивоа на самопочит често се поврзани со деликвентно однесување. Нивото на самодоверба се менува во текот на адолесценцијата, така што во раната адолесценција има пад на нивото на самодоверба. Поточно, се смета дека самодовербата почнува да опаѓа на 11-годишна возраст, а најниската точка ја достигнува на возраст од 12 до 13 години. Овој пад на нивото на самодоверба обично се објаснува со пубертетот, односно со ненадејните физички промени кои доаѓаат со пубертетот (Robins i Trzesniewski,, 2005). По раната фаза, самодовербата постепено се зголемува до доцната фаза на адолесценцијата, кога станува стабилна. Се верува дека зголемениот степен на автономија и лична слобода стекнати во адолесценцијата придонесува за растот на самодовербата (Berk, 2007). Во однос на родовите разлики во самодовербата за време на адолесцентните години, многу истражувачи забележуваат генерално повисока самодоверба на машките адолесценти во споредба со адолесцентните девојчиња. Споредбите со врсниците и прифаќањето од врсниците се значајни извори на самодовербата кај адолесцентите. За време на адолесценцијата, интеракциите со врсниците се клучни за формирање самодоверба, но не смее да се занемари влијанието на другите значајни личности од околината на адолесцентот. Постојат многу различни фактори кои ја обликуваат самодовербата на адолесцентите, а еден од нив секако е користењето на социјалните мрежи.

7. Самопочитувањето и социјалните мрежи

Употребата на социјалните мрежи и нивото на самопочит се две меѓусебно поврзани конструкции. Ова поглавје ќе ги наведе начините на кои тие можат да се поврзат и нивните взаемни влијанија едни врз други, и позитивни, и негативни.

Пред околу 20 години, кога некои поединци почнаа повеќе да го користат интернетот, само неколку луѓе ги предвидоа далекусежните промени во начинот на кој се поврзуваме едни со други. Пред околу 10 години, кога сè повеќе луѓе го користеа интернетот како социјален медиум, малку луѓе предвидуваа далекосежни промени во начинот на кој се гледаме себеси. Само неодамна почнуваме да разбираме дека она што го правиме на интернет, особено на социјалните мрежи, влијае на нашата самодоверба (Vries, 2014, според Galina, 2017). Милиони луѓе живеат дел од својот живот на социјалните мрежи. Социјалните мрежи се интернет-страници на кои корисниците се претставуваат пред светот. Луѓето имаат можност онлајн да ја обликуваат својата слика за себе за социјални цели, користејќи социјални мрежи како што се Фејсбук и Твитер (Rosenberg i Egbert 2011, според Galina, 2017). Социјалните мрежи им овозможуваат на корисниците да креираат уникатни профили кои влијаат на тоа како другите ги гледаат, со цел да ја претстават посакуваната слика за себе. Поединците комуницираат и се вклучуваат во животите на другите луѓе на социјалните мрежи преку сликите што ги создаваат за тие луѓе, откривајќи лични детали и создавајќи увид во нивните животи. Личноста и нивото на самодоверба се влијателни фактори во начинот на кој поединецот комуницира со другите луѓе (Hamburger et al., 2000: Zhang, 2015според Galina, 2107). Многу социјални мрежи им овозможуваат на корисниците да објавуваат статуси за да ги изразат своите емоции. Објавите ги одразуваат начините на кои тие се претставуваат, што може да се искористат за да се испита нивната личност и нивото на самодоверба во онлајн средини (Aronson i sur 2009, според Galina, 2107). Се покажа дека социјалните мрежи имаат значително влијание врз самодовербата на нивните корисници. Гонзалез и Ханкок (Gonzalez, Hancock, 2011) тврдат дека социјалните мрежи можат да ја подобрат самодовербата, вклучувајќи ги перцепциите за физичкиот изглед, односите со другите и романтичните врски, особено кога лицето добива позитивни повратни информации од своите врсници, особено од пријателите на социјалните мрежи. Покрај тоа,

дозволувајќи им на корисниците да контролираат што објавуваат на интернет, профилот може да помогне да се зголеми нивното ниво на самодоверба преку себепрезентација. Тие, исто така, откриле дека социјалните мрежи можат значително да го зголемат нивото на самодоверба доколку на лицето му се дозволи да ги уредува информациите што ги споделува на својот профил. Се чини дека социјалните мрежи им дозволуваат на корисниците да го претстават своето идеално јас, а бидејќи ова е оптимално самопретставување, тоа води до позитивни чувства и повисоки нивоа на самодоверба (Gonzalez, Hancock, 2011, според Galina, 2017). Некои научници детално ја проучувале потребата за припадност, додека други претпоставуваат дека социјалните мрежи обезбедуваат пригоден начин да се вклопат со другите. Припадноста во група го поттикнува развојот на колективната самодоверба, која социјалните психолози ја опишуваат како аспект на самоконцептот на поединецот што произлегува од познавањето на нечие членство во социјална група, заедно со вредноста и емоционалното значење тесно поврзано со тоа членство. Во оваа смисла, употребата на социјалните мрежи може да го зголеми нивото на самодоверба (Gangadharbatla, 2008). Социјалните мрежи се клучни за социјалната поврзаност и одржувањето контакти/пријателства на далечина, но Калпиду и сор. (Kalpidou, 2011, Zuo, 2015, според Galina, 2017) веруваат дека постарите корисници имаат поголема корист од социјалните мрежи отколку помладите корисници, бидејќи тие ги користат социјалните мрежи позрело и поефективно за да воспостават врски со врсниците.

Понатаму, социјалните мрежи можат да бидат особено корисни за луѓето со ниска самодоверба со тоа што ќе им помогнат да бидат прифатени од нивните врсници и да се прилагодат на новата средина, а во некои случаи дури и да ја подобрат самодовербата и субјективната благосостојба на поединецот. Поединците кои користат социјални мрежи можат да искусат чувство на припадност и социјална поддршка од другите (Kim i Lee, 2011; Liu i Yu, 2013: Zuo, 2015, според Galina, 2017). Исто така, оние со пониско ниво на самодоверба се обидуваат да го компензираат недостатокот на самодоверба со зголемување на бројот на онлајн пријатели на социјалните мрежи со цел да воспостават чувство на припадност и да ја нагласат перцепцијата за популарност. Сепак, тие прифаќаат повеќе барања за пријателство од луѓе кои не ги познаваат (Tazghini и Siedlecki, 2013, според Galina, 2017). Луѓето со ниска самодоверба се обидуваат да ја компензираат својата самодоверба со тоа што се активни на социјалните мрежи, односно интровертните можат да компензираат

за тешкотиите што ги доживуваат во интеракцијата лице в лице преку онлајн социјалните мрежи (AmichaiHamburger и Vinitzky, 2010, според Raymer, 2015). Затоа, според Пантиќ (Pantic, 2014), луѓето со пониска самодоверба поминуваат повеќе време на интернет и имаат повеќе промотивни содржини на нивните профили на социјалните мрежи. Луѓето со повисока самодоверба се чини дека ги користат социјалните медиуми за различни цели отколку луѓето со пониска самодоверба.

Исто така, тие веруваат дека оние со повисоко ниво на самодоверба придаваат помало значење на онлајн интеракцијата преку социјалните мрежи. Иако социјалните мрежи имаат многу придобивки и позитивно влијаат на нивото на самодоверба на луѓето, можат да имаат и негативни ефекти. Неколку научници докажаа дека користењето на социјалните мрежи го зголемува нивото на нарцизам и негативно влијае на самодовербата (Somerville 2015, според Galina, 2017).

Честото користење на социјалните мрежи има индиректен ефект врз социјалната самодоверба и благосостојбата на адолесцентите (Valkenburg et al., 2006). Калпиду и сор. (2011, според Einarsdottir, 2015) веруваат дека употребата на социјалните мрежи има негативно влијание врз самодовербата на корисниците, како и Валкенбург и сор. (Valkenburg et al., 2006) кои наведуваат дека основата на негативните ефекти врз самодовербата на адолесцентите била количината на повратни информации добиени за нивните профили. Сепак, беше откриено дека употребата на социјалните медиуми има позитивни влијанија во односите меѓу учениците со ниска самодоверба (Kalpidou et al., 2011, Einarsdottir, 2015 според Galina, 2017).

8. Депресија

Еден од најважните наоди што го споменува Пантиќ (Pantic, 2014, според Galant 2020) во својата работа е позитивната врска помеѓу користењето на социјалните мрежи и депресијата. Депресијата е сериозна ментална болест која спаѓа во нарушувањата на расположението и го нарушува севкупниот квалитет на животот. Некои од најважните симптоми на депресијата се губење на интерес за омилените активности, несоница или прекумерно спиење, чувство на вина и безвредност, промени во тежината и апетитот, лошо расположение во поголемиот дел од денот, замор и губење енергија, психомоторна агитација или бавност, намалена способност за концентрирање и донесување одлуки и често размислување за смртта (Begić, 2016, според Galant, 2020). Поединецот треба да задоволи пет од деветте наведени симптоми во период од две недели за да му биде дијагностицирана депресивна епизода. Во литературата се наведува дека долгото време поминато на социјалните мрежи е поврзано со клинички симптоми на депресија (Trifiro, 2018, според Galant, 2020). Во основата на врската, Барнел и сор. (Burnell et al., 2019) ја наведуваат пасивната употреба на социјалните мрежи, особено стравот од пропуштање, што ги зголемува депресивните симптоми бидејќи доведува до негативен афект. О'Киф и Кларк-Пирсон (O'Keefe, Clarke-Pearson, 2011) го воведуваат терминот фејсбук-депресија, кој ја вклучува состојбата на депресија која се развива кај адолесцентите кои поминуваат премногу време на социјалните мрежи, поради што развиваат класични симптоми на депресија. Ризична возраст за појава на депресија, но и за генерално неповолни исходи на социјалните мрежи е адолесценцијата, во која се случуваат бројни физички, когнитивни, емоционални и социјални промени за време на преминот од детството во зрелоста (Berk, 2008, според Galant, 2020). Периодот на адолесценција ја опфаќа возраста од 11 до 20 години и е обележан со бројни кризи на барање на сопствениот идентитет, конфликти со родителите, големо влијание на врсниците и кревка самодоверба, што првично ги прави многу чувствителни на негативни повратни информации. Имено, во оваа фаза се одвива когнитивниот развој, чија последица е самосвест и голема фокусираност на себе, при што

адолесцентите чувствуваат дека се претерано во центарот на вниманието и интересот на другите (Berk, 2008, според Galant, 2020).

Според Светската здравствена организација (СЗО, 2020 година), повеќе од 264 милиони луѓе страдаат од депресија. Депресијата се разликува од вообичаените промени во расположението и краткорочните емоционални одговори на предизвиците во секојдневниот живот. Кога е долготрајна и со умерен или тежок интензитет, депресијата може да стане сериозна медицинска состојба. Болен човек може многу да страда и да функционира лошо на работа, на училиште и во семејството. Депресијата како нарушување е комплицирано и опасно, а на нејзината прогноза влијаат повеќе различни фактори, па затоа не е лесно да се лекува. Може да заврши со ремисија, со хроничен тек, но и во најлош случај може да доведе до самоубиство. Околу 800 000 луѓе годишно умираат од самоубиство, а тоа е втора водечка причина за смрт кај луѓето на возраст од 15 до 29 години. Има докази за зголемена преваленција на депресивни симптоми кај адолесцентите и младите возрасни лица во индустријализираните земји во последните 3 децении (Mojtabai, Olfson i Han, 2016), што може да ја доведе во прашање поврзаноста и со појавата на социјалните медиуми. Веројатно највлијателните истражувања на оваа тема го спровеле Твенге, Џоинер, Роџерс и Мартин (Twenge, Joiner, Rogers, Martin, 2018), кои ги испитувале генерациските разлики во користењето на социјалните мрежи и различните исходи во адолесценцијата. Нивното истражување сугерира дека генерацијата адолесценти родени во 1995 година или подоцна, наречена „*iGen*“ (генерации кои пораснале целосно нурнати во светот на високата технологија и паметните телефони од првиот ден од нивното раѓање) покажуваат повисоки нивоа на депресија, лишување од сон, осаменост и избегнување на улогата на возрасни во споредба со претходните генерации. Со оглед на тоа што овие трендови се појавија во исто време кога паметниот телефон стана популарен (Твенге и сор. – Проблеми со менталното здравје кај адолесцентите, според Mamić, 2021).

Во својата работа, Пантиќ (2014) го анализира истражувањето кое ја проучувало врската помеѓу социјалните мрежи и депресивните растројства. Една од примарните анализирани причини е фактот што младите живеат во виртуелен свет и што постојано ги занемаруваат вистинските семејни и пријателски односи. Иако доаѓаме во контакт со голем

број корисници на социјалните мрежи, разговорите се многу плитки и не ја задоволуваат потребата за припадност и блискост, што потоа последователно ги зголемува симптомите на депресија и осаменост (Pantic, 2014, според Galant, 2020).

Вториот дел го сочинува Бековиот инвентар за депресија (BDI), алатка за скрининг за проценка на ризикот од депресија. Овој стандардизиран прашалник вклучува 21 прашање, оценети на скала од 0 до 3; конечниот резултат го сочинува вкупниот резултат. Според упатствата, беше донесена следната поделба: 0-10 поени – без депресија, 11-27 поени – умерена депресија, > 28 поени – тешка депресија. Чувствителноста и специфичноста на BDI, со точка на пресек од 12/13, се проценува дека се 100 % и 99 %, соодветно [30].

\

9. Релевантни истражувања

Технологијата, вклучувајќи го пристапот до интернет и подобрувањето на различните интернет-страници и апликациите за социјално вмрежување, се развива и напредува со огромна брзина. Секој ден има сè повеќе корисници на социјалните мрежи, а тие се незаменлив дел од нашиот социјален живот. Затоа, користењето на социјалните мрежи е тема која не ја губи својата актуелност и е „плодна почва“ за многу научници/истражувачи. Научниците веќе многупати го поврзаа со многу феномени, вклучувајќи ја и самодовербата. Сепак, различни научници дошле до различни статистички податоци, а тоа сè уште останува тема на дебата.

Валкенбург и сор. спроведоа лонгитудинална студија во која се обидоа да ја истражат врската помеѓу употребата на социјалните мрежи кај адолесцентите и социјалната самодоверба. Тие ја опишаа социјалната самодоверба како степен до кој адолесцентите се чувствуваат прифатени и сакани од пријателите и врсниците и се чувствуваат успешни во формирањето и одржувањето пријателства. Истражувањето покажа позитивна врска помеѓу социјалната самодоверба на адолесцентите и користењето на социјалните мрежи (според Salena, 2022).

Различни студии ја разгледаа врската помеѓу употребата на социјалните мрежи и негативниот ефект врз самодовербата. Имајќи предвид дека физичката привлечност на корисниците е нагласена на социјалните мрежи, корисниците се свесни за важноста од презентирање на сопствениот физички изглед. Може да се каже дека токму социјалните мрежи поттикнуваат нездрава опсесија со физичкиот изглед, бидејќи таа е главниот фокус при претставувањето на социјалните мрежи и може да доведе до штетни последици во вид на незадоволство од сопственото тело. Според постоечките истражувања, незадоволството од сопственото тело се зголемува во последните години, особено во периодот на адолесценцијата и е поизразено кај девојчињата отколку кај машките. Авторите го гледаат главното влијание на зголеменото незадоволство од сопственото тело како последица на медиумското нагласување и идеализирање на тенкоста. Рејмер (Raymer) наведува дека

анализите на медиумските содржини на телевизија, интернет и во филмовите и списанијата ја потврдуваат нормата на слабите жени како идеални и привлечни (според Salena, 2022).

Спроведување на анкета на примерок од 150 ученици од 10 средни училишта во областа Ембу округ во Кенија, Њага и сор. (Nyagah et al., 2015, според Galina, 2017) собра податоци за влијанието на социјалните мрежи врз самодовербата на адолесцентите. Истражувањето покажа дека повеќето испитаници се согласуваат со изјавата дека користењето на социјалните мрежи им помага да се поврзат со своите пријатели. Тие исто така се согласија дека социјалните мрежи им помагаат да се чувствуваат поблиски со своите пријатели, нивниот сопствен профил на социјалната мрежа им дава чувство на слобода, чувствуваат дека се важни за нивните пријатели во реалниот живот, чувствуваат дека се важни за нивните пријатели на социјалните мрежи, мрежите и чувството се во ред кога некој ги „тагира“ на фотографија, праќа барање за пријателство, „лајкува“ фотографија или објава, објавува на нивниот „ѕид“ и праќа порака до нивниот „инбокс“. Користењето на социјалните мрежи им дава чувство за сопствениот идентитет и слобода и се чувствуваат самоуверено, особено кога некој „лајкува“ или коментира на нивната фотографија или статус што ги објавил. Испитаниците изјавиле дека ги користат социјалните мрежи како извор за подигање на сопственото расположение. Тие ги пофалија и социјалните мрежи затоа што се чувствуваат побезбедни користејќи ги, особено посрамежливите испитаници кои немаат храброст да се соочат со луѓето и да го кажат своето мислење.

Резултатите од истражувањето кореспондираат со истражувањето на Валкенбург и сор. (2006), кои тврдат дека благосостојбата на адолесцентите и користењето на интернет постигнуваат мешани резултати и наведуваат дека социјалната самодоверба и благосостојбата најверојатно ќе влијаат на потребите на адолесцентите на интернет. Активностите на адолесцентите кои учествуваат на социјалните мрежи играат клучна улога во психолошката благосостојба на адолесцентите во однос на нивната социјална поврзаност и близината со пријателите. Валкенбург и сор. (2006) спроведоа студија на примерок од 881 адолесцент на возраст од 10 до 19 години. Истражувањето покажало, меѓу другото, дека самодовербата на адолесцентите е под влијание на повратните информации на другите корисници на нивните профили. Позитивните повратни информации го зголемуваат нивото на самодоверба, додека негативните информации го намалуваат нивото на самодоверба. Поголемиот дел од адолесцентите (78 %) добивале претежно позитивен фидбек, додека 7 %

од нив континуирано добивале негативен фидбек, што негативно влијае на самодовербата на овие адолесценти.

Шварц (Schwartz, 2012, според Galina, 2017) ја истражуваше поврзаноста помеѓу социјалните мрежи, како што е Фејсбук, и самодовербата кај адолесцентите на возраст од 13 до 15 години. Обработените податоци беа групирани врз основа на четири главни теми: социјално вмрежување, адолесцентни задачи, онлајн развој на идентитетот и лична благосостојба/самопочит. Резултатите покажале дека испитаниците, користејќи ги социјалните мрежи, остануваат во контакт со своите пријатели од реалниот живот (населба, училиште и сл.) дури и кога не се физички заедно, преку барања за пријатели, споделување информации за себе и објавување фотографии. Исто така, испитаниците изјавиле дека повеќето од нивните фејсбук-пријатели ги познаваат од реалниот живот (училиште, маало и други активности). Иако не делат исти интереси со своите онлајн пријатели, тие рекоа дека нивните пријателства на социјалните мрежи, но и во реалниот живот, им се многу важни. Откриено е дека постои поврзаност помеѓу користењето на Фејсбук и позитивните чувства. Накратко, резултатите од ова истражување покажаа дека употребата на Фејсбук ја промовира социјалната поврзаност преку создавање позитивни чувства и затоа, Фејсбук игра позитивна улога во развојот на благосостојбата и повисоките нивоа на самодоверба кај адолесцентите.

Руjгрок (Ruigrok, A., 2014, според Galina, 2017) спроведе студија за употребата на социјалните мрежи и нивното влијание врз самодовербата на примерок од 114 студенти низ Ирска, и од руралните и од урбаните области. Истражувањето покажа дека социјалните мрежи заземаат голем дел од животот на испитаниците со тоа што 36,5 % од мажите и 42,6 % од жените ги проверуваат своите социјални мрежи повеќе од петпати на ден. Главниот резултат на ова истражување беше дека не постои корелација помеѓу времето поминато на социјалните мрежи и нивото на самодоверба на испитаниците. Ова беше крајно изненадувачки резултат бидејќи повеќето претходни истражувања покажаа дека социјалните мрежи имаат или негативно, или позитивно влијание врз самодовербата на корисниците, но во случајот на ова истражување немаше значајна корелација во ниту една насока.

Зивица и Дановски (Zywica и Danowski, 2008, според Galina, 2017) спроведоа истражување поврзано со користењето на Фејсбук, феноменот на популарност, дружељубивост и самодоверба. Истражувањето ги опфати сите студенти на Универзитетот „Средниот Запад на САД“, вкупно 614 студенти. Резултатите од истражувањето покажале дека поголемиот дел од испитаниците со ниско ниво на самодоверба откриле повеќе информации за себе на социјалните мрежи. Тие изјавија дека има работи кои нивните онлајн пријатели ги знаеле за нив, а кои не можат да ги споделат со своите пријатели во реалниот живот. На овој начин тие искажуваа повеќе аспекти од себе на социјалната мрежа, преувеличуваа информации за себе и признаа дека намерно направиле нешто за да изгледаат „кул“ или популарни на социјалните мрежи. Наместо да прават стратешки потези за подобрување на популарноста, некои испитаници со ниска самодоверба едноставно се чувствуваат поудобно да го изразат своето вистинско јас на интернет отколку во реалниот живот. Оваа хипотеза ја поддржува идејата дека и испитаниците со висока и ниска самодоверба се обидуваат да изгледаат популарни на Фејсбук. Резултатите покажуваат дека испитаниците со високо ниво на самодоверба сакаат дополнително да ја зајакнат својата самодоверба, додека испитаниците со ниско ниво на самодоверба сакаат да ја заштитат својата самодоверба. Популарните испитаници имаат поголема веројатност да кажат дека навистина не им е важно да бидат популарни на Фејсбук. Ова сугерира дека оние кои се стремат кон популарност ја немаат. Оние кои беа загрижени за нивната популарност на социјалните мрежи изјавија дека да се биде популарен значи да имаш многу објави на твојот „ѕид“. Двете групи се согласија дека популарноста се одредува според бројот на пријатели што една личност ги има на социјалните мрежи. Повеќето испитаници се согласиле дека луѓето кои имаат повеќе „тагирани“ фотографии се исто така попопуларни. И популарните и непопуларните испитаници веруваат дека несигурните поединци веројатно се обидуваат да бидат попопуларни на социјалните мрежи. Двете групи испитаници се согласија дека оние кои се обидуваат да изгледаат „кул“ или популарни ќе додадат повеќе пријатели на Фејсбук. Сепак, многу малку испитаници признале дека ги прават овие работи за да бидат попопуларни. Од испитаниците, 67,4 % никогаш не направиле нешто за да изгледаат „кул“ или попопуларни на социјалните мрежи, додека 74,8 % од испитаниците никогаш не преувеличувале информации за себе на својот профил. Испитаниците со ниско ниво на

самодоверба (27,9 %) сметаат дека е важно да се биде популарен на Фејсбук во споредба со испитаниците со високо ниво на самодоверба (20,2 %).

Истражувањето за влијанието на социјалните мрежи врз самодовербата (Raymer, 2015, според Galina, 2017) беше спроведено на примерок од 40 студенти на додипломски студии. Врз основа на употребата на скалата за мерење на интензитетот на користење на Фејсбук и скалата за самопочит Розенберг, утврдено е дека нема врска помеѓу времето поминато на социјалните мрежи и нивото на самодоверба, односно дека често користењето на Фејсбук не влијае на нивото на самодоверба кај студентите на додипломски студии. Исто така, беше утврдено дека студентките поминуваат повеќе време на Фејсбук дневно од машките студенти. Истражувањата покажаа дека студентките поминуваат повеќе време објавувајќи статуси и фотографии и набљудувајќи ги туѓите профили. Докажано е дека нема врска помеѓу самодовербата и бројот на пријатели на Фејсбук. Сепак, резултатите покажаа дека студентките имаат повеќе пријатели на Фејсбук отколку машките студенти.

Хил (Hill, 2014, според Galina, 2017) ја истражуваше поврзаноста помеѓу употребата на Фејсбук и самодовербата во примерок од 56 поранешни и сегашни студенти вклучени во програмата *Realizing Educational and Career Hopes* (REACH) за студенти со попреченост на Универзитетот во Ајова. Резултатите покажаа дека нема врска помеѓу бројот на пријатели на Фејсбук и целокупната самодоверба. Постои врска помеѓу поминувањето повеќе време на Фејсбук и ниската самодоверба. Исто така, учениците кои имаат повисок вкупен резултат на скалата за интензитет на Фејсбук имаат пониска самодоверба. Не постои поврзаност помеѓу интензитетот на користење на Фејсбук и полот во предвидувањето на самодовербата. Генерално, резултатите не покажаа поврзаност помеѓу учениците со попреченост, социјалните мрежи и самодовербата.

Ејнарсдотир (Einarsdóttir, 2015) ја испитуваше употребата на социјалните мрежи кај адолесцентите и какви ефекти можат да имаат врз нивната благосостојба. Ова истражување опфатило 2 070 исландски средношколци на возраст од 15 до 23 години. Резултатите покажале дека почестото користење на социјалните мрежи има негативно влијание врз самодовербата, особено кај девојчињата бидејќи тие имаат пониско ниво на самодоверба од момчињата. Исто така, нивното истражување покажа дека честото користење на социјалните мрежи може да влијае на повисоко ниво на депресија и психосоматски

симптоми, како и дека поради честото користење на социјалните мрежи и играњето игри на интернет, адолесцентите спијат помалку часови во текот на ноќта и имаат послабо здравје. Ова е во согласност со Андерсен (Andreassen, 2015) чие истражување покажа дека честото користење на социјалните мрежи ја нарушува благосостојбата, психолошкото здравје и квалитетот на сонот (според Galina, 2017).

Зуо (Zuo, 2015) спроведе студија за социјални споредби на Фејсбук и нивниот придонес кон самодовербата и менталното здравје во која беа вклучени 417 студенти на Универзитетот во Средниот Запад. Резултатите од ова истражување покажаа дека Фејсбук е најзастапена користена социјална мрежа и дека нејзините корисници почнуваат да ја користат во раната адолесценција. Резултатите покажуваат дека испитаниците кои секојдневно повеќе користеле Фејсбук, исто така, повеќе се споредувале себеси со другите корисници на социјалните мрежи. Исто така, се покажа дека социјалните споредби се поврзани со пониски нивоа на самодоверба и повеќе негативни конотации во однос на менталното здравје, како и со поинтензивна секојдневна употреба на Фејсбук (според Galina, 2017). Резултатите од истражувањето до одреден степен кореспондираат со истражувањето на Бежиновиќ и сор. (Bezinović et al., 2015) кои во своето истражување ги испитувале моделите на користење на интернет и менталното здравје во примерок од 1539 средношколци во сите средни училишта (22) во округот Истра. Резултатите сугерираат дека различните начини на користење на интернет се значително поврзани со одредени групи на позитивни и негативни показатели за менталното здравје. Податоците ја поддржуваат претпоставката дека користењето на интернет може да има и позитивни, и негативни ефекти врз менталното здравје на младите. Исто така, резултатите покажаа дека користењето на интернет за комуникација и забава е поврзано со подобри односи со врсниците.

Џанг (Zhang, 2015) истражуваше како самопретставувањето на социјалните мрежи влијае на самодовербата и личноста на испитаниците во примерок од 458 испитаници од Државниот универзитет во Источен Тенеси. Истражувањето потврдило дека колку е пониско нивото на самодоверба на испитаниците, толку повеќе се претставувале на Фејсбук. Исто така, испитаниците со пониско ниво на самодоверба имаат и пониско ниво на самодоверба, т.е. избегнуваат комуникација лице в лице бидејќи мислат дека се помалку вредни од другите. Исто така, испитаниците со пониско ниво на самодоверба поминуваат

повеќе време во комуникација со другите преку технологија наместо лице в лице, затоа што се чувствуваат поудобно да се претстават на тој начин (според Galina, 2017).

Првата студија која ја испитуваше поврзаноста помеѓу времето поминато на Инстаграм и депресивните симптоми (Lup et al., 2015) беше спроведено на примерок од 117 лица на возраст меѓу 18 и 29 години. Резултатите покажаа дека употребата на Инстаграм е слабо позитивно поврзана со депресивните симптоми, а позитивната социјална споредба е значително негативно поврзана со депресивните симптоми. Бројот на странци што ги следи корисникот ја ублажи поврзаноста помеѓу времето поминато на Инстаграм и социјалната споредба (значително) и депресивните симптоми (маргинално), а дополнително значително ја ублажи индиректната поврзаност помеѓу времето поминато на Инстаграм и депресивните симптоми преку социјална споредба. Наодите од ова истражување генерално сугерираат дека почестото користење на Инстаграм има негативни ефекти за луѓето кои следат повеќе странци, но позитивни ефекти за луѓето кои следат помалку странци. Слични резултати беа добиени од Шерлок и Вагстаф (Sherlock i Wagstaff, 2018; Rozgonjuk i sur., 2020) во нивното истражување на примерок од 126 жени на возраст од 18 до 35 години. Имено, резултатите покажале дека почестото користење на Инстаграм, како и поголем број следбеници и корисници кои едно лице ги следи, е позитивно поврзано со јачината на симптомите на депресија и анксиозност. Според тоа, Хант, Маркс, Липсон и Јанг (Hunt, Marx, Lipson i Young, 2018) спроведоа експеримент за да докажат дека ограничувањето на времето поминато со користење на социјалните мрежи има корисен ефект врз психолошката благосостојба. Во експериментот учествуваа 143 ученици и беа поделени во експериментални и контролни групи со методот на случај. Првата недела и двете групи известуваа за времето поминато на социјалните мрежи, меѓу кои се Фејсбук, Инстаграм и Снапчат. Во следните три недели, на експерименталната група ѝ беше кажано да го ограничи времето поминато на социјалните мрежи на 10 минути дневно, додека на контролната група ѝ беше кажано да продолжи да ги користи социјалните медиуми како и обично. Резултатите покажаа значително намалување на осаменоста и симптомите на депресија во изминатите три недели во експерименталната група. Интересно е што и двете групи покажаа значително намалување на симптомите на анксиозност и страв од пропуштање, што укажува на потенцијалната корист од зголеменото самомониторирање при користењето на социјалните медиуми (според Mamić, 2021).

Количеството на користење на социјалните медиуми е исто така важен фактор, како што е нагласено во истражувањето на млади возрасни на возраст од 19 до 32 години, каде што почестите посети на платформите на социјалните медиуми секоја недела беа во корелација со поголеми депресивни симптоми.

Авторите дизајнираа уникатна апликација - *EmotionDiary* за која беше докажано дека е способна да ги процени симптомите на депресија кај поединци. Со други зборови, одредени депресивни карактеристики на однесувањето на корисникот на социјалната мрежа може да се квантифицираат, а таа квантификација има потенцијално висока предвидувачка вредност за идна дијагноза на депресија (Pantic, 2014).

Во една од ретките специфични студии на Инстаграм во литературата, Луп и сор. (Lup i sur., 2015) најдоа слични резултати како и различните фејсбук-студии истражени погоре. Нивната студија се состоеше од дистрибуција на прашалници на 117 учесници (84 % жени) на возраст од 18 до 29 години. Овие прашалници беа мерени за употреба на Инстаграм, процент на странци кои ги следат, социјална споредба и депресивни симптоми. Нивните резултати покажаа дека поврзаноста помеѓу употребата на Инстаграм и симптомите на депресија е позитивна (според Bruner, 2018).

Податоците од Светската здравствена организација од 2017 година покажуваат дека помеѓу 10 и 20 % од адолесцентите ширум светот имаат проблеми со менталното здравје, додека анксиозните нарушувања и депресијата се најчести појави (Keles, et al., 2020: 79, според Vodinelić, 2021). Во последните децении, според Појал здружението за јавно здравје и движењето за младо здравје, појавата на анксиозност и депресија кај адолесцентите се зголемила за дури 70 % (Keles, et al., 2020: 79 според Vodinelić, 2021). Со оглед на тоа што ужасно голем процент од младите ги користат социјалните мрежи, прашање е колку тие можат да имаат влијание врз зголемувањето на бројот на психички проблеми. Со цел да се провери можното негативно влијание на социјалните мрежи врз менталното здравје на адолесцентите, Келес, Мекреј и Грилиш (Keles, McCrae, Grealish) спровеле анализа на вкупно 13 студии во различни земји ширум светот, кои ги нарекле Систематски преглед: Влијанието на социјалните медиуми врз депресијата, анксиозноста и психолошкиот дистрес кај адолесцентите.

Тие ги поделија резултатите од истражувањето во четири категории, т.е. варијабли за кои се претпоставува дека имаат негативно влијание врз менталното здравје: (1) време поминато на социјалните мрежи; (2) активност на корисникот во ангажманот и интеракцијата со другите, (3) вложување напор и време на социјалните мрежи и (4) зависност од социјалните мрежи.

(1) Анализата ја покажува неусогласеноста на резултатите помеѓу студиите. Додека еден дел ја потврдуваше поврзаноста на времето поминато на социјалните мрежи и зголемувањето на психичките проблеми кај адолесцентите, другиот дел ја поби таа теза.

(2) Иако една студија не покажа дека активноста на корисниците влијае на зголемувањето на менталните проблеми, мнозинството потврди дека колку е поголема активноста на корисниците на социјалните мрежи, толку е поголема можноста за анксиозност и/или депресија.

(3) Резултатите покажаа директна врска помеѓу појавата на ментални проблеми кај адолесцентите и вложувањето труд и време во социјалните мрежи, особено депресијата и проблемите со спиењето.

(4) Како и во претходниот случај, резултатите од анализата откриј поврзаност помеѓу зависноста од социјалните мрежи и депресијата кај адолесцентите, додека ниското ниво на самодоверба го зајакна влијанието на зависноста врз депресијата (Keles, et al., 2020: 87-88).

Иако резултатите од ова истражување не се совпаѓаат целосно, докажана е делумна поврзаност помеѓу употребата на социјалните мрежи и појавата на ментални проблеми (анксиозност и депресија) кај адолесцентите. Меѓутоа, за да се дојде до конкретни заклучоци, потребно е да се спроведат подетални истражувања кои би вклучиле и други фактори, како на пример, социокултурни фактори, самодоверба, сајбер малтретирање, мотивација за користење на социјалните мрежи итн. (Keles, et al., 2020: 88). Дополнително, при користењето на социјалните мрежи треба да се земат предвид одредени однесувања и ставови, кои можат да имаат поголемо влијание врз депресијата и анксиозноста од споменатите категории (Keles, et al., 2020: 88-89).

Со оглед на тоа што постојат одредени ограничувања во анализата на овие студии, како што се недостатокот на лонгитудинални студии, недоволно големи примероци во некои студии, можноста за субјективност итн., може да се каже дека постои одредена поврзаност помеѓу користењето на социјалните мрежи и зголемувањето на менталните здравствени проблеми кај адолесцентите, но потребни се повеќе докази за да се докаже директна поврзаност. Токму затоа, авторите на ова истражување поттикнуваат спроведување на нови, поконкретни истражувања кои ќе дадат поширока слика за влијанието на социјалните мрежи врз адолесцентите.

Дали социјалните медиуми се лоши за менталното здравје и благосостојба? Досега се истражувани и перспективите на адолесцентите, со цел емпириски да се истражи влијанието на социјалните мрежи врз менталното здравје на адолесцентите (O'Reilly, et al., 2018: 5 според Vodinelić, 2021).

Истражувањето беше спроведено на тој начин што 54 ученици (на возраст од 11 до 18 години) беа сместени во шест фокус-групи, со цел да се добијат најдобри можни резултати. Испитаниците беа избрани од Лестер и Лондон за да се обезбеди социоекономска и етничка разновидност на учениците. Истражувањето се засноваше на испрашување на студентите за: нивното знаење за концептот на ментално здравје, врз основа на сопствените искуства; употребата на социјалните мрежи и нивното мислење за различни видови потенцијални позитивни ефекти на социјалните мрежи врз менталното здравје (O'Reilly, et al., 2018: 6. според Vodinelić, 2021).

Се покажа дека адолесцентите, всушност, се свесни за негативните последици од прекумерната употреба на социјалните мрежи и веруваат дека тие можат да имаат негативно влијание врз менталното здравје, иако многу од нив не знаеле точно да го дефинираат менталното здравје. Тие наведоа три причини за нарушување на менталното здравје преку користење на социјалните мрежи: (1) предизвикуваат стрес, депресија, ниско ниво на самодоверба и самоубиствени мисли; (2) отворат можност за сајбер малтретирање и „тролање“; (3) создаваат зависност.

(1) Имајќи предвид дека социјалните мрежи се засноваат на споделување содржини, искуства, мислења и идеи, многумина веруваат дека тоа може да има негативно влијание врз нивното расположение. Стресот, депресијата, ниското ниво на самодоверба и мислите за самоубиство можат да бидат последица на наметнатите идеали за убавина и влијанието на културата презентирани од социјалните мрежи. Иако самоубиствата поради социјалните мрежи се ретки, не може да се исклучи ризикот поради злоупотреба, недостаток на самодоверба или едноставно копирање на одредени трендови кои можат да имаат лоши последици за адолесцентите. Од друга страна, испитаниците го истакнале и позитивното влијание на социјалните мрежи за намалување на стресот, поради можноста за бегство од реалноста.

(2) Сајбер малтретирањето е еден од најголемите проблеми на дигиталната ера. Малтретирањето кај адолесцентите не е неодамнешна појава, тоа отсекогаш било присутно во училиштата. Социјалните мрежи, всушност, обезбедија неограничен простор за злоупотреба, од кој нема бегање. Исто така, „тролањето“ може да има негативно влијание врз адолесцентите и претставува спектар на однесување што генерално се движи од навредливо до безопасно однесување. Анонимноста на интернет и социјалните мрежи ја зголемува можноста за злоупотреба и навреди кај адолесцентите.

(3) Зависноста од социјалните мрежи може да влијае на социјализацијата и дружењето со семејството и пријателите. Како и секоја друга зависност, таа има негативно влијание не само на менталното здравје на луѓето, туку и на нивниот социјален живот. Освен тоа, оваа зависност влијае и на сонот на адолесцентите, а многумина потврдуваат дека се зависни од мобилните уреди и социјалните мрежи (O'Reilly et al., 2018: 10-19, според Vodinelić, 2021)

Генерално, испитаниците заклучија дека социјалните мрежи претставуваат опасност за менталното здравје на луѓето, особено за адолесцентите. Сепак, ова истражување не даде конкретен увид во личните искуства на испитаниците бидејќи повеќето зборуваа за општото влијание врз адолесцентите. Со други зборови, потенцијалните опасности беа опишани повеќе од нивните сопствени искуства на негативни влијанија врз нивното ментално здравје.

Авторите на ова истражување заклучија дека иако постојат опасности од негативното влијание на социјалните мрежи врз менталното здравје на адолесцентите и другите возрасни групи, постојат и други фактори кои влијаат, како што се недоволната медиумска писменост и образование во однос на познавањето на социјалните мрежи и нивните можности. Затоа е неопходно корисниците на интернет и социјалните мрежи да се едуцираат за да се намали негативното влијание и да се покажат позитивните аспекти од користењето на новите технологии.

На крајот на 2019 година, во кинескиот град Вухан се појави вирус познат денес како КОВИД-19 (коронавирус). Не долго после тоа, Кина прогласи вонредна состојба, а вирусот се прошири низ целиот свет, создавајќи пандемија. Државите објавуваа различни вести поврзани со КОВИД-19 секој ден, а луѓето најмногу беа изложени на дневниот број на заразени, починати и други статистички податоци поврзани со „глобалната катастрофа“. Претходните истражувања покажаа дека индиректната изложеност на масовна траума преку медиумите предизвикува зголемување на симптомите на ПТСХ (Zheng, et al., 2020, според Vodinelić, 2021). И покрај обидите да се спречи порастот на проблемите со менталното здравје за време на пандемијата, има зголемување на депресијата и анксиозноста кај сите возрасти. Затоа беше спроведено истражување во Кина (Проблеми со ментално здравје и изложеност на социјалните медиуми за време на избувнувањето на КОВИД-19), меѓу речиси 5 000 субјекти на возраст над 18 години, за да се утврди поврзаноста помеѓу медиумската изложеност и зголемувањето на депресијата и анксиозноста (Zheng, et al., 2020, според Vodinelić, 2021). Истражувањето е спроведено преку онлајн анкети кои се состоеле од мерење на менталните проблеми, поточно појавата на депресија и анксиозност за време на пандемијата и мерење на информации за КОВИД-19 преку социјалните мрежи. Резултатите покажале зголемување на депресијата и анксиозноста за време на пандемијата во Кина, за разлика од претходните истражувања, кои го потврдуваат фактот дека со најава за здравствена вонредна состојба може да има опасност од зголемување на психичките проблеми. Иако ова истражување не се однесува исклучиво на адолесценти, туку на луѓе на возраст меѓу 18 и 85 години, секако имаме увид во менталната состојба на постарите адолесценти за време на пандемијата КОВИД-19. Што се однесува до податоците за возрасната група од 18 до 20 години, резултатите покажаа дека мнозинството често се

информирани за пандемијата, додека 39,8 % од испитаниците имаат симптоми на депресија. 14,5 % имаат симптоми на анксиозност, а 12,1 % од испитаниците имаат комбинација на депресија и анксиозност (Zheng, et al., 2020 според Vodinelić, 2021).

Социјалните мрежи и онлајн медиумите станаа еден од главните извори на информации за КОВИД-19. Меѓутоа, како што се појавија многу дезинформации и лажни вести за вирусот, се појави паника кај корисниците на социјалните мрежи, што придонесе за зголемување на депресијата и анксиозноста. Според резултатите од истражувањето, заклучено е дека големата изложеност на медиумите и социјалните мрежи за време на пандемијата КОВИД-19 предизвикува зголемување на менталните проблеми, поточно депресија и анксиозност. Иако строгите мерки за целосно затворање на градовите и општествениот живот на луѓето придонесоа за намалување на заразените, непобитен факт е дека тоа може да предизвика сериозни ментални проблеми кај луѓето (Zheng, et al., 2020 според Vodinelić, 2021).

Бидејќи ова истражување беше спроведено на почетокот на 2020 година и беше базирано на жители на Кина, немаме конкретен увид во целокупното влијание на оваа пандемија врз менталното здравје на луѓето. Сепак, врз основа на ова истражување можеме да заклучиме дека менталното здравје на луѓето ширум светот е нарушено и дека тоа ќе остави трајни последици врз луѓето, без разлика дали се позитивни или негативни. Затоа, неопходно е да се спроведат дополнителни истражувања кои ќе опфатат повеќе земји во светот и ќе го опфатат целиот период на пандемијата за да може да се потврди конкретното влијание на медиумската изложеност, државните ограничувања и мерки и десоцијализацијата врз менталното здравје не само на адолесцентите, туку и на сите возрасни групи.

10. Предмет, цели и хипотези на истражувањето

10.1. Предмет на истражување

Социјалните мрежи и самодовербата се актуелни појави кои се предмет на многу истражувања. Социјалните односи се интегрални во начинот на кој се однесуваме, кои стануваме и како комуницираме, и ги допира нашите развојни процеси како што се развојот на интерперсоналните и комуникативните вештини, зголемувањето на социјалната и когнитивната компетентност. Со оглед на тоа што социјалните односи се од големо значење за животот на секој поединец, разбирливо е тоа што ги опфаќа и социјалните мрежи. Интернетот обезбедува многу уникатни начини на комуникација, а еден од тие начини е онлајн преку социјалните мрежи. Дружењето преку интернет е витален начин за формирање односи (Valkenberg et al., 2006). Социјалните мрежи на интернет, како и офлајн социјалните односи, им овозможуваат на корисниците да се поврзат со луѓе кои веќе ги знаат (на пример, пријатели, семејство и колеги), но и со оние кои не ги познаваат (Gangadharbatla, 2008 според Galina, 2017). Овие односи им овозможуваат на корисниците да задоволат одредени социјални и емоционални потреби и да ја задржат својата самодоверба. Социјалните мрежи им овозможуваат на луѓето кои споделуваат заеднички интереси да комуницираат меѓу себе преку овие интернет-страници. Достапни се бројни социјални мрежи и нивната популарност меѓу корисниците се менува со текот на времето. Адолесцентите се најчести корисници на таквите страници, а нивната активност е проширена на неколку различни локации (Somerville, 2015). На нив, адолесцентите користат тактики на претставување и оставање впечаток на другите за да се претстават пред јавноста. Затоа, адолесценцијата е важен период во животот на секој поединец каде што тој се обидува да го пронајде својот идентитет, се стреми кон препознавање и потреба да заземе личен став. Поединци со различни личности се претставуваат на различни начини и исто така имаат различни навики за користење на социјалните мрежи. Како и да е, социјалните мрежи дозволуваат нечија самопрезентација да биде маскирана или искривена. Со оглед на важноста на социјалните мрежи и нивните различни функции, веруваме дека луѓето ги користат социјалните мрежи, свесно или несвесно, како основа за социјалните компаративни функции како што се самоевалуација и самоподобрување (Haferkamp et al., 2011 според Galina, 2017). Бидејќи

социјалните мрежи нудат изобилство можности за социјална споредба користејќи детални информации за другите, се истражува дали изложеноста на социјалните мрежи е поврзана со промените во самоевалуацијата (на пример, самодовербата) (Vogel et al., 2014). Оваа изложеност на туѓи општествени активности може да ги наведе корисниците да го споредат сопствениот социјален живот со оној на нивните врсници, а подоцна може да има штетни ефекти (Zuo, 2015). Постојаната самоевалуација, конкуренцијата со други корисници и погрешната перцепција на животите на другите корисници укажуваат на чувства на љубомора и нарцисоидно однесување што може да го намали нивото на самодоверба кај адолесцентите.

И покрај опсежните истражувања за употребата на социјалните мрежи во однос на впечатокот, личноста и самодовербата, природата на односот на социјалните мрежи со младите и самодовербата сè уште е непозната. Згора на тоа, употребата на социјалните мрежи кај адолесцентите и самодовербата бараат понатамошно истражување. Пред сè, од педагошки аспект треба да се испита влијанието на социјалните мрежи врз адолесцентите, односно младите во процесот на развој.

Предмет на истражување во овој труд е испитување на поврзаноста помеѓу субјективната перцепција на адолесцентите за сопствената самодоверба, депресијата и зачестеноста на користењето на Инстаграм на подрачјето на градот Куманово.

10.2. Целта на истражувањето

Целта на истражувањето е да се утврди поврзаноста помеѓу користењето на Инстаграм и самодовербата и депресијата на адолесцентите на подрачјето на градот Куманово. Бидејќи денешните социјални мрежи се незаменлив дел од комуникацијата и секојдневниот живот на адолесцентите, токму овој период на рана адолесценција е најранливиот период во развојот на една млада личност. Вака дизајнирано и спроведено истражување би било од особено значење за педагозите, психолозите, професорите бидејќи добиените податоци би можеле да ни послужат во работата со учениците, а училиштата би добивале и повратна информација.

10.3. Основно истражувачко прашање

Дали има врска помеѓу користењето на Инстаграм и самодовербата на адолесцентите во областа на градот Куманово?

Дали има врска помеѓу користењето на Инстаграм и депресијата на адолесцентите во областа на градот Куманово?

10.4. Цели на истражувањето

Ц1: Утврдете ги разликите во користењето на Инстаграм и самодовербата на адолесцентите на подрачјето на градот Куманово во однос на пол, тип на училиште (основно училиште и гимназија), број на пријатели следбеници на Инстаграм и времето поминато на Инстаграм.

Ц2: Утврдете ги разликите во користењето на Инстаграм и депресијата на адолесцентите на подрачјето на градот Куманово во однос на пол, тип на училиште (основно училиште и гимназија), број на пријатели/следбеници на Инстаграм и времето поминато на Инстаграм.

10.5. Истражувачки хипотези

Во согласност со прашањето за истражување, беа поставени следните хипотези:

Н1: Нема статистички значајни разлики во користењето на Инстаграм и самодовербата на адолесцентите во однос на полот и видот на училиштето.

Н1.1: Не постои статистички значајна разлика во користењето на Инстаграм и самодовербата на адолесцентите во однос на полот.

Н1.2: Нема статистички значајна разлика во користењето на Инстаграм и самодовербата на адолесцентите во однос на типот на училиште.

Н2: Не постои статистички значајна врска помеѓу употребата на Инстаграм и самодовербата на адолесцентите во однос на бројот на пријатели/следбеници на Инстаграм и времето поминато на Инстаграм.

Н2.1: Не постои статистички значајна врска помеѓу бројот на пријатели/следбеници на Инстаграм и користењето на Инстаграм и самодовербата на адолесцентите.

H2.2: Не постои статистички значајна врска помеѓу бројот на часови поминати дневно на Инстаграм и користењето на Инстаграм и самодовербата на адолесцентите.

Во согласност со прашањето за истражување, беа поставени следните хипотези:

H1: Нема статистички значајни разлики во користењето на Инстаграм и депресијата на адолесцентите во однос на полот и видот на училиштето.

H1.1: Не постои статистички значајна разлика во користењето на Инстаграм и депресијата на адолесцентите во однос на полот.

H1.2: Нема статистички значајна разлика во користењето на Инстаграм и депресијата на адолесцентите во однос на типот на училиште.

H2: Не постои статистички значајна врска помеѓу употребата на Инстаграм и депресијата на адолесцентите во однос на бројот на пријатели/следбеници на Инстаграм и времето поминато на Инстаграм.

H2.1: Не постои статистички значајна врска помеѓу бројот на пријатели/следбеници на и Инстаграм користењето на Инстаграм и депресијата на адолесцентите.

H2.2: Не постои статистички значајна врска помеѓу бројот на часови поминати дневно на Инстаграм и користењето на Инстаграм и депресијата на адолесцентите.

11. Методологија

11.1. Примерок

Избран е примерок од популацијата, составена од ученици од осмо одделение на ОУ „Христијан Тодоровски Карпош“, и од трета година на гимназијата „Гоце Делчев“ во Куманово. По случаен избор беа избрани по две паралелки од секое училиште. Примерокот е избран врз основа на горенаведените специфичности на целите на истражувањето. Исто така, примерокот е намерен и погоден за специфичните потреби на истражувањето.

11.2. Методи за собирање податоци

Користени се описни, диференцијални и корелациски методи. Описниот метод беше користен за обработка на општи податоци (пол, возраст, тип на училиште, број на пријатели/следбеници на социјалните мрежи и време поминато на социјалните мрежи) кои послужија како основа на ова истражување и за споредба на испитаниците според овие критериуми.

Диференцијалниот метод на истражување се однесува на утврдување на разликите во една или повеќе варијабли за групи испитаници. На овој начин во истражувањето беше утврдено дали постои разлика меѓу испитаниците по пол и вид на училиштето (основно, средно стручно училиште и гимназија) во однос на другите зависни варијабли.

Методот на корелација беше користен за да се утврди дали постои зависност или поврзаност помеѓу две променливи или множества на податоци.

11.3. Процедури и мерен инструмент за собирање податоци

Во ова истражување постапката за собирање податоци е анкета. Тоа е постапка во која испитаниците одговараат писмено на прашања поврзани со факти кои им се познати или на прашања поврзани со нивното лично мислење. Анкетата беше анонимна во секое училиште и времето потребно за собирање податоци беше 10-15 минути.

Како инструмент за истражување беше користен анкетен прашалник кој писмено ги собираше податоците за споменатите варијабли. Анкетниот прашалник е составен од

постоечки анкетни прашања на веќе спроведено истражување во комбинација со новодизајнирани прашања и рафинирани и модифицирани прашања поврзани со варијаблите на ова истражување.

Во првиот дел, беа прегледани општи податоци за испитаниците поврзани со полот (машки и женски), возраста (14-16 години), типот на училиште (основно и гимназија), бројот на пријатели/следбеници на социјалните мрежи и време потрошено на социјалните мрежи.

Вториот дел се однесува на скалата за самопочит на Розенберг (Розенберг, 1965). Тоа е скала од 10 ставки која ги испитува и позитивните и негативните чувства кон себе: севкупно, задоволен сум со себе; понекогаш мислам дека воопшто не сум добар; мислам дека имам многу добри квалитети; способна сум да ги правам работите добро, како и повеќето други луѓе; мислам дека немам со ништо да се гордеам; понекогаш се чувствувам бескорисно; мислам дека сум личност со многу вредност, барем колку другите; би сакал да имам поголема почит кон себе; генерално, мислам дека сум неуспех; имам позитивен став кон себе.

Првично, скалата содржи четиристепена скала за одговори од типот Ликерт (1=силно не се согласувам, 2=не се согласувам, 3=се согласувам и 4=целосно се согласувам), но во ова истражување испитаниците ќе одговорат на петстепена скала од Ликерт-тип, од 1 до 5 каде што 1=целосно не се согласувам и 5=целосно се согласувам; од 4 поени (од 1-воопшто не се согласувам до 4-целосно се согласувам). Вкупниот резултат се формира со собирање на оценките за поединечни ставки од скалата, при што одговорите на петте изјави се бодуваат во обратна насока. Најнискиот можен резултат е 10, а највисокиот е 40 поени.

За мерење на депресијата е користен Бековскиот инвентар. Тој е развиен во 1961 година и оттогаш е еден од најшироко користените инструменти за одредување на тежината на депресијата кај дијагностицираните пациенти и за откривање на можна депресија кај нормалната популација. Се користи во многу земји ширум светот и се спроведени многу студии за неговите психометриски својства и клиничка корист (Beck, Steer, & Gargin, 19889; Steer, Beck, & Garrison, 1986). Објавувањето на ревидираните трето и четврто издание на *DSM-IV* укажа на потребата да се развие нова психолошка мерка за депресија, која ќе ги одредува симптомите во согласност со нејзините критериуми. Како одговор на тоа барање,

во 1996 година, беше развиено второто издание на Бековиот инвентар за депресија (Beck Depression Inventory - второ издание; BDI-II). *BDI-II* е показател за присуството и сериозноста на симптомите на депресија, кои се во согласност со критериумите на *DSM-IV*, а не инструмент за спецификација на клиничка дијагноза.

На учениците им беше гарантирана заштитата на личните податоци, согласно со етичкиот кодекс за спроведување на истражување на малолетници.

11.4. Обработка на податоци

Податоците собрани со прашалникот беа обработени во програмата за статистичка обработка на податоци, *IBM SPSS 26* (Statistical Package for the Social Sciences).

Униваријантни статистики се оние статистики на ниво на една променлива, а под тоа се описни фреквенции и придружни мерки на централна тенденција и варијабилност. Со помош на дескриптивна статистика беше реализиран описот на феноменот и задоволен е дескриптивниот метод на истражување. Се користеше за обработка на општи податоци (пол, возраст, тип на училиште, број на пријатели/следбеници на социјалните мрежи и време поминато на социјалните мрежи).

После тоа, од методите на биваријатна статистика беа пресметани, t-тест за независни примероци, еднонасочна анализа на варијанса за независни примероци (АНОВА) и биваријатна регресивна анализа. Споменатите тестови обезбедуваат диференцијален метод на истражување.

12. Резултати

Резултати и интерпретација на резултатите

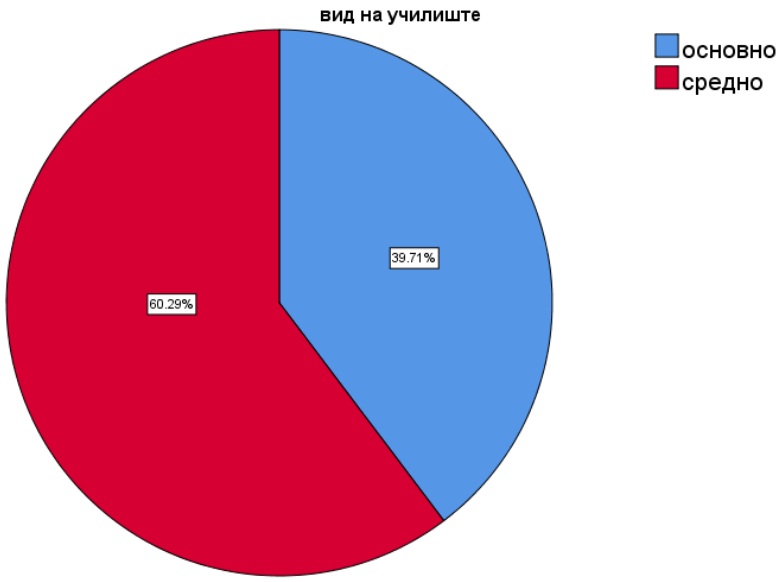
Спроведено е истражување чија цел беше да се испита врската помеѓу користењето на Инстаграм и самодовербата и депресија кај адолесцентите. Истражувањето е спроведено на примерок од ученици од осмо одделение во основно училиште и ученици од трета година од едно средно училиште во Куманово.

12.1. Општи податоци



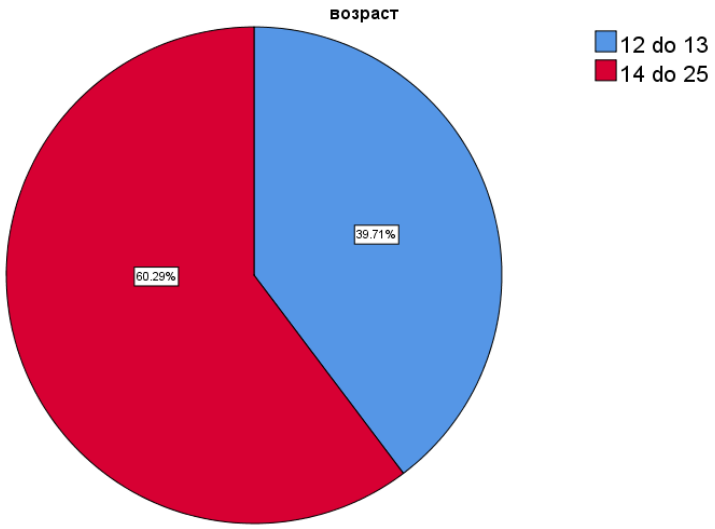
Графикон 1: Распределба на одговорите на испитаниците според варијаблата: Пол

Во ова истражување учествуваа 68 испитаници, од кои 45 (66,18 %) беа ученички и 23 (30,82 %) беа машки ученици (графикон 1). Учествуваа 27 (39,1 %) ученици од основно училиште и 41 (59,4 %) ученици од средно училиште (графикон 2). Од распределбата на резултатите е очигледно дека има повеќе испитаници од средно училиште.



Графикон 2: Распределба на одговорите на испитаниците според варијаблата: Вид на училиште.

27 (39,71 %) испитаник се на возраст од 12 до 13 години, 41 (60,29 %) испитаници се на возраст од 14 до 25 години (графикон 3). Од распределбата на резултатите е очигледно дека преовладуваат испитаниците кои се на возраст од 14 до 25 години.



Графикон 3: Распределба на одговорите на испитаниците според варијаблата: возраст

Табела1. Приказ на фреквенциите на одговори на испитаниците на променливата: Дали користиш Фејсбук или Инстаграм?

Социјални мрежи	**N + %**
Само Facebook	2 (2,9 %)
Само Instagram	24 (34,8 %)
И Facebook i Instagram	42 (60,9 %)

N-број на испитаници; %-процент на испитаници

Во просек, испитаниците најмногу користат Фејсбук и Инстаграм, дури 42 (60,9 %), по што следи само Инстаграм 24 (34,8 %) и најмалку само Фејсбук - 2 испитаника (2,9 %).

Одговорите на прашањето „Колку често користите Инстаграм?“ покажаа дека 57 (82,6 %) испитаници ги користат Инстаграм неколкупати на ден, 5 (7,2 %) испитаника повеќе од 5 пати неделно, 1 (1,4 %) испитаник неколкупати месечно и 5 (7,2 %) повремено.

Табела 2. Мислење на испитаници за самопочитување

	1+2	3+4	M	SD
Имам позитивен став кон себе си	57 (82,6%)	11 (15,9%)	1,81	0,78
Сè на сè, предодредено ми е да се чувствувам како неуспех	12 (17,4%)	56 (81,1%)	3,16	0,85
Посакувам да се почитував себеси повеќе	54 (78,3)	14 (20,2%)	1,96	0,87
Чувствувам дека вредам, барем подеднакво како и другите луѓе	62 (90%)	6 (8,7%)	1,74	0,70
Дефинитивно понекогаш се чувствувам бескорисно	29 (42%)	39 (56,5%)	2,71	0,98
Чувствувам дека нема со што да се гордеам	13 (18,8%)	55 (79,7%)	3,12	0,92
Способен/а сум да правам некои работи подеднакво добро како и другите луѓе	61 (88,4)	7 (10,3%)	1,54	0,76
Чувствувам дека имам добри квалитети	62 (90%)	6 (8,6%)	1,75	0,65
Понекогаш сметам дека воопшто не вредам	22 (31,8)	46 (66,6%)	2,82	0,92
Во целина се чувствувам задоволен/задоволна со себе	60 (87%)	8 (11,6%)	1,84	0,70

1 - Потполно се согласувам; 2 - Се согласувам; 3 - Не се согласувам 4 - Воопшто не се согласувам; M - аритметичка средна вредност; SD - стандардна девијација

Со анализа на одговорите, се доби увид во мислењето на испитаниците за сопствената самодоверба. Повеќето од испитаниците (90 %) сметаат дека вредат барем подеднакво како и другите луѓе и дека имаат добри квалитети. Дека се способни да прават некои работи подеднакво добро како и другите луѓе сметаат 88,4 % од испитаниците. Во целина, 87 % од испитаниците се задоволни од себе. Позитивен став кон себеси имаат 82,6 %, а 78,3 % од испитаниците посакуваат да се почитуваат себеси повеќе. Исто така, 42 % од испитаниците сметаат дека понекогаш се чувствуваат бескорисно, а 31,8 % од испитаниците

понекогаш сметаат дека воопшто не вредат. Само 18,8 % од испитаниците чувствуваат дека нема со што да се гордеат и кај 17,4 % се јавува чувство дека е предодредено да се чувствуваат како неуспех.

12.2. Нема статистички значајна разлика кај адолесцентите кои користат социјални мрежи земајќи го предвид полот

Спроведени се t-тестови за да се утврди дали постојат родови разлики во користењето на Инстаграм. Користењето на Инстаграм беше испитано преку варијаблата: интензитет на користење на Инстаграм.

Табела 3: Разлики во користење на Инстаграм по пол

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Колку често користите Инстаграм?	Equal variances assumed	.136	.714	-. 134	66	.894	-. 029	.216	-. 460	.402
	Equal variances not assumed			-. 140	50.276	.889	-. 029	.206	-. 444	.386

Користење на Инстаграм/ пол	**t**	**df**	**p**
	-0,134	66	0,714

t - t-однос; df - број на степени на слобода за тестирање на статистичката значајност на t-односот; p - статистичка значајност

Резултатот од t-тестот (t (66) =-0,134; p>0,05) укажува на прифаќање на нултата хипотеза (H0). Нема разлика помеѓу момчињата и девојчињата во користењето на Инстаграм.

Беше испитано и дали постои разлика помеѓу момчињата и девојчињата во однос на самодовербата.

Табела 4: Разлики во самодоверба по пол

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Чувство на самодоверба	Equal variances assumed	.023	.879	.935	66	.353	.121	.129	-. 137	.379
	Equal variances not assumed			.932	44.093	.356	.121	.130	-. 140	.382

Самодоверба/ пол	**t**	**df**	**p**
	-0,935	66	0,879

t - t-однос; df - број на степени на слобода за тестирање на статистичката значајност на t-односот; p - статистичка значајност

Резултатот од t-тестот (t (66) =-0,935; p>0,05) укажува на прифаќање на нултата хипотеза (H0). Нема разлика помеѓу момчињата и девојчињата во однос на самодовербата.

Беше спроведен t-тест со цел да се утврди дали постојат разлики помеѓу момчињата и девојчињата во бројот на следбеници на Инстаграм?

Табела 5: Разлики во број на следбеници по пол

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Број на пријатели на Инстаграм	Equal variances assumed	.010	.921	-. 941	66	.350	-. 221	.235	-. 691	.248
	Equal variances not assumed			-. 936	43.730	.355	-. 221	.237	-. 698	.255

Број на следбеници/ пол	**t**	**df**	**p**
	-0,941	66	0,921

t - t-однос; df - број на степени на слобода за тестирање на статистичката значајност на t-односот; p - статистичка значајност

Резултатот од t-тестот (t (66) =-0,64; p>0,05) укажува на прифаќање на нултата хипотеза (H0). Нема разлика помеѓу момчињата и девојчињата во однос на број на следбеници.

Беше испитано и дали постои разлика помеѓу учениците од осново и средно образование во однос на самодовербата.

Табела 6: Разлики во вид на образование и самодоверба

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Вид на образование	Equal variances assumed	6.134	.016	-1.543	66	.128	-. 183	.118	-. 419	.054
	Equal variances not assumed			-1.547	65.964	.127	-. 183	.118	-. 418	.053

Вид на образование/ самодоверба	**t**	**df**	**p**
	-1,54	66	0,16

t - t-однос; df - број на степени на слобода за тестирање на статистичката значајност на t-односот; p - статистичка значајност

Резултатот од t-тестот (t (66) =-1,54; p>0,05) укажува на прифаќање на нултата хипотеза (H0). Нема разлика помеѓу учениците од осново и средно образование во однос на самодовербата.

Беше испитано и дали постои разлика помеѓу учениците во однос на времето поминато на Инстаграм и полот?

Табела 7: Разлики во однос на време поминато на Инстаграм и пол

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Колку често користите Инстаграм?	Equal variances assumed	.136	.714	-. 134	66	.894	-. 029	.216	-. 460	.402
	Equal variances not assumed			-. 140	50.276	.889	-. 029	.206	-. 444	.386

Време поминато на Инстаграм/ пол	**t**	**df**	**p**
	-1,34	66	0,714

t - t-однос; df - број на степени на слобода за тестирање на статистичката значајност на t-односот; p - статистичка значајност

Резултатот од t-тестот (t (66) =-1,34; p>0,05) укажува на прифаќање на нултата хипотеза (H0). Нема разлика помеѓу машки и женски ученици во однос на времето поминато на Инстаграм.

Беше испитано и дали постои разлика помеѓу учениците во однос на образованието и времето поминато на Инстаграм?

Табела 8: Разлики во однос на образование и време поминато на Инстаграм

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Колку често користите Инстаграм?	Equal variances assumed	24.145	.000	2.547	66	.013	.508	.199	.110	.906
	Equal variances not assumed			2.219	33.244	.033	.508	.229	.042	.973

Време поминато на Инстаграм/ образование	**t**	**df**	**p**
	2,547	66	0,00

t - t-однос; df - број на степени на слобода за тестирање на статистичката значајност на t-односот; p - статистичка значајност

Резултатот од t-тестот (t (66) =2,547; p<0,05) укажува на отфрлање на нултата хипотеза (H0). Постои разлика помеѓу време поминато на инстраграм и образование. Постои разлика во времето поминато на Инстаграм помеѓу ученици од основно и средно образование. Учениците од основно образование поминуваат повеќе врме на Инстаграм (M=1,63, SD=1,11) од учениците од средно образование (M=1,12, SD=0,51).

Спроведена е еднонасочна анализа на варијансата за независни примероци (ANOVA) со цел да се утврди разликата во времето поминато на Инстаграм во однос на бројот на пријатели на Инстаграм (до 200, од 200 до 500 и над 500).

Нема статистички значајна разлика помеѓу групите (F (2,004) =0,143, p>0,05). Бројот на пријатели на Инстаграм не објаснува дел од варијансата на времето поминато на Инстаграм. Нултата хипотеза (H0) е прифатена.

Табела 9. Разлика во времето поминато на Инстаграм во врска со бројот на пријатели на Инстаграм

ANOVA

Колку често користите Инстаграм?

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.722	2	1.361	2.004	.143
Within Groups	44.160	65	.679		
Total	46.882	67			

Време поминато на Инстаграм/ број на пријатели	**F**	**df**	**p**
	2,004	2	0,143

F-F сооднос; df - број на степени на слобода; p - статистичка значајност

Спроведена е еднонасочна анализа на варијансата за независни примероци (ANOVA) со цел да се утврди разликата во самодовербата во однос на бројот на пријатели на Инстаграм (до 200, од 200 до 500 и над 500).

Нема статистички значајна разлика помеѓу групите (F (1,237) =0,297, p>0,05). Бројот на пријатели не објаснува дел од варијансата на самодоверба на учениците. Нултата хипотеза (H0) е прифатена.

Табела 10. Разлика во самодовербата во врска со бројот на пријатели на Инстаграм

ANOVA

Чувство на самодоверба

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.623	2	.312	1.237	.297
Within Groups	16.362	65	.252		
Total	16.985	67			

Самодоверба/ број на пријатели	**F**	**df**	**p**
	1,237	2	0,297

F-F сооднос; df - број на степени на слобода; p - статистичка значајност

Спроведена е еднонасочна анализа на варијансата за независни примероци (ANOVA) со цел да се утврди разликата во самодовербата во однос на бројот на пријатели на Инстаграм (до 200, од 200 до 500 и над 500).

Нема статистички значајна разлика помеѓу групите (F (1,237) =0,297, p>0,05). Бројот на пријатели не објаснува дел од варијансата на самодоверба на учениците. Нултата хипотеза (H0) е прифатена.

Табела 11. Разлика во самодовербата во врска со времето поминато на Инстаграм

ANOVA

Чувство на самодоверба

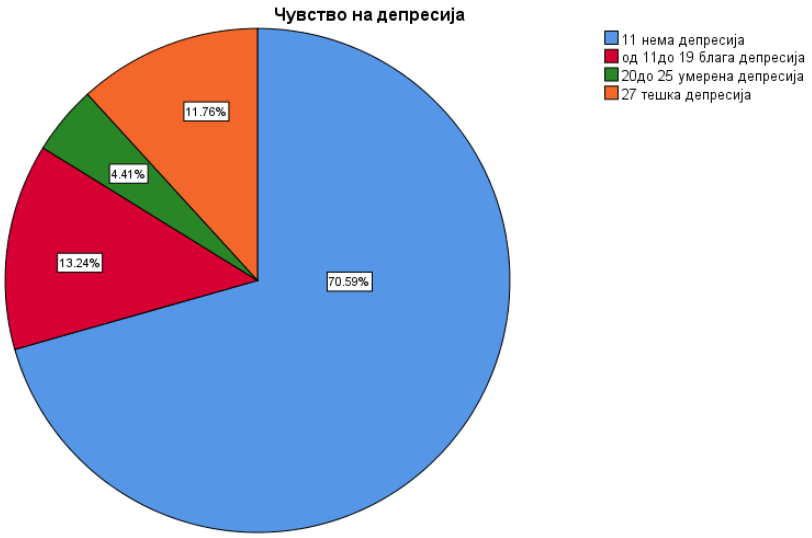
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.340	3	.113	.435	.728
Within Groups	16.646	64	.260		
Total	16.985	67			

	F	**df**	**p**
Самодоверба/ време поминато на Инстаграм	0,435	3	0,728

F-F сооднос; df - број на степени на слобода; p - статистичка значајност

Табела 12. Процент на испитаници по категории (резултати) добиени од инвентарот на Бекова депресија

Скорови на Беков инвентар на депресивност	Процент на испитаници кои ги поседуваат назначените скорови	Категорија на депресија
Од 0 до 11	70,6	Нема депресија
Од 11 до 19	13,2	Блага депресија
Од 20 до 25	4,4	Умерена депресија
Над 27	11,8	Тешка депресија



Графикон 4: Распределба на одговорите на испитаниците според варијаблата: депресија

Беше испитано и дали постои разлика помеѓу момчињата и девојчињата во однос на депресијата.

Табела 13. Разлика во депресијата во однос на пол

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference Lower
Чувство на депресија	Equal variances assumed	11.669	.001	-1.826	66	.072	-. 472	.259	-. 989
	Equal variances not assumed			-2.128	63.927	.037	-. 472	.222	-. 916

Депресија/ пол	**t**	**df**	**p**
	-1,826	66	0,01

t - t-однос; df - број на степени на слобода за тестирање на статистичката значајност на t-односот; p - статистичка значајност

Резултатот од t-тестот (t (66) =-1,826; p<0,05) укажува на отфрлање на нултата хипотеза (H0). Постои разлика помеѓу момчињата и девојчињата во однос на депресијата. Учениците од женски пол покажуваат повисоко ниво на депресија (M=1,73, SD=1,13) од учениците од машки пол (M=1,26, SD=0,689).

Беше испитано и дали постои разлика помеѓу видот на училиштето во однос на депресијата.

Табела 14. Разлика во депресијата во однос на видот на училиште

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Чувство на депресија	Equal variances assumed	2.146	.148	.847	66	.400	.216	.255	-. 293	.725
	Equal variances not assumed			.816	48.775	.418	.216	.265	-. 316	.748

Депресија/ вид на училиште	**t**	**df**	**p**
	0,847	66	0,148

t - t-однос; df - број на степени на слобода за тестирање на статистичката значајност на t-односот; p - статистичка значајност

Резултатот од t-тестот (t (66) =-0,847; p>0,05) укажува на прифаќање на нултата хипотеза (H0). Не постои разлика помеѓу видот на училиштето и депресијата.

Спроведена е еднонасочна анализа на варијансата за независни примероци (ANOVA) со цел да се утврди разликата во депресијата во однос на бројот на пријатели на Инстаграм (до 200, од 200 до 500 и над 500).

Нема статистички значајна разлика помеѓу групите (F (1,171) =0,317, p>0,05). Бројот на пријатели не објаснува дел од варијансата на депресијата на учениците. Нултата хипотеза (H0) е прифатена.

Табела 15. Разлика во депресијата во врска со бројот на пријатели на Инстаграм

ANOVA

Чувство на депресија

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.456	2	1.228	1.171	.317
Within Groups	68.176	65	1.049		
Total	70.632	67			

Депресија/ број на пријатели	**F**	**df**	**p**
	1,171	2	0,317

F-F сооднос; df - број на степени на слобода; p - статистичка значајност

Спроведена е еднонасочна анализа на варијансата за независни примероци (ANOVA) со цел да се утврди разликата во депресијата во однос на времето поминато на Инстаграм.

Нема статистички значајна разлика помеѓу групите (F (0,397) =0,755, p>0,05). Времето поминато на Инстаграм не објаснува дел од варијансата на депресија на учениците. Нултата хипотеза (H0) е прифатена.

Табела 16. Разлика во депресијата во врска со времето поминато на Инстаграм

ANOVA

Чувство на депресија

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.292	3	.431	.397	.755
Within Groups	69.340	64	1.083		
Total	70.632	67			

Депресија/ време поминато на Инстаграм	**F**	**df**	**p**
	0,397	3	0,755

F-F сооднос; df - број на степени на слобода; p - статистичка значајност

Број на пријатели на Инстаграм и самодоверба

Спроведена е биваријантна регресиона анализа за да се провери дали нивото на самодоверба може да се предвиди врз основа на бројот на пријатели на Инстаграм.

Резултатите од регресионата анализа покажуваат дека не постои статистички значајна врска помеѓу нивото на самодоверба на адолесцентите и нивниот број на пријатели на Инстаграм (R=0,181; F (1,66) =2,24; p>0,05). Корелацијата е негативна, што укажува дека зголемувањето на бројот на пријатели на Инстаграм не е поврзано со повисоко ниво на самодоверба.

Табела 17: Корелација помеѓу бројот на пријатели на Инстаграм и самодовербата

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.181[a]	.033	.018	.499	.033	2.241	1	66	.139

a. Predictors: (Constant), Број на пријатели на Инстаграм

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.558	1	.558	2.241	.139[b]
	Residual	16.427	66	.249		
	Total	16.985	67			

a. Dependent Variable: Чувство на самодоверба

b. Predictors: (Constant), Број на пријатели на Инстаграм

	R	**F**	**df**	**p**
Број на пријатели на Инстаграм/ самопочитување	0,181	2,241	1 66	-0,139

R - коефициент на корелација; F-F однос; df - број на степени на слобода; p - статистичка значајност

Број на часови поминати на Инстаграм и самодоверба

Спроведена е биваријантна регресиона анализа за да се провери дали нивото на самодоверба може да се предвиди врз основа на бројот на часови поминати на Инстаграм.

Резултатите од регресионата анализа покажуваат дека не постои статистички значајна врска помеѓу нивото на самодоверба на адолесцентите и бројот на часовите поминати на Инстаграм (R=0,095; F (1,66) =0,599; p>0,05).

Табела 18: Корелација помеѓу бројот на часови поминати дневно на Инстаграм и самодовербата

Model Summary

					Change Statistics				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.095[a]	.009	-. 006	.505	.009	.599	1	66	.442

a. Predictors: (Constant), Колку често користите Инстаграм?

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.153	1	.153	.599	.442[b]
	Residual	16.832	66	.255		
	Total	16.985	67			

a. Dependent Variable: Чувство на самодоверба

b. Predictors: (Constant), Колку често користите Инстаграм?

	R	F	df	p
Број на часови поминати на Инстаграм/ самопочитување	0,095	0,599	1 66	0,442

R - коефициент на корелација; F-F однос; df - број на степени на слобода; p - статистичка значајност

Број на пријатели на Инстаграм и депресија

Спроведена е биваријантна регресиона анализа за да се провери дали нивото на депресија може да се предвиди врз основа на бројот на пријатели на Инстаграм.

Резултатите од регресионата анализа покажуваат дека не постои статистички значајна врска помеѓу нивото на депресија на адолесцентите и нивниот број на пријатели на Инстаграм (R=0,159; F (1,66) =1,708 p>0,05). Корелацијата е негативна, што укажува дека намалувањето на бројот на пријатели на Инстаграм не е поврзано со повисоко ниво на депресија.

Model Summary

					Change Statistics				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.159[a]	.025	.010	1.021	.025	1.708	1	66	.196

a. Predictors: (Constant), Број на пријатели на Инстаграм

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.782	1	1.782	1.708	.196[b]
	Residual	68.850	66	1.043		
	Total	70.632	67			

a. Dependent Variable: Чувство на депресија

b. Predictors: (Constant), Број на пријатели на Инстаграм

Табела 19: Корелација помеѓу бројот на пријатели на Инстаграм и депресијата

	R	**F**	**df**	**p**
Број на пријатели на Инстаграм/ депресија	0,159	1,708	1 66	0,196

R - коефициент на корелација; F-F однос; df - број на степени на слобода; p - статистичка значајност

Број на часови поминати на Инстаграм и депресијата

Спроведена е биваријантна регресиона анализа за да се провери дали нивото на депресија може да се предвиди врз основа на бројот на часови поминати на Инстаграм.

Резултатите од регресионата анализа покажуваат дека не постои статистички значајна врска помеѓу нивото на депресија на адолесцентите и нивниот број на часови поминати на Инстаграм (R=0,24; F (1,66) =0,846; p>0,05).

Табела 20: Корелација помеѓу бројот на часови поминати дневно на Инстаграм и депресијата

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.024[a]	.001	-. 015	1.034	.001	.038	1	66	.846

a. Predictors: (Constant), Колку често користите Инстаграм?

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.041	1	.041	.038	.846[b]
	Residual	70.592	66	1.070		
	Total	70.632	67			

a. Dependent Variable: Чувство на депресија

b. Predictors: (Constant), Колку често користите Инстаграм?

	R	**F**	**df**	**p**
Број на часови поминати на Инстаграм/ депресија	0,24	0,38	1 66	0,846

13. Анализа

Првата хипотеза, според која нема разлики во самодовербата кај адолесцентите кои користат Инстаграм во однос на полот и видот на училиштето, е поделена на две потхипотези.

Првата потхипотеза, според која нема разлики во користењето на Инстаграм и самодовербата кај адолесцентите во однос на полот е потврдена. Беше утврдено дека не постои разлика помеѓу момчињата и девојчињата кои користат Инстаграм и нивото на самодоверба.

Втората потхипотеза, според која нема разлики во користењето на Инстаграм и самодовербата на адолесцентите во однос на видот на училиштето што го посетуваат, исто така беше потврдена.

Втората хипотеза, според која нема врска помеѓу користењето на Инстаграм и самодовербата на адолесцентите е поделена во однос на бројот на пријатели/следбеници на Инстаграм, и времето поминато на Инстаграм. Првата потхипотеза, според која не постои врска помеѓу бројот на пријатели/следбеници на Инстаграм и користењето на Инстаграм и самодовербата кај адолесцентите, беше потврдена.

Втората потхипотеза, според која не постои врска помеѓу бројот на часови дневно поминати на Инстаграм и користењето на Инстаграм и самодовербата на адолесцентите, исто така беше потврдена.

Во однос на депресијата, исто така беа поставени две хипотези и потхипотези.

Првата хипотеза, според која нема разлики во депресија кај адолесцентите кои користат Инстаграм во однос на полот и видот на училиштето, е поделена на две потхипотези.

Првата потхипотеза, според која нема разлики во користењето на Инстаграм и депресијата кај адолесцентите во однос на полот не е потврдена. Беше утврдено дека постои разлика помеѓу момчињата и девојчињата кои користат Инстаграм и нивото на депресија. Тоа значи, беше откриено дека девојчињата имаат повисоко ниво на депресија.

Втората потхипотеза, според која нема разлики во користењето на Инстаграм и депресијата на адолесцентите во однос на видот на училиштето што го посетуваат, исто така беше потврдена.

Втората хипотеза, според која нема врска помеѓу користењето на Инстаграм и депресијата на адолесцентите е поделена во однос на бројот на пријатели/следбеници на Инстаграм, и времето поминато на Инстаграм. Првата потхипотеза, според која не постои врска помеѓу бројот на пријатели/следбеници на Инстаграм и користењето на Инстаграм и депресија кај адолесцентите, беше потврдена.

Втората потхипотеза, според која не постои врска помеѓу бројот на часови дневно поминати на Инстаграм и користењето на Инстаграм и депресијата на адолесцентите, исто така беше потврдена.

14. Препораки за понатамошно истражување

При пишувањето на трудот се забележани можни методолошки подобрувања на кои треба да се обрне внимание во иднина со цел резултатите да бидат што поверодостојни и наменски, и тоа:

 Истражувањето да се спроведе на поголем примерок и на поширок простор, во што повеќе образовни институции, за да може да се извлечат одредени заклучоци.

 Истражувањето треба да опфати испитаници од различни возрасти, односно да се спроведе истражување во различни основни и средни училишта, можеби дури и во високообразовни институции, со цел евентуално да се набљудува разликата помеѓу помладите и постарите адолесценти и да се утврди која возрасна група е поподложна на ефектите од користењето на социјалните мрежи и промените во нивото на самодовербата.

 Да се спроведе квалитативно истражување за значењето и важноста на социјалните мрежи во животот на адолесцентите со цел да се открие колкава улога тие всушност играат и дали адолесцентите ги подредуваат социјалните мрежи на себе или самите се подредени на социјалните мрежи. Со овие резултати, тие не само што би можеле да ја утврдат врската помеѓу социјалните мрежи и самодовербата, тие веќе подобро би разбрале зошто е тоа така. Тоа би придонело за објаснувањето на одредени појави во растењето на адолесцентите, врз основа на кои би можеле да се донесат заклучоци и препораки.

 Исто така, треба да се спроведе квалитативно истражување за важноста на педагозите при посочувањето на позитивните и негативните влијанија на социјалните мрежи, прекумерната употреба на социјалните мрежи и краткорочните и долгорочните последици што тие можат да ги имаат врз самодовербата и депресијата на адолесцентите, имајќи предвид дека тие станаа императив во растењето на секој адолесцент.

15. Заклучок

Интернетот, медиумите и социјалните мрежи се меѓусебно поврзани. Низ историјата, различни генерации се развивале и создавале, што со себе носело одредени карактеристики. Во тоа време, секоја постара генерација не ја разбирала точно онаа што следи, а може да се каже дека тоа е случај и денес. Со појавата на интернетот, компјутерите и социјалните мрежи, светот се свртел во сосема нов правец, полн со технолошки достигнувања, нови откритија, разни нови и иновативни работни места. Сегашната генерација и следната генерација имаат широк спектар на можности и напредок во иднина, што нивните родители, баби и дедовци го немале. Токму така, новите генерации растат со технологијата и таа станува составен дел од нивниот живот, додека постарите генерации мора да научат многу за да знаат како да ги користат сите „новитети“ на пазарот. Поради овие причини, родителите треба да се информираат за ризиците што ги носат интернетот и социјалните мрежи со себе и колку влијаат врз нивните деца. Денешните адолесценти поминуваат премногу време на социјалните мрежи, но и на интернет воопшто. Тие разговараат со странци, луѓе од другата страна на светот, објавуваат фотографии од себе и од своите пријатели, коментираат, споделуваат, „лајкуваат“ и се допишуваат.

Малку работи ги загрижуваат и не се свесни за ризиците што ги носи интернетот. Секако е потребно да се биде буден за некој да не ги оштети своите приватни податоци, но подеднакво е важно да не ги споделува своите приватни податоци преку социјалните мрежи, иако е многу тешко да се контролира ова во денешно време. Интернетот донесе со себе бројни позитивни и негативни страни, кои се обидовме да ги покажеме во овој труд. Секако, во 21 век треба да се свртиме кон технологијата и социјалните мрежи. Сепак, обуката во форма на медиумска компетентност е секако важна.

Инстаграм нуди секакви содржини кои доколку се консумираат премногу, можат да ги обликуваат мислите, а коментарите и интеракциите на другите луѓе со нив можат да имаат негативен или позитивен ефект врз поединецот кога станува збор за самодовербата и депресијата. Инстаграм е платформа која нуди можност да се изразиме на кој било начин.

Ни нуди услуга на создавање албум од нашите моменти, но и нè става во специфична „опасност“ од негативни коментари кои на крајот би ни донеле негативни чувства.

Резултатите од овој труд потврдија дека постои разлика помеѓу времето поминато на Инстаграм и образованието, при што учениците од основно образование поминуваат повеќе време на Инстаграм од учениците од средно образование. Исто така, најдена е разлика во однос на депресијата, па учениците од женски пол покажуваат повисоко ниво на депресија од учениците од машки пол.

Да заклучиме, социјалните мрежи се алатка која може да ни биде исклучително корисна ако навреме ги едуцираме децата и младите за тоа и опасностите од неа и ја ограничиме нивната содржина додека не бидат способни самите да донесуваат критички проценки. Важно е да се освестат родителите дека социјалните мрежи не се само забава за децата, туку одличен извор на несоодветни содржини и опасности кои можат неповратно да влијаат на детето и неговиот развој. Иако социјалните мрежи не се нужно лоши, верувам дека неповратно го оштетија начинот на дружење на младите и децата и речиси го избришаа детството во смисла на играње со врсниците како речиси единствена форма на забава. Исто така, според мене, социјалните мрежи имаат поголемо влијание на децата отколку на младите. Додека младите сè уште можат донекаде да го одвојат виртуелниот свет од реалниот свет и вистината од лагата, тоа не е случај со децата, барем според мене. Децата кои растат на социјалните мрежи постојано се изложени на нереална слика за светот околу нив, вклучувајќи ги очекувањата од врските и физичкиот изглед.

Според мене, таквите деца би можеле да растат несреќни затоа што цел живот ќе го поминат очекувајќи и барајќи нешто што не постои во реалниот свет. Исто така, децата кои растат на социјалните мрежи имаат тешкотии да се дружат со други деца подоцна. Дури би рекла дека социјалните мрежи на децата им го ограбуваат детството и сите незаборавни спомени и искуства кои би можеле да ги стекнат доколку ги остават паметните телефони и отидат на игралиште со своите врсници.

16. Користена литература

1. Antolčić, M. (2016). Uloga medija u slobodnom vremenu djece i mladih. University of Zagreb, Faculty of Teacher Education / Sveučilište u Zagrebu, Učiteljski fakultet.

2. Antheuni, M. Krahme, E. Schouten, A. (2014). The Role of Social Networking Sites in Early Adolescents' Social Lives. The Journal of Early Adolescence · December

3. Baker, D. A. Algorta, G. P. (2016). The relatiomship between onlinw social networking and depression: a systematic review of quantitative studies. Cyberpsychol Behav Soc Netw, Nov; 19 (11): 638-648

4. Buder, T. (2020). Neki aspekti korištenja Facebook-a i samopoštovanje adolescenata. University of Zadar / Sveučilište u Zadru.

5. Bruner, J. (2018). Exploring the Associations between Instagram Use and Depressive Symptoms: A Replication with Extension. Concordia University – Portland.

6. Car, S. (2013). Adolescencija 21. stoljeća: društvena uvjetovanost, temeljne karakteristike i pedagoški izazov. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Odsjek za pedagogiju

7. Cecilia M. S. Ma. (2022). Relationships between Social Networking Sites Use and Self-Esteem: The Moderating Role of Gender. International Journal of Environmental Research and Public Health.

8. Cigrovski, L. (2023). Utjecaj drustvenih mreza na ucenike u kontekstu ucenja, poucavanja i slobodnog vremena. University of Split, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Split / Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet.

9. Cingel, D. P. Wartella, E. Krcmar, M. (2014). The Role of Adolescent Development in Social Networking Site Use: Theory and Evidence. Journal of Youth development bridging reseagch and practice, Volume 9, Number 1, Sprecial Edition

10.Čorak, M. (2018). Uloga suvremenih media kod djece i mladih. University of Zagreb, Department of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji.

11.Dinić, B: Petrović, J: Zotović Kostić, M: Milovanović, I. I Mihić, V. (2021). Rizicna upotreba drustevnih mreza kod adolescenta. Univrezitet u novom sadu. Filozofski fakultet.

12. Đurić, P. Ćudina, V. Bolić, T. Glavak-Tkalić, R. (2024). Personality Traits, Self-Esteem, Life Satisfaction and Problematic Social Media Use Among Young Adults**.** *Journal of European Psychology Students, 14* (2), 12–26

13.Ellison, N. B. Cliff, CH. S. (2024). The Benefits of Facebook ‘‘Friends: ’’ SocialCapital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. Journal of Computer-Mediated Communication.

14.Fistric, M. (2018). Utjecaj digitalizacije na generacijski jaz – od bejbibumersa do generacije Z, Millenium promocija, Zagreb, Hrvatska.

15. Fidrmuc, T. (2020). Odnos samopoimanja i samopoštovanja kod adolescenata.: University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet.

16. Galina, A. (2017). Upotreba društvenih mreža i razina samopoštovanja adolescenata. University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci.

17.Galant, M. (2020). Uticaj drustvenih mreza na psihicko zdravje. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu Odsjek za psihologiju

18.Gotlib, I: Hammen, L. (2009). Handbook of Depression. New York, London.

19.Glushac, D. R., Perich, Prkosovachki, B. Nikolikj, M. (2022). Efekti koristenja dru[tvenih mreza na samoposhtovanje adolescenta I njihov odnos prema obrazovanju I buduchnosti. Univerzitet u Novom Sadu.

20. Hilty, D. M.Stubbe, D. McKean, A. J. Hoffman, P. E. Zalpuri, I. Shashank, M. T.M, V. Joshi, Pakyurek, J. M. and Li. S.T. (2023). A scoping review of social media in child, adolescents and young adults: research findings in depression, anxiety and other clinical challenges. BJPsych Open

21.Ivić, N. (2023). Odnos učestalosti korištenja društvenih mreža, samopoštovanja i sklonosti uspoređivanja s drugima kod studenata. University of Zadar / Sveučilište u Zadru.

22.Jelic, M. (2011). Samoposhtovanja: konstrukt sigurnosti. Nove spoznanje u istrazivanjima samoposhtovanja. Filozofski fakutete, Zagreb

23.Jurišić, K. (2019). Adolescenti i drustvene mreze. Filozofski fakultet Odsjek za Pedagogiju. Osijek

24.Jurišić, K. (2019). Adolescenti i društvene mreže. Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet

25. Jurcic, D. (2017). Teorijske postavke o medijima- definicije, funkcije I uticaj. Strucni clanak.

26.Jerončić Tomić, I: Mulić, R. i Milišić Jadrić, A. (2020). Uticaj drustvenih mreza na samopostovanje i mentalno zdravlje mladih. Medicinski fakultet Sveučilišta u Splitu, Hrvatska.

27.Kuharić, S. (2017). Online društvene mreže i slika o sebi. University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci.

28.Kovačić, K. (2022). Povezanost korištenja Instagrama, samopoštovanja i zadovoljstva životom kod mladih. Catholic University of Croatia / Hrvatsko katoličko sveučilište.

29. Konstantina Papapanou, T. Darviri, Ch. Kanaka-Gantenbein, Ch. Tigani, X Michou, M. Vlachakis, D. Chrousos, G. P. and Bacopoulou, F. (2023). Strong Correlations between Social Appearance Anxiety, Use of Social Media, and Feelings of Loneliness in Adolescents and Young Adults. International Journal of Environmental Research and Public Health.

30.Livazović, G. (2009). Teorisko- metodoloske znacajke uticaja medija na adolescente. Zivot I skola br. 21 (1/2. 57 str. 108 do 115).

31. Limanówka, P. Kuca, J. Laska, J. Łacwik, J. Szczuraszyk, A. Kasperczyk, J. (2024). The impact of interpersonal relationships on mental health of Polish medical students. [1]Students' Scientific Club, Department of Environmental Medicine and Epidemiology, Faculty of Medical Sciences in Zabrze, Medical University of Silesia, Katowice, Poland, Department of Environmental Medicine and Epidemiology, Faculty of Medical Sciences in Zabrze, Medical University of Silesia, Katowice, Poland.

32. Muzic., J. (2014). Štetan utjecaj virtualnoga svijeta na djecu., Katolički bogoslovni fakultet sveučilišta u Splitu, Zrinsko–frankopanska 19 21000 Split, Hrvatska.

33.Mamić, B. (2021). Psihološki aspekti vremena provedenog na Instagramu. Catholic University of Croatia / Hrvatsko katoličko sveučilište.

34.Novan, K. (2017). AdoleSCenTi i Mediji: Povjerenje S rezervoM? Hrvatsko katoličko sveučilište Ilica 242, 10 000 Zagreb.

35. Nathaniel E. Helwig and Mark R. Ruprecht. (2017). Age, Gender, and Self-Esteem: A Sociocultural Look Through a Nonparametric Lens. Archives of Scientific Psychology, 5, 19–31

36. Naslund, J. A. Bondre, A. Torous, J. Aschbrenner, K. A. (2020). Social Media and Mental Health: Benefits, Risks, and Opportunities for Research and Practice. Journal of Technology in Behavioral Science 5: 245–25

37. Naslund, J. A. Bondre, A. Torous, J. Aschbrenner, K. A. (2020). Social Media and Mental Health: Benefits, Risks, and Opportunities for Research and Pratice. Journal of Technology in Behavioral Science (2020) 5: 245–257

38.Peter, J: Valkenburg,P. M. Schouten, A. P. (2005). Developing a model of adolescent friendship formation on the internet. National Institutes of Health (NIH)

39.Pantic, I. MD, PhD. (2014). Online Social Networking and Mental Health., Cyberpsychology Behavior, and social NetworkingVolume 17, Number 10, Mary Ann Liebert, Inc. DOI:

40.Pantic, I. Damjanovic, A. Todorovic, J. Topalovic, D. Bojovic-Jovic, D. Ristic, S. & Panti, S. (2012). Association between online social networking and depression in high school students: behavioral physiology viewpoint.. *Psychiatria Danubina,; Vol. 24, No. 1, pp 90-93*

41. Raguž, L. (2018). Uloga Instagrama u razvoju samopouzdanja mladih.: University of Zagreb, Department of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji

42.Rudan, V. (2004). Normalni adolescent razvoj. Klinika za psiholoπku medicinu, KliniËki bolniËki centar Zagreb

43.Rotim, A. (2017) Društvene mreže i sobodno vrijeme: ovisnost ili stil života?. University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanost

44. Sanela, J. (2022). Utjecaj drustvenih mreza na stvaranje slike o sei I samopostovanje adolescenata: rad s istraživanjem. University of Rijeka, Faculty of Health Studies / Sveučilište u Rijeci, Fakultet zdravstvenih studija u Rijeci.

45.Slišković, A.: Burić, I. (2020). Znastveno istrazivanje u psihologiji: vodic za pocetnike. Sveučilište u Zadru.

46.Sabo, L. (2022). Utjecaj društvenih mreža na psihičko zdravlje djece i mladih. Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku.

47.Saunders, P. L. Chester, A. (2008). Shyness and the internet: Social problem or panacea? Division of Psychology, School of Health Sciences, RMIT University, City Campus, GPO Box 2476V, Melbourne, Victoria 3001, Australia

48.Shensa, A. Sidani, J. E. MPH, Dew, M. A. PhD Escobar-Viera, C. G.MD, PhD**, and** Primack, B. A. (2018). Social Media Use and Depression and Anxiety Symptoms: A Cluster Analysis. Am J Health Behav. March 01; 42 (2): 116–128. doi: 10.5993/AJHB. 42.2.11

49.Saunders, P. L. Chester, A. (2008). Shyness and the internet: Social problem or panacea? Division of Psychology, School of Health Sciences, RMIT University, City Campus, GPO Box 2476V, Melbourne, Victoria 3001, Australia. Computers in Human Behavior 24, 2649–2658

50.Schouten, S, W. M. P A. P., & Vedder, A. H. (2016). Why concern regarding privacy differs: The influence of age and (non-) participation on Facebook. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 10* (1), article 3. doi: 10.5817/CP2016-1-3

51.Schouten, A. P. (2007). Adolescents' online self-disclosure and self-presentation. The Amsterdam School of Communications Research ASCoR.

52.Shensa, A. Sidani, M. E. MPH, PhD, Dew, M. A. PhD**,** Escobar-Viera, C. G.MD, PhD Primack, B. A. MD, PhD. **(**2018) Social Media Use and Depression and Anxiety Symptoms: A Cluster Analysis. Am J Health Behav.

53.Shi, J. and Khoo, Z. (2023). Online health community for change: Analysis of self-disclosure and social networks of users with depression. Computer Sciences, Heriot-Watt University, Putrajaya, Malaysia

54. Thakur, I. Azeem, A. Gilani, N. (2020). Internet Addiction, Shyness, and Self-Esteem of Pakistani Youth. Sir Syed Journal of Education & Social Research

55.Tadesse, M. M.Lin, H. Xu, B. and Yang, L. (2019). Detection of Suicide Ideation in Social Media Forums Using Deep Learning. School of Computer Science and Technology, Dalian University of Technology, Dalian 116024, China; michaelmesfinted82@gmail. com (M. M.T.); xubo@dlut. edu.cn (B. X.); liang@dlut. edu.cn (L. Y.)

56.Thakur, I. Assistant Professor ** Dr. Azeem, A. Assistant Professor (Corresponding Author) *** Dr. Gilani, N. Assistant Professor. (2020). Internet Addiction, Shyness, and Self-Esteem of Pakistani Youth. Sir Syed Journal of Education & Social Research. *Vol. 3, Issue 3, 2020 (July – September).:* https://doi. org/10.36902/sjesr-vol3-iss3-2020 (83-89

57. Vodinelić, P. (2021). Utjecaj društvenih mreža na mentalno zdravlje adolescenataUniversity of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija.

58.Vuković, J. (2016). Utjecaj društvenih mreža na mlade. Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Department of Cultural studies / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Odjel za kulturologiju.

59.Vlajčić, A. M. (2022). Odnos samopoštovanja i učestalosti korištenja društvene mreže Instagram kod studenata. Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of

Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku.

60. Valkenburg, P. M. Peter,J. Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. National Library od Medicine

61. Valkenburg P. M. Schoutens, A. P. Petar, A. (2005). Adolescents' identity experiments on the internet. Amsterdam School of Communications Research (ASCoR), University of Amsterdam. New Media & Society 7 (3).

62. Wang, K. MS, Frison, E. PhD Eggermont, S. Vandenbosch, L. (2018). Active public facebook use and adolescents' feelings of social loneliness: Evidence for a curvilinear relationship. *Journal of Adolescence*."

63. Wu, Y. J. Outley, C. Cascante, D. M. Murphrey, T. P. (2016). A Systematic Review of Recent Research on Adolescent Social Connectedness and Mental Health with Internet Technology Use. Adolescent Res Rev

64. Youssef, L. Hallit, R. Kheir, N. Obeid, S and Hallit, S. (2020). Social media use disorder and loneliness: any association between the two? Results of a cross-sectional study among Lebanese adults. BMC Psyshology

65. Izvor: https://geek. hr/clanak/eu-mladima-od-16-zabranjuje-drustvene-mreze/

66. Петровска-Бешка, В. (1999). Анкетирање, што, зошто, кој, како. Филозофски факултет. Скопје

67. Петровска-Бешка, В. (1994). Методологија на експериментални истражувања во психологијата. Скопје: Малинска

68. Николовски. Т. (2001). Статистика во Психологија. Скопје

69. Такашманова-Соколовска. Т. (1998). Когнитивен развој и слика за себе во периодот на адолесценцијата. Скопје: Графохартија

70. Lackovic-Grgin, K. (1994). Sampoimanje mladih. Jastrebarsko: Naklada Slap